

## BAB IV

### PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

#### A. Penyajian Data

##### 1. Karakteristik Responden

Bagian ini menggambarkan keadaan responden yang berjumlah 100 orang yang merupakan nasabah Mandiri Sekuritas Banjarmasin. Data deskriptif yang menggambarkan keadaan responden merupakan informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian. Karakteristik responden dalam penelitian ini meliputi: gambaran jenis kelamin, umur responden, status pekerjaan, status pendidikan. Dari 100 kuesioner yang telah disebar, semua berhasil dikumpulkan dan dinyatakan layak untuk dianalisa lebih lanjut. Hasil data yang diperoleh menunjukkan gambaran sebagai berikut:

##### a. Jenis Kelamin

**Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

| <b>Jenis Kelamin</b> | <b>F</b> | <b>%</b> |
|----------------------|----------|----------|
| Laki-laki            | 67       | 67       |
| Perempuan            | 33       | 33       |
| Total                | 100      | 100      |

Sumber: Hasil penelitian 2017 (data diolah)

Dari tabel jenis kelamin di atas, dapat dilihat bahwa terdapat 67 orang atau 67% responden berjenis kelamin laki-laki. Sedangkan selebihnya sebanyak 33 orang atau 33% responden berjenis kelamin perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah Mandiri Sekuritas Banjarmasin yang menjadi nasabah Mandiri Sekuritas

Banjarmasin yang ditemui penulis dalam proses pengumpulan data adalah laki-laki.

b. Umur Responden

**Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Umur**

| <b>Kelompok Umur</b> | <b>F</b> | <b>%</b> |
|----------------------|----------|----------|
| 20-25 Tahun          | 12       | 12       |
| 26-30 Tahun          | 17       | 17       |
| 31-35 Tahun          | 20       | 20       |
| 36-40 Tahun          | 14       | 14       |
| 41-45 Tahun          | 10       | 10       |
| 46-50 Tahun          | 13       | 13       |
| 51-55 Tahun          | 14       | 14       |
| Total                | 100      | 100      |

Sumber: Hasil penelitian 2017 (data diolah)

Berdasarkan keterangan tabel di atas, memperlihatkan bahwa nasabah Mandiri Sekuritas Banjarmasin yang diambil sebagai responden sebagian besar berumur 31-35 tahun sebanyak 20 orang atau 20%.Selanjutnya data responden yang berumur 26-30 tahun sebanyak 17 orang atau 17%, lalu yang berumur 36-40 tahun ada 14 orang atau 14%, dan yang berumur 51-55 tahun ada 14 orang atau 14%, kemudian yang berumur 46-50 tahun ada 13 orang atau 13%, dan yang berumur 20-25 tahun ada 12 orang atau 12%, serta yang berumur 41-45 tahun ada 10 orang atau 10%.

## c. Status Pekerjaan

**Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Status Pekerjaan**

| <b>Status Pekerjaan</b> | <b>F</b> | <b>%</b> |
|-------------------------|----------|----------|
| Mahasiswa               | 10       | 10       |
| PNS                     | 21       | 21       |
| Pedagang                | 15       | 15       |
| Mahasiswa               | 9        | 9        |
| Pegawai Swasta          | 40       | 40       |
| Lainnya                 | 5        | 5        |
| Total                   | 100      | 100      |

Sumber: Hasil penelitian 2017 (data diolah)

Pekerjaan seseorang mempengaruhi barang dan jasa yang dibelinya. Pada penelitian ini penulis ingin mengetahui seberapa banyak nasabah Mandiri Sekuritas Banjarmasin yang menjadi responden. Dapat dilihat pada tabel status pekerjaan responden di atas bahwa pegawai swasta lebih banyak yaitu ada 40 orang atau 40%, PNS 21 orang 21%, pedagang 15 orang atau 15%, mahasiswa 9 orang atau 9%, pelajar 10 orang atau 10%, adapun lainnya ada 5 orang atau 5%.

## 2. Analisis Deskriptif Variabel

Dari data yang diperoleh dari hasil pembagian kuesioner kepada responden, maka gambaran yang berkaitan dengan pengaruh strategi pemasaran di Mandiri Sekuritas Banjarmasin dilihat dari variabel produk, harga, promosi, proses dan orang.

Data deskriptifnya dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Variabel Produk (X1)

1) Indikator tentang fitur

**Tabel 4.4 Jawaban responden tentang fitur Mandiri Sekuritas Banjarmasin**

| No    | Alternatif Jawaban  | F   | %    |
|-------|---------------------|-----|------|
| 1     | Sangat Setuju       | 44  | 44%  |
| 2     | Setuju              | 50  | 50%  |
| 3     | Kurang Setuju       | 6   | 6%   |
| 4     | Tidak Setuju        | 0   | 0%   |
| 5     | Sangat Tidak Setuju | 0   | 0%   |
| Total |                     | 100 | 100% |

Sumber: Hasil penelitian 2017 (data diolah)

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa para responden menanggapi “mereka memilih mandiri sekuritas karena memahami edukasi tentang fitur”, tanggapan paling banyak dari para responden yang menjawab setuju yaitu 50%, kemudian disusul dengan jawaban sangat setuju sebesar 44%, yang menjawab kurang setuju 6%, yang menjawab tidak setuju 0% dan yang sangat tidak setuju 0%.

2) Indikator tentang kelengkapan produk

**Tabel 4.5 Jawaban responden tentang kelengkapan produk**

| No    | Alternatif Jawaban  | F   | %    |
|-------|---------------------|-----|------|
| 1     | Sangat Setuju       | 40  | 40%  |
| 2     | Setuju              | 47  | 47%  |
| 3     | Kurang Setuju       | 13  | 13%  |
| 4     | Tidak Setuju        | 0   | 0%   |
| 5     | Sangat Tidak Setuju | 0   | 0%   |
| Total |                     | 100 | 100% |

Sumber: Hasil penelitian 2017 (data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui bahwa para responden menanggapi pernyataan “kelengkapan produk”, tanggapan paling banyak dari para responden adalah setuju yaitu 47%, kemudian disusul dengan jawaban sangat setuju 40%, baru yang menjawab kurang setuju 13%, kemudian yang menjawab tidak setuju 0% dan sangat tidak setuju 0%.

### 3) Indikator lini produk

**Tabel 4.6 Jawaban responden tentang lini produk.**

| No    | Alternatif Jawaban  | F   | %    |
|-------|---------------------|-----|------|
| 1     | Sangat Setuju       | 35  | 35%  |
| 2     | Setuju              | 51  | 51%  |
| 3     | Kurang Setuju       | 14  | 14%  |
| 4     | Tidak Setuju        | 0   | 0%   |
| 5     | Sangat Tidak Setuju | 0   | 0%   |
| Total |                     | 100 | 100% |

Sumber: Hasil penelitian 2017 (data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui bahwa para responden menanggapi pernyataan “lini produk”, tanggapan paling banyak dari para responden adalah setuju yaitu 51%, kemudian disusul dengan jawaban sangat setuju 35%, baru yang menjawab kurang setuju 14%, kemudian yang menjawab tidak setuju 0% dan sangat tidak setuju 0%.

## 4) Indikator adanya app sinyal untuk beli dan jual

**Tabel 4.7 Jawaban responden tentang adanya app sinyal untuk beli dan jual**

| No    | Alternatif Jawaban  | F   | %    |
|-------|---------------------|-----|------|
| 1     | Sangat Setuju       | 60  | 60%  |
| 2     | Setuju              | 36  | 36%  |
| 3     | Kurang Setuju       | 0   | 0%   |
| 4     | Tidak Setuju        | 4   | 4%   |
| 5     | Sangat Tidak Setuju | 0   | 0%   |
| Total |                     | 100 | 100% |

Sumber: Hasil penelitian 2017 (data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui bahwa para responden menanggapi pernyataan “adanya app sinyal untuk beli dan jual”, tanggapan paling banyak dari para responden adalah sangat setuju yaitu 60%, kemudian disusul dengan jawaban setuju 36%, baru yang menjawab tidak setuju 4%, kemudian yang menjawab kurang setuju 0% dan sangat tidak setuju 0%.

## 5) Indikator adanya aplikasi trading yang mudah.

**Tabel 4.8 Jawaban responden tentang aplikasi trading yang mudah.**

| No    | Alternatif Jawaban  | F   | %    |
|-------|---------------------|-----|------|
| 1     | Sangat Setuju       | 44  | 44%  |
| 2     | Setuju              | 48  | 48%  |
| 3     | Kurang Setuju       | 8   | 8%   |
| 4     | Tidak Setuju        | 0   | 0%   |
| 5     | Sangat Tidak Setuju | 0   | 0%   |
| Total |                     | 100 | 100% |

Sumber: Hasil penelitian 2017 (data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui bahwa para responden menanggapi pernyataan “adanya aplikasi trading yang mudah dipahami”,

tanggapan paling banyak dari para responden adalah setuju yaitu 48%, kemudian disusul dengan jawaban sangat setuju 44%, baru yang menjawab tidak setuju 8%, kemudian yang menjawab kurang setuju 0% dan sangat tidak setuju 0%.

b. Variabel Harga (X2)

1) Indikator *bea fee*.

**Tabel 4.9 Jawaban responden tentang bea fee.**

| No    | Alternatif Jawaban  | F   | %    |
|-------|---------------------|-----|------|
| 1     | Sangat Setuju       | 43  | 43%  |
| 2     | Setuju              | 51  | 51%  |
| 3     | Kurang Setuju       | 6   | 6%   |
| 4     | Tidak Setuju        | 0   | 0%   |
| 5     | Sangat Tidak Setuju | 0   | 0%   |
| Total |                     | 100 | 100% |

Sumber: Hasil penelitian 2017 (data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui bahwa para responden menanggapi pernyataan "*bea fee*", tanggapan paling banyak dari para responden adalah setuju yaitu 51%, kemudian disusul dengan jawaban sangat setuju 43%, baru yang menjawab kurang setuju 6%, kemudian yang menjawab tidak setuju 0% dan sangat tidak setuju 0%.

## 2) Indikator bea matrai

**Tabel 4.10 Jawaban responden tentang bea matrai.**

| No    | Alternatif Jawaban  | F   | %    |
|-------|---------------------|-----|------|
| 1     | Sangat Setuju       | 40  | 40%  |
| 2     | Setuju              | 47  | 47%  |
| 3     | Kurang Setuju       | 13  | 13%  |
| 4     | Tidak Setuju        | 0   | 0%   |
| 5     | Sangat Tidak Setuju | 0   | 0%   |
| Total |                     | 100 | 100% |

Sumber: Hasil penelitian 2017 (data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui bahwa para responden menanggapi pernyataan “bea matrai”, tanggapan paling banyak dari para responden adalah setuju yaitu 47%, kemudian disusul dengan jawaban sangat setuju 40%, baru yang menjawab kurang setuju 13%, kemudian yang menjawab tidak setuju 0% dan sangat tidak setuju 0%.

## c. Variabel Promosi (X3)

1) Indikator adanya layanan datang kerumah (*office visit*)**Tabel 4.11 Jawaban responden tentang adanya layanan datang kerumah.**

| No    | Alternatif Jawaban  | F   | %    |
|-------|---------------------|-----|------|
| 1     | Sangat Setuju       | 24  | 24%  |
| 2     | Setuju              | 40  | 40%  |
| 3     | Kurang Setuju       | 20  | 20%  |
| 4     | Tidak Setuju        | 14  | 14%  |
| 5     | Sangat Tidak Setuju | 2   | 2%   |
| Total |                     | 100 | 100% |

Sumber: Hasil penelitian 2017 (data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui bahwa para responden menanggapi pernyataan “Tentang adanya layanan datang kerumah”, tanggapan paling banyak dari para responden adalah setuju yaitu 40%, kemudian disusul dengan jawaban sangat setuju 24%, baru yang menjawab

kurang setuju 20%, kemudian yang menjawab tidak setuju 14% dan sangat tidak setuju 2%.

2) Indikator promosi dari teman (*mount to mount*)

**Tabel 4.12 Jawaban responden tentang promosi dari teman**

| No    | Alternatif Jawaban  | F   | %    |
|-------|---------------------|-----|------|
| 1     | Sangat Setuju       | 31  | 31%  |
| 2     | Setuju              | 60  | 60%  |
| 3     | Kurang Setuju       | 6   | 6%   |
| 4     | Tidak Setuju        | 3   | 3%   |
| 5     | Sangat Tidak Setuju | 0   | 0%   |
| Total |                     | 100 | 100% |

Sumber: Hasil penelitian 2017 (data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui bahwa para responden menanggapi pernyataan “promosi dari teman”, tanggapan paling banyak dari para responden adalah setuju yaitu 60%, kemudian disusul dengan jawaban sangat setuju 31%, baru yang menjawab kurang setuju 6%, kemudian yang menjawab tidak setuju 3% dan sangat tidak setuju 0%.

3) Indikator promosi melalui brosur

**Tabel 4.13 Jawaban responden tentang promosi melalui brosur.**

| No    | Alternatif Jawaban  | F   | %    |
|-------|---------------------|-----|------|
| 1     | Sangat Setuju       | 20  | 20%  |
| 2     | Setuju              | 41  | 41%  |
| 3     | Kurang Setuju       | 22  | 22%  |
| 4     | Tidak Setuju        | 14  | 14%  |
| 5     | Sangat Tidak Setuju | 3   | 3%   |
| Total |                     | 100 | 100% |

Sumber: Hasil penelitian 2017 (data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui bahwa para responden menanggapi pernyataan “promosi melalui brosur”, tanggapan paling banyak dari para responden adalah setuju yaitu 41%, kemudian disusul

dengan jawaban kurang sangat setuju 22%, baru yang menjawab sangat setuju 20%, kemudian yang menjawab tidak setuju 14% dan sangat tidak setuju 3%.

4) Indikator promosi melalui *event*

**Tabel 4.14 Jawaban responden tentang promosi melalui *event***

| No    | Alternatif Jawaban  | F   | %    |
|-------|---------------------|-----|------|
| 1     | Sangat Setuju       | 23  | 23%  |
| 2     | Setuju              | 41  | 41%  |
| 3     | Kurang Setuju       | 17  | 17%  |
| 4     | Tidak Setuju        | 14  | 14%  |
| 5     | Sangat Tidak Setuju | 5   | 5%   |
| Total |                     | 100 | 100% |

Sumber: Hasil penelitian 2017 (data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui bahwa para responden menanggapi pernyataan “promosi melalui *event*”, tanggapan paling banyak dari para responden adalah setuju yaitu 41%, kemudian disusul dengan jawaban sangat setuju 23%, baru yang menjawab kurang setuju 17%, kemudian yang menjawab tidak setuju 14% dan sangat tidak setuju 5%.

5) Indikator Personal selling dalam memberikan informasi yang detail.

**Tabel 4.15 Jawaban responden tentang promosi melalui edukasi yang disampaikan oleh pegawai.**

| No    | Alternatif Jawaban  | F   | %    |
|-------|---------------------|-----|------|
| 1     | Sangat Setuju       | 25  | 25%  |
| 2     | Setuju              | 60  | 60%  |
| 3     | Kurang Setuju       | 15  | 15%  |
| 4     | Tidak Setuju        | 4   | 4%   |
| 5     | Sangat Tidak Setuju | 0   | 0%   |
| Total |                     | 100 | 100% |

Sumber: Hasil penelitian 2017 (data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui bahwa para responden menanggapi pernyataan “promosi melalui edukasi yang disampaikan oleh

pegawai.”, tanggapan paling banyak dari para responden adalah setuju yaitu 60%, kemudian disusul dengan jawaban sangat setuju 25%, baru yang menjawab kurang setuju 15%, kemudian yang menjawab tidak setuju 4% dan sangat tidak setuju 0%.

d. Variabel Orang (X4)

1) Indikator pegawai yang menguasai pasar modal

**Tabel 4.16 Jawaban responden pegawai yang menguasai pasar modal**

| No    | Alternatif Jawaban  | F   | %    |
|-------|---------------------|-----|------|
| 1     | Sangat Setuju       | 45  | 45%  |
| 2     | Setuju              | 49  | 49%  |
| 3     | Kurang Setuju       | 6   | 6%   |
| 4     | Tidak Setuju        | 0   | 0%   |
| 5     | Sangat Tidak Setuju | 0   | 0%   |
| Total |                     | 100 | 100% |

Sumber: Hasil penelitian 2017 (data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui bahwa para responden menanggapi pernyataan “pegawai yang menguasai pasar modal”, tanggapan paling banyak dari para responden adalah setuju yaitu 49%, kemudian disusul dengan jawaban sangat setuju 45%, baru yang menjawab sangat setuju 6%, kemudian yang menjawab tidak setuju 0% dan sangat tidak setuju 0%.

## 2) Indikator tentang pegawai yang menguasai teori dan praktek

**Tabel 4.17 Jawaban responden tentang pegawai yang menguasai teori dan praktek**

| No    | Alternatif Jawaban  | F   | %    |
|-------|---------------------|-----|------|
| 1     | Sangat Setuju       | 40  | 40%  |
| 2     | Setuju              | 47  | 47%  |
| 3     | Kurang Setuju       | 13  | 13%  |
| 4     | Tidak Setuju        | 0   | 0%   |
| 5     | Sangat Tidak Setuju | 0   | 0%   |
| Total |                     | 100 | 100% |

Sumber: Hasil penelitian 2017 (data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui bahwa para responden menanggapi pernyataan “tentang pegawai yang menguasai teori dan praktek”, tanggapan paling banyak dari para responden adalah setuju yaitu 47%, kemudian disusul dengan jawaban sangat setuju 40%, baru yang menjawab sangat setuju 13%, kemudian yang menjawab tidak setuju 0% dan sangat tidak setuju 0%.

## 3) Indikator tentang pengaktifan kembali rekening nasabah

**Tabel 4.18 Jawaban responden tentang pengaktifan kembali rekening nasabah**

| No    | Alternatif Jawaban  | F   | %    |
|-------|---------------------|-----|------|
| 1     | Sangat Setuju       | 35  | 35%  |
| 2     | Setuju              | 51  | 51%  |
| 3     | Kurang Setuju       | 14  | 14%  |
| 4     | Tidak Setuju        | 0   | 0%   |
| 5     | Sangat Tidak Setuju | 0   | 0%   |
| Total |                     | 100 | 100% |

Sumber: Hasil penelitian 2017 (data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui bahwa para responden menanggapi pernyataan “tentang pengaktifan kembali rekening nasabah”, tanggapan paling banyak dari para responden adalah setuju yaitu 51%, kemudian disusul dengan jawaban sangat setuju 35%, baru yang menjawab

kurang setuju 10%, kemudian yang menjawab tidak setuju 14% dan sangat tidak setuju 0%

4) Indikator tentang pegawai yang ramah

**Tabel 4.19 Jawaban responden tentang pegawai yang ramah**

| No    | Alternatif Jawaban  | F   | %    |
|-------|---------------------|-----|------|
| 1     | Sangat Setuju       | 60  | 60%  |
| 2     | Setuju              | 36  | 36%  |
| 3     | Kurang Setuju       | 0   | 0%   |
| 4     | Tidak Setuju        | 4   | 4%   |
| 5     | Sangat Tidak Setuju | 0   | 0%   |
| Total |                     | 100 | 100% |

Sumber: Hasil penelitian 2017 (data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui bahwa para responden menanggapi pernyataan “pegawai yang ramah”, tanggapan paling banyak dari para responden adalah sangat setuju yaitu 60%, kemudian disusul dengan jawaban setuju 36%, baru yang menjawab tidak setuju 4%, kemudian yang menjawab kurang setuju 0% dan sangat tidak setuju 0%.

e. Variabel Proses (X5)

1) Indikator adanya kejelasan batas waktu dari proses pembuatan rekening nasabah

**Tabel 4.20 Jawaban responden tentang adanya kejelasan batas waktu dari proses pembuatan rekening nasabah**

| No    | Alternatif Jawaban  | F   | %    |
|-------|---------------------|-----|------|
| 1     | Sangat Setuju       | 44  | 44%  |
| 2     | Setuju              | 50  | 50%  |
| 3     | Kurang Setuju       | 6   | 6%   |
| 4     | Tidak Setuju        | 0   | 0%   |
| 5     | Sangat Tidak Setuju | 0   | 0%   |
| Total |                     | 100 | 100% |

Sumber: Hasil penelitian 2017 (data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui bahwa para responden menanggapi pernyataan “adanya kejelasan batas waktu dari proses pembuatan rekening nasabah”, tanggapan paling banyak dari para responden adalah setuju yaitu 50%, kemudian disusul dengan jawaban sangat setuju 44%, baru yang menjawab kurang setuju 6%, kemudian yang menjawab tidak setuju 0% dan sangat tidak setuju 0%.

2) Indikator adanya jaminan keamanan data pribadi nasabah

**Tabel 4.21 Jawaban responden tentang adanya jaminan keamanan data pribadi nasabah.**

| No    | Alternatif Jawaban  | F   | %    |
|-------|---------------------|-----|------|
| 1     | Sangat Setuju       | 40  | 40%  |
| 2     | Setuju              | 47  | 47%  |
| 3     | Kurang Setuju       | 13  | 13%  |
| 4     | Tidak Setuju        | 0   | 0%   |
| 5     | Sangat Tidak Setuju | 0   | 0%   |
| Total |                     | 100 | 100% |

Sumber: Hasil penelitian 2017 (data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui bahwa para responden menanggapi pernyataan “adanya jaminan keamanan data pribadi nasabah”, tanggapan paling banyak dari para responden adalah setuju yaitu 47%, kemudian disusul dengan jawaban sangat setuju 40%, baru yang menjawab kurang setuju 13%, kemudian yang menjawab tidak setuju 0% dan sangat tidak setuju 0%.

## 3) Indikator jam kerja pelayanan yang fleksibel

**Tabel 4.22 Jawaban responden tentang jam kerja pelayanan yang fleksibel**

| No    | Alternatif Jawaban  | F   | %    |
|-------|---------------------|-----|------|
| 1     | Sangat Setuju       | 35  | 35%  |
| 2     | Setuju              | 49  | 49%  |
| 3     | Kurang Setuju       | 16  | 16%  |
| 4     | Tidak Setuju        | 0   | 0%   |
| 5     | Sangat Tidak Setuju | 0   | 0%   |
| Total |                     | 100 | 100% |

Sumber: Hasil penelitian 2017 (data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui bahwa para responden menanggapi pernyataan “jam kerja pelayanan yang fleksibel” tanggapan paling banyak dari para responden adalah setuju yaitu 49%, kemudian disusul dengan jawaban sangat setuju 35%, baru yang menjawab kurang setuju 16%, kemudian yang menjawab tidak setuju 0% dan sangat tidak setuju 0%.

## f. Variabel Keputusan untuk menjadi nasabah (Y)

## 1) Indikator adanya proses pengenalan kebutuhan

**Tabel 4.23 Jawaban responden tentang adanya dorongan kebutuhan akan masa depan**

| No    | Alternatif Jawaban  | F   | %    |
|-------|---------------------|-----|------|
| 1     | Sangat Setuju       | 49  | 49%  |
| 2     | Setuju              | 48  | 48%  |
| 3     | Kurang Setuju       | 3   | 3%   |
| 4     | Tidak Setuju        | 1   | 1%   |
| 5     | Sangat Tidak Setuju | 0   | 0%   |
| Total |                     | 100 | 100% |

Sumber: Hasil penelitian 2017 (data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui bahwa para responden menanggapi pernyataan “adanya proses pengenalan kebutuhan”, tanggapan paling banyak dari para responden adalah sangat setuju yaitu

49%, kemudian disusul dengan jawaban setuju 48%, baru yang menjawab kurang setuju 3%, kemudian yang menjawab tidak setuju 0% dan sangat tidak setuju mempunyai proporsi yang paling sedikit yaitu 0%.

## 2) Indikator pencarian informasi

**Tabel 4.24 Jawaban responden tentang pencarian informasi**

| No    | Alternatif Jawaban  | F   | %    |
|-------|---------------------|-----|------|
| 1     | Sangat Setuju       | 52  | 52%  |
| 2     | Setuju              | 42  | 42%  |
| 3     | Kurang Setuju       | 6   | 6%   |
| 4     | Tidak Setuju        | 0   | 0%   |
| 5     | Sangat Tidak Setuju | 0   | 0%   |
| Total |                     | 100 | 100% |

Sumber: Hasil penelitian 2017 (data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui bahwa para responden menanggapi pernyataan “pencarian informasi”, tanggapan paling banyak dari para responden adalah sangat setuju yaitu 52%, kemudian disusul dengan jawaban setuju 42%, baru yang menjawab kurang setuju 6%, kemudian yang mempunyai menjawab tidak setuju 0% dan sangat tidak setuju yaitu 0%.

## 3) Indikator evaluasi alternatif

**Tabel 4.25 Jawaban responden tentang evaluasi alternatif**

| No    | Alternatif Jawaban  | F   | %    |
|-------|---------------------|-----|------|
| 1     | Sangat Setuju       | 48  | 48%  |
| 2     | Setuju              | 52  | 52%  |
| 3     | Kurang Setuju       | 0   | 0%   |
| 4     | Tidak Setuju        | 0   | 0%   |
| 5     | Sangat Tidak Setuju | 0   | 0%   |
| Total |                     | 100 | 100% |

Sumber: Hasil penelitian 2017 (data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui bahwa para responden menanggapi pernyataan “evaluasi alternatif”, tanggapan paling banyak dari

para responden adalah setuju yaitu 52%, kemudian disusul dengan jawaban sangat setuju 48%, baru yang menjawab kurang setuju 0%, kemudian yang menjawab tidak setuju 0% dan sangat tidak setuju yaitu 0%.

#### 4) Indikator keputusan nasabah

**Tabel 4.26 Jawaban responden tentang memutuskan menjadi nasabah**

| No    | Alternatif Jawaban  | F   | %    |
|-------|---------------------|-----|------|
| 1     | Sangat Setuju       | 53  | 53%  |
| 2     | Setuju              | 45  | 45%  |
| 3     | Kurang Setuju       | 2   | 2%   |
| 4     | Tidak Setuju        | 0   | 0%   |
| 5     | Sangat Tidak Setuju | 0   | 0%   |
| Total |                     | 100 | 100% |

Sumber: Hasil penelitian 2017 (data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui bahwa para responden menanggapi pernyataan “memutuskan menjadi nasabah”, tanggapan paling banyak dari para responden adalah sangat setuju yaitu 53%, kemudian disusul dengan jawaban setuju 45%, baru yang menjawab kurang setuju 2%, kemudian yang menjawab tidak setuju 0% dan sangat tidak setuju yaitu 0%.

#### 5) Indikator perilaku pasca pembelian

**Tabel 4.27 Jawaban responden tentang merekomendasikan kepada teman-teman**

| No    | Alternatif Jawaban  | F   | %    |
|-------|---------------------|-----|------|
| 1     | Sangat Setuju       | 49  | 49%  |
| 2     | Setuju              | 38  | 38%  |
| 3     | Kurang Setuju       | 13  | 13%  |
| 4     | Tidak Setuju        | 0   | 0%   |
| 5     | Sangat Tidak Setuju | 0   | 0%   |
| Total |                     | 100 | 100% |

Sumber: Hasil penelitian 2017 (data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui bahwa para responden menanggapi pernyataan “merekomendasikan kepada teman-teman”, tanggapan paling banyak dari para responden adalah sangat setuju yaitu 49%, kemudian disusul dengan jawaban setuju 38%, baru yang menjawab kurang setuju 13%, kemudian yang menjawab tidak setuju 0% dan sangat tidak setuju yaitu 0%.

## B. Analisis Data

### 1. Uji Validitas dan Uji Reliabelitas

#### a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Daftar pertanyaan ini pada umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu. Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan diujivaliditasnya. Hasil  $r_{hitung}$  dibandingkan dengan  $r_{tabel}$  di mana  $df = n-2$  dengan sig5%. Jika  $r_{tabel} < r_{hitung}$  maka valid.<sup>1</sup>

Dengan menggunakan jumlah responden sebanyak 100 maka nilai  $r_{tabel}$  dapat diperoleh melalui tabel *r product moment pearson* dengan  $df$  (*degree offreedom*) =  $n-2$ , jadi  $df = 100 - 2 = 98$ , maka  $r_{tabel} = 0,1966$ . Berikut hasil dari ujivaliditas pada penelitian *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Mandiri Sekuritas Banjarmasin* dengan bantuan SPSS 22 *for windows* (dapat dilihat pada lampiran) pada tabel berikut ini:

---

<sup>1</sup>*Ibid.*, hlm.192.

**Tabel 4.28 Hasil Uji Validitas Instrumen Data**

| Variabel         | Pernyataan | R <sub>hitung</sub> | R <sub>tabel</sub> | Keterangan |
|------------------|------------|---------------------|--------------------|------------|
| Produk<br>(X1)   | X1_1       | 0,858               | 0,1966             | Valid      |
|                  | X1_2       | 0,920               | 0,1966             | Valid      |
|                  | X1_3       | 0,906               | 0,1966             | Valid      |
|                  | X1_4       | 0,887               | 0,1966             | Valid      |
|                  | X1_5       | 0,891               | 0,1966             | Valid      |
| Harga<br>(X2)    | X2_1       | 0,915               | 0,1966             | Valid      |
|                  | X2_2       | 0,935               | 0,1966             | Valid      |
| Promosi<br>(X3)  | X3_1       | 0,790               | 0,1966             | Valid      |
|                  | X3_2       | 0,567               | 0,1966             | Valid      |
|                  | X3_3       | 0,890               | 0,1966             | Valid      |
|                  | X3_4       | 0,818               | 0,1966             | Valid      |
|                  | X3_5       | 0,719               | 0,1966             | Valid      |
| Orang<br>(X4)    | X4_1       | 0,868               | 0,1966             | Valid      |
|                  | X4_2       | 0,915               | 0,1966             | Valid      |
|                  | X4_3       | 0,927               | 0,1966             | Valid      |
|                  | X4_4       | 0,887               | 0,1966             | Valid      |
| Proses<br>(X5)   | X5_1       | 0,884               | 0,1966             | Valid      |
|                  | X5_2       | 0,929               | 0,1966             | Valid      |
|                  | X5_3       | 0,942               | 0,1966             | Valid      |
| Keputusan<br>(Y) | Y_1        | 0,851               | 0,1966             | Valid      |
|                  | Y_2        | 0,879               | 0,1966             | Valid      |
|                  | Y_3        | 0,881               | 0,1966             | Valid      |
|                  | Y_4        | 0,754               | 0,1966             | Valid      |
|                  | Y_5        | 0,772               | 0,1966             | Valid      |

Sumber: Hasil Olah Data SPSS (2017)

Dari tabel hasil uji validitas instrumen data, dapat dilihat bahwa  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka dapat disimpulkan semua item pernyataan dalam penelitian ini dinyatakan valid.

#### b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas (keandalan) merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Uji reliabilitas dapat

dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai Cronbach's Alpha  $> 0,60$  maka reliabel.<sup>2</sup>

Berikut ini hasil uji reliabilitas penelitian dengan menggunakan SPSS 22 *for windows* yaitu:

Gambar 4.1 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Produk

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| ,935             | 5          |

Sumber: Hasil Olah Data SPSS (2017)

Gambar 4.2 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| ,829             | 2          |

Sumber: Hasil Olah Data SPSS (2017)

Gambar 4.3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| ,818             | 5          |

Sumber: Hasil Olah Data SPSS (2017)

Gambar 4.4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Orang

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| ,920             | 4          |

Sumber: Hasil Olah Data SPSS (2017)

Gambar 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Proses

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| ,907             | 3          |

Sumber: Hasil Olah Data SPSS (2017)

---

<sup>2</sup>*Ibid.*, hlm.192.

Gambar 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| ,886             | 5          |

Sumber: Hasil Olah Data SPSS (2017)

Berdasarkan gambar 4.1 sampai 4.6 diperoleh Alpha Cronbach's 0,935 untuk produk, 0,829 untuk harga, 0,818 untuk promosi, 0,920 untuk orang, 0,907 untuk proses dan 0,886 untuk keputusan, maka dapat disimpulkan data bersifat reliabel.

## 2. Analisis Regresi Linier Berganda

Mengetahui pengaruh variabel produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), promosi ( $X_3$ ), orang ( $X_4$ ), proses ( $X_5$ ) terhadap keputusan nasabah ( $Y$ ), menggunakan regresi linier berganda dengan persamaan sebagai berikut:

Model persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan:

Y : Keputusan nasabah

X1 : Produk

X2 : Harga

X3 : Promosi

X4 : Orang

X5 : Proses

a : Nilai konstanta

b : Koefisien regresi

e : error

Berdasarkan data yang diperoleh maka dapat dilakukan perhitungan regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS 22for windows. Berikut hasil uji regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS 22 for windows tersebut:

Gambar 4.7 Regresi Linear Berganda

|       |            | Coefficients <sup>a</sup>   |            |                           |       |      |                         |         |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|---------|
|       |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |       |      | Collinearity Statistics |         |
| Model |            | B                           | Std. Error | Beta                      | T     | Sig. | Tolerance               | VIF     |
| 1     | (Constant) | 4,080                       | ,655       |                           | 6,225 | ,000 |                         |         |
|       | x1         | -,119                       | ,251       | -,134                     | -,473 | ,637 | ,012                    | 80,914  |
|       | x2         | ,506                        | ,377       | ,230                      | 1,344 | ,182 | ,034                    | 29,259  |
|       | x3         | ,038                        | ,025       | ,054                      | 1,503 | ,136 | ,764                    | 1,309   |
|       | x4         | -,341                       | ,383       | -,315                     | -,889 | ,376 | ,008                    | 125,418 |
|       | x5         | 1,636                       | ,358       | 1,137                     | 4,572 | ,000 | ,016                    | 61,909  |

a. Dependent Variable: y

Sumber: Hasil Olah Data SPSS (2017)

Berdasarkan gambar di atas, hasil uji regresi linear berganda di atas dapat disusun persamaan regresi linear berganda antara variabel bebas (*independent*) dengan variabel terikat (*dependen*) dengan memasukkan koefisien regresi linear berganda ke dalam bentuk persamaan regresi linear berganda yaitu sebagai berikut:

$$Y = 4080 - 0,119X_1 + 0,506X_2 + 0,038X_3 - 0,341X_4 + 1,636X_5 + e$$

a) Konstanta

Nilai konstanta sebesar 4080 menyatakan bahwa jika tidak ada perubahan nilai dari variabel produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), promosi ( $X_3$ ), orang

( $X_4$ ), dan proses ( $X_5$ ) maka nilai keputusan nasabah ( $Y$ ) adalah sebesar 4080

b) produk ( $X_1$ )

Nilai koefisien regresi  $X_1$  sebesar -0,119 dan tanda negatif tersebut menunjukkan hubungan yang tidak searah. Nilai -0,119 menunjukkan apabila setiap penambahan satu satuan nilai variabel produk ( $X_1$ ) maka keputusan nasabah ( $Y$ ) akan turun 0,119 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi tetap.

c) Harga ( $X_2$ )

Nilai koefisien regresi  $X_2$  sebesar 0,506 dan tanda positif tersebut menunjukkan hubungan yang searah. Nilai 0,506 menunjukkan apabila setiap penambahan satu satuan nilai variabel harga ( $X_2$ ) maka keputusan nasabah ( $Y$ ) akan naik 0,506 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi tetap

d) Promosi ( $X_3$ )

Nilai koefisien regresi  $X_3$  sebesar 0,038 dan tanda positif tersebut menunjukkan hubungan yang searah. Nilai 0,038 menunjukkan apabila setiap penambahan satu satuan nilai variabel promosi ( $X_3$ ) maka keputusan nasabah ( $Y$ ) akan naik 0,38 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi tetap.

e) Orang ( $X_4$ )

Nilai koefisien regresi  $X_4$  sebesar -0,341 dan tanda negatif tersebut menunjukkan hubungan yang tidak searah. Nilai -0,341

menunjukkan apabila setiap pertambahan satu satuan nilai variabel orang ( $X_4$ ) maka keputusan nasabah ( $Y$ ) akan turun 0,341 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi tetap.

f) Proses ( $X_5$ )

Nilai koefisien regresi  $X_5$  sebesar 1,636 dan tanda negatif tersebut menunjukkan hubungan yang searah. Nilai 1,636 menunjukkan apabila setiap pertambahan satu satuan nilai variabel proses ( $X_5$ ) maka keputusan nasabah ( $Y$ ) akan naik 1,636 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi tetap.

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

### 3. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Determinasi

Uji 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 nilai  $R^2 = 1$  maka ada hubungan antara variasi  $X$  dan  $Y$  atau variasi dari  $Y$  dapat diterangkan oleh  $X$  secara keseluruhan.

Gambar 4.8 Hasil Uji Koefisien Determinasi

**Model Summary<sup>b</sup>**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | ,952 <sup>a</sup> | ,906     | ,901              | ,82047                     |

a. Predictors: (Constant), x5, x3, x1, x2, x4

b. Dependent Variable: y

Sumber: Hasil Olah Data SPSS (2017)

Berdasarkan gambar di atas, dapat dilihat nilai Koefisien Kolerasi R sebesar 0,952, sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat signifikansi hubungan dikategorikan memiliki hubungan kuat.

Nilai R Square sebesar 0,906 menunjukkan besarnya peran atau kontribusi variabel produk, harga, promosi, orang dan proses dapat menjelaskan variabel keputusan nasabah sebesar 90,6%. Sedangkan sisanya ( $100\% - 90,6\% = 9,4\%$ ) dijelaskan oleh variabel lain di luar model yang digunakan dalam penelitian ini.

b. Uji F (uji Simultan)

Gambar 4.9 Hasil Uji F

**ANOVA<sup>a</sup>**

| Model |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F       | Sig.              |
|-------|------------|----------------|----|-------------|---------|-------------------|
| 1     | Regression | 610,431        | 5  | 122,086     | 181,358 | ,000 <sup>b</sup> |
|       | Residual   | 63,279         | 94 | ,673        |         |                   |
|       | Total      | 673,710        | 99 |             |         |                   |

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x5, x3, x1, x2, x4

Sumber: Hasil Olah Data SPSS (2017)

Berdasarkan tabel 4.41 di atas, nilai  $F_{hitung}$  sebesar 181,358 dimana nilai ini lebih besar dari nilai  $F_{tabel}$  sebesar 2,31 ( $181,358 > 2,31$ ) dan nilai

signifikansi F sebesar 0,000, di mana nilai ini lebih kecil dari nilai signifikan sebesar 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Hal ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel produk (X1), harga (X2), promosi (X3), orang (X4), dan proses (X5) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah, maka dapat diambil kesimpulan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

c. Uji t (uji signifikan parsial)

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

Gambar 4.10 Hasil Uji t

|       |            | Coefficients <sup>a</sup>   |            |                           |       |      |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|       |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |       |      |
| Model |            | B                           | Std. Error | Beta                      | t     | Sig. |
| 1     | (Constant) | 4,080                       | ,655       |                           | 6,225 | ,000 |
|       | x1         | -,119                       | ,251       | -,134                     | -,473 | ,637 |
|       | x2         | ,506                        | ,377       | ,230                      | 1,344 | ,182 |
|       | x3         | ,038                        | ,025       | ,054                      | 1,503 | ,136 |
|       | x4         | -,341                       | ,383       | -,315                     | -,889 | ,376 |
|       | x5         | 1,636                       | ,358       | 1,137                     | 4,572 | ,000 |

a. Dependent Variable: y

Sumber: Hasil Olah Data SPSS (2017)

Gambar diatas menunjukkan hasil uji t yang bertujuan menguji pengaruh variabel independen, yaitu produk, harga, promosi, orang dan proses. Diperoleh nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,66123. Berdasarkan hasil uji t diatas, maka ditarik kesimpulan:

#### 1) Produk

Berdasarkan hasil uji t di atas diperoleh nilai t hitung variabel produk (-,473) lebih kecil dari t tabel (1,66123), dengan sig (,637) lebih besar dari (0,05) maka dengan demikian  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa variabel produk tidak mempunyai pengaruh yang positif namun signifikan terhadap keputusan nasabah.

#### 2) Harga

Berdasarkan hasil uji t di atas diperoleh nilai t hitung variabel harga (1,344) lebih kecil dari t tabel (1,66123), dengan sig (0,182) lebih besar dari (0,05) maka dengan demikian  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa variabel harga mempunyai pengaruh yang positif namun tidak signifikan terhadap keputusan nasabah.

#### 3) Promosi

Berdasarkan hasil uji t di atas diperoleh nilai t hitung variabel promosi (1,503) lebih kecil dari t tabel (1,66123), dengan sig (0,136) lebih besar dari (0,05) maka dengan demikian  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa variabel promosi

mempunyai pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah.

#### 4) Orang

Berdasarkan hasil uji t di atas diperoleh nilai t hitung variabel orang (-0,889) lebih kecil dari t tabel (1,66123), dengan sig (0,376) lebih besar dari (0,05) maka dengan demikian  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa variabel orang tidak mempunyai pengaruh yang positif namun signifikan terhadap keputusan nasabah.

#### 5) Proses

Berdasarkan hasil uji t di atas diperoleh nilai t hitung variabel proses (4,572) lebih kecil dari t tabel (1,66123), dengan sig (0,000) lebih kecil dari (0,05) maka dengan demikian  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa variabel proses mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah.

### 4. Uji Asumsi Klasik

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda. Sebagai persyaratan regresi linier berganda dilakukan uji asumsi klasik untuk memastikan bahwa data 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.

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.<sup>3</sup>

Gambar 4.11 Hasil Uji Normalitas dengan Cara Uji Kolmogorov Smirnov

| Tests of Normality |                                 |     |      |              |     |      |
|--------------------|---------------------------------|-----|------|--------------|-----|------|
|                    | Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup> |     |      | Shapiro-Wilk |     |      |
|                    | Statistic                       | Df  | Sig. | Statistic    | df  | Sig. |
| x1                 | ,197                            | 100 | ,000 | ,878         | 100 | ,000 |
| x2                 | ,223                            | 100 | ,000 | ,854         | 100 | ,000 |
| x3                 | ,126                            | 100 | ,001 | ,941         | 100 | ,000 |
| x4                 | ,207                            | 100 | ,000 | ,877         | 100 | ,000 |
| x5                 | ,213                            | 100 | ,000 | ,877         | 100 | ,000 |
| Y                  | ,182                            | 100 | ,000 | ,890         | 100 | ,000 |

a. Lilliefors Significance Correction  
 Sumber: Hasil Olah Data SPSS (2017)

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan rumus Sampel Kolmogorov-Smirnov test dalam gambar di atas, diperoleh nilai sig. Dibawah tingkat alpha 0,05. Jadi, dapat disimpulkan dalam penelitian ini

<sup>3</sup>*Ibid.*, hlm.52-55.

bahwa data berdistribusi tidak normal baik dengan teknik Kolmogorov-Smirnov maupun Shapiro Wilk.

Hasil ini membuat data yang seharusnya tidak dapat digunakan untuk pengerjaan model regresi. Namun, jika data tidak berdistribusi normal, menggunakan opsi kedua yaitu menggunakan dalil limit pusat (*central limit theorem*). Dalil limit pusat menyebutkan : jika data berjumlah besar ( $n > 30$ ), maka data telah dianggap terdistribusi dengan normal. Mengingat data yang digunakan dalam pengujian yang peneliti tulis ini berjumlah 100 ( $n=100$ ), maka dalil limit pusat bisa digunakan untuk pengujian lebih lanjut asumsi regresi.<sup>4</sup>

#### b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya variabel dependen 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.

Pengujian ini menggunakan pendekatan L.R. Klien. Dengan cara membandingkan nilai koefisien determinasi individual ( $r^2$ ) dengan nilai determinasi secara serentak ( $R^2$ ). Adapun cara yang ditempuh ialah meregresikan setiap variabel independen dengan variabel independen

---

<sup>4</sup>Irwan Gani & Siti Amalia, *Alat Analisis Data Aplikasi Statistik Untuk Penelitian Bidang Ekonomi & Sosial*, (Yogyakarta: Andi, 2014), hlm. 115.

lainnya, dengan tujuan untuk mengetahui nilai koefisien  $r^2$  tersebut dibandingkan dengan nilai koefisien determinasi  $R^2$ . Kriteria pengujian tersebut :<sup>5</sup>

- 1)  $r^2 > R^2$  maka terjadi multikolinieritas
- 2)  $r^2 < R^2$  maka tidak terjadi multikolinieritas

Gambar 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas

#### Model Summary

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | ,994 <sup>a</sup> | ,988     | ,987              | ,33497                     |

a. Predictors: (Constant), x5, x3, x2, x4

Sumber: Hasil Olah Data SPSS (2017)

#### Model Summary

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | ,952 <sup>a</sup> | ,906     | ,901              | ,82047                     |

a. Predictors: (Constant), x5, x3, x1, x2, x4

Sumber: Hasil Olah Data SPSS (2017)

Tabel 4.29 Hasil Analisis Multikolinieritas

| Variabel Dependen | Variabel Independen  | Nilai r square ( $r^2$ ) |
|-------------------|----------------------|--------------------------|
| $X_1$             | $X_2, X_3, X_4, X_5$ | 0,906                    |
| Nilai $R^2$       | 0,988                |                          |

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas dalam tabel 4.37 di atas, diperoleh nilai koefisien  $r^2$  yang diperoleh seluruhnya bernilai lebih kecil daripada nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ). Jadi, dapat disimpulkan dalam

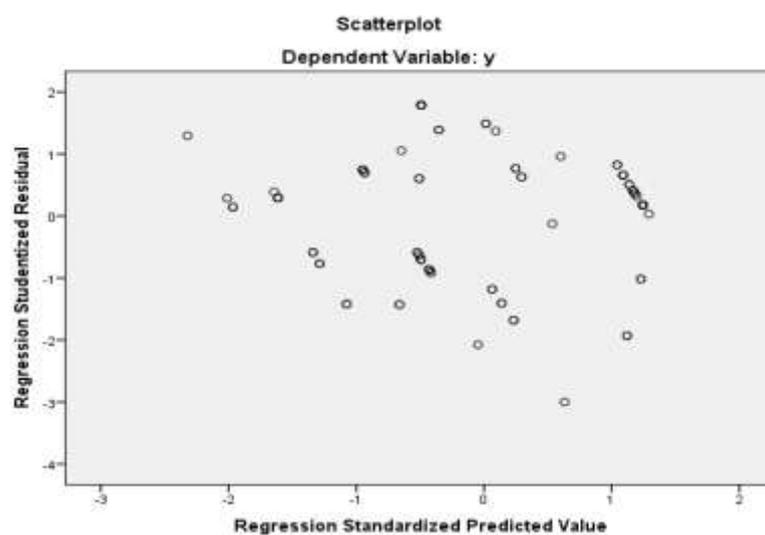
<sup>5</sup>Duwi Priyatno, *SPSS22 Pengolahan Data Terpraktis*, (Yogyakarta: Andi, 2014), hlm.

penelitian ini bahwa tidak terjadi multikolinieritas yang artinya tidak ada hubungan antar variabel bebas atau variabel independen.

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 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas (scatterplot)



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.

## 5. Analisa Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Keputusan Untuk Menjadi Nasabah di Mandiri Sekuritas Banjarmasin

Islam sebagai agama yang memiliki ajaran yang bersifat universal dan komprehensif yang tak terlepas dari bermuamalah yang meliputi,

persoalan hak atau hukum sampai kepada urusan lembaga keuangan. Lembaga keuangan ini adalah wadah untuk aktivitas konsumsi, simpanan dan investasi. Investasi adalah salah satu ajaran Islam yang memenuhi proses sebagai pengetahuan dan amal. Islam juga menganjurkan untuk melakukan investasi dunia dan akhirat. Adapun investasi akhirat yaitu investasi dengan amal sholeh untuk menghadapi hari perhitungan. Sedangkan investasi dunia yaitu investasi yang dilakukan oleh orang tua dengan memiliki kualitas generasi yang berkualitas, dan investasi yang dilakukan oleh seorang manusia dalam melakukan *saving* harta untuk berjaga-jaga dimasa yang akan datang. *Saving* harta ini yaitu berupa tabungan, investasi maupun asuransi. Sebagaimana 5 pilar dalam keuangan Islam yaitu Menghitung, Menabung, Investasi, Asuransi dan Menyalurkan. Investasi merupakan salah satu bagian penting karena tidak ada seorangpun di dunia ini yang mengetahui apa yang akan terjadi hari esok. Sebagaimana QS. Lukman/31: 34.

إِنَّ اللَّهَ عِنْدَهُ عِلْمُ السَّاعَةِ وَيُنزِلُ الْغَيْثَ وَيَعْلَمُ مَا فِي الْأَرْحَامِ وَمَا تَدْرِي نَفْسٌ مَّاذَا تَكْسِبُ غَدًا وَمَا تَدْرِي نَفْسٌ بِأَيِّ أَرْضٍ تَمُوتُ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ ﴿٣٤﴾

“Sesungguhnya Allah, hanya pada sisi-Nya sajalah pengetahuan tentang hari Kiamat; dan Dia-lah yang menurunkan hujan, dan mengetahui apa yang ada dalam rahim. dan tiada seorangpun yang dapat mengetahui (dengan pasti) apa yang akan diusahakannya besok[1187]. dan tiada seorangpun yang dapat mengetahui di bumi mana Dia akan mati. Sesungguhnya Allah Maha mengetahui lagi Maha Mengenal”.

Salah satu konsep berjaga-jaga dimasa depan ialah berinvestasi di pasar modal. Hal ini tentu pihak terkait melakukan upaya-upaya untuk memperkenalkan lembaganya, seperti Mandiri Sekuritas Banjarmasin yang melakukan salah satu upaya untuk memperkenalkan lembaganya yaitu melakukan strategi pemasaran. Strategi pemasaran ini merupakan salah satu cara yang digunakan untuk membuat suatu keputusan. Strategi pemasaran secara umum adalah suatu langkah yang merancang dan menentukan produk, harga, tempat, dan promosi. Namun dalam pemasaran jasa strategi yang digunakan tidak hanya mengandalkan 4P saja, diperlukan aspek lain yaitu orang, sarana fisik dan proses. Dalam penelitian ini aspek-aspek yang digunakan yaitu mencampurkan 4P dan 3 aspek lainnya, kemudian hanya mengambil variabelnya berdasarkan kesesuaian yang ingin peneliti teliti, yaitu: produk, harga, promosi, orang dan proses.

Adapun aktivitas pemasaran harus didasari pada etika dalam bauran pemasaran, yang dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

a. Etika dalam pemasaran konteks produk:

- 1) Produk yang halal dan thoyyib
- 2) Produk yang berguna dan dibutuhkan
- 3) Produk yang berpotensi ekonomi atau bermanfaat
- 4) Produk yang bernilai tambah yang tinggi
- 5) Dalam jumlah yang berskala ekonomi dan sosial
- 6) Produk yang dapat memuaskan masyarakat

Dari hasil penelitian yang peneliti lakukan di Mandiri Sekuritas Banjarmasin etika dalam pemasaran konteks produk sudah sesuai dengan ajaran Islam, dimana keenam etika diatas sudah ada dan diaplikasikan oleh Mandiri Sekuritas Banjarmasin. Akan tetapi, dilapangan peneliti menemukan variabel produk ini apabila diuji secara parsial mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap keputusan nasabah, hal ini disebabkan banyaknya nasabah yang mengisi kuesioner penelitian yang berinvestasi di produk yang umum (tidak syariah).

b. Etika dalam pemasaran konteks harga:

- 1) Beban biaya produksi yang wajar
- 2) Sebagai alat kompetisi yang sehat
- 3) Diukur dengan kemampuan daya beli masyarakat
- 4) Margin perusahaan yang layak
- 5) Sebagai alat daya tarik bagi konsumen

Dari penelitian yang peneliti lakukan etika dalam pemasaran konteks harga di Mandiri Sekuritas Banjarmasin telah sesuai pada teori diatas. Adapun hasil dilapangan peneliti menemukan bahwa variabel harga berpengaruh terhadap keputusan untuk menjadi nasabah di Mandiri Sekuritas Banjarmasin ketika diuji parsial. Hal ini disebabkan variabel harga (*fee*) di Mandiri Sekuritas dengan tarif yang wajar.

c. Etika dalam pemasaran konteks promosi:

- 1) Sarana memperkenalkan barang
- 2) Informasi kegunaan dan kualifikasi barang

- 3) Sarana daya tarik barang terhadap konsumen
- 4) Informasi fakta yang ditopang kejujuran

Dari penelitian yang peneliti lakukan etika dalam pemasaran konteks promosi di Mandiri Sekuritas Banjarmasin telah sesuai pada teori diatas. adapun hasil dilapangan peneliti menemukan bahwa variabel promosi berpengaruh terhadap keputusan untuk menjadi nasabah di Mandiri Sekuritas Banjarmasin tersebut.

d. Etika dalam pemasaran konteks orang:

- 1) Memiliki kepribadian spiritual
- 2) Berprilaku baik dan simpatik
- 3) Berprilaku adil dalam berbisnis
- 4) Bersikap melayani dan rendah hati
- 5) Menepati janji dan tidak curang
- 6) Jujur dan terpercaya
- 7) Tidak suka berburuk sangka
- 8) Tidak suka menjelek-jelekan
- 9) Tidak melakukan suap/sogok

Dari penelitian yang peneliti lakukan, etika dalam pemasaran konteks orang di Mandiri Sekuritas Banjarmasin telah sesuai dengan teori diatas, namun dilapangan peneliti menemukan hasil bahwa variabel orang tidak memberikan pengaruh ketika diuji parsial. Hal ini disebabkan oleh orang yang memutuskan untuk menjadi nasabah di Mandiri

Sekuritas Banjarmasin tidak tergantung orang yang menjalankan fungsi pemasarannya.

e. Etika dalam pemasaran konteks proses:

- 1) Kecepatan dan ketepatan waktu
- 2) Keamanan dan keutuhan barang

Dari hasil penelitian yang peneliti teliti etika dalam pemasaran konteks proses di Mandiri Sekuritas sesuai dengan teori diatas. Adapun hasil yang tertera di lapangan variabel proses ini memberikan pengaruh dalam membuat keputusan nasabah.