

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Gambaran Umum Bank Syariah Indonesia

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 (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 intensitas baru yang di beri nama Bank Syariah Indonesia.

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

Tujuan merger 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.

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

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 Maburr
 - 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)
- 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

10) Pembiayaan Yang Diterima (PYD).

h. Prioritas

1) BSI Prioritas

2) BSI Private

3) Safe Deposit Box (SDB)

2. Karakteristik Responden

Responden pada penelitian ini sebanyak 60 orang Nasabah produk Tabungan Haji PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Banjarmasin Pasar Cempaka. Berdasarkan hasil pembagian kuesioner maka diperoleh karakteristik responden sebagai berikut.

a. Usia Responden

Berdasarkan hasil pembagian kuesioner, komposisi usia responden yang merupakan Nasabah produk Tabungan Haji PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Banjarmasin Pasar Cempaka dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4. 1.
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	21 – 25	9	15,00
2.	26 – 30	13	21,67
3.	31 – 35	17	28,33
4.	36 – 40	8	13,33
5.	41 – 45	6	10,00
6.	46 – 50	4	6,67
7.	51 – 56	3	5,00
Jumlah		60	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023

Berdasarkan tabel 4.1 diketahui bahwa sebagian besar Nasabah produk Tabungan Haji PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Banjarmasin

Pasar Cempaka yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah berusia antara 31 - 35 tahun (28,33%). Namun jika dilihat dari sebaran usia nasabah, maka bisa disimpulkan bahwa umumnya Nasabah produk Tabungan Haji PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Banjarmasin Pasar Cempaka adalah orang-orang yang sudah masuk kategori dewasa yang sudah mampu membuat keputusan sendiri.

b. Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan hasil pembagian kuesioner, jenis kelamin Nasabah produk Tabungan Haji PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Banjarmasin Pasar Cempaka yang terpilih menjadi responden diuraikan sebagai berikut:

Tabel 4. 2.
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	Perempuan	40	66,67
2.	Laki-laki	20	33,33
Jumlah		60	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023

Berdasarkan tabel 4.2 di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar Nasabah produk Tabungan Haji PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Banjarmasin Pasar Cempaka adalah perempuan (66,67%).

c. Pekerjaan

Berikut ini disajikan tabel mengenai karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan responden yang dikategorikan ke dalam 6 (enam) kategori yaitu:

Tabel 4. 3.
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	PNS	20	33,33
2.	Karyawan Swasta	18	30,00
3.	Karyawan BUMN/BUMD	13	21,67
4.	TNI / Polri	5	8,33
5.	Mahasiswa / Pelajar	2	3,33
6.	Lain-Lain	2	3,33
Jumlah		60	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan pada tabel 4.3 di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden bekerja sebagai PNS yaitu 33,33%. Hal ini berarti bahwa sebagian besar Nasabah produk Tabungan Haji PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Banjarmasin Pasar Cempaka adalah berstatus sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS), karyawan Swasta, dan karyawan BUMN/BUMD yang memiliki penghasilan tetap.

d. Pendidikan Terakhir

Berikut ini pendidikan terakhir Nasabah produk Tabungan Haji PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Banjarmasin Pasar Cempaka:

Tabel 4. 4.
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No.	Pendidikan Terakhir	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	SD	5	8,33
2.	SMP	6	10,00
3.	SMA	9	15,00
4.	Diploma	15	25,00
5.	S1	20	33,33
6.	S2	5	8,33
7.	S3	0	0,0
Jumlah		60	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan pada tabel 4.4 di atas dapat diketahui bahwa sebagian

besar responden memiliki tingkat pendidikan S1 yaitu, 44,9%. Hal ini berarti bahwa sebagian besar Nasabah produk Tabungan Haji PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Banjarmasin Pasar Cempaka adalah orang-orang yang memiliki latar belakang pendidikan sebagai sarjana S1 dan tergolong berpendidikan tinggi.

3. Hasil Uji Instrumen Penelitian

a. Hasil Uji Validitas

Uji validitas instrumen dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan korelasi *product moment* yang operasionalnya menggunakan bantuan aplikasi *SPSS for windows* versi 26. Item pernyataan dalam penelitian ini dinyatakan valid apabila memiliki nilai r hitung lebih besar dibandingkan dengan r tabel. Adapun r tabel yang ditentukan dalam uji validitas penelitian ini adalah sebesar 0,254. Adapun hasil uji validitas instrumen penelitian dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4. 5
Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

No.	Variabel	No. Item	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	Promosi (X1)	x1.1	0,511	0,254	Valid
2.		x1.2	0,532	0,254	Valid
3.		x1.3	0,632	0,254	Valid
4.		x1.4	0,737	0,254	Valid
5.		x1.5	0,512	0,254	Valid
6.		x1.6	0,551	0,254	Valid
7.		x1.7	0,474	0,254	Valid
8.		x1.8	0,873	0,254	Valid
9.		x1.9	0,542	0,254	Valid
10.		x1.10	0,658	0,254	Valid
11.		x1.11	0,444	0,254	Valid
12.	Kepercayaan (X2)	x2.1	0,818	0,254	Valid
13.		x2.2	0,528	0,254	Valid
14.		x2.3	0,524	0,254	Valid
15.		x2.4	0,743	0,254	Valid

No.	Variabel	No. Item	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
16.		x2.5	0,826	0,254	Valid
17.		x2.6	0,439	0,254	Valid
18.		x2.7	0,418	0,254	Valid
19.		x2.8	0,795	0,254	Valid
20.		X2.9	0,572	0,254	Valid
21.	Keputusan Nasabah (Y)	y.1	0,629	0,254	Valid
22.		y.2	0,609	0,254	Valid
23.		y.3	0,531	0,254	Valid
24.		y.4	0,643	0,254	Valid
25.		y.5	0,638	0,254	Valid
26.		y.6	0,628	0,254	Valid
27.		y.7	0,577	0,254	Valid
28.		y.8	0,532	0,254	Valid
29.		y.9	0,483	0,254	Valid
30.		y.10	0,664	0,254	Valid

Sumber: Hasil Output SPSS, 2023

Berdasarkan pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa seluruh item pernyataan yang ada pada kuesioner memiliki nilai r_{hitung} yang lebih besar daripada nilai r_{tabel} . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan dinyatakan valid.

b. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas item terhadap variabel penelitian dilakukan untuk mengetahui kemampuan instrument atau tes untuk menghasilkan skor yang mendekati sama dari setiap individu dan kapan saja apabila dilakukan pengujian ulang. Reliabilitas berarti ketepatan atau dapat dipercaya. Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan dengan program SPSS menggunakan menu analisis *Scale*. Butir pertanyaan yang ada pada instrumen angket diuji reliabilitasnya agar mendapatkan skala pengukuran instrumen yang baik. Untuk pengujian biasanya menggunakan batasan tertentu seperti reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan di atas 0,8 adalah baik. Hasil uji reliabilitas dapat

dilihat pada *output statistic*, apabila nilai *cronbach alpha* di atas 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa alat ukur tersebut reliabel (Priyatno D. , 2017, hal. 98). Berikut ini merupakan hasil uji reliabilitas instrumen penelitian:

Tabel 4. 6
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

No.	Variabel	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
1.	Promosi (X1)	0,837	Reliabel
2.	Kepercayaan (X2)	0,829	Reliabel
3.	Keputusan Nasabah (X3)	0,834	Reliabel

Sumber: Hasil Output SPSS, 2023.

Berdasarkan pada tabel 4. dapat dilihat bahwa seluruh variabel memiliki nilai *Cronbach Alpha* di atas 0,6 dimana untuk variabel promosi (X1) memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,837, variabel Kepercayaan (X2) memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,829, variabel Keputusan Nasabah (Y) memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,834. Dengan demikian dapat disimpulkan, bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel dan dapat digunakan untuk mengukur promosi, kepercayaan dan Keputusan Nasabah menggunakan produk Tabungan Haji PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Banjarmasin Pasar Cempaka.

4. Deskriptif Statistik Variabel Penelitian

a. Deskriptif Statistik Variabel Promosi

Promosi ialah kegiatan penjualan dan pemasaran dalam rangka menginformasikan dan mendorong permintaan terhadap produk, jasa dan ide dari perusahaan dengan mempengaruhi konsumen agar mau membeli produk dan jasa yang dihasilkan perusahaan. Promosi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah promosi yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Banjarmasin Pasar Cempaka khususnya mengenai

Tabungan Haji, yang dilihat melalui indikator: periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan perseorangan (*personal selling*), hubungan masyarakat (*public relations*), penjualan langsung (*direct marketing*).. Untuk lebih jelasnya mengenai deskripsi variabel promosi dapat dilihat pada uraian berikut:

- 1) Distribusi frekuensi indikator “Saya mendapatkan informasi mengenai Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KCP Banjarmasin Pasar Cempaka melalui brosur”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 7
Jawaban responden terhadap pernyataan ” Saya mendapatkan informasi mengenai Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KCP Banjarmasin Pasar Cempaka melalui brosur”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	21	35,0
2.	Setuju	36	60,0
3.	Cukup Setuju	3	5,0
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.7 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 35%, setuju sebesar 36%, cukup setuju sebesar 3%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 2) Distribusi frekuensi indikator “Saya mengenal Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KCP Banjarmasin Pasar Cempaka setelah membaca informasi yang ada di brosur Bank Syariah

Indonesia”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 8
Jawaban responden terhadap pernyataan ” Saya mengenal Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KCP Banjarmasin Pasar Cempaka setelah membaca informasi yang ada di brosur Bank Syariah Indonesia”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	23	38,3
2.	Setuju	26	43,3
3.	Cukup Setuju	11	18,3
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.8 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 38,3%, setuju sebesar 43,3%, cukup setuju sebesar 18,3%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

- 3) Distribusi frekuensi indikator “Saya tertarik menggunakan Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KCP Banjarmasin Pasar Cempaka karena pemberian hadiah yang diberikan oleh bank kepada nasabah”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 9
Jawaban responden terhadap pernyataan ” Saya tertarik menggunakan Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KCP Banjarmasin Pasar Cempaka karena pemberian hadiah yang diberikan oleh bank kepada nasabah”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	24	40,0
2.	Setuju	26	43,3
3.	Cukup Setuju	10	16,7
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.9 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 24%, setuju sebesar 26%, cukup setuju sebesar 10%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 4) Distribusi frekuensi indikator “Saya tertarik menggunakan Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KCP Banjarmasin Pasar Cempaka karena bank sedang mengadakan promosi”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 10
 Jawaban responden terhadap pernyataan ” Saya tertarik menggunakan Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KCP Banjarmasin Pasar Cempaka karena bank sedang mengadakan promosi”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	28	46,7
2.	Setuju	28	46,7
3.	Cukup Setuju	4	6,7
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.10 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 46,7%, setuju sebesar 46,7%, cukup setuju sebesar 6,7%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

- 5) Distribusi frekuensi indikator “Saya tertarik menggunakan Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KCP Banjarmasin Pasar Cempaka karena promosi yang dilakukan oleh bank kepada nasabahnya secara langsung”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 11
Jawaban responden terhadap pernyataan ” Saya tertarik menggunakan Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KCP Banjarmasin Pasar Cempaka karena promosi yang dilakukan oleh bank kepada nasabahnya secara langsung”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	29	48,3
2.	Setuju	25	41,7
3.	Cukup Setuju	6	10,0
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.11 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 48,3%, setuju sebesar 41,7%, cukup setuju sebesar 10%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

- 6) Distribusi frekuensi indikator “Saya tertarik menggunakan Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KCP Banjarmasin Pasar Cempaka karena termotivasi oleh informasi yang diberikan sales”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 12
 Jawaban responden terhadap pernyataan ” Saya tertarik menggunakan Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KCP Banjarmasin Pasar Cempaka karena termotivasi oleh informasi yang diberikan sales”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	18	30,0
2.	Setuju	35	58,3
3.	Cukup Setuju	6	10,0
4.	Tidak Setuju	1	1,7
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.12 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 30%, setuju sebesar 58,3%, cukup setuju sebesar 10%, untuk jawaban tidak setuju 1,7% dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

- 7) Distribusi frekuensi indikator “Saya tertarik menggunakan Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KCP Banjarmasin Pasar Cempaka karena publisitas yang dilakukan oleh bank melalui kegiatan pameran, event, serta kegiatan lain yang dilakukan bank”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 13

Jawaban responden terhadap pernyataan ” Saya tertarik menggunakan Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KCP Banjarmasin Pasar Cempaka karena publisitas yang dilakukan oleh bank melalui kegiatan pameran, event, serta kegiatan lain yang dilakukan bank”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	18	30,0
2.	Setuju	36	60,0
3.	Cukup Setuju	5	8,3
4.	Tidak Setuju	1	1,7
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.13 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 30%, setuju sebesar 60%, cukup setuju sebesar 8,3%, untuk jawaban tidak setuju 1,7% dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

- 8) Distribusi frekuensi indikator “Saya tertarik menggunakan Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KCP Banjarmasin Pasar Cempaka karena adanya kesan baik yang diberitakan oleh media”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 14
Jawaban responden terhadap pernyataan ” Saya tertarik menggunakan Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KCP Banjarmasin Pasar Cempaka karena adanya kesan baik yang diberitakan oleh media”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	27	45,0
2.	Setuju	26	43,3
3.	Cukup Setuju	7	11,7
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.14 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 45%, setuju sebesar 43,3%, cukup setuju sebesar 11,7%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 9) Distribusi frekuensi indikator “Katalog Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia sangat informatif”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 15
Jawaban responden terhadap pernyataan ” Katalog Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia sangat informatif”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	21	35,0
2.	Setuju	35	58,3
3.	Cukup Setuju	4	6,7
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.15

diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 35%, setuju sebesar 58,3%, cukup setuju sebesar 6,7%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 10) Distribusi frekuensi indikator “Saya mendapatkan penawaran langsung melalui telpon dari pihak Bank Syariah Indonesia KCP Banjarmasin Pasar Cempaka”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 16
Jawaban responden terhadap pernyataan ” Saya mendapatkan penawaran langsung melalui telpon dari pihak Bank Syariah Indonesia KCP Banjarmasin Pasar Cempaka”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	20	33,3
2.	Setuju	36	60,0
3.	Cukup Setuju	4	6,7
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.16 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 33,3%, setuju sebesar 60%, cukup setuju sebesar 6,7%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 11) Distribusi frekuensi indikator “Saya mendapatkan informasi mengenai Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KCP Banjarmasin Pasar Cempaka melalui internet”. Data yang

diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 17
Jawaban responden terhadap pernyataan ” Saya mendapatkan informasi mengenai Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KCP Banjarmasin Pasar Cempaka melalui internet”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	23	38,3
2.	Setuju	30	50,0
3.	Cukup Setuju	7	11,7
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.17 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 38,3%, setuju sebesar 50%, cukup setuju sebesar 11,7%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

b. Deskriptif Statistik Variabel Kepercayaan

Kepercayaan ialah sebagai suatu kondisi ketika salah satu pihak yang terlibat dalam proses pertukaran yakin dengan kehandalan dan integritas pihak yang lain. Kepercayaan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kepercayaan dari nasabah Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Banjarmasin Pasar Cempaka yang dilihat dari indikator: kemampuan (*ability*), kebaikan hati (*Benevolence*), dan Integritas (*integrity*). Untuk lebih jelasnya mengenai deskripsi variabel kepercayaan dapat dilihat pada uraian berikut:

- 1) Distribusi frekuensi indikator “Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KCP Banjarmasin Pasar Cempaka mampu memenuhi kebutuhan nasabah”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 18
Jawaban responden terhadap pernyataan “Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KCP Banjarmasin Pasar Cempaka mampu memenuhi kebutuhan nasabah”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	18	30,0
2.	Setuju	29	48,3
3.	Cukup Setuju	13	21,7
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.18 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 30%, setuju sebesar 48,3%, cukup setuju sebesar 21,7%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 2) Distribusi frekuensi indikator “Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KCP Banjarmasin Pasar Cempaka memberikan jaminan keamanan transaksi pembayaran”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 19

Jawaban responden terhadap pernyataan “Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KCP Banjarmasin Pasar Cempaka memberikan jaminan keamanan transaksi pembayaran”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	17	28,3
2.	Setuju	33	55,0
3.	Cukup Setuju	10	16,7
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.19 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 28,3%, setuju sebesar 55%, cukup setuju sebesar 16,7%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 3) Distribusi frekuensi indikator “Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KCP Banjarmasin Pasar Cempaka mampu memberikan rasa nyaman bertransaksi bagi nasabah”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 20

Jawaban responden terhadap pernyataan “Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KCP Banjarmasin Pasar Cempaka mampu memberikan rasa nyaman bertransaksi bagi nasabah”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	17	28,3
2.	Setuju	31	51,7
3.	Cukup Setuju	12	20,0
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.20

diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 28,3%, setuju sebesar 51,7%, cukup setuju sebesar 28,3%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

- 4) Distribusi frekuensi indikator “Pihak Bank Syariah Indonesia KCP Banjarmasin Pasar Cempaka selalu menjaga hubungan baik dengan nasabah”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 21
Jawaban responden terhadap pernyataan “Pihak Bank Syariah Indonesia KCP Banjarmasin Pasar Cempaka selalu menjaga hubungan baik dengan nasabah”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	16	26,7
2.	Setuju	29	48,3
3.	Cukup Setuju	14	23,3
4.	Tidak Setuju	1	1,7
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.21 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 26,7%, setuju sebesar 48,3%, cukup setuju sebesar 23,3%, untuk jawaban tidak setuju 1,7% dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

- 5) Distribusi frekuensi indikator “Pihak Bank Syariah Indonesia KCP Banjarmasin Pasar Cempaka memiliki perhatian yang besar dalam mewujudkan keinginan nasabah”. Data yang diperoleh

dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 22

Jawaban responden terhadap pernyataan “Pihak Bank Syariah Indonesia KCP Banjarmasin Pasar Cempaka memiliki perhatian yang besar dalam mewujudkan keinginan nasabah”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	18	30,0
2.	Setuju	29	48,3
3.	Cukup Setuju	13	21,7
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.22 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 21,7%, setuju sebesar 48,3%, cukup setuju sebesar 30%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

- 6) Distribusi frekuensi indikator “Pihak Bank Syariah Indonesia KCP Banjarmasin Pasar Cempaka sering memberikan harha spesial kepada nasabah”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 23

Jawaban responden terhadap pernyataan “Pihak Bank Syariah Indonesia KCP Banjarmasin Pasar Cempaka sering memberikan harha spesial kepada nasabah”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	22	36,7
2.	Setuju	31	51,7
3.	Cukup Setuju	7	11,7
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.23 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 36,7%, setuju sebesar 51,7%, cukup setuju sebesar 11,7%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 7) Distribusi frekuensi indikator “Pihak Bank Syariah Indonesia KCP Banjarmasin Pasar Cempaka selalu jujur dalam menyampaikan informasi mengenai produk”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 24

Jawaban responden terhadap pernyataan “Pihak Bank Syariah Indonesia KCP Banjarmasin Pasar Cempaka selalu jujur dalam menyampaikan informasi mengenai produk”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	20	33,3
2.	Setuju	27	45,0
3.	Cukup Setuju	13	21,7
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.24 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 33,3%, setuju sebesar 45%, cukup setuju sebesar 21,7%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

- 8) Distribusi frekuensi indikator “Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KCP Banjarmasin Pasar Cempaka mampu memberikan jaminan keberangkatan haji”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 25

Jawaban responden terhadap pernyataan “Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KCP Banjarmasin Pasar Cempaka mampu memberikan jaminan keberangkatan haji”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	19	31,7
2.	Setuju	28	46,7
3.	Cukup Setuju	13	21,7
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.25 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 31,7%, setuju sebesar 46,7%, cukup setuju sebesar 21,7%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

- 9) Distribusi frekuensi indikator “Informasi yang diberikan kepada nasabah sesuai dengan fakta”. Data yang diperoleh dapat dilihat

berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 26
Jawaban responden terhadap pernyataan “Informasi yang diberikan kepada nasabah sesuai dengan fakta”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	15	25,0
2.	Setuju	36	60,0
3.	Cukup Setuju	9	15,0
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.26 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 25%, setuju sebesar 60%, cukup setuju sebesar 15%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

c. Deskriptif Statistik Variabel Keputusan Nasabah

Keputusan Menggunakan ialah kegiatan individu secara langsung terlibat dalam keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual. Keputusan menggunakan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah keputusan nasabah Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Banjarmasin Pasar Cempaka dalam memilih Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia yang diukur melalui indikator pengenalan masalah, perencanaan informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, perilaku pasca pembelian. untuk lebih jelasnya mengenai keputusan nasabah Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Banjarmasin Pasar

Cempaka dalam memilih Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia adalah sebagai berikut:

- 1) Distribusi frekuensi indikator “Saya tertarik dengan Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KCP Banjarmasin Pasar Cempaka, karena keamanan”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 27
Jawaban responden terhadap pernyataan “Saya tertarik dengan Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KCP Banjarmasin Pasar Cempaka, karena keamanan”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	21	35,0
2.	Setuju	36	60,0
3.	Cukup Setuju	3	5,0
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.27 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 35%, setuju sebesar 60%, cukup setuju sebesar 5%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 2) Distribusi frekuensi indikator “Saya memilih Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KCP Banjarmasin Pasar Cempaka karena sesuai dengan Syariat Islam”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 28
 Jawaban responden terhadap pernyataan “Saya memilih Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KCP Banjarmasin Pasar Cempaka karena sesuai dengan Syariat Islam”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	23	38,3
2.	Setuju	26	43,3
3.	Cukup Setuju	11	18,3
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.27 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 38,3%, setuju sebesar 43,3%, cukup setuju sebesar 18,3%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

- 3) Distribusi frekuensi indikator “Saya tertarik dengan Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KCP Banjarmasin Pasar Cempaka karena berbagai macam informasi yang saya dapatkan”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 29
 Jawaban responden terhadap pernyataan “Saya tertarik dengan
 Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KCP
 Banjarmasin Pasar Cempaka karena berbagai macam informasi
 yang saya dapatkan”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	24	40,0
2.	Setuju	26	43,3
3.	Cukup Setuju	10	16,7
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.27 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 40%, setuju sebesar 43,3%, cukup setuju sebesar 16,7%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 4) Distribusi frekuensi indikator “Saya mendapatkan informasi mengenai Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KCP Banjarmasin Pasar Cempaka dari kerabat yang lebih dahulu menjadi nasabah”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 30

Jawaban responden terhadap pernyataan “Saya mendapatkan informasi mengenai Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KCP Banjarmasin Pasar Cempaka dari kerabat yang lebih dahulu menjadi nasabah”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	28	46,7
2.	Setuju	28	46,7
3.	Cukup Setuju	4	6,7
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.27 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 46,7%, setuju sebesar 46,7%, cukup setuju sebesar 6,7%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

- 5) Distribusi frekuensi indikator “Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KCP Banjarmasin Pasar Cempaka adalah produk yang bebas dari riba”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 31

Jawaban responden terhadap pernyataan “Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KCP Banjarmasin Pasar Cempaka adalah produk yang bebas dari riba”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	29	48,3
2.	Setuju	25	41,7
3.	Cukup Setuju	6	10,0
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.27 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 48,3%, setuju sebesar 41,7%, cukup setuju sebesar 10%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

- 6) Distribusi frekuensi indikator “Bank Syariah Indonesia KCP Banjarmasin Pasar Cempaka memiliki beragam produk yang dapat memenuhi kebutuhan nasabah”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 32

Jawaban responden terhadap pernyataan “Bank Syariah Indonesia KCP Banjarmasin Pasar Cempaka memiliki beragam produk yang dapat memenuhi kebutuhan nasabah”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	22	36,7
2.	Setuju	31	51,7
3.	Cukup Setuju	7	11,7
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.27 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 36,7%, setuju sebesar 51,7%, cukup setuju sebesar 11,7%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

- 7) Distribusi frekuensi indikator “Saya memilih Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KCP Banjarmasin Pasar Cempaka

sesuai dengan kebutuhan saya”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 33

Jawaban responden terhadap pernyataan “Saya memilih Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KCP Banjarmasin Pasar Cempaka sesuai dengan kebutuhan saya”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	20	33,3
2.	Setuju	27	45,0
3.	Cukup Setuju	13	21,7
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.27 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 33,3%, setuju sebesar 45%, cukup setuju sebesar 21,7%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

- 8) Distribusi frekuensi indikator “Saya memilih Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KCP Banjarmasin Pasar Cempaka karena produknya berlandaskan hukum Islam”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 34

Jawaban responden terhadap pernyataan “Saya memilih Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KCP Banjarmasin Pasar Cempaka karena produknya berlandaskan hukum Islam”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	19	31,7
2.	Setuju	28	46,7
3.	Cukup Setuju	13	21,7
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.27 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 31,7%, setuju sebesar 46,7%, cukup setuju sebesar 21,7%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 9) Distribusi frekuensi indikator “Saya merekomendasikan kepada teman saya untuk menggunakan Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KCP Banjarmasin Pasar Cempaka”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 35

Jawaban responden terhadap pernyataan “Saya merekomendasikan kepada teman saya untuk menggunakan Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KCP Banjarmasin Pasar Cempaka”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	15	25,0
2.	Setuju	36	60,0
3.	Cukup Setuju	9	15,0
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.27

diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 25%, setuju sebesar 60%, cukup setuju sebesar 15%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 10) Distribusi frekuensi indikator “Saya tetap menggunakan Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KCP Banjarmasin Pasar Cempaka karena memenuhi harapan serta kebutuhan saya”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 36

Jawaban responden terhadap pernyataan “Saya tetap menggunakan Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KCP Banjarmasin Pasar Cempaka karena memenuhi harapan serta kebutuhan saya”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	11	18,3
2.	Setuju	42	70,0
3.	Cukup Setuju	7	11,7
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		60	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.27 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 18,7%, setuju sebesar 70%, cukup setuju sebesar 18,3%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

5. Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik terhadap model regresi yang digunakan, dilakukan agar dapat diketahui apakah model regresi tersebut merupakan model regresi

yang baik atau tidak (Santoso, 2014, hlm. 358). Dalam penelitian ini uji asumsi klasik yang digunakan adalah uji normalitas, uji heteroskedastisitas dan uji multikolinieritas dan uji Autokorelasi.

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan independen keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas data dalam penelitian ini dengan metode One sample *Kolmogorov-Smirnov* untuk mengambil keputusan apakah data normal atau tidak maka cukup membaca pada nilai signifikansi (Asymp Sig 2-tailed). Jika signifikansi kurang dari 0,05 maka kesimpulannya data tidak berdistribusi normal. Jika signifikansi lebih dari 0,05 maka data berdistribusi normal. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. 37
Hasil Uji Normalitas

No.	Variabel	<i>Asymp. Sig (2 tailed)</i>	Keterangan
1.	Promosi (X1)	0,149	Normal
2.	Kepercayaan (X2)	0,359	Normal
3.	Keputusan Nasabah (Y)	0,178	Normal

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi (Asymp Sig 2-Tailed) untuk variabel Promosi (X1) sebesar 0,149. Ini artinya nilai *sig* lebih dari 0,05 maka dapat dapat simpulkan data berdistribusi normal. Nilai signifikansi (Asymp Sig 2-Tailed) untuk variabel Kepercayaan (X2) sebesar 0,359. Ini artinya nilai *sig* lebih dari 0,05 maka dapat dapat simpulkan data berdistribusi normal. Nilai

signifikansi (Asymp Sig 2-Tailed) untuk variabel Keputusan Nasabah (Y) sebesar 0,178. Ini artinya nilai sig lebih dari 0,05 maka dapat dapat simpulkan data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas peneliti. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Ada tidaknya korelasi antar variabel tersebut dapat dideteksi dengan melihat nilai *Value Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai VIF > 10 , terjadi multikolinieritas. Sebaliknya, jika VIF < 10 , tidak terjadi multikolinieritas. Adapun hasil uji multikolinieritas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4. 38
Hasil Pengujian Multikolinieritas

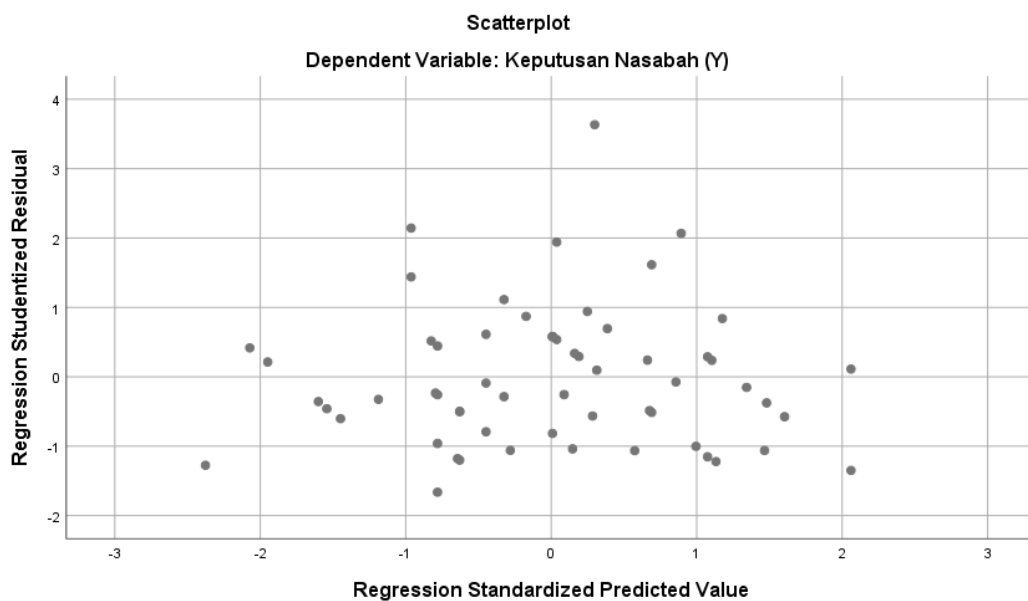
Variabel	Nilai VIF	Keterangan
Promosi (X1)	1.073	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Kepercayaan (X2)	1,073	Tidak Terjadi Multikolinieritas

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

Pada tabel 4.29, untuk mengetahui hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada *Variance Inflation Factor* (VIF) yaitu Promosi (X1) memiliki nilai VIP sebesar 1,073 dan Variabel Kepercayaan (X2) memiliki nilai VIF sebesar 1,073. Menurut Ghazali apabila nilai VIF < 10 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi atau tidak terdapat multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi (Ghozali, 2017, hlm. 92).

c. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dimaksudkan untuk mengetahui kesamaan masing-masing variabel Promosi (X1) dan Kepercayaan (X2) dan Keputusan Nasabah (Y) produk Tabungan Haji PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Banjarmasin Pasar Cempaka. Pengujian homogenitas terhadap variabel penelitian digunakan uji heteroskedastisitas. Deteksi terhadap masalah heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat grafik sebaran nilai residual. Uji heteroskedastisitas menggunakan metode grafik plot *Regression Standardized Predicted Value* dengan *Regression Studentized Residual*. Hasil pengujian dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:



Gambar 4. 1
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Output Statistik 27, 2023

Berdasarkan grafik *scatterplot* di atas tampak bahwa sebaran data tidak membentuk pola yang jelas, titik-titik data menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas, dengan kata lain pada

model regresi terjadi kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dengan demikian dapat disimpulkan model regresi ini telah memenuhi asumsi heteroskedastisitas, hal ini menunjukkan bahwa variasi data homogen.

6. Analisis Regresi Linier Berganda

Pengaruh variabel bebas yaitu Promosi (X1), Kepercayaan (X2) dan Keputusan Nasabah (Y) Nasabah produk Tabungan Haji PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Banjarmasin Pasar Cempaka dapat diketahui dengan melakukan pengujian menggunakan analisis regresi berganda dengan bantuan SPSS versi 27. Adapun hasil uji regresi linier berganda mengenai pengaruh Promosi (X1), Kepercayaan (X2) dan Keputusan Nasabah (Y) produk Tabungan Haji PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Banjarmasin Pasar Cempaka adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 39
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	R	R Square	Adjusted R Square	F	Sig
		B	Std. Error	Beta							
1	(Constant)	11.790	2.616		4.508	.000	0,849	0,720	0,711	73,43	0,000
	Promosi (X1)	.471	.052	.484	6.677	.000					
	Kepercayaan (X2)	.380	.047	.582	8.023	.000					

Sumber: Hasil Output SPSS, 2023.

Berdasarkan pada Tabel 4.30 di atas dapat diketahui bahwa Keputusan Nasabah menggunakan produk Tabungan Haji PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Banjarmasin Pasar Cempaka dipegaruhi oleh promosi dan kepercayaan. Masing-masing variabel bebas yang terdiri dari promosi dan kepercayaan, memberikan pengaruh yang bervariasi terhadap Keputusan Nasabah menggunakan produk Tabungan Haji PT Bank Syariah Indonesia,

Tbk KCP Banjarmasin Pasar Cempaka.

Berdasarkan tabel di atas, dapat diperoleh persamaan analisis regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 11,790 + 0,471 X_1 + 0,380 X_2$$

Angka 11,790 pada persamaan regresi berganda di atas berarti bahwa tanpa adanya promosi dan kepercayaan, maka Keputusan Nasabah menggunakan produk Tabungan Haji PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Banjarmasin Pasar Cempaka adalah hanya sebesar 11,790.

Koefisien regresi variabel promosi positif, berarti ada hubungan searah antara promosi dengan Keputusan Nasabah menggunakan produk Tabungan Haji PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Banjarmasin Pasar Cempaka. Artinya apabila promosi meningkat, maka Keputusan Nasabah menggunakan produk Tabungan Haji PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Banjarmasin Pasar Cempaka juga akan mengalami peningkatan.

Koefisien regresi variabel kepercayaan bernilai positif, berarti ada hubungan searah antara kepercayaan dengan Keputusan Nasabah menggunakan produk Tabungan Haji PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Banjarmasin Pasar Cempaka. Artinya apabila kepercayaan meningkat, maka Keputusan Nasabah menggunakan produk Tabungan Haji PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Banjarmasin Pasar Cempaka juga akan mengalami peningkatan.

Sedangkan untuk pengaruh variabel promosi dan kepercayaan secara simultan terhadap Keputusan Nasabah menggunakan produk Tabungan Haji PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Banjarmasin Pasar Cempaka dapat

dilihat pada tabel 4.81 di atas. Berdasarkan pada tabel 4.81 di atas khususnya pada kolom *Adjusted R Square* dapat diketahui bahwa variabel bebas yang terdiri dari promosi dan kepercayaan secara bersama-sama memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Nasabah menggunakan produk Tabungan Haji PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Banjarmasin Pasar Cempaka yaitu sebesar 71,1% dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa promosi dan kepercayaan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Nasabah menggunakan produk Tabungan Haji PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Banjarmasin Pasar Cempaka.

7. Uji Hipotesis

a. Uji Hipotesis Pertama (Uji F)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel bebas yaitu promosi dan kepercayaan secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat yaitu Keputusan Nasabah menggunakan produk Tabungan Haji PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Banjarmasin Pasar Cempaka. Pengujian ini dilakukan dengan uji F, dengan tingkat signifikansi sebesar 95% ($\alpha = 0,05$). Hasil uji F dapat dilihat pada Tabel 4.40.

Tabel 4. 40
Hasil Uji F

<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>F_{hitung}</i>	<i>F_{tabel}</i>	<i>Sig</i>
0,849	0,720	0,711	73,429	3,16	0,000

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai signifikansi F

$(0,000) < \text{Signifikansi } \alpha (0,05)$, yaitu $(0,000 < 0,05)$ atau dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} . Dimana dari hasil perhitungan diperoleh nilai $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ ($73,429 > 3,16$). Berdasarkan perhitungan tersebut maka keputusannya adalah secara statistik dapat dibuktikan bahwa semua variabel independen yang terdiri dari promosi dan kepercayaan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah menggunakan produk Tabungan Haji PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Banjarmasin Pasar Cempaka. Dari hasil pengujian tersebut disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara variabel promosi dan kepercayaan terhadap Keputusan Nasabah menggunakan produk Tabungan Haji PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Banjarmasin Pasar Cempaka.

Dengan demikian maka hipotesis pertama dalam penelitian ini yang berbunyi:

H_01 : Tidak terdapat pengaruh promosi dan kepercayaan secara simultan terhadap keputusan nasabah Kota Banjarmasin Dalam Menggunakan Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia
(Ditolak)

H_a1 : Terdapat pengaruh promosi dan kepercayaan secara simultan terhadap keputusan nasabah Kota Banjarmasin Dalam Menggunakan Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia
(Diterima)

b. Uji Hipotesis Kedua (Uji t)

Uji Hipotesis Pertama dilakukan dengan Uji t. Pengujian ini

dilakukan untuk mengetahui pengaruh promosi dan kepercayaan terhadap Keputusan Nasabah menggunakan produk Tabungan Haji PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Banjarmasin Pasar Cempaka yaitu dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan signifikansi 95% ($\alpha=0,05$), jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan sebaliknya jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. 41
Hasil Uji t

No.	Variabel	t_{hitung}	t_{tabel}	Sig
1.	Ikatan emosi (X1)	6,677	1,671	0,001
2.	Kepercayaan (X2)	8,023	1,671	0,000

Sumber: Hasil Output SPSS, 2023.

Pada tabel 4.41 menunjukkan nilai signifikansi t untuk masing-masing variabel independen yang dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Variabel Promosi (X1), nilai t_{hitung} sebesar 6,677 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,671 dengan signifikansi sebesar 0,001. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,677 > 1,671$) atau $\text{sig } t < 5\%$ ($0,001 < 0,05$), artinya terdapat pengaruh variabel Ikatan emosi (X1) terhadap loyalitas nasabah (Y) Nasabah produk Tabungan Haji PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Banjarmasin Pasar Cempaka.
- 2) Variabel kepercayaan (X2), nilai t_{hitung} sebesar 8,023 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,671 dengan signifikansi sebesar 0,000. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($8,023 > 1,671$) atau $\text{sig } t < 5\%$ ($0,000 < 0,05$), artinya terdapat pengaruh variabel kepercayaan (X2) terhadap Loyalitas Nasabah (Y) Nasabah produk Tabungan Haji PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Banjarmasin Pasar Cempaka.

Dengan demikian, maka hipotesis penelitian yaitu H2 yang berbunyi:

H₀₂ : Tidak terdapat pengaruh promosi dan kepercayaan secara parsial terhadap keputusan nasabah Kota Banjarmasin Dalam Menggunakan Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia. **(Ditolak)**

H_{a2} : Terdapat pengaruh promosi dan kepercayaan secara parsial terhadap keputusan nasabah Kota Banjarmasin Dalam Menggunakan Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia. **(Diterima)**

Berdasarkan pada hasil uji t dan uji F di atas, maka dapat disimpulkan bahwa Keputusan Nasabah menggunakan produk Tabungan Haji PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Banjarmasin Pasar Cempaka dipengaruhi oleh promosi dan kepercayaan, baik secara parsial maupun secara simultan.

B. Analisis Data

1. Pengaruh Promosi dan kepercayaan secara simultan terhadap keputusan Nasabah menggunakan produk Tabungan Haji PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Banjarmasin Pasar Cempaka.

Temuan penelitian mengungkapkan bahwa secara simultan promosi dan kepercayaan berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah menggunakan produk Tabungan Haji PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Banjarmasin Pasar Cempaka dapat dilihat pada tabel 4.40 pada kolom *Adjusted R Square* dapat diketahui bahwa variabel bebas yang terdiri dari promosi dan kepercayaan secara bersama-sama memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Nasabah menggunakan produk Tabungan Haji PT Bank

Syariah Indonesia, Tbk KCP Banjarmasin Pasar Cempaka yaitu sebesar 72% dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa promosi dan kepercayaan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Nasabah menggunakan produk Tabungan Haji PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Banjarmasin Pasar Cempaka.

Hasil penelitian sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Khasanah dan Jannah (2022) yang menyatakan bahwa promosi dan kepercayaan secara simultan atau bersama-sama berpengaruh pada keputusan nasabah dalam menggunakan suatu produk tabungan.

2. Pengaruh Promosi dan kepercayaan secara parsial terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan produk Tabungan Haji PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Banjarmasin Pasar Cempaka

Keputusan Menggunakan ialah kegiatan individu secara langsung terlibat dalam keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual. Keputusan menggunakan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah keputusan nasabah Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Banjarmasin Pasar Cempaka dalam memilih Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia yang diukur melalui indikator pengenalan masalah, perencanaan informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, perilaku pasca pembelian.

Promosi ialah kegiatan penjualan dan pemasaran dalam rangka menginformasikan dan mendorong permintaan terhadap produk, jasa dan ide dari perusahaan dengan mempengaruhi konsumen agar mau membeli produk dan jasa yang dihasilkan perusahaan. Promosi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah promosi yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP

Banjarmasin Pasar Cempaka khususnya mengenai Tabungan Haji, yang dilihat melalui indikator: periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan perseorangan (*personal selling*), hubungan masyarakat (*public relations*), penjualan langsung (*direct marketing*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial masing-masing variabel bebas memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Nasabah menggunakan produk Tabungan Haji PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Banjarmasin Pasar Cempaka. Promosi memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Nasabah menggunakan produk Tabungan Haji PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Banjarmasin Pasar Cempaka dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,471. Koefisien regresi variabel promosi positif, berarti ada hubungan searah antara promosi dengan Keputusan Nasabah menggunakan produk Tabungan Haji PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Banjarmasin Pasar Cempaka. Artinya apabila promosi meningkat, maka Keputusan Nasabah menggunakan produk Tabungan Haji PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Banjarmasin Pasar Cempaka juga akan mengalami peningkatan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Tajudin (2017) yang menyatakan bahwa promosi berpengaruh pada keputusan nasabah. Demikian Subardi (2018) yang menyatakan bahwa promosi berpengaruh pada keputusan nasabah. Shela dan Arimbawa (2019) juga menyatakan bahwa promosi merupakan variabel yang berpengaruh signifikan pada keputusan seseorang.

Faktor lain yang juga terbukti berpengaruh terhadap keputusan nasabah adalah kepercayaan. Kepercayaan adalah sejumlah keyakinan spesifik terhadap

integritas (kejujuran partner dan kemampuan menepati janji), *benevolence* (perhatian dan motivasi yang dipercaya untuk bertindak sesuai dengan kepentingan yang mempercayai mereka), *competency* (kemampuan pihak partner untuk melaksanakan kebutuhan yang mempercayai) dan *predictability* (konsistensi perilaku pihak yang dipercaya).

Kepercayaan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Nasabah menggunakan produk Tabungan Haji PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Banjarmasin Pasar Cempaka dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,380. Koefisien regresi variabel kepercayaan positif, berarti ada hubungan searah antara kepercayaan dengan Keputusan Nasabah menggunakan produk Tabungan Haji PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Banjarmasin Pasar Cempaka. Artinya apabila kepercayaan masyarakat meningkat, maka Keputusan Nasabah menggunakan produk Tabungan Haji PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Banjarmasin Pasar Cempaka juga akan mengalami peningkatan. Hasil penelitian juga mengungkapkan bahwa kepercayaan memberikan pengaruh paling besar atau dominan terhadap Keputusan Nasabah menggunakan produk Tabungan Haji PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Banjarmasin Pasar Cempaka.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Nidyantri et al., (2016) yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Didukung pula oleh penelitian Herlina (2017) yang membuktikan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Didukung pula oleh penelitian Ramli, dkk (2021) yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan produk

perbankan.

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa promosi merupakan variabel yang berpengaruh dominan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Tabungan Haji PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Banjarmasin Pasar Cempaka. Hal ini berarti bahwa promosi merupakan aspek penting dalam pemasaran, termasuk pemasaran yang dilakukan oleh PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Banjarmasin Pasar Cempaka. Perbankan termasuk PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Banjarmasin Pasar Cempaka sebagai lembaga keuangan masih banyak membutuhkan pemasaran untuk meningkatkan pendapatan. Tujuan dilakukannya pemasaran dari pihak perbankan yakni:

- a. Guna memenuhi kebutuhan para nasabah mengenai produk ataupun layanan dari bank yang diinginkannya
- b. Memaksimalkan kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan oleh bank
- c. Meningkatkan keuntungan dalam hal pencapaian omset pendapatan
- d. Agar bisa menguasai pasar perbankan mengingat keberadaan pesaing semakin luas
- e. Guna menghadapi persaingan yang sekarang ini semakin ketat
- f. Dalam rangka untuk melakukan perluasan jaringan bisnis.

Sasaran dalam melakukan pemasaran dari bank tidak lain yakni nasabah ataupun masyarakat yang belum menjadi nasabahnya. Penerapan manajemen yang dilakukan dalam pemasaran bank dengan cara efektif mampu memudahkan bank untuk bisa menjangkau nasabah lebih banyak lagi.

Bank bisa meningkatkan kegiatan pemasaran dengan cara meningkatkan kualitas SDM yang telah dimilikinya. Pada umumnya

menjalankan kegiatan pemasaran adalah SDN perbankan meskipun sudah adanya teknologi yang mampu bergerak namun tetap saja SDM sangat dibutuhkan untuk memberikan pelayanan secara maksimal.