

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. Karakteristik Responden

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada para masarakat Banjarmasin Timur yang menjadi responden. Kuesioner yang diperoleh dari responden merupakan suatu yang penting untuk mengetahui karakteristik responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Karakteristik yang dimaksud meliputi:

1. Umur Responden

Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Umur Responden

No	Kelompok Umur	Frekuensi	Presentase
1	21-30 tahun	18 orang	18%
2	31-40 tahun	33 orang	33%
3	41-50 tahun	37 orang	37%
4	>50 tahun	12 orang	12%
Total		100 orang	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2016

Karakteristik responden berdasarkan umur dikelompokkan menjadi empat kategori, yaitu 21-30 tahun, 31-40 tahun, 41-50 tahun, dan >50 tahun. Data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner memperlihatkan bahwa proporsi yang terbanyak responden adalah kelompok 41-50 tahun yaitu sebesar 37 orang (37%), kelompok umur 31-40 tahun yaitu sebesar 33 orang (33%), kelompok 21-30 tahun yaitu sebesar 18 orang (18%), dan kelompok umur di atas 50 tahun merupakan proporsi terkecil yaitu sebesar 12 orang (12%).

2. Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki-laki	66 orang	66%
2	Perempuan	34 orang	34%
Total		100 orang	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2016

Data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner memperlihatkan bahwa responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini 66% berjenis kelamin laki-laki dan 34% berjenis kelamin perempuan.

3. Tempat Tinggal Responden

Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal Responden

No	Nama Kelurahan	Frekuensi	Persentase
1	Pekapuran Raya	14 orang	14%
2	Karang Mekar	11 orang	11%
3	Kebun Bunga	12 orang	12%
4	Sungai Lulut	13 orang	13%
5	Kuripan	13 orang	13%
6	Sungai Bilu	9 orang	9%
7	Pengambangan	10 orang	10%
8	Benua Anyar	7 orang	7%
9	Pemurus Luar	11 orang	11%
Total		100 orang	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2016

Data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner memperlihatkan bahwa responden yang berada pada wilayah kelurahan Pekapuran Raya mempunyai proporsi terbanyak yaitu sebesar 14 orang (14%), kelurahan Sungai Lulut dan kelurahan Kuripan masing-masing sebesar 13 orang (13%), kelurahan Kebun Bunga 12 orang (12%), kelurahan Karang Mekar dan kelurahan Pemurus Luar masing-masing sebesar 11 orang (11%), kelurahan Pengambangan sebesar 10 orang (10%), dan Benua Anyar 7 orang (7%).

B. Penyajian Data

Pengumpulan data dilakukan pengumpulan data kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner penelitian pada masing-masing kelurahan yang terdapat di Kecamatan Banjarmasin Timur. Jumlah kuesioner yang disebar sebanyak 100 buah. Kemudian hasil jawaban kuesioner dirangkum dan dianalisis dengan *software SPSS 22 for window*.

Dari data yang diperoleh dari hasil pembagian kuesioner kepada responden, maka gambaran mengenai pengaruh bauran pemasaran terhadap minat masyarakat Banjarmasin Timur pada pembiayaan umroh Bank Syariah dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Penjelasan Responden Terhadap Variabel Produk (x1)

a) Indikator Sesuai Kebutuhan (produk_1)

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator sesuai kebutuhan data dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.4. Produk Sesuai Kebutuhan

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	56	56%
2	Setuju	39	39%
3	Kurang Setuju	5	5%
4	Tidak Setuju		
5	Sangat Tidak Setuju		
	Total	100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2016

Dari data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah sangat setuju dengan jumlah responden 56 responden atau 56%. Hal ini menunjukkan bahwa responden sangat setuju bahwa produk sesuai kebutuhan menimbulkan minat masyarakat Banjarmasin Timur pada pembiayaan umroh Bank Syariah. Kemudian

disusul jawaban setuju berjumlah 39 responden atau 39%, dan jawaban kurang setuju mempunyai proporsi paling sedikit dengan jumlah 5 responden atau 5%.

b) Indikator Sesuai Syariah Islam (produk_2)

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator sesuai syariat Islam dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.5. Produk Sesuai Syariat Islam

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	70	70%
2	Setuju	29	29%
3	Kurang Setuju	1	1%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Total	100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2016

Dari data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah sangat setuju dengan jumlah responden 70 responden atau 70%. Hal ini menunjukkan bahwa responden sangat setuju bahwa produk sesuai syariat Islam menimbulkan minat masyarakat Banjarmasin Timur pada pembiayaan umroh Bank Syariah. Kemudian disusul jawaban setuju berjumlah 29 responden atau 29%. Jawaban kurang setuju mempunyai proporsi paling sedikit dengan jumlah responden atau 1%, dan tidak ada yang memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju sehingga jawaban tersebut jumlahnya 0 responden atau 0%.

c) Indikator Pelayanan Sesuai Keinginan (produk_3)

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator pelayanan sesuai keinginan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.6. Pelayanan Sesuai Keinginan

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	70	70%
2	Setuju	29	29%
3	Kurang Setuju	1	1%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Total	100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2016 (data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah sangat setuju dengan jumlah responden 70 responden atau 70%. Hal ini menunjukkan bahwa responden sangat setuju bahwa produk sesuai syariat Islam menimbulkan minat masyarakat Banjarmasin Timur pada pembiayaan umroh Bank Syariah. Kemudian disusul jawaban setuju berjumlah 29 responden atau 29%, dan jawaban kurang setuju mempunyai proporsi paling sedikit dengan jumlah responden atau 1%.

d) Indikator Pelayanan Tidak Membedakan Status Sosial (produk_4)

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator pelayanan tidak membedakan status sosial dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.7. Pelayanan Tidak Membedakan Status Sosial

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	51	51%
2	Setuju	49	49%
3	Kurang Setuju	0	0%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Total	100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2016 (data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah sangat setuju dengan jumlah responden 51 responden atau 51%. Hal ini menunjukkan bahwa

responden sangat setuju bahwa pelayanan yang tidak membedakan status sosial menimbulkan minat masyarakat Banjarmasin Timur pada pembiayaan umroh Bank Syariah. Kemudian disusul jawaban setuju berjumlah 49 responden atau 49%, dan tidak ada yang memilih kurang setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju sehingga jawaban tersebut jumlahnya 0 responden atau 0%.

e) Indikator Bank Syariah Memberikan Perlengkapan Umroh (produk_5)

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator Bank Syariah memberikan perlengkapan umroh dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.8. Bank Syariah Memberikan Perlengkapan Umroh

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	53	53%
2	Setuju	42	42%
3	Kurang Setuju	5	5%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Total	100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2016 (data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah sangat setuju dengan jumlah responden 53 responden atau 53%. Hal ini menunjukkan bahwa responden sangat setuju bahwa Bank Syariah memberikan perlengkapan umroh menimbulkan minat masyarakat Banjarmasin Timur pada pembiayaan umroh Bank Syariah. Kemudian disusul jawaban setuju berjumlah 42 responden atau 42%. Jawaban kurang setuju mempunyai proporsi paling sedikit dengan jumlah 5 responden atau 5%, dan tidak ada yang memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju sehingga jawaban tersebut jumlahnya 0 responden atau 0%.

Tabel 4.9. Gabungan Seluruh indikator variabel produk

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	300	60%
2	Setuju	188	38%
3	Kurang Setuju	12	2%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Total	500	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2016 (data diolah)

2. Penjelasan Responden Terhadap Variabel Harga (x2)

a) Persyaratan yang Mudah (harga_1)

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator persyaratan yang mudah dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.10. Persyaratan yang Mudah

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	51	51%
2	Setuju	45	45%
3	Kurang Setuju	4	4%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Total	100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2016 (data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah sangat setuju dengan jumlah responden 51 responden atau 51%. Hal ini menunjukkan bahwa responden sangat setuju bahwa persyaratan yang mudah untuk mengajukan pembiayaan menimbulkan minat masyarakat Banjarmasin Timur pada pembiayaan umroh Bank Syariah. Kemudian disusul jawaban setuju berjumlah 45 responden atau 45%. Jawaban kurang setuju 4 responden atau 4%, dan tidak ada yang

memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju sehingga jawaban tersebut jumlahnya 0 responden atau 0%.

b) Indikator Prosedur Pengajuan Tidak Berbelit-belit (harga_2)

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator prosedur pengajuan tidak berbelit-belit dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.11. Prosedur Pengajuan Tidak Berbelit-belit

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	42	42%
2	Setuju	52	52%
3	Kurang Setuju	5	5%
4	Tidak Setuju	1	1%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Total	100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2016 (data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah responden 52 responden atau 52%. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju bahwa persyaratan yang mudah untuk mengajukan pembiayaan menimbulkan minat masyarakat Banjarmasin Timur pada pembiayaan umroh Bank Syariah. Kemudian disusul jawaban sangat setuju berjumlah 42 responden atau 42%. Jawaban kurang setuju 5 responden atau 5%. Jawaban tidak setuju 1 responden atau 1%, dan tidak ada yang memilih sangat tidak setuju sehingga jawaban tersebut jumlahnya 0 responden atau 0%.

c) Indikator Periode Pembayaran (harga_3)

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator periode pembayaran dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.12. Periode Pembayaran

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	30	30%
2	Setuju	51	51%
3	Kurang Setuju	17	17%
4	Tidak Setuju	2	2%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Total	100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2016 (data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah responden 51 responden atau 51%. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju bahwa periode pembayaran maksimal 60 bulan menimbulkan minat masyarakat Banjarmasin Timur pada pembiayaan umroh Bank Syariah. Kemudian disusul jawaban sangat setuju berjumlah 30 responden atau 30%. Jawaban kurang setuju 17 responden atau 17%. Jawaban tidak setuju 2 responden atau 2%, dan tidak ada yang memilih sangat tidak setuju sehingga jawaban tersebut jumlahnya 0 responden atau 0%.

d) Indikator Batas Pembiayaan (harga_4)

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator batas pembiayaan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.13. Batas Pembiayaan

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	25	25%
2	Setuju	50	50%
3	Kurang Setuju	23	23%
4	Tidak Setuju	1	1%
5	Sangat Tidak Setuju	1	1%
	Total	100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2016 (data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah responden 50 responden atau 50%. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju bahwa batas pembiayaan maksimal Rp 200 juta menimbulkan minat masyarakat Banjarmasin Timur pada pembiayaan umroh Bank Syariah. Kemudian disusul jawaban sangat setuju berjumlah 25 responden atau 25%. Jawaban kurang setuju 23 responden atau 23%, jawaban tidak setuju 1 responden atau 1%, dan jawaban sangat tidak setuju 1 responden atau 1%.

e) Indikator Biaya Administrasi (harga_5)

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator biaya administrasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.14. Biaya Administrasi

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	51	51%
2	Setuju	48	48%
3	Kurang Setuju	1	1%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Total	100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2016 (data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah sangat setuju dengan jumlah responden 51 responden atau 51%. Hal ini menunjukkan bahwa responden sangat setuju bahwa biaya administrasi yang murah menimbulkan minat masyarakat Banjarmasin Timur pada pembiayaan umroh Bank Syariah. Kemudian disusul jawaban setuju berjumlah 48 responden atau 48%. Jawaban kurang setuju 1 responden atau 1%, dan tidak ada yang memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju sehingga jawaban tersebut jumlahnya 0 responden atau 0%.

Tabel 4.15. Gabungan Seluruh Indikator Variabel Harga

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	199	40%
2	Setuju	246	49%
3	Kurang Setuju	50	10%
4	Tidak Setuju	4	1%
5	Sangat Tidak Setuju	1	0%
	Total	500	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2016 (data diolah)

3. Penjelasan Responden Terhadap Variabel Promosi (x_3)

a) Informasi Dari Mulut ke Mulut (promosi_1)

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator informasi dari mulut ke mulut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.16. Informasi Dari Mulut ke Mulut

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	35	35%
2	Setuju	30	30%
3	Kurang Setuju	35	35%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Total	100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2016 (data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah sangat setuju dan kurang setuju dengan jumlah responden 35 responden atau 35%. Kemudian disusul jawaban setuju berjumlah 30 responden atau 30%. Dan tidak ada yang memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju sehingga jawaban tersebut jumlahnya 0 responden atau 0%.

b) Promosi Langsung oleh Karyawan (promosi_2)

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator promosi langsung oleh karyawan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.17. Promosi oleh Karyawan

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	39	39%
2	Setuju	34	34%
3	Kurang Setuju	27	27%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Total	100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2016 (data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah sangat setuju dengan jumlah responden 39 responden atau 39%. Hal ini menunjukkan bahwa responden sangat setuju bahwa promosi oleh karyawan menimbulkan minat masyarakat Banjarmasin Timur pada pembiayaan umroh Bank Syariah. Kemudian disusul jawaban setuju berjumlah 34 responden atau 34%. Jawaban kurang setuju 27 responden atau 27%. Dan tidak ada yang memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju sehingga jawaban tersebut jumlahnya 0 responden atau 0%.

c) Memberi Informasi Melalui Brosur (promosi_3)

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator memberikan informasi melalui brosur dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.18. Memberi Informasi Melalui Brosur

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	50	50%
2	Setuju	36	36%
3	Kurang Setuju	14	14%
4	Tidak Setuju	0	0%

5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Total	100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2016 (data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah sangat setuju dengan jumlah responden 50 responden atau 50%. Hal ini menunjukkan bahwa responden sangat setuju bahwa memberikan informasi melalui brosur menimbulkan minat masyarakat Banjarmasin Timur pada pembiayaan umroh Bank Syariah. Kemudian disusul jawaban setuju berjumlah 36 responden atau 36%. Jawaban kurang setuju 14 responden atau 14%. Dan tidak ada yang memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju sehingga jawaban tersebut jumlahnya 0 responden atau 0%.

Tabel 4.19. Gabungan Seluruh Indikator Variabel Promosi

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	124	41%
2	Setuju	100	33%
3	Kurang Setuju	76	25%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Total	300	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2016 (data diolah)

4. Penjelasan Responden Terhadap Variabel Tempat (x₄)

a) Fasilitas Bank Syariah yang Memadai (tempat_1)

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator fasilitas Bank Syariah yang memadai dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.20. Fasilitas Bank Syariah yang Memadai

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	46	46%

2	Setuju	49	49%
3	Kurang Setuju	5	5%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Total	100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2016 (data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah sangat setuju dengan jumlah responden 49 responden atau 49%. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju bahwa fasilitas Bank Syariah yang memadai menimbulkan minat masyarakat Banjarmasin Timur pada pembiayaan umroh Bank Syariah. Kemudian disusul jawaban sangat setuju berjumlah 46 responden atau 46%. Jawaban kurang setuju 5 responden atau 5%, dan tidak ada yang memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju sehingga jawaban tersebut jumlahnya 0 responden atau 0%.

b) Ruang Kantor yang Nyaman (tempat_2)

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ruang kantor yang nyaman dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.21. Ruang Kantor yang Nyaman

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	53	53%
2	Setuju	42	42%
3	Kurang Setuju	5	5%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Total	100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2016 (data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah sangat setuju dengan jumlah responden 53 responden atau 53%. Hal ini menunjukkan bahwa responden sangat setuju bahwa ruang kantor yang nyaman menimbulkan minat masyarakat Banjarmasin Timur pada pembiayaan umroh Bank Syariah. Kemudian

disusul jawaban setuju berjumlah 42 responden atau 42%. Jawaban kurang setuju 5 responden atau 5%. Dan tidak ada yang memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju sehingga jawaban tersebut jumlahnya 0 responden atau 0%.

c) Tampilan Gedung yang Indah (tempat_3)

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator tampilan gedung yang indah dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.22. Tampilan Gedung yang Indah

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	47	47%
2	Setuju	47	47%
3	Kurang Setuju	6	6%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Total	100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2016 (data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah sangat setuju dan setuju dengan jumlah responden 47 responden atau 47%. Hal ini menunjukkan bahwa responden sangat setuju bahwa ruang kantor yang nyaman menimbulkan minat masyarakat Banjarmasin Timur pada pembiayaan umroh Bank Syariah.. Jawaban kurang setuju 6 responden atau 6%. Dan tidak ada yang memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju sehingga jawaban tersebut jumlahnya 0 responden atau 0%.

d) Lokasi yang Strategis (tempat_4)

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator lokasi yang strategis dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.23. Lokasi yang Strategis

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	40	40%
2	Setuju	58	58%
3	Kurang Setuju	2	2%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Total	100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2016 (data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah responden 58 responden atau 58%. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju bahwa lokasi yang strategis menimbulkan minat masyarakat Banjarmasin Timur pada pembiayaan umroh Bank Syariah. Kemudian disusul jawaban sangat setuju berjumlah 40 responden atau 40%, jawaban kurang setuju 2 responden atau 2%, dan tidak ada yang memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju sehingga jawaban tersebut jumlahnya 0 responden atau 0%.

Tabel 4.24. Gabungan Seluruh Indikator Variabel Tempat

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	186	47%
2	Setuju	196	49%
3	Kurang Setuju	18	5%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Total	400	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2016 (data diolah)

5. Penjelasan Responden Terhadap Variabel Minat

a) Sesuai Keinginan (minat_1)

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator sesuai keinginan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.25. Sesuai Keinginan

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	85	85%
2	Setuju	13	13%
3	Kurang Setuju	1	1%
4	Tidak Setuju	1	1%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Total	100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2016 (data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah sangat setuju dengan jumlah responden 85 responden atau 85%. Hal ini menunjukkan bahwa responden sangat setuju bahwa ruang kantor yang nyaman menimbulkan minat masyarakat Banjarmasin Timur pada pembiayaan umroh Bank Syariah. Kemudian disusul jawaban setuju berjumlah 13 responden atau 13%, jawaban kurang setuju 1 responden atau 1%, jawaban tidak setuju 1 responden atau 1%, dan tidak ada yang memilih sangat tidak setuju sehingga jawaban tersebut jumlahnya 0 responden atau 0%.

b) Berdasarkan Informasi

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator berdasarkan informasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.26. Berdasarkan Informasi

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	85	85%
2	Setuju	12	12%
3	Kurang Setuju	2	2%
4	Tidak Setuju	1	1%

5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Total	100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2016 (data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah sangat setuju dengan jumlah responden 85 responden atau 85%. Hal ini menunjukkan bahwa responden sangat setuju bahwa berdasarkan informasi menimbulkan minat masyarakat Banjarmasin Timur pada pembiayaan umroh Bank Syariah. Kemudian disusul jawaban setuju berjumlah 12 responden atau 12%, jawaban kurang setuju 2 responden atau 2%, jawaban tidak setuju 1 responden atau 1%, dan tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju sehingga jawaban tersebut jumlahnya 0 responden atau 0%.

Tabel 4.27. Gabungan Seluruh Indikator Minat

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	170	85%
2	Setuju	25	13%
3	Kurang Setuju	3	2%
4	Tidak Setuju	2	1%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Total	200	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2016 (data diolah)

C. Analisis Data

1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas digunakan untuk menguji data yang menggunakan daftar pertanyaan atau kuesioner untuk melihat pertanyaan dalam kuesioner yang diisi oleh responden tersebut layak atau belum pertanyaan-pertanyaan tersebut digunakan untuk mengambil data.

a. Hasil 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 korelasi *bivariate Pearson (korelasi pearson product moment)* yaitu salah satu rumus yang dapat digunakan untuk melakukan uji data dengan SPSS.

Tabel 4.28. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r-Hitung	r-Tabel	Keterangan
Produk	1	0,705	0,1966	Valid
	2	0,6	0,1966	Valid
	3	0,697	0,1966	Valid
	4	0,485	0,1966	Valid
	5	0,669	0,1966	Valid
Harga	6	0,146	0,1966	Valid
	7	0,547	0,1966	Valid
	8	0,601	0,1966	Valid
	9	0,625	0,1966	Valid
	10	0,223	0,1966	Valid
Promosi	11	0,852	0,1966	Valid
	12	0,79	0,1966	Valid
	13	0,743	0,1966	Valid
Tempat	14	0,737	0,1966	Valid
	15	0,71	0,1966	Valid
	16	0,769	0,1966	Valid
	17	0,508	0,1966	Valid
Minat	18	0,961	0,1966	Valid
	19	0,965	0,1966	Valid

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 22 (2016)

Uji validitas disini dilakukan dengan cara mengorelasikan skor pada *item* dengan skor totalnya. Sebuah butir pertanyaan dianggap valid bila koefisien korelasi *product moment pearson* di mana $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ ($\alpha = 5\%$; $n-2$) dan $n =$ jumlah sampel, atau dalam penelitian ini $df = 100 - 2 = 98$ dengan tingkat

signifikansi 5% maka didapat nilai r_{tabel} yaitu 0,1966. Item pertanyaan semua variabel bisa dikatakan valid karena $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ seperti yang disyaratkan.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang dapat digunakan diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Jika Alpha Cronbach's $> 0,60$ maka reliabel.

Tabel 4.29. Hasil Uji Reliabilitas variabel produk

Cronbach's Alpha	N of Items
,753	6

Sumber: Hasil Olah Data SPSS (2016)

Tabel 4.30. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga

Cronbach's Alpha	N of Items
,662	6

Sumber: Hasil Olah Data SPSS (2016)

Tabel 4.31. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi

Cronbach's Alpha	N of Items
,825	4

Sumber: Hasil Olah Data SPSS (2016)

Tabel 4.32. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Tempat

Cronbach's Alpha	N of Items
,771	5

Sumber: Hasil Olah Data SPSS (2016)

Tabel 4.33. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat

Cronbach's Alpha	N of Items
,923	3

Sumber: Hasil Olah Data SPSS (2016)

Berdasarkan tabel 4.29 sampai 4.33 diperoleh Alpha Cronbach's 0,753 untuk produk, 0,662 untuk harga, 0,825 untuk promosi, 0,771 untuk tempat, dan 0,923 untuk minat, maka dapat disimpulkan data bersifat reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda. Sebagai persyaratan regresi linier berganda dilakukan uji asumsi klasik untuk memastikan bahwa dataa penelitian valid, tidak bias, konsisten, dan penaksiran koefisien regresinya bersifat efisien. Uji asumsi klasik meliputi:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian adalah data yang memiliki distribusi normal. Normalitas data dapat dilihat dengan menggunakan uji normalitas Kolmogorov-Smirnov dan uji histogram.

1) Uji Kolmogorov-Smirnov

Uji Kolmogorov-Smirnov merupakan pengujian normalitas dengan menggunakan distribusi data (yang akan diuji normalitasnya) dengan distribusi normal baku. Pengambilan keputusan dalam uji normalitas adalah jika $Sig > 0,05$ maka data distribusi normal dan jika $Sig < 0,05$ maka data tidak terdistribusi normal.

Tabel 4.34. Hasil Uji Normalitas Dengan Cara Uji Statistik Descriptive Statistics Kolmogorov-smirnov

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
rata2	,088	100	,054	,968	100	,015

Sumber: Hasil Olah Data SPSS (2016)

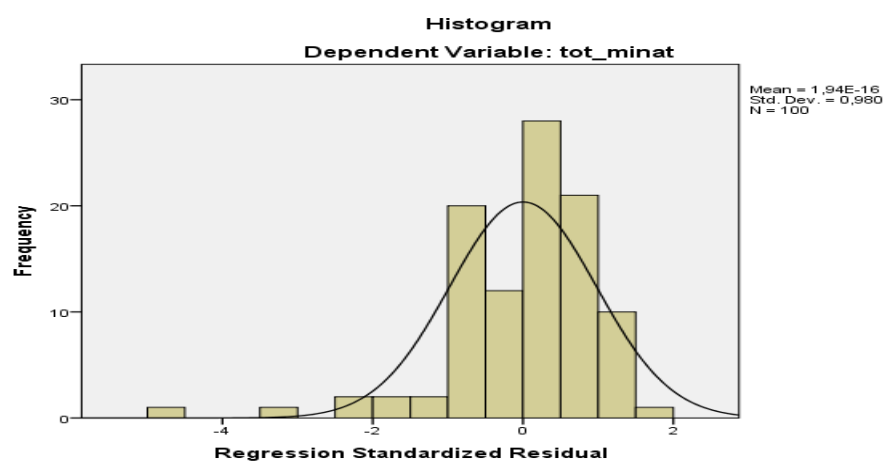
Berdasarkan hasil uji normalitas dengan rumus Sampel Kolmogorov-Smirnov test dalam tabel 4.34 di atas, diperoleh nilai sig. Sebesar 0,054 lebih besar dari 0,05. Jadi, dapat disimpulkan dalam penelitian ini bahwa data berdistribusi normal.

2) Uji Histogram

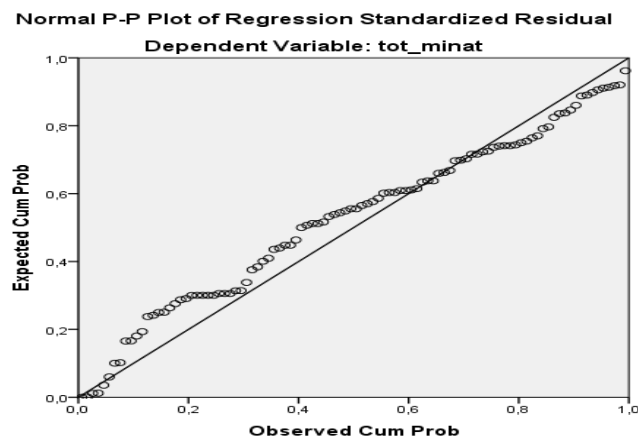
Grafik histogram membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Dalam uji ini dapat diketahui apakah data berdistribusi secara normal atau tidak berdasarkan kemencengan grafik, baik ke kiri maupun ke kanan.

Pada dasarnya uji normalitas dengan grafik histogram dapat dikenali dengan melihat persebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik dari residualnya.

- a) Data dikatakan berdistribusi normal, jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya.
- b) Sebaliknya data dikatakan tidak berdistribusi normal, jika data menyebar jauh atau tidak mengikuti garis diagonal atau grafik histogramnya.



Gambar 4.1. Hasil Uji Histogram
 Sumber: Hasil Olah Data SPSS 22 (2016)



Gambar 4.2. Hasil Uji p plot
 Sumber: Hasil Olah Data SPSS 22 (2016)

Berdasarkan gambar 4.1 di atas, di mana grafik histogram memberikan pola distribusi yang melenceng ke kiri yang artinya data berdistribusi normal. Selanjutnya gambar 4.2 (P.plot) terlihat titik-titik mengikuti dan mendekati garis diagonalnya sehingga dapat disimpulkan dalam penelitian ini bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antara variabel independen dalam suatu model. Kemiripan antar variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Selain itu, uji ini juga menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

1) Nilai *Tolerance*

Tidak terjadi multikolinieritas, jika nilai *tolerance* lebih kecil dari 0,10.

Terjadi multikolinieritas, jika nilai *tolerance* lebih besar atau sama dengan 0,10.

2) Nilai VIF (*Variance Inflation Factor*)

Tidak terjadi multikolinieritas, jika nilai VIF lebih kecil dari 10,00.

Terjadi multikolinieritas, jika nilai VIF lebih besar atau sama dengan 10,00.

Tabel 4.35. Hasil Uji Multikolinieritas

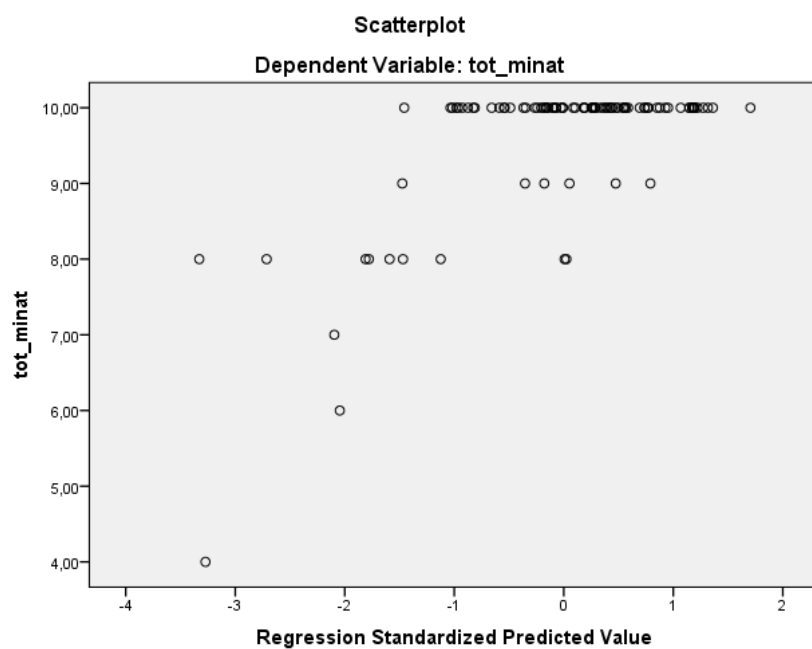
Model		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	T	Sig.	<i>Collinearity Statistics</i>	
		B	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>			<i>Tolerance</i>	VIF
1	(<i>Constant</i>)	-,126	1,211		-,104	,918		
	tot_produk	,185	,054	,337	3,417	,001	,606	1,650
	tot_harga	,285	,047	,495	6,001	,000	,867	1,153
	tot_promosi	-,059	,050	-,118	-1,193	,236	,601	1,663
	tot_tempat	,011	,060	,018	,180	,858	,586	1,706

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 22 (2016)

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas dalam tabel 4.35 di atas, diperoleh nilai *tolerance* sebesar 0,606 untuk produk, 0,867 untuk harga, 0,601 untuk promosi, dan 0,586 untuk tempat, berarti lebih besar dari 0,10. Sedangkan VIF diperoleh sebesar 1,650 untuk produk, 1,153 untuk harga, 1,663 untuk promosi, 1,706 untuk tempat. Jadi, dapat disimpulkan dalam penelitian ini bahwa tidak terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas menguji terjadinya perbedaan *variance residual* suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar scatterplot.



Gambar 4.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas (scatterplot)
Sumber: Hasil Olah Data SPSS 22 (2016)

Dari gambar di atas dapat dilihat bahwa titik-titik yang acak pada gambar tersebut tidak menunjukkan pola apapun sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi ini.

d. Uji Autokorelasi

Menguji autokorelasi dalam suatu model bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel sebelumnya. Mendeteksi autokorelasi dengan menggunakan nilai Durbin

Watson dibandingkan dengan tabel Durbin Watson (dL dan dU). Model pengujian yang sering digunakan adalah dengan uji Durbin Watson (uji DW) dengan ketentuan:

- 1) Jika DW lebih kecil dari dL atau lebih besar dari (4-dL), maka hipotesis nol ditolak yang berarti terdapat autokorelasi.
- 2) Jika DW terletak antara dU dan (4-dU), maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi.
- 3) Jika DW terletak antara dL dan dU atau di antara (4-dU) dan (4-dL), maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

Tabel 4.36. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,663 ^a	,440	,416	,72567	1,787

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 22 (2016)

Berdasarkan hasil uji autokorelasi dalam tabel 4.36 di atas, diperoleh nilai DW sebesar 1,787. Nilai DW akan dibandingkan dengan nilai tabel signifikansi 5%, jumlah sampel (n) 100 dan jumlah variabel *independent* (k) = 4, maka diperoleh nilai dL sebesar 1,5922 dan dU sebesar 1,7582 sehingga nilai (4-dU) sebesar 2,2481. Maka dapat disimpulkan dalam penelitian ini bahwa $dU = 1,7582 < DW = 1,787 < (4-dU) = 2,2481$ yang artinya tidak terjadi autokorelasi.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Mengetahui pengaruh variabel produk (X_1), harga (X_2), promosi (X_3), dan tempat (X_4) terhadap minat masyarakat pada pembiayaan umroh (Y), menggunakan regresi linier berganda dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5 + e$$

Di mana:

Y : minat masyarakat pada pembiayaan umroh

X₁ : produk

X₂ : harga

X₃ : promosi

X₄ : tempat

α : konstanta

b : koefisien regresi

e : error

Tabel 4.37. Regresi Linier Berganda

$Y = -126 + 0,185X_1 + 0,285X_2 + -0,059X_3 + 0,011X_4$ R = 0,663 R Square = 0,440 F hitung = 18,650 F tabel = 2,70 Sig F = 0,000 $\alpha = 0,05$

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 22 (2016)

Berdasarkan tabel 4.37 di atas diketahui persamaan regresi linier berganda yaitu $Y = -126 + 0,185X_1 + 0,285X_2 + -0,059X_3 + 0,011X_4$

a) Konstanta

Nilai konstanta sebesar -126 menyatakan bahwa jika tidak ada perubahan nilai dari variabel produk (X₁), harga (X₂), promosi (X₃), dan tempat (X₄) maka minat masyarakat Banjarmasin Timur pada pembiayaan umroh Bank Syariah (Y) adalah sebesar -126.

b) Produk (X_1)

Nilai koefisien regresi X_1 sebesar 0,185 dan tanda positif tersebut menunjukkan hubungan yang searah. Hal ini berarti, bahwa setiap kenaikan faktor produk satu satuan maka minat masyarakat Banjarmasin Timur pada pembiayaan umroh Bank Syariah (Y) akan naik 0,185 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi tetap.

c) Harga (X_2)

Nilai koefisien regresi X_2 sebesar 0,285 dan tanda positif tersebut menunjukkan hubungan yang searah. Hal ini berarti, bahwa setiap kenaikan faktor harga satu satuan maka minat masyarakat Banjarmasin Timur pada pembiayaan umroh Bank Syariah (Y) akan naik 0,285 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi tetap.

d) Promosi (X_3)

Nilai koefisien regresi X_3 sebesar 0,059 dan tanda positif tersebut menunjukkan hubungan yang searah. Hal ini berarti, bahwa setiap kenaikan faktor promosi satu satuan maka minat masyarakat Banjarmasin Timur pada pembiayaan umroh Bank Syariah (Y) akan naik 0,059 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi tetap.

e) Tempat (X_4)

Nilai koefisien regresi X_4 sebesar 0,011 dan tanda positif tersebut menunjukkan hubungan yang searah. Hal ini berarti, bahwa setiap kenaikan faktor tempat satu satuan maka minat masyarakat Banjarmasin Timur pada pembiayaan

umroh Bank Syariah (Y) akan naik 0,011 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi tetap.

Untuk mengetahui pengaruh antar variabel produk, harga, promosi, dan tempat maka dilakukan pengujian-pengujian, yaitu uji determinasi, uji F (uji simultan) dan uji t (uji signifikan parsial).

a) Hasil Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur proporsi variasi dalam variabel tidak bebas yang dijelaskan oleh regresi. Nilai R^2 berkisar antara 0 sampai 1, jika $R^2 = 0$ berarti tidak ada hubungan yang sempurna. Sedangkan apabila $R^2 = 1$ maka ada hubungan antara variasi Y dan X atau variasi dari Y dapat diterangkan oleh X secara keseluruhan.

Tabel 4.38. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,663 ^a	,440	,416	,72567

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 22 (2016)

Berdasarkan tabel 4.38 di atas, nilai *adjusted* R^2 dalam penelitian ini adalah sebesar 0,416. Hal ini menunjukkan bahwa besar pengaruh variabel *independent* yaitu produk, harga, promosi, dan tempat terhadap variabel *dependent* minat pada pembiayaan umroh yang dapat diterangkan oleh model persamaan ini sebesar 41,60% sedangkan sisanya 58,40% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

b) Uji F (Uji Simultan)

Untuk mengetahui pakan variabel produk, harga, promosi, dan tempat yang dimasukkan dalam model regresi mempunyai pengaruh signifikan secara

simultan terhadap variabel minat masyarakat pada pembiayaan umroh maka dilakukan uji F.

Tabel 4.39. Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	39,284	4	9,821	18,650	,000 ^b
	Residual	50,026	95	,527		
	Total	89,310	99			

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 22 (2016)

Berdasarkan tabel 4.39 diatas nilai F_{hitung} sebesar 18,650, di mana nilai ini lebih besar dari nilai F_{tabel} sebesar 1,91 ($18,650 > 1,91$) dan nilai signifikan F sebesar 0,000, dimana nilai ini lebih kecil dari nilai α sebesar 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama faktor produk, harga, promosi, dan tempat berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat Banjarmasin Timur pada pembiayaan umroh Bank Syariah.

c) Uji T (Uji Parsial)

Uji T digunakan untuk memprediksi ada tidaknya pengaruh secara parsial variabel *independent* terhadap variabel *dependent*. Jika dalam pengujian dipastikan bahwa koefisien regresi suatu variabel *independent* tidak sama dengan nol, maka variabel *independent* tersebut berpengaruh terhadap variabel *dependent*. Sebaliknya, jika dalam pengujian tersebut dipastikan bahwa koefisien regresi suatu variabel *independent* sama dengan nol, maka variabel *independent* tersebut tidak berpengaruh terhadap variabel *dependent*.

Tabel 4.40. Hasil Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,126	1,211		-,104	,918

tot_produk	,185	,054	,337	3,417	,001
tot_harga	,285	,047	,495	6,001	,000
tot_promosi	-,059	,050	-,118	-1,193	,236
tot_tempat	,011	,060	,018	,180	,858

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 22 (2016)

Tabel 4.40 di atas menunjukkan hasil uji t yang bertujuan menguji pengaruh variabel *independent*, yaitu produk, harga, promosi, dan tempat. Diperoleh nilai $t_{\text{-tabel}}$ sebesar 1,66105. Berdasarkan hasil uji t di atas, maka ditarik kesimpulan:

1) Produk

Hasil uji t dalam tabel di atas menunjukkan nilai koefisien bernilai positif dan variabel produk diperoleh $t_{\text{-hitung}}$ sebesar 3,417 lebih besar dari $t_{\text{-tabel}}$ sebesar 1,66105 dengan tingkat signifikansi 0,001 lebih kecil dari 0,05. Maka berdasarkan hal tersebut variabel produk berpengaruh secara parsial terhadap minat masyarakat Banjarmasin Timur pada pembiayaan umroh Bank Syariah.

2) Harga

Hasil uji t dalam tabel di atas menunjukkan nilai koefisien bernilai positif dan variabel produk diperoleh $t_{\text{-hitung}}$ sebesar 6,001 lebih besar dari $t_{\text{-tabel}}$ sebesar 1,66105 dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Maka berdasarkan hal tersebut variabel harga berpengaruh secara parsial terhadap minat masyarakat Banjarmasin Timur pada pembiayaan umroh Bank Syariah.

3) Promosi

Hasil uji t dalam tabel di atas menunjukkan nilai koefisien bernilai negatif dan variabel produk diperoleh $t_{\text{-hitung}}$ sebesar -1,193 lebih kecil dari $t_{\text{-tabel}}$ sebesar 1,66105 dengan tingkat signifikansi 0,236 lebih besar dari 0,05. Maka

berdasarkan hal tersebut variabel promosi tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat masyarakat Banjarmasin Timur pada pembiayaan umroh Bank Syariah.

4) Tempat

Hasil uji t dalam tabel di atas menunjukkan nilai koefisien bernilai positif dan variabel produk diperoleh t_{hitung} sebesar 0,180 lebih kecil dari t_{tabel} sebesar 1.66105 dengan tingkat signifikansi 0,858 lebih besar dari 0,05. Maka berdasarkan hal tersebut variabel tempat tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat masyarakat Banjarmasin Timur pada pembiayaan umroh Bank Syariah.

d) Uji Variabel Dominan

Dalam hipotesis yang diajukan penulis, penulis menduga bahwa variabel harga merupakan variabel dominan yang mempengaruhi minat masyarakat Banjarmasin Timur pada pembiayaan umroh Bank Syariah. Hipotesis dapat diterima dengan hasil uji t dari perbandingan keempat variabel yaitu variabel produk, harga, promosi, dan tempat maka diketahui variabel yang dominan berpengaruh terhadap minat masyarakat Banjarmasin Timur pada pembiayaan umroh Bank Syariah dilihat dari nilai *Standardized Coefficients Beta* tertinggi yaitu faktor harga (X_2) sebesar 0,495.

4. Pemasaran dalam Perspektif Islam

Menurut prinsip syariah, kegiatan pemasaran harus dilandasi semangat beribadah kepada Tuhan Sang Maha Pencipta, berusaha semaksimal mungkin untuk kesejahteraan bersama, bukan untuk kepentingan golongan apalagi kepentingan sendiri.

Alquran juga mengatur kegiatan kehidupan atau muamalah, termasuk juga etika perdagangan, penjualan atau pemasaran. Salah satu ayat Alqur'an yang dipedomani sebagai etika *marketing* adalah Q.S Al-Baqarah/2: 1-2

الْم ﴿١﴾ ذٰلِكَ الْكِتٰبُ لَا رَيْبَ فِيْهِ هُدًى لِّلْمُتَّقِيْنَ ﴿٢﴾

“Alif Lam Mim. Kitab (Alquran) ini tidak ada keraguan padanya, petunjuk bagi mereka yang bertakwa”.

Ayat tersebut sangat relevan untuk dijadikan pedoman dalam pelaksanaan tugas *marketing*, sebab *marketing* merupakan bagian sangat penting dari mesin perusahaan.

Konsep pemasaran dalam bisnis islam, aktivitasnya dilandasi oleh saling *ridfa* antara penjual dan pembeli dalam sebuah aktivitas pasar, dengan tujuan semata-mata untuk memberikan keputusan terhadap pasar, sebagaimana dalam firman Allah dalam Q.S An-Nisa/4:29

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَأْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبٰطِلِ اِلَّا اَنْ تَكُوْنَ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ ۚ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا ﴿٢٩﴾

“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh Allah Maha Penyayang kepadamu”.

Penerapan bauran pemasaran dalam syariah akan merujuk pada konsep dasar kaidah fikih yakni pada dasarnya semua bentuk muamalah boleh dilakukan

kecuali ada dalil yang mengharamkannya. Berikut adalah *marketing mix* dalam perspektif syariah:

a. Produk

Produk yang ditawarkan memiliki kejelasan barang, ukuran / takaran, komposisi, tidak rusak / kadaluarsa dan menggunakan bahan yang baik. Serta produk yang diperjual-belikan adalah produk yang halal. Sebagaimana dalam Q.S Al-Mutaffifin/83: 1-3

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿٨٣﴾ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ﴿٨٤﴾ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ
وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ﴿٨٥﴾

“Celakalah bagi orang-orang yang curang (dalam menakar dan menimbang). (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dicukupkan. Dan apabila mereka menakar atau menimbang (untuk orang lain), mereka mengurangi.”

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diketahui bahwa produk pembiayaan umroh bank syariah telah sesuai syariat islam, yaitu produk yang ditawarkan halal, dan waktu pelaksanaan umroh jelas.

b. Harga

Dalam proses penentuan harga, Islam juga memandang bahwa harga haruslah disesuaikan dengan kondisi barang yang dijual. Nabi Muhammad saw. mengajarkan penetapan harga yang baik. Barang yang bagus dijual dengan harga yang bagus. Dan barang yang kualitas lebih rendah dijual dengan harga yang lebih rendah. Tidak selayaknya barang yang jelek dijual dengan harga yang mahal. Rasulullah saw. juga melarang perihal *najsy*. Transaksi *najsy* diharamkan karena

si penjual menyuruh orang lain memuji barangnya atau menawar dengan harga tinggi agar orang lain tertarik untuk membeli.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui dalam penentuan harga tidak terdapat unsur riba *gharar* dan *maisyir*.

c. Promosi

Alquran tidak melarang adanya periklanan dan memang periklanan dapat digunakan untuk mempromosikan kebenaran Islam. Namun, periklanan yang berisi pernyataan-pernyataan yang dilebih-lebihkan termasuk kedalam bentuk penipuan. Promosi dalam tinjauan syariah harus sesuai dengan tinjauan *sharia compliance* yang merefleksikan kebenaran, keadilan, dan kejujuran kepada masyarakat. Segala informasi yang terkait dengan produk harus diberitahukan secara transparan dan terbuka sehingga tidak ada potensi unsur penipuan dan kecurangan dalam melakukan promosi.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui dalam melakukan promosi bank syariah memberikan informasi mengenai produk pembiayaan umroh sesuai kebenaran, jujur, dan tidak ada unsur penipuan.

d. Tempat

Nabi Muhammad saw. melarang orang-orang atau perantara memotong jalur distribusi dengan melakukan pencegahan terhadap pedagang dari desa yang ingin menjual barangnya ke kota. Mereka dicegah di pinggir kota dan mengatakan bahwa harga barang bawaan mereka sekarang harganya jatuh, dan lebih baik barang itu dijual kepada mereka yang mencegah. Hal ini sangat di larang oleh Nabi Muhammad saw.

Berdasarkan data yang penulis dapatkan dari responden yang berupa jawaban kuesioner yang penulis ajukan maka diketahui bahwa bauran pemasaran yang dilakukan Bank Syariah telah sesuai dengan prinsip syariah.