

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Penyajian Data

1. Sejarah Singkat Perusahaan

Nilai-nilai perusahaan yang menjunjung tinggi kemanusiaan dan integritas telah tertanam kuat pada segenap insan Bank Syariah Mandiri (BSM) sejak awal pendiriannya.

Kehadiran BSM sejak tahun 1999, sesungguhnya merupakan hikmah sekaligus berkah pasca krisis ekonomi dan moneter 1997-1998. Sebagaimana diketahui, krisis ekonomi dan moneter sejak Juli 1997, yang disusul dengan krisis multi-dimensi termasuk di panggung politik nasional, telah menimbulkan beragam dampak negatif yang sangat hebat terhadap seluruh sendi kehidupan masyarakat, tidak terkecuali dunia usaha. Dalam kondisi tersebut, industri perbankan nasional yang didominasi oleh bank-bank konvensional mengalami krisis luar biasa. Pemerintah akhirnya mengambil tindakan dengan merestrukturisasi dan merekapitalisasi sebagian bank-bank di Indonesia.

Salah satu bank konvensional, PT Bank Susila Bakti (BSB) yang dimiliki oleh Yayasan Kesejahteraan Pegawai (YKP) PT Bank Dagang Negara dan PT Mahkota Prestasi juga terkena dampak krisis. BSB berusaha keluar dari

situasi tersebut dengan melakukan upaya *merger* dengan beberapa bank lain serta mengundang investor asing.¹

Pada saat bersamaan, pemerintah melakukan penggabungan (*merger*) empat bank (Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim, dan Bapindo) menjadi satu bank baru bernama PT Bank Mandiri (Persero) pada tanggal 31 Juli 1999. Kebijakan penggabungan tersebut juga menempatkan dan menetapkan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. sebagai pemilik mayoritas baru BSB.

Sebagai tindak lanjut dari keputusan *merger*, Bank Mandiri melakukan konsolidasi serta membentuk Tim Pengembangan Perbankan Syariah. Pembentukan tim ini bertujuan untuk mengembangkan layanan perbankan syariah di kelompok perusahaan Bank Mandiri, sebagai respon atas diberlakukannya UU No. 10 tahun 1998, yang memberi peluang bank umum untuk melayani transaksi syariah (*dual banking system*).

Tim Pengembangan Perbankan Syariah memandang bahwa pemberlakuan UU tersebut merupakan momentum yang tepat untuk melakukan konversi PT Bank Susila Bakti dari bank konvensional menjadi bank syariah. Oleh karenanya, Tim Pengembangan Perbankan Syariah segera mempersiapkan sistem dan infrastrukturnya, sehingga kegiatan usaha BSB berubah dari bank konvensional menjadi bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan nama PT Bank Syariah Mandiri

¹<http://www.syariahmandiri.co.id/category/info-perusahaan/profil-perusahaan/sejarah/>

sebagaimana tercantum dalam Akta Notaris: Sutjipto, SH, No. 23 tanggal 8 September 1999.²

Perubahan kegiatan usaha BSB menjadi bank umum syariah dikukuhkan oleh Gubernur Bank Indonesia melalui SK Gubernur BI No. 1/24/KEP.BI/1999, 25 Oktober 1999. Selanjutnya, melalui Surat Keputusan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/ 1999, BI menyetujui perubahan nama menjadi PT Bank Syariah Mandiri. Menyusul pengukuhan dan pengakuan legal tersebut, PT Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999.

PT Bank Syariah Mandiri hadir, tampil dan tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani, yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmoni antara idealisme usaha dan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri dalam kiprahnya di perbankan Indonesia. BSM hadir untuk bersama membangun Indonesia menuju Indonesia yang lebih baik.

Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Martapura adalah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Martapura didirikan pada tanggal 01 November 1999, pada awal berdirinya Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Martapura masih berbentuk Kantor Cabang Pembantu dari Kantor Cabang Banjarmasin. Namun, setelah aset yang dimiliki oleh Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Martapura meningkat, maka sekitar 4 Desember 2010 Bank

²*Ibid.*

Syariah Mandiri Kantor Cabang Martapura ditingkatkan statusnya menjadi Kantor Cabang. Dan baru pada tahun 2015 ini, Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Martapura membawahi dua Kantor Cabang Pembantu, yakni: KCP Pelaihari, dan KCP Kotabaru.

Mengenai total nasabah dan total aset pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Martapura, penulis berusaha untuk mendapatkan informasi tersebut dari pihak Bank, namun mereka tidak bisa memberikan informasi yang penulis perlukan karena hal itu menjadi rahasia Bank walau hanya berbentuk kisaran.

2. Profil Perusahaan

Nama : Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Martapura

Alamat : Jl. A. Yani KM 40 No. 5, Martapura, Kalimantan Selatan.

Telepon : (0511) 4722713

Faksimili : (0511) 4722714

Situs web : www.syariahmandiri.co.id

Tanggal berdiri KCP: 1 November 1999

Tanggal berdiri KC : 4 Desember 2010

3. Visi dan Misi Bank Syariah Mandiri

Visi : “Bank Syariah Terdepan dan Modern”

Bank Syariah Terdepan: Menjadi bank syariah yang selalu unggul di antara pelaku industri perbankan syariah di Indonesia pada *segmen consumer, micro, SME, commercial, dan corporate*.

Bank Syariah Modern: Menjadi bank syariah dengan sistem layanan dan teknologi mutakhir yang melampaui harapan nasabah.

Misi :

- a. Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industri yang berkesinambungan.
- b. Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah.
- c. Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel.
- d. Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal.
- e. Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.
- f. Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.

4. Struktur Organisasi BSM KC Martapura

1) **Branch Manager BSM KC.Martapura** : Edy Junaidi

a) *Micro Banking Manager* : Muhammad Safei

1. Rudy Hariadi
2. M. Sodik Sosanto

- b) *Pawning Officer* :
 - 1. Aswab Mahasin
 - 2. Fachruddin
 - c) *BBRM* : Defni Febrian
 - d) *CBRM* :
 - 1. Supriyanto
 - 2. Elie Yolanda E
 - 3. Bisma Khairifadil
 - e) *Priority Banking Representative* : Tri Wahyu Agustina
 - f) *Sharia Funding Executive* : Siti Chomsatun M
- 2) *Branch Operation & Service Manager* : Okie Dwikarta Susila**
- a) *Customer Service Officer*
 - 1. Sri Astuti Handayani
 - 2. Pendi
 - b) *Teller*
 - 1. Yona Erizca Hafsari
 - 2. Riris
- 3) *Clearing & Operation Service* : Ripani**
- 4) *General Affair* : Ezra Mahresi Hasanudin**
- a) *Driver*
 - 1. Achmad Mawardi
 - 2. Abdurrahman
 - b) *Security*
 - 1. Agus Suasana
 - 2. Kuspriyanto
 - 3. M. Syafi'i
 - 4. Wahyu Aji
 - 5. Eru Cakra
 - c) *Office Boy*
 - 1. Zakaria
 - 2. Muhammad Yusuf

5) Area Financing Operation Manager

- a) *Branch Financing Operation Supervisor* : Zulfikar Yogi S
- b) FOS : Nurul Latifah Hayani
- c) *Micro Administration* : Shofa

6) Area Collection & Recovery Manager

- a) *Account Maintenance Staff*
- b) *Junior Account Maintenance* : M. Yaga Hadi

7) Area Financing Risk & Recovery Manager

- a) *Business Banking Verification Staff* : Sony Dwi Prasetyo
- b) *Consumer Verification Staff*
- c) *Micro Analyst* : Hendy Hertanto

8) Area Business Control Supervisor

Business Control Staff : Misran

5. Karakteristik Responden

a. Jenis Kelamin

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

No	Responden	Jumlah (orang)	Persentase
1	Laki-laki	5	50%
2	Perempuan	5	50%
	Jumlah	10	100%

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2016)

Berdasarkan tabel diatas, persentase deposan BSM KC Martapura yang jadi responden adalah orang yang berjenis kelamin

laki-laki sebanyak 5 orang (50%), dan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 5 orang (50%).

b. Jenis Pekerjaan Responden

Tabel 4.2
Jenis Pekerjaan Responden

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah (orang)	Persentase
1	Pegawai	2	20%
2	Pengusaha	5	50%
3	Dokter	1	10%
4	Wiraswasta	1	10%
5	Ibu Rumah Tangga	1	10%
	Jumlah	10	100%

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2016)

Berdasarkan table diatas, jenis pekerjaan responden yang paling banyak adalah pengusaha sebanyak 5 orang (50%) diikuti responden yang jenis pekerjaannya pegawai sebanyak 2 orang (20%) kemudian responden dokter, wiraswasta dan ibu rumah tangga 1 orang (10%) permasing-masing jenis pekerjaannya.

6. Analisis Deskripsi Variabel

a. Variabel Strategi Pemasaran (X_1)

1. Kualitas produk yang ditawarkan baik

Tabel 4.3

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat setuju	1	10%
2.	Setuju	4	40%
3.	Netral	5	50%
4.	Tidak setuju	-	-
5.	Sangat tidak setuju	-	-

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2016)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan kualitas produk yang ditawarkan baik adalah sebanyak 1 responden dengan persentase 10% menyatakan sangat setuju, 4 responden dengan persentase 40% menyatakan setuju, 5 responden dengan persentase 50% menyatakan netral dan tidak ada satupun responden yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa para responden netral terhadap pernyataan kualitas produk yang ditawarkan.

2. Bentuk produk yang berbeda dengan lainnya

Tabel 4.4

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat setuju	5	50%
2.	Setuju	3	30%
3.	Netral	2	20%
4.	Tidak setuju	-	-
5.	Sangat tidak setuju	-	-

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2016)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan bentuk produk yang berbeda dengan lainnya adalah sebanyak 5 responden dengan persentase 50% menyatakan sangat setuju, 3 responden dengan persentase 30% menyatakan setuju, 2 responden dengan persentase 20% menyatakan netral dan tidak ada satupun responden yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa para responden sangat setuju terhadap pernyataan bentuk produk yang berbeda dengan lainnya.

3. Gaya penyampaian produk oleh pihak bank yang menarik

Tabel 4.5

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat setuju	5	50%
2.	Setuju	5	50%
3.	Netral	-	-
4.	Tidak setuju	-	-
5.	Sangat tidak setuju	-	-

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2016)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan adalah sebanyak 5 responden dengan persentase 50% menyatakan sangat setuju, 5 responden dengan persentase 50% menyatakan setuju, dan tidak ada satupun responden yang menyatakan netral, tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa para responden sama-sama seimbang antara sangat setuju dan setuju terhadap pernyataan gaya penyampaian produk oleh pihak bank yang menarik.

4. Adanya garansi dalam produk ini

Tabel 4.6

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat setuju	6	60%
2.	Setuju	2	20%
3.	Netral	2	20%
4.	Tidak setuju	-	-
5.	Sangat tidak setuju	-	-

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2016)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan adanya garansi dalam produk ini adalah sebanyak 6 responden dengan persentase 60% menyatakan sangat setuju, 2 responden dengan persentase 20% menyatakan

setuju, 2 responden dengan persentase 20% menyatakan netral dan tidak ada satupun responden yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa para responden sangat setuju terhadap pernyataan adanya garansi dalam produk ini.

5. Adanya diskon atau potongan harga pada produk tersebut

Tabel 4.7

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat setuju	2	20%
2.	Setuju	7	70%
3.	Netral	1	10%
4.	Tidak setuju	-	-
5.	Sangat tidak setuju	-	-

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2016)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan adanya diskon atau potongan harga pada produk tersebut adalah sebanyak 2 responden dengan persentase 20% menyatakan sangat setuju, 7 responden dengan persentase 70% menyatakan setuju, 1 responden dengan persentase 10% menyatakan netral dan tidak ada satupun responden yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa para responden setuju terhadap pernyataan adanya diskon atau potongan harga pada produk tersebut.

6. Kestabilan harga dan margin yang didapat

Tabel 4.8

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat setuju	2	20%
2.	Setuju	7	70%
3.	Netral	1	10%
4.	Tidak setuju	-	-
5.	Sangat tidak setuju	-	-

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2016)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan kestabilan harga dan margin yang didapat adalah sebanyak 2 responden dengan persentase 20% menyatakan sangat setuju, 7 responden dengan persentase 70% menyatakan setuju, 1 responden dengan persentase 10% menyatakan netral dan tidak ada satupun responden yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa para responden setuju terhadap pernyataan kestabilan harga dan margin yang didapat.

7. Biaya untuk mengikuti produk program hadiah sangat terjangkau

Tabel 4.9

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat setuju	6	60%
2.	Setuju	2	20%
3.	Netral	2	20%
4.	Tidak setuju	-	-
5.	Sangat tidak setuju	-	-

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2016)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan biaya untuk mengikuti produk program hadiah sangat terjangkau adalah sebanyak 6 responden

dengan persentase 60% menyatakan sangat setuju, 2 responden dengan persentase 20% menyatakan setuju, 2 responden dengan persentase 20% menyatakan netral dan tidak ada satupun responden yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa para responden sangat setuju terhadap pernyataan biaya untuk mengikuti produk program hadiah sangat terjangkau.

8. Cara pembayaran yang mudah

Tabel 4.10

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat setuju	1	10%
2.	Setuju	4	40%
3.	Netral	5	50%
4.	Tidak setuju	-	-
5.	Sangat tidak setuju	-	-

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2016)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan cara pembayaran yang mudah adalah sebanyak 1 responden dengan persentase 10% menyatakan sangat setuju, 4 responden dengan persentase 40% menyatakan setuju, 5 responden dengan persentase 50% menyatakan netral dan tidak ada satupun responden yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa para responden netral terhadap pernyataan cara pembayaran yang mudah.

9. Syarat yang diberikan oleh pihak bank untuk mengikuti program hadiah ini mudah

Tabel 4.11

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat setuju	1	10%
2.	Setuju	6	60%
3.	Netral	3	30%
4.	Tidak setuju	-	-
5.	Sangat tidak setuju	-	-

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2016)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan syarat yang diberikan oleh pihak bank untuk mengikuti program hadiah ini mudah adalah sebanyak 1 responden dengan persentase 10% menyatakan sangat setuju, 6 responden dengan persentase 60% menyatakan setuju, 3 responden dengan persentase 30% menyatakan netral dan tidak ada satupun responden yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa para responden setuju terhadap pernyataan syarat yang diberikan oleh pihak bank untuk mengikuti program hadiah ini mudah.

10. Tempat bank yang sangat strategis dipinggir jalan raya

Tabel 4.12

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat setuju	7	7
2.	Setuju	2	2
3.	Netral	1	1
4.	Tidak setuju	-	-
5.	Sangat tidak setuju	-	-

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2016)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan tempat bank yang sangat strategis dipinggir jalan raya adalah sebanyak 7 responden dengan persentase 70% menyatakan sangat setuju, 2 responden dengan persentase 20% menyatakan setuju, 1 responden dengan persentase 10% menyatakan netral dan tidak ada satupun responden yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa para responden sangat setuju terhadap pernyataan tempat bank yang sangat strategis dipinggir jalan raya.

11. Sangat mudah untuk menuju lokasi bank

Tabel 4.13

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat setuju	6	60%
2.	Setuju	4	40%
3.	Netral	-	-
4.	Tidak setuju	-	-
5.	Sangat tidak setuju	-	-

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2016)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan sangat mudah untuk menuju lokasi bank adalah sebanyak 6 responden dengan persentase 60% menyatakan sangat setuju, 4 responden dengan persentase 40% menyatakan setuju, dan tidak ada satupun responden yang menyatakan netral, tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa para responden sangat setuju terhadap pernyataan sangat mudah untuk menuju lokasi bank.

12. Iklan produk yang ditawarkan melalui media elektronik

Tabel 4.14

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat setuju	6	60%
2.	Setuju	3	30%
3.	Netral	1	10%
4.	Tidak setuju	-	-
5.	Sangat tidak setuju	-	-

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2016)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan iklan produk yang ditawarkan melalui media elektronik adalah sebanyak 6 responden dengan persentase 60% menyatakan sangat setuju, 3 responden dengan persentase 30% menyatakan setuju, 1 responden dengan persentase 10% menyatakan netral dan tidak ada satupun responden yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa para responden sangat setuju terhadap pernyataan iklan produk yang ditawarkan melalui media elektronik.

13. Pihak bank menawarkan produk langsung bertatap muka, baik dilakukan di bank maupun di rumah nasabah

Tabel 4.15

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat setuju	4	40%
2.	Setuju	6	60%
3.	Netral	-	-
4.	Tidak setuju	-	-
5.	Sangat tidak setuju	-	-

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2016)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan pihak bank menawarkan produk

langsung bertatap muka, baik dilakukan di bank maupun di rumah nasabah adalah sebanyak 4 responden dengan persentase 40% menyatakan sangat setuju, 6 responden dengan persentase 60% menyatakan setuju, dan tidak ada satupun responden yang menyatakan netral, tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa para responden setuju terhadap pernyataan pihak bank menawarkan produk langsung bertatap muka, baik dilakukan di bank maupun di rumah nasabah.

14. Pihak bank terkadang melakukan penjualan produk kepada nasabah melalui telepon atau dilakukan tanpa tatap muka

Tabel 4.16

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat setuju	3	30%
2.	Setuju	7	70%
3.	Netral	-	-
4.	Tidak setuju	-	-
5.	Sangat tidak setuju	-	-

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2016)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan pihak bank terkadang melakukan penjualan produk kepada nasabah melalui telepon atau dilakukan tanpa tatap muka adalah sebanyak 3 responden dengan persentase 30% menyatakan sangat setuju, 7 responden dengan persentase 70% menyatakan setuju, dan tidak ada satupun responden yang menyatakan netral, tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa para responden setuju terhadap pernyataan

pihak bank terkadang melakukan penjualan produk kepada nasabah melalui telepon atau dilakukan tanpa tatap muka.

b. Variabel Pemberian Hadiah (X_2)

15. Hadiah yang diterima berupa barang yang tahan lama

Tabel 4.17

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat setuju	5	50%
2.	Setuju	5	50%
3.	Netral	-	-
4.	Tidak setuju	-	-
5.	Sangat tidak setuju	-	-

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2016)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan hadiah yang diterima berupa barang yang tahan lama adalah sebanyak 5 responden dengan persentase 50% menyatakan sangat setuju, 5 responden dengan persentase 50% menyatakan setuju, dan tidak ada satupun responden yang menyatakan netral, tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa para responden sama-sama seimbang antara sangat setuju dan setuju terhadap pernyataan hadiah yang diterima berupa barang yang tahan lama.

16. Hadiah yang diterima sesuai dengan keinginan

Tabel 4.18

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat setuju	5	50%
2.	Setuju	4	40%
3.	Netral	1	10%
4.	Tidak setuju	-	-
5.	Sangat tidak setuju	-	-

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2016)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan hadiah yang diterima sesuai dengan keinginan adalah sebanyak 5 responden dengan persentase 50% menyatakan sangat setuju, 4 responden dengan persentase 40% menyatakan setuju, 1 responden dengan persentase 10% menyatakan netral dan tidak ada satupun responden yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa para responden sangat setuju terhadap pernyataan hadiah yang diterima sesuai dengan keinginan.

17. Anda merasa senang terhadap hadiah yang diberikan oleh BSM

Tabel 4.19

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat setuju	4	40%
2.	Setuju	5	50%
3.	Netral	1	10%
4.	Tidak setuju	-	-
5.	Sangat tidak setuju	-	-

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2016)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan anda merasa senang terhadap hadiah yang diberikan oleh BSM adalah sebanyak 4 responden dengan persentase 40% menyatakan sangat setuju, 5 responden dengan persentase 50% menyatakan setuju, 1 responden dengan persentase 10% menyatakan netral dan tidak ada satupun responden yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa para responden setuju terhadap pernyataan anda merasa senang terhadap hadiah yang diberikan oleh BSM.

18. Hadiah yang diterima khusus deposit prioritas

Tabel 4.20

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat setuju	5	50%
2.	Setuju	4	40%
3.	Netral	1	10%
4.	Tidak setuju	-	-
5.	Sangat tidak setuju	-	-

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2016)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan hadiah yang diterima khusus deposit prioritas adalah sebanyak 5 responden dengan persentase 50% menyatakan sangat setuju, 4 responden dengan persentase 40% menyatakan setuju, 1 responden dengan persentase 10% menyatakan netral dan tidak ada satupun responden yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa para responden sangat setuju terhadap pernyataan hadiah yang diterima khusus deposit prioritas.

19. Hadiah yang diterima untuk deposit yang mengikuti program hadiah

Tabel 4.21

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat setuju	4	40%
2.	Setuju	5	50%
3.	Netral	1	10%
4.	Tidak setuju	-	-
5.	Sangat tidak setuju	-	-

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2016)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan hadiah yang diterima untuk deposit

yang mengikuti program hadiah adalah sebanyak 4 responden dengan persentase 40% menyatakan sangat setuju, 5 responden dengan persentase 50% menyatakan setuju, 1 responden dengan persentase 10% menyatakan netral dan tidak ada satupun responden yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa para responden setuju terhadap pernyataan hadiah yang diterima untuk depositan yang mengikuti program hadiah.

c. Variabel Loyalitas Depositor (Y)

20. Yakin kepada pihak bank bahwa hadiah yang didapat sesuai dengan keinginan

Tabel 4.22

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat setuju	3	30%
2.	Setuju	5	50%
3.	Netral	2	20%
4.	Tidak setuju	-	-
5.	Sangat tidak setuju	-	-

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2016)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan yakin kepada pihak bank bahwa hadiah yang didapat sesuai dengan keinginan adalah sebanyak 3 responden dengan persentase 30% menyatakan sangat setuju, 5 responden dengan persentase 50% menyatakan setuju, 2 responden dengan persentase 20% menyatakan netral dan tidak ada satupun responden yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa para responden setuju terhadap

pernyataan yakin kepada pihak bank bahwa hadiah yang didapat sesuai dengan keinginan.

21. Yakin akan kejujuran dan kebaikan perbankan dalam menjalankan program hadiah ini

Tabel 4.23

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat setuju	2	2
2.	Setuju	7	7
3.	Netral	1	1
4.	Tidak setuju	-	-
5.	Sangat tidak setuju	-	-

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2016)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan yakin akan kejujuran dan kebaikan perbankan dalam menjalankan program hadiah ini adalah sebanyak 2 responden dengan persentase 20% menyatakan sangat setuju, 7 responden dengan persentase 70% menyatakan setuju, 1 responden dengan persentase 10% menyatakan netral dan tidak ada satupun responden yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa para responden setuju terhadap pernyataan yakin akan kejujuran dan kebaikan perbankan dalam menjalankan program hadiah ini.

22. Percaya sepenuhnya kepada bank dalam mengalokasikan dana tersebut

Tabel 4.24

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat setuju	2	20%
2.	Setuju	7	70%
3.	Netral	1	10%
4.	Tidak setuju	-	-
5.	Sangat tidak setuju	-	-

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2016)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan percaya sepenuhnya kepada bank dalam mengalokasikan dana tersebut adalah sebanyak 2 responden dengan persentase 20% menyatakan sangat setuju, 7 responden dengan persentase 70% menyatakan setuju, 1 responden dengan persentase 10% menyatakan netral dan tidak ada satupun responden yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa para responden setuju terhadap pernyataan percaya sepenuhnya kepada bank dalam mengalokasikan dana tersebut.

23. Dengan hadiah tersebut menambah kelayakan anda terhadap BSM

Tabel 4.25

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat setuju	3	30%
2.	Setuju	5	50%
3.	Netral	2	20%
4.	Tidak setuju	-	-
5.	Sangat tidak setuju	-	-

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2016)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan dengan hadiah tersebut menambah kelayakan anda terhadap BSM adalah sebanyak 3 responden dengan persentase 30% menyatakan sangat setuju, 5 responden dengan persentase 50% menyatakan setuju, 2 responden dengan persentase 20% menyatakan netral dan tidak ada satupun responden yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa para responden setuju terhadap pernyataan dengan hadiah tersebut menambah kelayakan anda terhadap BSM.

24. Anda tetap bersedia menjadi nasabah BSM meskipun ada Bank lainnya yang menawarkan hadiah yang lebih besar

Tabel 4.26

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat setuju	2	20%
2.	Setuju	6	60%
3.	Netral	2	20%
4.	Tidak setuju	-	-
5.	Sangat tidak setuju	-	-

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2016)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan anda tetap bersedia menjadi nasabah BSM meskipun ada Bank lainnya yang menawarkan hadiah yang lebih besar adalah sebanyak 2 responden dengan persentase 20% menyatakan sangat setuju, 6 responden dengan persentase 60% menyatakan setuju, 2 responden dengan persentase 20% menyatakan netral dan tidak ada satupun responden yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa para

responden setuju terhadap pernyataan anda tetap bersedia menjadi nasabah BSM meskipun ada Bank lainnya yang menawarkan hadiah yang lebih besar.

25. Adanya pajak yang dikenakan pada setiap hadiah yang diterima

Tabel 4.27

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat setuju	2	20%
2.	Setuju	7	70%
3.	Netral	1	10%
4.	Tidak setuju	-	-
5.	Sangat tidak setuju	-	-

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2016)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan adanya pajak yang dikenakan pada setiap hadiah yang diterima adalah sebanyak 2 responden dengan persentase 20% menyatakan sangat setuju, 7 responden dengan persentase 70% menyatakan setuju, 1 responden dengan persentase 10% menyatakan netral dan tidak ada satupun responden yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa para responden setuju terhadap pernyataan adanya pajak yang dikenakan pada setiap hadiah yang diterima.

26. Pihak bank memberikan informasi yang terperinci tentang produk tersebut

Tabel 4.28

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat setuju	4	40%
2.	Setuju	5	50%
3.	Netral	1	10%
4.	Tidak setuju	-	-
5.	Sangat tidak setuju	-	-

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2016)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan pihak bank memberikan informasi yang terperinci tentang produk tersebut adalah sebanyak 4 responden dengan persentase 40% menyatakan sangat setuju, 5 responden dengan persentase 50% menyatakan setuju, 1 responden dengan persentase 10% menyatakan netral dan tidak ada satupun responden yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa para responden setuju terhadap pernyataan pihak bank memberikan informasi yang terperinci tentang produk tersebut.

27. Gaya bahasa penyampaian produk yang tidak monoton

Tabel 4.29

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat setuju	5	50%
2.	Setuju	5	50%
3.	Netral	-	-
4.	Tidak setuju	-	-
5.	Sangat tidak setuju	-	-

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2016)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan gaya bahasa penyampaian produk yang tidak monoton adalah sebanyak 5 responden dengan persentase 50% menyatakan sangat setuju, 5 responden dengan persentase 50% menyatakan setuju, dan tidak ada satupun responden yang menyatakan netral, tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa para responden sama-sama seimbang antara sangat setuju dan setuju terhadap pernyataan gaya bahasa penyampaian produk yang tidak monoton.

28. Pihak bank menggambarkan produk dalam cerita yang jelas

Tabel 4.30

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat setuju	2	20%
2.	Setuju	3	30%
3.	Netral	5	50%
4.	Tidak setuju	-	-
5.	Sangat tidak setuju	-	-

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2016)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan pihak bank menggambarkan produk dalam cerita yang jelas adalah sebanyak 2 responden dengan persentase 20% menyatakan sangat setuju, 3 responden dengan persentase 30% menyatakan setuju, 5 responden dengan persentase 50% menyatakan netral dan tidak ada satupun responden yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa para responden netral terhadap pernyataan pihak bank menggambarkan produk dalam cerita yang jelas.

29. Kerjasama yang baik antara pihak bank dan nasabah

Tabel 4.31

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat setuju	2	20%
2.	Setuju	6	60%
3.	Netral	2	20%
4.	Tidak setuju	-	-
5.	Sangat tidak setuju	-	-

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2016)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan kerjasama yang baik antara pihak bank dan nasabah adalah sebanyak 2 responden dengan persentase 20% menyatakan sangat setuju, 6 responden dengan persentase 60% menyatakan setuju, 2 responden dengan persentase 20% menyatakan netral dan tidak ada satupun responden yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa para responden setuju terhadap pernyataan kerjasama yang baik antara pihak bank dan nasabah.

30. Pihak bank bertanggung jawab atas dana yang dititipkan nasabah untuk program hadiah ini

Tabel 4.32

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat setuju	2	20%
2.	Setuju	7	70%
3.	Netral	1	10%
4.	Tidak setuju	-	-
5.	Sangat tidak setuju	-	-

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2016)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan pihak bank bertanggung jawab atas

dana yang dititipkan nasabah untuk program hadiah ini adalah sebanyak 2 responden dengan persentase 20% menyatakan sangat setuju, 7 responden dengan persentase 70% menyatakan setuju, 1 responden dengan persentase 10% menyatakan netral dan tidak ada satupun responden yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa para responden setuju terhadap pernyataan pihak bank bertanggung jawab atas dana yang dititipkan nasabah untuk program hadiah ini.

31. Pelayanan yang diberikan memuaskan

Tabel 4.33

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat setuju	3	30%
2.	Setuju	5	50%
3.	Netral	2	20%
4.	Tidak setuju	-	-
5.	Sangat tidak setuju	-	-

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2016)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan pelayanan yang diberikan memuaskan adalah sebanyak 3 responden dengan persentase 30% menyatakan sangat setuju, 5 responden dengan persentase 50% menyatakan setuju, 2 responden dengan persentase 20% menyatakan netral dan tidak ada satupun responden yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa para responden setuju terhadap pernyataan pelayanan yang diberikan memuaskan.

32. Saling percaya dan jujur antara pihak bank dan nasabah

Tabel 4.34

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat setuju	1	10%
2.	Setuju	8	80%
3.	Netral	1	10%
4.	Tidak setuju	-	-
5.	Sangat tidak setuju	-	-

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2016)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan saling percaya dan jujur antara pihak bank dan nasabah adalah sebanyak 1 responden dengan persentase 10% menyatakan sangat setuju, 8 responden dengan persentase 80% menyatakan setuju, 1 responden dengan persentase 10% menyatakan netral dan tidak ada satupun responden yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa para responden setuju terhadap pernyataan saling percaya dan jujur antara pihak bank dan nasabah.

33. Kekompakan yang terbangun antara pihak bank dan nasabah

Tabel 4.35

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat setuju	1	10%
2.	Setuju	9	90%
3.	Netral	-	-
4.	Tidak setuju	-	-
5.	Sangat tidak setuju	-	-

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2016)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan kekompakan yang terbangun antara pihak bank dan nasabah adalah sebanyak 1 responden dengan

persentase 10% menyatakan sangat setuju, 9 responden dengan persentase 90% menyatakan setuju, dan tidak ada satupun responden yang menyatakan netral, tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa para responden setuju terhadap pernyataan kekompakan yang terbangun antara pihak bank dan nasabah.

34. Silaturahmi yang terus terjaga antara pihak bank dan nasabah

Tabel 4.36

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1.	Sangat setuju	4	40%
2.	Setuju	5	50%
3.	Netral	1	10%
4.	Tidak setuju	-	-
5.	Sangat tidak setuju	-	-

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2016)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan silaturahmi yang terus terjaga antara pihak bank dan nasabah adalah sebanyak 4 responden dengan persentase 40% menyatakan sangat setuju, 5 responden dengan persentase 50% menyatakan setuju, 1 responden dengan persentase 10% menyatakan netral dan tidak ada satupun responden yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa para responden setuju terhadap pernyataan silaturahmi yang terus terjaga antara pihak bank dan nasabah.

B. Analisis Data

1. Uji Validitas

Tujuan uji validitas secara umum adalah untuk mengetahui apakah angket yang digunakan benar-benar valid untuk mengukur variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini uji validitas menggunakan menggunakan korelasi Bivariate Pearson yaitu salah satu rumus yang dapat digunakan untuk melakukan uji data dengan program SPSS. Suatu angket dinyatakan valid jika nilai $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} . Karena dalam penelitian ini sampelnya berjumlah 10 maka r_{tabel} yang digunakan adalah 0,576.

Tabel 4.37
Uji Validitas

No	Variabel	Indikator	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	X ₁ (Strategi Pemasaran)	X _{1.1}	0,641	0,576	Valid
		X _{1.2}	0,855	0,576	Valid
		X _{1.3}	0,643	0,576	Valid
		X _{1.4}	0,875	0,576	Valid
		X _{1.5}	0,192	0,576	Tidak Valid
		X _{1.6}	0,391	0,576	Tidak Valid
		X _{1.7}	0,875	0,576	Valid
		X _{1.8}	0,641	0,576	Valid
		X _{1.9}	0,726	0,576	Valid
		X _{1.10}	0,721	0,576	Valid
		X _{1.11}	0,503	0,576	Tidak Valid
		X _{1.12}	0,665	0,576	Valid
		X _{1.13}	0,481	0,576	Tidak Valid
		X _{1.14}	0,444	0,576	Tidak Valid
2	X ₂ (Pemberian Hadiah)	X _{2.1}	0,859	0,576	Valid
		X _{2.2}	0,845	0,576	Valid
		X _{2.3}	0,727	0,576	Valid
		X _{2.4}	0,845	0,576	Valid
		X _{2.5}	0,304	0,576	Tidak Valid

3	Y (Loyalitas Nasabah)	Y _{.1}	0,872	0,576	Valid
		Y _{.2}	0,525	0,576	Tidak Valid
		Y _{.3}	0,845	0,576	Valid
		Y _{.4}	0,921	0,576	Valid
		Y _{.5}	0,545	0,576	Tidak Valid
		Y _{.6}	0,845	0,576	Valid
		Y _{.7}	0,867	0,576	Valid
		Y _{.8}	0,207	0,576	Tidak Valid
		Y _{.9}	0,636	0,576	Valid
		Y _{.10}	0,545	0,576	Tidak Valid
		Y _{.11}	0,269	0,576	Tidak Valid
		Y _{.12}	0,921	0,576	Valid
		Y _{.13}	0,501	0,576	Tidak Valid
		Y _{.14}	0,483	0,576	Tidak Valid
		Y _{.15}	0,867	0,576	Valid

Sumber: Hasil penelitian 2016 (Data diolah)

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa dari total item pernyataan kuesioner yang disebar, terdapat 21 item pernyataan yang valid karena mempunyai *item-total correlation* > 0,576 dan 13 item pernyataan yang tidak valid karena mempunyai *item-total correlation* < 0,576.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang dapat digunakan diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika Alpha Cronbach,s > 0.60 maka reliabel.

Tabel 4.38
Strategi Pemasaran (X₁)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,756	15

Tabel 4.39
Pemberian Hadiah (X_2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,780	6

Tabel 4.40
Loyalitas Depositor (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,757	16

Tabel 4.41

No	Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	Strategi Pemasaran (X_1)	0,756	0,60	Reliabel
2	Pemberian Hadiah (X_2)	0,780	0,60	Reliabel
3	Loyalitas Nasabah (Y)	0,757	0,60	Reliabel

Sumber: Hasil penelitian 2016 (Data diolah)

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua item pernyataan pada kuesioner reliabel karena diperoleh nilai koefisien reliabilitas $> 0,60$.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas dimaksudkan untuk memperlihatkan bahwa data sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal, ada beberapa teknik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas data, diantaranya: dengan kertas peluang normal, uji chi-kuadrat, uji liliefors, dengan teknik kolmogrovsmirnov, dan dengan SPSS.

Tabel 4.42
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		10
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,52310416
Most Extreme Differences	Absolute	,186
	Positive	,133
	Negative	-,186
Test Statistic		,186
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Besarnya nilai sig pada Kolmogrov-Smirnov sebesar 0,200 lebih besar dari nilai alfa sebesar 0,05 maka data tersebut berdistribusi normal ($0,200 > 0,05$).

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam regresi ditemukan korelasi antar variabel bebas yang kuat/tinggi. Untuk menguji adanya kolinearitas ganda digunakan uji VIF dan tolerance. Dimana *varians inflation factors* (VIF) < 5 .³

Jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) tidak lebih dari 10 dan nilai *tolerance* tidak kurang dari 0,1, maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolinearitas. Semakin tinggi VIF, maka semakin rendah *tolerance*.

³Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 63.

Tabel 4.43
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	25,944	9,890		2,623	,034		
total_X1	,706	,194	,737	3,646	,008	,983	1,017
total_X2	-1,122	,433	-,524	-2,592	,036	,983	1,017

a. Dependent Variable: total_Y

Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa model regresi yang diajukan tidak terjadi gejala multikolinearitas, karena semua nilai VIF di atas diantara 1-10.

c. Uji Heterokededastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu ke pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah di mana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas.

Tabel 4.44
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-10,260	5,018		-2,045	,080		
total_X1	,193	,098	,548	1,965	,090	,983	1,017
total_X2	,267	,220	,340	1,217	,263	,983	1,017

a. Dependent Variable: ABS

Interprestasi dari hasil ini terlihat sebagai berikut :

Sig Total X1 (Strategi Pemasaran) = 1,017

Sig Totak X2 (Pemberian Hadiah) = 1,017

Terlihat hasil bahwa semua variabel terbebas dari Heteroskedastisitas karena memiliki nilai sig di atas nilai alpha (5%).

d. Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah keadaan dimana terjadinya korelasi dari residual untuk pengamatan satu dengan pengamatan yang lain yang disusun menurut runtut waktu. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah autokorelasi. Uji statistik yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah uji Durbin-Watson.

Mendeteksi autokorelasi dengan menggunakan nilai Durbin Watson dengan kriteria jika :

- Angka D-W di bawah -2 berarti ada autokorelasi positif
- Angka D-W di antara -2 dan +2 berarti tidak ada autokorelasi
- Angka D-W di atas +2 berarti ada autokorelasi negatif

Tabel 4.45
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,848 ^a	,719	,638	2,86093	1,918

a. Predictors: (Constant), total_X2, total_X1

b. Dependent Variable: total_Y

Hasil analisis menunjukkan bahwa angka D-W sebesar +1,918. Hal ini berarti model penelitian tidak mempunyai problem autokorelasi.

4. Pengujian Hipotesis

a. Uji Regresi Linier Berganda

Mengenai alat analisis statistik yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, yaitu kajian terhadap hubungan satu variabel yang diterangkan dengan dua atau lebih variabel yang menerangkan.

Analisis data dengan menggunakan pengujian regresi linier berganda untuk menjawab analisis faktor strategi pemasaran dan pemberian hadiah terhadap loyalitas deposit di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Martapura Kabupaten Banjar.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Tabel 4.46
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	25,944	9,890		2,623	,034		
total_X1	,706	,194	,737	3,646	,008	,983	1,017
total_X2	-1,122	,433	-,524	-2,592	,036	,983	1,017

a. Dependent Variable: total_Y

Berdasarkan tabel di atas persamaan regresi linier berganda, sebagai

berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 25,944 + 0,706 - 1,122$$

a. Konstanta

Nilai konstanta sebesar 25,944 menyatakan bahwa ada perubahan nilai dari variabel strategi pemasaran (X_1) dan pemberian hadiah (X_2) maka loyalitas deposit di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Martapura Kabupaten Banjar (Y) adalah sebesar 25,944.

b. Strategi Pemasaran (X_1)

Nilai koefisien regresi linier X_1 sebesar 0,706 dan tanda positif tersebut menunjukkan hubungan yang searah. Hal ini berarti, bahwa setiap kenaikan faktor pelayanan satu satuan maka loyalitas deposan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Martapura Kabupaten Banjar (Y) akan naik 0,706 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi tetap.

c. Pemberian Hadiah (X_2)

Nilai koefisien regresi X_2 sebesar -1,122 dan tanda negatif tersebut menunjukkan hubungan yang tidak searah. Hal ini berarti, bahwa setiap penurunan faktor bagi hasil satu satuan maka loyalitas deposan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Martapura Kabupaten Banjar (Y) akan turun -1,122 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi tetap.

b. Uji F atau Uji Simultan

Uji F adalah pengujian signifikansi persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (X_1 , X_2) secara bersama-sama terhadap variabel tidak bebas (Y).

Jika Sig > 0,05 maka H_0 diterima

Jika Sig < 0,05 maka H_0 ditolak

Tabel 4.47

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	146,306	2	73,153	8,937	,012 ^b
	Residual	57,294	7	8,185		
	Total	203,600	9			

a. Dependent Variable: total_Y

b. Predictors: (Constant), total_X2, total_X1

Jika dilihat dari nilai probabilitas hitung adalah 0,012 yaitu $> 0,05$ maka keputusannya menerima H_0 yang berarti hal ini menunjukkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh antara strategi pemasaran dan pemberian hadiah terhadap loyalitas deposan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Martapura Kabupaten Banjar.

c. Uji T atau Uji parsial

Pengujian t digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi masing-masing variabel bebas (X) strategi pemasaran dan pemberian hadiah secara parsial berpengaruh terhadap variabel terikat (Y) loyalitas deposan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Martapura Kabupaten Banjar.

Kriteria pengujian:

- Apabila $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya masing-masing variabel X_1, X_2 tidak berpengaruh terhadap Y.
- Apabila $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Artinya X_1, X_2 , berpengaruh terhadap Y.

Tabel 4.48
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	25,944	9,890		2,623	,034		
total_X1	,706	,194	,737	3,646	,008	,983	1,017
total_X2	-1,122	,433	-.524	-2,592	,036	,983	1,017

a. Dependent Variable: total_Y

Dari table diatas menunjukkan bahwa hasil uji t yang bertujuan menguji pengaruh variabel *independent*, yaitu strategi pemasaran dan pemberian hadiah diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,812. Berdasarkan hasil uji t diatas, maka ditarik kesimpulan sebagai berikut:

a. Pengujian hipotesis variabel strategi pemasaran (X_1)

Table diatas diperoleh nilai t_{hitung} dari variabel strategi pemasaran (X_1) sebesar 3,646 sementara t_{tabel} sebesar 1,812. Ini berarti $t_{hitung} \geq t_{tabel}$. Dengan demikian hipotesis H_0 ditolak dan H_a diterima dan berarti variabel strategi pemasaran (X_1) berpengaruh terhadap loyalitas deposan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Martapura Kabupaten Banjar (Y).

b. Pengujian hipotesis variabel lokasi (X_2)

Table diatas diperoleh nilai t_{hitung} dari variabel pemberian hadiah (X_2) sebesar -2,592 sementara t_{tabel} sebesar 1,812. Ini berarti $t_{hitung} \leq t_{tabel}$. Dengan demikian hipotesis H_0 diterima dan H_a ditolak dan berarti variabel pemberian hadiah (X_2) tidak berpengaruh terhadap loyalitas deposan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Martapura Kabupaten Banjar (Y).

Tabel 4.49
Hasil Uji Hipotesis

	Hipotesis	Kesimpulan
X ₁	Variabel strategi pemasaran mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap loyalitas deposan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Martapura Kabupaten Banjar	Diterima
X ₂	Variabel pemberian hadiah mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap loyalitas deposan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Martapura Kabupaten Banjar	Ditolak

Sumber: Hasil penelitian 2016 (Data diolah)

C. Pembahasan

Berdasarkan analisis yang telah diuraikan diatas, maka secara keseluruhan pembahasan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Loyalitas Deposan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Martapura Kabupaten Banjar

Menurut Philip Kotler; *marketing is a social and managerial process by which individuals and groups obtain what they need and what through creating, offering, and exchanging products of value of with other* (pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dengan mana seseorang atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai). Menurut Kolter & Amstrong, strategi pemasaran adalah pendekatan pokok yang akan digunakan oleh unit bisnis dalam mencapai sasaran yang telah ditetapkan lebih dulu, didalamnya tercantum keputusan-keputusan pokok mengenai target pasar, penempatan produk di pasar, bauran pemasaran, dan tingkat biaya pemasaran yang diperlukan.

Berdasarkan tingkat signifikansi, apabila tingkat signifikansi berada dibawah atau lebih kecil dari 5%, maka variabel tersebut berpengaruh terhadap variabel dependen. Dari hasil penelitian diperoleh tingkat signifikansi sebesar 0,008. Jadi dapat dikatakan bahwa tingkat signifikansi variabel strategi pemasaran berada dibawah standar, artinya variabel ini berpengaruh terhadap variabel dependen. Dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran berpengaruh terhadap loyalitas deposan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Martapura Kabupaten Banjar.

2. Pengaruh Pemberian Hadiah terhadap Loyalitas Deposan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Martapura Kabupaten Banjar

Menurut Erwandi Tirmizi dalam buku *Harta Haram Muamalat Kontemporer* hadiah yaitu sesuatu yang diberikan kepada orang lain tanpa imbalan dengan tujuan mempererat hubungan atau sebagai penghormatan dan orang yang diberi hadiah bukanlah orang dalam ekonomi sulit.

Hadis No. 366 tentang pemberian milik:

عن عائشة قالت: كان رسول الله صلى الله عليه وسلم يقبل الهدية ويثيب عليها.

Dari Aisyah berkata: adalah Rasulullah saw. menerima hadiah dan membalas hadiah pula.⁴

Hadis No. 619 tentang boleh menerima jika diberi tanpa minta dan tidak berangan-angan:

⁴Hussein Bahreisy, *Himpunan Hadits Pilihan Hadits Shahih Bukhari*, (Surabaya: Al Ikhlas, 1980), hlm. 212.

حديث عمر، قال: كان رسول الله صلى الله عليه وسلم يعطيني العطاء فاقول: اعطه من هو افقر اليه مني، فقال: خذ، اذا جاءك من هذا المال شيء وانت غير مشرف ولا سائل فخذ، وما لا، فلا تتبعه نفسك.

Umar r.a. berkata: Biasa Nabi saw. memberi bagian kepadaku, lalu aku katakan: Berikan kepada orang yang lebih fakir daripadaku. Maka sabda Nabi saw.: Terimalah harta ini jika datang kepadamu sedang engkau tidak berangan-angan, juga tidak minta, maka terimalah dan yang tidak datang kepadamu maka jangan engkau perturutkan hawa nafsu. (Bukhari, Muslim).⁵

Hadis No. 648 tentang boleh makan hadiah, meskipun hadiah itu dari orang yang dishadaqahi orang:

حديث انس رضي الله عنه, ان النبي صلى الله عليه وسلم اتى بلحم تصدق به على بريرة, فقال: ((هو عليها صدقة, وهو لنا هدية)).

Anas r.a. berkata: Nabi saw. dihidangi daging oleh Barirah, sedang Barirah mendapat daging itu dari orang, maka Nabi saw. bersabda: Itu daging ... kepada Barirah berupa shadaqah, tetapi dari Barirah kepada kami sebagai hadiah. (Bukhari, Muslim).⁶

Hadis No. 649 tentang boleh makan hadiah, meskipun hadiah itu dari orang yang dishadaqahi orang:

حديث ام عطية الانصارية رضي الله عنها, قالت: دخل النبي صلى الله عليه وسلم على عائشة رضي الله عنها, فقال: ((هل عندكم شيء؟)) فقالت: لا! الا شيء بعثت به الينا نسيبة من الشاة التي بعثت بها من الصدقة. فقال: ((انما قد بلغت محلها)).

Ummu Athiyah Al-Anshariyah r.a. berkata: Nabi saw. masuk ke rumah Aisyah r.a. lalu tanya: Apakah ada makanan? Jawab Aisyah: Tidak ada, kecuali hadiah dari Nusaibah daging dari kambing yang engkau kirim kepadanya dari bagian shadaqah itu. Jawab Nabi saw.: Itu telah sampai ke tempatnya. (Bukhari, Muslim).

Yakni ketika dikirim ke Nusaibah berupa shadaqah, kemudian setelah sampai di tempat berpindah kepada kami berupa hadiah.⁷

⁵Muhammad Fu'ad Abdul Baqi, *Mutiara Hadits Shahih Bukhari Muslim*, terj. Salim Bahreisy (Surabaya: PT. Bina Ilmu, 2005), hlm. 320-321.

⁶*Ibid.*, hlm. 338.

⁷ *Ibid.*

Hadis No. 650 tentang Nabi saw. menerima dan makan hadiah dan tidak makan shadaqah:

حد يث ابي هريرة رضي الله عنه, قال: كان رسول الله صلى الله عليه وسلم اذا اتى بطعام سأل عنه: ((اهدية ام صدقة؟)) فان قيل صدقة, قال لاصحابه: ((كلوا)), ولم ياكل. وان قيل هدية, ضرب بيده, صلى الله عليه وسلم, فاكل معهم.

Abu Hurairah r.a. berkata: Biasa Rasulullah saw. jika diantari orang lalu bertanya: Apakah hadiah atau shadaqah? Jika dijawab shadaqah, maka Nabi saw. tidak ikut makan. Tetapi jika dijawab: Hadiah maka ikut makan bersama sahabatnya. (Bukhari, Muslim).⁸

Hadis No. 993 tentang orang yang memberikan harta dengan cara

'umra:

عن جابر بن عبد الله رضي الله عنهما قال: قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: أمسكوا عليكم أموالكم ولا تفسدوها فإنه من أعمر عمرى فهي للذي أعمرها حيا وميتا ولعقبه.

Jabir bin Abdullah r.a. mengatakan Rasulullah bersabda, pertahankanlah hartamu dan janganlah kau merusaknya.⁹ Barangsiapa memberikan hartanya dengan cara *'umra*, maka harta tersebut menjadi milik orang yang diberi dan keturunannya, baik orang yang diberi itu masih hidup maupun sudah mati.¹⁰

Dilihat dari beberapa hadis diatas, menyatakan bahwasannya pada masa Nabi saw. sudah mengenal adanya pemberian hadiah, yang dimana Nabi saw. sendiri mencontohkan boleh menerima hadiah yang diberikan orang lain. Karena pada dasarnya konteks pemberian hadiah ditujukan untuk

⁸ *Ibid.*, hlm. 338-339.

⁹Yang dimaksud dengan *'umra* menurut pengetahuan mereka adalah pemberian dengan cara yang benar yang telah dilakukan oleh pemilik harta dan harta tersebut menjadi milik orang yang diberinya secara utuh dan harta tersebut tidak kembali kepada pemberinya selamanya. Jika diantara mereka ada yang mengetahui hal tersebut dan melakukannya, maka dia telah melakukan *'umra* dan termasuk orang yang patut menjadi teladan, sedangkan bagi orang yang meninggalkannya, itu karena mereka mengira bahwa pemberian tersebut merupakan utang yang harus dibayar.

¹⁰Muhammad Nashiruddin al-Albani, *Mukhtashar Shahih Muslim*, (Damaskus: ISBN, 2005), hlm. 468-469.

semua orang dan kalangan apapun, baik ia mampu atau tidak. Berbeda halnya dengan shadaqah yang ditujukan hanya kepada golongan tertentu. Maka dengan begitu konteks syariat pemberian hadiah sesuai dengan yang dijalankan oleh BSM yang ditujukan kepada nasabah deposito prioritas.

Berdasarkan tingkat signifikansi, apabila tingkat signifikansi berada dibawah atau lebih kecil dari 5%, maka variabel tersebut berpengaruh terhadap variabel dependen. Dari hasil penelitian diperoleh tingkat signifikansi sebesar 0,036. Jadi dapat dikatakan bahwa tingkat signifikansi variabel pemberian hadiah berada diatas standar, artinya variabel ini tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Dapat disimpulkan bahwa pemberian hadiah tidak berpengaruh terhadap loyalitas depositan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Martapura Kabupaten Banjar.

Hal ini membuktikan bahwa depositan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Martapura Kabupaten Banjar tidak terlalu mementingkan hadiah apa yang akan diterimanya, melainkan depositan prioritas loyal kepada bank karena strategi pemasaran yang dilakukan pihak bank yang berkaitan dengan produk, harga, tempat yang terjangkau dan juga promosi yang dilakukan pihak bank itu sendiri.

Tetapi walaupun hasil ini membuktikan bahwa variabel pemberian hadiah tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas depositan, walaupun demikian pihak bank tetap terus menjalankan program hadiah guna meningkatkan kelayalitan depositan.