# BAB IV

# ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

## 4.1. Gambaran Umum BNI Syariah

### 4.1.1. Sejarah singkat BNI Syariah Cabang Semarang

Sistem Syariah yang terbukti dapat bertahan dalam tempaan krisis moneter 1997, meyakinkan masyarakat bahwa sistem tersebut kokoh dan mampu menjawab kebutuhan perbankan yang transparan. Berdasarkan hal itu dan mengacu pada UU No. 10 Tahun 1998, mulailah PT Bank BNI (Persero ) merintis Divisi Usaha Syariah.

BNI Syariah menjalankan operasional bank berdasarkan prinsip syariah, seperti jual beli dan bagi hasil serta memiliki beragam produk dan jasa perbankan yang mampu memenuhi berbagai kebutuhan nasabah. BNI Syariah menyadari bahwa masyarakat yang menghendaki layanan syariah tidak terbatas pada masyarakat muslim namun juga dibutuhkan oleh seluruh golongan masyarakat yang menghendaki layanan dan fasilitas perbankan yang nyaman, adil, dan modern. Untuk itulah BNI Syariah senantiasa melakukan peningkatan kualitas produk, baik produk dana maupun pembiayaan serta terus menerus melakukan penyempurnaan pada fitur-fiturnya.

BNI membuka layanan perbankan yang sesuai dengan prinsip syariah dengan konsep *dual system banking*, yakni menyediakan layanan perbankan umum dan syariah

sekaligus. Hal ini sesuai dengan UU No. 10 Tahun 1998 kemudian diperbarui dengan UU No. 21 Tahun 2008 yang memungkinkan bank - bank umum untuk membuka layanan syariah. Diawali dengan pembentukan Tim Bank Syariah di Tahun 1999, Bank Indonesia kemudian mengeluarkan ijin prinsip dan usaha untuk beroperasinya Unit Usaha Syariah BNI. Setelah itu BNI Syariah menerapkan strategi pengembangan jaringan cabang, syariah sebagai berikut:

Tepatnya pada tanggal 29 April 2000 BNI Syariah membuka 5 kantor cabang syariah sekaligus di kota-kota potensial, yakni: Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara dan Banjarmasin.

Tahun 2001 BNI Syariah kembali membuka 5 kantor cabang syariah, yang difokuskan di kota-kota besar di Indonesia, yakni: Jakarta (dua cabang), Bandung, Makasar dan Padang. Seiring dengan perkembangan bisnis dan banyaknya permintaan masyarakat untuk layanan syariah, tahun 2002 BNI Syariah membuka dua kantor cabang syariah baru di Medan dan Palembang .

Di awal tahun 2003, dengan pertimbangan *load* bisnis yang semakin meningkat sehingga untuk meningkatkan pelayanan kepada masyarakat, BNI Syariah melakukan relokasi kantor cabang syariah di Jepara ke Semarang. Sedangkan untuk melayani masyarakat Kota Jepara, BNI Syariah membuka Kantor Cabang Pembantu Syariah Jepara.

Pada bulan Agustus dan September 2004, BNI Syariah membuka layanan BNI Syariah Prima di Jakarta dan Surabaya. Layanan ini diperuntukan untuk individu yang membutuhkan layanan perbankan yang lebih personal dalam suasana yang nyaman.

Selanjutnya UUS BNI terus berkembang menjadi 28 Kantor Cabang dan 31 Kantor Cabang Pembantu. Disamping itu nasabah juga dapat menikmati layanan syariah di Kantor Cabang BNI Konvensional (*office channelling*) dengan lebih kurang 1500 outlet yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Di dalam pelaksanaan operasional perbankan, BNI Syariah tetap memperhatikan kepatuhan terhadap aspek syariah. Dengan Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang saat ini diketuai oleh KH.Ma'ruf Amin, semua produk BNI Syariah telah melalui pengujian dari DPS sehingga telah memenuhi aturan syariah.

Berdasarkan Keputusan Gubernur Bank Indonesia Nomor 12/41/KEP.GBI/2010 tanggal 21 Mei 2010 mengenai pemberian izin usaha kepada PT Bank BNI Syariah. Dan di dalam *Corporate Plan* UUS BNI tahun 2000 ditetapkan bahwa status UUS bersifat temporer dan akan dilakukan *spin off* tahun 2009. Rencana tersebut terlaksana pada tanggal 19 Juni 2010 dengan beroperasinya BNI Syariah sebagai Bank Umum Syariah (BUS). Realisasi waktu *spin off* bulan Juni 2010 tidak terlepas dari faktor eksternal berupa aspek

regulasi yang kondusif yaitu dengan diterbitkannya UU No.19 tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) dan UU No.21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Disamping itu, komitmen Pemerintah terhadap pengembangan perbankan syariah semakin kuat dan kesadaran terhadap keunggulan produk perbankan syariah juga semakin meningkat. [111]

Hingga Juni 2016, BNI Syariah telah memiliki 67 kantor cabang reguler, 165 kantor cabang pembantu, 17 kantor kas, 22 Mobil Layanan Gerak (BLG), 20 *payment point*. Di samping itu, BNI Syariah senantiasa mendapatkan dukungan teknologi informasi dan penggunaan jaringan saluran distribusi yang meliputi kantor cabang BNI, 7.481 jaringan ATM BNI, 21.143 ATM LINK dan 30.794 ATM Bersama, serta fasilitas *phonebanking* 24 jam BNI Call di 021-500046 atau 68888 (via ponsel), serta SMS Banking dan BNI Internet Banking untuk kebutuhan transaksi perbankan dengan berbagai fitur.[112]

Saat ini hampir kota-kota di wilayah Indonesia mempunyai kantor cabang BNI Syariah. Salah satunya Kantor Cabang Semarang yang beralamatkan di Jl. Ahmad Yani 152, Semarang. Tlp 024 8313247, 8315027. Fax 024 8313217 dan di Universitas Sultan Agung (Unissula)

---

[111] www.bnisyariah.co.id, diakses 10 Juni 2016
[112] www.bnisyariah.tripod.com, diakses 10 Juni 2016

Semarang yang beralamatkan Jl. Raya Kaligawe Km 04 Semarang. Tlp 024 6592916 Fax 024 6592915. Alamat Kantor Pusatnya adalah BNI Syari'ah Prima Jakarta, Wisma Kyoei Price Lt.2 dan 5 Jl. Jenderal Sudirman Kav.3 Jakarta Pusat 10220 Tlp 021 5723039, 5723105, 5723106. Fax 021 5724148.

### 4.1.2. Visi Misi BNI Syariah Cabang Semarang

a. Visi

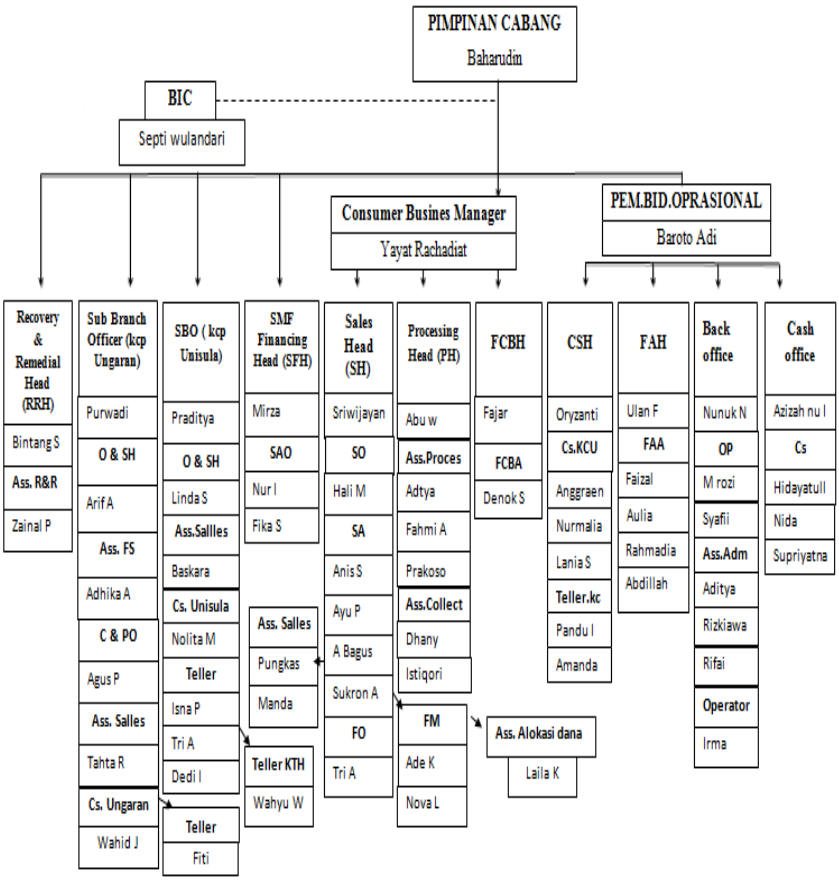
Menjadi bank syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja.

b. Misi

a) Memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli pada kelestarian lingkungan.
b) Memberikan solusi bagi masyarakat untuk kebutuhan jasa perbankan syariah.
c) Memberikan nilai investasi yang optimal bagi investor.
d) Menciptakan wahana terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi bagi pegawai sebagai perwujudan ibadah.
e) Menjadi acuan tata kelola perusahaan yang amanah.

### 4.1.3. Struktur Organisasi BNI Syariah Cabang Semarang[113]

**Gambar 4.1 Struktur Organisasi Bni Syariah Cabang Semarang**




[113] Berdasarkan arsip di BNI Syariah cabang Semarang

### 4.1.4. Produk-Produk dan Nisbah Bagi Hasil BNI Syariah Cabang Semarang[114]

a. Dana

1) Tabungan iB Baitul Hasanah

Tabungan perencanaan Haji (reguler/khusus) dan Umrah dengan akad *mudharabah* atau *wadiah* yang dikelola secara syariah dengan sistem setoran bebas atau bulanan sebagai sarana pembayaran BPIH untuk mendapatkan kepastian porsi berangkat menunaikan ibadah Haji dalam mata uang Rupiah dan USD

2) Tabungan iB Prima Hasanah

Tabungan dengan akad *mudharabah* yang memberikan berbagai fasilitas serta kemudahan bagi nasabah segmen *high networth individuals* secara perorangan dalam mata uang rupiah dan bagi hasil yang lebih kompetitif. Nisbah bagi hasil dari tabungan iB Prima Hasanah adalah nasabah 30% sedangkan pihak bank 70%.

3) Tabungan Anak

Tabungan iB Tunas Hasanah adalah tabungan dengan akad *wadiah* yang diperuntukkan bagi anak-anak dan pelajar yang berusia di bawah 17 tahun.

---

[114] Berdasarkan brosur di BNI Syariah cabang Semarang

4) Tabungan Bisnis

Tabungan iB Bisnis Hasanah adalah tabungan dengan akad *mudharabah* yang dilengkapi dengan detil mutasi debet dan kredit pada buku tabungan dan bagi hasil yang lebih kompetitif dalam mata uang rupiah. Nisbah bagi hasil tabungan iB Bisnis Hasanah adalah 27% untuk nasabah dan 73% untuk pihak bank.

5) Tabungan IB Hasanah

Tabungan iB Hasanah Tabungan dengan akad *mudharabah* atau simpanan berdasarkan akad *wadiah* yang memberikan berbagai fasilitas serta kemudahan dalam mata uang Rupiah. Nisbah bagi hasil tabungan iB Hasanah adalah 22% untuk nasabah dan 78% untuk pihak bank.

6) Tabungan Perencanaan

Tabungan iB Tapenas Hasanah adalah tabungan berjangka dengan akad *mudharabah* untuk perencanaan masa depan yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan sistem setoran bulanan yang bermanfaat untuk membantu menyiapkan rencana masa depan seperti rencana liburan, ibadah umrah, pendidikan ataupun rencana masa depan lainnya. Nisbah bagi hasil dari tabungan iBTapenas Hasanah adalah nasabah 45% sedangkan pihak bank 55%.

7) Tabungan THI iB Hasanah

Tabungan untuk perencanaan Haji yang dikelola secara Syariah dengan akad *mudharabah muthlaqah* dengan sistem setoran bebas atau bulanan, bermanfaat sebagai sarana pembayaran Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPIH). Nisbah bagi hasil dari tabungan THI iBHasanah adalah nasabah 10% sedangkan pihak bank 90%.

8) Giro iB Hasanah

Giro iB Hasanah ialah titipan dana dari pihak ketiga yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan akad *Wadiah* yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan Cek, Bilyet Giro, sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan pemindahbukuan. Bonus dari Giro iB Hasanah adalah kurs dari valuta asing itu sendiri.

9) Deposito iB Hasanah

Deposito iB Hasanah yaitu investasi berjangka yang dikelola berdasarkan prinsip syariah yang ditujukan bagi nasabah perorangan dan perusahaan, dengan menggunakan akad *mudharabah*. Terdapat pilihan jangka waktu dan nisbah bagi hasilnya, yaitu:

**Tabel 4.1**

**Jangka waktu dan nisbah bagi hasil Deosito iB Hasanah.**

| Deposito iB Hasanah | Nasabah | Bank |
|---|---|---|
| 1 bulan | 45% | 55% |
| 3 bulan | 55% | 45% |
| 6 bulan | 55% | 45% |
| 12 bulan | 55% | 45% |

*Sumber: Data BNI Syariah Semarang 2016*

b. Pembiayaan

a) Tunas Usaha iB Hasanah

Fasilitas pembiayaan produktif berdasarkan akad *murabahah* yang diberikan untuk usaha produktif yang *feasible* namun belum *bankable* guna memenuhi kebutuhan modal usaha atau investasi usaha.

b) Wirausaha iB Hasanah

Fasilitas pembiayaan produktif berlandaskan akad *murabahah, musyarakah,* atau *mudharabah* untuk pertumbuhan usaha produktif yang *feasible* guna memenuhi kebutuhan modal usaha atau investasi usaha.

c) Usaha Kecil iB Hasanah

Fasilitas pembiayaan produktif berlandaskan akad *murabahah, musyarakah* atau *mudharabah* yang diberikan untuk pengembangan usaha produktif yang *feasible* guna memenuhi kebutuhan modal usaha atau investasi usaha.

### 4.1.5. Bentuk-Bentuk Promosi BNI Syariah Cabang Semarang

Dalam kegiatan promosi BNI Syariah menggunakan dua manajemen promosi yaitu:

*a. Pull System*

*Pull system* adalah aktivitas promosi produsen kepada konsumen dengan menggunakan iklan (*advertising),* papan bank, bus panel dan *consumer promotion* dengan tujuan agar mereka mengenal lewat perantara akan tetapi dalam hal ini informasi didapat secara langsung di perusahaan pemasang iklan.

Adapun promosi yang dilakukan oleh BNI Syariah adalah:

1) *Advertising* / Iklan

BNI Syariah melakukan kegiatan periklanan dengan membuka iklan dimedia elektronik seperti televisi, radio dan media cetak seperti brosur dan pamflet dengan tujuan saat iklan tersebut

dikeluarkan masyarakat dapat mengetahui dan menerima kesan dengan baik informasi yang diberikan oleh BNI Syariah dengan tetap mengutamakan aspek kesyariahan iklan tersebut.

2) Papan nama perusahaan.

Pada kegiatan promosi ini BNI Syariah cabang Semarang memakai papan nama perusahaan untuk mempromosikan produknya yang dipasang dihalaman depan kantor BNI Syariah.

*b. Push System*

*Push System* merupakan aktivitas promosi produsen kepada konsumen melalui perantara. BNI Syariah dengan sistem ini berhasil dilakukan dengan fatwa Ulama'. Tujuan metode ini adalah agar staf perbankan melihat dan mengetahui kehalalan produk yang ada di BNI Syariah.

Pemasaran modern membutuhkan lebih daripada hanya mengembangkan produk yang baik, memberi fasilitas yang menarik dan mencapai sasaran pelanggan. Perusahaan juga harus berkomunikasi dengan pelanggan yang ada sekarang dan pelanggan potensial. Tiap perusahaan tidak dapat menghindari peranan sebagai komunikator dan promotor.

## 4.2. Karateristik Responden

Sebelum dilakukan analisis, terlebih dahulu penulis akan menjelaskan mengenai data-data responden yang digunakan sebagai sampel yang diambil dari nasabah BNI Syariah Semarang berikut ini:

a. Jenis Kelamin Responden

Adapun data mengenai jenis kelamin responden nasabah BNI Syariah Semarang sebagai berikut:

**Tabel 4.2**

**Jenis Kelamin Responden**

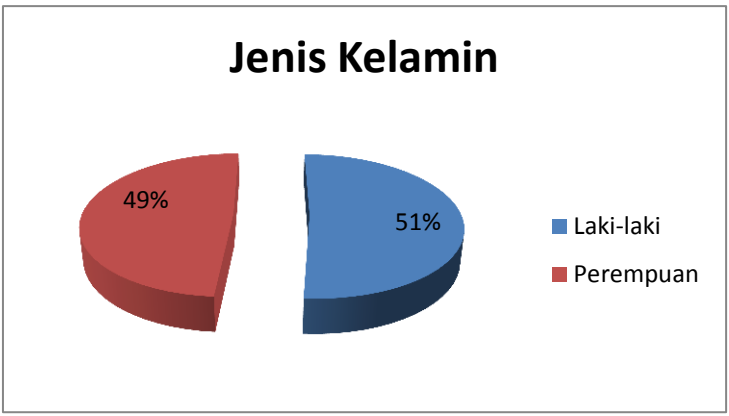
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---|---|---|---|---|---|
| Valid | Laki-laki | 45 | 51.1 | 51.1 | 51.1 |
| | Perempuan | 43 | 48.9 | 48.9 | 100.0 |
| | Total | 88 | 100.0 | 100.0 | |

*Sumber: Data primer yang diolah, 2016*

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.2 di atas, dapat diketahui jenis kelamin responden nasabah BNI Syariah Semarang yang diambil sebagai sampel menunjukkan bahwa responden lebih banyak adalah laki-laki, yaitu sebanyak 45 orang atau 51,1% sedangkan perempuan sebanyak 43 atau 48,9%.

Untuk lebih jelasnya berikut gambar grafik *piechart* jenis kelamin responden yang dapat peneliti peroleh:

**Gambar 4.2**




*Sumber: Data primer yang diolah, 2016*

b. Usia Responden

Adapun data mengenai usia responden nasabah BNI Syariah Semarang sebagai berikut:

**Tabel 4.3**

**Usia Responden**

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---|---|---|---|---|---|
| Valid | < 20 tahun | 8 | 9.1 | 9.1 | 9.1 |
| | > 50 tahun | 2 | 2.3 | 2.3 | 11.4 |
| | 21-30 tahun | 43 | 48.9 | 48.9 | 60.2 |

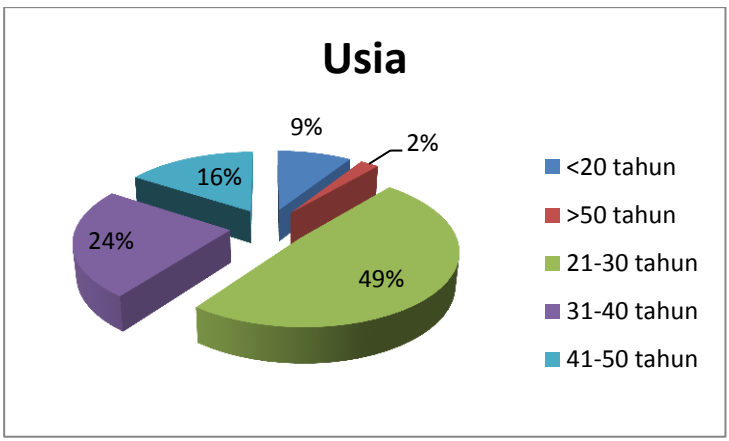
| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 31-40 tahun | 21 | 23.9 | 23.9 | 84.1 |
| 41-50 tahun | 14 | 15.9 | 15.9 | 100.0 |
| Total | 88 | 100.0 | 100.0 | |

*Sumber: Data primer yang diolah, 2016*

Berdasarkan tabel 4.3 menjelaskan bahwa responden BNI Syariah Semarang yang digunakan sebagai sampel sebagian besar usia 21-30 tahun dengan jumlah 43 responden atau 48,9%, sedangkan usia <20 tahun adalah 8 responden atau 9,1%, usia 31-40 tahun adalah 21 responden atau 23,9%, usia 41-50 tahun adalah 14 responden atau 15,9% dan usia >50 tahun dengan jumlah 2 responden atau 2,3%.

Untuk lebih jelasnya berikut gambar grafik *piechart* usia responden yang dapat peneliti peroleh:

**Gambar 4.3**




*Sumber: Data primer yang diolah, 2016*

c. Pendidikan Terakhir Responden

Adapun data mengenai pendidikan terakhir responden nasabah BNI Syariah Semarang sebagai berikut:

**Tabel 4.4**

**Pendidikan Terakhir Responden**

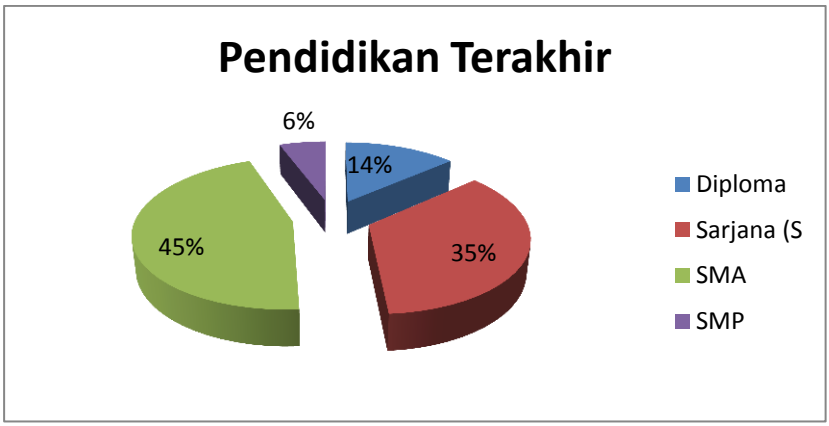
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---|---|---|---|---|---|
| Valid | Diploma | 12 | 13.6 | 13.6 | 13.6 |
| | Sarjana (S1/S2/S3) | 31 | 35.2 | 35.2 | 48.9 |
| | SMA | 40 | 45.5 | 45.5 | 94.3 |
| | SMP | 5 | 5.7 | 5.7 | 100.0 |
| | Total | 88 | 100.0 | 100.0 | |

*Sumber: Data primer yang diolah, 2016*

Dari tabel 4.4 dapat diketahui bahwa pendidikan terakhir responden BNI Syariah Semarang yang dijadikan sampel adalah beragam, paling banyak adalah SMA dengan jumlah 40 responden atau 45,5%, sedangkan SMP adalah 5 responden atau 5,7%, Sarjana (S1/S2/S3) dengan jumlah responden 31 atau 35,2% dan Diploma dengan jumlah 12 responden atau 13,6%.

Untuk lebih jelasnya berikut gambar grafik *piechart* pendidikan terakhir responden yang dapat peneliti peroleh:

**Gambar 4.4**




*Sumber: Data primer yang diolah, 2016*

d. Pekerjaan Responden

Adapun data mengenai pekerjaan responden nasabah BNI Syariah Semarang sebagai berikut:

**Tabel 4.5**

**Pekerjaan Responden**

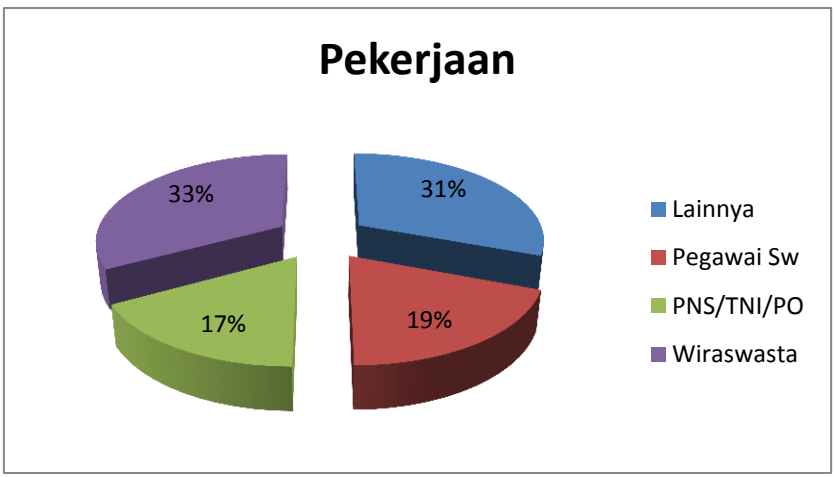
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---|---|---|---|---|---|
| Valid | Lainnya | 27 | 30.7 | 30.7 | 30.7 |
| | Pegawai Swasta | 17 | 19.3 | 19.3 | 50.0 |
| | PNS/TNI/POLRI | 15 | 17.0 | 17.0 | 67.0 |
| | Wiraswasta | 29 | 33.0 | 33.0 | 100.0 |
| | Total | 88 | 100.0 | 100.0 | |

*Sumber: Data primer yang diolah, 2016*

Dari tabel 4.5 dapat diketahui bahwa pekerjaan responden BNI Syariah Semarang yang dijadikan sampel paling banyak adalah wiraswasta dengan jumlah 29 responden atau 33%, sedangkan pegawai swasta adalah 17 responden atau 19,3%, PNS/TNI/POLRI dengan jumlah responden 15 atau 17% dan lainnya adalah 27 responden atau 30,7%.

Untuk lebih jelasnya berikut gambar grafik *piechart* pekerjaan responden yang dapat peneliti peroleh:

**Gambar 4.5**




*Sumber: Data primer yang diolah, 2016*

## 4.3. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen, peneliti menggunakan analisis menggunakan SPSS, berikut hasil pengujian validitas dan reliablitias:

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Uji signifikasi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df) = n-2, dalam hal ini n adalah jumlah sample. Pada penelitian ini jumlah sample (n) = 88 dan besarnya df dapat dihitung 88-2 =86 dengan df=86 dan α =0,05 maka didapat r tabel adalah 0,2096 (dilihat dari r table pada df=86 dengan uji dua sisi), jika r hitung (untuk tiap-tiap butir pertanyaan dapat dilihat pada kolom *corrected* item pertanyaan *total correlation*) lebih besar dari r tabel maka butir pertanyaan dikatakan valid. Hasil analisis dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.6**

**Hasil Uji Validitas Instrumen**

| Variabel | Item pertanyaan | Corrected Item-Total Correlation | r table | Ket |
|---|---|---|---|---|
| Advertising Syariah (X1) | Advertising Syariah1 | 0,541 | 0,2096 | Valid |
| | Advertising Syariah2 | 0,537 | 0,2096 | Valid |
| | Advertising Syariah3 | 0,442 | 0,2096 | Valid |
| | Advertising Syariah4 | 0,397 | 0,2096 | Valid |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | Advertising Syariah5 | 0,529 | 0,2096 | Valid |
| | Advertising Syariah6 | 0,361 | 0,2096 | Valid |
| | Advertising Syariah7 | 0,314 | 0,2096 | Valid |
| | Advertising Syariah8 | 0,485 | 0,2096 | Valid |
| | Advertising Syariah9 | 0,607 | 0,2096 | Valid |
| | Advertising Syariah10 | 0,646 | 0,2096 | Valid |
| Nisbah Bagi Hasil (X2) | Nisbah Bagi Hasil1 | 1,000 | 0,2096 | Valid |
| Keputusan Nasabah (Y) | Keputusan Nasabah1 | 0,527 | 0,2096 | Valid |
| | Keputusan Nasabah2 | 0,498 | 0,2096 | Valid |
| | Keputusan Nasabah3 | 0,478 | 0,2096 | Valid |
| | Keputusan Nasabah4 | 0,536 | 0,2096 | Valid |
| | Keputusan Nasabah5 | 0,435 | 0,2096 | Valid |
| | Keputusan Nasabah6 | 0,621 | 0,2096 | Valid |
| | Keputusan Nasabah7 | 0,376 | 0,2096 | Valid |
| | Keputusan Nasabah8 | 0,448 | 0,2096 | Valid |
| | Keputusan Nasabah9 | 0,470 | 0,2096 | Valid |

*Sumber: Data primer yang diolah, 2016*

Dari data-data tabel di atas menunjukkan setiap pertanyaan memiliki r hitung yang berbeda, setiap pertanyaan

yang memiliki r hitung > r tabel (0,2096) dan bernilai positif maka dikatakan valid.

**Tabel 4.7**

**Hasil Uji Reliabilitas Instrumen**

| Variabel | Reliabilitas Coefficient | Cronbach Alpha | Ket |
|---|---|---|---|
| Advertising Syariah (X1) | 10 | 0,640 | Reliabel |
| Nisbah Bagi Hasil (X2) | 1 | - | Tidak Reliabel |
| Keputusan Nasabah (Y) | 9 | 0,593 | Reliabel |

*Sumber: Data primer yang diolah, 2016*

Dari data tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel *advertising* syariah dan keputusan nasabah memiliki nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,2096 (α > 0,2096), sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X1 dan Y adalah reliabel. Sedangkan untuk variabel nisbah bagi hasil atau X2 tidak dapat diperoleh nilai *Cronbach Alpha* karena pada variabel tersebut hanya terdiri dari satu konstruk atau satu pertanyaan saja, sehingga tidak bisa untuk dilakukan uji reliabilitas. Maka disimpulkan untuk variabel X2 adalah tidak reliabel .

## 4.4.Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan hasil pengujian segala penyimpangan klasik terhadap data penelitian dapat dijelaskan sebagai berikut:

### 4.4.1. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen.

**Tabel 4.8**

**Uji Multikolonieritas**

**Coefficients[a]**

| Model | | Collinearity Statistics | |
|---|---|---|---|
| | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | | |
| | Advertising Syariah | .999 | 1.001 |
| | Nisbah Bagi Hasil | .999 | 1.001 |

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

*Sumber: Data primer yang diolah, 2016*

Dari tabel di atas diketahui *Variance Infation Factor* (VIF) ukuran *advertising* syariah sebesar 1,001 dengan nilai *tolerance* sebesar 0,999. Dan pada variabel nisbah bagi hasil mempunyai nilai VIF sama dengan variabel sebelumnya yaitu 1,001 dengan nilai *tolerance* yang

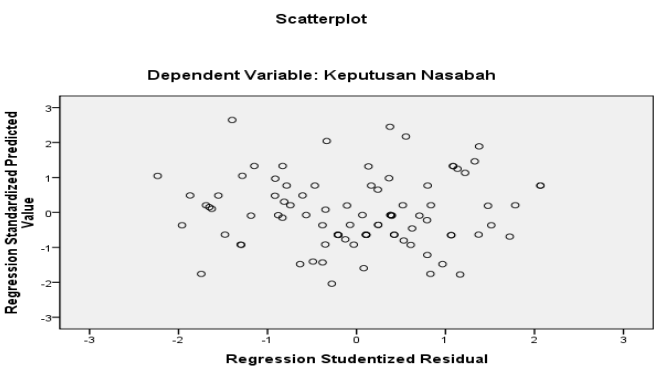
sama juga dengan sebelumnya yaitu 0,999. Dengan nilai VIF kedua variabel tersebut lebih kecil dari 10 dan nilai *tolerance* kurang dari 1, maka bisa diduga bahwa tidak ada multikolonieritas antar variabel independen dalam model regresi.

### 4.4.2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain, jika *variance* dari residual satu pengamat ke pengamat yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas..

**Gambar 4.6**

**Uji Penyimpangan Heteroskedastisitas**




*Sumber: Data primer yang diolah, 2016*

Berdasarkan grafik *scatterplot* di atas dapat dilihat bahwa terdapat pola yang jelas dan serta titik-titik yang menyebar secara acak *(random)* baik di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi keputusan nasabah berdasarkan masukan variabel independen *advertising* syariah dan nisbah bagi hasil.

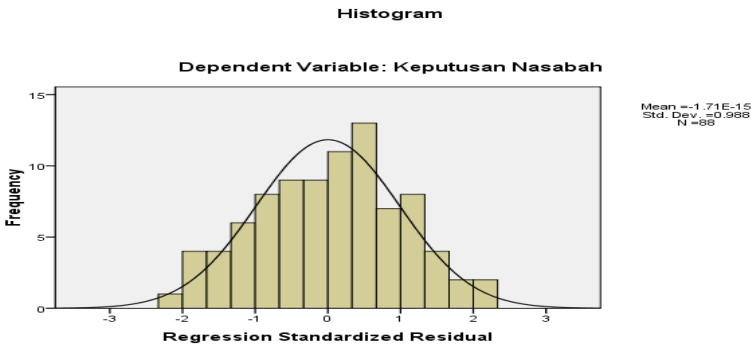
**4.4.3. Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Cara yang bisa ditempuh untuk menguji kenormalan data adalah dengan menggunakan Grafik Norma P-P Plot dengan cara melihat penyebaran datanya. Jika data grafik tersebut penyebaran datanya mengikuti pola garis lurus, maka datanya normal. Jika pada tabel *test of normality* dengan menggunakan Kolmogorov-Smirnov nilai sig > 0,05 maka data berdistribusi normal.

Adapun uji normalitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

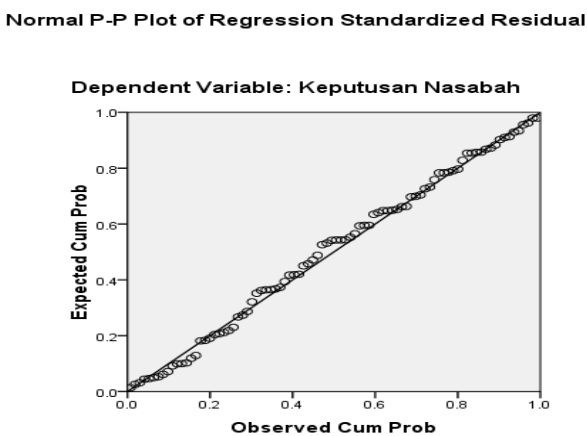
**Gambar 4.7**

**Grafik Histogram**




*Sumber: Data primer yang diolah, 2016*

**Gambar 4.8**




*Sumber: Data primer yang diolah, 2016*

**Tabel 4.9**

**Nilai Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

| | Unstandardized Residual |
|---|---|
| Kolmogorov-Smirnov Z | .567 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | .905 |

a. Test distribution is Normal.

*Sumber: Data primer yang diolah, 2016*

Berdasarkan pada grafik histogram, residual data terdistribusi secara normal dan berbentuk simetris tidak miring ke kanan dan ke kiri dan pada grafik normal P-P Plot residual penyebaran data telah mengikuti garis normal (garis lurus). Maka residual data diuji kembali menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Pada tabel 4.8, pada uji *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan bahwa residual data yang didapat tersebut mengikuti distribusi normal, berdasarkan hasil *output* menunjukkan nilai *Kolmogorov-Smirnov* signifikan pada 0,905>0,05. Dengan demikian, residual data berdistribusi normal dan model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

## 4.5. Analisis Data

### 4.5.1 Uji Hipotesis

#### 4.5.1.1 Analisis Regresi Berganda

Analisis data dan pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan menggunakan model regresi linier berganda, dimana untuk mengetahui pengaruh variabel independen yaitu *advertising* syariah dan nisbah bagi hasil terhadap variabel dependennya yaitu keputusan nasabah menabung di BNI Syariah Semarang, hasil dari pengolahan data adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.10**

**Hasil Regresi Berganda**

**Coefficients[a]**

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | .136 | .045 | | 3.035 | .003 |
| | Advertising Syariah | .694 | .119 | .534 | 5.835 | .000 |
| | Nisbah Bagi Hasil | -5.767E-8 | .000 | -.061 | -.667 | .507 |

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

*Sumber: Data primer yang diolah, 2016*

Berdasarkan hasil pengolahan data di atas, dapat diketahui bahwa koefsien regresi variabel *advertising* syariah adalah sebesar 0,694. Tanda koefisien yang positif (+) menunjukkan bahwa pengaruh variabel *advertising* syariah terhadap variabel keputusan nasabah adalah positif atau berbanding lurus, artinya semakin tinggi variabel *advertising* syariah maka semakin tinggi keputusan nasabah menabung di BNI Syariah Semarang. Adapun tingkat signifikansi variabel *advertising* syariah adalah sebesar 0,00 atau di bawah 0,05 dengan tingkat kepercayaan 95%. Karena tingkat signifikansi variabel *advertising* syariah lebih kecil dari 0,05, maka dapat dinyatakan bahwa variabel *advertising* syariah dapat dijadikan sebagai prediktor variabel keputusan nasabah menabung.

Adapun koefisien regresi variabel nisbah bagi hasil adalah sebesar -5,767. Tanda koefisien yang negatif (-) menunjukkan bahwa pengaruh variabel nisbah bagi hasil terhadap variabel keputusan nasabah adalah negatif atau berbanding terbalik, artinya semakin rendah variabel nisbah bagi hasil maka semakin tinggi keputusan nasabah menabung di BNI Syariah Semarang dan sebaliknya. Adapun tingkat signifikansi variabel nisbah bagi hasil adalah sebesar

0,507 atau di atas 0,05 dengan tingkat kepercayaan 95%. Karena tingkat signifikansi variabel nisbah bagi hasil lebih besar dari 0,05, maka dapat dinyatakan bahwa variabel nisbah bagi hasil tidak cukup dapat dijadikan sebagai prediktor variabel keputusan nasabah menabung.

Dari dua variabel independen yang dimasukkan dalam regresi tersebut untuk memprediksi keputusan nasabah menabung, dapat disimpulkan bahwa tidak semua variabel dinyatakan signifikan yaitu variabel *advertising* syariah dan nisbah bagi hasil. Hal ini dapat dilihat dari probabilitas signifikansinya yang berada di bawah 0,05 untuk variabel *advertising* syariah dan berada di atas 0,05 untuk variabel nisbah bagi hasil, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel keputusan nasabah menabung dipengaruhi variabel *advertising* syariah sedangkan variabel nisbah bagi hasil tidak mempengaruhi keputusan nasabah menabung. Dari hasil tersebut apabila ditulis persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0{,}136 + 0{,}694\ X_1 - 5{,}767\ X_2$$

Keterangan:

Y = variabel terikat ( keputusan nasabah)

$X_1$ = variabel bebas (*advertising* syariah)

$X_1$ = variabel bebas (nisbah bagi hasil)

Nilai konstanta= 0,136

**4.5.1.2 Uji t (Uji Parsial)**

Uji parsial ini memiliki tujuan untuk menguji atau mengkonfirmasi hipotesis secara individual. Uji parsial ini, dalam hasil perhitungan statisik ditunjukkan dengan t hitung. Secara terperinci hasil t hitung dijelaskan dalam tabel berikut:

**Tabel 4.11**

**Uji Parsial**

**Coefficients[a]**

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | .136 | .045 | | 3.035 | .003 |
| | Advertising Syariah | .694 | .119 | .534 | 5.835 | .000 |
| | Nisbah Bagi Hasil | -5.767E-8 | .000 | -.061 | -.667 | .507 |

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

*Sumber: Data primer yang diolah, 2016*

Uji Hipotesis

H0 : *Advertising* syariah dan nisbah bagi hasil tidak berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah menabung di BNI Syariah cabang Semarang.

H1 : *Advertising* syariah berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah menabung di BNI Syariah Cabang Semarang.

H2 : Nisbah bagi hasil berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah menabung di BNI Syariah Cabang Semarang.

Untuk mengetahui H0, H1, H2 diterima atau ditolak, maka perlu membandingkan antara t hitung dengan t tabel. Dimana jika nilai t hitung > t tabel maka hipotesa dapat diterima, dan sebaliknya.

*Advertising* syariah

Diketahui bahwa t tabel 88-2=86 dengan signifikansi 5% adalah 1,987, sedangkan untuk t hitung lebih besar yaitu 5.835 atau t hitung> t tabel (5.835 > 1,987), Hal tersebut dapat diartikan bahwa *advertising* syariah berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah menabung, saat *advertising* syariah naik maka keputusan nasabah menabung di BNI Syariah juga akan naik, atau dengan kata lain **H1 diterima** dan menolak H0. Dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05, maka *advertising* syariah secara parsial juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung.

Nisbah bagi hasil

Diketahui bahwa t tabel 88-2=86 dengan signifikansi 5% adalah 1,987, sedangkan untuk t hitung adalah -0.667 yang artinya t hitung < t tabel (-0.667<1,987), Hal tersebut dapat diartikan bahwa nisbah bagi hasil tidak berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah menabung, saat nisbah bagi hasil untuk *shohibul maal* naik maka keputusan nasabah menabung di BNI Syariah menurun, tetapi tidak signifikan, atau dengan kata lain H2 ditolak dan **menerima H0**, dengan tingkat signifikansi 0,507 lebih besar dari 0,05, maka nisbah bagi hasil secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung.

### 4.5.1.3 Uji F

**Tabel 4.12**

**Uji F**

**ANOVA[b]**

| Model | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Regression | .053 | 2 | .027 | 17.161 | .000[a] |
| | Residual | .132 | 85 | .002 | | |
| | Total | .185 | 87 | | | |

a. Predictors: (Constant), Nisbah Bagi Hasil, Advertising Syariah

b. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Dari uji ANOVA atau f test didapat nilai F hitung sebesar 17.161 dengan probabilitas 0,000. Karena probabilitas jauh lebih kecil dari 0,05, maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi keputusan nasabah atau dapat dikatakan bahwa *advertising* syariah dan nisbah bagi hasil secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung.

### 4.5.1.4 Koefisien Determinasi

**Tabel 4.12**

**Model Summary[b]**

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|---|---|---|---|---|
| 1 | .536[a] | .288 | .271 | .03936 |

a. Predictors: (Constant), Nisbah Bagi Hasil, Advertising Syariah

b. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

*Sumber: Data primer yang diolah, 2016*

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa diperoleh angka $R^2$ (R *Square*) sebesar 0,288 atau 28,8% . hal ini menunjukkan bahwa prosentase sumbangan pengaruh variabel independen (*advertising* syariah dan nisbah bagi hasil) terhadap variabel dependen (keputusan nasabah) sebesar 28,8%. Atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model (*advertising* syariah dan nisbah bagi hasil) mampu menjelaskan sebesar 28,8% variasi variabel dependen (keputusan nasabah). Sedangkan sisanya sebesar 71,2% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

## 4.6. Pembahasan

Pengaruh masing-masing variabel independen (*advertising* syariah dan nisbah bagi hasil) terhadap variabl dependen (keputusan nasabah menabung) dapat dijelaskan sebagai berikut:

### 4.6.1 Sejauhmana pengaruh *advertising* syariah terhadap keputusan nasabah menabung di BNI Syariah cabang Semarang

Dari hasil perhitungan koefisien regresi sebesar 0,694. Tanda koefisien yang positif (+) menunjukkan bahwa pengaruh variabel *advertising* syariah terhadap variabel keputusan nasabah adalah positif atau berbanding lurus. Kondisi ini menjelaskan semakin tinggi variabel *advertising* syariah maka semakin tinggi keputusan nasabah menabung di BNI Syariah Semarang. Adapun tingkat signifikansi variabel *advertising* syariah adalah sebesar 0,00 atau di bawah 0,05 dengan tingkat kepercayaan 95%. Karena tingkat signifikansi variabel *advertising* syariah lebih kecil dari 0,05, maka dapat dinyatakan bahwa variabel *advertising* syariah dapat dijadikan sebagai prediktor variabel keputusan nasabah menabung.

Selain itu dari hasil uji statistik t, terlihat bahwa t tabel 88-2=86 dengan signifikansi 5% adalah 1,987 , sedangkan untuk t hitung adalah 5.835 yang artinya t hitung (5,835) lebih besar dari t tabel (1,987) yaitu

*advertising* syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung, atau dengan kata lain H1 **diterima** dan menolak H0.

Hal ini sesuai dengan penelitian pada BRI Syariah Cabang Semarang oleh Siti Mahmudah tahun 2011 yang menunjukkan hasil bahwa Iklan Islami berpengaruh secara positif terhadap keputusan nasabah menabung di BRI Syariah Semarang. Dibuktikan dengan t hitung sebesar 6,452 lebih besar dari t tabel 1,984. Dengan model regresinya dapat digunakan untuk memprediksi keputusan nasabah menabung atau dapat dikatakan bahwa Iklan Islami secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan nasabah menabung.

*Advertising* dengan prinsip syariah yang dilakukan oleh BNI Syariah dalam mempromosikan produk, inovasi dan tawaran-tawaran diskon lainnya sangat menarik nasabah atau masyarakat untuk menabung di BNI Syariah, contohnya BNI Syariah bekerja sama dengan beberapa perusahaan lain seperti perusahaan busana muslimah, perusahaan makanan, hotel, wahana bermain, paket liburan dan masih banyak lagin dengan memberikan potongan harga dan memberikan kemudahan bertransaksi bagi pemilik tabungan di BNI Syariah ternyata efektif untuk meningkatkan jumlah nasabah menabung.

### 4.6.2 Sejauhmana pengaruh nisbah bagi hasil terhadap keputusan nasabah menabung di BNI Syariah cabang Semarang

Dari hasil perhitungan koefisien regresi variabel nisbah bagi hasil adalah sebesar -5,767. Tanda koefisien yang negatif (-) menunjukkan bahwa pengaruh variabel nisbah bagi hasil terhadap variabel keputusan nasabah adalah negatif atau berbanding terbalik. Kondisi ini menjelaskan semakin rendah nisbah bagi hasil untuk BNI Syariah maka semakin tinggi keputusan nasabah menabung di BNI Syariah Semarang dan sebaliknya. Adapun tingkat signifikansi variabel nisbah bagi hasil adalah sebesar 0,507 atau di atas 0,05 dengan tingkat kepercayaan 95%. Karena tingkat signifikansi variabel nisbah bagi hasil lebih besar dari 0,05, maka dapat dinyatakan bahwa variabel nisbah bagi hasil tidak cukup dapat dijadikan sebagai prediktor variabel keputusan nasabah menabung.

Selain itu dari hasil uji statistik t menunjukkan bahwa t tabel 88-2=86 dengan signifikansi 5% adalah 1,987, sedangkan untuk t hitung adalah -0.667 yang artinya t hitung (-0.667) lebih kecil dari t tabel (1,987) yaitu nisbah bagi hasil tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung, atau dengan kata lain H2 ditolak dan **menerima H0.**

Hasil ini bertentangan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan pada Koperasi BMT Ki Ageng Pandanaran Semarang oleh Khoirotul Makrifah tahun 2014 yang menunjukkan hasil bahwa sistem bagi hasil berpengaruh positif terhadap keputusan anggotan untuk menabung di Koperasi BMT Ki Ageng Pandanaran Semarang dibuktikan dengan nilai t hitung pada variabel bagi hasil sebesar 5,165 sedangkan signifikansinya 0,000 ( lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05) dengan model regresinya dapat digunakan untuk memprediksi keputusan menabung atau dapat dikatakan bahwa sistem bagi hasil secara simultan berpengaruh signitifikan terhadap variabel keputusan menabung.

Prinsip bagi hasil *(profit sharing)* merupakan karakteristik umum dan landasan dasar bagi operasional bank syariah secara keseluruhan. Besaran nisbah bagi hasil yang disepakati di awal transaksi. Sedangkan besarnya nominal nisbah bagi hasil yang diterima tentunya menyesuaikan dengan besarnya nominal tabungan yang dimiliki nasabah. Konsekuensi dari konsep ini adalah, jika tabungan dengan saldo yang besar maka nisbah bagi hasil yang diberikan oleh BNI Syariah juga besar sesuai proporsi pembagian nisbah bagi hasil diawal perjanjian, namun tidak semua nasabah yang menabung mempunyai jumlah

saldo tabungan yang besar artinya nisbah bagi hasil yang diberikanpun juga kecil atau bahkan nol.

Karena setiap nasabah memiliki tujuan berbeda dalam pembuatan tabungan, ada yang sekedar membuat untuk cadangan jika sewaktu-waktu membutuhkan tabungan BNI Syariah dalam aktifitas transaksi tertentu. Ada yang membuat hanya sekedar memenuhi kewajiban yang diharuskan oleh organisasi tertentu atau lembaga tertentu yang dia ikuti. Jadi nisbah bagi hasil bagi mereka tidak terlalu penting karena nominal yang mereka terima tidak terlalu besar dan itu salah satu alasan kenapa nisbah bagi hasil tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung.

Selain itu, ketidaktahuan dan ketidakingintahuan nasabah mengenai nisbah bagi hasil juga mempengaruhi keputusan nasabah untuk menabung, karenanya perlu sosialisasi dan mempromosikan manfaat nisbah bagi hasil bagi penabung agar nasabah dapat meningkatkan keputusannya untuk menabung di BNI Syariah.