

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN**

Hasil penelitian tentang tanggapan responden atas pengaruh promosi yang dijalankan perusahaan dan profit sharing yang diberikan perusahaan terhadap peningkatan tabungan *Mudārabah* nasabah Bank BNI Syariah diperoleh karakteristik responden dari 32 nasabah adalah mayoritas berjenis kelamin wanita dengan jumlah 18 orang (56,25%), berumur antara 20-30 tahun dengan jumlah 11 orang (34,38%) dan berpendidikan terakhir SMA dengan jumlah 17 orang (53,13%).

Dari hasil pendataan terhadap tanggapan reseponden, maka didapatkan 32 nasabah yang memenuhi kelengkapan data sebagai syarat sampel penelitian. Hasil total rata-rata jawaban responden atas variable promosi 2,95 pada skala 3 sehingga nasabah setuju promosi yang dilakukan oleh Bank BNI Syariah berupa hadiah souvenir dan cinderamata menarik, produk bank syariah sudah diinformasikan ke berbagai kalangan masyarakat, dan Iklan Bank BNI Syariah bagus dan menarik perhatian.

Selanjutnya pada variable *profit sharing* dihasilkan total rata-rata 2,94 pada skala 3, sehingga nasabah setuju tentang *profit sharing* yang diberikan BNI Syariah lebih menguntungkan dibandingkan bunga bank, *profit sharing* Bank BNI Syariah lebih menguntungkan dibandingkan bank syariah lain, dan kesepakatan tentang *profit sharing di* BNI Syariah bersifat fleksibel dan menguntungkan kedua belah pihak.

Sedangkan pada peningkatan tabungan *Mudārabah* nasabah, manager Bank BNI Syariah Cabang RMI Surabaya melalui pemeriksaan data nasabah yang diteliti menyatakan tabungan *nasabah* mengalami kenaikan dengan total rata-rata 2,94 pada pertanyaan menurut saudara manager bagaimana jumlah nasabah X (yang diteliti) pada bulan sekarang dan yang lalu, selanjutnya menurut saudara bagaimana jumlah tabungan nasabah yang diteliti semester I 2013 dengan semester II 2013. Dan terakhir pada menurut saudara bagaimana rata-rata tabungan nasabah yang diteliti tahun 2011 dengan 2012.

Selanjutnya setelah diperoleh hasil karakteristik dan jawaban responden, maka dilakukan uji validitas dan reliabilitas untuk mengetahui seberapa cermat dan tepat suatu alat pengukur (kuesioner) dapat melakukan fungsi ukurnya. Dan reliabilitas untuk menguji sejauh mana jawaban responden terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dari hasil diatas diperoleh bahwa seluruh indikator variable promosi, *profit sharing* dan peningkatan tabungan *Mudārabah* nasabah mempunyai nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  table dan Alpha Cronbah  $>$  0,6 sehingga alat pengukur (kuesioner) layak digunakan.

Hasil pengujian pengaruh variable promosi ( $X_1$ ), *profit sharing* ( $X_2$ ) terhadap peningkatan tabungan *Mudārabah* ( $Y$ ) secara simultan diperoleh hasil berpengaruh antara variable X terhadap Y dengan ditunjukkan uji ANOVA bahwa  $F_{hitung} = 3,719$  dengan probabilitas kesalahan model ( $\alpha$ ) yang diuji adalah 0.036 yang berarti probabilitas lebih kecil dari tingkat signifikansi 0.05, sehingga seluruh variabel *independen* berpengaruh terhadap variabel *dependennya* adalah bermakna..

Seluruh variabel independen atau variabel bebas tentang promosi dan *profit sharing* nasabah berpengaruh sebesar 14,9% terhadap peningkatan tabungan *Mudārabah* nasabah. Hal ini ditunjukkan dengan hasil  $adjusted R^2 = 0,149$  pada analisis regresi linier berganda menggunakan program statistik SPSS seperti dalam tabel 4.13, sedangkan sisanya yaitu 85,1% adalah dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model. Oleh karena itu masih terdapat kemungkinan diadakan penelitian lanjutan berkaitan dengan promosi dan *profit sharing* dengan menambah atau memasukkan sub variabel bebas guna penyempurnaan model kuesioner sehingga didapatkan hasil yang lebih akurat.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa secara partial, variable *profit sharing* ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap peningkatan tabungan *Mudārabah* nasabah (Y). Hal ini ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung} = 2,671 > t_{tabel} = 2,04$ . Sedangkan variabel promosi ( $X_2$ ) tidak berpengaruh terhadap peningkatan tabungan *Mudārabah* nasabah (Y), yang ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung} = -2,04 < -1,120 < 2,04$ .

Dari kedua variable promosi yang dijalankan perusahaan dan *profit sharing* yang diberikan perusahaan tentunya ada yang mempunyai pengaruh dominan terhadap peningkatan tabungan *Mudārabah* nasabah. Dari hasil uji t tersebut terlihat bahwa variabel  $X_2$  yaitu variabel *profit sharing* dengan  $t_{hitung} = 2,671$  dengan taraf signifikansi sebesar 0,012 adalah variable yang dominan berpengaruh terhadap peningkatan tabungan *Mudārabah* nasabah. Hal ini mempunyai arti bahwa penilaian responden terhadap faktor *profit sharing* yang diberikan oleh perusahaan dengan indikator *profit sharing* lebih menguntungkan daripada bunga bank, *profit sharing* Bank BNI Syariah lebih menguntungkan dari

pada bank syariah lain, dan kesepakatan *profit sharing* yang bersifat fleksibel mengakibatkan mempengaruhi nasabah dalam meningkatkan tabungan mudharabah nasabah dengan indikator jumlah tabungan bulan sekarang naik dibandingkan bulan lalu, jumlah tabungan semester II tahun 2013 lebih banyak dari pada jumlah tabungan semester I tahun 2013 dan jumlah rata-rata tabungan tahun 2012 lebih banyak dibandingkan tahun 2011.

Setelah dilakukan uji regresi berganda dengan *Outliers* data yang unik/ekstrem secara statistik dapat dihilangkan agar mendapatkan hasil regresi secara partial terdapat pengaruh, maka diperoleh hasil sebagai berikut :

Hasil uji regresi setelah dilakukan outlier dengan menggunakan computer program SPSS for Windows Versi 17 maka didapatkan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = -9.000 + 2,000X_2$$

Di mana :

$Y$  = Tabungan *Mudārabah*

$X_2$  = variabel *Profit sharing*

Hasil Korelasi R sebesar 0,918, hal ini berarti bahwa variabel *profit sharing* mempunyai pengaruh yang kuat terhadap tabungan *Mudārabah* nasabah. Nilai koefisien determinasi (adjusted R square) sebesar 0,837. Hal ini berarti bahwa variabel bebas *profit sharing* mempunyai pengaruh sebesar 83,7% terhadap tabungan *Mudārabah* nasabah sedangkan sisanya 16,3% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian.