

## **BAB IV**

### **PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA**

#### **A. Penyajian Data**

##### **1. Gambaran Umum Bank Syariah Indonesia**

###### **a. Sejarah Singkat**

Pada 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Penggabungan ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing di tingkat global (bankbsi.co.id, 2022).

Penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan Bank Syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah perbankan Syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (Rahmatan Lil ‘Aalamiin) (bankbsi.co.id, 2022). (*Bank Syariah Indonesia*, n.d.)

Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah lembaga perbankan syariah. Bank ini berdiri Pada tanggal 1 Februari 2021, tiga Bank anak perusahaan BUMN itu merger secara nasional di bawah Kementrian BUMN. BNI Syariah, BRI Syariah dan Mandiri Syariah, dari ketiga bank tersebut merger menjadi Bank Syariah Indonesia. dari february sampai bulan juni hampir akan menginjak setengah tahun. Untuk sistemnya sendiri sudah terpisah dari masing-masing induk, yang awalnya BNI Syariah induknya dari BNI, BRI Syariah dari BRI, Bank Mandiri Syariah dari Bank Mandiri sudah terpisah dan sudah menjadi sendiri, Bank syariah yang besar di Indonesia. Diharapkan kedepannya proses migrasi dan roll out nya berjalan lancar karena sekarang ini masih di jadwalkan untuk proses migrasi nasabahnya karena nasabah masing-masing bank banyak, jadi dari Februari sampai 31 Oktober 2021 itu proses migrasi nanti setelah bulan Oktober, di bulan November itu semua tidak ada lagi BNI Syariah, BRI Syariah, dan Bank Mandiri Syariah. Karena semuanya sudah terkumpul dan sudah menjadi legasi Bank Syariah Indonesia (BSI).

Proses merger tiga Bank Syariah besar di Indonesia menjadi salah satu tonggak sejarah yang akan membuka banyak peluang-peluang baru dalam mendukung perekonomian masyarakat secara nasional. Setiap Bank Syariah memiliki latar belakang dan sejarahnya sendiri sehingga semakin menguatkan posisi BSI kedepannya.

Berdirinya Bank Syariah Indonesia (BSI) di resmikan melalui surat yang di keluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Surat yang di rilis

dengan Nomor: SR-3/PB.1/2021 tanggal 27 Januari 2021 perihal pemberian izin penggabungan PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BNI Syariah ke dalam PT Bank BRI syariah Tbk serta izin perubahan nama dengan menggunakan Izin Usaha PT Bank BRI syariah Tbk menjadi Izin Usaha atas nama PT Bank Syariah Indonesia Tbk sebagai Bank hasil penggabungan. Dengan di keluarkannya surat dari OJK ini maka semakin menguatkan posisi BSI untuk melakukan aktivitas perbankan berlandaskan konsep syariah dan penggabungan dari 3 Bank pembentuknya.

Sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, tentu potensi industri keuangan syariah cukup menjanjikan di masa depan. Hal ini tentu saja bisa terjadi jika adanya sinergi antara pemegang kebijakan dan juga kesadaran masyarakat terhadap transaksi halal berbasis syariah yang terus di tegakan dalam prinsip ekonomi. Adanya peningkatan yang signifikan beberapa tahun terakhir terhadap produk dan layanan berbasis syariah di Indonesia membuat pemerintah mencermati hal ini sebagai sebuah momen penting dalam tonggak perekonomian syariah di Indonesia. Sikap optimis inilah yang membuat pemerintah akhirnya menggabungkan 3 daftar bank syariah besar besutan BUMN, yaitu PT Bank syariah Mandiri Tbk, PT Bank BNI Syariah Tbk, dan PT Bank BRI Syariah Tbk menjadi intenasitas baru yang di beri nama Bank Syariah Indonesia.

## 2. Tujuan Merger oleh BSI

Tujuan di bentuknya BSI untuk menjadi Bank Syariah terbesar, menjadi barometer market di Indonesia dan mempunyai daya saing global.

Tujuan meger yang di lakukan oleh BSI :

### a. Sinergi yang baik demi

Meningkatkan Layanan untuk Nasabah Bank Syariah Dengan menggabungkan tiga Bank Syariah besar, tentu akan tergabung tiga layanan bank dalam satu pintu untuk mengoptimalkan prospek bisnis dan pengembangan perbankan syariah di Indonesia. Sinergitas yang di hasilkan dari merger ini tentu akan semakin kuat dan kokoh dan sejalan dalam visi bank syariah di Indonesia di masa depan.

### b. Perbaikan Proses Bisnis

Akan sangat mudah bagi pemerintah untuk mengawal prinsip syariah yang di jalankan oleh BSI dan tentu saja ini akan memperbaiki proses bisnis syariah yang sudah berjalan baik selama ini. Meski ada tantangan dalam hal penggabungan nasabah, tantangan ini akan sebanding dengan proses bisnis syariah yang semakin baik kedepannya karena di kelola oleh satu Bank.

### c. *Risk Management*

Pengelolaan BSI akan meminimalisir risiko-risiko yang mungkin terjadi dalam pengelolaan bisnis perbankan di masa depan. Keberhasilan Bank Mandiri saat ini yang berawal dari hasil merger

empat bank sebelumnya menjadi pelajaran bahwa risiko perbankan bisa di minimalisir jika ketiga bank syariah plat merah ini di gabungkan menjadi satu.

d. Sumber Daya Instansi

BSI akan menyeleksi sumber daya terbaik untuk menjalankan industri perbankan syariah lebih baik lagi di bandingkan jika berjalan sendiri dengan tiga entitas berbeda. Hal ini akan membuat setiap instansi dan jajaran direksi akan diisi oleh tenaga professional dan bekerja dalam satu payung lembaga dengan visi dan misi yang searah.

e. Penguatan Teknologi Digital

Pengembangan teknologi dan inovasi perbankan terus bermunculan dan ini adalah tugas dari Bank Syariah Indonesia untuk menyeragamkan teknologi syariah yang ada di Indonesia. Harapannya, teknologi digital yang di usung oleh BSI dapat menjadi tolak ukur untuk sistem teknologi informasi berbasis syariah dalam skala nasional. Dari segi teknologi, BSI membuat website serta aplikasi Bank Syariah Indonesia mobile berbasis online yang memudahkan masyarakat dalam mengaksesnya.

### **3. Visi dan Misi**

Visi Bank Syariah Indonesia adalah “Top 10 Global Islamic Bank”

Misi Bank Syariah Indonesia, yaitu:

- a. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia Melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan asset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025.
- b. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2)
- c. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja

#### **4. Produk -Produk Bank Syariah Indonesia**

##### a. Tabungan

Beragam produk tabungan sesuai prinsip syariah

- 1) BSI Tabungan Bisnis
- 2) BSI Tabungan Classic
- 3) BSI Tabungan Easy Mudharabah
- 4) BSI Tabungan Easy Wadiah
- 5) BSI Tabungan Efek Syariah
- 6) BSI Tabungan Junior
- 7) BSI Tabungan Mahasiswa
- 8) BSI Tabungan Payroll
- 9) BSI Tabungan Pendidikan
- 10) BSI Tabungan Pensiun

- 11) BSI Tabungan Prima
- 12) BSI Tabungan Rencana
- 13) BSI Tabungan Simpanan Pelajar
- 14) BSI Tabungan Smart
- 15) BSI Tabungan Valas
- 16) BSI TabunganKu
- 17) BSI Tapenas Kolektif.

b. Haji dan Umroh

Beragam produk haji dan umrah unggulan

- 1) BSI Tabungan Haji Indonesia
- 2) BSI Tabungan Haji Muda Indonesia

c. Pembiayaan

Beragam produk pembiayaan sesuai syariah

- 1) Bilateral Financing
- 2) BSI Cash Collateral
- 3) BSI Distributor Financing
- 4) BSI Griya Hasanah
- 5) BSI Griya Konstruksi
- 6) BSI Griya Mabur
- 7) BSI Griya Simuda
- 8) BSI Griya Swakarya
- 9) BSI KPR Sejahtera
- 10) BSI KUR Kecil

- 11) BSI KUR Mikro
- 12) BSI KUR Super Mikro
- 13) BSI Mitra Beragun Emas (Non Qardh)
- 14) BSI Mitraguna Berkah
- 15) BSI Multiguna Hasanah
- 16) BSI Oto
- 17) BSI Pensiun Berkah
- 18) BSI Umrah
- 19) Mitraguna Online.

d. Investasi

Beragam produk investasi sesuai syariah

- 1) Bancassurance
- 2) BSI Deposito Valas
- 3) BSI Reksa Dana Syariah
- 4) Cash Waqf Linked Sukuk Ritel (Sukuk Wakaf Ritel)
- 5) Deposito Rupiah
- 6) Referral Retail Brokerage
- 7) SBSN Ritel

e. Transaksi

Produk dan layanan untuk menunjang transaksi

- 1) BSI Giro Rupiah
- 2) BSI Giro Valas

f. Emas



Produk Emas unggulan

- 1) BSI Cicil Emas
- 2) BSI Gadai Emas.

g. Bisnis

Layanan bagi pelaku Usaha Kecil dan Mikro

- 1) Bank Guarantee Under Counter Guarantee
- 2) BSI Bank Garansi
- 3) BSI Cash Management
- 4) BSI Deposito Ekspor SDA
- 5) BSI Giro Ekspor SDA
- 6) BSI Giro Optima
- 7) BSI Giro Pemerintah
- 8) BSI Pembiayaan Investasi
- 9) Giro Vostro
- 10) Jasa Penagihan Transaksi Trade Finance Antar Bank
- 11) Pembiayaan Yang Diterima (PYD).

h. Prioritas

- 1) BSI Prioritas
- 2) BSI Private
- 3) Safe Deposit Box (SDB)

5. Karakteristik Responden

Responden sehingga gambaran yang diantaranya sebagai berikut Karakteristik responden diperlukan untuk mempermudah mengidentifikasi:

a) Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat di lihat pada table berikut :

**Tabel 4. 1 Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentasi
Laki-Laki	61	41.5%
Perempuan	86	58.5%
Total	147	100%

*Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2024*

Dari data hasil penelitian, diketahui bahwa jenis kelamin pada responden pada nasabah yang menggunakan tabungan akad wadiah mayoritas perempuan dengan jumlah 86 atau persentasi sebesar 58.5% dibandingkan dengan jumlah laki-laki sebesar 61 orang atau 41.5%.

b) Karakteristik

Berdasarkan Usia Karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat dari table berikut:

**Tabel 4. 2 Usia**

Usia	Jumlah	Persentasi
17 – 25 Tahun	68	46.3%
26 – 45 Tahun	59	40.1%

>46 Tahun	20	13.6%
Total	147	100%

*Sumber : Data diolah oleh Peneliti , 2024*

Dari data hasil penelitian, diketahui bahwa usia pada responden mayoritas pada usia 19 – 25 tahun berjumlah 29 orang dengan persentasi sebesar 58%, dan usa >30 tahun berjumlah 12 orang dengan persentasi 24% dibandingkan dengan 25 – 30 tahun berjumlah 9 orang dengan persentasi 18%.

c) Karakteristik Berdasarkan tingkat pendidikan

Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan dapat dilihat dari table berikut :

**Tabel 4. 3 Tingkat Pendidikan**

Pendidikan	Jumlah	Persentasi
Tidak Tamat SD	24	16.3%
SD	33	22.4%
SMP	13	8.8%
SMA	46	31.3%
D3/S1/S2	31	21.2%
Total	147	100%

*Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2023*

Dari hasil data penelitian, menunjukkan bahwa responden berdasarkan tingkat pendidikan dengan mayoritas SMA berjumlah 28 orang atau persentasi 56%, dibandingkan dengan diplomat/sarjana, SD,

dan SMP masing-masing berjumlah 15 orang, 5 orang dan 2 orang dengan persentasi 30%, 10% dan 4%.

## **B. Analisis Data**

### **1. Uji Kualitas Data**

#### **a. Uji Validitas**

Uji validitas mempunyai arti sejauh mana pengukuran tingkat suatu instrument kuesioner sah atau validnya. Dalam hal ini digunakan beberapa pertanyaan yang dapat mengukur variable yang sudah ditetapkan.

Dalam hal ini instrument penelitian (angket/kuesioner) yang akan di uji validitasnya. Untuk mengukur tingkay validitasnya dapat dilakukan dengan cara mengkorelaskan antara skor butir pertanyaan dengan total skor variable. Dengan kriteria pengambilan keputusan membandingkan r table dengan nilai r hitung dan membandingkan nilai Sig.(2-tailed) dengan probabilitas 0,05 sebagai berikut.

- 1) Jika  $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$  dengan menggunakan level siginifikansi 5% dan jika nilai  $\text{Sig.}(2\text{-tailed}) < 0,05$  maka pertanyaan atau indicator tersebut dinyatakan valid.
- 2) Jika  $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$  dengan menggunakan signifikasi 5% dan jika nilai  $\text{Sig.}(2\text{-tailed}) > 0.05$  maka pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan tidak valid.

**Tabel 4. 4 Uji Validitas**

Variabel	Item	R hitung	R tabel	Keterangan
Promosi (X1)	X1	0,445	0,162	Valid
	X2	0,411	0,162	Valid
	X3	0,486	0,162	Valid
	X4	0,427	0,162	Valid
	X5	0,449	0,162	Valid
	X6	0,346	0,162	Valid
	X7	0,501	0,162	Valid
	X8	0,385	0,162	Valid
	X9	0,375	0,162	Valid
	X10	0,345	0,162	Valid
	X11	0,219	0,162	Valid
Kualitas Pelayanan (X2)	X1	0,631	0,162	Valid
	X2	0,646	0,162	Valid
	X3	0,661	0,162	Valid
	X4	0,581	0,162	Valid
	X5	0,544	0,162	Valid
	X6	0,535	0,162	Valid
	X7	0,629	0,162	Valid
	X8	0,597	0,162	Valid
	X9	0,428	0,162	Valid

Variabel	Item	R hitung	R tabel	Keterangan
	X10	0,316	0,162	Valid
	X11	0,374	0,162	Valid
	X12	0,381	0,162	Valid
	X13	0,576	0,162	Valid
	X14	0,634	0,162	Valid
	X15	0,579	0,162	Valid
	X16	0,480	0,162	Valid
	X17	0,481	0,612	Valid
Keputusan (Y)	Y1	0,453	0,162	Valid
	Y2	0,402	0,162	Valid
	Y3	0,696	0,162	Valid
	Y4	0,610	0,162	Valid
	Y5	0,647	0,162	Valid
	Y6	0,522	0,162	Valid
	Y7	0,362	0,162	Valid
	Y8	0,395	0,162	Valid
	Y9	0,438	0,162	Valid
	Y10	0,497	0,162	Valid

Variabel	Item	R hitung	R tabel	Keterangan
	Y11	0,530	0,162	Valid
	Y12	0,693	0,162	Valid
	Y13	0,637	0,162	Valid
	Y14	0,703	0,162	Valid
	Y15	0,498	0,162	Valid
	Y16	0,685	0,162	Valid

*Sumber : Data diolah oleh Peneliti, 2024*

Berdasarkan pada hasil penelitian tersebut, dapat di simpulkan bahwa seluruh butir pertanyaan pada setiap variable promosi (X1) kualitas pelayanan (X2) dan keputusan (Y) setelah dilakukan uji validitas dinyatakan valid karena  $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$  dengan menggunakan level signifikansi 5%.

b. Uji Realibilitas

Uji realibilitas adalah pengukuran terhadap suatu instrument yaitu kuesioner tetap konsisten setelah dilakukan berulang terhadap subjek dan dalam kondisi yang sama. Artiny jawaban dari responden terhadap pertanyaan adalah konsisten dari waktu ke waktu.

Pengukuran realibilitas dilakukan dengan cara *one shot* atau pengukuran sekali saja dengan alat bantu SPSS uji statistic.

Kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban dari responden konsisten dan kriteria pengambilan keputusan uji realibel adalah, dinyatakan realibel jika nilai *Croanbach Alpha*  $> 0.60$ , dan dinyatakan tidak realibel jika nilai *Croanbach Alpha*  $< 0.60$ .

**Tabel 4. 5 Reliabilitas**

Variable	Alpha Croanbach	Standar Reliabilitas	Keterangan
Promosi (X1)	0,680	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X1)	0,844	0,60	Reliabel
Keputusan (Y)	0,849	0,60	Reliabel

*Sumber : Data diolah oleh Peneliti, 2024*

Berdasarkan hasil penelitian di atas, dapat di simpulkan bahwa variable X1 dan X2 terhadap variable Y dinyatakan reliabel karena *Croanbach Alpha*  $> 0.60$ .

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data variable bebas dan variable terikat pada persamaan regresi yang dihasilkan berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini data harus



berdistribusi normal dan untuk memenuhi asumsi tersebut maka digunakan *normal probability plot* pada aoutput SPSS yang diketahui berdasarkan tabel Uji *Kolmogorov-Smirnov*. Dasar pengambilan keputusan dapat dilihat dari :

- 1) Jika nilai signifikansi  $> 0.05$  maka nilai residual berdistribusi normal.
- 2) Jika nilai signifikansi  $< 0.05$  maka nilai residual berdistribusi tidak normal.

**Tabel 4. 6 Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		147
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	6,03081609
Most Extreme Differences	Absolute	,054
	Positive	,054
	Negative	-,052
Test Statistic		,054
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

*Sumber : Data diolah oleh Peneliti, 2024*

Berdasarkan hasil uji normalitas yang dilihat dari tes *Komogrov smirnov* diatas menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal karena nilai signifikansi  $0,200 > 0,05$ .

b. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas dilakukan untuk mengetahui apakah terjadi korelasi atau hubungan yang hampir atau mendekati sempurna antara variable independen dalam penelitian. Dasar pengambilan keputusan dari uji multikolonieritas dilihat dari :

- 1) Jika  $VIF < 10$  atau nilai *tolerance*  $> 0,10$  maka dinyatakan tidak terjadi multikolonieritas.
- 2) Jika  $VIF > 10$  atau nilai *tolerance*  $< 0,10$  berarti terdapat multikolonieritas antar variable penelitian.

**Tabel 4. 7 Uji Multikolonieritas**

Model	Tolerance	VIF
Promosi	0,993	1,007
Kualitas Pelayanan	0,993	1,007

*Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2024*

Berdasarkan tabel 4.6 bahwa nilai VIF variable Promosi (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) adalah  $1,007 < 10$  dan nilai tolerance  $0,993 > 0,10$  maka data dalam penelitian ini tidak terjadi multikolonieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas merupakan suatu kondisi dimana varian residual semua pengamatan dalam model regresi tidak sama. Dalam penelitian ini cara pengujian menggunakan Uji *Glejser*, jika nilai signifikansi antara variable independen dengan residual absolut  $> 0,05$  maka dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

**Tabel 4. 8 Uji Heteroskedastisitas**

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9,972	3,812		2,616	,010
	PROMOSI	-,049	,071	-,058	-,695	,488
	KUALITAS PELAYANAN	-,052	,032	-,133	-1,609	,110

a. Dependent Variable: ABS\_RES

*Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2024*

Berdasarkan tabel di atas, dapat di simpulkan bahwa model regresi layak dipakai dalam penelitian ini dikarenakan nilai signifikan dari variable Promosi (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas dalam variable penelitian.

### 3. Analisis Regresi Berganda

#### a. Uji Linear Berganda

Dalam penelitian ini uji linear berganda digunakan untuk menguji bagaimana pengaruh variable bebas yaitu Promosi (X1), Kualitas Pelayanan (X2), terhadap variable terikat yaitu Keputusan nasabah dalam menggunakan tabungan wadiah (Y) dengan menggunakan rumus :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

**Tabel 4. 9 Uji Linear Berganda**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8,048	5,860		1,373	,172
	PROMOSI	,086	,109	,041	,794	,428
	KUALITAS PELAYANAN	,762	,049	,792	15,457	,000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN

*Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2024*

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat hasil pengolahan data menunjukkan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y : 8,048 + 0,086 X_1 + 0,762 X_2$$

Dari persamaan berikut disimpulkan bahwa terdapat hasil dari perhitungan SPSS.26 yang menunjukkan :

- 1) Nilai a sebesar 8,048 merupakan konstanta atau keadaan saat variabel penggunaan keputusan tabungan akad wadiah belum dipengaruhi oleh variabel lain yaitu variabel promosi (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2).
- 2) b1 (nilai koefisien regresi X1) sebesar 0,086 menunjukkan bahwa variabel promosi mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan menggunakan tabungan wadiah yang berarti bahwa setiap kenaikan satuan variabel promosi maka akan mempengaruhi keputusan menggunakan tabungan akad wadiah sebesar 0,086, dengan asumsi variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

3)  $b_2$  (nilai koefisien regresi  $X_2$ ) sebesar 0,762 menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan menggunakan tabungan akad wadiah yang berarti bahwa setiap kenaikan satuan variabel kualitas pelayanan maka akan mempengaruhi keputusan menggunakan tabungan akad wadiah sebesar 0,762 dengan asumsi variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

b. Uji koefisien determinan ( $R^2$ )

Uji koefisien determinan atau  $R^2$  dilakukan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan dari variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.

**Tabel 4. 10 Uji Koefisien Determinan**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,790 <sup>a</sup>	,624	,619	6,07255

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI

*Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2024*

Berdasarkan tabel di atas dapat diperoleh :

- 1) Nilai R atau korelasi yang didapat sebesar 0,79 atau 79% artinya korelasi antara variabel promosi ( $X_1$ ) dan keputusan ( $X_2$ ) memiliki nilai positif dan memiliki hubungan kuat terhadap keputusan menggunakan tabungan akad wadiah ( $Y$ ).

- 2) Nilai  $R^2$  atau koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,624 atau 62,4% artinya promosi (X1) dan keputusan (X2) memiliki pengaruh sebesar 62,4% terhadap keputusan menggunakan tabungan akad wadiah (Y).

#### 4. Uji Hipotesis

##### a. Uji Simultan (uji F)

Uji Signifikan Simultan (uji F) dilakukan untuk mengetahui tingkat Signifikansi Pengaruh dari variabel bebas (X) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Y). dengan dasar pengambilan sebagai berikut :

- 1) Jika nilai  $\text{sig} \leq 0,05$  atau  $F_{\text{hitung}} \geq F_{\text{tabel}}$  maka terdapat pengaruh variabel X secara Simultan terhadap variabel Y.
- 2) Jika nilai  $\text{sig} \geq 0,05$  atau  $F_{\text{hitung}} \leq F_{\text{tabel}}$  maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara Simultan terhadap variabel Y.

Dengan rumus F tabel sebagai berikut:

$$F_{\text{tabel}} = F(k ; n - k) = F(2 ; 145) = 3.06$$

**Tabel 4. 11 Uji Simultan**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8820,008	2	4410,004	119,590	,000 <sup>b</sup>
	Residual	5310,128	144	36,876		
	Total	14130,136	146			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN

b. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI

*Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2024*

Berdasarkan hasil output uji simultan dengan SPSS diatas dapat diketahui nilai signifikansinya untuk pengaruh promosi (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara simultan atau bersama-sama terhadap keputusan memilih tabungan akad wadiah (Y) adalah sebesar  $0,000 \leq 0,05$  dan  $F_{hitung} 119,590 \geq F_{tabel} 3.06$  sehingga dapat di simpulkan bahwa H1 diterima yang berarti terdapat pengaruh Promosi (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) secara simultan terhadap Keputusan Menggunakan Tabungan Akad Wadiah (Y).

b. Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial atau uji t dilakukan untuk mengetahui tingkat signifikansi variabel bebas (X) secara parsial atau terpisah terhadap variabel terikat (Y). dasar pengambilan keputusan dapat dilihat dari :

1. Dengan membandingkan antara nilai  $T_{hitung}$  dengan  $T_{tabel}$ . Jika  $T_{hitung} \leq T_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_2$  ditolak. Begitupula apabila  $T_{hitung} \geq T_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.
2. Dengan menggunakan angka probalitas signifikansi (Sig), jika angka  $Sig. \leq 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima., apabila angka  $Sig. \geq 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.

Dengan rumus t tabel sebagai berikut :

$$T_{tabel} = t (a/2 ; n - k -1) = t (0,025 ; 144) = 1.976$$

**Tabel 4. 12 Uji Parsial**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8,048	5,860		1,373	,172
	PROMOSI	,086	,109	,041	,794	,428
	KUALITAS PELAYANAN	,762	,049	,792	15,457	,000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN

*Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2024*

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) diatas dapat dilihat bahwa hasil perhitungan koefisien regresi dengan uji T adalah sebagai berikut :

- 1) Untuk variabel X1 (promosi) terhadap keputusan menggunakan tabungan akad wadiah diperoleh T hitung sebesar 0,794 dengan signifikansi 0,428. Dengan menggunakan batas 0,05 nilai signifikansi tersebut lebih besar dari taraf 5%. Dengan membandingkan nilai T hitung dan T tabel maka nilai T hitung sebesar 0,794 lebih kecil di banding T tabel 1.976 ( T hitung  $0,794 \leq$  T tabel 1.976). Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_2$  ditolak dan  $H_0$  diterima. Artinya tidak ada pengaruh yang signifikansi dari variabel promosi (X1) terhadap keputusan menggunakan tabungan akad wadiah (Y).
- 2) Untuk variabel X2 (kualitas pelayanan) terhadap keputusan menggunakan tabungan akad wadiah di peroleh nilai T hitung 15,457 dengan signifikansi 0,00. Dengan menggunakan batas 0,05 nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari taraf 5%. Dengan



membandingkan nilai T hitung dan T tabel maka nilai T hitung sebesar 15,457 lebih besar di banding T tabel sebesar 1.976 ( T hitung  $15,457 \geq T$  tabel 1.976). Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_2$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Artinya terdapat pengaruh yang signifikansi dari variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) terhadap keputusan menggunakan akad wadiah ( $Y$ ).

### C. Hasil Penelitian

- a. Pengaruh Promosi dan Kualiatas Pelayanan secara Simultan Terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Tabungan Akad Wadiah Di BSI KCP Kotabaru

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan tabungan akad wadiah di BSI KCP Kotabaru memiliki hubungan positif dan signifikansi. Hal ini dibuktikan dengan pengujiaan uji simultan dengan SPSS dengan menunjukkan  $F_{hitung} 119,590 \geq F_{tabel} 3.06$  dan nilai Sig.  $0,000 \leq 0,05$ . Dengan ini dapat di simpulkan dengan  $H_0$  di tolak  $H_1$  diterima

Penelitian ini didukung oleh (Wahyu Hidayat, 2019 hlm 70) yang menunjukkan bahwa promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh secara positif untuk uji simultan setelah dilakukan analisis statistik menghasilkan  $F_{hitung} 0.862 \geq F_{tabel} 0.349$ . Hal ini sesuai dengan teori dari Sondang P Siagian adalah pengambilan keputusan suatu pendekatan yang sistematis terhadap hakikat alternatif yang dihadapi dan pengambilan tindakan yang menurut perhitungan meupakan tindakan paling cepat. Selanjutnya teori dari

James A. F. Stoner pengambilan keputusan adalah proses yang digunakan untuk memilih suatu tindakan sebagai cara pemecahan masalah. Selanjutnya dari (Fandi Tjipno, 2014) yaitu upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Selanjutnya teori dari Schiffman dan Wisenblit bahwa pengambilan keputusan konsumen dapat dipandang sebagai suatu system yang disebut input dan output, dengan demikian, proses pengambilan keputusan konsumen dipengaruhi oleh input yang diperoleh nasabah. (Tatik Suryani, 2017, p. 10)

b. Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan secara Parsial Terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Tabungan Akad Wadiah

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Promosi memiliki hubungan negatif dan tidak signifikansi terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan tabungan akad wadiah. Hal ini dibuktikan dengan pengujian hipotesis parsial pada promosi terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan tabungan akad wadiah menunjukkan bahwa nilai koefisien pengetahuan T tabel (1,976) dan nilai T hitung (0,794) yang artinya  $T \text{ hitung} \leq T \text{ tabel}$  dan tingkat Signifikansinya 0,428. Berdasarkan hal ini dapat diketahui bahwa Promosi tidak berpengaruh dan tidak signifikan karena nilai koefisien kecil dan nilai signifikansi  $\geq 0,05$ , jadi H2 ditolak dan H0 diterima. Dengan demikian promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan tabungan akad wadiah di BS KCP Kotabaru.

Penelitian ini di dukung oleh (Mochamad Fahri Ardiansyah dan Jamaludin Khalid, 2022 hlm, 1426) yang menunjukkan promosi tidak berpengaruh yang signifikansi terhadap keputusan. Didukung pendapat promosi dapat didefinisikan dengan taktik pemasaran yang di dilakukan untuk memberikan informasi kepada calon konsumen terkait pesan atau nilai yang terkandung di dalam suatu produk atau merek serta membujuk mereka untuk melakukan pembelian atau penggunaan.(Aji Mustiko Handy, n.d.). Teori selanjutnya dari laksamana (2019 :129) yaitu promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang awalnya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menajadi pembeli atau tidak membeli dan tetap mengingat produk tersebut.

Sedangkan hasil penelitian Kualitas Pelayanan memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan tabungan akad wadiah. hal ini dibuktikan dengan pengujian hipotesis parsial pada kualitas pelayanan terhadap keputusan menggunakan tabungan akad wadiah menunjukkan bahwa nilai koefisien kualitas pelayanan atau T tabel (1.976) dan nilai T hitung (15,457) yang artinya  $T \text{ hitung} \geq T \text{ tabel}$  dan tingkat signifikan 0,000. Berdasarkan hal ini dapat diketahui bahwa kualitas pelayan berpengaruh signifikan karena nilai koefisien positif dan nilai signifikan  $\leq 0,05$ , jadi  $H_2$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Dengan demikian kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan tabungan akad wadiah di BSI KCP Kotabaru.

Penelitian ini sesuai dengan teori dan pendapat yang dikemukakan oleh Fandi Tjipno yaitu upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Hasil dari penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Muhammad Hasan Al-Husairi, 2022) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menggunakan tabungan akad wadiah. Selanjutnya sesuai dengan teori Arianti (2018:83) yaitu kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan.