

BAB IV

LAPORAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum lokasi Penelitian

1. Profil Perusahaan AJB bumiputera 1912 Syariah Cabang Banjarmasin

AJB Bumiputera 1912 Syariah Cabang Banjarmasin merupakan suatu lembaga yang bergerak dalam usaha jasa asuransi jiwa yang mengklaim sistem tanpa bunga, yaitu sistem bagi hasil dan operasionalnya berdasarkan syariat Islam. Eksistensinya mempunyai arti penting bagi umat Islam yang ingin berikhtiar dalam menghadapi suatu resiko dimasa yang akan datang.

Perusahaan AJB Bumiputera 1912 Syariah Cabang Banjarmasin merupakan salah satu cabang dari perusahaan AJB Bumiputera Syariah yang berpusat di Jakarta Jl. KH Ashari No. 37A RT. 09 LT 3 dan 4 Petojo Utara Jakarta Pusat. Awal mula beroperasi di Banjarmasin pada tanggal 27 Maret 2007 yang beralamat di Jl. Pangeran Antasari No. 158 Banjarmasin

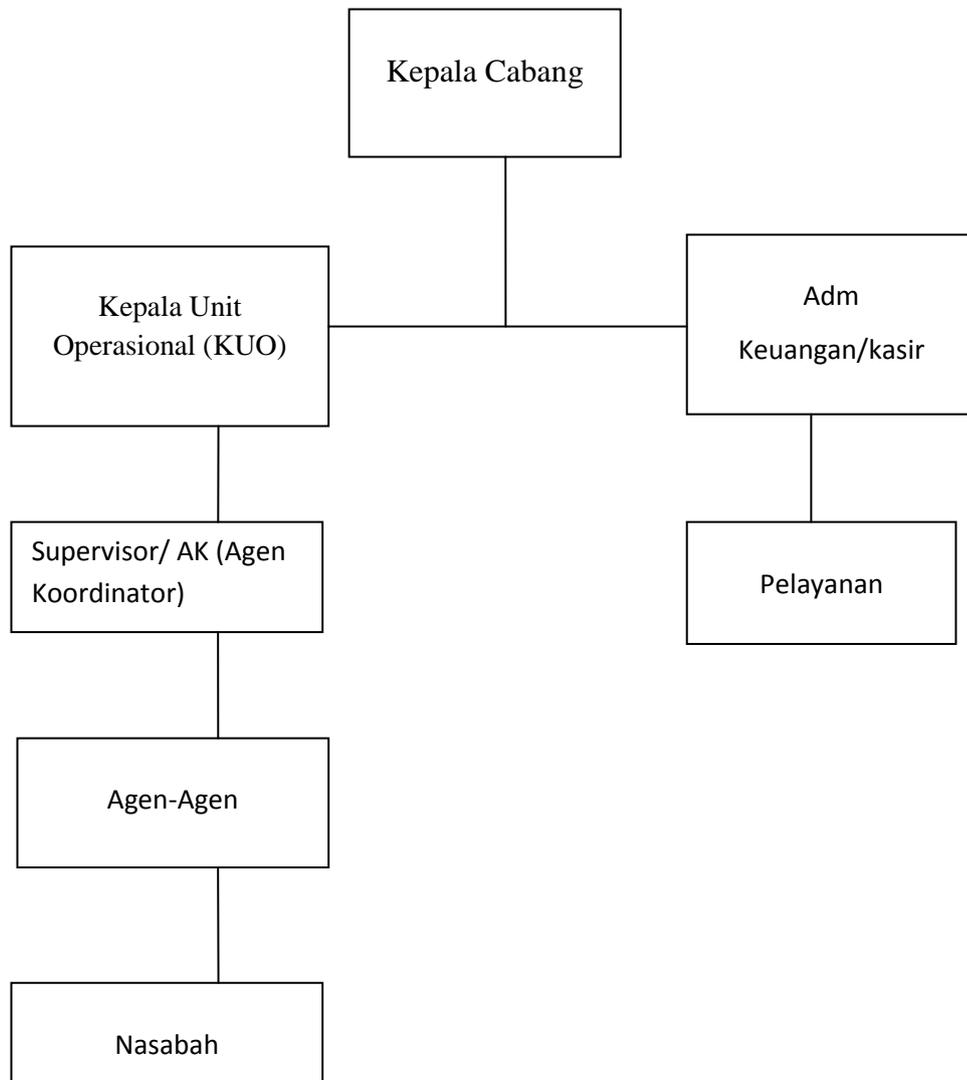
AJB Bumiputera 1912 Syariah mempunyai wilayah kerja hampir diseluruh provinsi seperti Banda Aceh, Medan, Pematang Siantar, Pekanbaru, Padang, Palembang, Jambi, Bandar Lampung, Jakarta Pusat, Jakarta Selatan, Jakarta Timur, Jakarta Barat, Banten, Bogor, Bandung, Cirebon, Semarang, Yogyakarta, Purwokerto, Surakarta, Sidoarjo, Surabaya, malang, Kediri, Mataram, Denpasar, Manado, Jayapura, Kupang, Balikpapan, Pontianak, dan diantaranya AJB Bumiputera 1912 Syariah Cabang Banjarmasin.

Dalam menjalankan usahanya perusahaan AJB Bumiputera 1912 Syariah Cabang Banjarmasin hanya satu jenis usaha yang dijalankan yaitu khusus untuk asuransi jiwa saja.

2. Struktur Organisasi

Seperti halnya perusahaan-perusahaan lain, perusahaan AJB Bumiputera 1912 Syariah Cabang Banjarmasin juga mempunyai struktur organisasi tersendiri yang disesuaikan dengan kepentingan dan kebutuhan intern perusahaan. Struktur organisasi yang ada pada perusahaan ini berbentuk organisasi bagan. Struktur ini sangat cocok untuk perusahaan, karena sifatnya sederhana dan mengandung prinsip kesatuan perintah dan tanggung jawab. Untuk arus kekuatan bergerak dari pimpinan sampai bawahannya, sedang arus tanggung jawab bergerak sebaliknya dari bawah ke atas.

Bagan dari struktur organisasi AJB Bumiputera 1912 Syariah Cabang Banjarmasin dapat dilihat pada bagan berikut ini:

Struktur Organisasi Perusahaan AJB Bumiputera 1912 Syariah**Cabang Banjarmasin**

Sumber : AJB Bumiputera 1912 Syariah Cabang Banjarmasin

3. Tugas dan Fungsi Pokok Perusahaan

Berikut ini dijelaskan mengenai tugas dan fungsi pokok dari masing-masing bagian yang ada dalam struktur organisasi perusahaan AJB Bumiputera 1912 Syariah Cabang Banjarmasin yaitu:

a. Kepala Cabang

Kepala cabang bertanggung jawab penuh terhadap jalannya operasional cabang dalam mencapai hasil yang diharapkan terutama target yang dihasilkan kantor pusat, serta mempunyai hak tunggal dalam penandatanganan dan menentukan kebijakan strategi pemasaran kantor cabang.

b. Kepala Unit Operasional (KUO)

Kepala unit operasional yang mempunyai fungsi utama menjalankan kegiatan operasional pemasaran asuransi jiwa syariah serta mengelola kegiatan operasional pemasaran asuransi jiwa.

c. Bagian Keuangan dan Administrasi/Kasir

Bagian Keuangan dan Administrasi/Kasir bertugas membantu kepala cabang dalam operasional administrasi yang meliputi pembukuan, kasir dan tugas operasional lainnya yang meliputi pembukuan transaksi yang dilakukan kantor cabang, menerima perolehan premi, melakukan pembayaran klaim, pengeluaran-pengeluaran operasional, serta melakukan penyetoran hasil tagih premi ke bank.

d. Supervisor (Agen Koordonasi)

Supervisor bertugas merekrut agen yang akan dididik, mengawasi dan membimbing agen dalam pencapaian target kantor cabang serta menangani masalah kunjungan agen ke nasabah dengan melihat laporan setiap minggu dan juga mencari nasabah

e. Agen

Agen bertugas untuk menawarkan produk-produk yang dimiliki AJB Bumiputera 1912 Syariah Cabang Banjarmasin, melakukan evaluasi terhadap pasar agar dapat memperluas pangsa pasar sehingga penjualan polis dapat ditingkatkan serta target penjualan tercapai, bertanggung jawab atas hasil penjualan terhadap kepala cabang serta melakukan penagihan premi kepada nasabah yang berhasil diajak oleh agen untuk jadi pemegang polis dan menyerahkannya kepada bagian administrasi/kasir.

Sumber: AJB Bumiputera 1912 Syariah Cabang Banjarmasin

4. Produk-Produk AJB Bumiputera 1912 Syariah Cabang Banjarmasin

a. Mitra Mabror

Produk ini merupakan produk yang berupa dana haji, yang mana produk ini diharapkan akan membantu peserta untuk menyisihkan dana tabungan haji secara teratur, lebih dari itu asuransi mitra mabrur ini juga menawarkan dana *mudharabah* (bagi hasil) terutama perlindungan (asuransi), selain itu juga pemegang polis mendapatkan bagi hasil dari dana yang terkumpul dari peserta dengan nisbah 70:30.

Dalam mitra mabrur ini premi secara jelas dikelompokkan menjadi tiga yaitu:

- Premi tabarru yang di ikhhlaskan untuk tujuan tolong-menolong
- Premi tabungan ini mutlak milik nasabah/peserta
- Premi biaya yang diserahkan kepada perusahaan sebagai biaya pengelolaan.

Premi yang dibayar peserta sesuai dengan kemampuan peserta itu sendiri, minimal Rp 1.200.000/tahun atau Rp 100.000/bulan dan seterusnya tidak dibatasi berapa kesanggupan peserta. Sedangkan manfaat yang diperoleh peserta ialah dana tabungan yang terkumpul ditambah bagian keuntungan hasil investasi.

b. Mitra Iqra

Produk ini secara khusus menjamin para pemegang polis tersedianya sejumlah dana pendidikan, sejak putra-putri masuk taman kanak-kanak sampai dengan lulus perguruan tinggi, dari kemungkinan terjadinya yang tidak terduga.

Dengan Mitra Iqra ini tidak hanya disiplin mempersiapkan dana pendidikan, tapi juga menyiapkan dana perlindungan bagi putra-putri sekiranya tidak terjadi sesuatu yang tidak dikehendaki. Selain itu juga pemegang polis mendapatkan bagi hasil dari dana yang terkumpul dari peserta dengan nisbah 70:30. Dalam mitra iqra premi dikelompokkan menjadi tiga yaitu premi *tabarru*, premi tabungan dan premi biaya.

Premi yang dibayar peserta sesuai dengan kemampuan peserta itu sendiri, sama juga dengan mitra mabrur yakni Rp 1.200.000/tahun atau Rp 100.000/bulan dan seterusnya tidak dibatasi berapa kesanggupan peserta. Sedangkan manfaat yang diperoleh peserta ialah secara bertahap, usia anak tingkat TK dan SD mendapat 10% dari manfaat awal, tingkat SMP 20%, tingkat SMA 25% dan perguruan tinggi 35% /tahun dari manfaat awal selama 5 tahun.

B. Penyajian Data

1. Karakteristik Responden

Pada bagian ini akan dijelaskan gambaran deskriptif objek penelitian untuk mendukung analisa kuantitatif dan memberikan gambaran mengenai perbandingan minat nasabah terhadap produk mitra iqra dengan mitra mabrur.

Sebelum membahas deskriptif masing-masing variabel penelitian yang diamati, maka terlebih dahulu akan dijelaskan karakteristik responden yang meliputi: gambaran jenis kelamin, usia responden, pendidikan terakhir, pekerjaan dan pendapatan responden. Dari 100 lembar kuesioner yang dibagikan, semua berhasil dikumpulkan dan dinyatakan layak untuk dianalisa lebih lanjut. Hasil data yang diperoleh menunjukkan gambar sebagai berikut:

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Produk Mitra Iqra Berdasarkan Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	laki-laki	35	70.0	70.0	70.0
	Perempuan	15	30.0	30.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel 1 di atas menunjukkan data yang diperoleh melalui penyebaran angket pada nasabah yang menggunakan produk Mitra Iqra memperlihatkan bahwa karakteristik responden jenis kelamin laki-laki sebanyak 35 orang atau sebesar 70% dan responden jenis kelamin perempuan sebanyak 15 orang atau sebesar 30%.

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Produk Mitra Maburr Berdasarkan Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	28	56.0	56.0	56.0
	Perempuan	22	44.0	44.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel 2 di atas menunjukkan data yang diperoleh melalui penyebaran angket pada nasabah produk Mitra Maburr memperlihatkan bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin laki-laki sebanyak 28 orang

atau sebesar 56 % dan responden jenis kelamin perempuan berjumlah 22 orang atau sebesar 44 %.

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Nasabah Produk Mitra Iqra Berdasarkan Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 21-30 Tahun	2	4.0	4.0	4.0
31-40 Tahun	24	48.0	48.0	52.0
41-50 Tahun	18	36.0	36.0	88.0
> 50 Tahun	6	12.0	12.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Keadaan umur responden dikelompokkan menjadi 5 kelompok usia nasabah, akan tetapi pada saat penelitian data yang ditemukan berdasarkan sampel nasabah hanya memenuhi 4 kelompok usia. Dengan masing-masing jumlah frekuensi dan persentase memperoleh data yang berbeda. Kelompok nasabah usia 21-30 tahun dengan frekuensi 2 orang atau 4 %. Kelompok nasabah usia 31-40 tahun memenuhi frekuensi terbanyak nasabah yakni 24 orang atau 48 %, kelompok usia 41-50 memenuhi frekuensi 18 orang atau 36 % sedangkan kelompok usia diatas 50 tahun memperoleh frekuensi 6 orang atau 12 %.

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Nasabah Produk Mitra Maburr Berdasarkan Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	21-30 tahun	1	2.0	2.0	2.0
	31-40 Tahun	9	18.0	18.0	20.0
	41-50 Tahun	30	60.0	60.0	80.0
	> 50 Tahun	10	20.0	20.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Dari data di atas dapat diketahui umur nasabah dari 4 kelompok usia. Kelompok nasabah usia 21-30 memperoleh frekuensi 1 orang atau sebesar 2 %. Kelompok nasabah usia 31-40 memenuhi frekuensi 9 orang atau 18 %, kelompok usia 41-50 memenuhi frekuensi terbanyak nasabah yakni 30 orang atau 60 % dan kelompok nasabah usia 50 tahun ke atas memperoleh frekuensi sebanyak 10 orang atau 20 %.

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Produk Mitra Iqra Berdasarkan Pendidikan Terakhir

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD/MI	1	2.0	2.0	2.0
	SMP/MTs	2	4.0	4.0	6.0
	SMA/MA	29	58.0	58.0	64.0
	DIPLOMA	1	2.0	2.0	66.0
	SARJANA	17	34.0	34.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Dari gambar di atas dapat disimpulkan responden terbanyak dengan pendidikan terakhir yakni SMA/MA sebanyak 29 orang atau setara 58 %, kemudian disusul tingkat pendidikan sarjana 17 orang atau 34 %, kemudian SMP/MTs sebanyak 2 orang atau 4 % sedangkan SD/MI dan Diploma sebanyak 1 orang atau 2 %.

Tabel 4.6
Karakteristik Responden Produk Mitra Maburr Berdasarkan Pendidikan Terakhir

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SD/MI	2	4.0	4.0	4.0
SMP/MTs	2	4.0	4.0	8.0
SMA/MA	13	26.0	26.0	34.0
DIPLOMA	6	12.0	12.0	46.0
SARJANA	27	54.0	54.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Dari data di atas maka responden terbanyak dengan pendidikan terakhir Sarjana sebanyak 27 orang atau 54 %, kemudian SMA/MA sebanyak 13 orang atau 26 %, Diploma sebanyak 6 orang atau 12 % sedangkan SD/MI dan SMP/MTs sebanyak 2 orang atau 4 %.

Tabel 4.7
Karakteristik Responden Nasabah Produk Mitra Iqra Berdasarkan Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Buruh/Tani	9	18.0	18.0	18.0
Pengusaha	1	2.0	2.0	20.0
PNS/ABRI	7	14.0	14.0	34.0
Wirausaha	12	24.0	24.0	58.0
Pegawai Swasta	21	42.0	42.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Dari data di atas dapat disimpulkan pekerjaan terbanyak responden adalah pegawai swasta sebanyak 21 orang atau 42 %, kemudian disusul wirausaha dengan frekuensi 12 orang atau 24 %, PNS sebanyak 7 orang atau 14 % , buruh/tani sebanyak 9 orang atau 18 % sedangkan pengusaha sebanyak 1 orang atau 2 %.

Tabel 4.8
Karakteristik Responden Nasabah Produk Mitra Mabruur Berdasarkan Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Buruh/Tani	2	4.0	4.0	4.0
Pengusaha	10	20.0	28.0	32.0
PNS/ABRI	14	28.0	28.0	60.0
Wirausaha	14	28.0	28.0	88.0
Pegawai Swasta	10	20.0	12.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Dari data di atas maka dapat disimpulkan pekerjaan terbanyak responden adalah PNS dan Wirausaha atau bedagang dengan masing-masing memperoleh frekuensi 14 orang atau 28 %, disusul oleh Pegawai swasta dan pengusaha dengan masing-masing frekuensi 10 orang atau 20 % sedangkan buruh/tani 2 orang atau 4 %.

Tabel 4.9
Karakteristik Responden Nasabah Produk Mitra Iqra Berdasarkan Pendapatan Perbulan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.050.000-2.000.000	26	52.0	52.0	52.0
	2.050.000-3.000.000	21	42.0	42.0	94.0
	> 3.000.000	3	6.0	6.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa pendapatan terbanyak responden adalah 1.050.000-2.000.000 sebanyak 26 orang atau 52 % kemudian disusul oleh 2.050.000-3.000.000 dengan frekuensi 21 orang atau 42 % sedangkan di atas 3.000.000 sebanyak 3 orang atau 6 %.

Tabel 4.10
**Karakteristik Responden Nasabah Produk Mitra Mabur Berdasarkan
 Pendapatan Perbulan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.050.000-2.000.000	7	14.0	14.0	14.0
	2.050.000-3.000.000	21	42.0	42.0	56.0
	> 3.000.000	22	44.0	44.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa pendapatan responden adalah 1.050.000-2.000.000 sebanyak 7 orang atau 14 % kemudian 2.050.000-3.000.000 dengan frekuensi 21 orang atau 42 % sedangkan diatas 3.000.000 sebanyak 22 orang atau 44%.

2. Disrtibusi Jawaban Responden

Dari data yang diperoleh dari hasil pembagian kuesioner kepada responden, maka gambaran yang berkaitan dengan perbandingan minat nasabah terhadap produk Mitra Iqra dengan produk Mitra Mabur dilihat dari indicator ketertarikan, perhatian dan kebutuhan. Berikut adalah tabel distribusi jawaban responden nasabah produk Mitra Iqra.

- 1) Saya tertarik mencari informasi tentang produk Mitra Iqra

Tabel 4.11

No	Jawaban	Jumlah Responden	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	10	20

4	Setuju	28	56
5	Sangat Setuju	12	24

- 2) saya menggunakan asuransi produk Mitra Iqra karena saya tidak punya asuransi pendidikan

Tabel 4.12

No	Jawaban	Jumlah Responden	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	0	0
4	Setuju	11	22
5	Sangat Setuju	39	78

- 3) Saya merasa senang karena premi untuk produk Mitra Iqra terjangkau

Tabel 4.13

No	Jawaban	Jumlah Responden	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	0	0
4	Setuju	20	40
5	Sangat Setuju	30	60

- 4) Saya tertarik karena mendapatkan dana pendidikan secara bertahap

Tabel 4.14

No	Jawaban	Jumlah Responden	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0

3	Netral	0	0
4	Setuju	0	0
5	Sangat Setuju	50	100

- 5) Saya menggunakan produk Mitra Iqra karena ingin menjaga-jaga biaya masa akan datang

Tabel 4.15

No	Jawaban	Jumlah Responden	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	0	0
4	Setuju	4	8
5	Sangat Setuju	46	42

- 6) Saya akan menyisihkan uang untuk bayar premi

Tabel 4.16

No	Jawaban	Jumlah Responden	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	0	0
4	Setuju	8	16
5	Sangat Setuju	42	84

- 7) Saya menggunakan Mitra Iqra dengan rasa bangga dan semangat, karena untuk masa depan yang menjanjikan berinvestasi

Tabel 4.17

No	Jawaban	Jumlah Responden	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0

2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	0	0
4	Setuju	7	14
5	Sangat Setuju	43	86

8) Saya menggunakan produk tersebut untuk biaya pendidikan anak

Tabel 4.18

No	Jawaban	Jumlah Responden	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	0	0
4	Setuju	5	10
5	Sangat Setuju	45	90

9) Saya menggunakan produk Mitra Iqra untuk sewaktu-waktu biaya mendadak yang saya butuhkan

Tabel 4.19

No	Jawaban	Jumlah Responden	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	0	0
4	Setuju	10	20
5	Sangat Setuju	40	80

10) Saya menggunakan produk Mitra Iqra bisa menambah penghasilan sampingan melalui investasi tersebut

Tabel 4.20

No	Jawaban	Jumlah Responden	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0

3	Netral	0	0
4	Setuju	7	14
5	Sangat Setuju	43	86

11) Biaya premi/ harga sesuai dengan penghasilan dari pekerjaan saya sehari-hari

Tabel 4.21

No	Jawaban	Jumlah Responden	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	0	0
4	Setuju	13	26
5	Sangat Setuju	37	74

Berikut adalah tabel distribusi jawaban responden produk Mitra Mabru:

1) Saya tertarik mencari informasi tentang produk Mitra Mabru

Tabel 4.22

No	Jawaban	Jumlah Responden	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	7	14
4	Setuju	31	62
5	Sangat Setuju	12	24

2) saya menggunakan asuransi produk Mitra Mabru karena saya tidak punya asuransi dana haji

Tabel 4.23

No	Jawaban	Jumlah Responden	%
1	Sangat Tidak Setuju	1	2
2	Tidak Setuju	4	8

3	Netral	4	8
4	Setuju	9	18
5	Sangat Setuju	32	64

3) Saya merasa senang karena premi untuk produk Mitra Mabrur terjangkau

Tabel 4.24

No	Jawaban	Jumlah Responden	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	0	0
4	Setuju	22	44
5	Sangat Setuju	28	56

4) Saya tertarik karena mendapatkan dana talangan haji pada produk tersebut

Tabel 4.25

No	Jawaban	Jumlah Responden	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	2	4
3	Netral	3	6
4	Setuju	14	28
5	Sangat Setuju	31	62

5) Saya menggunakan produk Mitra Mabrur karena ingin menjaga-jaga biaya masa akan datang

Tabel 4.26

No	Jawaban	Jumlah Responden	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	0	0

4	Setuju	9	18
5	Sangat Setuju	41	82

6) Saya akan menyisihkan uang untuk bayar premi

Tabel 4.27

No	Jawaban	Jumlah Responden	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	0	0
4	Setuju	10	20
5	Sangat Setuju	40	80

7) Saya menggunakan Mitra Mabruur dengan rasa bangga dan semangat, karena untuk masa depan yang menjanjikan berinvestasi

4.28

No	Jawaban	Jumlah Responden	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	0	0
4	Setuju	11	22
5	Sangat Setuju	39	78

8) Saya menggunakan produk tersebut untuk biaya naik haji

Tabel 4.29

No	Jawaban	Jumlah Responden	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	5	10
3	Netral	7	14
4	Setuju	6	12
5	Sangat Setuju	32	64

- 9) Saya menggunakan produk Mitra mabrur untuk sewaktu-waktu ada biaya mendadak yang harus saya perlukan

Tabel 4.30

No	Jawaban	Jumlah Responden	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	0	0
4	Setuju	9	18
5	Sangat Setuju	41	82

- 10) Saya menggunakan produk Mitra Mabrur bisa menambah penghasilan sampingan melalui investasi tersebut

Tabel 4.31

No	Jawaban	Jumlah Responden	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	0	0
4	Setuju	2	4
5	Sangat Setuju	48	96

- 11) Biaya premi/ harga sesuai dengan penghasilan dari pekerjaan saya sehari-hari

Tabel 4.32

No	Jawaban	Jumlah Responden	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	0	0
3	Netral	0	0

4	Setuju	13	26
5	Sangat Setuju	37	74

C. Analisis Data

1. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah dalam model uji beda t-test variabel memiliki data yang berdistribusi normal atau tidak.

Tabel 4.33

PRODUK		Tests of Normality					
		Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
		Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
KETERTTARIKAN	MITRA IQRA	.208	50	.000	.909	50	.001
	MITRA MABRUR	.215	50	.000	.876	50	.000
PERHATIAN	MITRA IQRA	.449	50	.000	.584	50	.000
	MITRA MABRUR	.383	50	.000	.670	50	.000
KEBUTUHAN	MITRA IQRA	.375	50	.000	.700	50	.000
	MITRA MABRUR	.229	50	.000	.852	50	.000

a. Lilliefors Significance Correction

Dari hasil uji normalitas diatas dapat diketahui bahwa data tidak berdistribusi normal sehingga perlu dilakukan pengujian dengan uji non parametric dengan analisa 2 sampel independent *type mann Whitney*.

2. Hasil Uji Validitas

Tabel 4.34

		Correlations					
		A1	A2	A3	A4	A5	TOTAL_A
A1	Pearson Correlation	1	.324**	-.034	.253*	.133	.570**
	Sig. (2-tailed)		.001	.739	.011	.186	.000
	N	100	100	100	100	100	100
A2	Pearson Correlation	.324**	1	.306**	.822**	.034	.887**
	Sig. (2-tailed)	.001		.002	.000	.738	.000
	N	100	100	100	100	100	100
A3	Pearson Correlation	-.034	.306**	1	.135	.181	.458**
	Sig. (2-tailed)	.739	.002		.179	.071	.000
	N	100	100	100	100	100	100
A4	Pearson Correlation	.253*	.822**	.135	1	-.029	.786**
	Sig. (2-tailed)	.011	.000	.179		.775	.000
	N	100	100	100	100	100	100
A5	Pearson Correlation	.133	.034	.181	-.029	1	.297**
	Sig. (2-tailed)	.186	.738	.071	.775		.003
	N	100	100	100	100	100	100
TOTAL_A	Pearson Correlation	.570**	.887**	.458**	.786**	.297**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.003	
	N	100	100	100	100	100	100

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Tabel 4.35

Correlations

		B1	B2	TOTAL_B
B1	Pearson Correlation	1	-.016	.701**
	Sig. (2-tailed)		.872	.000
	N	100	100	100
B2	Pearson Correlation	-.016	1	.701**
	Sig. (2-tailed)	.872		.000
	N	100	100	100
TOTAL_B	Pearson Correlation	.701**	.701**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	100	100	100

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

Tabel 4.36

Correlations

		C1	C2	C3	C4	TOTAL_C
C1	Pearson Correlation	1	-.111	-.153	.005	.668**
	Sig. (2-tailed)		.270	.130	.957	.000
	N	100	100	100	100	100
C2	Pearson Correlation	-.111	1	.204*	.394**	.482**
	Sig. (2-tailed)	.270		.042	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
C3	Pearson Correlation	-.153	.204*	1	.281**	.330**
	Sig. (2-tailed)	.130	.042		.005	.001
	N	100	100	100	100	100
C4	Pearson Correlation	.005	.394**	.281**	1	.617**
	Sig. (2-tailed)	.957	.000	.005		.000
	N	100	100	100	100	100
TOTAL_C	Pearson Correlation	.668**	.482**	.330**	.617**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel di atas, nilai r-hitung dari semua item pertanyaan lebih besar daripada 0,1966 hal ini menyatakan bahwa semua item tersebut dapat dinyatakan valid, dan benar-benar bisa digunakan sebagai alat ukur terhadap minat nasabah terhadap produk Mitra Iqra dan Produk Mitra Maburr.

3. Hasil Uji Realibilitas

Tabel 4.37

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.647	.601	11

Berdasarkan tabel di atas, nilai *Cronbach Alpha* semua variabel adalah lebih besar dari nilai standarnya, 0,6 ini berarti semua item dapat dinyatakan reliabel dan siap untuk dimasukkan kedalam analisis data.

4. Hasil analisis Uji 2 independen sampel type *Mann Whitney*.

Perhitungan 2 independent sampel dapat dilakukan dengan menggunakan program *SPSS for Windows*. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan yang signifikan antara minat nasabah terhadap produk Mitra Iqra dengan Produk Mitra Maburur. Berikut hasil perhitungan *Mann Whitney* :

a. Ketertarikan

Tabel 4.38

	ketertarikan
Mann-Whitney U	1050.000
Wilcoxon W	2325.000
Z	-1.412
Asymp. Sig. (2-tailed)	.158

Dari data diatas dapat diketahui nilai signifikan (Asymp. Sig. (2-tailed)) adalah 0,158 atau $> 0,05$, apabila nilai *Asymp sign* $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Kesimpulannya adalah tidak terdapat perbedaan pada variabel ketertarikan yang signifikan antara minat nasabah produk Mitra Iqra dengan Mitra Maburr.

b. Perhatian

Tabel 4.39

	perhatian
Mann-Whitney U	1088.500
Wilcoxon W	2363.500
Z	-1.358
Asymp. Sig. (2-tailed)	.175

Dari data diatas dapat diketahui nilai signifikan (Asymp. Sig. (2-tailed)) adalah 0,175 atau $> 0,05$, apabila nilai *Asymp sign* $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Kesimpulannya adalah tidak terdapat perbedaan pada variabel perhatian yang signifikan antara minat nasabah produk Mitra Iqra dengan Mitra Maburr.

c. Kebutuhan

Tabel 4.40

	kebutuhan
Mann-Whitney U	936.000
Wilcoxon W	2211.000
Z	-2.334
Asymp. Sig. (2-tailed)	.020

Dari data diatas dapat diketahui nilai signifikan (Asymp. Sig. (2-tailed)) adalah 0,020 atau $< 0,05$, apabila nilai *Asymp sign* $> 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Kesimpulannya adalah terdapat perbedaan pada variabel kebutuhan yang signifikan antara minat nasabah produk Mitra Iqra dengan Mitra Maburr.