

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum BPRS Mitra Harmoni Semarang

4.1.1. Sejarah BPRS Mitra Harmoni Semarang

Perkembangan dunia perbankan relatif dinamis mengikuti perkembangan pasar dan regulasinya telah mendorong perkembangan bank-bank yang beroperasi dengan sistem konvensional dan juga Bank-bank Syariah.

Perkembangan Bank-bank syariah begitu pesat, seiring dengan minat masyarakat yang tinggi terhadap lembaga perbankan yang beroperasi dengan sistem hukum Islam ini. Sistem Syariah juga terbukti dapat bertahan dalam tempaan krisis moneter 1997, hal ini dapat meyakinkan masyarakat bahwa sistem tersebut kokoh dan mampu menjawab kebutuhan perbankan yang transparan.

Oleh karena itu pendiri dan pemilik BPRS Mitra Harmoni yang sebelumnya telah berkiprah di dunia Perbankan khususnya BPR semenjak tahun 1990 dengan mendirikan BPR konvensional yaitu BPR Nusamba group mulai merintis divisi cabang syariah.

Cabang syariah dari BPRS MITRA HARMONI sebelumnya sudah ada di beberapa kota yakni Yogyakarta, Bandung, dan Malang. Tetapi sekarang BPRS Mitra Harmoni sudah lahir dikota Semarang.

Kementrian Hukum dan HAM menetapkan akta pendirian No.20 dan ditandatangani pada tanggal 10 Februari 2009. Dengan pemegang saham terbesar adalah PT.Sentra Modal Harmoni. BPRS Mitra Harmoni Semarang resmi beroperasi pada tanggal 07 Juni 2010.⁷²

Maksud dan tujuan pendirian BPRS Mitra Harmoni ini sebagai upaya turut serta menggerakkan perekonomian diwilayah Semarang dan sekitarnya khususnya bagi usaha mikro kecil dan menengah melalui pelayanan perbankan dengan sistem syariat islam, sehingga masyarakat tidak lagi terjebak dalam jerat para rentenir yang selalu memberikan pinjaman dengan bunga tinggi.

4.1.2. Visi dan Misi BPRS Mitra Harmoni Semarang

a. Visi:

Menjadi perusahaan jasa keuangan perbankan syariah yang sehat, kuat, besar dan amanah sesuai dengan prinsip syariah.

b. Misi:

1. Memberdayakan usaha mikro kecil dan menengah sebagai wujud partisipasi dalam membangun ekonomi umat dengan mengedepankan prinsip keadilan, keterbukaan dan universal.
2. Memberikan layanan jasa keuangan perbankan dengan sepenuh hati.

⁷² Hasil wawancara dengan Astrina Supriyanti tanggal 17 Januari 2013

3. Meningkatkan keunggulan kompetitif melalui inovasi dan kreatifitas yang berkelanjutan sejalan dengan kebutuhan umat.
4. Mengembangkan Sumber Daya Insani yang berkualitas dan profesional.⁷³

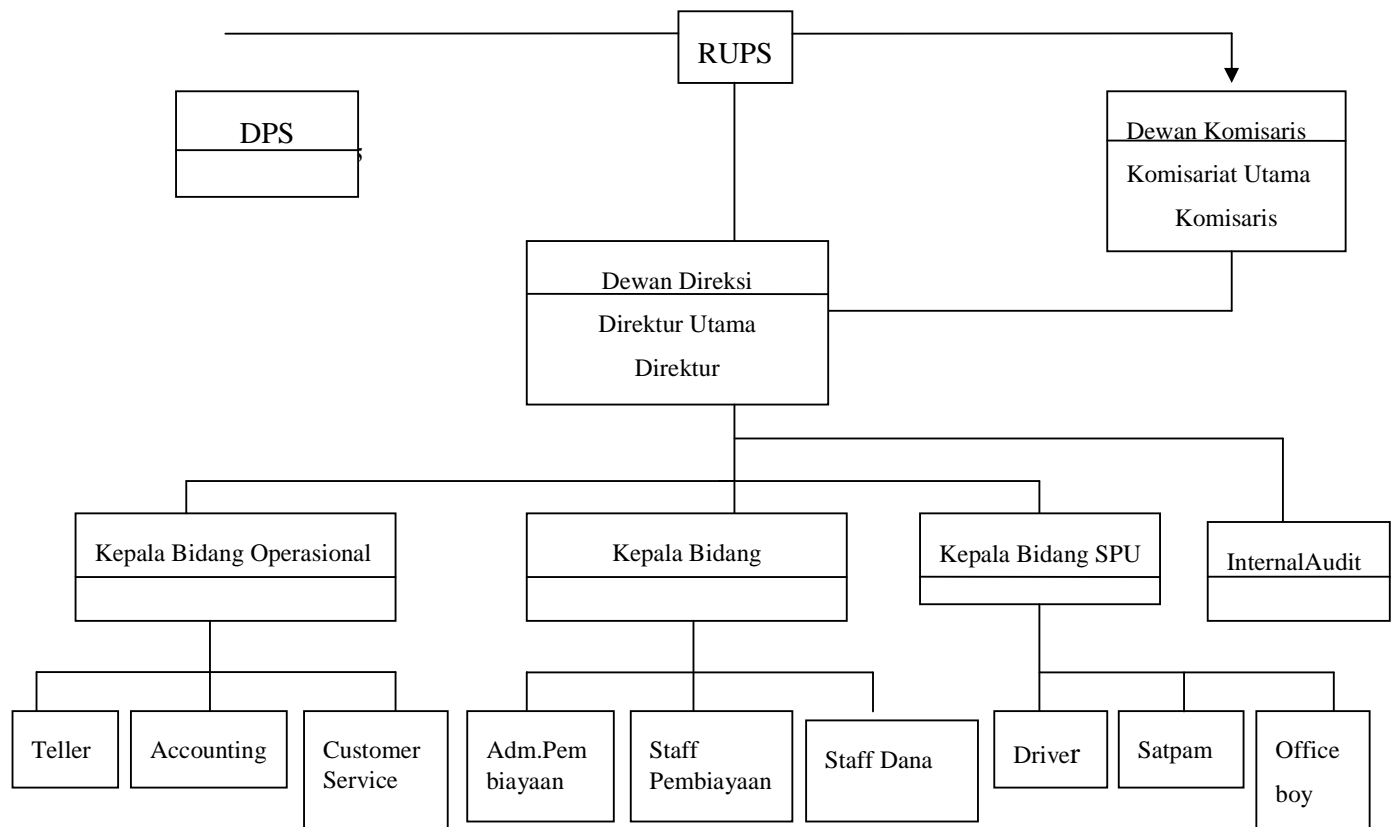
4.1.3. Struktur Organisasi BPRS Mitra Harmoni Semarang⁷⁴

Struktur Organisasi pada BPRS Mitra Harmoni Semarang

Per Desember 2010

Gambar 4.1

Struktur Organisasi BPRS Mitra Harmoni Semarang



⁷³Data dokumentasi yang diperoleh dari BPRS Mitra Harmoni Semarang

⁷⁴ibid

4.1.4. Produk dan Jasa BPRS Mitra Harmoni Semarang

Produk-produk di BPRS Mitra Harmoni Semarang secara garis besar dapat dibedakan menjadi dua, yaitu penghimpun dana dan penyalur dana.

1) Penghimpun Dana

(a) Tabungan iB Harmoni Syariah

Tabungan iB Harmoni Syariah merupakan simpanan dana mitra dengan prinsip *wadi'ah* yang dapat dicairkan sewaktu-waktu sesuai dengan kebutuhan mitra.

Keunggulan dari tabungan iB Harmoni Syariah antara lain:

- Simpanan dana nasabah perorangan/ kelompok/perusahaan dengan prinsip *wadi'ah* yang dapat dicairkan sewaktu-waktu
- Dana dikelola secara amanah dan syariah
- Aman, dijamin LPS
- Tidak ada biaya administrasi bulanan
- Bonus menarik

(b) Tabungan iB Qurban

Tabungan iB Qurban adalah simpanan ummat untuk tujuan pembelian hewan Qurban. Dengan membuka

rekening Tabungan iB Qurban nasabah memperoleh keuntungan sebagai berikut:

- Setoran dapat dilakukan dengan jempot bola sehingga memudahkan nasabah. Nasabah tidak perlu datang ke bank tersebut
- Tidak dikenakan biaya administrasi
- Aman, dijamin LPS
- Mendapatkan bagi hasil yang kompetitif

(c) Tabungan iB Dinar

Tabungan iB Dinar adalah simpanan dana rencana haji dan umroh dengan prinsip *mudharabah* yang bertujuan dalam merencanakan ibadah haji dan umroh. Dengan membuka rekening Tabungan iB Dinar nasabah memperoleh keuntungan sebagai berikut:

- Tidak dikenakan biaya administrasi
- Aman, dijamin LPS
- Mendapat bagi hasil yang kompetitif
- Dapat dijadikan sebagai fasilitas untuk mendapatkan dana talangan haji

(d) Deposito *iB Harmoni syariah plus*

Merupakan produk investasi dana dalam mata uang rupiah berjangka waktu tertentu yang dikelola dengan prinsip Mudharabah (bagi hasil).

Keuntungan yang diperoleh nasabah dengan membuka Deposito *iB Harmoni syariah plus* sebagai berikut:

- Jangka waktu yang fleksibel antara 1,3,6,12 bulan
- Dana aman sesuai penjaminan pemerintah (LPS)
- Mendapatkan fasilitas asuransi jiwa (nominal deposito minimal Rp 7.500.000,-)
- Mendapatkan bagi hasil yang kompetitif
- Dapat dijadikan jaminan pembiayaan

2) Penyalur Dana

Pembiayaan *Murabahah*

Fasilitas penyaluran dana dengan sistem jual beli. Bank akan membelikan barang-barang halal apa saja yang nasabah butuhkan kemudian menjualnya kepada nasabah untuk

diangsur sesuai dengan kemampuan nasabah. Produk ini dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan usaha (modal kerja dan investasi : pengadaan barang modal seperti mesin, peralatan, dan lain-lain) maupun pribadi (misalnya pembelian kendaraan bermotor, rumah, dan lain-lain). Bagi nasabah, akad *murabahah* merupakan model pembiayaan alternatif dalam pengadaan barang-barang kebutuhan. Melalui pembiayaan *murabahah* nasabah akan mendapat kemudahan mengangsur pembayaran dengan jumlah yang sesuai berdasarkan kesepakatan dengan pihak bank. Bagi bank syariah, pembiayaan *murabahah* merupakan akad penyaluran yang cepat dan mudah. Melalui *murabahah* bank syariah akan mendapat profit berupa margin dari selisih pembelian dan penjualan. Dalam transaksi *murabahah* bank membeli suatu barang dari pihak ketiga dan menjualnya kepada nasabah dengan keuntungan ditetapkan diawal dan pembayarannya dilakukan secara bertahap, dengan cara ini seorang nasabah dapat membeli barang tanpa dikenakan bunga.⁷⁶

Menurut fatwa Dewan Syariah Nasional No.04/DSN-MUI/IV/2000, untuk dapat menjalankan pembiayaan *murabahah*, ketentuan yang harus diikuti adalah sebagai berikut:

⁷⁶ Andri Soemitra, M.A, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta : Kencana, cetakan pertama, 2009, hlm.70

Bagi bank syariah:

1. bank dan nasabah harus melakukan akad *murabahah* yang bebas riba
2. barang yaang diperjualbelikan tidak diharamkan oleh syariat Islam
3. bank membiayai sebagian atau seluruh harga pembelian barang yang disepakati kualifikasinya
4. bank membeli barang yang diperlukan nasabah atas nama bank sendiri, dan pembelian ini harus sah dan bebas riba
5. bank harus menyampaikan semua hal yang berkaitan dengan pembelian. Misalnya jika pembelian dilakukan secara hutang/pembayaran tangguh.

Bagi nasabah:

1. nasabah mengajukan permohonan dan perjanjian pembelian suatu barang atau aset kepada bank
2. jika bank menerima permohonan tersebut, ia harus membeli terlebih dahulu aset yang dipesannya secara sah dengan pedagang

3. dalam jual beli ini bank diperbolehkan meminta nasabah untuk membayar uang muka saat menandatangani kesepakatan awal pemesanan
4. jika nasabah menolak membeli barang tersebut, biaya riil bank harus dibayar dari uang muka tersebut
5. jika nilai uang muka kurang dari kerugian yang harus ditanggung bank, maka bank dapat meminta kembali sisa kerugiannya kepada nasabah.

4.2. Karakteristik Responden

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

1. Jenis Kelamin Responden

Adapun data mengenai jenis kelamin responden nasabah di BPRS Mitra Harmoni Semarang sebagai berikut :

Tabel 4.2

Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	52	57.8	57.8	57.8
	Perempuan	38	42.2	42.2	100.0

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	52	57.8	57.8	57.8
	Perempuan	38	42.2	42.2	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

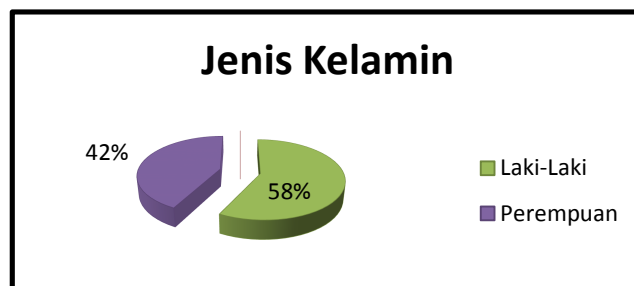
Sumber : Data diolah, 2013

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.2 di atas, dapat diketahui tentang jenis kelamin responden nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang yang diambil sebagai responden, yang menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah laki-laki, yaitu sebanyak 52 orang, sedangkan sisanya adalah responden perempuan sebanyak 38 orang. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar dari nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang yang diambil sebagai responden adalah laki-laki.

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

Gambar 4.2

Jenis Kelamin Responden



Sumber : Data diolah, 2013

2. Usia Responden

Adapun data mengenai usia responden nasabah di BPRS Mitra Harmoni Semarang sebagai berikut :

Tabel 4.3

Usia Responden

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-29 tahun	27	30.0	30.0	30.0
	30-40 tahun	36	40.0	40.0	70.0
	> 40 tahun	27	30.0	30.0	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

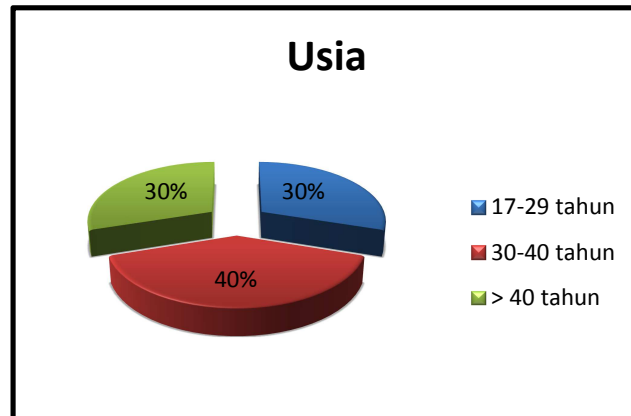
Sumber : Data diolah, 2013

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.3 ini memperlihatkan bahwa nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang yang diambil sebagai responden sebagian besar berusia 30–40 tahun. Berdasarkan tabel tersebut, memberikan informasi bahwa mayoritas responden berusia 30–40 tahun sebanyak 36 orang, sedangkan yang berusia 17–29 tahun sebanyak 27 orang dan yang berusia > 40 tahun sebanyak 27 orang.

Untuk lebih jelasnya, berikut gambar umur responden yang dapat peneliti peroleh:

Gambar 4.3

Usia Responden



Sumber : Data diolah, 2013

3. Pendidikan Responden

Adapun data mengenai pendidikan responden nasabah di BPRS Mitra Harmoni Semarang sebagai berikut :

Tabel 4.4

Pendidikan Responden

		Pendidikan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD	5	5.6	5.6	5.6
	SMP	15	16.7	16.7	22.2
	SMA	34	37.8	37.8	60.0
	Sarjana	36	40.0	40.0	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

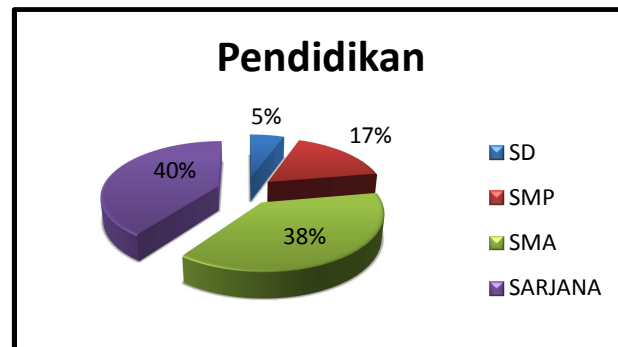
Sumber : Data diolah, 2013

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.4 memperlihatkan bahwa nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang yang diambil sebagai responden sebagian besar berpendidikan sarjana. Berdasarkan tabel tersebut, memberikan informasi bahwa mayoritas responden berpendidikan sarjana sebanyak 36 orang, yang berpendidikan SMA sebanyak 34 orang, sedangkan yang berpendidikan SMP 15 orang dan yang berpendidikan SD sebanyak 5 orang.

Untuk lebih jelasnya, berikut gambar pendidikan responden yang dapat peneliti peroleh:

Gambar 4.4

Pendidikan Responden



Sumber : Data diolah, 2013

4. Profesi Responden

Adapun data mengenai profesi responden nasabah di BPRS Mitra Harmoni Semarang sebagai berikut :

Tabel 4.5

Profesi Responden

		Profesi			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PNS	8	8.9	8.9	8.9
	Swasta	31	34.4	34.4	43.3
	Wirausaha	27	30.0	30.0	73.3
	Lainnya	24	26.7	26.7	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

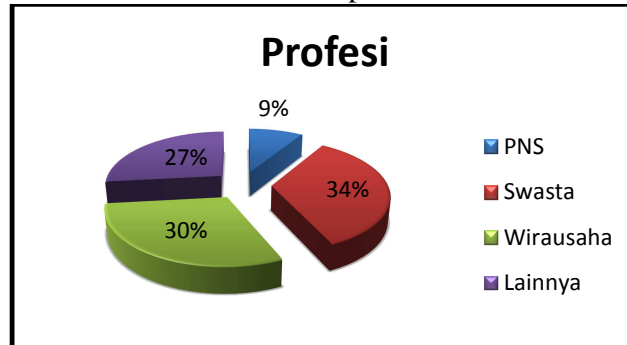
Sumber : Data diolah, 2013

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.5 dapat dijelaskan bahwa sebagian besar dari profesi atau pekerjaan nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang yang diambil sebagai responden adalah swasta yaitu sebanyak 31 orang, wirausaha sebanyak 27 orang, PNS 8 orang dan lain-lain sebanyak 24 orang.

Untuk lebih jelasnya, berikut gambar profesi atau pekerjaan responden yang dapat peneliti peroleh:

Gambar 4.5

Profesi Responden



Sumber: Data diolah, 2013

4.3. Analisis Data

Analisis atau interpretasi dari hasil penelitian dilakukan dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Product And Service Solution*) versi 17,0. Analisis data ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh bauran promosi dan citra merek syariah terhadap minat nasabah memilih pembiayaan murabahah.

4.4. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas ini bertujuan untuk menguji tingkat ketepatan instrumen dalam mengukur variabel-variabel penelitian, apakah instrumen yang digunakan memenuhi syarat-syarat alat ukur yang baik atau tidak. Apabila instrumen penelitian tersebut memenuhi sifat valid dan reliabel, maka dikatakan baik dan atau sebaliknya. Untuk mengetahui sifat instrumen valid dan reliabel maka dilakukan penghitungan uji validitas dan uji reliabilitas, diantaranya:

4.4.1. Analisis Uji Validitas

Untuk mengetahui soal valid dan tidak valid dapat dilihat nilai r_{tabel} dibandingkan dengan hasil hitung tabel *corrected item total corelation* untuk df (Derajat Kebebasan) = $n-2 = 90-2 = 88$ untuk α sebesar 5% atau signifikansi 0,05 adalah 0,207 (lihat pada lampiran tabel r). Jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ maka soal tersebut valid dan jika $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$ maka soal tersebut dinyatakan tidak valid.

Tabel 4.6

Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Pertanyaan	Corrected Item-Total Correlation	r_{table}	Ket
Bauran Promosi (X1)	Item 1	,518	0.207	VALID
	Item 2	,633	0.207	VALID
	Item 3	,529	0.207	VALID
	Item 4	,431	0.207	VALID
	Item 5	,480	0.207	VALID
	Item 6	,293	0.207	VALID
	Item 7	,583	0.207	VALID
	Item 8	,516	0.207	VALID
	Item 9	,399	0.207	VALID
Citra Merek	Item 10	,536	0.207	VALID

Syariah (X2)	Item 11	,558	0.207	VALID
	Item 12	,510	0.207	VALID
	Item 13	,557	0.207	VALID
	Item 14	,577	0.207	VALID
	Item 15	,357	0.207	VALID
	Item 16	,549	0.207	VALID
Minat Nasabah (Y)	Item 17	,407	0.207	VALID
	Item 18	,612	0.207	VALID
	Item 19	,670	0.207	VALID
	Item 20	,728	0.207	VALID
	Item 21	,518	0.207	VALID
	Item 22	,623	0.207	VALID
	Item 23	,618	0.207	VALID
	Item 24	,412	0.207	VALID
	Item 25	,573	0.207	VALID

Sumber : Data diolah, 2013

Dari tabel-tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing item pertanyaan memiliki $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} (0.207) dan bernilai positif. Dengan demikian butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

4.4.2. Analisis Uji Reliabilitas

Dalam analisis uji reliabilitas ini menggunakan analisa Cronbach Alpha. Untuk mengetahui soal tersebut reliabel atau tidak dilihat pada nilai Alpha, apabila nilai alpha $> 0,60$ maka soal tersebut reliabel dan apabila alpha $< 0,60$ maka soal tersebut tidak signifikan atau tidak reliabel.

Tabel 4.7

Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Realibilitas Coefficient	Alpha	Ket.
Bauran Promosi (X1)	9 pertanyaan	,832	Reliable
Citra Merek Syariah (X2)	6 pertanyaan	,842	Reliable
Minat Nasabah (Y)	9 pertanyaan	,681	Reliable

Sumber : Data diolah, 2013

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai cronbach alpha lebih dari 0.60 ($\alpha > 0.60$), sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel X1, X2, dan Y adalah reliabel.

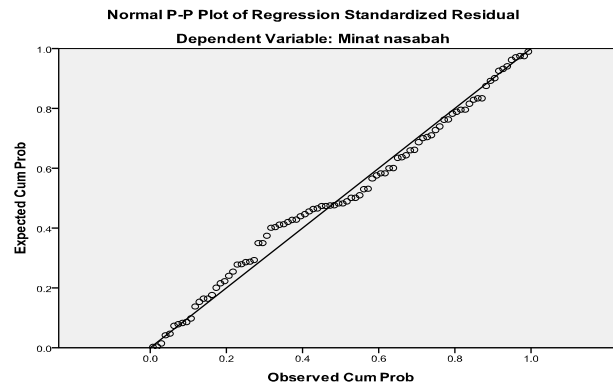
4.5. Uji Asumsi Klasik

4.5.1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan grafik normal P-P plot:

Gambar 4.6

Hasil Uji Normalitas



Dengan melihat tampilan grafik normal probability plots titik-titik berhimpit disekitar garis diagonal. Grafik ini menunjukkan bahwa residual berdistribusi normal.

4.5.2. Uji Multikolinearitas

Menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi, maka terdapat problem Multikolinieritas (Multiko).

Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen.

Tabel 4.8

Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
X1	.722	1.384

X2	.722	1.384
----	------	-------

Sumber: Data diolah, 2013

Deteksi adanya Multiko:

Besaran VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *Tolerance*.

Pedoman suatu model regresi yang bebas multiko adalah :

- a. Mempunyai nilai VIF dibawah angka 10
- b. Mempunyai angka TOLERANCE dibawah angka 1

Catatan: $Tolerance = 1/VIF$ atau bisa juga $VIF=1/Tolerance$

Analisis: Pada bagian COEFICIENT terlihat untuk kedua variabel independen, angka VIF ada di bawah angka 10 yaitu sebesar 1,384. Demikian juga nilai TOLERANCE dibawah angka 1 yaitu 0,722.

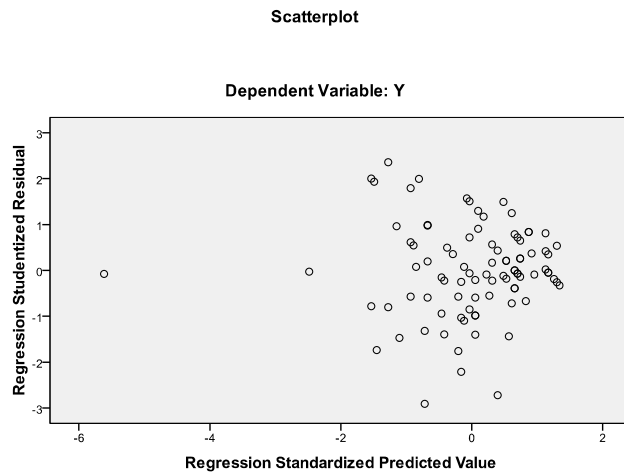
Dengan demikian dapat disimpulkan model regresi tersebut tidak terdapat problem multikolinieritas (MULTIKO).

4.5.3. Uji Heteroskedastisitas

Menguji apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas. Dan jika varians berbeda, disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 4.7

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data diolah, 2013

Deteksi adanya heteroskedastisitas:

Deteksi dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik di atas, di mana sumbu X adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu Y adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di *studentized*. Dasar Pengambilan keputusan :

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik (*point-point*) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis :

Dari gambar 4.7 di atas, terlihat titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk prediksi minat berdasarkan pada masukan variabel independennya.

4.6. Deskripsi Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari bauran promosi dan citra merek syariah sebagai variabel bebas (Independen) dan minat nasabah sebagai variabel terikat (Dependen). Data variabel-variabel tersebut di peroleh dari hasil angket yang telah di sebar, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.9 berikut ini:

Tabel 4.9
Hasil skor Regresi

Variabel	Item	Total SS	%	Total S	%	Total N	%	Total TS	%	Total STS	%
Bauran Promosi (X1)	Item 1	17	18,9	55	61,1	16	17,8	1	1,1	1	1,1
	Item 2	48	53,3	31	34,4	9	10,0	1	1,1	1	1,1
	Item 3	19	21,1	39	43,3	27	30,0	5	5,6	0	,0
	Item 4	29	32,2	37	41,1	18	20,0	5	5,6	1	1,1
	Item 5	38	42,2	38	42,2	12	13,3	1	1,1	1	1,1
	Item 6	25	27,8	33	36,7	24	26,7	7	7,8	1	1,1
	Item 7	12	13,3	51	56,7	33	36,7	3	3,3	1	1,1
	Item 8	41	45,6	39	43,3	9	10,0	0	,0	1	1,1
	Item 9	26	28,9	50	55,6	13	14,4	0	,0	1	1,1
Citra Merek Syariah (X2)	Item 10	39	43,3	29	32,2	21	23,3	0	,0	1	1,1
	Item 11	29	32,2	43	47,8	16	17,8	1	1,1	1	1,1
	Item 12	11	12,2	45	50,0	32	35,6	1	1,1	1	1,1
	Item 13	10	11,1	38	42,2	36	40,0	5	5,6	1	1,1
	Item 14	10	11,1	41	45,6	38	42,2	0	,0	1	1,1
	Item 15	21	23,3	45	50,0	23	25,6	0	,0	1	1,1
	Item 16	9	10,0	44	48,9	36	40,0	1	1,1	0	,0
Minat Nasabah (Y)	Item 17	27	30,0	39	43,3	23	25,6	1	1,1	0	,0
	Item 18	14	15,6	28	31,1	37	41,1	7	7,8	4	4,4
	Item 19	17	18,9	39	43,3	26	28,9	6	6,7	2	2,2
	Item 20	14	15,6	37	41,1	33	36,7	3	3,3	3	3,3
	Item 21	17	18,9	55	61,1	16	17,8	1	1,1	1	1,1
	Item 22	48	53,3	32	35,6	8	8,9	1	1,1	1	1,1
	Item 23	24	26,7	45	50,0	19	21,1	1	1,1	1	1,1
	Item 24	12	13,3	34	37,8	36	40,0	5	5,6	3	3,3
	Item 25	12	13,3	37	41,1	37	41,1	3	3,3	1	1,1

Sumber : Data diolah, 2013

4.6.1. Bauran Promosi (X1)

Data pada tabel di atas menunjukkan bahwa untuk variabel promosi item pertanyaan 1, 18,9% responden menyatakan sangat setuju bahwa karyawan BPRS Mitra Harmoni Semarang selalu bersikap ramah dalam melayani nasabah, sedangkan sisanya sebanyak 61,1% memilih setuju. Pada item pertanyaan 2, 53,3% responden menyatakan sangat setuju bahwa silaturahmi antara pegawai dan nasabah terjalin dengan baik, sedangkan sisanya sebanyak 34,4% menyatakan setuju. Pada item pertanyaan 3, 21,1% responden menyatakan sangat setuju bahwa komunikasi yang disampaikan pegawai mudah dipahami nasabah, sedangkan sisanya sebanyak 43,3% menyatakan setuju. Pada item pertanyaan 4, 32,2% responden menyatakan sangat setuju bahwa iklan yang disampaikan BPRS Mitra Harmoni menarik bagi nasabah, sedangkan sisanya sebanyak 41,1% menyatakan setuju. Pada item pertanyaan 5, 42,2% responden menyatakan sangat setuju bahwa informasi dari produk – produk BPRS Mitra Harmoni selalu berkenan di hati nasabah, sedangkan sisanya sebanyak 42,2% menyatakan setuju. Pada item pertanyaan 6, 27,8% responden menyatakan sangat setuju bahwa pemberian souvenir ketika pertama kali menjadi nasabah memberikan daya tarik bagi nasabah, sedangkan sisanya sebanyak 36,7% menyatakan setuju. Pada

item pertanyaan 7,13,3% responden menyatakan sangat setuju bahwa undian berhadiah dilakukan berkala untuk meningkatkan kelayakan nasabah, sedangkan sisanya sebanyak 56,7% menyatakan setuju. Pada item pertanyaan 8,45,6% responden menyatakan sangat setuju bahwa Program “PeduliUmat” memberikan citra positif di hati nasabah, sedangkan sisanya sebanyak, 43,3% menyatakan setuju. Pada item pertanyaan 9,28,9% responden menyatakan sangat setuju bahwa mensponsori acara – acara seperti pengajian umum, seminar, dan beasiswa dapat memberikan citra positif terhadap BPRS Mitra Harmoni, sedangkan sisanya sebanyak 32,2% menyatakan setuju.

4.6.2. Citra Merek Syariah (X2)

Untuk variabel citra merek Syariah item pertanyaan 10,43,3% responden menyatakan sangat setuju bahwa pembiayaan *murabahah* tidak mengandung unsur riba, sedangkan sisanya sebanyak 32,2% menyatakan setuju. Pada item pertanyaan 11,32,2% responden menyatakan sangat setuju bahwa Dana pada pembiayaan *murabahah* dikelola secara Islami, sedangkan sisanya sebanyak 47,8% menyatakan setuju. Pada item pertanyaan 12,12,2% responden menyatakan sangat setuju bahwa pembiayaan *murabahah* tidak mengandung unsur *gharar* (penipuan), sedangkan sisanya sebanyak 49%

menyatakan setuju. Pada item pertanyaan 13,11,1% responden menyatakan sangat setuju Dengan memilih transaksi *murabahah* berarti saya telah melakukan transaksi yang halal, sedangkan sisanya sebanyak 42,2% menyatakan setuju. Pada item pertanyaan 14,11,1% responden menyatakan sangat setuju bahwa transaksi *murabahah* dilakukan secara terbuka (transparan), sedangkan sisanya sebanyak 45,6% menyatakan setuju. Pada item pertanyaan 15,23,3% responden menyatakan sangat setuju bahwa dengan memilih pembiayaan *murabahah* berarti saya telah melakukan aktivitas sesuai dengan prinsip syariah, sedangkan sisanya sebanyak 50% menyatakan setuju. Pada item pertanyaan 16,10% responden menyatakan sangat setuju bahwa karyawan menjadikan nasabah sebagai mitra kerjanya bukan sebagai debitur, sedangkan sisanya sebanyak 48,9% menyatakan setuju.

4.6.3. Minat Nasabah (Y)

Untuk variabel minat nasabah item pertanyaan 17,30 % responden menyatakan sangat setuju bahwa nasabah tertarik untuk mengambil pembiayaan *murabahah* di BPRS Mitra Harmoni karena transaksinya dilakukan secara transparan, sedangkan sisanya sebanyak 43,3% menyatakan setuju. Pada item pertanyaan 18,15,6% responden menyatakan sangat setuju bahwa pembiayaan *murabahah* di BPRS Mitra Harmoni

membantu meringankan biaya pembelian barang yang saya butuhkan, sedangkan sisanya sebanyak 31,1% menyatakan setuju. 19,18,9% responden menyatakan sangat setuju bahwa nasabah memilih pembiayaan *murabahah* di BPRS Mitra Harmoni karena mendapat informasi dari kerabat dan teman, sedangkan sisanya sebanyak 43,3% menyatakan setuju. Pada item pertanyaan 20,15,6% responden menyatakan sangat setuju bahwa Sikap ramah tamah karyawan membuat nasabah tertarik untuk mengajukan pembiayaan di BPRS Mitra Harmoni, sedangkan sisanya sebanyak 41,1% menyatakan setuju. Pada item pertanyaan pertanyaan 21,18,9% responden menyatakan sangat setuju bahwa Lokasi BPRS yang strategis karena terletak di pusat kota dan di pinggir jalur utama, sedangkan sisanya sebanyak 61,1% menyatakan setuju. Pada item pertanyaan pertanyaan 22,53,3% responden menyatakan sangat setuju bahwa pembiayaan *murabahah* dapat membantu meringankan beban pengadaan modal / barang untuk usaha masyarakat kecil dan menengah, sedangkan sisanya sebanyak 35,6% menyatakan setuju. Pada item pertanyaan pertanyaan 23,26,7% responden menyatakan sangat setuju bahwa Penggunaan pembiayaan *murabahah* dapat membantu peningkatan perekonomian umat, karena dana dijalankan dalam sektor riil yang halal dan bermanfaat, sedangkan sisanya sebanyak 50% menyatakan

setuju. Pada item pertanyaan pertanyaan 24,13,3% responden menyatakan sangat setuju bahwa pembiayaan *murabahah* yang mudah mendorong nasabah untuk selalu berhubungan baik dengan BPRS, sedangkan sisanya sebanyak 37,8% menyatakan setuju. Pada item pertanyaan pertanyaan 25,13,3% responden menyatakan sangat setuju bahwa karyawan yang menjadikan nasabahnya sebagai mitra kerjanya mendorong nasabah untuk selalu berhubungan baik dengan BPRS, sedangkan sisanya sebanyak 41,1% menyatakan setuju.

4.7. Analisis Regresi Berganda

Analisis ini bertujuan untuk menguji pengaruh bauran promosi dan citra merek syariah terhadap minat nasabah di BPRS Mitra Harmoni. Model regresi dapat disusun sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Minat Nasabah

X₁ = Bauran Promosi

X₂ = Citra Merek Syariah

α = konstanta

β_1 = koefisien regresi variabel bauran promosi

β_2 = koefisien regresi variabel citra merek syariah

e = pengganggu (*error*)

Tabel 4.10

Hasil Analisis Regresi Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	-4.248	2.584	
	X1(Bauran promosi)	.531	.075	.467
	X2(Citra merek syariah)	.708	.092	.507

Sumber : Data diolah, 2013

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda pada tabel di atas diperoleh koefisien untuk variabel bebas $X_1 = 0,53$, $X_2 = 0,70$ dan konstanta sebesar $-4,248$ sehingga model persamaan regresi yang diperoleh adalah:

$$Y = (-4,248) + 0,53X_1 + 0,70X_2$$

Dimana :

Y = Variabel dependen (minat nasabah)

X_1 = Variabel independen (bauran promosi)

X_2 = Variabel independen (citra merek syariah)

Dari persamaan regresi diatas dapat diketahui bahwa : Jika $X=0$ maka $Y= -4,248$ maksudnya tanpa adanya bauran promosi dan citra merek syariah maka minat nasabah menjadi negatif (berkurang).

4.7.1. Uji t atau Uji Parsial

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah suatu masing-masing variabel independen berpengaruh atau tidak terhadap variabel dependen. Lampiran hasil output :

Tabel 4.11

Hasil Uji Parsial

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-4.248	2.584		-1.644	.104
	X1	.531	.075	.467	7.044	.000
	X2	.708	.092	.507	7.654	.000

Sumber : Data diolah, 2013

Pengambilan keputusan (berdasarkan probabilitas) :

1. Jika probabilitas $> 0,05$ maka H_0 diterima
2. Jika probabilitas $< 0,05$ maka H_0 ditolak

Keputusan : Terlihat bahwa pada kolom Sig/significance:

Variabel X1 dan X2 mempunyai angka signifikan di bawah 0,05. Oleh karena itu, H_0 ditolak sehingga H_a diterima, variabel X1 dan X2 berpengaruh terhadap Minat.

4.7.2. Uji F atau Uji Varian

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah secara bersama-sama variabel independen berpengaruh atau tidak terhadap variabel dependen.

Tabel 4.12

Hasil Uji Varian

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1511.052	2	755.526	114.228	.000 ^a
	Residual	575.437	87	6.614		
	Total	2086.489	89			

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Data diolah, 2013

Dari Uji ANOVA atau *F test*, didapat *F* hitung adalah 114,228 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena probabilitas (0,000) jauh lebih kecil dari 0,05, maka model regresi bisa dipakai untuk memprediksi minat. Atau bisa dikatakan, H_0 ditolak maka bauran promosi dan citra merek syariah berpengaruh terhadap minat nasabah.

4.7.3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen (bauran promosi dan citra merek syariah) dalam menerangkan variabel dependen (minat nasabah) dengan melihat *R Square*. Hasil koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 4.13 dibawah ini:

Tabel 4.13

Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.851 ^a	.724	.718	2.572	2.048

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Data diolah, 2013

$$R^2 = 0,724 \times 100\%$$

$$= 72,4\%$$

Hasil analisis data di atas terlihat bahwa besarnya *R Square* adalah 0,724 atau 72,4%. Hal ini berarti sebesar 72,4% kemampuan model regresi dari penelitian ini dalam menerangkan variabel dependen. Artinya 72,4% variabel minat nasabah bisa dijelaskan oleh variansi dari variabel independen bauran promosi dan citra merek syariah. Sedangkan sisanya (100% - 72,4% = 27,6%) dijelaskan oleh variabel-variabel lainnya yang tidak dibahas pada penelitian ini.

4.8. Pembahasan

Dari hasil penelitian di atas dapat dijelaskan bahwa pengaruh bauran promosi dan citra merek syariah (variabel independen) terhadap minat nasabah (variabel dependen) sebagai berikut:

Dari hasil pengujian yang dilakukan terbukti bahwa bauran promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah di BPRS Mitra Harmoni Semarang (P value $> 0,05$). Bauran promosi merupakan salah satu faktor penting untuk menarik perhatian nasabah agar berminat untuk menggunakan pembiayaan *murabahah* di BPRS Mitra Harmoni Semarang. Dari hasil pengujian yang dilakukan terbukti bauran promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah di BPRS Mitra Harmoni Semarang. Ini ditunjukkan dengan hasil jawaban responden pada masing-masing item pertanyaan.

Seperti yang telah tercantum pada deskripsi data penelitian dapat diketahui bahwa pada variabel bauran promosi item pertanyaan 1 sampai 9 dijawab setuju dan sangat setuju dengan persentase yang cukup besar. Hal ini sejalan dengan pengujian hipotesis yaitu H_0 ditolak dan hipotesis A di terima yang menyatakan bahwa ada pengaruh signifikan antara bauran promosi terhadap minat nasabah pembiayaan *murabahah* di BPRS Mitra Harmoni Semarang dengan ditunjukkan P value 0,000 yang lebih kecil dari signifikansi 5% (0,05), Hal ini juga bisa dilihat berdasarkan Uji t atau uji parsial di mana nilai t hitung $> t$ tabel yaitu $7,044 > 1,987$ ⁷⁷. Sehingga pada akhirnya bauran promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah pembiayaan *murabahah* Semarang.

⁷⁷Cara menghitung t tabel: Pada Ms. Excel ketik $(=tinv(signifikansi;df)$ atau $(=tinv(0,05;88)$ lihat pada <http://duwiconsultant.blogspot.com/2013/13/analisis-regresi-linier-berganda.html> di akses pada tanggal 13 April 2013 pukul 19.05 WIB

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa berdasarkan pengujian terhadap 90 responden yang tercatat di BPRS Mitra Harmoni Semarang adanya bukti untuk menolak H_0 bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan bauran promosi terhadap minat nasabah pembiayaan *murabahah* di BPRS Mitra Harmoni Semarang. Dan menerima H_a bahwa ada pengaruh yang signifikan bauran promosi terhadap minat nasabah pembiayaan *murabahah* di BPRS Mitra Harmoni Semarang.

Hasil penelitian uji pengaruh variabel citra merek syariah terhadap minat nasabah pembiayaan *murabahah* di BPRS Mitra Harmoni Semarang tercermin dalam jawaban responden mengenai item pertanyaan 10-16 seperti yang tercantum dalam deskripsi data penelitian, bahwa masing-masing item pertanyaan dijawab sangat setuju dan setuju dengan persentase yang relatif besar. Hal ini sejalan dengan pengujian hipotesis dua yang menyatakan bahwa ada pengaruh signifikan antara citra merek syariah terhadap minat nasabah pembiayaan *murabahah* di BPRS Mitra Harmoni Semarang dengan ditunjukkan P value 0,000 yang lebih kecil dari signifikansi 5% (0,05), hal ini juga bisa dilihat pada nilai Uji t bahwa nilai t hitung $>$ t tabel yaitu $7,654 > 1,987$ sehingga pada akhirnya citra merek syariah mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah pembiayaan *murabahah* di BPRS Mitra Harmoni Semarang.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa berdasarkan pengujian terhadap 90 responden yang tercatat di BPRS Mitra Harmoni Semarang adanya bukti untuk menolak H_0 bahwa tidak ada pengaruh yang

signifikan antara citra merek syariah terhadap minat nasabah pembiayaan *murabahah* di BPRS Mitra Harmoni Semarang. Dan menerima H_a bahwa ada pengaruh yang signifikan antara penerapan citra merek syariah terhadap minat nasabah pembiayaan *murabahah* di BPRS Mitra Harmoni Semarang.

Sedangkan hasil pengujian pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama dapat dijelaskan oleh nilai P Value sebesar 0.000 dimana lebih kecil dari taraf signifikansi 0.05. Hal ini juga bisa dilihat pada Uji F atau Uji Varian bahwa nilai F hitung $> F$ tabel yaitu $114,228 > 3,100$ ⁷⁸ artinya variabel bauran promosi dan citra merek syariah berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah pembiayaan *murabahah* di BPRS Mitra Harmoni Semarang. Dan ini sekaligus menjawab bahwa hipotesa a (H_a) yang berbunyi secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara bauran promosi dan citra merek syariah terhadap minat nasabah pembiayaan *murabahah* di BPRS Mitra Harmoni Semarang.

⁷⁸Cara menghitung F tabel: Pada Ms. Excel ketik (= finv;probability;df1;df2) atau (= finv;0,05;2;88) lihat pada <http://duwiconsultant.blogspot.com/2013/13/analisis-regresi-linier-berganda.html> di akses pada tanggal 13 April 2013 pukul 19.10 WIB