

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

4.1.1. Analisis Deskriptif

4.1.1.1. Sejarah Singkat Bank Syariah Indonesia KCP Medan

Belawan

BSI merupakan bank hasil merger antara PT Bank BRI syariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BNI Syariah. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) secara resmi mengeluarkan izin merger tiga usaha bank syariah tersebut pada 27 Januari 2021 melalui surat Nomor SR-3/PB.1/2021. Selanjutnya, pada 1 Februari, Presiden Joko Widodo meresmikan kehadiran BSI. Komposisi pemegang saham BSI adalah: PT Bank Mandiri (Persero) Tbk 50,83%, PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk 24,85%, PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk 17,25%. Sisanya adalah pemegang saham yang masing-masing di bawah 5%. Penggabungan ini menyatukan kelebihan dari ketiga bank syariah, sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing di tingkat global. BSI merupakan ikhtiar atas lahirnya bank syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru

pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas.

Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cermin wajah perbankan syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (*Rahmatan Lil 'Aalamiin*). Potensi BSI untuk terus berkembang dan menjadi bagian dari kelompok bank syariah terkemuka di tingkat global sangat terbuka. Selain kinerja yang tumbuh positif, dukungan iklim bahwa pemerintah Indonesia memiliki misi lahirnya ekosistem industri halal dan memiliki bank syariah nasional yang besar serta kuat, fakta bahwa Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia ikut membuka peluang. Dalam konteks inilah kehadiran BSI menjadi sangat penting. Bukan hanya mampu memainkan peran penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal, tetapi juga sebuah ikhtiar mewujudkan harapan Negeri.

4.1.1.2. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan

Visi Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan

Menjadi Bank Syariah terbaik dan termasuk dalam 10 besar Bank di Indonesia dengan eksistensi yang diakui ditingkat regional, membangun lembaga keuangan syariah yang unggul dan berkesinambungan dengan penekanan pada semangat kewirausahaan berdasarkan prinsip kehati-

hatian, keunggulan sumber daya manusia yang Islami dan professional serta orientasi investasi yang inovatif

Misi Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan

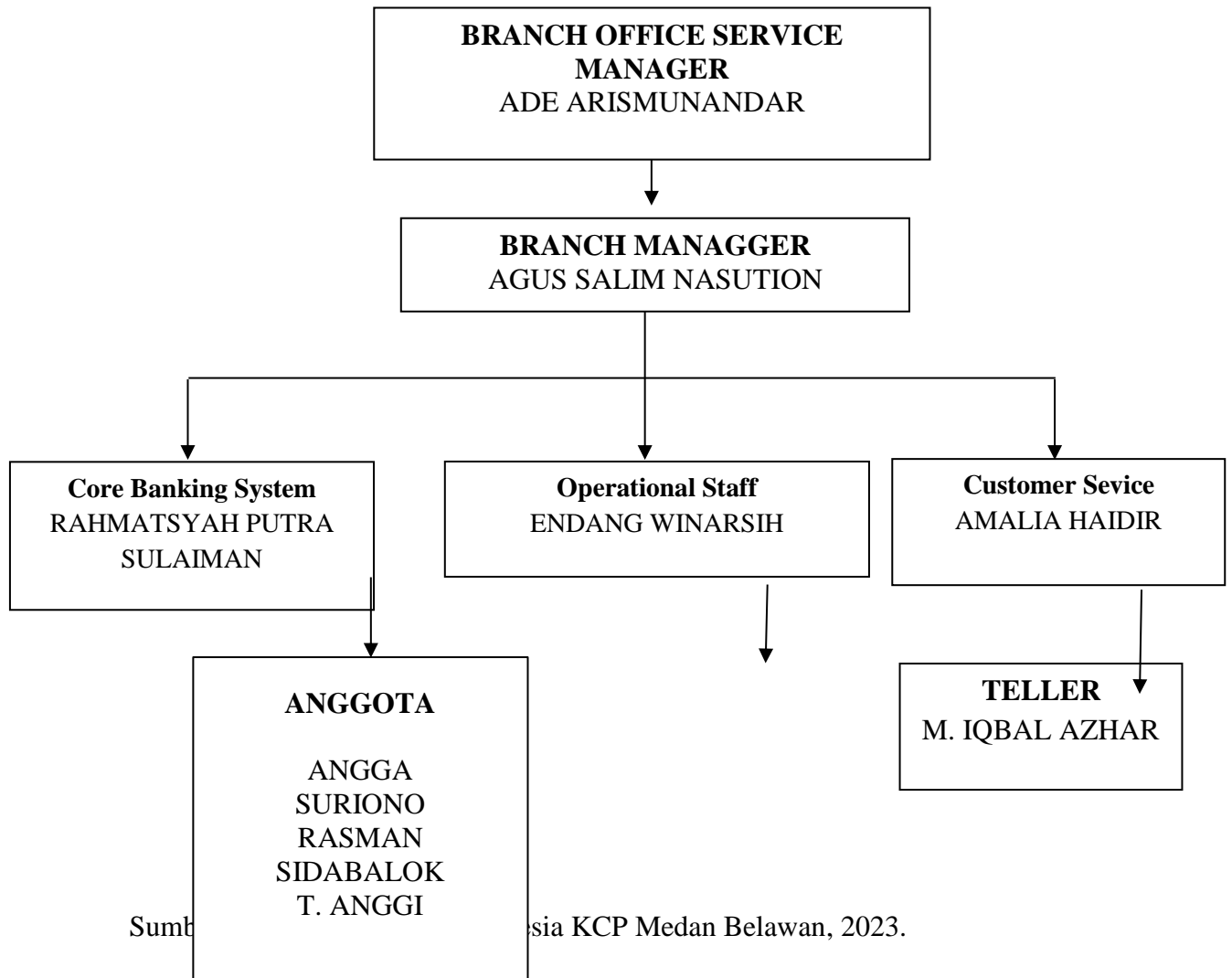
1. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia.
2. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham.
3. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia, perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.

4.1.1.3 Struktur Organisasi Dan Pembagian Tugas

Tujuan dari struktur organisasi perusahaan adalah untuk lebih mudah memahami dalam pembentukan dan penetapan orang-orang atau personal-personal dari suatu perusahaan. Dan untuk memperjelas dalam bidang masing-masing tiap personal sehingga tujuan dari perusahaan dapat dicapai secara efisien serta bagaimana seharusnya hubungan fungsional antara Personal yang satu dengan personal lainnya.

Struktur organisasi adalah pola formal aktivitas dan hubungan antara berbagai sub-unit organisasi yang secara jelas dapat terlihat konfigurasi posisi, penjabaran tugas, dan garis wewenang diantara bagian suatu organisasi. Tugas dan fungsi dari setiap bagian dalam struktur organisasi pada Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 4.1
Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan



Deskripsi Tugas

1. Pemimpin *Branch Manager* Bank BSI KCP Medan Belawan :

Tugas Pemimpin *Branch Manager* BSI :

- a. Meminimalisir setiap potensi resiko yang mungkin terjadi pada setiap kegiatan operasional, kredit, likuiditas, pasar dan resiko lainnya.
- b. Mendengar saran dan pertimbangan dari karyawan kantor cabang pembantu tentang langkah-langkah yang perlu diambil saat ini maupun ke depannya.

2. Pemimpin *Branch Office Service Manager* BSI KCP Medan Belawan:

Tugas *Branch Office Service* BSI :

- a. Memeriksa kebenaran kelengkapan dan pencatatan dokumen transaksi pengirim uang, pembebanan biaya, *test key* dan mengesahkannya.
- b. Mengecek pembiayaan bermasalah dan mengatasi segala resiko yang terjadi pada pembiayaan nasabah.

3. *Core Banking System* BSI KCP Medan Belawan :

Tugas CBS BSI KCP Medan Belawan :

- a. Bertugas untuk mencatat dan melaporkan tugas informasi kondisi keuangan yang dibutuhkan untuk disediakan bagi manajemen perusahaan.
- b. Menjual produk pada BSI dan mengatasi jika terjadi kendala dalam bisnis yang dijalankan.

4. *Operational Staff* PT. BSI KCP Medan Belawan :

Tugas Operasional Staff BSI :

- a. Meningkatkan kemajuan dalam operasional dan melakukan perencanaan dan kegiatan operasional rutin kantor.
- b. Melakukan rapat dan membicarakan kendala yang terjadi dalam operasional kepada anggota tim.

5. *Customer Service*

Tugas *Customer Service* BSI KCP Medan Belawan :

- a. Melayani nasabah dalam pembukaan dan penutupan rekening (giro, deposito dan tabungan) dan memelihara persediaan dan kelengkapan aplikasi setoran, transfer dan aplikasi lainnya di *counter*.
- b. Mengadminitrasikan resi permintaan dan pengembalian buku cek dan bilyet giro serta surat kuasa dan mengatasi kendala yang terjadi pada nasabah yang melakukan pembukaan tabungan.

6. *Teller*

Tugas *Teller* BSI pada pagi hari (sebelum buka kas)

- a. Membuat rincian kas (modal awal) untuk transaksi harian dan menghitung fisik kas (uang) sesuai dengan pemberian kas dari *Head Teller*.
- b. Menghitung uang nasabah dan setelah *Teller* klop, kas (operasional) *Teller* dibuka.

4.1.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Dari kuesioner yang disebarkan diperoleh data tentang karakteristik responden, yakni jenis kelamin dan usia yang dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Penelitian

No	Karakteristik Responden		Frekuensi	Persentase (%)
1	Jenis Kelamin	1. Perempuan	21	31.82
		2. Laki-laki	45	68.18
		Jumlah	66	100
2	Usia	1. > 20 tahun	0	0
		2. 20 – 30 tahun	12	18.18
		3. 31 – 40 tahun	33	50.00
		4. 41 tahun keatas	21	31.82
		Jumlah	66	100

Sumber : Hasil Jawaban Responden (Diolah, 2023)

Tabel 4.1 di atas memperlihatkan bahwa mayoritas responden yang ada dalam penelitian adalah Laki-laki yaitu sebanyak 45 orang atau sebesar 68.18% dan sisanya adalah Perempuan yakni sebanyak 21 orang atau sebesar 31.82%. Dengan demikian hal tersebut menunjukkan bahwa nasabah asuransi jiwa Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan lebih didominasi oleh nasabah dengan jenis kelamin Laki-laki.

Selanjutnya dilihat dari segi usia, responden yang ada dalam penelitian ini paling besar berasal dari usia antara 31 – 40 tahun yakni sebanyak 33 orang atau sebesar 50%, selanjutnya urutan kedua berasal dari usia 41 tahun keatas yakni sebanyak 21 orang atau sebesar 31.82 %. Selanjutnya berasal dari usia antara 20 – 30 tahun yakni sebanyak 12 orang atau sebesar 18.18%. Data tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden berasal dari usia antara 31 – 40 tahun, hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah asuransi jiwa Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan lebih didominasi oleh nasabah dengan usia dewasa dan masa produktif.

4.1.2.1 Analisis Deskriptif Promosi (X₁)

Pada bagian analisa variabel bebas ini penulis mencoba menganalisa jawaban-jawaban dari responden yang menyangkut pertanyaan tentang promosi. Untuk lebih membantu berikut ini penulis sajikan tabel hasil skor jawaban responden dari angket yang penulis sebarakan untuk variabel promosi. Dari tujuh pertanyaan yang diajukan dan dijawab oleh para responden dirangkum dalam tabel tabulasi berikut ini.

Tabel 4.2
Skor Angket Untuk Responden Untuk Variabel Promosi

Alternatif Jawaban												
No	SS		S		RR		TS		STS		JUMLAH	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	14	471,43	44	66,67	7	10,61	1	1,52	0	0,00	66	100%
2	15	440,00	43	65,15	7	10,61	0	0,00	1	1,52	66	100%
3	10	660,00	49	74,24	7	10,61	0	0,00	0	0,00	66	100%
4	16	412,50	44	66,67	6	9,09	0	0,00	0	0,00	66	100%
5	15	440,00	46	69,70	4	6,06	1	1,52	0	0,00	66	100%
6	9	733,33	55	83,33	2	3,03	0	0,00	0	0,00	66	100%

Sumber : Hasil Jawaban Responden (Diolah, 2023)

Dari tabel sebelumnya dapat diuraikan sebagai berikut :

- a. Jawaban responden tentang Saya mengenal Asuransi Jiwa di Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan melalui promosi yang dilakukan, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 44 orang atau 66,67%.
- b. Jawaban responden tentang Pentingnya pemasangan spanduk dan alat promosi lain di tempat strategis dan sekitar kantor, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 43 orang atau 65,15%.

- c. Jawaban responden tentang Informasi yang diberikan Asuransi Jiwa di Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan saat melakukan promosi sangat transparan dan komprehensif, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 49 orang atau 74,24%.
- d. Jawaban responden tentang Promosi yang dilakukan Asuransi Jiwa di Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan melalui spanduk, iklan, dan brosur sangat jelas, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 44 orang atau 66,67%.
- e. Jawaban responden tentang Saya berminat karena asuransi jiwa di Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan merupakan asuransi yang berbasis syariah, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 46 orang atau 69,70%
- f. Jawaban responden tentang Saya berminat karena asuransi jiwa di Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan sudah sangat dipercaya masyarakat, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 55 orang atau 83,33%

4.1.2.2 Analisis Deskriptif Produk (X₂)

Pada bagian analisa variabel bebas ini penulis mencoba menganalisa jawaban-jawaban dari responden yang menyangkut pertanyaan tentang produk. Untuk lebih membantu berikut ini penulis sajikan tabel hasil skor jawaban responden dari angket yang penulis sebarakan untuk variabel produk. Dari delapan pertanyaan yang diajukan dan dijawab oleh para responden dirangkum dalam tabel tabulasi berikut ini.

Tabel 4.3
Skor Angket Untuk Responden Untuk Variabel Produk

Alternatif Jawaban												
No Per	SS		S		KS		TS		STS		JUMLAH	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	20	330,00	36	54,55	10	15,15	0	0,00	0	0,00	66	100%
2	14	471,43	44	66,67	8	12,12	0	0,00	0	0,00	66	100%
3	19	347,37	40	60,61	7	10,61	0	0,00	0	0,00	66	100%
4	12	550,00	45	68,18	9	13,64	0	0,00	0	0,00	66	100%
5	17	388,24	39	59,09	9	13,64	0	0,00	1	1,52	66	100%
6	12	550,00	51	77,27	3	4,55	0	0,00	0	0,00	66	100%
7	5	1320,00	56	84,85	5	7,58	0	0,00	0	0,00	66	100%
8	7	942,86	55	83,33	4	6,06	0	0,00	0	0,00	66	100%

Sumber : Hasil Jawaban Responden (Diolah, 2023)

Dari tabel sebelumnya dapat diuraikan sebagai berikut :

- a. Jawaban responden tentang Produk Asuransi Jiwa yang ditawarkan di Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan sangat bermanfaat untuk orang banyak, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 36 orang atau 54,55%.
- b. Jawaban responden tentang Tingkat keunggulan produk Asuransi Jiwa di Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan sangat memuaskan, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 44 orang atau 66,67%.
- c. Jawaban responden tentang Produk yang ditawarkan mampu bersaing dengan produk Asuransi Syariah bank lain, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 40 orang atau 60,61%.
- d. Jawaban responden tentang Saya memilih produk Asuransi Jiwa di Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan karena saya sangat membutuhkannya, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 45 orang atau 68,18%.

- e. Jawaban responden tentang Menurut saya produk Asuransi Jiwa di Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan menjamin proteksi dimasa yang akan datang, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 39 orang atau 59,09%
- f. Jawaban responden tentang Produk Asuransi Jiwa yang ditawarkan di Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan dapat memberikan rasa tenang dan nyaman bagi nasabahnya, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 51 orang atau 77,27%
- g. Jawaban responden tentang Produk Asuransi Jiwa yang ditawarkan di Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan sangat mudah proses menjadi nasabahnya, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 56 orang atau 84,85%
- h. Jawaban responden tentang Produk Asuransi Jiwa yang ditawarkan di Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan tidak pernah mengecewakan nasabahnya, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 55 orang atau 83,33%

4.1.2.3. Analisis Deskriptif Harga

Pada bagian analisa variabel bebas ini penulis mencoba menganalisa jawaban-jawaban dari responden yang menyangkut pertanyaan tentang harga. Untuk lebih membantu berikut ini penulis sajikan tabel hasil skor jawaban responden dari angket yang penulis sebarakan untuk variabel harga. Dari enam pertanyaan yang diajukan dan dijawab oleh para responden dirangkum dalam tabel tabulasi berikut ini.

Tabel 4.4
Skor Angket Untuk Responden Untuk Variabel Harga

Alternatif Jawaban												
No	SS		S		KS		TS		STS		JUMLAH	
Per	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	20	330,00	40	60,61	6	9,09	0	0%	0	0%	66	100%
2	11	600,00	45	68,18	10	15,15	0	0%	0	0%	66	100%
3	12	550,00	44	66,67	10	15,15	0	0%	0	0%	66	100%
4	17	388,24	40	60,61	9	13,64	0	0%	0	0%	66	100%
5	8	825,00	54	81,82	4	6,06	0	0%	0	0%	66	100%
6	9	733,33	52	78,79	5	7,58	0	0%	0	0%	66	100%

Sumber : Hasil Jawaban Responden (Diolah, 2023)

Dari tabel sebelumnya dapat diuraikan sebagai berikut :

- a. Jawaban responden tentang Harga premi sesuai dengan daya beli masyarakat, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 40 orang atau 60,61%.
- b. Jawaban responden tentang Pembayaran premi dilakukan cukup mudah melalui perantara: ATM, Bank, Internet Banking dan lainnya, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 45 orang atau 68,18%.
- c. Jawaban responden tentang Tidak ada tambahan administrasi yang membebani, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 44 orang atau 66,67%.
- d. Jawaban responden tentang Harga premi sangat terjangkau, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 40 orang atau 60,61%.
- e. Jawaban responden tentang Harga premi disesuaikan dengan kebutuhan nasabah, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 54 orang atau 81,82%.

- f. Jawaban responden tentang Harga premi sangat bersaing dengan produk sejenis dari bank lain, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 52 orang atau 78,79%.

4.1.2.4 Analisis Deskriptif Keputusan Nasabah

Pada bagian analisa variabel bebas ini penulis mencoba menganalisa jawaban-jawaban dari responden yang menyangkut pertanyaan tentang keputusan nasabah. Untuk lebih membantu berikut ini penulis sajikan tabel hasil skor jawaban responden dari angket yang penulis sebarakan untuk variabel keputusan nasabah. Dari delapan pertanyaan yang diajukan dan dijawab oleh para responden dalam penelitian ini maka dapat dirangkum dalam tabulasi berikut.

Tabel 4.5
Skor Angket Untuk Responden Untuk Variabel Keputusan Nasabah

Alternatif Jawaban												
No	SS		S		KS		TS		STS		JUMLAH	
Per	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	13	507,69	36	54,55	17	25,76	0	0%	0	0%	66	100%
2	9	733,33	42	63,64	15	22,73	0	0%	0	0%	66	100%
3	14	471,43	33	50,00	19	28,79	0	0%	0	0%	66	100%
4	11	600,00	39	59,09	16	24,24	0	0%	0	0%	66	100%
5	20	330,00	40	60,61	6	9,09	0	0%	0	0%	66	100%
6	11	600,00	45	68,18	10	15,15	0	0%	0	0%	66	100%
7	12	550,00	44	66,67	10	15,15	0	0%	0	0%	66	100%
8	20	330,00	36	54,55	10	15,15	0	0,00	0	0,00	66	100%

Sumber : Hasil Jawaban Responden (Diolah, 2023)

Dari tabel sebelumnya dapat diuraikan sebagai berikut :

- a. Jawaban responden tentang Kesadaran untuk berasuransi dari dalam diri saya sendiri, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 24 orang atau 44.44%.

- b. Jawaban responden tentang Pentingnya memiliki Asuransi Jiwa untuk memperkecil resiko yang terjadi kedepannya, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 30 orang atau 55.56%.
- c. Jawaban responden tentang Saya merasa puas menjadi nasabah Asuransi Jiwa di Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 21 orang atau 38.89%.
- d. Jawaban responden tentang Saya merekomendasikan Asuransi Jiwa di Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan kepada keluarga, saudara, dan teman-teman saya, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 21 orang atau 38.89%.
- e. Jawaban responden tentang Asuransi Jiwa di Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan sudah menjadi kepercayaan keluarga, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 28 orang atau 51.85%.
- f. Jawaban responden tentang Seluruh keluarga sudah terdaftar menjadi nasabah Asuransi Jiwa di Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 33 orang atau 61.11%.
- g. Jawaban responden tentang Asuransi Jiwa di Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan menjadi pilihan satu-satunya yang saya percaya, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 32 orang atau 59.26%.
- h. Jawaban responden tentang Bila diberikan pilihan beberapa asuransi jiwa, maka saya tetap memilih dan tidak akan beralih dari Asuransi Jiwa di Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 32 orang atau 59.26%.

Interprestasi data keseluruhan untuk masing-masing variabel penelitian dapat dilakukan setelah terlebih dahulu dilakukan klasifikasi yang berdasarkan nilai-nilai dari jawaban responden. Adapun hasil jawaban responden terhadap angket yang telah disebarkan dimasukkan dalam bentuk tabulasi data dari jawaban angket yang diisi responden, yang secara ringkas dapat dilihat pada lampiran.

4.1.3. Analisis Statistik

4.1.3.1 Statistik Deskriptif

Adapun deskriptif data berkaitan dengan analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah memilih produk asuransi jiwa di Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.6
Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Promosi	66	18.00	30.00	22.4394	2.90955
Produk	66	25.00	37.00	30.1970	3.29204
Harga	66	18.00	30.00	22.5606	2.74074
Keputusan Nasabah	66	24.00	38.00	29.9091	3.75695
Valid N (listwise)	66				

Sumber: Data Diolah, 2023.

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa :

- 1) Variabel promosi mempunyai rata-rata sebesar 22.4394, dan nilai maksimum sebesar 30. Promosi sebagai variabel bebas (X_1) merupakan suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan

untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut.

- 2) Variabel produk mempunyai rata-rata sebesar 30.1970, dan nilai maksimum sebesar 37. Produk sebagai variabel bebas (X_2) merupakan sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.
- 3) Variabel harga mempunyai rata-rata sebesar 22.5606, dan nilai maksimum sebesar 30. Harga variabel bebas (X_3) adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.
- 4) Variabel keputusan nasabah mempunyai rata-rata sebesar 29.9091, dan nilai maksimum sebesar 38. Keputusan nasabah adalah hal sesuatu yang diputuskan konsumen untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian barang atau jasa atau suatu keputusan setelah melalui beberapa proses.

4.1.3.2 Analisis Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Berdasarkan hasil analisis data penelitian berdasarkan jawaban responden oleh peneliti dapat diketahui dari pernyataan tersebut. Dalam perhitungan validitas ini membandingkan nilai *person correlation* dengan r tabel, dimana r tabel

diperoleh berdasarkan rumus $n-2 = 66 - 2 = 64$ dengan nilai r tabel sebesar 0,2042.

Maka hasil perhitungan uji validitas ialah:

Tabel 4.7
Uji Validitas Variabel Promosi

Pernyataan	Person Correlation	R_{tabel}	Keterangan
X1.1	0,643	0,2042	Valid
X1.2	0,620	0,2042	Valid
X1.3	0,510	0,2042	Valid
X1.4	0,454	0,2042	Valid
X1.5	0,535	0,2042	Valid
X1.6	0,554	0,2042	Valid

Sumber : Diolah SPSS, 2023.

Berdasarkan perhitungan data jawaban responden pada uji validitas terhadap variabel Promosi (X_1) di atas yang terdiri dari 6 pertanyaan dengan 66 responden dapat diketahui bahwa semua pernyataan tersebut dinyatakan valid dengan nilai r_{tabel} 0,2042. Dinyatakan valid karena nilai *Person Correlation* lebih besar dibandingkan dengan r_{tabel} 0,2042.

Tabel 4.8
Uji Validitas Variabel Produk

Pernyataan	Person Correlation	R_{tabel}	Keterangan
X2.1	0,484	0,2042	Valid
X2.2	0,348	0,2042	Valid
X2.3	0,448	0,2042	Valid
X2.4	0,451	0,2042	Valid
X2.5	0,546	0,2042	Valid
X2.6	0,356	0,2042	Valid
X2.7	0,554	0,2042	Valid
X2.8	0,485	0,2042	Valid

Sumber : Diolah SPSS, 2023

Berdasarkan perhitungan data jawaban responden pada uji validitas terhadap variabel Produk (X_2) diatas yang terdiri dari 8 pernyataan dengan 66 responden dapat diketahui bahwa semua pernyataan tersebut dinyatakan valid dengan nilai r_{tabel} 0,2042. Dinyatakan valid karena nilai *Person Correlation* lebih besar dibandingkan dengan r_{tabel} 0,2042.

Tabel 4.9
Uji Validitas Variabel Harga

Pernyataan	Person Correlation	R_{tabel}	Keterangan
X3.1	0,498	0,2042	Valid
X3.2	0,554	0,2042	Valid
X3.3	0,625	0,2042	Valid
X3.4	0,297	0,2042	Valid
X3.5	0,461	0,2042	Valid
X3.6	0,394	0,2042	Valid

Sumber : Diolah SPSS, 2023

Berdasarkan perhitungan data jawaban responden pada uji validitas terhadap variabel Harga (X_3) diatas yang terdiri dari 6 pernyataan dengan 66 responden dapat diketahui bahwa semua pernyataan tersebut dinyatakan valid dengan nilai r_{tabel} 0,2042. Dinyatakan valid karena nilai *Person Correlation* lebih besar dibandingkan dengan r_{tabel} 0,2042

Tabel 4.10
Uji Validitas Variabel Keputusan Nasabah

Pernyataan	Person Correlation	R_{tabel}	Keterangan
Y.1	0,463	0,2042	Valid
Y.2	0,625	0,2042	Valid
Y.3	0,661	0,2042	Valid
Y.4	0,540	0,2042	Valid
Y.5	0,551	0,2042	Valid
Y.6	0,388	0,2042	Valid
Y.7	0,591	0,2042	Valid
Y.8	0,636	0,2042	Valid

Sumber : Di olah SPSS, 2023.

Berdasarkan perhitungan data jawaban responden pada uji validitas terhadap variabel Keputusan nasabah (Y) diatas yang terdiri dari 8 pernyataan dengan 66 responden dapat diketahui bahwa semua pernyataan tersebut dinyatakan valid dengan nilai r_{tabel} 0,2042. Dinyatakan valid karena nilai *Person Correlation* lebih besar dibandingkan dengan r_{tabel} 0,2042.

2. Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil analisis data jawaban responden yang dilakukan oleh peneliti dapat diketahui dari pernyataan tersebut. Maka hasil perhitungan uji reliabilitas ialah:

Tabel 4.11
Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha	Keterangan
Promosi	0.797	Reliabilitas
Produk	0.761	Reliabilitas
Harga	0.734	Reliabilitas
Keputusan nasabah	0.829	Reliabilitas

Sumber : Di olah Spss

Dari hasil uji reliabilitas di atas dapat diketahui nilai *Cronbach's Alpha* untuk masing – masing variabel. Nilai *Cronbach's Alpha* yang dihasilkan pada 4 variabel yaitu promosi, produk, harga dan keputusan nasabah dinyatakan reliabilitas dengan nilai reliabel $\geq 0,70$.

4.1.3.3 Analisis Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas Data

Regresi yang baik mensyaratkan adanya normalitas pada data penelitian atau pada nilai residualnya bukan pada masing-masing variabelnya. Uji normalitas

model regresi dalam penelitian ini menggunakan analisis grafik dengan melihat histogram dan normal *probability plot*. Apabila *ploting* data membentuk satu garis lurus diagonal maka distribusi data adalah normal berikut adalah hasil uji normalitas dengan menggunakan diagram.

Tabel 4.12
Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test					
		Promosi	Produk	Harga	Keputusan Nasabah
N		66	66	66	66
Normal Parameters ^a	Mean	22.4394	30.1970	22.5606	29.9091
	Std. Deviation	2.90955	3.29204	2.74074	3.75695
Most Extreme Differences	Absolute	.084	.127	.111	.113
	Positive	.084	.127	.111	.099
	Negative	-.076	-.072	-.086	-.113
Kolmogorov-Smirnov Z		.680	1.028	.905	.917
Asymp. Sig. (2-tailed)		.744	.241	.387	.370
a. Test distribution is Normal.					

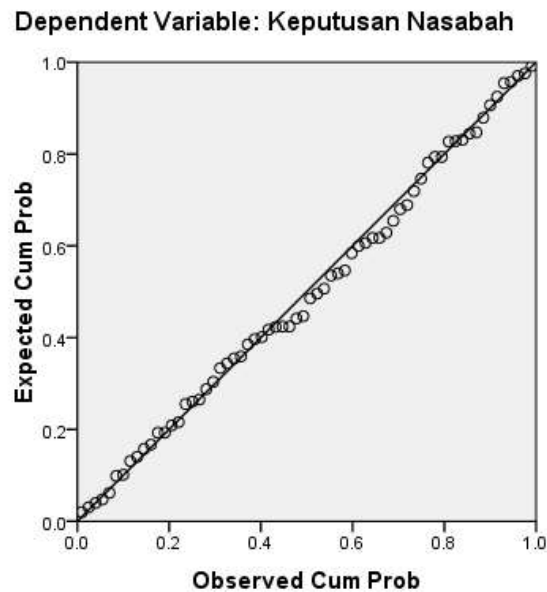
Sumber : Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel Kolmogorov-Smirnov Test dapat diketahui apakah data penelitian telah terdistribusi normal atau tidak, dan hasil *test distribution* ternyata menunjukkan normal. Hal ini diketahui dari nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* yang lebih besar dari 0.05, yaitu 0.744 untuk variabel promosi, 0.241 untuk variabel produk, 0.387 untuk variabel harga dan 0.370 untuk variabel keputusan nasabah. Dengan demikian berarti seluruh data dalam penelitian telah terdistribusi dengan normal.

Untuk pengujian lebih lanjut dapat dilihat pada gambar Normal P-Plot berikut ini :

Gambar 4.2
Output SPSS Normal P-Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



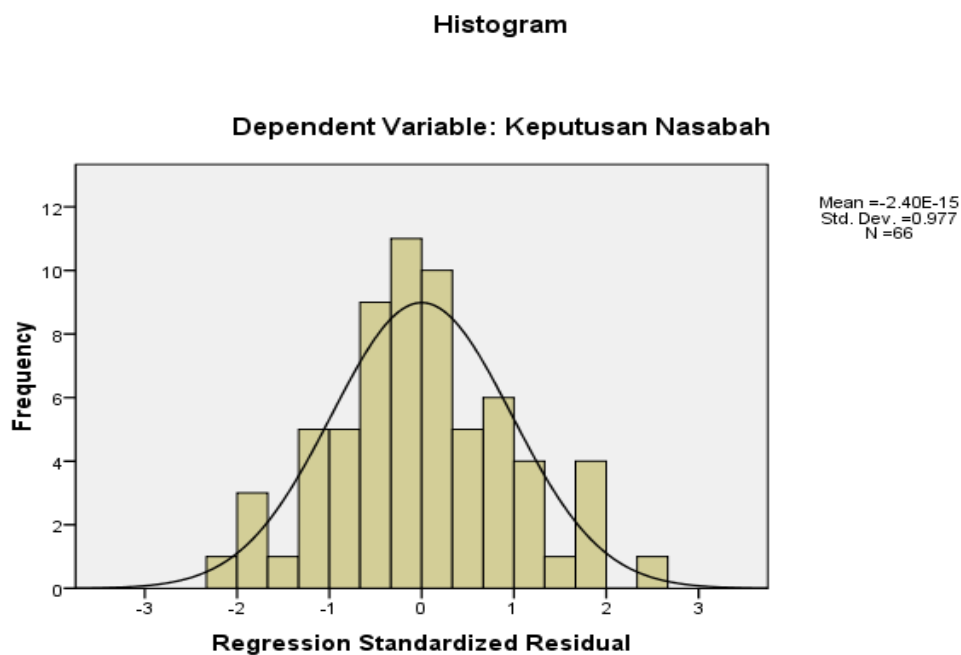
Sumber: Data Diolah, 2023.

Pada gambar 4.2 Normal P-Plot menunjukkan bahwa distribusi data cenderung mendekati garis distribusi normal, distribusi data tersebut tidak tersebar ke kiri atau tidak tersebar ke kanan, berarti data tersebut mempunyai pola seperti distribusi normal, artinya data tersebut sudah layak untuk dijadikan bahan dalam penelitian.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain.

Gambar 4.3
Output SPSS Grafik Histogram



Sumber: Data Diolah, 2023.

Dari grafik Histogram di atas diketahui bahwa titik-titik yang dihasilkan membentuk suatu pola grafik tertentu, sebaran data membentuk suatu grafik yang memiliki titik tertinggi pada garis vertikal nol. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa model regresi ini bebas dari masalah heteroskedastisitas, dengan perkataan lain: variabel-variabel yang akan diuji dalam penelitian ini bersifat homoskedastis.

Berdasarkan gambar *scatterplot* di atas dapat dilihat bahwa variabel dalam penelitian ini berdasarkan pengujian heteroskedastisitas dapat diartikan

bahwa tidak adanya terjadi heteroskedastisitas dalam variabel penelitian yang digunakan. Sebab tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y.

Tabel 4.13
Uji Glejtser

Coefficients^a

Model		Sig.
1	Promosi	.000
	Produk	.000
	Harga	.018

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Sumber : Data Diolah, 2023

Uji Glejtser dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai *absolut residualnya*. Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan *absolut residual* lebih kecil dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heterokedastisitas. Dari tabel 4.12 dapat dilihat bahwa nilai sig variabel lebih kecil 0,05 maka tidak terjadi masalah heterokedastisitas pada penelitian ini.

c Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas dalam penelitian ini adalah dengan melihat koefisien *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai *Tolerance*. Menurut Imam Ghozali (2013: 96) bahwa : “Nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai $Tolerance \leq 0.10$ atau sama dengan nilai $VIF \leq 10$ ”. Dengan kata lain data yang baik dapat dilihat apabila memiliki nilai *Tolerance* lebih kecil dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10

dan apabila nilai Tolerance dan VIF tidak sesuai dengan ketentuan tersebut maka data penelitian mengandung multikolinearitas yang berarti tidak layak digunakan sebagai data penelitian.

Berikut adalah hasil uji multikolinearitas dari output SPSS Versi 22 yang dilakukan.

Tabel 4.14
Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Promosi	.288	3.471
	Produk	.196	5.115
	Harga	.212	4.716

a. Dependent Variable: Keputusan nasabah

Sumber : Hasil Penelitian, 2022 (data diolah)

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10 untuk variabel penelitian promosi, produk dan harga, hal ini menunjukkan bahwa tidak ada multikolinearitas dalam model regresi sehingga data dikatakan baik dan dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.

4.1.3.4 Uji Persamaan Regresi

Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh promosi (X_1), produk (X_2) dan harga (X_3) terhadap keputusan nasabah (Y) dapat diketahui seperti tabel berikut ini :

Tabel 4.15
Hasil Output Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95% Confidence Interval for B		Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.146	1.736		.660	.512	-2.325	4.617					
Promosi	.956	.120	.741	7.947	.000	.716	1.197	.897	.710	.398	.288	3.471
Produk	.512	.129	.449	3.968	.000	.254	.771	.829	.450	.199	.196	5.115
Harga	-.362	.149	-.264	2.432	.018	-.660	-.065	.727	-.295	.122	.212	4.716

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Sumber: Data Diolah, 2023.

Pengaruh positif antara promosi (X_1), produk (X_2) dan harga (X_3) terhadap keputusan nasabah (Y) ini juga dapat dilihat dari besarnya intersep yang diperoleh dari hasil perhitungan yang digunakan alat bantu SPSS 22.0 besarnya konstanta $\alpha = 1.146$, $bx_1 = 0.956$, $bx_2 = 0.512$ dan $bx_3 = -0.362$. Dari besarnya nilai α dan bx_1 tersebut selanjutnya dimasukkan ke dalam persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = 1.146 + 0.956 X_1 + 0.512 X_2 - 0.362 X_3$$

- Dari persamaan regresi ini menunjukkan besarnya nilai konstanta $\alpha = 1.146$ yang artinya apabila promosi (X_1), produk (X_2) dan harga (X_3) tidak ada maka keputusan nasabah (Y) sebesar 1.146 satuan.
- Dari persamaan regresi ini menunjukkan bahwa bilamana promosi (X_1) meningkat 1 satuan akan meningkatkan kepatuhan keputusan nasabah (Y) sebesar 0.956 dari setiap tingkatan 1 satuan promosi.

- c. Dari persamaan regresi ini menunjukkan bahwa bilamana produk (X_2) meningkat 1 satuan akan meningkatkan keputusan nasabah (Y) sebesar 0.512 dari setiap tingkatan 1 satuan produk.
- d. Dari persamaan regresi ini menunjukkan bahwa bilamana harga (X_3) meningkat 1 satuan akan menurunkan keputusan nasabah (Y) sebesar 0.362 dari setiap tingkatan 1 satuan harga.

4.1.3.5 Uji Hipotesis

4.1.3.5.1 Uji t

Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh promosi (X_1), produk (X_2) dan harga (X_3) terhadap keputusan nasabah (Y) dapat diketahui dari tabel uji t dengan menggunakan tabel Coefficients seperti tabel berikut ini :

Tabel 4.16
Hasil Output Regresi dan Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95% Confidence Interval for B		Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.146	1.736		.660	.512	-2.325	4.617					
Promosi	.956	.120	.741	7.947	.000	.716	1.197	.897	.710	.398	.288	3.471
Produk	.512	.129	.449	3.968	.000	.254	.771	.829	.450	.199	.196	5.115
Harga	-.362	.149	-.264	-2.432	.018	-.660	-.065	.727	-.295	-.122	.212	4.716

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Sumber: Data Diolah, 2023.

1. Uji t Promosi (X_1) dan Keputusan Nasabah (Y)

Berdasarkan Tabel 4.15 juga diketahui nilai t_{hitung} variabel promosi sebesar 7.947. Nilai t_{hitung} tersebut dibandingkan dengan t_{tabel} dimana jumlah $n = 66$ berdasarkan tingkat kesalahan $\alpha 0,05$ dan $dk = n - 2 = 66 - 2 = 64$ diperoleh t_{tabel} sebesar 1.66901. Dari hasil yang disajikan tersebut diketahui bahwa $7.947 > 1.66901$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, maka variabel promosi memiliki pengaruh yang nyata (signifikan) dengan variabel keputusan nasabah yang diketahui dari nilai signifikan variabel promosi sebesar 0.000 yang lebih kecil dari nilai $\alpha 0.05$ ($0.000 < 0.05$)

2. Uji t Produk (X_2) dan Keputusan Nasabah (Y)

Berdasarkan Tabel 4.15 juga diketahui nilai t_{hitung} variabel produk sebesar 3.968. Nilai t_{hitung} tersebut dibandingkan dengan t_{tabel} dimana jumlah $n = 66$ berdasarkan tingkat kesalahan $\alpha 0,05$ dan $dk = n - 2 = 66 - 2 = 64$ diperoleh t_{tabel} sebesar 1.66901. Dari hasil yang disajikan tersebut diketahui bahwa $3.968 > 1.66901$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, maka variabel produk memiliki pengaruh yang nyata (signifikan) dengan variabel keputusan nasabah yang diketahui dari nilai signifikan variabel produk sebesar 0.000 yang lebih kecil dari nilai $\alpha 0.05$ ($0.000 < 0.05$).

3. Uji t Harga (X_3) dan Keputusan Nasabah (Y)

Berdasarkan Tabel 4.15 juga diketahui nilai t_{hitung} variabel harga sebesar -2.432. Nilai t_{hitung} tersebut dibandingkan dengan t_{tabel} dimana jumlah $n = 66$ berdasarkan tingkat kesalahan $\alpha 0,05$ dan $dk = n - 2 = 66 - 2 = 64$ diperoleh t_{tabel} sebesar 1.66901. Dari hasil yang disajikan tersebut diketahui bahwa $-2.432 <$

1.66901 maka H_0 diterima dan H_a ditolak, maka variabel harga tidak memiliki pengaruh terhadap variabel keputusan nasabah.

4.1.3.5.2 Uji F

Selanjutnya untuk mengetahui keeratan pengaruh (signifikan) secara serentak perlu dilakukan pengujian nilai F hitung yang dapat dilihat pada tabel Anova berikut :

Tabel 4.17
Hasil Output Uji F

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	775.062	3	258.354	112.492	.000 ^a
	Residual	142.392	62	2.297		
	Total	917.455	65			

a. Predictors: (Constant), Harga, Promosi, Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Sumber: Data Diolah, 20232.

Berdasarkan Tabel 4.16 diketahui nilai $F_{hitung} = 112.492$. Nilai F_{hitung} tersebut selanjutnya dibandingkan F_{tabel} dengan jumlah $n = 66$ berdasarkan tingkat kesalahan $\alpha 0,05$ diperoleh F_{tabel} sebesar 2.75. Dari hasil yang disajikan tersebut diketahui bahwa $112.492 > 2.75$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, maka variabel promosi (X_1), produk (X_2) dan harga (X_3) secara simultan memiliki pengaruh yang nyata (signifikan) atau berpengaruh positif dengan variabel keputusan nasabah (Y) yang diketahui dari nilai signifikan sebesar 0.000 yang lebih kecil dari nilai $\alpha 0.05$ ($0.000 < 0.05$).

4.1.3.6 Uji Determinasi (R)

Untuk mengetahui kebenaran hipotesis adanya pengaruh variabel promosi (X_1), produk (X_2) dan harga (X_3) terhadap keputusan nasabah (Y) dihitung dengan menggunakan alat bantu SPSS 22.0 seperti tabel di bawah ini:

Tabel 4.18
Hasil Output Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.919 ^a	.845	.837	1.51547	.845	112.492	3	62	.000	2.275

a. Predictors: (Constant), Harga, Promosi, Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Sumber: Data Diolah, 2023.

Terdapat pengaruh positif antara promosi (X_1), produk (X_2) dan harga (X_3) terhadap keputusan nasabah (Y) yang ditunjukkan dengan besarnya koefisien korelasi $r_{hitung} = 0,919$. Besarnya r X_1 , X_2 , X_3 Y menunjukkan tingkat kekuatan hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat, menurut klasifikasi tingkat pengaruh antara promosi (X_1), produk (X_2) dan harga (X_3) terhadap keputusan nasabah (Y) memiliki tingkat kekuatan yang kuat.

Berdasarkan Tabel 4.17 diketahui bahwa pengaruh promosi (X_1) dan produk (X_2) terhadap keputusan nasabah (Y) sebesar 0,845 atau 84.5 % sedangkan variabel harga (X_3) tidak berpengaruh, selain itu sisanya sebesar 15.5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini diantaranya fasilitas, pelayanan, jumlah tarif dan sebagainya.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan

Berdasarkan hasil penelitian diketahui ada pengaruh promosi secara parsial terhadap keputusan nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan, hal ini diketahui nilai t_{hitung} variabel promosi sebesar 7.947 yang dibandingkan t_{tabel} sebesar 1.66901 maka $7.947 > 1.66901$ yang berarti variabel promosi memiliki pengaruh yang nyata (signifikan) dengan variabel keputusan nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan.

Penelitian ini menunjukkan bahwa promosi pada Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan sangat mempengaruhi keputusan nasabah. Hal ini diketahui berdasarkan hasil jawaban responden yang menyatakan sangat setuju bahwa mengenal Asuransi Jiwa di Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan melalui promosi yang dilakukan, Pentingnya pemasangan spanduk dan alat promosi lain di tempat strategis dan sekitar kantor, Promosi yang dilakukan Asuransi Jiwa di Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan melalui spanduk, iklan, dan brosur sangat jelas serta Saya berminat karena asuransi jiwa di Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan sudah sangat dipercaya masyarakat. Kesemua jawaban responden tersebut sangat mendukung bahwa pelaksanaan promosi mempunyai pengaruh terhadap keputusan

nasabah dalam menentukan keputusan nasabah memilih produk asuransi jiwa di Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan.

Dalam teori yang dikemukakan Saladin dan Marty (2018: 45) mengatakan bahwa semakin tinggi promosi yang dilakukan perusahaan baik barang maupun jasa, maka semakin tinggi keputusan konsumen untuk menggunakan produk atau jasa tersebut, karena konsumen akan tahu produk yang ditawarkan oleh perusahaan sehingga menarik minat konsumen untuk menggunakan produk tersebut.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Agesta, V.K, (2018) yang menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Sanggar Bunga Mayang Bandar Lampung.

4.2.2 Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan

Ada pengaruh produk secara parsial terhadap keputusan nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan, hal ini diketahui nilai t_{hitung} variabel produk sebesar 3.968 yang dibandingkan t_{tabel} sebesar 1.66901 maka $3.968 > 1.66901$ yang berarti variabel produk memiliki pengaruh yang nyata (signifikan) dengan variabel keputusan nasabah memilih produk asuransi jiwa pada Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan.

Penelitian ini menunjukkan bahwa produk pada Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan sangat mempengaruhi keputusan nasabah. Hal ini diketahui berdasarkan hasil jawaban responden yang menyatakan sangat setuju bahwa Produk Asuransi Jiwa yang ditawarkan di Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan sangat bermanfaat untuk orang banyak, Tingkat keunggulan produk Asuransi Jiwa di Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan sangat memuaskan, Saya memilih produk Asuransi Jiwa di Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan karena saya sangat membutuhkannya, Produk Asuransi Jiwa yang ditawarkan di Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan dapat memberikan rasa tenang dan nyaman bagi nasabahnya, Produk Asuransi Jiwa yang ditawarkan di Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan tidak pernah mengecewakan nasabahnya. Kesemua jawaban responden tersebut sangat mendukung bahwa produk mempunyai pengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menentukan keputusan nasabah memilih produk asuransi jiwa di Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan.

Dalam teori yang dikemukakan Kotler (2012:194) menjelaskan bahwa Produk yang memberikan kepuasan bagi pemakainya akan memiliki segala sesuatu yang dapat ditawarkan kedalam pasar untuk perhatian, dipakai, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan suatu keinginan atau suatu kebutuhan konsumen. Hal inilah yang mampu

meningkatkan keputusan konsumen untuk memilih produk tersebut dibandingkan produk lainnya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Martini (2015) yang menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh harga, kualitas produk dan desain terhadap keputusan pembelian kendaraan bermotor merek Honda Jenis Skutermati.

4.2.3 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan

Tidak ada pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan, hal ini diketahui nilai t_{hitung} variabel harga sebesar -2.432 yang dibandingkan t_{tabel} sebesar 1.66901 maka $-2.432 < 1.66901$ yang berarti variabel harga tidak memiliki pengaruh yang nyata (signifikan) dengan variabel keputusan nasabah memilih produk asuransi jiwa pada Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan.

Penelitian ini menunjukkan bahwa harga pada Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan tidak mempengaruhi keputusan nasabah. Hal ini diketahui berdasarkan hasil jawaban responden yang menyatakan tidak setuju bahwa Harga premi sesuai dengan daya beli masyarakat, Tidak ada tambahan administrasi yang membebani, Harga premi disesuaikan dengan kebutuhan nasabah. Kesemua jawaban responden tersebut tidak mendukung bahwa harga mempunyai pengaruh

terhadap keputusan nasabah memilih produk asuransi jiwa di Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan.

Dalam teori yang dikemukakan Arifin (2019:107) menjelaskan bahwa Semakin banyak produsen yang terlibat di dalam pemenuhan kebutuhan atau keinginan konsumen, membuat perusahaan harus lebih meneliti dengan baik dalam menetapkan harga. Harga sangat menentukan kelangsungan di perusahaan, karena harga ialah pondasi laku dan tidaknya dalam suatu produk yang akan dijual. Maka harga hanya dipatok dengan cara yang sangat kompetitif, diantara pebisnis dan tidak boleh melakukan cara dengan merugikan orang lain. Sehingga, kualitas atau harga merupakan suatu pilihan variabel bagi konsumen, karena suatu harga produk sangat menentukan keputusan konsumen untuk memilih produk.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Jalaluddin (2018) yang menyimpulkan bahwa variabel bebas hanya produk dan religiusitas yang signifikan mempengaruhi masyarakat, sedangkan harga, lokasi dan promosi tidak signifikan berpengaruh dalam keputusan pemilihan AJS.

4.2.4 Pengaruh Promosi, Produk dan Harga Terhadap Keputusan Nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan

Ada pengaruh promosi, produk dan harga terhadap keputusan nasabah memilih produk asuransi jiwa pada Bank Syariah Indonesia

KCP Medan Belawan, hal ini diketahui dari nilai $F_{hitung} = 65.558$ yang dibandingkan F_{tabel} sebesar 2.78 maka $65.558 > 2.78$ yang artinya variabel promosi, produk dan harga secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan.

Penelitian ini menunjukkan bahwa promosi, produk dan harga pada Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan sangat mempengaruhi keputusan nasabah. Hal ini diketahui berdasarkan hasil jawaban responden yang menyatakan sangat setuju bahwa Pentingnya memiliki Asuransi Jiwa untuk memperkecil resiko yang terjadi kedepannya, Saya merasa puas menjadi nasabah Asuransi Jiwa di Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan, Asuransi Jiwa di Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan menjadi pilihan satu-satunya yang saya percaya, Bila diberikan pilihan beberapa asuransi jiwa, maka saya tetap memilih dan tidak akan beralih dari Asuransi Jiwa di Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan, Seluruh keluarga sudah terdaftar menjadi nasabah Asuransi Jiwa di Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan. Kesemua jawaban responden tersebut secara serentak sangat mendukung bahwa promosi, produk dan harga mempunyai pengaruh terhadap keputusan nasabah memilih produk asuransi jiwa di Bank Syariah Indonesia KCP Medan Belawan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Firman Yulianto (2018) yang menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh

faktor bauran pemasaran terhadap pertimbangan nasabah dalam n
bank syariah di Kota Medan