

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran umum objek penelitian

1. Sejarah singkat Bank BNI Syariah

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit ataupun bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat. kemudian dana dari masyarakat yang disimpan dalam bentuk rekening giro, deposito dan tabungan dihimpun dan dikelola oleh bank. Simpanan yang dipercayakan oleh masyarakat kepada bank tersebut kemudian disalurkan oleh bank dalam bentuk pembiayaan kepada masyarakat yang membutuhkan dana. Penyaluran dana oleh perbankan syariah adalah menunjang pelaksanaan pembangunan, meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat.

Diawali dengan pembentukan tim bank syariah di tahun 1999, Bank Indonesia kemudian mengeluarkan izin prinsip dan usaha untuk beroperasinya unit usaha syariah BNI. Setelah itu Bank BNI Syariah menerapkan strategi pengembangan jaringan cabang, syariah tepatnya pada tanggal 29 April 2000 PT BNI Tbk membentuk Unit Usaha Syariah

(UUS) untuk merespon kebutuhan masyarakat terhadap sistem perbankan yang lebih tahan terhadap krisis ekonomi. Dimulai dengan membuka 5 kantor cabang syariah sekaligus di kota-kota potensial, yakni: Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara dan Banjarmasin.

Tahun 2001 Bank BNI Syariah kembali membuka 5 kantor cabang syariah, yang difokuskan di kota-kota besar di Indonesia, yakni: Jakarta (dua cabang), Bandung, Makassar dan Padang, Seiring dengan perkembangan bisnis dan banyaknya permintaan masyarakat untuk layanan perbankan syariah, Tahun 2002 lalu Bank BNI Syariah membuka dua kantor cabang syariah baru di Medan dan Palembang.

Di awal tahun 2003, dengan pertimbangan *load* bisnis yang semakin meningkat sehingga untuk meningkatkan pelayanan kepada masyarakat, Bank BNI Syariah melakukan relokasi kantor cabang syariah di Jepara ke Semarang. Sedangkan untuk melayani masyarakat Kota Jepara, Bank BNI Syariah membuka kantor cabang pembantu syariah Jepara. Pada bulan Agustus dan September 2004, Bank BNI Syariah membuka layanan BNI Syariah Prima di Jakarta dan Surabaya. Layanan ini ditujukan kepada individu yang membutuhkan layanan perbankan yang lebih personal dalam suasana yang nyaman.

Pada tahun 2002 UUS BNI menghasilkan laba pertama sebesar Rp 7,189 miliar dengan dukungan tujuh cabang. Dalam kurun waktu 2003-

2004 berturut-turut UUS BNI mendapatkan penghargaan *the most profitable bank Islamic Bank* diantara dua BUS dan delapan UUS. Sesuai perkembangannya, pada tahun 2009 pembentukan Tim Implementasi Bank Umum Syariah yang akan mentransformasikan UUS BNI menjadi PT Bank BNI Syariah sebagai implementasi dari UU Perbankan Syariah No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah didukung dengan peraturan Bank Indonesia No. 11/10/PBI/2009 tanggal 19 Maret 2009 tentang Pemisahan Unit Usaha Syariah dari Bank Konvensional.

2. Lokasi penelitian

- a) Nama : PT. Bank BNI Syariah
- b) Kantor Cabang : Jl. Dharmawangsa No. 115 A Surabaya
- c) Telephone : (031) 5030222, 5045082, 5045085
- d) Web : www.bnisyariah.co.id
- e) Facebook : PT Bank BNI Syariah
- f) Mulai Berdiri : 19 Juni 2010
- g) Jenis Usaha : Lembaga Keuangan Syariah
- h) Motto : Menjadi bank syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja.

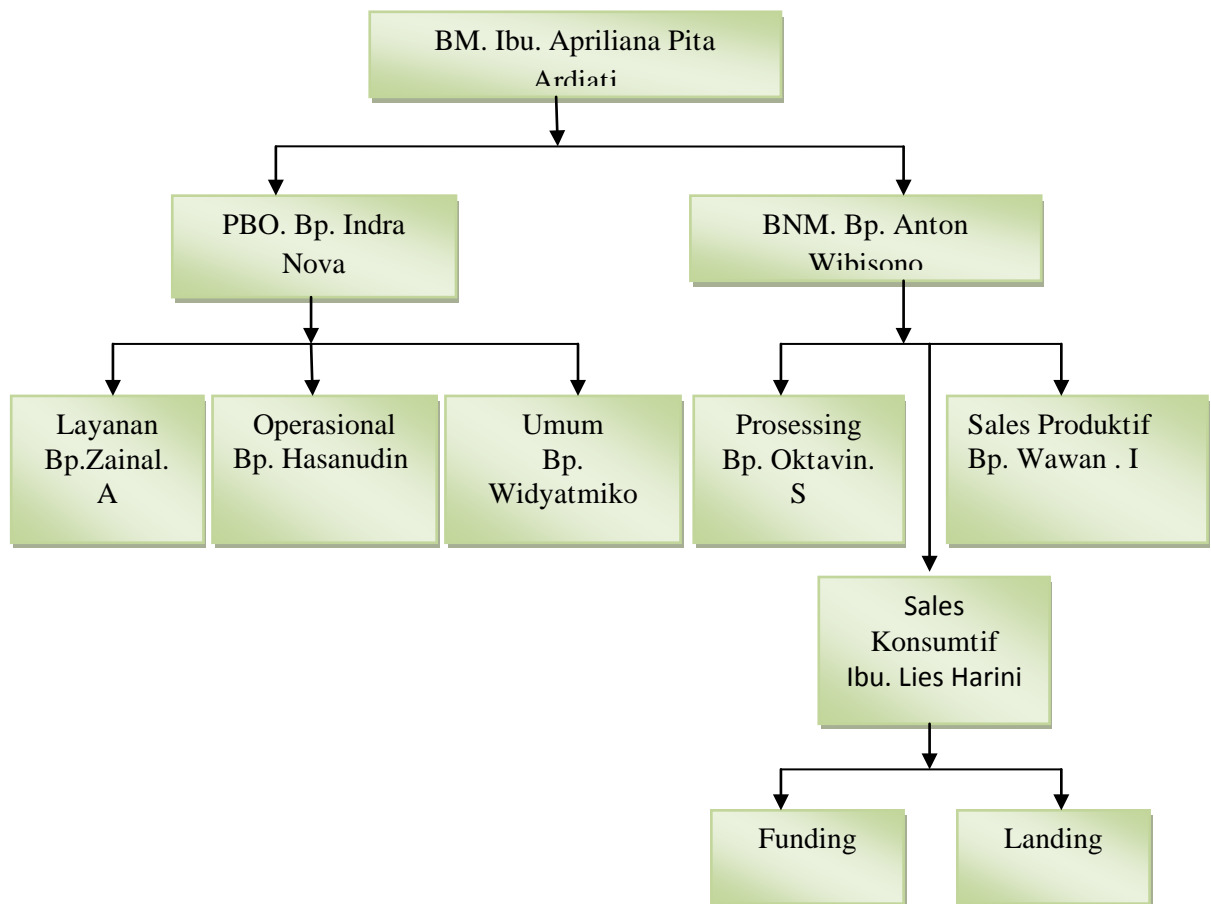
3. Struktur Organisasi

PT. Bank BNI Syariah memiliki struktur organisasi yang diciptakan sesuai dengan perkembangan kebutuhan. Oleh karena itu,

struktur ini dapat berubah pula. Struktur organisasi perusahaan merupakan suatu gambaran yang menunjukkan suatu pekerjaan yang harus dilakukan oleh setiap bagian atau anggota.

Gambar : 4.1

Struktur Bank BNI Syariah Dharmawangsa Surabaya



4. Visi dan Misi BNI Syariah

a) Visi BNI Syariah

“Menjadi Bank Syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja”

b) Misi BNI Syariah

- (1) Memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli pada kelestarian lingkungan.
- (2) Memberikan solusi bagi masyarakat untuk kebutuhan jasa perbankan syariah.
- (3) Memberikan nilai investasi yang optimal bagi investor.
- (4) Menciptakan wahana terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi bagi pegawai sebagai perwujudan ibadah.
- (5) Menjadi acuan tata kelola perusahaan yang amanah.

B. Analisis Data

Analisis data adalah proses penyerderhanaan data ke bentuk yang lebih mudah dipahami dan diinterpretasikan. Analisis *korelasi* merupakan suatu hubungan antara dua variabel dengan variabel lainnya. Penghitungan analisis dilakukan dengan menggunakan bantuan komputer program *Statistical Package For Sosial Science (SPSS) for windows 16.0*.

Penggunaan analisis data statistik analisis *korelasi* mensyaratkan bahwa data setiap variabel yang akan dianalisis harus berdistribusi normal. Sebelum dilakukan analisis data statistik, maka terlebih dahulu harus dilakukan pengujian normalitas data, sebagai berikut:

1. Uji Normalitas dan Uji Linieritas

a) Uji Normalitas

Kaidah yang digunakan untuk menguji normalitas data dengan menggunakan rumus *kolmogorov-smirnov* dan *shapiro-wilk* adalah jika taraf signifikansi (*significan celevel*) $< 0,05$, maka data berdistribusi normal. Sebaliknya jika taraf signifikansi (*significance level*) $> 0,05$, maka data berdistribusi tidak normal. Berikut adalah tabel hasil perhitungannya:

Tabel : 4.1
Hasil Uji Normalitas

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	Df	Sig.
Promosi	.203	42	.000	.878	42	.000
Minatnasabah	.128	42	.081	.925	42	.009

a. Lilliefors Significance Correction

Berdasarkan uji normalitas variabel promosi data menggunakan rumus *Kolmogorof-Smirnov* dan *Saphiro-Wilk* tersebut diatas untk rumus *Kolmogorof-Smirnov* diperoleh

harga statistic = 0,878 dengan derajat kebebasan $df = 42$ dan nilai signifikan sebesar $0.000 < 0.05$ sesuai kaidah diatas jika taraf signifikansi (*significance level*) $< 0,05$, maka data berdistribusi normal. Berarti sebaran data uji normalitas pada variabel minat nasabah adalah **normal**.

Sedangkan uji normalitas variabel minat nasabah dalam memilih produk data menggunakan rumus *Kolmogorof-Smirnov* dan *Saphiro-Wilk* tersebut diatas untk rumus *Kolmogorof-Smirnov* diperoleh harga statistic = 0,925 dengan derajat kebebasan $df = 42$ dan nilai signifikan sebesar $0.009 < 0.05$ sesuai kaidah diatas jika taraf signifikansi (*significance level*) $< 0,05$, maka data berdistribusi normal. Berarti sebaran data uji normalitas pada variabel minat nasabah adalah **normal**.

b) Uji Linieritas

Kaidah yang digunakan untuk menguji linieritas hubungan adalah jika signifikansi $< 0,05$ maka hubungannya adalah linier, sebaliknya jika signifikansi $> 0,05$ maka hubungannya adalah tidak linier. Berikut adalah tabel hasil perhitungannya:

Tabel : 4.2
Hasil Uji Linieritas

Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
--	------	----------------	---

Minatnasabah	32.79	3.719	42
Promosi	33.12	2.624	42

Correlations

		Minatnasabah	promosi
Pearson Correlation	Minatnasabah	1.000	.460
	Promosi	.460	1.000
Sig. (1-tailed)	Minatnasabah	.	.001
	Promosi	.001	.
N	Minatnasabah	42	42
	Promosi	42	42

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	promosi ^a		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: minatnasabah

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.460 ^a	.212	.192	3.343	1.242

a. Predictors: (Constant), promosi

b. Dependent Variable: minatnasabah

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	119.978	1	119.978	10.734	.002 ^a
	Residual	447.094	40	11.177		
	Total	567.071	41			

a. Predictors: (Constant), promosi

b. Dependent Variable: minatnasabah

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.199	6.609		1.694	.098
	promosi	.652	.199	.460	3.276	.002

a. Dependent Variable: minatnasabah

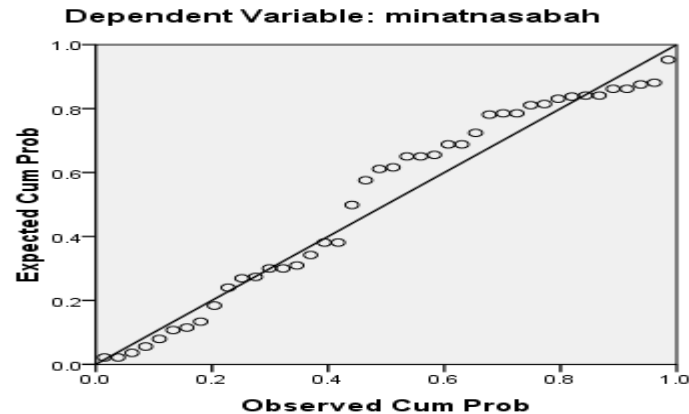
Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	28.15	35.32	32.79	1.711	42
Residual	-6.753	5.595	.000	3.302	42
Std. Predicted Value	-2.713	1.479	.000	1.000	42
Std. Residual	-2.020	1.674	.000	.988	42

a. Dependent Variable: minatnasabah

Charts

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Dari tabel diatas diperoleh harga R Square = 0,212 diambil dari *model summary*, dengan $F = 10,734$ diambil dari *anova*, signifikasi = $0,002 < 0,05$ diambil dari *coefficients*, sesuai dengan kaidah diatas jika signifikansi $< 0,05$ maka hubungannya adalah linier, sebaliknya jika signifikansi $> 0,05$ maka hubungannya adalah tidak linier. Artinya uji linieritas diatas hubungannya **linier**.

Hasil uji normalitas data ini menunjukkan kedua variabel berdistribusi normal, namun pada hasil uji linieritas data ini menunjukkan hubungan yang linier. Oleh karena itu, analisis data menggunakan *statistik korelasi product moment* karena kedua variabel memiliki data yang berdistribusi normal.

2. Analisis Korelasi *Product Moment*

Korelasi *product moment* digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara dua variabel dan untuk mengetahui arah hubungan yang terjadi. Koefisien korelasi menunjukkan seberapa besar hubungan yang terjadi antara dua variabel. Menurut Sugiyono (2007)¹ pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut:

0,00 – 0,199 = Sangat Rendah

0,20 – 0,399 = Rendah

0,40 – 0,599 = Sedang

0,60 – 0,799 = Kuat

0,80 – 1,000 = Sangat Kuat

Uji korelasi product moment dengan bantuan program *SPSS for windows* 16,0, dengan menggunakan taraf signifikansi sebesar 5% atau 0,05 serta pengujian secara *Two-tailed* (pengujian dua sisi) dan mendapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel : 4.3
Hasil Uji Korelasi Product Moment
Correlations

		promosi	Minatnasabah
Promosi	Pearson Correlation	1	.460**

¹ Duwi Priyanto, *Mandiri Belajar SPSS*. (Yogyakarta : Mediakom, 2009), 54.

	Sig. (2-tailed)		.002
	N	42	42
minatnasabah	Pearson Correlation	.460**	1
	Sig. (2-tailed)	.002	
	N	42	42

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil analisis data yang telah dilakukan menggunakan analisis *korelasi product moment* diperoleh:

Variabel promosi dengan minat nasabah dalam memilih produk berjumlah N = 42 nasabah tabungan Deposito iB Hasanah di PT. Bank BNI Syariah Surabaya Dharmawangsa yang menjadi subjek penelitian. Analisis korelasi product moment (r) didapat korelasi antara promosi dengan minat nasabah (r) adalah 0,460. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sedang antara promosi dengan minat nasabah dalam memilih produk. Sedangkan untuk menggunakan r hitung harga *koefisien korelasi* sebesar 0,460 dengan signifikansi sebesar 0,002. Artinya terdapat hubungan antara promosi dengan minat nasabah dalam memilih produk.

Pengujian taraf kepercayaan 5% (0,05) maka diperoleh r tabel sebesar 0,304. Kaidah *korelasi product moment* kata lainnya *bivariate pearson* adalah jika harga r hitung \geq r tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrument atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total, sebaliknya jika harga r hitung $<$ r tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrument atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total. Ternyata harga r hitung lebih besar dari r tabel (0,460 $>$ 0,05), sehingga terdapat hubungan yang signifikan antara promosi dengan minat nasabah dalam memilih produk Deposito iB Hasanah di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surabaya Dharmawangsa.

C. Deskripsi Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian yang ingin mengetahui hubungan antara promosi dengan minat nasabah dalam memilih produk. Sebelum dilakukan analisis statistik terlebih dahulu di uji coba apakah variabel tersebut normal atau tidak normal dalam penyebaran data. Hasil uji coba normalitas data dengan menggunakan rumus rumus *Kolmogorov-Smirnov* dan *Shaphiro-Wilk* nilai signifikan 0.000 untuk variabel promosi, dan *signifikansi* 0.009 untuk variabel minat nasabah. Setelah didapatkan hasil uji normalitas menggunakan rumus *Kolmogorov-Smirnov* dan *Shaphiro-Wilk* kedua variabel tersebut menunjukkan data normal. Maka analisis data

menggunakan teknik *analisis korelasi product moment* dengan bantuan program *Statistical Package For Sosial Science SPSS 16.0 for windows*, dengan menggunakan taraf signifikan sebesar 5% atau 0,05 serta pengujian secara *Two-tailed* (pengujian dua sisi belum diketahui hubungan positif atau negatif) dan $N = 42$. Analisis menggunakan teknik *korelasi product moment* dipakai karena data yang dianalisis berdistribusi normal. Adapun hasil uji statistik *korelasi product moment* sebagai berikut:

Tabel : 4.4
Hasil Uji Korelasi product moment
Correlations

Variabel	Correlations Coefficient	Sig	N	Ket.
promosi dengan minat nasabah	0,460	0,002	42	+

Hasil analisis data yang telah dilakukan menggunakan analisis *korelasi product moment* diperoleh:

Variabel promosi dengan minat nasabah dalam memilih produk berjumlah $N = 42$ nasabah tabungan deposito iB Hasanah di PT. Bank BNI Syariah Surabaya Dharmawangsa yang menjadi subjek penelitian. Sedangkan harga *koefisien korelasi* sebesar 0,460 dengan signifikansi sebesar 0,002. Artinya terdapat hubungan antara promosi dengan minat nasabah dalam memilih produk.

Pengujian taraf kepercayaan 5% (0,05) maka diperoleh r tabel sebesar 0,304. Kaidah *korelasi product moment* kata lainnya *bivariate pearson*

adalah jika harga r hitung $\geq r$ tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrument atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total, sebaliknya jika harga r hitung $< r$ tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrument atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total. Ternyata harga r hitung lebih besar dari r tabel ($0,460 > 0,05$), sehingga terdapat hubungan yang signifikan antara promosi dengan minat nasabah dalam memilih produk Deposito iB Hasanah di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surabaya Dharmawangsa. Data dan harga koefisien yang diperoleh dalam sampel tersebut dapat digeneralisasikan pada populasi dimana sampel diambil atau data tersebut mencerminkan keadaan populasi.

D. Pengujian Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara atas masalah yang dirumuskan. Kriteria pengujian hipotesis H_0 diterima jika sig $> 0,05$ sedangkan H_0 ditolak jika sig $< 0,05$. Oleh sebab itu, pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik analisis korelasi product moment dengan program *Statistical Package For Sosial Science SPSS* versi 16.0 *for windows* diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,460 dengan nilai signifikansi sebesar 0,002 karena nilai signifikansi $0,002 < 0,05$. Maka hipotesis H_0 yang menyatakan tidak adanya hubungan antara promosi dengan minat nasabah dalam memilih produk Deposito iB Hasanah

di PT. Bank BNI Syariah Dharmawangsa Surabaya **ditolak**, sedangkan hipotesis H1 yang menyatakan adanya hubungan antara promosi dengan minat nasabah dalam memilih produk Deposito iB Hasanah di PT. Bank BNI Syariah Dharmawangsa Surabaya **diterima**. Sehingga hipotesis H1 : yang menyatakan hubungan antara promosi dengan minat nasabah dalam memilih produk Deposito iB Hasanah di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surabaya Dharmawangsa memiliki hubungan yang **positif signifikan**. Artinya terdapat hubungan yang positif dan *signifikan* antara promosi dengan minat nasabah dalam memilih produk di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surabaya Dharmawangsa.

Tanda positif pada harga *koefisien korelasi* menunjukkan adanya arah hubungan yang searah, artinya hubungan kedua variabel (variabel promosi dengan variabel minat nasabah dalam memilih produk) adalah berbanding lurus. Semakin tinggi variabel promosi akan diikuti dengan semakin tinggi pula variabel minat nasabah dalam memilih produk, dan begitu pula semakin rendah variabel promosi akan diikuti semakin rendah pula variabel minat nasabah dalam memilih produk di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surabaya Dharmawangsa.