

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Penyajian Data

1. Gambaran Umum Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin

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. Adanya 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 'alamin*) (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 Kementerian BUMN. BNI Syariah, BRI Syariah dan

Mandiri Syariah, dari ketiga bank tersebut merger menjadi Bank Syariah Indonesia. dari Februari 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 ke depannya proses migrasi dan *roll out*-nya berjalan lancar karena sekarang ini masih dijadwalkan untuk proses migrasi nasabahnya karena nasabah masing-masing bank banyak, maka 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) diresmikan melalui surat yang di keluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Surat yang dirilis 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. Terbitnya 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 ditegakan 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 dibentuknya BSI untuk menjadi Bank Syariah terbesar, menjadi barometer market di Indonesia dan mempunyai daya saing global. Tujuan merger yang dilakukan oleh BSI :

a. Sinergi yang baik.

Demi meningkatkan Layanan untuk nasabah bank syariah bergabungnya 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 dihasilkan dari merger ini tentu akan semakin kuat dan kokoh dan sejalan dalam visi bank syariah di Indonesia pada masa depan.

b. Perbaiki Proses Bisnis

Akan sangat mudah bagi pemerintah untuk mengawal prinsip syariah yang dijalankan 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 dikelola oleh satu Bank.

c. *Risk Management*

Pengelolaan BSI akan meminimalisasi risiko-risiko yang mungkin terjadi dalam pengelolaan bisnis perbankan pada masa depan. Keberhasilan Bank Mandiri saat ini yang berawal dari hasil merger empat bank sebelumnya menjadi pelajaran bahwa risiko perbankan bisa diminimalisasi 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 dibandingkan jika berjalan sendiri dengan tiga entitas berbeda. Hal ini akan membuat setiap instansi dan jajaran direksi akan diisi oleh tenaga profesional 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*”.

Sementara Misi Bank Syariah Indonesia, yaitu:

- a. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia
Melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan aset (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) 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 205 orang Nasabah produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin. 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 Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	17-25	24	11,71
2.	26-40	98	47,80
3.	41-55	65	31,71
4.	> 55	18	8,78
Jumlah		205	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2024

Berdasarkan tabel 4.1 diketahui bahwa sebagian besar Nasabah produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah berusia antara 26 - 40 tahun (47,80%). Namun jika dilihat dari sebaran usia nasabah, maka bisa disimpulkan bahwa umumnya Nasabah produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KCP

Pasar Cempaka Banjarmasin 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 Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin yang terpilih menjadi responden diuraikan sebagai berikut:

Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	Perempuan	108	52,68
2.	Laki-laki	97	47,32
Jumlah		205	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2024

Berdasarkan tabel 4.2 di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar Nasabah produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin adalah perempuan (52,68%).

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.	Pelajar/ Mahasiswa	35	17,07
2.	Pegawai Negeri	56	27,32
3.	Wiraswasta	32	15,61
4.	Pegawai Swasta	28	13,66
5.	Ibu Rumah Tangga	29	14,15
6.	Lain-lain	25	12,20
Jumlah		205	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2024.

Berdasarkan pada tabel 4.3 di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden bekerja sebagai Pegawai Negeri yaitu 27,32%. Hal ini berarti bahwa sebagian besar Nasabah produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin adalah berstatus sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS), pelajar/ mahasiswa, wiraswasta, ibu rumah tangga, pegawai swasta dan lain-lain yang memiliki penghasilan tetap.

d. Pendidikan Terakhir

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

Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No.	Pendidikan Terakhir	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	SD	6	2,93
2.	SMP	22	10,73
3.	SMA	40	19,51
4.	Diploma	45	21,95
5.	Sarjana	57	27,80
6.	Lain-lain	35	17,07
Jumlah		205	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2024.

Berdasarkan pada tabel 4.4 di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat pendidikan Sarjana yaitu, 27,8%. Hal ini berarti bahwa sebagian besar Nasabah produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin adalah orang-orang yang memiliki latar belakang pendidikan sebagai sarjana khususnya Strata 1 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 0,137. 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.	Reputasi (X1)	x1.1	0,507	0,137	Valid
2.		x1.2	0,572	0,137	Valid
3.		x1.3	0,580	0,137	Valid
4.		x1.4	0,621	0,137	Valid
5.		x1.5	0,626	0,137	Valid
6.		x1.6	0,500	0,137	Valid
7.		x1.7	0,500	0,137	Valid
8.	Promosi (X2)	x2.1	0,288	0,137	Valid
9.		x2.2	0,396	0,137	Valid
10.		x2.3	0,307	0,137	Valid
11.		x2.4	0,372	0,137	Valid
12.		x2.5	0,329	0,137	Valid
13.		x2.6	0,385	0,137	Valid
14.		x2.7	0,500	0,137	Valid
15.		x2.8	0,510	0,137	Valid
16.		x2.9	0,295	0,137	Valid
17.		x2.10	0,389	0,137	Valid
18.		x2.11	0,391	0,137	Valid
19.	Keputusan Nasabah (Y)	y.1	0,250	0,137	Valid
20.		y.2	0,304	0,137	Valid
21.		y.3	0,279	0,137	Valid
22.		y.4	0,336	0,137	Valid
23.		y.5	0,379	0,137	Valid
24.		y.6	0,339	0,137	Valid
25.		y.7	0,451	0,137	Valid
26.		y.8	0,649	0,137	Valid

No.	Variabel	No. Item	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
27.		y.9	0,372	0,137	Valid
28.		y.10	0,279	0,137	Valid

Sumber: Hasil Output SPSS, 2024

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, 2018, 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.	Reputasi (X1)	0,830	Reliabel
2.	Promosi (X2)	0,854	Reliabel
3.	Keputusan Nasabah (X3)	0,878	Reliabel

Sumber: Hasil Output SPSS, 2024.

Berdasarkan pada tabel 4.6 dapat dilihat bahwa seluruh variabel memiliki nilai *Cronbach Alpha* di atas 0,6 di mana untuk variabel reputasi (X1) memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,830, variabel promosi (X2) memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,854, variabel Keputusan Nasabah (Y) memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,878. Dengan demikian dapat disimpulkan, bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel dan dapat digunakan untuk mengukur reputasi, promosi dan Keputusan Nasabah menggunakan produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin.

4. Deskriptif Statistik Variabel Penelitian

1. Deskriptif Statistik Variabel Reputasi (X1)

Reputasi ialah tanggapan orang yang menyatakan keseluruhan organisasi serta hubungannya dengan para individu atau kelompok yang terbentuk seiring dengan berjalannya waktu (Helm, et al, 2011). Pada penelitian ini reputasi diukur melalui indikator: nama baik, reputasi pesaing, dikenal luas, dan kemudahan diingat. Lebih jelasnya mengenai tanggapan responden atas reputasi Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin dapat dilihat pada uraian berikut:

- 1) Distribusi frekuensi indikator “Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin memiliki nama yang baik dalam produk Tabungan Haji”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.7 Jawaban responden terhadap pernyataan “Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin memiliki nama yang baik dalam produk Tabungan Haji “

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	0	0,0
2.	Setuju	39	19,0
3.	Cukup Setuju	166	81,0
4.	Tidak Setuju	0	0,0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0,0
Total		205	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2024.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.7 diketahui bahwa jawaban setuju yaitu sebesar 19% dan cukup setuju sebesar 81, untuk jawaban sangat setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju tak memperoleh tanggapan.

2) Distribusi frekuensi indikator “Produk Tabungan Haji yang dimiliki Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin cukup dikenal dengan baik dimasyarakat”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.8 Jawaban responden terhadap pernyataan “Produk Tabungan Haji yang dimiliki Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin cukup dikenal dengan baik dimasyarakat “

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	0	0,0
2.	Setuju	48	23,4
3.	Cukup Setuju	157	76,6
4.	Tidak Setuju	0	0,0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0,0
Total		205	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2024.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.8 di ketahui bahwa jawaban cukup setuju yaitu sebesar 76,6% dan setuju sebesar 23,4%, untuk jawaban sangat setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak memperoleh tanggapan.

3) Distribusi frekuensi indikator “Produk tabungan haji yang dimiliki Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin memiliki reputasi yang baik dibandingkan bank lain”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.9 Jawaban responden terhadap pernyataan “Produk tabungan haji yang dimiliki Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin memiliki reputasi yang baik dibandingkan bank lain “

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	0	0,0
2.	Setuju	51	24,9
3.	Cukup Setuju	154	75,1
4.	Tidak Setuju	0	0,0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0,0
Total		205	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2024.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.9 diketahui bahwa jawaban cukup setuju yaitu sebesar 75,1%, dan setuju sebesar 24,9%, untuk jawaban sangat setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak memperoleh tanggapan.

4) Distribusi frekuensi indikator “Produk tabungan haji di BSI KCP Pasar Cempaka Banjarmasin ciri khas yang berbeda yang sangat menonjol yang diperlukan oleh nasabah”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.10 Jawaban responden terhadap pernyataan “Produk tabungan haji di BSI KCP Pasar Cempaka Banjarmasin ciri khas yang berbeda yang sangat menonjol yang diperlukan oleh nasabah “

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	0	0,0
2.	Setuju	45	22,0
3.	Cukup Setuju	160	78,0
4.	Tidak Setuju	0	0,0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0,0
Total		205	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2024.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.10 diketahui bahwa jawaban cukup setuju yaitu sebesar 78%, dan setuju sebesar 22%, untuk jawaban sangat setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak memperoleh tanggapan.

5) Distribusi frekuensi indikator “Produk tabungan haji yang dimiliki BSI KCP Pasar Cempaka sangat dikenal luas di masyarakat”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.11 Jawaban responden terhadap pernyataan “Produk tabungan haji yang dimiliki BSI KCP Pasar Cempaka sangat dikenal luas di masyarakat“

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	0	0,0
2.	Setuju	56	27,3
3.	Cukup Setuju	149	72,7
4.	Tidak Setuju	0	0,0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0,0
Total		205	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2024.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.11 diketahui bahwa jawaban cukup setuju yaitu sebesar 72,7%, setuju sebesar 27,3%, untuk jawaban sangat setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak memperoleh tanggapan.

- 6) Distribusi frekuensi indikator “Produk tabungan haji di BSI KCP Pasar Cempaka sangat dikenal baik produk baru maupun lama.”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.12 Jawaban responden terhadap pernyataan “Produk tabungan haji di BSI KCP Pasar Cempaka sangat dikenal baik produk baru maupun lama.”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	0	0,0
2.	Setuju	46	22,4
3.	Cukup Setuju	159	77,6
4.	Tidak Setuju	0	0,0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0,0
Total		205	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2024.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.12 diketahui bahwa jawaban cukup setuju yaitu sebesar 77,6%, setuju sebesar 22,4%, untuk jawaban sangat setuju dan tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak memperoleh tanggapan.

- 7) Distribusi frekuensi indikator “Produk tabungan haji di BSI KCP Pasar Cempaka Banjarmasin mudah di ingat karena reputasi nya yang baik oleh nasabah”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.13 Jawaban responden terhadap pernyataan “Produk tabungan haji di BSI KCP Pasar Cempaka Banjarmasin mudah di ingat karena reputasi nya yang baik oleh nasabah “

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	1	0,5
2.	Setuju	59	28,8
3.	Cukup Setuju	145	70,7
4.	Tidak Setuju	0	0,0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0,0
Total		205	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2024.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.13 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu hanya 0,5%, setuju sebesar 28,8%, cukup setuju sebesar 70,7%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak memperoleh tanggapan.

2. Deskriptif Statistik Variabel Promosi (X2)

Promosi ialah kegiatan penjualan dan pemasaran dalam rangka menginformasikan dan mendorong permintaan terhadap produk, jasa dan ide dari perusahaan dengan memengaruhi konsumen agar mau membeli produk dan jasa yang dihasilkan perusahaan. Promosi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah promosi yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin 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*). Lebih jelasnya mengenai tanggapan responden atas promosi yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin 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 4.14 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	29	14,1
2.	Setuju	165	80,5
3.	Cukup Setuju	8	3,9
4.	Tidak Setuju	3	1,5
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0,0
Total		205	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2024.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.14 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 14,1%, setuju sebesar 80,5%, cukup setuju sebesar 3,9%, untuk jawaban tidak setuju hanya 1,5%, sementara sangat tidak setuju tidak memperoleh tanggapan.

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 4.15 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	3	1,5
2.	Setuju	183	89,3
3.	Cukup Setuju	19	9,3
4.	Tidak Setuju	0	0,0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0,0
Total		205	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2024.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.15 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 1,5%, setuju sebesar 89,3%, cukup setuju sebesar 9,3%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak memperoleh tanggapan.

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 4.16 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	11	5,4
2.	Setuju	178	86,8
3.	Cukup Setuju	15	7,3
4.	Tidak Setuju	1	0,5
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0,0
Total		205	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2024.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.16 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 5,4%, setuju sebesar 86,8%, cukup setuju sebesar 7,3%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak memperoleh tanggapan.

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 4.17 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	3	1,5
2.	Setuju	168	82,0
3.	Cukup Setuju	33	16,1
4.	Tidak Setuju	1	0,5
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0,0
Total		205	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2024.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.17 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 1,5%, setuju sebesar 82%, cukup setuju sebesar 16,1%, untuk jawaban tidak setuju hanya 0,5% dan sangat tidak setuju tidak memperoleh tanggapan.

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”. Jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.18 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	9	4,4
2.	Setuju	7	3,4
3.	Cukup Setuju	187	91,2
4.	Tidak Setuju	2	1,0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0,0
Total		205	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2024.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.18 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 4,4%, setuju sebesar 3,4%, cukup setuju sebesar 91,2%, untuk jawaban tidak setuju hanya 1% dan sangat tidak setuju tidak memperoleh tanggapan.

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 4.19 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	8	3,9
2.	Setuju	4	2,0
3.	Cukup Setuju	193	94,1
4.	Tidak Setuju	0	0,0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0,0
Total		205	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2024.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.19 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 3,9%, setuju sebesar 2%, cukup setuju sebesar 94,1%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak memperoleh tanggapan.

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 4.20 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	36	17,6
2.	Setuju	146	71,2
3.	Cukup Setuju	21	10,2
4.	Tidak Setuju	2	1,0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0,0
Total		205	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2024.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.20 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 17,6%, setuju sebesar 71,2%, cukup setuju sebesar 10,2%, untuk jawaban tidak setuju hanya 1% sangat tidak setuju tidak memperoleh tanggapan.

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 4.21 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	3	1,5
2.	Setuju	6	2,9
3.	Cukup Setuju	195	95,1
4.	Tidak Setuju	1	0,5
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0,0
Total		205	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2024.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.21 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 1,5%, setuju sebesar 2,9%, cukup setuju sebesar 95,1%, untuk jawaban tidak setuju hanya 0,5% dan sangat tidak setuju tidak memperoleh tanggapan.

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

Tabel 4.22 Jawaban responden terhadap pernyataan “Katalog Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia sangat informative “

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	9	4,4
2.	Setuju	12	5,9
3.	Cukup Setuju	183	89,3
4.	Tidak Setuju	1	0,5
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0,0
Total		205	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2024.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.22 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 4,4%, setuju sebesar 5,9%, cukup setuju sebesar

89,3%, untuk jawaban tidak setuju hanya 0,5% dan sangat tidak setuju tidak memperoleh tanggapan.

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 4.23 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	10	4,9
2.	Setuju	13	6,3
3.	Cukup Setuju	182	88,8
4.	Tidak Setuju	0	0,0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0,0
Total		205	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2024.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.23 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 4,9%, setuju sebesar 6,3%, cukup setuju sebesar 88,8%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak memperoleh tanggapan.

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 4.24 Jawaban responden terhadap pernyataan “Saya mendapatkan informasi mengenai Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KCP Banjarmasin Pasar Cempaka melalui internet “

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	16	7,8
2.	Setuju	7	3,4
3.	Cukup Setuju	182	88,8
4.	Tidak Setuju	0	0,0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0,0
Total		205	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2024.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.24 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 7,8%, setuju sebesar 3,4%, cukup setuju sebesar 88,8%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak memperoleh tanggapan.

3. Deskriptif Statistik Variabel Keputusan Nasabah (Y)

Keputusan Nasabah ialah kegiatan nasabah secara langsung terlibat dalam keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual (Kotler & Keller, 2017). Keputusan menggunakan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah keputusan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin dalam memilih Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia yang diukur melalui indikator pengenalan masalah, perencanaan informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, perilaku pasca pembelian. Lebih jelasnya mengenai tanggapan responden pada kuesioner keputusan nasabah dapat dilihat pada uraian berikut ini:

- 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 4.25 Jawaban responden terhadap pernyataan “Saya tertarik dengan Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KCP Banjarmasin Pasar Cempaka, karena keamanan “

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	0	0,0
2.	Setuju	39	19,0
3.	Cukup Setuju	166	81,0
4.	Tidak Setuju	0	0,0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0,0
Total		205	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2024.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.25 diketahui bahwa jawaban cukup setuju yaitu sebesar 81%, setuju sebesar 19%, untuk jawaban sangat setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak memperoleh tanggapan.

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 4.26 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	0	0,0
2.	Setuju	48	23,4
3.	Cukup Setuju	157	76,6
4.	Tidak Setuju	0	0,0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0,0
Total		205	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2024.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.26 diketahui bahwa jawaban cukup setuju yaitu sebesar 76,6%, setuju sebesar 23,4%, untuk jawaban sangat setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak memperoleh tanggapan.

- 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 4.27 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	0	0,0
2.	Setuju	51	24,9
3.	Cukup Setuju	154	75,1
4.	Tidak Setuju	0	0,0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0,0
Total		205	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2024.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.27 diketahui bahwa jawaban cukup setuju yaitu sebesar 75,1%, setuju sebesar 24,9%, untuk jawaban sangat setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak memperoleh tanggapan.

- 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 4.28 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	2	1,0
2.	Setuju	43	21,0
3.	Cukup Setuju	160	78,0
4.	Tidak Setuju	0	0,0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0,0
Total		205	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2024.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.28 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 1%, setuju sebesar 21%, cukup setuju sebesar 78%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak memperoleh tanggapan.

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 4.29 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	16	7,8
2.	Setuju	1	0,5
3.	Cukup Setuju	188	91,7
4.	Tidak Setuju	0	0,0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0,0
Total		205	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2024.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.29 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 7,8%, setuju sebesar 0,5%, cukup setuju sebesar

91,7%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak memperoleh tanggapan.

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 4.30 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	0	0,0
2.	Setuju	12	5,9
3.	Cukup Setuju	193	94,1
4.	Tidak Setuju	0	0,0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0,0
Total		205	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2024.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.30 diketahui bahwa jawaban cukup setuju yaitu sebesar 94,1%, setuju sebesar 5,9%, untuk jawaban sangat setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak memperoleh tanggapan.

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 4.31 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	46	22,4
2.	Setuju	6	2,6
3.	Cukup Setuju	153	74,6
4.	Tidak Setuju	0	0,0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0,0
Total		205	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2024.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.31 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 22,4%, setuju sebesar 2,9%, cukup setuju sebesar 74,6%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak memperoleh tanggapan.

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 4.32 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	9	4,4
2.	Setuju	0	0,0
3.	Cukup Setuju	196	95,6
4.	Tidak Setuju	0	0,0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0,0
Total		205	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2024.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.32 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 4,4%, sangat setuju sebesar 4,4%, untuk jawaban setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak memperoleh tanggapan.

- 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 4.33 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	17	8,3
2.	Setuju	3	1,5
3.	Cukup Setuju	185	90,2
4.	Tidak Setuju	0	0,0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0,0
Total		205	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2024.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.33 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 8,3%, setuju sebesar 1,5%, cukup setuju sebesar 90,2%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak memperoleh tanggapan.

- 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 4.34 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	17	8,3
2.	Setuju	3	1,5
3.	Cukup Setuju	185	90,2
4.	Tidak Setuju	0	0,0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0,0
Total		205	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2024.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.34 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 8,3%, setuju sebesar 1,5%, cukup setuju sebesar 90,2%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak memperoleh tanggapan.

B. Analisis

1. 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, hal. 358). Dalam penelitian ini uji asumsi klasik yang digunakan adalah uji normalitas, uji heteroskedastisitas dan uji multikolinieritas.

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 4.35 Hasil Uji Normalitas

No.	Variabel	<i>Asymp. Sig (2 tailed)</i>	Keterangan
1.	Reputasi (X1)	0,200	Normal
2.	Promosi (X2)	0,120	Normal
3.	Keputusan Nasabah (Y)	0,112	Normal

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi (Asymp Sig 2-Tailed) untuk variabel Reputasi (X1) sebesar 0,200. Ini artinya nilai *sig* lebih dari 0,05 maka dapat dapat simpulkan data berdistribusi normal. Nilai signifikansi (Asymp Sig 2-Tailed) untuk variabel Promosi (X2) sebesar 0,120. 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 0,112. 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 4.36 Hasil Pengujian Multikolinieritas

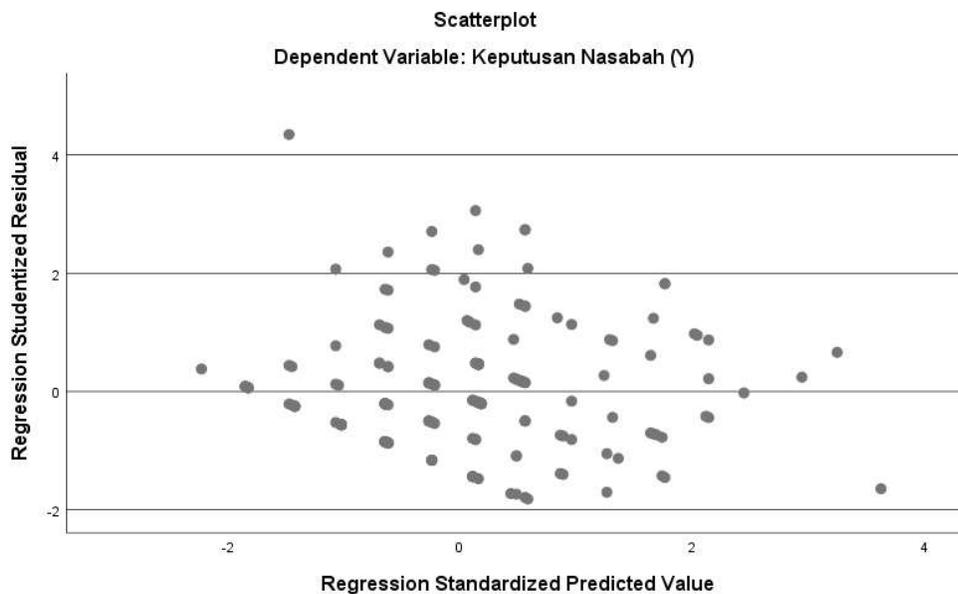
Variabel	Nilai <i>VIF</i>	Keterangan
Reputasi (X1)	1,001	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Promosi (X2)	1,001	Tidak Terjadi Multikolinieritas

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024

Pada tabel 4.36, untuk mengetahui hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada *Variance Inflation Factor (VIF)* yaitu Reputasi (X1) memiliki nilai *VIF* sebesar 1,001 dan Variabel Promosi (X2) memiliki nilai *VIF* sebesar 1,001. Menurut Ghozali apabila nilai *VIF* < 10 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi atau tidak terdapat multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi (Ghozali, 2017, hal. 92).

c. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dimaksudkan untuk mengetahui kesamaan masing-masing variabel Reputasi (X1) dan Promosi (X2) dan Keputusan Nasabah (Y) produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin. 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 Standarized Predicted Value* dengan *Regression Studentised Residual*. Hasil pengujian dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:



Gambar 4. 1
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Output Statistik 27, 2024.

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.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Pengaruh variabel bebas yaitu Reputasi (X_1), Promosi (X_2) dan Keputusan Nasabah (Y) produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin dapat diketahui dengan melakukan pengujian menggunakan analisis

regresi berganda dengan bantuan SPSS versi 27. Adapun hasil uji regresi linier berganda mengenai pengaruh Reputasi (X1), Promosi (X2) dan Keputusan Nasabah (Y) produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin adalah sebagai berikut:

Tabel 4.37 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	R	R Square	F	Sig
		B	Std. Error	Beta						
1	(Constant)	3.472	2.595		1.338	0.182	0,614	0,377	61,008	0,000
	Reputasi (X1)	0.453	0.065	0.388	6.971	0.000				
	Promosi (X2)	0.483	0.055	0.491	8.827	0.000				

Sumber: Hasil Output SPSS, 2024.

Berdasarkan pada Tabel 4.37 di atas dapat diketahui bahwa Keputusan Nasabah menggunakan produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin dipegaruhi oleh reputasi dan promosi. Masing-masing variabel bebas yang terdiri dari reputasi dan promosi, memberikan pengaruh yang bervariasi terhadap Keputusan Nasabah menggunakan produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin.

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

$$Y = 3,472 + 0,453 X_1 + 0,483 X_2$$

Angka 3,472 pada persamaan regresi berganda di atas berarti bahwa tanpa adanya reputasi dan promosi, maka Keputusan Nasabah menggunakan produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin adalah hanya sebesar 3,472.

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

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

3. Koefisien Diterminasi

Berdasarkan pada tabel 4.37 di atas khususnya pada kolom *R Square* dapat diketahui bahwa variabel bebas yang terdiri dari reputasi dan promosi secara bersama-sama memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Nasabah menggunakan produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin yaitu sebesar 37,7% dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa reputasi dan promosi memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Nasabah menggunakan produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin.

4. Uji Hipotesis

a. Uji Hipotesis Pertama (Uji F)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel bebas yaitu reputasi dan promosi secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat yaitu Keputusan Nasabah menggunakan produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin. Pengujian ini dilakukan dengan uji F, dengan tingkat signifikansi sebesar 95% ($\alpha = 0,05$). Hasil uji F dapat dilihat pada Tabel 4.38.

Tabel 4.38 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>
0,614	0,377	0,370	61,008	1,40	0,000

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai signifikansi F (0,000) < Signifikansi α (0,05), yaitu (0,000 < 0,05) atau dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} . Di mana dari hasil perhitungan diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ (61,008 > 1,40). Berdasarkan perhitungan tersebut maka keputusannya adalah secara statistik dapat dibuktikan bahwa semua variabel independen yang terdiri dari reputasi dan promosi secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah menggunakan produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin. Dari hasil pengujian tersebut disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara variabel reputasi dan promosi terhadap Keputusan Nasabah menggunakan produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin.

Dengan demikian maka hipotesis pertama dalam penelitian ini yang berbunyi:

H₀₁ : Tidak terdapat pengaruh reputasi dan promosi secara simultan terhadap keputusan nasabah membuka tabungan haji di Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin (Ditolak)

H_{a1} : Terdapat pengaruh reputasi dan promosi secara simultan terhadap keputusan nasabah membuka tabungan haji di Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin (Diterima)

b. Uji Hipotesis Kedua (Uji t)

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

Tabel 4.39 Hasil Uji t

No.	Variabel	t_{hitung}	t_{tabel}	Sig
1.	Reputasi (X1)	6,971	1,371	0,000
2.	Promosi (X2)	8,827	1,371	0,000

Sumber: Hasil Output SPSS, 2024.

Pada tabel 4.39 menunjukkan nilai signifikansi t untuk masing-masing variabel independen yang dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Variabel Reputasi (X1), nilai t_{hitung} sebesar 6,971 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,371 dengan signifikansi sebesar 0,000. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,971 > 1,371$) atau sig t $< 5\%$ ($0,000 < 0,05$), artinya terdapat pengaruh variabel Reputasi (X1) terhadap

loyalitas nasabah (Y) Nasabah produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin.

- 2) Variabel Promosi (X2), nilai t_{hitung} sebesar 8,827 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,371 dengan signifikansi sebesar 0,000. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($8,827 > 1,371$) atau $sig\ t < 5\%$ ($0,000 < 0,05$), artinya terdapat pengaruh variabel Promosi (X2) terhadap Loyalitas Nasabah (Y) Nasabah produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin.

Dengan demikian, maka hipotesis penelitian yaitu H2 yang berbunyi:

H₀₂ : Tidak terdapat pengaruh reputasi dan promosi secara parsial terhadap keputusan nasabah membuka tabungan haji di Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin. (Ditolak)

H_{a2} : Terdapat pengaruh reputasi dan promosi secara parsial terhadap keputusan nasabah membuka tabungan haji di Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin. (Diterima)

Pengaruh reputasi dan promosi secara simultan terhadap keputusan nasabah membuka tabungan haji Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin. Simultan adalah pengaruh yang ditimbulkan oleh variabel-variabel bebas jika digabungkan terhadap variabel terikat. Pada penelitian ini pengaruh secara simultan mengarah pada pengaruh variabel reputasi dan promosi jika di gabungkan terhadap variabel keputusan nasabah membuka tabungan haji Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin.

Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa nilai *r square* memperlihatkan angka 0,377 yang bermakna bahwa secara simultan reputasi dan

promosi memberikan pengaruh terhadap keputusan nasabah membuka tabungan haji Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin sebesar 0,377 atau 37,7%. Berdasarkan nilai R sebesar 0,614 diketahui bahwa terdapat hubungan yang kuat antara reputasi dan promosi terhadap keputusan nasabah membuka tabungan haji Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fajriyah (2013) yang menyatakan bahwa secara simultan variabel reputasi dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Demikian pula penelitian Sammasi (2018) yang menyatakan bahwa reputasi dan promosi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Sejalan pula dengan penelitian Mulyani (2019) yang menyatakan bahwa reputasi dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah.

Pengaruh reputasi dan promosi secara parsial terhadap keputusan nasabah membuka tabungan haji Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin. Pada dasarnya yang dimaksud dengan pengaruh secara parsial adalah pengaruh yang ditimbulkan oleh variabel-variabel bebas secara terpisah atau sendiri-sendiri terhadap variabel terikat yang dalam penelitian ini adalah variabel reputasi dan promosi secara sendiri-sendiri terhadap keputusan nasabah membuka tabungan haji Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa reputasi memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah membuka tabungan haji Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,453 (45,3%). Koefisien regresi variabel reputasi positif, berarti ada hubungan

searah antara reputasi dengan Keputusan Nasabah menggunakan produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin. Artinya apabila reputasi meningkat, maka Keputusan Nasabah menggunakan produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin juga akan mengalami peningkatan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang di lakukan oleh Fajriyah (2013) yang menyatakan bahwa secara parsial variabel reputasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Demikian pula penelitian Sammasi (2018) yang menyatakan bahwa reputasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial promosi memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah membuka tabungan haji Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,483 (48,3%). Koefisien regresi variabel promosi bernilai positif, berarti ada hubungan searah antara promosi dengan Keputusan Nasabah menggunakan produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin. Artinya apabila promosi meningkat, maka Keputusan Nasabah menggunakan produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin juga akan mengalami peningkatan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang di lakukan oleh Fajriyah (2013) yang menyatakan bahwa secara parsial variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Demikian pula penelitian Sammasi (2018) yang menyatakan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Sejalan

pula dengan penelitian Mulyani (2019) yang menyatakan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah.

Berdasarkan hasil penelitian secara parsial diketahui bahwa variabel yang berpengaruh dominan atau memiliki pengaruh paling besar terhadap keputusan nasabah membuka tabungan haji Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin adalah promosi. Promosi menjadi variabel yang berpengaruh dominan karena promosi merupakan aspek penting yang bisa memengaruhi keputusan seorang nasabah. Promosi penjualan ini, yaitu seperti pemberian hadiah, potongan harga, undian berhadiah, percobaan gratis dan banyak lagi bentuk yang lain. Intinya adalah menawarkan insentif kepada konsumen untuk membeli. Promosi penjualan ini adalah bagian dari bentuk promosi produk, yang tentunya bertujuan untuk menarik pelanggan dan agar suatu komoditi laku di pasaran (Bahri, 2013, hal. 139). Promosi biasanya bersifat persuasive atau membujuk sebab memberikan informasi positif mengenai produk atau jasa yang ditawarkan termasuk produk tabungan haji Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin. Semakin banyak informasi positif yang diterima oleh nasabah mengenai produk tabungan haji pada Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin maka akan semakin besar minat yang dimiliki oleh nasabah untuk membuka tabungan haji di Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin dan hal ini pada akhirnya mendorong keputusan nasabah untuk membuka tabungan haji di Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin.