Kombinasi warna yang digunakan merupakan turunan dari warna biru dan putih.sebagai benang merah dengan brand PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) persero Tbk,.Aktivitas BRI Syari’ah semakin kokoh setelah pada 19 Desember 2008 ditandatangani akta pemisahan unit usaha Syariah, PT. Bank Rakyat Indonesia (persero),Tbk., untuk melebur kedalam BRISyariah (prosess spin off) yang berlaku efektif pada tanggal 1 januari 2009. Penandatangan dilakukan oleh Bapak Sofyan Basir selaku Direktur Utama PT. Bank Rakyat Indonesia (persero),Tbk., dan bapak Ventje Rahardjo Selaku Direktur Utama BRISyariah.

BRISyariah telah menjadi Bank Syariah ketiga terbesar berdasarkan fase, jumlah pembiayaan dan perolehan dana pihak ketiga, dengan berfokus pada segmen menengah bahwa, BRISyariah menargetkan menjadi bank ritel modern terkemuka dengan berbagai ragam produk dan layanan perbankan.Sesuai dengan visinya, saat ini BRISyariah merintis sinergi dengan PT. Bank Rakyat Indonesia (persero),Tbk., dengan memanfaatkan jaringan PT. Bank Rakyat Indonesia (persero),Tbk., sebagai kantor layanan syariah dalam mengembangkan bisnis yang berfokus kepada kegiatan penghimpun dana masyarakat dan kegiatan konsumer berdasarkan prinsip syariah.

1. **Visi dan Misi PT. BRI Syari’ah**

Berikut adalah Visi dan Misi PT.BRI Syari’ah pada umumnya:

1. **Visi**

Menjadi bank ritel modern dengan ragam financial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna.

1. **Misi**
2. Memahami keramahan individu dan mengakomodasi beragam kebutuhan finansial nasabah.
3. Menyediakan produk dan layanan yang mengedepankan etika sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.
4. Menyediakan akses ternyaman melalu berbagai sarana kapanpun dan dimanapun.
5. Memungkinkan setiap individu untuk meningkatkan kualitas hidupdan menghadirkan ketentraman fikiran.
6. **Budaya Kerja BRI Syari’ah**
7. Profesional

Kesungguhan dalam melakukan tugas sesuai dengan teknis dan etikayang telah ditentukan sehingga rasa profesionalis dari diri pegawai akan tumbuh dengan sediri karena terbiasa melakukan sifat profesionalis baik kepada sesama pegawai ataupun kepada nasabah yang akan melakukan transaksi baik didalam kantor maupun diluar kantor yang akan menumbuhkan rasa keyakinan dari pihak nasabah untuk BRISsyari’ah.

1. Antusias

Semangat atau dorongan untuk berperan aktif dan mendalam pada setap aktifitas kerja.

1. Penghargaan terhadap SDM

Menempatkan dan mengharga karyawan sebagai modal utama perusahaan dengan menjalankan upaya-upaya yang optimal mulai dari perencanaan, perekrutan, pengembangan dan pemberdayaan SDM yang berkualitas, serta memperlakukannya baik sebagai individu maupun kelompok berdasarkan azas saling percaya, terbuka, adil dan menghargai.

1. Tawakal

Optimis diawali dengan do’a yang sungguh-sungguh, dimanisfestasikan dengan upaya yang sungguh-sungguh dan diakhiri dengan keikhlasan atas hasil yang didapatkan.

1. Integritas

Kesesuaian antara kata dan perbuatan dalam merapkan etika kerja, nilai-nilai kebijakan dan peraturan organisasi secara konsisten sehingga memegang teguh etika profesi dan bisnis, ,meskipun dalam keadaan yang sulit untuk melakukannya.

1. Berorientasi Bisnis

Tanggap terhadap perubahan, dan peluang, selalu berfikir dan berbuat untuk menghasilkan nilai tambah dan pekerjaannya.

1. Kepuasan pelanggan

Memiliki kesadaran, sikap serta tindakan yang bertujuan memuaskan pelanggan eksternal dan internal dilingkungan perusahaan.[[1]](#footnote-2)

1. **Profil Singkat BRI Syari’ah KCP Balaraja**
2. **Profil singkat BRI Syari’ah KCP Balaraja**

[[2]](#footnote-3)BRI Syari’ah Kantor cabang pembantu balaraja merupakan salah satu cabang pembantu yang dimiliki oleh PT. BRI Syari’ah yang memiliki banyak nasabah khususnya di daerah Kabupaten Tangerang . BRI Syari’ah KCP Balaraja ini berdiri ditengah-tengah keramaian dan tidak jauh dari pesaing yaitu : Bank Mu’amalat, Bank BNI , Bank BJB. Kantor cabang pembantu balaraja ini dibuka karena banyaknya pinjaman nasabah yang berasal dari daerah balaraja, keputusan perusahaan untuk membuat KCP di balaraja karena banyaknya permintaan kemudian barulah di dirikannya bangunan untuk mempermudah melakukan transaksi. Setelah berdirnya bagunan BRI Syari’ah KCP Balaraja , seiring perkembangan waktu barulah pihak bank mengeluarkan produknya satu persatu sehingga membuat nasabah semakin tertarik dengan adanya BRI Syari’ah, dengan cara menwarkan produk-produk terbaru kepada nasabah harga dan vasolitas sesuai dengan kebutuhan nasabah.

1. **Oprasional BRI Syari’ah KCP Balaraja**

BRI Syari’ah Kantor Cabang Pembantu Balaraja beroprasi setiap hari (Senin-Jum’at), jam operasional BRI Syari’ah KCP Balaraja 08.00 – 15.00

1. **Strategi Pemasaran Produk BRI Syari’ah KCP Balaraja**

Ada beberapa strategi pemasaran produk yang dilakukan oleh BRI Syari’ah KCP Balaraja diantaraya yaitu:

1. Untuk penarikan uang ATM pada bank manapun hanya dikenakan tarif 50% dari biaya bank lain, misalnya jika nasabah lain melakukan penarikan pada ATM bersama biasanya dikenakan Rp. 7.000 sedangkan apabila nasabah BRI Syari’ah melakukan penarikan pada ATM bersama hanya dikenakan tarif sebesar Rp. 3.000.
2. Memberikan apresiasi berupa hadiah terhadap nasabah yang sering melakukan transaksi pada BRI Syari’ah
3. Memberikan pelayanan yang ramah
4. Menyebarkan brosur untuk publikasi produk BRI Syari’ah
5. Mengajak Nasabah untuk berdonasi kepada yang membutuhkan pada saat bulan Suci Ramadhan
6. Harga produk terjangkau sesuai kemampuan dan keinginan nasabah
7. Meluangkan waktu untuk bertemu dan bertegur sapa dengan nasabah BRI Syari’ah
8. Menjaga komunikasi dengan nasabah
9. Memberikan kenyamanan kepada nasabah.
10. Menyediakan fasilitas kepada nasabah seperti : Wifi, Mushola, WC TV, AC dll.
11. **Struktur Organisasi BRI Syari’ah KCP Balaraja**

Struktur organisasi BRI Syari’ah Kantor Cabang Pembantu Balaraja terdiri dari pimpinan cabang pembantu, kemudian membawahi Branch Operation Superation Suvervisor, Unit Head Mikro dan Account Officer. Branch Operation Superation Suvervisor menaungi Costumer Service, Teller, Security, Pramubakti, Unit Head Mikro menaungi AOM, untuk lebih jelasnya dilihat pada gambar 4.1.

PINCAPEM

ULLY ASFURI BR

UNIT HEAD MIKRO

PIKANO

BRANCH OPERATION SUVERVISOR

AGRIDHANI DEAVY

COSTUMER SERVICE

RANI NOVIA PRIHATIN

TELLER

RYANTIKA WACHYUDI

SECURITY

SAMSUHA

AHMAD NAWASI

PRAMUBAKTI

M. SHOPA

AOM

TOMMY AGUSTIAN

JAMAL PUADI

SAMSUL HADI

AO

DIDI AHDIAT

**Gambar 4.1**

**Bagan Stuktur Organisasi**

**(Sumber: Dokumen BRI Syari’ah Kantor Cabang Pembantu Balaraja)**

1. **Rekapitulasi Hasil Kuesioner**
2. **Data Variabel Produk (X)**

Berdasarkan kuesioner yang disebarkan kepada 50 responden diperoleh data variabel produk yang disajikan dalam tabel 4.1 sebagai berikut:

**Tabel 4.1**

**Hasil data variabel produk**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Responden | Item Pertanyaan | | | | | | | | | | Skor Total |
| P1 | P2 | P3 | P4 | P5 | P6 | P7 | P8 | P9 | P10 |
| 1 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 46 |
| 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 46 |
| 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 39 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 47 |
| 6 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 45 |
| 7 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 43 |
| 8 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 38 |
| 9 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 10 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 11 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 12 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 49 |
| 13 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 14 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 15 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 17 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 18 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 19 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 21 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 22 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 23 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 42 |
| 24 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 46 |
| 25 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 41 |
| 26 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 27 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 43 |
| 28 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 34 |
| 29 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 30 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 42 |
| 31 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 46 |
| 32 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 33 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 34 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 35 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 36 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 37 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 40 |
| 38 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 40 |
| 39 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 40 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 41 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 42 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 39 |
| 43 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 44 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 45 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 46 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 47 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 48 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 47 |
| 49 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 47 |
| 50 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 45 |

1. **Data Variabel Meningkatkan Jumlah Nasabah (Y)**

Berdasarkan kuesioner yang disebarkan kepada 50 responden diperoleh data variabel meningkatkan jumlah nasabah (Y) yang dijelaskan pada tabel 4.2 sebagai berikut:

**Tabel 4.2**

**Hasil data variabel meningkatkan jumlah nasabah**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Responden | Item Pertanyaan | | | | | | | | | | Skor Total |
| M1 | M2 | M3 | M4 | M5 | M6 | M7 | M8 | M9 | M10 |
| 1 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 48 |
| 2 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 49 |
| 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 40 |
| 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 48 |
| 6 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 47 |
| 7 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 45 |
| 8 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 9 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 32 |
| 10 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 11 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 12 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 13 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 14 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 15 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 17 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 18 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 19 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 21 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 22 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 23 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 41 |
| 24 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 25 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 43 |
| 26 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 47 |
| 27 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 46 |
| 28 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 41 |
| 29 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 30 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 31 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 47 |
| 32 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 33 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 34 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 35 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 45 |
| 36 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 37 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 42 |
| 38 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 41 |
| 39 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 40 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 41 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 42 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 40 |
| 43 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 45 |
| 44 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 45 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 46 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 47 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 48 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 46 |
| 49 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 50 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 47 |

1. **Gambaran Umum Responden**

Dibawah ini disajikan karakteristik responden yang terdapat pada diagram lingkaran untuk memudahkan dalam mengidentifikasikan ciri-ciri responden. Penggolongan yang dilakukan terhadap responden dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran responden sebagai objek penelitian.

1. **Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Berdasarkan data yang diperoleh dari 50 responden, sebagian besar responden berjenis kelamin laki-laki, yaitu sebanyak 31 orang atau sebesar 62% dan sebanyak 19 orang atau sebesar 38% berjenis kelamin perempuan. Jadi dapat dikatkan bahwa mayoritas nasabah yang bertransaksi di BRI Syari’ah KCP Balaraja yaitu didominasi oleh nasabah berjenis kelamin laki-laki.

**Gambar 4.2 : Jenis Kelamin Responden**

1. **Pembahasan Hasil Analisis Data**
2. **Analisis Kuantitatif**
3. **Uji Validitas**

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah ayau *valid* suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan *valid* jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Dalam penelitian ini untuk mengukur data kuesioner *valid* atau tidaknya maka perlu membandingkan dengan nilai r standar yaitu 0,05

**Tabel 4.3**

**Hasil Uji Validitas**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No Butir Pertanyaan** | **Kode Item Pertanyaan** | ***Corrected Item-Total Correlation (r hitumg)*** | **R Standar** | **Keterangan** |
| Persepsi produk | P1  P2  P3  P4  P5  P6  P7  P8  P9  P10 | 0,802  0,816  0,850  0,837  0,892  0,885  0,893  0,868  0,830  0,846 | 0,05  0,05  0,05  0,05  0,05  0,05  0,05  0,05  0,05  0,05 | Valid  Valid  Valid  Valid  Valid  Valid  Valid  Valid  Valid  Valid |
| Meningkatkan jumlah nasabah | M1  M2  M3  M4  M5  M6  M7  M8  M9  M10 | 0,842  0,845  0,901  0,818  0,881  0,899  0,822  0,904  0,843  0,629 | 0,05  0,05  0,05  0,05  0,05  0,05  0,05  0,05  0,05  0,05 | Valid  Valid  Valid  Valid  Valid  Valid  Valid  Valid  Valid  Valid |

Berdasarkan hasil pengujian validitas pada tabel 4.3 diatas dengan menggunakan program SPSS v.16 dapat diketahui nilai rhitung> rtabel yang dicari dari signifikan 0,05 dan jumlah data n= 50, maka didapat r tabel sebesar 0,275, maka dapat disimpulkan seluruh item variabel dikatakan valid karena nilai *Corrected Item-Total correlation* (rhitung) untuk masing-masing dari faktor (Produk) dalam meningkatkan jumlah nasabah pada BRI Syari’ah bertanda positif dan mempunyai nilai lebih besar dari nilai rtabel yaitu 0,275.

1. **Uji Reliabilitas**

**Tabel 4.4**

**Hasil Uji Reliabilitas**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **No Butir Pertanyaan** | ***Cronbach’s Alpha*** | **R standar** | **Keterangan** |
| Produk (X) | 0,957 | 0,70 | Reliabel |
| Meningkatkan Jumlah Nasabah (Y) | 0,953 | 0,70 | Reliabel |

Dari hasil pengujian pada tabel 4.7 diatas dengan menggunakan program SPSS v.16 maka didapatkan nilai koefisien *Cronbach’s Alpha* untuk variabel X (Produk) sebesar 0,957 dengan 10 buah indikator pertanyaan yang digunakan, setelah itu nilai koefisien *Cronbach’s Alpha* untuk variabel Y (Meningkatkan Jumlah Nasabah) sebesar 0,953 dengan 10 buah indikator atau item pertanyaan yang digunakan. Karena hasil *Cronbach’s Alpha* > 0,70 maka hasil pengujian ini dapat disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini memiliki kehandalan (*Reliabilitas*).

1. **Uji Asumsi Klasik**
2. **Uji Normalitas**

Uji normalitas dipergunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar 0,05.

**Tabel 4.5**

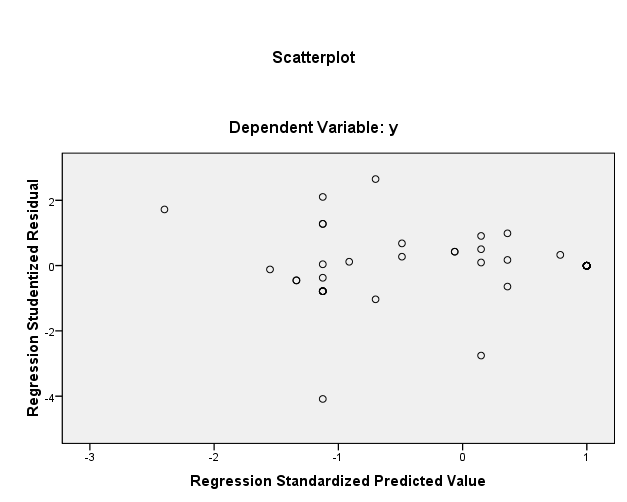
**Hasil Uji Normalitas**

| **One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test** | | | |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  | Produk | MeningkatkanJumlahNasabah |
| N | | 50 | 50 |
| Normal Parametersa | Mean | 45.3000 | 46.2000 |
| Std. Deviation | 4.70887 | 4.54007 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .241 | .259 |
| Positive | .170 | .201 |
| Negative | -.241 | -.259 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | 1.703 | 1.829 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | 0.06 | 0.07 |
| a. Test distribution is Normal. | |  |  |
|  |  |  |  |

Dari tabel diatas didapat nilai Kolmogorof-Smirnov test untuk variabel produk signifikansi sebesar 0.06, dan untuk variabel meningkatkan jumlah nasabah sebesar 0,07 maka dapat disimpulkan bahwa data variabel produk, dan meningkatkan jumlah nasabah berdistribusi normal.

1. **Uji Heteroskedasitisitas**

**Gambar 4.3**

**Hasil Uji Heteroskedasitisitas**

Dari gambar diatas terlihat titik-titik menyebar secara acak tidak berpola serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu *Regression Standardized Residual*  hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi Heteroskedasitisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi meningkatkan jumlah nasabah, berdasarkan masukan variabel independen Strategi Pemasaran Produk.

1. **Uji Hipotesis**
2. **Uji t**

**Tabel 4.6**

**Hasil Uji t**

| **Coefficientsa** | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
| B | Std. Error | Beta |
| 1 | (Constant) | 9.468 | 3.429 |  | 2.761 | .008 |
| X | .811 | .075 | .841 | 10.770 | .000 |
| 1. Dependent Variable: y | | |  |  |  |  |

Hasil pengujian SPSS v.16 diperoleh untuk variabel X (Produk) diperoleh t hitung = 10.770 dengan menggunakan tingkat signifikan ɑ = 50-1-1= 48, uji dilakukan dua sisi dengan perhitungan signifikan 0,05. Diketahui ttabel sebesar 1,677 maka dapat disimpulkan t hitung > t tabel (10.770>1,677) yang artnya Ho ditolak maka terdapat pengaruh antara variabel produk dalam mengkatkan jumlah nasabah pada BRI Syari’ah KCP Balaraja. Berdasarkan hasil tinjauan langsung dalam penelitian ini produk merupakan hal yang menjadi perhatian nasabah, karena salah satu faktor yang ada dalam produk adalah pilihan yang ada.

1. **Uji Koefisien Korelasi**

**Tabel 4.7**

**Hasil Uji Koefisien Korelasi**

| **Model Summaryb** | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .841a | .707 | .701 | 2.482 |
| a. Predictors: (Constant), x | | | |  |
| b. Dependent Variable: y | | |  |  |

Dari tabel 4.8 hasil *Model Summary* diatas dengan menggunakan program SPSS v.16, terlihat bahwa nilai koefisien korelasi (R) yang diperoleh sebesar 0,841. Karena nilai korelasi ganda diantara 0,80 – 0,99 hal ini ditunjukan bahwa terjadi hubungan yang kuat antara Strategi Pemasaran Produk dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah.

1. **Uji Koefisien Determinasi (R2)**

Hasil analisis determinasi dapat dilihat pada output *Model Summary* tabel 4.7 dari hasil analisis regresi *linier* berganda diatas. Berdasarkan *Output* diperoleh angka R2 (R Square) sebesar 0,707 atau (70,7%). Hal ini menunjukan bahwa persentase sumbangan pengaruh variaber produk dalam meningkatkan jumlah nasabah sebesar 70,7% atau variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan sebesar 70,7% vriasi variabel dependen.

1. “Profil PT.BRISyari’ah.”http://studylibid.com/doc/766453/15-bab-ii-gambaran-umum-pt.-bank-bri-syariah-a.-sejarah (diakses pada tanggal 8 Desember 2017 pukul 08.45) [↑](#footnote-ref-2)
2. Agridhani Deavy Branch Operation Suvervisor, “profil Singkat BRISyari’ah Kantor Cabang Pembantu Balaraja Tangerang” interview by Dwi Saraswati Dewi, *Profil Singkat BRISyari’ah Kantor Cabang Pembantu Balaraja Tangerang,* 11 Desember, 2017. [↑](#footnote-ref-3)