

# Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Produk Akad *Murabahah*

Meida Fitriani

*Prodi Perbankan Syariah STIE Syariah Indonesia Purwakarta  
Jln. Veteran no 150-152 Purwakarta 41118 Jawa Barat INDONESIA  
Fitrianimeida4@gmail.com*

**Intisari—** Penelitian ini dilaksanakan di BPRS Artha Madani cabang Cikampek. Masalah yang terjadi dilapangan adalah penurunan jumlah nasabah yang terjadi pada tahun 2018. Dengan jumlah sampel sebanyak 84 orang. Peneliti menggunakan teori Philip Kotler untuk menjadi acuan dalam pengembangan landasan teori yang mempelajari mengenai konsep pemasaran, promosi dan harga. Pengumpulan data primer melalui wawancara dengan kepala cabang. Penyebaran kuisioner, dengan responden ditentukan menggunakan rumus Slovin. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, yaitu metode yang menggunakan angka-angka di setiap hasilnya dan diuji menggunakan aplikasi SPSS. Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas data, reliabilitas data, untuk uji asumsi klasik menggunakan uji normalitas, uji multikolerasi, serta uji heteroskedastis. Sedangkan uji hipotesis menggunakan uji determinasi, uji parsial (uji t), regresi linier berganda, dan uji simultan (uji f). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel promosi tidak berpengaruh secara signifikan dengan presentase sebesar 24,20%. Sementara, untuk variabel harga berpengaruh secara signifikan dengan presentase sebesar 63,65% terhadap peningkatan jumlah nasabah. Berdasarkan uji simultan (uji f) yang telah dilakukan bahwa variabel promosi dan harga secara bersama-sama mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah. Hasil uji determinasi atau  $R_2$  yang telah dilakukan mendapatkan hasil bahwa, promosi dan harga mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah sebesar 51,9% dan sisanya 48,1% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

**Kata kunci—** Promosi Dan Harga, Peningkatan Jumlah Nasabah, Produk Akad *Muraabahah*.

**Abstract—** *This research was conducted at the BPRS Artha Madani branch Cikampek. The problem that occurs in the field is a decrease in the number of customers that occurred in 2018. Total all sample of 84 peoples. Researchers use the theory of Philip Kotler to be a reference in developing the theoretical foundation that studies the concepts of marketing, promotion and price. Primary data collection through interviews with branch heads. Distribution of questionnaires, with respondents determined using the Slovin formula. The method used in this study is a quantitative method, a method that uses numbers in each result and is tested using the SPSS application. Data analysis techniques used in this study are data validity, data reliability, for the classical assumption test using the normality test, multicolleration test, and heteroscedastic test. Whereas the hypothesis test uses the determination test, partial test (t test), multiple linear regression, and simultaneous test (f test). The results showed that the promotion variable did not significantly influence the percentage of 24.20%. Meanwhile, the price variable significantly affected the percentage of 63.65% on the increase in the number of customers. Based on the simultaneous test (f test) that has been done that the promotion and price variables together affect the increase in the number of customers. The results of the determination test or  $R_2$  that have been done get the results that, promotion and price affect the increase in the number of customers by 51.9% and the remaining 48.1% is influenced by other variables outside the study.*

**Keywords—:** *Promotion And Price, Increase In Number, Murabahah Contract.*

## I. PENDAHULUAN

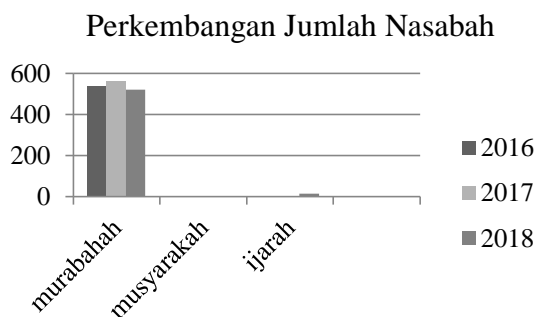
Bank Pembiayaan Rakyat syariah Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah (BPRS) di Indonesia saat ini berkembang semakin pesat. Menurut data statistik yang diterbitkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) per bulan Juni 2019, ada 164 BPRS yang tersebar di seluruh Indonesia dan merupakan BPRS yang sudah terdaftar dan diawasi oleh OJK. Perkembangan ini harus beriringan dengan pemasaran yang baik, salah satunya yaitu kegiatan promosi yang menggunakan berbagai unsur dan dilengkapi dengan pemaparan berbagai produk yang tersedia dan mencantumkan alamat yang jelas dan tampilan harga yang menarik.

BPRS merupakan sebuah lembaga keuangan yang menjalankan usaha berupa menghimpun dan mengalokasikan dana dari nasabah yang mempunyai kelebihan dana kepada nasabah yang memiliki kekurangan dana untuk modal usaha dengan menggunakan konsep bagi hasil sehingga mendapatkan *margin* sesuai kesepakatan. Promosi dan harga menjadi bagian terpenting disuatu BPRS, karena nasabah tidak akan mengetahui adanya sebuah BPRS tanpa adanya promosi yang baik dan informasi variasi harga untuk nasabah.

Tujuan BPRS adalah mempunyai nasabah yang banyak dan memberikan kontribusi yang baik dan saling menguntungkan karena akan meningkatkan profit dan membuat suatu BPRS berdiri kokoh dan kontribusi nasabah berpengaruh besar terhadap keberlangsungan hidup sebuah BPRS. Kegiatan ini akan meningkatkan profit suatu lembaga dan meningkatkan keberlangsungan usaha.

Berikut adalah perkembangan jumlah nasabah BPRS Artha Madani Cabang Cikampek bisa dilihat dalam grafik 1.1

Grafik 1.1



Sumber: Diolah Oleh Penulis.2019<sup>1</sup>

Perkembangan nasabah setiap tahunnya di 3 akad pembiayaan yang diterapkan di BPRS Artha Madani, yaitu akad *Murabahah*, *Musyarakah* dan *Ijarah*. Pada tahun 2016, nasabah pengguna produk

akad *Murabahah* sebanyak 537 orang, pada tahun 2017 pengguna produk akad *Murabahah* sebanyak 562 orang, dan pada tahun 2018 pengguna produk akad *Murabahah* sebanyak 520 orang, kemudian nasabah pengguna produk akad *Musyarakah* 1 orang, dan produk akad *Ijarah* 14 orang. Dari data yang ada di atas menunjukkan bahwa terdapat pertumbuhan yang naik di tahun 2017 dan menurun di tahun 2018, namun terdapat penambahan jumlah nasabah di akad *Musyarakah* dan *Ijarah*.

## II. METODOLOGI PENELITIAN

Berdasarkan variabel yang diteliti, masalah yang dirumuskan, dan hipotesis yang diajukan, maka peneliti menggunakan metode kuantitatif, karena peneliti menggunakan data berupa angka-angka. Kemudian data yang telah diperoleh diolah menggunakan aplikasi SPSS tipe 22. Selain menggunakan sebar kuisiuner, peneliti melakukan wawancara dengan kepala cabang BPRS Artha Madani cabang Cikampek untuk memperoleh data yang diperlukan.

Teknik analisa data yang dilakukan oleh peneliti menggunakan statistik deskriptif, yaitu statistik yang menggunakan analisis data dengan cara mendeskripsikan data yang telah terkumpul. Populasi yang dilakukan peneliti adalah seluruh jumlah nasabah BPRS Artha Madani cabang Cikampek, sedangkan sampel yang digunakan peneliti adalah 84 nasabah.

Penulis menggunakan beberapa teknik analisa data untuk menguji hasil dari statistik yang telah dilakukan. Diantaranya adalah:

### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Daftar pertanyaan umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu. Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan di uji validitasnya.<sup>2</sup>

Hasil *r* hitung kita bandingkan dengan *r* tabel dimana  $df=n-2$  dengan sig 5%. Jika  $r$  tabel < *r* hitung, maka valid. Uji validitas menggunakan teknik korelasi product moment dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{n\sum xy - (\sum x) - (\sum y)}{\sqrt{[n\sum x^2 - (\sum x)^2][n\sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

### 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan

<sup>1</sup> Wawancara dengan Tatum Kertadi (Kepala Cabang BPRS Artha Madani cabang Cikampek), Cikampek, 10 Juli 2019.

<sup>2</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Statistik Untuk Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press,2015), 160.

kontruk-kontruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuisisioner.<sup>3</sup> Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai alpha > 0,60 maka reliabel.

Adapun rumus dari uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

$$r = \left[ \frac{k}{(k-1)} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \alpha b^2}{\alpha t^2} \right]$$

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas data dengan ( $X^2$ ) dilakukan dengan cara membandingkan kurva normal yang terbentuk dari data yang telah terkumpul dengan kurva normal.

#### b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas adalah uji yang dilakukan untuk memastikan apakah didalam sebuah model regresi ada interkolerasi atau kolinieritas antar variabel bebas. Interkorelasi adalah hubungan yang kuat antara satu variabel bebas dengan variabel bebas lainnya dalam sebuah model regresi.

#### c. Uji Heteroskedastis

Uji heteroskedastis adalah uji yang menilai apakah ada ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi linier.

### 4. Uji Hipotesis

#### a. Analisis Koefesien Determinasi ( $R^2$ )

Koefesien determinasi dengan simbol  $r^2$  merupakan proporsi variabilitas dalam suatu data yang dihitung berdasarkan pada model statistik. Koefesien determinasi atau  $r^2$  merupakan rasio variabilitas nilai-nilai yang dibuat model dengan nilai data asli.

Secara umum  $r^2$  digunakan sebagai informasi kecocokan suatu model. Dengan regresi  $r^2$  ini dijadikan sebagai pengukuran seberapa baik garis regresi mendekati nilai data asli yang dibuat model. Jika  $r^2$  sama dengan 1, maka angka tersebut menunjukkan garis regresi cocok dengan data secara sempurna. Untuk mengetahui

seberapa besar presentase sumbangan dari variabel independen (promosi dan harga) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (jumlah nasabah) dapat dilihat dari besarnya koefesien determinasi ( $R^2$ ).

Rumus uji koefesien determinasi adalah sebagai berikut:

$$R^2 = \frac{(b1 \cdot \sum x1y + b2 \sum x2y) / (k-1)}{\sum y^2}$$

#### b. Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda merupakan teknik analisis Regresi yang memiliki satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel independen. Persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b1x1 + b2x2$$

Keterangan:

Y = Variabel Dependen

a = Harga Konstanta

b1 = Koefesien Regresi Pertama

b2 = Koefesien Regresi Kedua

X1 = Variabel Dependen Pertama

X2 = Variabel Dependen kedua.

#### c. Uji Parsial (uji t)

Uji t dikenal dengan uji parsial, yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya. Uji ini dapat dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel atau melihat kolom signifikansi pada masing-masing t hitung. Proses uji t identik dengan uji f.

Pengujian ini bertujuan untuk memastikan, apakah variabel independen yang terdapat pada persamaan tersebut berpengaruh terhadap nilai variabel dependen. Uji t dilakukan dengan membandingkan antara t-hitung dengan t-tabel. Untuk menentukan nilai t-tabel ditentukan dengan tingkat signifikansi 5% dan 2 sisi dengan derajat kebebasan  $df = (n - k - 1)$  dimana n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel independen.

Adapun rumus mencari uji parsial t adalah sebagai berikut:

$$se = \sqrt{\frac{\sum y^2 - (b1 \cdot \sum x1y + b2 \cdot \sum x2 \cdot y)}{n - k}}$$

Adapun kriteria pengujian yang digunakan adalah:

1. Jika t-hitung  $\leq$  t-tabel, maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

<sup>3</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Statistik Untuk Bisnis & Ekonomi*, 172.

2. Jika  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

d. Uji Simultan (F)

Uji f dikenal dengan uji serentak atau uji model/uji anova. Yaitu uji untuk melihat bagaimana pengaruh seluruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya. Atau untuk menguji apakah model regresi yang kita buat baik/signifikan atau tidak baik/non signifikan.

Adapun rumus mencari nilai uji serentak/simultan f adalah sebagai berikut:

$$F_{hitung} = \frac{(b_1 \cdot \sum x_1 y + b_2 \sum x_2 y) / (k - 1)}{\sum y^2}$$

Langkah-langkah pengujian stimulan, adalah sebagai berikut:

a. Menentukan  $H_0$  dan  $H_a$

$H_0$ : Tidak terdapat perbedaan diantara rata-rata beberapa populasi.

$H_a$ : Terdapat perbedaan dengan rata-rata populasi lainnya.

b. Menentukan daerah penentuan  $H_0$  dan  $H_a$ . Pengujian hipotesis uji f menggunakan distribusi F. yaitu:

- Kontinyu.
- Bernilai nol atau positif.
- Distribusi menceng ke kanan.
- Tidak pernah memotong sumbu datar.
- Menentukan nilai statistik uji.

3. Membandingkan nilai F-ratio dengan daerah penerimaan  $H_0$  dan  $H_a$ .  $H_0$  diterima, bila F-ratio lebih kecil dari titik kritis dan  $H_0$  ditolak, bila F-ratio lebih besar dari titik kritis. Kesimpulan.<sup>4</sup>

**III. HASIL PENELITIAN**

Karakteristik dan objek penelitian yang dilakukan penulis dapat dikelompokkan kedalam beberapa aspek berdasarkan jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, jenis profesi, tingkat pendapatan, frekuensi pembiayaan, dan lama menjadi nasabah.

Responden yang mengisi kuisioner berjumlah 84 orang berdasarkan pengambilan sampel yang sudah dilakukan. Penelitian ini dibedakan dalam beberapa aspek karena untuk

memudahkan klasifikasi responden dalam pelaksanaan penelitian.

**1. Distribusi Karakteristik Responden**

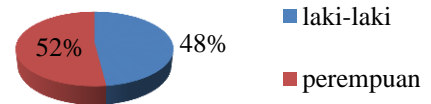
**a. Distribusi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Hasil analisis mengenai responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada diagram dibawah ini:

Diagram 1.1

Distribusi berdasarkan Jenis Kelamin

**Berdasarkan Jenis Kelamin**



Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019.

Berdasarkan diagram 4.1 diatas menunjukkan bahwa, responden berjenis kelamin perempuan berjumlah 44 orang atau 52%. Dan responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 40 orang atau 48%.

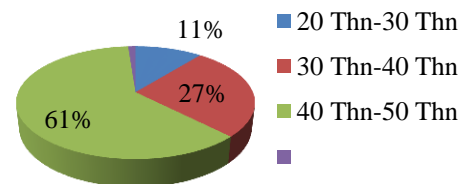
**b. Distribusi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Hasil analisis mengenai responden berdasarkan usia dapat dilihat pada diagram dibawah ini:

Diagram 1.2

Distribusi Berdasarkan Usia

**Berdasarkan Usia**



Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019.

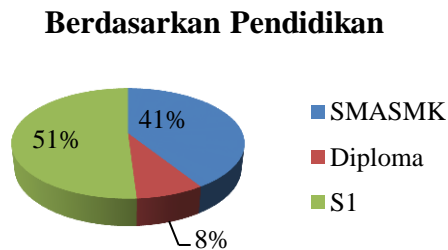
Berdasarkan diagram 4.2 diatas menunjukkan bahwa responden usia 40 tahun mendominasi diantara responden lainnya, hal ini terjadi karena usia 40-50 tahun atau 52%, banyak melakukan pembiayaan jika dibandingkan dengan usia lainnya.

**c. Distribusi Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

Hasil analisis mengenai responden berdasarkan pendidikan terakhir dapat dilihat dibawah ini:

<sup>4</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Statistik untuk Bisnis & Ekonomi*, 156.

Diagram 1.3  
Distribusi Berdasarkan Pendidikan

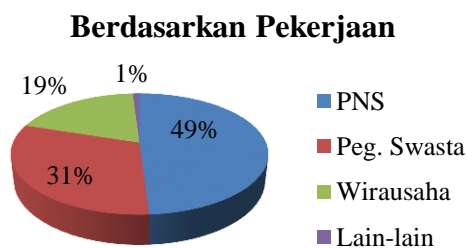


*Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019.*  
Berdasarkan diagram diatas menunjukkan bahwa responden dengan pendidikan terakhir S1 mendominasi diantara responden lainnya, hal ini terjadi karena responden pendidikan akhir S1 sebanyak 43 orang atau 51%, lebih memahami konsep pembiayaan dan manfaat yang akan diperoleh.

**d. Distribusi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Hasil analisis mengenai responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada diagram dibawah ini:

Diagram 1.4  
Distribusi Berdasarkan Pekerjaan

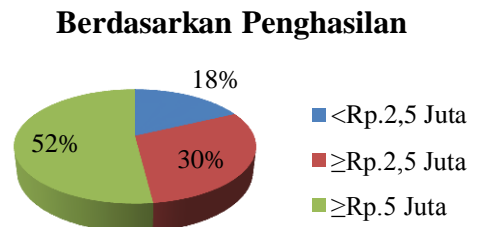


*Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019.*  
Berdasarkan diagram diatas menunjukkan bahwa responden dengan pekerjaan PNS lebih mendominasi diantara responden lainnya, hal ini terjadi karena responden pekerjaan PNS banyak melakukan pembiayaan dengan jaminan sertifikasi, yaitu sebanyak 41 orang atau 49%, jika dibandingkan dengan yang lainnya.

**e. Distribusi Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan**

Hasil analisis mengenai responden berdasarkan penghasilan perbulan dapat dilihat pada diagram dibawah ini:

Diagram 1.5  
Distribusi berdasarkan Penghasilan

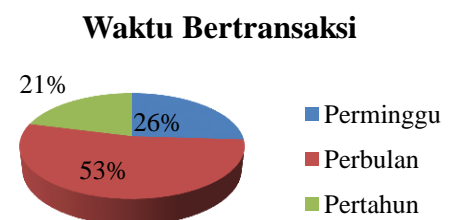


*Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019.*  
Berdasarkan diagram diatas menunjukkan bahwa responden dengan penghasilan  $\geq$  Rp.5 Juta lebih mendominasi diantara responden lainnya, dengan jumlah 44 orang atau 52%. Hal ini terjadi karena responden dengan penghasilan  $\geq$  Rp.5 Juta lebih berani untuk melakukan pembiayaan, terutama untuk kegiatan konsumtif.

**f. Distribusi Karakteristik Responden Berdasarkan Waktu Bertransaksi**

Hasil analisis mengenai responden berdasarkan waktu bertransaksi dapat dilihat pada diagram dibawah ini:

Diagram 1.6  
Distribusi Berdasarkan Waktu Transaksi



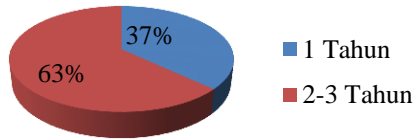
*Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019.*  
Berdasarkan diagram diatas menunjukkan bahwa responden dengan waktu bertransaksi perbulan lebih mendominasi diantara responden lainnya, dengan jumlah 44 orang atau 53%. Hal ini terjadi karena responden bertransaksi produk pembiayaan dengan kewajiban setoran dengan cara angsuran bulanan.

**g. Distribusi Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah**

Hasil analisis mengenai responden berdasarkan lama menjadi nasabah dapat dilihat pada diagram dibawah ini:

Diagram 1.7  
Distribusi Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

**Lama Bertransaksi**



Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019.  
Berdasarkan diagram diatas menunjukkan bahwa responden dengan durasi menjadi nasabah lebih dari 2 tahun mendominasi diantara responden lainnya, dengan jumlah 53 orang atau 63%. Hal ini terjadi karena responden merasa nyaman terhadap pelayanan yang dilakukan oleh lembaga.

**2. Hasil Uji Statistik**

**a. Uji Validitas**

Uji validitas, yaitu suatu instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan serta dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti dengan tepat. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidak sahnya suatu kuisiuner. Suatu kuisiuner dikatakan valid jika pertanyaan dikuisiuner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuisiuner tersebut.<sup>5</sup>

**1. Uji Validitas X<sub>1</sub> (Promosi)**

**Tabel 1.1**  
**Uji Validitas X<sub>1</sub>**

Pernyataan	r <sub>hitung</sub>	Sig	r <sub>tabel</sub>	Kesimpulan
P1	0,570	0,05	0,213	Valid
P2	0,785	0,05	0,213	Valid
P3	0,767	0,05	0,213	Valid
P4	0,700	0,05	0,213	Valid
P5	0,819	0,05	0,213	Valid
P6	0,683	0,05	0,213	Valid
P7	0,599	0,05	0,213	Valid
P8	0,748	0,05	0,213	Valid
P9	0,504	0,05	0,213	Valid
P10	0,541	0,05	0,213	Valid

Sumber: diolah oleh peneliti, 2019.

Berdasarkan uji validitas yang telah dilakukan untuk menguji masing-masing

butir pernyataan di variabel X<sub>1</sub> (Promosi) dengan sig. 0,05 diperoleh hasil bahwa nilai r<sub>hitung</sub> > r<sub>tabel</sub> (0,213), maka diperoleh kesimpulan bahwa hasil seluruh butir pernyataan dinyatakan valid.

**2. Uji Validitas X<sub>2</sub> (Harga)**

**Tabel 1.2**  
**Uji Validitas X<sub>2</sub>**

Pernyataan	r <sub>hitung</sub>	Sig	r <sub>tabel</sub>	Kesimpulan
P11	0,645	0,05	0,213	Valid
P12	0,675	0,05	0,213	Valid
P13	0,458	0,05	0,213	Valid
P14	0,312	0,05	0,213	Valid
P15	0,383	0,05	0,213	Valid
P16	0,327	0,05	0,213	Valid
P17	0,430	0,05	0,213	Valid
P18	0,526	0,05	0,213	Valid
P19	0,434	0,05	0,213	Valid
P20	0,426	0,05	0,213	Valid

Sumber: diolah oleh peneliti, 2019.

Berdasarkan uji validitas yang telah dilakukan untuk menguji masing-masing butir pernyataan di variabel X<sub>2</sub> (Harga) dengan sig. 0,05, diperoleh hasil bahwa nilai r<sub>hitung</sub> > r<sub>tabel</sub> (0,213), maka diperoleh kesimpulan bahwa hasil seluruh butir pernyataan dinyatakan valid.

**3. Uji Validitas Y (Peningkatan Jumlah)**

**Tabel 1.3**  
**Uji Validitas Y**

Pernyataan	r <sub>hitung</sub>	Sig	r <sub>tabel</sub>	Kesimpulan
P21	0,552	0,05	0,213	Valid
P22	0,339	0,05	0,213	Valid
P23	0,398	0,05	0,213	Valid
P24	0,640	0,05	0,213	Valid
P25	0,732	0,05	0,213	Valid
P26	0,661	0,05	0,213	Valid
P27	0,690	0,05	0,213	Valid
P28	0,610	0,05	0,213	Valid
P29	0,640	0,05	0,213	Valid
P30	0,611	0,05	0,213	Valid

Sumber: diolah oleh Peneliti, 2019.

Berdasarkan uji validitas yang telah dilakukan untuk menguji masing-masing butir pernyataan di variabel Y (Peningkatan Jumlah), dengan sig. 0,05, diperoleh hasil bahwa nilai r<sub>hitung</sub> > r<sub>tabel</sub> (0,213), maka

<sup>5</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), 52.

diperoleh kesimpulan bahwa hasil seluruh butir pernyataan dinyatakan valid.

**b. Uji Reliabilitas**

Analisis ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengukuran data dapat memberikan hasil relative konsisten atau tidak, atau tidak berbeda jika diukur ulang pada subjek yang sama, sehingga dapat diketahui konsistensi atau keterandalan alat ukur kuisiuner.<sup>6</sup>

Instrumen penelitian dikatakan reliabel jika nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  atau apabila nilai signifikansi  $< 0,05$  pada taraf signifikansi 5%.

**1. Uji Reliabilitas Variabel X<sub>1</sub> (Promosi)**

Hasil uji reliabilitas diperoleh nilai  $r_{hitung}$  (0,865) lebih besar dari  $r_{tabel}$  (0,60) menunjukkan bahwa instrumen variabel promosi dinyatakan reliabel.

**Tabel 1.4**  
**Uji Reliabel X<sub>1</sub> (Promosi)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.865	10

*Sumber: diolah oleh SPSS*

Maka dengan demikian, sebanyak 10 item pernyataan dinyatakan dapat digunakan untuk pengumpulan data penelitian variabel promosi.

**2. Uji Reliabilitas Variabel X<sub>2</sub> (Harga)**

Hasil uji reliabilitas diperoleh nilai  $r_{hitung}$  (0,614) lebih besar dari  $r_{tabel}$  (0,60) menunjukkan bahwa instrumen variabel harga dinyatakan reliabel.

**Tabel 1.5**  
**Uji Reliabel X<sub>2</sub> (Harga)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.614	10

*Sumber: diolah oleh SPSS*

Maka dengan demikian, sebanyak 10 item pernyataan dinyatakan dapat digunakan untuk pengumpulan data penelitian variabel harga.

**3. Uji Reliabilitas Variabel Y (Peningkatan Jumlah)**

Hasil uji reliabilitas diperoleh nilai  $r_{hitung}$  (0,789) lebih besar dari  $r_{tabel}$  (0,60) menunjukkan bahwa instrumen variabel

peningkatan jumlah nasabah dinyatakan reliabel.

**Tabel 1.6**  
**Uji Reliabel Y (Peningkatan Jumlah)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.789	10

*Sumber: diolah oleh SPSS*

Maka dengan demikian, sebanyak 10 item pernyataan dinyatakan dapat digunakan untuk pengumpulan data penelitian variabel peningkatan jumlah nasabah.

**c. Uji Normalitas**

**1. Hasil Uji Normalitas Data Variabel X<sub>1</sub> (Promosi)**

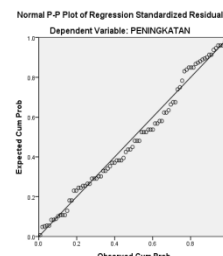
**Tabel 1.7**  
**Uji Normalitas X<sub>1</sub> (Promosi)**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		84
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,75597254
Most Extreme Differences	Absolute	,066
	Positive	,060
	Negative	-,066
Test Statistic		,066
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

*Sumber: diolah oleh SPSS*

Berdasarkan uji normalitas, diperoleh nilai *p-value* (0,05) statistik uji *one sample kolmogorov-smirnov-test* dengan nilai asymp. Sig. sebesar 0,200 (0,200 > 0,05), maka H<sub>0</sub> diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data variabel promosi **berdistribusi normal**.

Distribusi data variabel promosi selanjutnya dapat dilihat pada gambar berikut:



<sup>6</sup> Anton Bawono, "Multivariate Analysis dengan SPSS", (Salatiga: STAIN Salatiga Press,2006), 63.



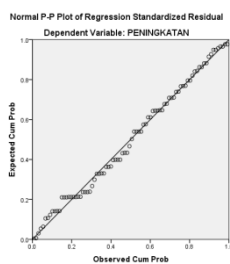
## 2. Hasil Uji Normalitas Data Variabel $X_2$ (Harga)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		84
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,75636503
Most Extreme Differences	Absolute	,074
	Positive	,074
	Negative	-,070
Test Statistic		,074
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: diolah oleh SPSS

Berdasarkan uji normalitas, diperoleh nilai *p-value* (0,05) statistik uji *one sample kolmogorov-smirnov-test* dengan nilai asymp. Sig sebesar 0,200 ( $0,200 > 0,05$ ), maka  $H_0$  diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data variabel harga berdistribusi normal.

Distribusi data variabel harga selanjutnya dapat dilihat pada gambar berikut:

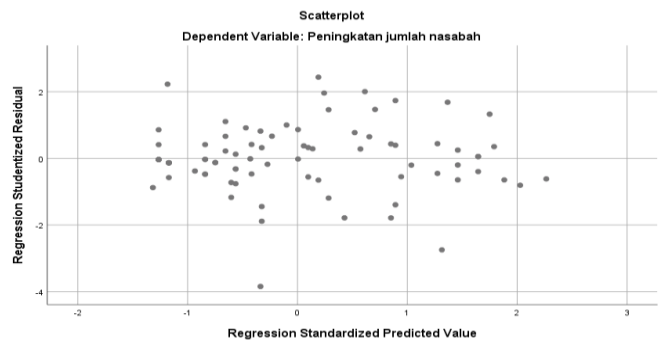


### d. Uji Multikolinearitas

Berdasarkan hasil uji diketahui bahwa seluruh variabel independen dalam penelitian ini memperoleh nilai tolerance  $0,719 > 0,1$  dan VIF  $1,391 < 10$ , maka dapat diambil kesimpulan bahwa data penelitian ini terbebas dari masalah multikolinearitas.

### e. Uji Heteroskedastis

Uji heteroskedastis bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dan *residual* satu pengamatan ke pengamatan lainnya.



Sumber: diolah oleh SPSS

Berdasarkan hasil uji heteroskedastis dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gangguan heteroskedastis.

## f. Koefisien Determinasi ( $R_2$ )

### 1. Uji Determinasi Variabel $X_1$ (Promosi)

Tabel 1.8  
Uji Determinasi  $X_1$

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,527 <sup>a</sup>	,278	,269	2.776

a. Predictors: (Constant), Promosi

b. Dependent Variable : Peningkatan jumlah nasabah

Sumber: diolah oleh SPSS

Hasil analisis determinasi memperlihatkan besarnya koefisien determinasi pengaruh variabel promosi ( $X_1$ ) terhadap peningkatan jumlah nasabah (Y) di BPRS Artha Madani cabang Cikampek sebesar 0,278 atau 27,8%.

Dengan demikian besarnya pengaruh variabel promosi ( $X_1$ ) terhadap peningkatan jumlah nasabah (Y) di BPRS Artha Madani cabang Cikampek sebesar 27,8%. Sedangkan sisanya sebesar 72,2% ditentukan variabel lain yang perlu diteliti lebih lanjut karena keterbatasan penelitian ini.

### 2. Uji Determinasi Variabel $X_2$ (Harga)

Tabel 1.9  
Uji Determinasi  $X_2$

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,708 <sup>a</sup>	,501	,495	2.307

a. Predictors: (Constant), Harga

b. Dependent Variable : Peningkatan jumlah nasabah

Sumber: diolah oleh SPSS



Hasil analisis determinasi memperlihatkan besarnya koefisien determinasi pengaruh variabel harga ( $X_2$ ) terhadap peningkatan jumlah nasabah ( $Y$ ) di BPRS Artha Madani cabang Cikampek sebesar 0,501 atau 50,1%.

Dengan demikian besarnya pengaruh variabel harga ( $X_2$ ) terhadap peningkatan jumlah nasabah ( $Y$ ) di BPRS Artha Madani cabang Cikampek sebesar 50,1%. Sedangkan sisanya sebesar 49,9% ditentukan variabel lain yang perlu diteliti lebih lanjut karena keterbatasan penelitian ini.

### 3. Uji Determinasi Variabel Promosi ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) terhadap peningkatan jumlah nasabah ( $Y$ )

**Tabel 1.9**

#### Uji Determinasi Variabel Promosi ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) terhadap peningkatan jumlah nasabah ( $Y$ )

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.720 <sup>a</sup>	.519	.507	2.28040
a. Predictors: (Constant), Harga, Promosi				
b. Dependent Variable: Peningkatan jumlah nasabah				

Sumber: diolah oleh SPSS

Hasil analisis determinasi memperlihatkan besarnya koefisien determinasi pengaruh variabel promosi ( $X_1$ ) dan variabel harga ( $X_2$ ) terhadap peningkatan jumlah nasabah ( $Y$ ) di BPRS Artha Madani cabang Cikampek sebesar 0,519 atau 51,9 %. Dengan demikian besarnya pengaruh variabel promosi ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) terhadap peningkatan jumlah nasabah ( $Y$ ) di BPRS Artha Madani cabang Cikampek sebesar 51,9 %. Sedangkan sisanya sebesar 48,1% ditentukan variabel lain yang perlu diteliti lebih lanjut karena keterbatasan penelitian ini.

### g. Uji Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda merupakan teknik analisis Regresi yang memiliki satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel independen.

**Tabel 1.10**  
**Uji Regresi Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.413	3.502		.118
	Promosi	.217	.090	.220	2.420
	Harga	.772	.121	.579	6.365
a. Dependent Variable: Peningkatan jumlah nasabah					

Sumber: diolah Oleh SPSS

Berdasarkan tabel diatas, hasil perhitungan analisis persamaan regresi dapat diuraikan sebagai berikut:

$$Y = 0,413 + 0,217 X_1 + 0,772 X_2$$

- 1) Nilai konstanta diperoleh nilai sebesar 0,413 artinya jika tidak ada promosi dan harga maka nilai konstan dari peningkatan jumlah nasabah adalah sebesar 0,413.
- 2) Angka koefisien regresi dari promosi adalah sebesar 0,217, artinya setiap penambahan 1% dari promosi maka nilai dari peningkatan jumlah nasabah akan meningkat sebesar 0,217.
- 3) Angka koefisien regresi dari harga adalah sebesar 0,772, artinya setiap penambahan 1% dari harga maka nilai dari peningkatan jumlah nasabah akan meningkat sebesar 0,772.

### h. Uji Parsial (Uji t)

Analisis pengujian individual atau parsial (uji t) diperlukan untuk mengetahui bahwa variabel independen secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

**Tabel 1.11**  
**Uji t (Parsial) Variabel  $X_1$  Dan  $X_2$  Terhadap  $Y$**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.413	3.502		.118	.906
Promosi	.217	.090	.220	2.420	.018
Harga	.772	.121	.579	6.365	.000
a. Dependent Variable: Peningkatan jumlah nasabah					

Sumber: diolah oleh SPSS

Berdasarkan hasil uji parsial dapat diperoleh kesimpulan bahwa:

- 1) Promosi memperoleh t hitung sebesar  $2,420 > 1,993$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,018 < 0,05$ . Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa promosi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah. Maka promosi mempunyai pengaruh sebesar 24,20%.
- 2) Harga memperoleh t hitung sebesar  $6,365 > 1,993$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah. Maka harga mempunyai pengaruh sebesar 63,65%.

**i. Uji Simultan (Uji f)**

Uji F dikenal dengan Uji serentak untuk melihat bagaimanakah pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya. Uji simultan (uji F) bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen (bebas) mempengaruhi variabel dependen (terikat) secara bersama-sama atau simultan.

**Tabel 1.12**

**Uji f (simultan) Variabel  $X_1$  Dan  $X_2$  Terhadap Y**

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	453.676	2	226.838	43.621	.000 <sup>b</sup>
Residual	421.217	81	5.200		
Total	874.893	83			

a. Dependent Variable: Peningkatan jumlah nasabah  
 b. Predictors: (Constant), Harga, Promosi

Sumber: diolah oleh SPSS

Berdasarkan output diatas diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa promosi dan harga berpengaruh secara simultan/memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap peningkatan jumlah nasabah dengan presentase sebesar 43,62%.

**IV. KESIMPULAN**

Berdasarkan uji statistik yang telah dilakukan, mendapatkan hasil bahwa promosi tidak memberikan pengaruh secara signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah produk akad *murabahah* di BPRS Artha Madani cabang Cikampek dengan presentasi sebesar 24,20 %

Berdasarkan uji statistik yang telah dilakukan, mendapatkan hasil bahwa harga memberikan pengaruh secara signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah produk akad *murabahah* di BPRS Artha Madani cabang Cikampek dengan presentasi sebesar 63,65%.

Berdasarkan uji statistik yang telah dilakukan, mendapatkan hasil bahwa promosi dan harga mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah sebesar 51.9%, sedangkan sisanya dipengaruhi variabel lain diluar penelitian.

**UCAPAN TERIMA KASIH**

Puji syukur kehadiran Allah SWT penulis dapat menyelesaikan tugas jurnal tepat pada waktunya, shalawat dan salam penulis sampaikan kepada junjunan nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya, sahabatnya dan kita selaku umatnya yang taat dan mahabah hingga diakhir zaman.

Ucapan terima kasih sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada:

1. Bapak, Dr. H. K. Prihartono AH, Drs, S.Sos., MM selaku pembina konsorsium perguruan Tinggi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syari'ah (STIES) Indonesia Purwakarta.
2. Bapak, Ahmad Damiri, S.Sy., M.Ag selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syari'ah Indonesia Purwakarta.
3. Ibu, Hj.Rina Nurhayati, S.Sos., M.Si selaku Wakil Ketua I Bidang Akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syari'ah (STIES) Indonesia Purwakarta.
4. Ibu, Farida Nurazizah YR, S.Pd, selaku Wakil Ketua II Bidang Keuangan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syari'ah (STIES) Indonesia Purwakarta.
5. Bapak, M. Cahyo Sucipto, S.Pd., M.Pd selaku Wakil Ketua III Bidang Kemahasiswaan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syari'ah (STIES) Indonesia Purwakarta.
6. Bapak, Ahmad Saepudin, S.Ud., M.Ud selaku Ketua Prodi Perbankan Syari'ah.
7. Ibu, Ayi Nurbaeti, SE.,ME selaku wakil Ketua Prodi Perbankan Syari'ah.
8. Bapak, Asep Dede Kurnia, S.Ag., M.Ag selaku Pembimbing I skripsi sarjana strata 1 STIES Indonesia Purwakarta.
9. Bapak, Saepul Bahri, SE., MM Selaku pembimbing II skripsi sarjana strata STIES Indonesia Purwakarta.
10. Segenap dosen pengajar Program Studi Ekonomi Syari'ah dan Perbankan Syari'ah.
11. Kepala Cabang Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah (BPRS) Artha Madani Cabang Cikampek beserta karyawan yang telah banyak

- membantu dalam mencari dan memberikan data untuk keperluan skripsi.
12. Rekan-rekan mahasiswa yang sama-sama menyusun skripsi dan teman-teman lain diluar kampus yang telah membantu saya.
  13. Ibunda tercinta Wiwi Permasih yang selalu mendukung dan memberi perhatian.
  14. Ayahanda tercinta Ayi Sumarno yang selalu memberikan semangat.
  15. Suami tercinta Abdus Shomad, S.Pd yang selalu memberikan arahan dan kesabaran dalam menyelesaikan skripsi ini.
  16. Putraku tersayang Fauzi Bahtiar Ramadhan yang telah memberikan warna dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
  17. Adik saya Ihsan Maulana.
  18. Semua pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga tulisan saya dapat memberikan manfaat dan dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya. Saya harapkan kritik dan saran untuk perbaikan tulisan saya dikemudian hari.

#### **V. Referensi**

- [1] Abdul Manap (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- [2] Ascarya (2015). *Akad&Produk Bank Syariah*. Jakarta: PT RajaGrafindo.
- [3] Atang Abd Hakim (2011). *Fiqih Perbankan Syariah*. Bandung: PT Refika Aditama.
- [4] Daryanto (2013). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- [5] Irham Fahmi (2016). *Manajemen Perbankan Konvensional & Syariah*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- [6] Morissan (2014). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- [7] Rachmat Syafe'I (2001). *Fiqih Muamalah*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- [8] Sugiyono (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- [9] Sulaiman Al-Faifi (2010). *Mukhtashar Fiqih Sunnah Sayyid Sabiq*. Solo: Aqwam.
- [10] Sutanto Herry, Khaerul Umam(2013). *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- [11] Titik Wijayanti(2017). *Marketing Plan Dalam Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia.
- [12] V. Wiratna Sujarweni(2015). *Statistik Untuk Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- [13] Yadi Januari(2015). *Fikih Lembaga Keuangan Syariah*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.

- [14] Wawancara dengan Tatum (Kepala Cabang BPRS Artha Madani Cabang Cikampek), Cikampek, 10 Januari 2019.