

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Sejarah Singkat Bank Mega Syariah

Perjalanan PT Bank Syariah Mega Indonesia diawali dari sebuah bank umum bernama PT Bank Umum Tugu yang berkedudukan di Jakarta. Pada tahun 2001, Para Group (PT. Para Global Investindo dan PT. Para Rekan Investama), kelompok usaha yang juga menaungi PT Bank Mega, Tbk., Trans TV, dan beberapa Perusahaan lainnya, mengakuisisi PT Bank Umum Tugu untuk dikembangkan menjadi bank syariah. Hasil konversi tersebut, pada 25 Agustus 2004 PT. Bank Umum Tugu resmi beroperasi syariah dengan nama PT. Bank Syariah Mega Indonesia.

Komitmen penuh PT Para Global Investindo sebagai pemilik saham mayoritas untuk menjadikan PT Bank Syariah Mega Indonesia sebagai bank syariah terbaik, diwujudkan dengan mengembangkan bank ini melalui pemberian modal yang kuat demi kemajuan perbankan syariah dan perkembangan ekonomi Indonesia pada umumnya. Penambahan modal dari Pemegang Saham merupakan landasan utama untuk memenuhi tuntutan pasar perbankan yang semakin meningkat dan kompetitif. Dengan upaya tersebut, PT. Bank Syariah Mega Indonesia yang memiliki semboyan "untuk kita semua" tumbuh pesat dan terkendali serta menjadi lembaga keuangan syariah ternama yang berhasil memperoleh berbagai penghargaan dan prestasi.

Dalam upaya mewujudkan kinerja sesuai dengan nama yang disandangnya, PT. Bank Syariah Mega Indonesia selalu berpegang pada azas profesionalisme, keterbukaan dan kehati-hatian. Didukung oleh beragam produk dan fasilitas perbankan terkini, PT. Bank Syariah Mega Indonesia terus berkembang, hingga saat ini memiliki 15 jaringan kerja yang terdiri dari kantor cabang, cabang pembantu dan kantor kas yang tersebar di hampir seluruh kota besar di Pulau Jawa dan di luar Jawa.

Guna memudahkan nasabah dalam memenuhi kebutuhannya di bidang keuangan, PT Bank Syariah Mega Indonesia juga bekerjasama dengan PT Arthajasa Pembayaran Elektronik sebagai penyelenggara ATM Bersama serta PT. Rintis Sejahtera sebagai penyelenggara ATM Prima dan Prima Debit. Ini dilakukan agar nasabah dapat melakukan berbagai transaksi perbankan dengan lebih efisien, praktis, dan nyaman.

B. Visi dan Misi Bank Mega Syariah Palembang

Visi

Bank Syariah Kebanggaan bangsa

Misi

Memberikan jasa layanan keuangan syariah terbaik bagi semua kalangan, melalui kinerja organisasi yang unggul, untuk meningkatkan nilai tambah bagi stakeholder dalam mewujudkan kesejahteraan bangsa.

Nilai-nilai:

Visioner, Amanah, Profesional, Konsisten, Interpreneurship, Teamwork.

C. Jenis Usaha dan Kegiatan

Bank Mega Syariah selaku bank yang berprinsip syariah, dalam menjalankan kegiatan operasionalnya tidak menggunakan sistem bunga dalam menentukan imbalan atas dana yang digunakan dan ditanamkan oleh suatu pihak. Penentuan yang dipinjamkan maupun dana yang disimpan dibank berdasarkan prinsip bagi hasil sesuai dengan hukum islam. Dalam hukum islam, bunga adalah riba dan harus dihindarkan. Dalam hal ini penulis membatasi pembahasan mengenai bagaimana Bank Syariah menyalurkan dana, dalam hal ini kredit mikronya kepada masyarakat.

Bank Mega Syariah menyalurkan dana dalam bentuk :

1. Pembiayaan atas dasar Murabahah

Murabahah adalah transaksi jual beli suatu barang sebesar harga perolehan barang ditambah dengan margin yang disepakati oleh kedua pihak, dimana penjual menginformasikan terlebih dahulu harga perolehan kepada pembeli.

2. Pembiayaan atas dasar Musyarakah

Musyarakah adalah transaksi dana dari dua atau lebih pemilik dana atau barang untuk menjalankan usaha tertentu sesuai syariah dengan pembagian

hasil antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang disepakati, sedangkan pembagian kerugian berdasarkan proporsi modal masing-masing.

3. Pembiayaan atas dasar Qardh

Qardh adalah transaksi pinjam-meminjam dana tanpa imbalan dengan kewajiban pihak peminjam mengembalikan pokok pinjaman secara sekaligus atau cicilan dalam jangka waktu tertentu.

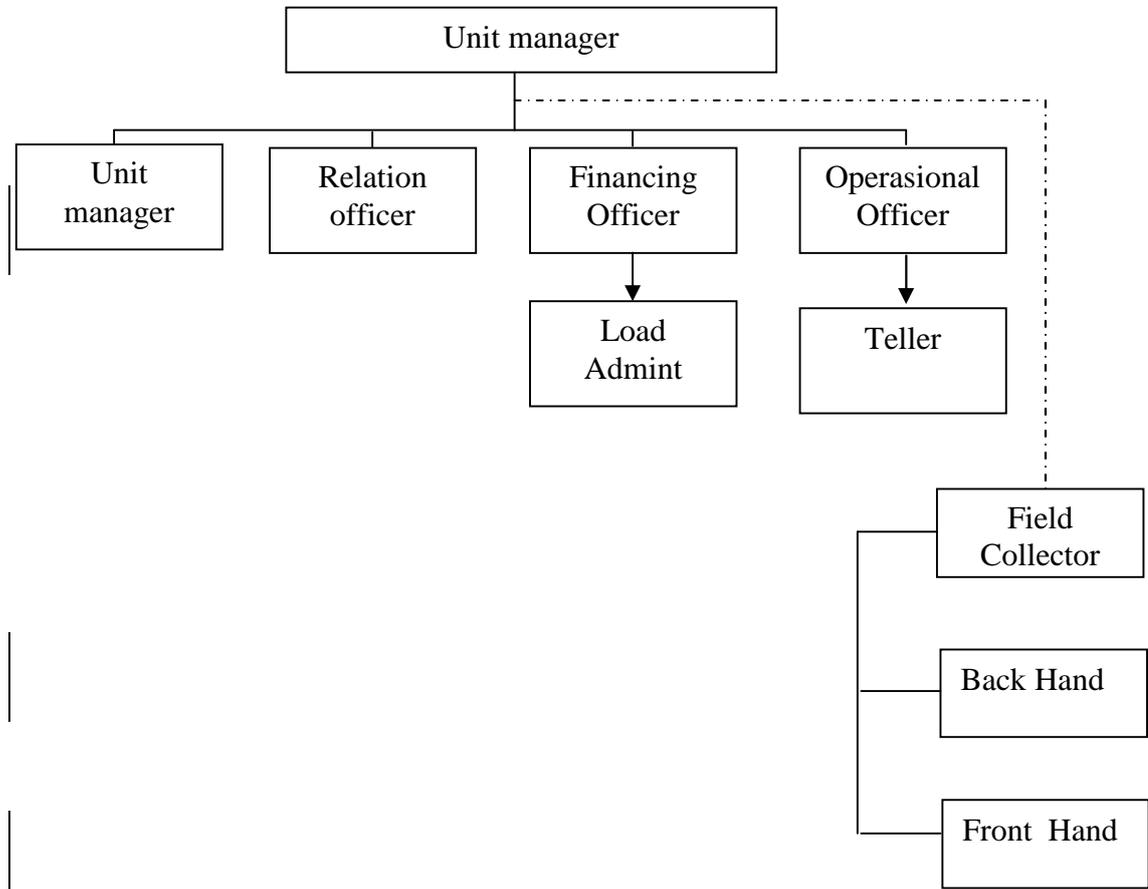
D. Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan landasan kerja bagi seluruh karyawan yang ada dalam suatu perusahaan, dimana struktur organisasi ini pada pokoknya mengandung penerapan batas-batas tugas, wewenang dan tanggung jawab dari masing-masing karyawan perusahaan. Oleh sebab itu pemimpin unit sebagai orang yang bertanggung jawab atas kelangsungan organisasi harus mampu mengkoordinasikan seoptimal mungkin, khususnya terhadap seluruh sumber daya manusia yang ada didalam baik secara vertikal, horizontal maupun lateral.

Adapun gambar struktur organisasi dari BANK MEGA SYARIAH cabang Palembang sebagai berikut

Struktur Organisasi

BANK MEGA SYARIAH PALEMBANG



D. Uraian Tugas

1. Unit Manager, Tugasnya :

- a. Bertanggung jawab atas pencapaian budget yang telah ditetapkan perusahaan.
- b. Bertanggung jawab mengatur / merencanakan semua hubungan bank dengan nasabah maupun calon nasabah yang ditanda tangannya serta mempunyai perencanaan dan strategi pemasaran yang jelas sesuai dengan

visi dan misi perusahaan serta mengidentifikasi peluang bisnis yang dapat dikembangkan.

- c. Mengkoordinasikan dan membimbing para marketing officer untuk bekerja optimal, efektif, efisien dan sesuai dengan kualifikasi yang dimiliki dan juga memonitor pelaksanaan pemberian kredit agar sesuai dengan kebijaksanaan perusahaan.
- d. Membuat pemetaan (map out) area pemasaran dan membagi zona penjualan ke masing-masing account officer.

2. Staff Audit (Operational Officer), Tugasnya :

- a. Memeriksa tiket-tiket transaksi operasional
- b. Memeriksa adanya selisih pembukuan
- c. Menyusun laporan rekonsiliasi secara dua mingguan

3. Staff Administrasi (Loan Admin), Tugasnya :

- a. Melakukan entry data dan upgating modul pembiayaan
- b. Melakukan update kartu pembiayaan
- c. Melakukan perencanaan saldo pembiayaan menurut modul pembiayaan
- d. Mencetak dana tunggakan pembiayaan sesuai dengan permintaan pemimpin atau marketing.

4. Staff Remedial (Relationship Officer), Tugasnya :

- a. Membuat daftar kunjungan nasabah dan daftar penagihan harian

- b. Menjaga hubungan baik dengan nasabah, untuk kelancaran pembayaran pembayaran kredit pinjamannya
- c. Memberikan rekomendasi kepada unit manager untuk nasabah-nasabah lancar yang akan diberikan fasilitas pinjaman tambahan (Top up)
- d. Melakukan penagihan terhadap nasabah bermasalah,sesuai account yang dibagikan untuk nasabah yang keterlambatan pembayarannya 1- 15 hari.

5. Field Collector, ada 2, Tugasnya :

- a. Melakukan penagihan terhadap nasabah bermasalah,sesuai account yang dibagikan
- b. Melakukan proses penyelamatan pembiayaan, reschulduling, restrukturisasi, hapus buku dan sebagainya
- c. Membuat surat teguran atas kelalaian pembayaran
- d. Melengkapi dokumen yang diperlukan sesuai ketentuan prinsip mengenal nasabah

6. Front hand, Tugasnya :

- Keterlambatan pembayaran antara 15- 120 hari

7. Back hand, Tugasnya

- Keterlambatan pembayaran antara 120-150 hari

9. Staff Marketing (Account Officer), Tugasnya :

- a. Membuat usulan kepada unit manager tentang pembiayaan yang akan dibiayai
- b. Mengelola portofolio pembiayaan nasabah
- c. Menerima dan mencatat permohonan pembiayaan
- d. Memandu nasabah menyusun permohonan pembiayaan
- e. Mengevaluasi kelayakan pemberian pembiayaan
- f. Menangani komplain para nasabah.
- g. Melakukan monitoring kelancaran pembiayaan nasabah account masing-masing
- h. Memfollow up kelengkapan data nasabah yang dibutuhkan sesuai prinsip mengenal nasabah.

10. Financing Officer (FIO), Tugasnya :

- a. Melakukan proses kredit sesuai dengan kebijakan kredit
- b. Melakukan pengecek-an terhadap pendaftaran formulir aplikasi permohonan kredit.
- c. Melakukan penyelidikan informasinegatif calon debitur.
- d. Mempersiapkan dokumen pengikatan
- e. Mematuhi prosedur dan kebijakan kredit SEMM.

E. Kinerja Usaha Terkini

Bank Mega Syariah sebagai bank yang berprinsip Syariah sudah tidak diragukan lagi eksistensinya di dunia perbankan Indonesia. Hal ini terbukti dari beberapa penghargaan yang diterimanya pada tahun 2004, 2006, dan 2007.

- Bank Mega Syariah meraih The Most Growing Earning Asset Market Share Sharia
- Bank 2006 Versi Karim Business Consulting
- Penghargaan untuk Bank Mega Syariah dari Infobank untuk bank berpredikat sangat bagus untuk kinerja keuangan tahun 2007
- Bank Syariah Terbaik 2007 Versi Majalah Investor
- Bank non devisa terefisien 2007 Versi Bisnis Indonesia

Sampai saat ini aset Bank Mega Syariah (BMS) berhasil menembus Rp2,8 triliun (per Oktober 2008), dimana terjadi kenaikan sebesar 17,85 % dari Rp 2,3 triliun pada periode yang sama tahun sebelumnya.

Kenaikan aset ini didukung oleh perolehan penghimpunan dana dari pihak ketiga (DPK) yang mencapai Rp2,5 triliun. Penyumbang DPK terdiri dari dana simpanan wadiah yang mencapai Rp841,8 miliar dan dana investasi tidak terikat (mudharabah muthlaqah) sebesar Rp 1,7 triliun. Dana simpanan wadiah sendiri terdiri dari giro wadiah sebesar Rp147, 5 miliar dan tabungan wadiah sebesar Rp 694,3 Miliar. Sedangkan dana investasi tidak terikat terdiri dari tabungan mudharabah sebesar Rp5 miliar dan deposito mudharabah sebesar Rp1,69 triliun.

Dari sisi laba, Bank Mega Syariah berhasil mencatat laba (per Oktober 2008) sebesar Rp36,4 miliar. Penyumbang laba tersebut terdiri dari pendapatan operasional sebesar Rp 276,09 miliar dan pendapatan operasional berbasis fee (fee based income) sebesar Rp 22,250 miliar. Dari sisi distribusi bagi hasil yang berhasil diberikan oleh BMI mencapai Rp 72,4 miliar. Sedangkan beban operasional berbanding pendapatan operasional (BOPO) bank ini per Oktober 2008 hanya sebesar 78,73%. Semakin rendah nilai BOPO menggambarkan, semakin efisien kinerja operasional bank tersebut.

Sedangkan tingkat ROA (Return on Asset) dan ROE (Return on Equity) BMS per Oktober 2008 masing-masing sebesar 1,89% dan 20,40%. Untuk tingkat CAR (Capital Adequcy Ratio / Rasio Kecukupan Modal) BMS mencapai 14,77% yaitu berada jauh diatas syarat CAR yang ditetapkan BI sebesar 8%.

F. Tabulasi data Responden

Berdasarkan hasil pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti, maka kondisi demografis responden dapat diklasifikasikan berdasarkan usia, tingkat pendidikan, dan pekerjaan.

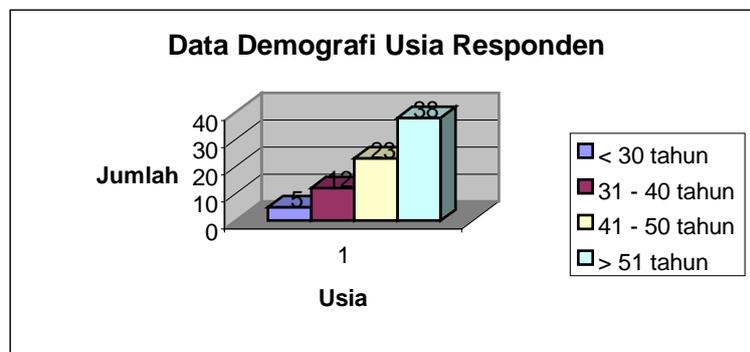
a. Usia

Dari 80 responden yang menjadi sampel penelitian ini, ternyata jika dilihat dari tingkat usia, maka hasilnya adalah :

Tabel 6 : Usia responden

| Interval usia | Jumlah | % |
|---------------|--------|---------|
| < 30 tahun | 5 | 6.41% |
| 31 - 40 tahun | 12 | 15.38% |
| 41 - 50 tahun | 23 | 29.49% |
| > 51 tahun | 38 | 48.72% |
| Total | 78 | 100.00% |

Berdasarkan data tersebut di atas, maka dapat di pahami bahwa usia responden yang memanfaatkan produk deposito Bank Mega yang terbanyak secara berturut-turut adalah mereka yang berusia di atas 51 tahun sebanyak 38 orang (48,72 %), antara usia 41 – 50 tahun sebanyak 23 orang (29,49 %). Baru berikutnya mereka yang berusia 31 – 40 tahun sebanyak 12 orang (15,38 %) dan terakhir mereka yang berusia kurang dari 30 tahun sebanyak 5 orang (6.41 %). Lebih jelas akan ditampilkan grafik demografi usia responden, yaitu :



Gambar 5 : Grafik Demografi Usia Responden

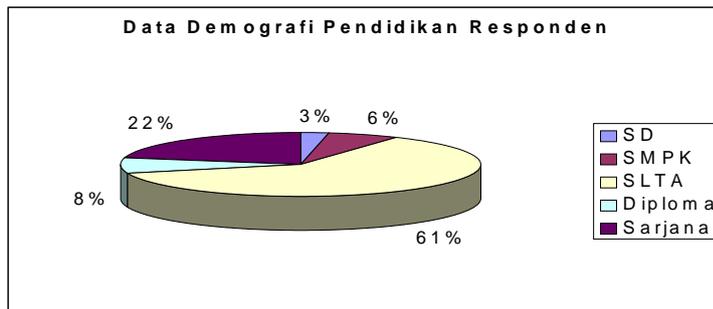
b. Tingkat pendidikan

Dari 80 responden yang dipakai oleh peneliti, ternyata responden dilihat dari tingkat pendidikannya terdiri dari SLTP, SLTA dan Sarjana, yaitu sebagai berikut.

Tabel 7. Tingkat Pendidikan

| No | Tingkat Pendidikan | Jumlah | Persen |
|----|--------------------|--------|---------|
| 1. | SD | 2 | 2.56% |
| 2. | SMPK | 5 | 6.41% |
| 3. | SLTA | 48 | 61.54% |
| 4. | Diploma | 6 | 7.69% |
| 5. | Sarjana | 17 | 21.79% |
| | Total | 78 | 100.00% |

Berdasarkan tabel di atas, maka tingkat pendidikan yang paling dominan secara berturut-turut adalah SLTA sebanyak 48 orang (61.54 %), sarjana 17 orang (21.79 %), berikutnya diploma sebanyak 6 orang (7.69%) dan SMPK sebanyak 5 orang (6.41 %). Sedangkan yang paling rendah responden berpendidikan SD, sebanyak 2 orang (2.56%). Secara lebih jelas dibantu oleh grafik dibawah ini :



Gambar 6 : Grafik Demografi Tingkat Pendidikan Responden

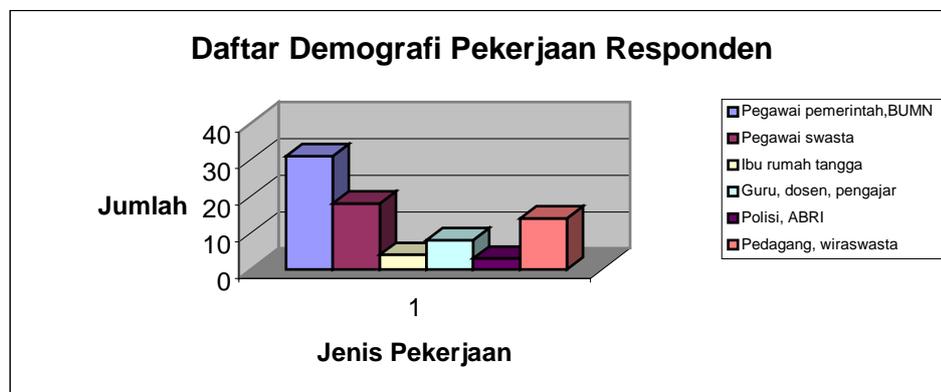
c. Kategori Pekerjaan

Adapun komposisi responden menurut jenis pekerjaan terbagi dalam 6 (enam) kategori, yaitu bekerja sebagai pegawai pemerintah, BUMN, pegawai swasta, ibu rumah tangga, guru, dosen, pengajar polisi, ABRI dan pedagang/wiraswasta. Datanya secara lengkap dapat ditampilkan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 8. Kategori pekerjaan responden

| No | Jenis Pekerjaan | Jumlah | Persen |
|----|--------------------------|--------|---------|
| 1. | Pegawai pemerintah, BUMN | 31 | 39.74% |
| 2. | Pegawai swasta | 18 | 23.08% |
| 3. | Ibu rumah tangga | 4 | 5.13% |
| 4. | Guru, dosen, pengajar | 8 | 10.26% |
| 5. | Polisi, ABRI | 3 | 3.85% |
| 6 | Pedagang, wiraswasta | 14 | 17.95% |
| | Total | 78 | 100.00% |

Berdasarkan tabel tersebut, yang paling dominan kategori pekerjaan secara berturut-turut adalah pegawai pemerintah, BUMN sebanyak 31 orang (39.74 %), pegawai Swasta sebanyak 18 orang (23.08 %), pedagang, wiraswasta sebanyak 14 orang (17.95 %). Berikutnya guru, dosen dan pengajar sebanyak 8 orang (10.26 %), ibu rumah tangga 4 orang (5.13 %) dan terakhir Polisi, ABRI hanya 3 orang (3.85 %). Lebih jelas digambarkan dalam grafik berikut ini :



Gambar 7 : Grafik Demografi Tingkat Pekerjaan Responden

G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

A. Uji Validitas Instrumen

Sebelum alat ukur digunakan dalam penelitian lebih lanjut, terlebih dahulu harus dilakukan uji coba pada responden yang mewakili karakteristik yang sama dengan sampel penelitian. Butir-butir instrumen penelitian yang diuji validitasnya pada dasarnya adalah semua jenis instrumen, menurut banyaknya variabel penelitian, baik variable bagi hasil, keamanan, keunggulan deposito, kenyamanan, pelayanan, promosi, jarak. Sedangkan variabel dependennya adalah mendepositakan dananya di Bank Mega. Pengujian validitas dalam penelitian ini

diperlukan guna menunjukkan sejauhmana suatu alat pengukur betul - betul mengukur apa yang perlu di ukur. Implementasi untuk mengukur validitas alat ukur ini adalah menggunakan analisis item instrumen dari angket, yaitu dengan mengkorelasikan skor setiap item dengan skor total sebagai jumlah setiap skor item. Teknik korelasi yang digunakan adalah teknik korelasi product moment, yang dibantu dengan system komputerisasi SPSS.

Koefisien korelasi yang diperoleh dari hasil analisis tersebut adalah korelasi antara item dengan item total yang telah dikoreksi. Untuk menentukan sebuah butir pernyataan dari instrumen angket tersebut valid atau tidak, r hitung di konsultasikan dengan tabel r product moment, dengan taraf signifikan 5 % dan N sebanyak 20 responden dari personil yang menjadi sampel penelitian. Berarti sebagai acuan rxy tabel dengan N tersebut = 0.284. Apabila r hitung > r tabel maka memenuhi syarat validitas. Setelah melalui uji validitas instrumen, sebagaimana tersebut dalam lampiran ini, maka dapat ditampilkan hasilnya sebagai berikut :

1. Variabel bagi hasil

Tabel 9. Hasil Pengujian Validitas Instrumen X1- bagi hasil

| Instrumen | Variabel bagi hasil | |
|--------------------|---------------------|-------|
| | R | Hasil |
| Tingkat bagi hasil | .3853 | Valid |

Artinya bahwa instrumen untuk variabel tingkat bagi hasil yang tinggi, menarik dan kompetitif mempengaruhi minat untuk mendepositokan uangnya, memenuhi syarat validitas dan dapat dipakai sebagai alat penelitian berikutnya.

2. Sub Variabel keamanan

Yaitu untuk melihat dari berbagai sisi yaitu tingkat likuiditas, deposito dijamin oleh pemerintah, satuan pengamanan (SATPAM) kantor yang handal dan berwibawa dan keamanan disekitar kantor bank. Ternyata hasilnya sebagai berikut:

Tabel 10. Hasil Pengujian Validitas Instrumen X2- keamanan

| Instrumen | Variabel keamanan | |
|----------------------------|-------------------|-------------|
| | r | Hasil |
| - Tingkat likuiditas | .0710 | Tidak Valid |
| - Di jamin oleh pemerintah | .3606 | Valid |
| - Satpam | .2400 | Tidak Valid |
| - Keamanan sekitar | .0146 | Tidak Valid |

Artinya bahwa instrumen untuk variabel keamanan, empat instrumen yang digunakan ada satu yang memenuhi syarat validitas dan dapat dipakai sebagai alat penelitian berikutnya. Dan sebaliknya ada tiga instrumen yang tidak memenuhi syarat validitas.

3. Sub Variabel keunggulan deposito

Yaitu untuk melihat dari system pembayaran bunga deposito di bayar dimuka, deposito yang dapat digunakan sebagai jaminan kredit. Ternyata hasilnya sebagai berikut :

Tabel 11. Hasil Pengujian Validitas Instrumen X3- keunggulan deposito

| Instrumen | Variabel keunggulan deposito | |
|--|------------------------------|-------------|
| | r | Hasil |
| - System pembayaran bunga dibayar dimuka | .1527 | Tidak Valid |
| - Sistem deposito dapat dijadikan jaminan pembiayaan | .4101 | Valid |

Artinya bahwa instrumen untuk variabel keunggulan deposito, instrumen yang digunakan satu yang memenuhi syarat validitas sedangkan satunya tidak memenuhi syarat validitas, sehingga yang dapat dipakai sebagai alat penelitian berikutnya hanya ada satu.

4. Sub Variabel kenyamanan

Yaitu untuk melihat ruang tunggu yang baik, ber AC dan nyaman, kondisi toilet yang baik dan bersih, kondisi kantor yang baik dan bersih . Ternyata hasilnya sebagai berikut :

Tabel 12. Hasil Pengujian Validitas Instrumen X4- kenyamanan

| Instrumen | Variabel kenyamanan | |
|--------------------------|---------------------|-------|
| | r | Hasil |
| - ruang tunggu yang baik | .6575 | Valid |
| - Ber AC dan nyaman | .5533 | Valid |
| - Toilet yang baik | .5814 | Valid |
| - Kantor yang bersih | .7536 | Valid |

Artinya bahwa instrumen untuk variabel kenyamanan, instrumen yang digunakan memenuhi syarat validitas dan dapat dipakai sebagai alat penelitian berikutnya.

5. Sub Variabel Pelayanan

Yaitu untuk melihat dari keramahan customer service maupun teller, kecepatan petugas Bank, antrian yang tidak panjang dan sikap professional petugas. Ternyata hasilnya sebagai berikut :

Tabel 13. Hasil Pengujian Validitas Instrumen X5- Pelayanan

| Instrumen | Variabel Pelayanan | |
|---------------------|--------------------|-------|
| | r | Hasil |
| - Keramahan | .5760 | Valid |
| - Kecepatan | .6454 | Valid |
| - Antrian | .5639 | Valid |
| - Sikap profesional | .4614 | Valid |

Artinya bahwa instrumen untuk variabel pelayanan, empat instrumen yang digunakan memenuhi syarat validitas dan dapat dipakai sebagai alat penelitian berikutnya.

6. Sub Variabel Promosi

Yaitu untuk melihat dari iklan di surat kabar, di radio, di televisi, spanduk, souvenir dapat mempengaruhi minat menandatangani. Ternyata hasilnya sebagai berikut:

Tabel 14. Hasil Pengujian Validitas Instrumen X6- Promosi

| Instrumen | Variabel Frek. Tayangan | |
|------------------------|-------------------------|-------------|
| | r | Hasil |
| - Iklan di Media Cetak | .1334 | Tidak Valid |
| - Di Radio | .1180 | Tidak Valid |
| - Di Televisi | .3606 | Valid |
| - Di Spanduk | .2627 | Tidak valid |
| - Pemberian Souvenir | .3393 | Valid |

Artinya bahwa instrumen untuk variabel promosi, lima instrumen yang digunakan ternyata tiga instrumen tidak valid dan dua instrumen valid, sehingga dua instrumen memenuhi syarat validitas dan dapat dipakai sebagai alat penelitian berikutnya.

7. Sub Variabel Jarak tempuh

Yaitu untuk melihat lokasi Bank yang dekat dengan konsumen, dekat dengan transportasi umum, di tengah kota. Ternyata hasilnya sebagai berikut:

Tabel 15. Hasil Pengujian Validitas Instrumen X7- jarak tempuh

| Instrumen | Variabel Jam Tayang | |
|------------------------|---------------------|-------|
| | r | Hasil |
| - Lokasi Bank dg rumah | .2715 | Valid |
| - Lokasi bank dekat | .4275 | Valid |
| transportasi umum | .3756 | Valid |
| - Di tengah kota | | |

Artinya bahwa instrumen untuk variabel lokasi Bank dekat dengan rumah, dekat alat transportasi, di tengah kota. ternyata memenuhi syarat validitas dan dapat dipakai sebagai alat penelitian berikutnya.

8. Variabel Mendepositokan ke bank Mega Syariah

Yaitu untuk melihat dari efektifitas keputusan mendepositokan uang anda di Bank Mega. Ternyata hasilnya sebagai berikut :

Tabel 16. Hasil Pengujian Validitas Instrumen Y- Mendepositokan ke Bank Mega

| Instrumen | Variabel Frekuensi Pembelian | |
|-------------------------------|------------------------------|-------|
| | r | Hasil |
| - Mendepositokan ke Bank Mega | .4903 | Valid |

Artinya bahwa instrumen untuk variabel ini ternyata memenuhi syarat validitas instrumen.

B. Pengujian Reliabilitas Instrumen

Sebagaimana makna reliabilitas (dapat dipercaya atau dapat diandalkan), maka pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis pengukuran koefisien Alpha (scale). Hasil dari teknik pengukuran koefisien alpha dalam pengujian reliabilitas ini selanjutnya di konsultasikan dengan tabel reliabilitas instrumen. Dengan taraf signifikan 5 % dan N sebanyak 20 orang

maka di dapatkan koefisien alpha sebesar 0.8272. Berdasarkan nilai reliabilitas instrumen ternyata hasilnya sangat menakutkan. Artinya bahwa instrumen tersebut dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Maka semua instrumen memenuhi syarat reliabilitas. Hal ini berarti hasil pengukuran dari item pertanyaan untuk penelitian ini relatif stabil.

H. Analisis Hasil Penelitian

1. Uji Asumsi Multicollinearity

Alat analisis multicollinearity ini digunakan untuk mendeteksi terjadinya korelasi antar variable independent atau tidak. Jika terjadi korelasi maka terdapat problem multicollinearity. Deteksi ini dapat dilakukan dengan menganalisis hasil VIF (Variance Inflation Factor) dan tolerance. Suatu model regresi yang bebas multikolinier adalah nilai VIF di sekitar angka 1 atau angka tolerance mendekati 1. demikian juga pada bagian koefisien terlihat untuk variable independent, angka VIF ada disekitar 1.

Besaran korelasi antar variable independent dalam posisi lemah, yaitu di bawah 0,5 sebaliknya kalau di atas 0,5 berarti ada korelasi kuat, berarti terjadi multikolinier. Jika terjadi multikolinier, dilakukan langkah mengeluarkan salah satu variable atau menggunakan metode lanjut (regresi Bayesian/ Ridge) (Santoso, Singgih: 2000, 204). Hasil analisis adalah sebagai berikut :

Tabel 17 : Analisis Multicollinierity

| Collinearity Statistics | | | |
|-------------------------|----|-----------|-------|
| Model | | Tolerance | VIF |
| 1 | X1 | ,715 | 1,398 |
| | X2 | ,883 | 1,132 |
| | X3 | ,703 | 1,422 |
| | X4 | ,648 | 1,544 |
| | X5 | ,585 | 1,709 |
| | X6 | ,616 | 1,623 |
| | X7 | ,821 | 1,219 |

Berdasarkan hasil analisis di atas, ternyata hasil VIF berada di sekitar angka 1, alat analisis ini tidak terjadi/ mengalami multikolinierity antara variabel independent. Sehingga dapat dipahami bahwa antar variabel independen tidak terjadi problem multiko, ini berarti dapat diteruskan alat ini digunakan untuk analisis berikutnya. Demikian juga jika dilihat dari coeffisient correlations maka hasilnya sebagai berikut :

Tabel 18 : Analisis Coefficient Correlations

Coefficient Correlations

| | | | | | | | | |
|------------------|----|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| | | X7 | X2 | X6 | X4 | X1 | X3 | X5 |
| Correl ations | X7 | 1,000 | ,102 | -,093 | -,103 | -,165 | -,226 | -,014 |
| | X2 | ,102 | 1,000 | -,149 | -,246 | ,118 | -,161 | ,156 |
| | X6 | -,093 | -,149 | 1,000 | -,008 | -,289 | ,380 | -,404 |
| | X4 | -,103 | -,246 | -,008 | 1,000 | -,111 | -,216 | -,346 |
| | X1 | -,165 | ,118 | -,289 | -,111 | 1,000 | -,140 | -,114 |
| | X3 | -,226 | -,161 | ,380 | -,216 | -,140 | 1,000 | -,165 |
| | X5 | -,014 | ,156 | -,404 | -,346 | -,114 | -,165 | 1,000 |
| Covari ances | X7 | 1,189E-03 | 2,003E-04 | -1,419E-04 | -9,187E-05 | -5,755E-04 | -4,492E-04 | -1,489E-05 |
| | X2 | 2,003E-04 | 3,263E-03 | -3,758E-04 | -3,638E-04 | 6,827E-04 | -5,324E-04 | 2,830E-04 |
| | X6 | -1,419E-04 | -3,758E-04 | 1,955E-03 | -9,298E-06 | -1,289E-03 | 9,709E-04 | -5,670E-04 |
| | X4 | -9,187E-05 | -3,638E-04 | -9,298E-06 | 6,704E-04 | -2,913E-04 | -3,236E-04 | -2,846E-04 |

| | | | | | | | | |
|--|----|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| | X1 | -5.755E-04 | 6,827E-04 | -1.289E-03 | -2.913E-04 | 1,019E-02 | -8.171E-04 | -3,653E-04 |
| | X3 | -4.492E-04 | -5.324E-04 | 9,709E-04 | -3.236E-04 | -8.171E-04 | 3,336E-03 | -3,019E-04 |
| | X5 | -1.489E-05 | 2,830E-04 | -5.670E-04 | -2.846E-04 | -3.653E-04 | -3.019E-04 | 1,009E-03 |

a Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil analisis tersebut di atas, maka hasil koefisien korelasi antar variable independent rata-rata berada di bawah 0,5 berarti korelasinya sangat lemah, sehingga tidak terjadi multikolinieritas.

2. Uji Asumsi Normalitas

Dimaksudkan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependent, variabel independent atau keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal.

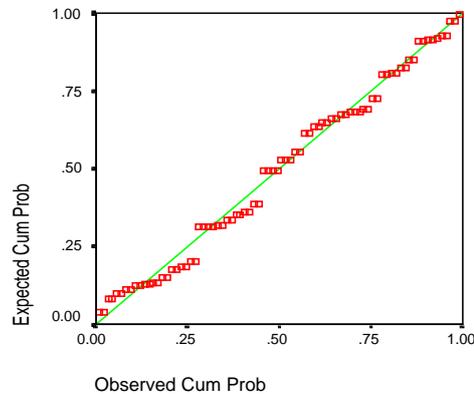
Deteksi normalitas ini dilakukan dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Dasar pengambilan keputusannya adalah :

1. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas
2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Ternyata kondisi hasil analisisnya adalah seperti tergambar dalam grafik dibawah ini.

Normal P-P Plot of Regression Standardize

Dependent Variable: Y



Dari grafik ini dapat diinterpretasikan bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Maka model regresi ini layak dipakai untuk memprediksi keputusan depositan untuk menyetorkan uangnya di Bank Mega berdasarkan masukan variabel independen factor.

3. Analisis Deskriptif

Dalam analisis deskriptif ini menggambarkan kondisi masing-masing variable penelitian. Variabel predictor yaitu factor-faktor pertimbangan depositan, menyetorkan dananya (X), yang terdiri dari factor bagi hasil (X1), factor keamanan (X2), Faktor keunggulan deposito (X3), factor kenyamanan (X4), Faktor pelayanan (X5), factor promosi (X6) dan factor jarak (X7) sedangkan variable dependen (kriterium) (Y) yaitu menyetorkan dananya di Bank Mega. Setelah dilakukan analisis deskriptif ternyata hasilnya dapat dijelaskan satu persatu sebagai berikut:

a. Analisis Faktor bagi hasil

Tabel 19 : Analisis Faktor bagi hasil (X1)

| No | Instrumen | Mean | Median | Mode | SD | Min | Max |
|----|--------------------|--------|--------|------|-------|------|------|
| 1 | Tingkat bagi hasil | 3.6125 | 4.00 | 4.00 | .4903 | 3.00 | 4.00 |

Dari hasil analisis tersebut, dapat diinterpretasikan sebagai berikut nilai Rata-rata variable faktor bagi hasil : 3.6125, artinya responden memberikan tanggapan terhadap variabel factor bagi hasil, ternyata dinilai sangat menarik, tinggi dan kompetitif, sehingga mempengaruhi minat untuk mendepositokan uangnya ke Bank Mega syariah. Hal ini juga didukung oleh nilai titik tengah: 4,00 yang berarti 50 % (40 orang responden) pertama memberi tanggapan sangat tinggi dan menarik dan 50% kedua memberi tanggapan cukup menarik, namun nilai yang sering muncul (modus)nya adalah 4,00 berarti dominan responden menilai sangat menarik, tinggi dan kompetitif, dengan titik minimum 3,00 sampai dengan titik maximum nilai 4,00.

b. Analisis Faktor Keamanan

Dimaksudkan untuk melihat tingkat likuiditas suatu perbankan, deposito yang dijamin oleh pemerintah dan satuan pengamanan kantor yang handal, berwibawa serta keamanan di sekitar kantor Bank. Ternyata hasil analisis setelah dilihat validitas dan reliabilitasnya menunjukkan sbb:

Tabel 20 : Analisis factor keamanan (X2)

| No | Instrumen | Mean | Median | Mode | SD | Min | Max |
|----|--------------------|-------|--------|------|-------|------|------|
| 1 | Dijamin pemerintah | 3.400 | 3.000 | 3.00 | .4930 | 2.00 | 4.00 |
| 2 | Satuan pengaman | 2.800 | 3.000 | 3.00 | .7697 | 2.00 | 4.00 |

Nilai Rata-rata variable factor keamanan untuk instrumen deposito yang dijamin oleh pemerintah , ternyata rata-rata responden menilai 3.400, artinya responden memberikan tanggapan yang baik, sehingga menentukan depositan untuk mendepositokan uangnya di Bank Mega Syariah. Disamping itu juga didukung oleh nilai titik tengah: 3.00 yang berarti 50 % (40 orang responden) pertama memberi tanggapan yang baik dan 50 % kedua memberi tanggapan cukup baik, namun nilai yang sering muncul (modus)nya adalah 3,00 berarti dominan responden menilai baik, dengan titik minimum nilai 2,00 sampai dengan titik maximum nilai 4,00

Untuk satuan pengamanan (SATPAM), kantor yang handal dan berwibawa mempengaruhi minat mendepositokan uangnya di Bank Mega Syariah, dimana nilai rata-ratanya : 2.800, artinya responden memberikan tanggapan bahwa satuan pengamanan yang diberikan menarik bagi depositan. Dengan didukung oleh nilai titik tengah: 3.00 yang berarti 50 % (40 orang responden) pertama memberi tanggapan menarik bagi depositan dan 50 % kedua memberi tanggapan kurang menarik, namun nilai yang sering muncul (modus)nya adalah 3,00 berarti dominan responden menilai menarik bagi depositan, dengan titik minimum nilai 2,00 sampai dengan titik maximum nilai 4,00

c. Faktor Keunggulan Deposito (X3)

Dimaksudkan untuk melihat berbagai keunggulan penggunaan system pembayaran bagi hasil deposito dibayar di muka, dapat mempengaruhi minat mendepositokan uangnya di Bank Mega Syariah, disamping system deposito yang

dapat dijadikan jaminan pembiayaan dapat mempengaruhi minat deposan.

Ternyata hasilnya sebagai berikut :

Tabel 21 : Analisis Faktor keunggulan deposito (X3)

| No | Instrumen | Mean | Median | Mode | SD | Min | Max |
|----|--|-------|--------|-------|-------|------|------|
| 1 | Sistem deposito dapat dijadikan jaminan pembiayaan | 2.937 | 3.000 | 3.000 | .5223 | 2.00 | 2.00 |

Dari hasil analisis tersebut, berarti bahwa nilai rata-rata variable system pembayaran bagi hasil deposito dibayar dimuka adalah : 2.675 artinya responden memberikan tanggapan terhadap variabel ini ternyata hasilnya masuk kategori setuju. Sedangkan nilai titik tengahnya : 3,00 yang berarti 50 % (40 orang responden) pertama memberi tanggapan setuju dengan system tersebut dan 50% kedua memberi tanggapan kurang setuju, namun nilai yang sering muncul (modus)nya adalah 3.00 berarti dominan responden menilai setuju, dengan titik minimum nilai 2,00 sampai dengan titik maximum nilai 4,00.

Sedangkan nilai rata-rata variable system deposito dijadikan jaminan pembiayaan adalah : 2.9375 artinya responden memberikan tanggapan terhadap variabel ini ternyata hasilnya masuk kategori setuju. Sedangkan nilai titik tengahnya : 3,00 yang berarti 50 % (40 orang responden) pertama memberi tanggapan setuju dengan system tersebut dan 50% kedua memberi tanggapan kurang setuju, namun nilai yang sering muncul (modus)nya adalah 3.00 berarti dominan responden menilai setuju, dengan titik minimum nilai 2,00 sampai dengan titik maximum nilai 4,00

d. Faktor Kenyamanan (X4)

Dimaksudkan untuk melihat apakah factor kenyamanan, yang terdiri dari ruang tunggu, ruang ber AC, kondisi toilet dan kondisi kantor yang memadai dan baik mempengaruhi deposan untuk menabungkankan uangnya di Bank Mega syariah. Ternyata hasilnya sebagai berikut :

Tabel 22 : Analisis Faktor Kenyamanan (X4)

| No | Instrumen | Mean | Median | Mode | SD | Min | Max |
|----|----------------|--------|--------|-------|-------|------|------|
| 1 | Ruang tunggu | 3.050 | 3.000 | 3.000 | .5006 | 2.00 | 4.00 |
| 2 | Ruang ber AC | 2.9375 | 3.000 | 3.000 | .5117 | 2.00 | 4.00 |
| 3 | Kondisi Toilet | 3.000 | 3.000 | 3.000 | .6936 | 1.00 | 4.00 |
| 4 | Kondisi kantor | 3.075 | 3.000 | 3.000 | .5223 | 2.00 | 4.00 |

Dari analisis tersebut ternyata nilai rata-rata variable factor kenyamanan untuk instrumen ruang tunggu yang baik dan nyaman responden memberikan tanggapan : 3.050 artinya tanggapan responden terhadap ruang tunggu yang baik ternyata hasilnya masuk kategori baik dan nyaman. Yang didukung oleh nilai titik tengahnya : 3,00 yang berarti 50 % (40 orang responden) pertama memberi tanggapan baik dan nyaman dan 50 % kedua memberi tanggapan kurang baik, namun nilai yang sering muncul (modus)nya adalah 3,00 berarti dominan responden menilai baik dan nyaman, dengan titik minimum nilai 2,00 sampai dengan titik maximum nilai 4,00

Untuk instrumen ruang ber AC yang dingin dan nyaman, ternyata nilai rata-rata variable factor kenyamanan untuk instrumen ruang ber AC responden memberikan tanggapan : 2.9375 artinya tanggapan responden terhadap ruang ber AC ternyata hasilnya masuk kategori baik dan nyaman. Yang didukung oleh nilai titik tengahnya : 3,00 yang berarti 50 % (40 orang responden) pertama memberi

tanggapan baik dan nyaman dan 50 % kedua memberi tanggapan kurang baik, namun nilai yang sering muncul (modus)nya adalah 3,00 berarti dominan responden menilai baik dan nyaman, dengan titik minimum nilai 2,00 sampai dengan titik maximum nilai 4,00

Berikutnya untuk kondisi toilet, ternyata nilai rata-rata variable factor kenyamanan untuk instrumen kondisi toilet yang baik dan nyaman responden memberikan tanggapan : 3.000 artinya tanggapan responden terhadap kondisi toilet ternyata hasilnya masuk kategori baik dan nyaman. Yang didukung oleh nilai titik tengahnya : 3,00 yang berarti 50 % (40 orang responden) pertama memberi tanggapan baik dan nyaman dan 50 % kedua memberi tanggapan kurang baik, namun nilai yang sering muncul (modus)nya adalah 3,00 berarti dominan responden menilai baik dan nyaman, dengan titik minimum nilai 1,00 sampai dengan titik maximum nilai 4,00

Dan terakhir instrumen kondisi kantor, ternyata nilai rata-rata variable factor kenyamanan untuk instrumen kondisi kantor, responden memberikan tanggapan : 3.0750 artinya tanggapan responden terhadap kondisi kantor ternyata hasilnya masuk kategori baik dan nyaman. Yang didukung oleh nilai titik tengahnya : 3,00 yang berarti 50 % (40 orang responden) pertama memberi tanggapan baik dan nyaman dan 50 % kedua memberi tanggapan kurang baik, namun nilai yang sering muncul (modus)nya adalah 3,00 berarti dominan responden menilai baik dan nyaman, dengan titik minimum nilai 2,00 sampai dengan titik maximum nilai 4,00

e. Variabel Faktor Pelayanan (X5)

Dimaksudkan untuk melihat keramahan customer service dan teller, kecepatan petugas Bank, antrian yang tidak panjang serta sikap professional dari petugas Bank yang dapat mempengaruhi minat untuk mendepositokan uangnya di Bank Mega Syariah. Ternyata hasil analisis membuktikan sebagai berikut :

Tabel 23 : Analisis Faktor Pelayanan (X5)

| No | Instrumen | Mean | Median | Mode | SD | Min | Max |
|----|-------------------|--------|--------|------|-------|------|------|
| 1 | Keramahan | 3.5625 | 4.000 | 4.00 | .4992 | 3.00 | 4.00 |
| 2 | Kecepatan | 3.5500 | 4.000 | 4.00 | .5006 | 3.00 | 4.00 |
| 3 | Antrian | 3.3125 | 3.000 | 3.00 | .5646 | 2.00 | 4.00 |
| 4 | Sikap profesional | 3.4875 | 3.000 | 3.00 | .5030 | 3.00 | 4.00 |

Berdasarkan hasil analisis tersebut, maka nilai Rata-rata instrumen keramahan customer service maupun teller adalah: 3.5625 artinya responden memberikan tanggapan terhadap variabel keramahan, ternyata hasilnya masuk kategori sangat ramah. Yang didukung pula oleh nilai titik tengahnya : 4.00 yang berarti 50 % (40 orang responden) pertama memberi tanggapan sangat ramah dan 50 % kedua memberi tanggapan cukup ramah. Namun nilai yang sering muncul (modus) nya adalah 4,00 berarti dominan responden menilai sangat ramah, dengan titik minimum nilai 3,00 (ramah) sampai dengan titik maximum nilai 4,00 (sangat ramah)

Untuk instrumen kecepatan petugas dalam memberi pelayanan kepada konsumen, ternyata nilai Rata-rata variable ini mendapat tanggapan responden 3.5500 artinya responden memberikan tanggapan terhadap tingkat kecepatan yang diberikan petugas, ternyata hasilnya masuk kategori sangat cepat. Yang didukung oleh nilai titik tengahnya : 4.00 yang berarti 50 % (40 orang responden) pertama memberi tanggapan sangat cepat dan 50 % kedua memberi tanggapan cepat.

Namun nilai yang sering muncul (modus)nya adalah 4,00 berarti dominan responden menilai pelayanan ini masuk kategori sangat cepat, dengan titik minimum nilai 3,00 (cepat) sampai dengan titik maximum nilai 4,00 (sangat cepat).

Sedangkan untuk instrumen antrian konsumen, ternyata nilai Rata-rata adalah: 3.3125 artinya responden memberikan tanggapan terhadap variabel ini hasilnya masuk kategori cukup. Yang didukung oleh nilai titik tengahnya : 3.00 yang berarti 50 % (40 orang responden) pertama memberi tanggapan cukup dan 50 % kedua memberi tanggapan kurang. Namun nilai yang sering muncul (modus)nya adalah 3,00 berarti dominan responden menilai cukup, dengan titik minimum nilai 2,00 (kurang) sampai dengan titik maximum nilai 4,00 (sangat).

Berikutnya untuk instrumen sikap professional petugas, maka nilai Rata-rata: 3.4875 artinya responden memberikan tanggapan terhadap instrumen ini hasilnya masuk kategori cukup profesional. Yang didukung oleh nilai titik tengahnya : 3.00 yang berarti 50 % (40 orang responden) pertama memberi tanggapan cukup profesional dan 50 % kedua memberi tanggapan kurang profesional. Namun nilai yang sering muncul (modus)nya adalah 3,00 berarti dominan responden menilai cukup profesional, dengan titik minimum nilai 3,00 (cukup profesional) sampai dengan titik maximum nilai 4,00 (sangat profesional).

f. Faktor Promosi (X6)

Dimaksudkan untuk melihat kegiatan promosi melalui iklan, surat kabar, majalah, radio, televisi, spanduk dan souvenir yang menarik dapat mempengaruhi

minat mendepositokan uangnya di Bank Mega Syariah. Ternyata hasilnya sebagai berikut:

Tabel 24 : Analisis Faktor Promosi (X6)

| No | Instrumen | Mean | Median | Mode | SD | Min | Max |
|----|--------------------|--------|--------|-------|-------|------|------|
| 1 | Iklan di televisi | 3.400 | 3.000 | 3.000 | .4930 | 3.00 | 4.00 |
| 2 | Iklan di spanduk | 3.0375 | 3.000 | 3.000 | .5142 | 2.00 | 4.00 |
| 3 | Pemberian souvenir | 3.600 | 4.000 | 4.000 | .5419 | 2.00 | 4.00 |

Dari hasil analisis tersebut ternyata nilai rata-rata iklan di televisi adalah : 3.400 artinya responden memberikan tanggapan terhadap iklan ini ternyata hasilnya masuk kategori efektif. Hal ini juga didukung oleh nilai titik tengahnya : 3,00 yang berarti 50 % (40 orang responden) pertama memberi tanggapan efektif dan 50 % kedua memberi tanggapan kurang efektif, namun nilai yang sering muncul (modus)nya adalah 3.00 berarti dominan responden memberi tanggapan efektif iklan di televisi untuk mempengaruhi minat mendepositokan uangnya di Bank Mega syariah, dengan titik minimum nilai 3,00 (efektif) sampai dengan titik maximum nilai 4,00 (sangat efektif).

Sedangkan untuk iklan melalui spanduk dipasang di jalan-jalan, ternyata nilai rata-rata responden adalah : 3.0375, artinya bahwa responden menanggapi efektif mempengaruhi konsumen untuk mendepositokan uangnya di Bank Mega syariah. Hal ini juga didukung oleh nilai titik tengahnya : 3,00 yang berarti 50 % (40 orang responden) pertama memberi tanggapan cukup efektif dan 50 % kedua memberi tanggapan kurang efektif, namun nilai yang sering muncul (modus)nya adalah 3.00 berarti dominan responden memberi tanggap cukup efektif, dengan

titik minimum nilai 2,00 (kurang efektif) sampai dengan titik maximum nilai 4,00 (sangat efektif)

Berikutnya untuk promosi melalui pemberian souvenir yang menarik bagi nasabah, ternyata nilai rata-rata responden menanggapi : 3.600, artinya bahwa responden menanggapi sangat efektif mempengaruhi nasabah untuk mendepositokan uangnya di Bank Mega Syariah. Hal ini juga didukung oleh nilai titik tengahnya : 4,00 yang berarti 50 % (40 orang responden) pertama memberi tanggapan sangat efektif dan 50 % kedua memberi tanggapan cukup efektif, namun nilai yang sering muncul (modus)nya adalah 4.00 berarti dominan responden memberi tanggap sangat efektif, dengan titik minimum nilai 2,00 (kurang efektif) sampai dengan titik maximum nilai 4,00 (sangat efektif)

g. Faktor jarak dan lokasi (X7)

Dimaksudkan untuk melihat lokasi Bank dengan rumah nasabah, dengan jalur transportasi umum, posisi di tengah kota . Ternyata hasilnya sebagai berikut:

Tabel 25 : Analisis jarak dan lokasi (X7)

| No | Instrumen | Mean | Median | Mode | SD | Min | Max |
|----|----------------------------------|--------|--------|------|-------|------|------|
| 1 | lokasi Bank dengan rumah nasabah | 2.8625 | 3.000 | 3.00 | .5215 | 2.00 | 4.00 |
| 2 | jalur transportasi umum | 2.8750 | 3.000 | 3.00 | .5125 | 2.00 | 4.00 |
| 3 | posisi di tengah kota | 2.8125 | 3.000 | 3.00 | .5055 | 2.00 | 4.00 |

Dari hasil analisis tersebut ternyata untuk instrumen lokasi Bank dengan rumah nasabah, responden memberi nilai rata-rata sebesar : 2.8625 artinya lokasi Bank dengan rumah mempengaruhi keputusan mendepositikan di Bank Mega syariah masuk kategori cukup berpengaruh. Hal ini juga didukung oleh nilai titik

tengahnya : 3.00 yang berarti 50 % (40 orang responden) pertama memberi tanggapan cukup dan 50 % kedua memberi tanggapan kurang berpengaruh, namun nilai yang sering muncul (modus)nya adalah 3.00 berarti dominan responden memberi tanggapan cukup berpengaruh, dengan titik minimum nilai 2,00 (kurang berpengaruh) sampai dengan titik maximum nilai 4,00 (sangat berpengaruh)

Sedangkan untuk lokasi Bank dengan jalur transportasi umum, nilai rata-rata responden menilai : 2.8750, artinya bahwa responden menanggapi cukup berpengaruh dalam mengambil keputusan menandatangani uangnya di Bank Maega syariah. Hal ini juga didukung oleh nilai titik tengahnya : 3,00 yang berarti 50 % (40 orang responden) pertama memberi tanggapan cukup dan 50 % kedua memberi tanggapan kurang berpengaruh, namun nilai yang sering muncul (modus)nya adalah 3.00 berarti dominan responden memberi tanggap cukup berpengaruh, dengan titik minimum nilai 2,00 (kurang berpengaruh) sampai dengan titik maximum nilai 4,00 (sangat berpengaruh)

Berikutnya untuk lokasi Bank dengan pusat kota, nilai rata-rata responden menilai : 2.8125, artinya bahwa responden menanggapi cukup berpengaruh dalam mengambil keputusan menandatangani uangnya di Bank Mega Syariah. Hal ini juga didukung oleh nilai titik tengahnya : 3,00 yang berarti 50 % (40 orang responden) pertama memberi tanggapan cukup dan 50 % kedua memberi tanggapan kurang berpengaruh, namun nilai yang sering muncul (modus)nya adalah 3.00 berarti dominan responden memberi tanggap cukup berpengaruh,

dengan titik minimum nilai 2,00 (kurang berpengaruh) sampai dengan titik maximum nilai 4,00 (sangat berpengaruh)

h. Keputusan menandatangani uangnya di Bank Mega Syariah (Y)

Dimaksudkan untuk melihat pengaruh factor-faktor bagi hasil, keamanan, promosi, kenyamanan, pelayanan, keunggulan terhadap keputusan menandatangani uangnya di Bank Mega Syariah. Ternyata hasilnya sebagai berikut :

Tabel 26 : Analisis keputusan (Y)

| No | Instrumen | Mean | Median | Mode | SD | Min | Max |
|----|--------------------------|-------|--------|------|-------|------|------|
| 1 | Keputusan menandatangani | 3.600 | 4.000 | 4.00 | .4930 | 3.00 | 4.00 |

Dari hasil analisis terhadap keputusan menandatangani uangnya di Bank Mega syariah, ternyata nilai rata-rata yang diberikan adalah : 3.600 artinya responden memberikan tanggapan bahwa factor-faktor tersebut di atas sangat berpengaruh terhadap keputusan menandatangani uangnya di bank Mega syariah. Hal ini juga didukung oleh nilai titik tengahnya : 4,00 yang berarti 50 % (40 orang responden) pertama memberi tanggapan sangat berpengaruh dan 50 % kedua memberi tanggapan cukup berpengaruh, namun nilai yang sering muncul (modus)nya adalah 4.00 berarti dominan responden menyatakan sangat berpengaruh, dengan titik minimum nilai 3,00 (cukup berpengaruh) sampai dengan titik maximum nilai 4,00 (sangat berpengaruh).

4. Uji Hipotesis Faktor

Sebagaimana tujuan penelitian ini, salah satu tujuannya adalah menganalisis pengaruh factor-faktor bagi hasil, keamanan, promosi, kenyamanan,

pelayanan, keunggulan deposito dan jarak terhadap keputusan menandatangani uangnya di Bank Mega syariah. Untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, digunakan analisis kuantitatif dengan menggunakan metode dan analisis regresi linier Berganda. Hasilnya adalah :

Tabel 27 : Model Summary Analisis Regresi

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|------|----------|-------------------|----------------------------|
| | .694 | .481 | .431 | .3720 |

a Predictors: (Constant), X7, X3, X6, X1, X5, X2, X4

Dari hasil analisis tersebut di atas, maka dapat dijelaskan bahwa R Square = .481. Berarti variabel faktor yang terdiri dari sub variable bagi hasil, keamanan, promosi, kenyamanan, pelayanan, keunggulan deposito dan jarak mempengaruhi variable keputusan menandatangani uangnya di Bank Mega sebesar 48.10 % atau 48.10 % keputusan menandatangani uangnya di Bank Mega dapat dijelaskan oleh factor-faktor bagi hasil, keamanan, promosi, kenyamanan, pelayanan, keunggulan deposito dan jarak. Sedangkan besar koefisien multiple korelasi R = .694, berarti pengaruh factor-faktor bagi hasil, keamanan, promosi, kenyamanan, pelayanan, keunggulan deposito dan jarak terhadap keputusan menandatangani uangnya di Bank Mega *sangat kuat*, yaitu di atas 0,5. Sedangkan memperhatikan persamaan regresi :

Keputusan menandatangani uangnya di Bank Mega adalah

$$Y = .461 + .293X1 + .147 X2 + (.3.055E-03 X3) + .6.690E-03 X4 + .166 X5 + (-.141 X6) + 1.840E-02 X7$$

a. Constanta sebesar .461 artinya bahwa jika factor-faktor tersebut tidak mengembangkan strateginya, maka tingkat keputusan deposito untuk

mendepositokan uangnya di Bank Mega itu mencapai posisi *.461* atau *46.10* %

- b. Koefisien faktor bagi hasil (X1) *.293*, berarti setiap kenaikan bagi hasil, akan menaikkan keputusan deposan untuk mendepositokan uangnya di Bank Mega syariah sebesar *.293* atau *29.30* %
- c. Koefisien faktor keamanan (X2) *.147*, berarti setiap peningkatan keamanan yang diberikan kepada deposan, akan menaikkan keputusan mendepositokan uangnya di Bank Mega syariah sebesar *.147* atau *14.70* %
- d. Koefisien Faktor keunggulan deposito (X3) $-3.055E-03$, berarti setiap peningkatan keunggulan deposito, akan diikuti menurunnya keputusan mendepositokan uangnya di bank Mega syariah sebesar $-3.055E-03$ atau $-.000305$ %
- e. Koefisien faktor kenyamanan (X4) $.6.690E-03$, berarti setiap peningkatan factor kenyamanan akan diikuti naiknya keputusan mendepositokan uangnya di Bank Mega syariah sebesar $.6.690E-03$ atau $.000669$ %
- f. Koefisien faktor pelayanan (X5) *.166*, berarti setiap peningkatan jenis-jenis pelayanan yang diberikan oleh petugas Bank, akan menaikkan keputusan mendepositokan uangnya di bank Mega syariah sebesar *.166* atau *16.60* %
- g. Koefisien faktor promosi (X6) *-.141*, berarti setiap peningkatan kegiatan promosi akan menurunkan keputusan mendepositokan uangnya di Bank Mega syariah sebesar *-.141* atau -14.10 %
- h. Koefisien faktor Jarak (X7) $1.840E-02$, berarti selisih jarak tempuh dari rumah, dekatnya tidaknya sarana transportasi dan dengan pusat kota, akan

mempengaruhi keputusan mendepositokan uangnya di Bank Mega syariah sebesar $1.840E-02$ atau $.001840\%$.

Memperhatikan koefisien beberapa faktor tersebut di atas, maka koefisien yang berimplikasi terhadap keputusan deposan untuk mendepositokan uangnya di Bank Mega syariah sangat besar, sangat efektif adalah faktor bagi hasil yaitu $29,30\%$, faktor pelayanan yaitu 16.60% yang terdiri dari keramahan customer service, kecepatan pelayanan oleh petugas, frekuensi antrian yang relatif kecil, dan sikap professional dari petugas Bank Mega syariah. Berikutnya adalah faktor keamanan, yang memberi pengaruh sebesar $14,70\%$ terdiri dari likuiditas suatu perbankan, deposito yang dijamin oleh pemerintah, satuan pengamanan kantor yang handal dan berwibawa serta keamanan di sekitar kantor Bank. Sedangkan untuk factor promosi memberikan pengaruh yang signifikan negatif sebesar 14.10% . Artinya setiap peningkatan kegiatan promosi diikuti menurunnya keputusan deposan untuk mendepositokan uangnya di Bank Mega syariah sebesar $-.141$ atau -14.10% , sehingga perlu mengambil langkah-langkah yang strategis lainnya dalam mengembangkan promosi yang memberi pengaruh signifikan positif. Dalam redaksi lain bahwa promosi yang dipakai selama ini masih belum dapat memberikan sumbangan yang positif terhadap peningkatan deposan untuk menetapkan dirinya mendepositokan uangnya di Bank Mega syariah. Kalau ada peningkatan masyarakat mendepositokan dananya di Bank Mega syariah, ternyata factor utamanya bukan dari promosi, tetapi dari faktor lainya yaitu dari bagi hasil, keamanan dan pelayanan.

Sedangkan untuk factor keunggulan deposito, kenyamanan dan factor jarak tidak berpengaruh secara signifikan, baik positif maupun negatif. Sehingga dalam dimensi pengembangan lebih lanjut tentang strategi peningkatan depositan untuk mendepositokan uangnya ke Bank Mega syariah perlu dicarikan alternatif yang lebih baik dan signifikan .

Sehingga berdasarkan hasil temuan dari penelitian ini dapat dijelaskan bahwa jika Bank Mega syariah merencanakan meningkatkan depositan secara efektif untuk mendepositokan uangnya di Bank Mega syariah, sesuai dengan tujuan yang diharapkan yaitu profit dan pelayanan yang memuaskan, maka skala prioritas yang harus diperhatikan adalah 1). tingkat bagi hasil yang menarik, kompetitif dan tinggi, 2). Peningkatan pelayanan yang terdiri dari keramahan customer service, kecepatan pelayanan oleh petugas, frekuensi antrian yang relatif kecil, dan sikap professional dari petugas Bank Mega syariah, 3) factor keamanan, yang terdiri dari likuiditas suatu perbankan, deposito yang dijamin oleh pemerintah, satuan pengamanan kantor yang handal dan berwibawa serta keamanan di sekitar kantor Bank. Sedangkan yang terakhir adalah factor promosi, dengan catatan harus mengadakan perubahan mendasar tentang jenis, bentuk dan model iklan yang ditampilkan.

5. Uji t

Hakekatnya uji ini untuk menguji signifikansi konstanta dan setiap variabel factor. Dimana dalam menguji hipotesis kerja (H1) untuk penelitian ini menggunakan harga signifikan t. Keputusan variabel faktor (X) mempengaruhi

keputusan deposit mendepositkan uangnya ke Bank Mega syariah (Y) jika probabilitas > 0.5 berarti H_0 diterima, sebaliknya jika probabilitas < 0.5 maka H_0 di tolak. Berdasarkan hasil analisis multiple regression, maka hasil signifikan t adalah sebagai berikut :

Tabel 28 : Rekapitulasi hasil uji t dan signifikannya

| Coefficients | | | | | |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | B | Std. Error | Beta | | |
| (Constant) | ,461 | ,602 | | ,765 | ,447 |
| X1 | ,293 | ,101 | ,292 | 2,905 | ,005 |
| X2 | ,147 | ,057 | ,233 | 2,580 | ,012 |
| X3 | -3,055E-03 | ,058 | -,005 | -,053 | ,958 |
| X4 | 6,690E-03 | ,026 | ,027 | ,258 | ,797 |
| X5 | ,166 | ,032 | ,581 | 5,239 | ,000 |
| X6 | -,141 | ,044 | -,345 | -3,186 | ,002 |
| X7 | 1,840E-02 | ,034 | ,050 | ,533 | ,595 |

a Dependent Variable: Y

Dari hasil analisis uji dan signifikan t tersebut di atas, ternyata hipotesis nihil (H_0) banyak di tolak dan sebaliknya hipotesis kerja (H_1) yang banyak diterima. Berarti dapat dijelaskan lebih detail bahwa variable factor-faktor di atas memiliki pengaruh secara signifikan (baik positif maupun negatif) terhadap keputusan mendepositkan uangnya di Bank Mega syariah.

Sehingga jenis-jenis variabel ini harus mendapatkan perhatian yang sungguh-sungguh oleh perusahaan untuk digunakan sebagai dasar pengambilan kebijakan yang berorientasi pada tujuan perusahaan.

6. Uji F

Uji ini mengambil dari *hasil analisis variansi (ANOVA)*, variabel faktor (X) pengaruhnya terhadap variabel keputusan deposit untuk mendepositkan uangnya ke Bank Mega syariah (Y). Hasil uji F adalah :

Tabel 29 : Analisis ANOVA

ANOVA

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|-------|------|
| 1 | Regression | 9,237 | 7 | 1,320 | 9,536 | ,000 |
| | Residual | 9,963 | 72 | ,138 | | |
| | Total | 19,200 | 79 | | | |

a Predictors: (Constant), X7, X2, X6, X4, X1, X3, X5

b Dependent Variable: Y

Dari Tabel tersebut ternyata variable predictor berpengaruh secara signifikan positif terhadap variable dependent, dengan nilai F kuantitatif sebesar 9.536. Dengan uji signifikan $F = .000$ berarti lebih kecil dari nilai F tabel = .005 tersebut. Artinya bahwa hipotesis kerja (H1) dalam penelitian ini diterima, sehingga factor-faktor tersebut di atas mempengaruhi keputusan deposan untuk menandatangani uang ke Bank mega syariah tersebut.

I. Pembahasan hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisis yang sudah diinterpretasikan dalam uraian di atas, maka berikutnya dilakukan pembahasan hasil penelitian. Dalam pembahasan penelitian ini yang harus dipahami bahwa secara umum variabel factor bagi hasil, keamanan, promosi, kenyamanan, pelayanan, keunggulan deposito dan jarak berpengaruh secara signifikan positif terhadap variable keputusan menandatangani uangnya di Bank Mega syariah. Artinya bahwa setiap kenaikan variable factor di atas diikuti naiknya keputusan deposan untuk menandatangani uangnya di Bank Mega syariah. Berarti secara profit Bank Mega syariah memperoleh keuntungan yang berarti dengan adanya factor-faktor bagi hasil, keamanan, promosi, kenyamanan, pelayanan, keunggulan deposito dan jarak.

Namun kalau dilihat dari sub variabel bagi hasil, keamanan, keunggulan deposito, kenyamanan, pelayanan, promosi dan jarak ternyata tidak semua efektif dipakai untuk meningkatkan depositan untuk menandatangani uangnya ke Bank Mega syariah. Sehingga berdasarkan hasil penelitian ini yang efektif menguntungkan dipakai untuk meningkatkan depositan mengambil keputusan menandatangani uangnya di Bank Mega syariah adalah tingkat bagi hasil yang menarik, kompetitif dan tinggi, Peningkatan pelayanan yang terdiri dari keramahan customer service, kecepatan pelayanan oleh petugas, frekuensi antrian yang relatif kecil, dan sikap profesional dari petugas Bank Mega syariah, factor keamanan, yang terdiri dari likuiditas suatu perbankan, deposito yang dijamin oleh pemerintah, satuan pengamanan kantor yang handal dan berwibawa serta keamanan di sekitar kantor Bank. Sedangkan yang terakhir adalah factor promosi, dengan catatan harus mengadakan perubahan mendasar tentang jenis, bentuk dan model iklan yang ditampilkan.

Ini yang harus dikemas sebagai strategi pengembangan Bank Mega syariah dalam menaikkan keuntungan yang signifikan positif terhadap depositan mengambil keputusan menandatangani uangnya di bank Mega syariah. sebagaimana teori pemasaran ada tiga unsur pokok untuk mengembangkan profit dan pelayanan, yaitu :

1. Orientasi pada konsumen (consumer oriented)

Yaitu melakukan usaha-usaha dengan menentukan kebutuhan pokok (basic needs) dari pembeli yang dilayani dan dipenuhi, menentukan kelompok pembeli yang akan dijadikan sasaran penjualan (target market),

menentukan produk dan program pemasarannya, mengadakan penelitian pada konsumen, untuk mengukur, menilai dan menafsirkan keinginan, sikap serta perilaku mereka, menentukan dan melaksanakan strategi yang paling baik.

2. Penyusunan kegiatan pemasaran secara integral (integrated Marketing)

Yaitu pengintegrasian kegiatan pemasaran berarti bahwa setiap orang dan setiap bagian dalam perusahaan turut aktif bekerja sama dalam suatu usaha yang terkoordinir untuk memberikan kepuasan konsumen, sehingga tujuan perusahaan dapat dicapai. Selain itu terdapat penyesuaian dan koordinasi antar produk, harga, saluran distribusi (lokasi) dan promosi untuk menciptakan hubungan pertukaran yang kuat dengan konsumen

3. Keputusan konsumen (consumer satisfaction)

Hal ini merupakan factor yang penting sekali untuk menentukan kelangsungan perusahaan dan memperoleh laba. Konsumen yang merasakan kepuasan atas produk yang dibeli, cenderung akan mengulangi pembelian tersebut.

Dari pendapat di atas, pengaruh terhadap keputusan untuk mendepositokan uangnya di Bank Mega syariah sangat besar. *Glueck (1993 : 6)*, memberikan ulasan strategi pemasaran merupakan sejumlah keputusan dan tindakan yang mengarah pada penyusunan suatu strategi yang efektif untuk membantu mencapai sasaran perusahaan. Menurut *Pearce dan Robinson (1997 :20)*, mengatakan bahwa manajemen strategi sebagai sekumpulan keputusan dan tindakan yang menghasilkan perumusan (formulasi) dan pelaksanaan (implementasi) rencana-

rencana yang dirancang untuk mencapai sasaran-sasaran perusahaan. Bahkan ada beberapa alternatif Strategi Utama (Glueck 1995 : 216-225), a.l :

1. Strategi dan fasilitas, yang berusaha mengembangkan dengan pemenuhan fasilitas. Sebagaimana hasil penelitian adalah strategi pengembangan teknologi.
2. Strategi ekspansi, merupakan strategi yang dilakukan untuk pengembangan produksi. Sebagaimana hasil penelitian yang memfokuskan pada strategi produksi dan pengembangannya
3. Strategi kombinasi, dipilih oleh perusahaan dengan SBU majemuk untuk melihat berbagai segi pengembangan. Sebagaimana proses pengembangan kualitas sumberdaya manusia.

Lebih lanjut untuk mengetahui implementasi *Grand keputusan* yang dijalankan oleh seseorang dikatakan berhasil atau tidak dapat dilihat dari tingkat pencapaian hasil. Hal ini bisa dilihat dari beberapa teori ahli yang dirangkum oleh *Hitt (1982)*, yang menyatakan bahwa keputusan seseorang untuk mendepositokan uangnya di Bank Mega syariah, adalah rencana yang telah diputuskan oleh seseorang karena daya tarik dan kebutuhan yang harus dipenuhi. Sehingga bagi Bank Mega syariah, dalam mengembangkan corporate strategi, ada beberapa kriteria yang dapat dipakai antara lain :

- a. *Profitabilitas*, yaitu menggambarkan kemampuan suatu perusahaan untuk beroperasi dalam jangka panjang bergantung pada pencapaian tingkat laba yang layak.

- b. *Produktivitas*, menggambarkan sasaran produksi yang umum digunakan yakni jumlah produk yang dihasilkan, tetapi ada kalanya dinyatakan dalam bentuk penurunan biaya yang diharapkan.
- c. *Posisi bersaing*, salah satu ukuran keberhasilan perusahaan adalah dominasi relatif di pasar. Ukuran posisi bersaing sering ditetapkan dengan menggunakan penjualan total, atau bagi pasar suatu sasaran yang menyangkut posisi bersaing mungkin menunjukkan prioritas jangka panjang perusahaan.
- d. *Pengembangan karyawan*. Untuk melihat komitmen pengembangan kompetensi sumberdaya manusia sesuai dengan orientasi perusahaan yang lebih menekankan pada customer oriented, berdasarkan visi dan misinya.
- e. *Hubungan ke karyawan*, para manajer strategi percaya bahwa produktivitas terkait dengan loyalitas karyawan dan dengan perhatian manajer terhadap kesejahteraan karyawan.
- f. *Kepemimpinan teknologi*, banyak perusahaan merumuskan sasaran berkaitan dengan kepemimpinan atau pengikut teknologi, karena hal tersebut berkaitan dengan profitabilitas dan produktifitas.
- g. *Tanggung jawab sosial*, perusahaan menyadari tanggung jawab mereka terhadap pelanggan dan masyarakat, sehingga orientasi tersebut diikuti dengan *sence of belonging*.

BAB V **PENUTUP**

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan penelitian ini maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

- a. Responden memberikan tanggapan bahwa factor-faktor tingkat bagi hasil yang menarik, kompetitif dan tinggi, ternyata hasilnya cukup efektif dan menarik. Yang diikuti oleh peningkatan pelayanan yang terdiri dari keramahan customer service, kecepatan pelayanan oleh petugas, frekuensi antrian yang relatif kecil, dan sikap professional dari petugas Bank Mega syariah, factor keamanan, yang terdiri dari likuiditas suatu perbankan, deposito yang dijamin oleh pemerintah, satuan pengamanan kantor yang handal dan berwibawa serta keamanan di sekitar kantor Bank. Sedangkan factor promosi juga menarik, dengan catatan harus mengadakan perubahan mendasar tentang jenis, bentuk dan model iklan yang ditampilkan
- b. Dari hasil analisis pengaruh, ternyata factor tingkat bagi hasil , factor pelayanan yang terdiri dari keramahan customer service, kecepatan pelayanan oleh petugas, frekuensi antrian yang relatif kecil, dan sikap professional dari petugas Bank Mega syariah, factor keamanan, yang terdiri dari likuiditas suatu perbankan, deposito yang dijamin oleh pemerintah, satuan pengamanan kantor yang handal dan berwibawa serta keamanan di sekitar kantor Bank, promosi, factor keunggulan deposito,

kenyamanan dan factor jarak memberi pengaruh *sangat kuat* terhadap keputusan deposan untuk menandatangani uangnya di Bank Mega syariah. Hal ini dibuktikan dengan analisis R multiple: 69.40 %. Sehingga keputusan deposan untuk menandatangani uangnya di Bank Mega syariah dapat dijelaskan oleh factor-faktor tersebut di atas..

- c. Memperhatikan koefisien faktor dari masing-masing sub variabel, maka secara berturut-turut koefisien faktor yang berimplikasi positif sangat baik terhadap keputusan deposan untuk menandatangani uangnya di Bank Mega syariah adalah tingkat bagi hasil yang menarik, kompetitif dan tinggi, Peningkatan pelayanan yang terdiri dari keramahan customer service, kecepatan pelayanan oleh petugas, frekuensi antrian yang relatif kecil, dan sikap profesional dari petugas Bank Mega syariah, faktor keamanan, yang terdiri dari likuiditas suatu perbankan, deposito yang dijamin oleh pemerintah, satuan pengamanan kantor yang handal dan berwibawa serta keamanan di sekitar kantor Bank. Sedangkan yang terakhir factor promosi, ada pengaruh signifikan negatif.

5.2 Saran- saran

Dari hasil analisis tersebut, setelah kita ketahui secara menyeluruh, maka dapat disampaikan saran-saran sebagai berikut:

- a. Hasil penelitian ditemukan bahwa variable faktor promosi berpengaruh signifikan negatif. Sedangkan sub variabel faktor keunggulan deposito, kenyamanan dan factor jarak tidak ada pengaruh secara signifikan terhadap keputusan deposan untuk menandatangani uangnya ke Bank

Mega syariah. Berarti bagi lembaga Bank Mega syariah perlu meninjau kembali strategi pemasaran dalam pengembangan corporate strategi yang sesuai dengan visi dan misi yang dikembangkan, supaya tidak merugikan. Sehingga perusahaan dalam mengembangkan corporate strategi terkait dengan faktor-faktor di atas, perlu memanfaatkan rekomendasi penelitian ini, dengan skala prioritas adalah faktor tingkat bagi hasil, faktor pelayanan yang terdiri dari keramahan customer service, kecepatan pelayanan oleh petugas, frekuensi antrian yang relatif kecil, dan sikap profesional dari petugas Bank Mega syariah, dan faktor keamanan, yang terdiri dari likuiditas suatu perbankan, deposito yang dijamin oleh pemerintah, satuan pengamanan kantor yang handal dan berwibawa serta keamanan di sekitar kantor Bank. Sedangkan faktor promosi harus mengadakan perubahan mendasar tentang jenis, bentuk dan model iklan yang ditampilkan. Dengan menggunakan prinsip-prinsip dasar *profitabilitas, produktivitas, posisi bersaing, pengembangan karyawan, hubungan kekaryawanan, kepemimpinan teknologi, tanggung jawab sosial*.

- b. Disarankan dalam melakukan perubahan dan pengambilan kebijakan dalam pemasaran melalui faktor-faktor di atas disesuaikan dengan skala prioritas berdasarkan rekomendasi hasil penelitian ini.
- c. Dalam peningkatan corporate strategi pemasaran yang berimplikasi terhadap keputusan deposan untuk mendepositokan uangnya di Bank Mega syariah, perlunya sosialisasi, koordinasi dan sinkronisasi antara

manajer sampai dengan karyawan yang ada di front line. Hal ini penting agar strategi pemasaran ini benar-benar dapat meningkatkan profit secara lebih signifikan. Sinergi antara semua pihak untuk dapat berlangsung secara sistemik dengan rambu-rambu etik yang berjalan secara baik.

- d. Demikian pula hasil penelitian ini dapat pula dipakai dasar untuk melakukan penelitian lanjut, baik untuk kepentingan praktis pengembangan perusahaan ataupun untuk Pengembangan ilmu, sehingga perlu adanya suatu proses yang berkesinambungan dalam proses pengembangan penelitian ini.