

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Umum Objek Penelitian

1. Latar Belakang Bank Syariah Mandiri KC 16 Ilir Palembang

Bank Syariah Mandiri (BSM) KC 16 Ilir Palembang merupakan salah satu kantor BSM yang beroperasi di Palembang, dan juga sebagai lembaga keuangan bank syariah yang menjadi bagian dari pergerakan ekonomi masyarakat kota Palembang karena lokasinya yang berada tepat di pasar 16 ilir Palembang. Bank Syariah Mandiri (BSM) KC 16 Ilir Palembang yang beralamat di jalan Mesjid Lama No. 30-31, 16 Ilir, Kec. Ilir Timur I, Kota Palembang, Sumatera Selatan. Keadaan geografisnya sangatlah strategis di pasar 16 ilir, dimana daerah ini merupakan pusat perekonomian di Sumatera Selatan khususnya kota Palembang. Bank Syariah Mandiri (BSM) KC 16 Ilir Palembang diresmikan pada Juli 2012.

Pembukaannya diresmikan oleh Bapak Syamsuddin yang merupakan Direktur teknologi IT.⁶⁰

Tujuan dari pendirian Bank Syariah Mandiri (BSM) KC 16 Ilir Palembang ini adalah untuk memenuhi kebutuhan BSM dalam memenuhi pelayanan jasa keuangan syariah, mendukung pencapaian sasaran laba usaha BSM, meningkatkan ketahanan BSM dalam menghadapi perubahan lingkungan usaha yang memberi keseimbangan dalam pemenuhan kepentingan nasabah dan pegawainya.

Produk Bank Syariah Mandiri (BSM) diantaranya Tabungan Wadiah&Mudharabah, Tabungan BSM Simpatik, TabunganKu, Tabungan Berencana, Tabungan Investa Cendikia, Tabungan Kurban, Tabungan Pensiun, Tabungan SimPel iB, Tabungan Maburr, Tabungan Dollar, Deposito, Giro, Gadai Emas dan Cicil Emas, BSM Implan, BSM Kendaraan Bermotor, dan BSM Pembiayaan Modal Kerja.

⁶⁰ Sarah Delinda, (BackOffice Bank Syariah Mandiri KC 16 Ilir Palembang) wawancara dengan penulis, Palembang, 13 Desember 2019.

2. Visi Misi Bank Syariah Mandiri⁶¹

a) Visi

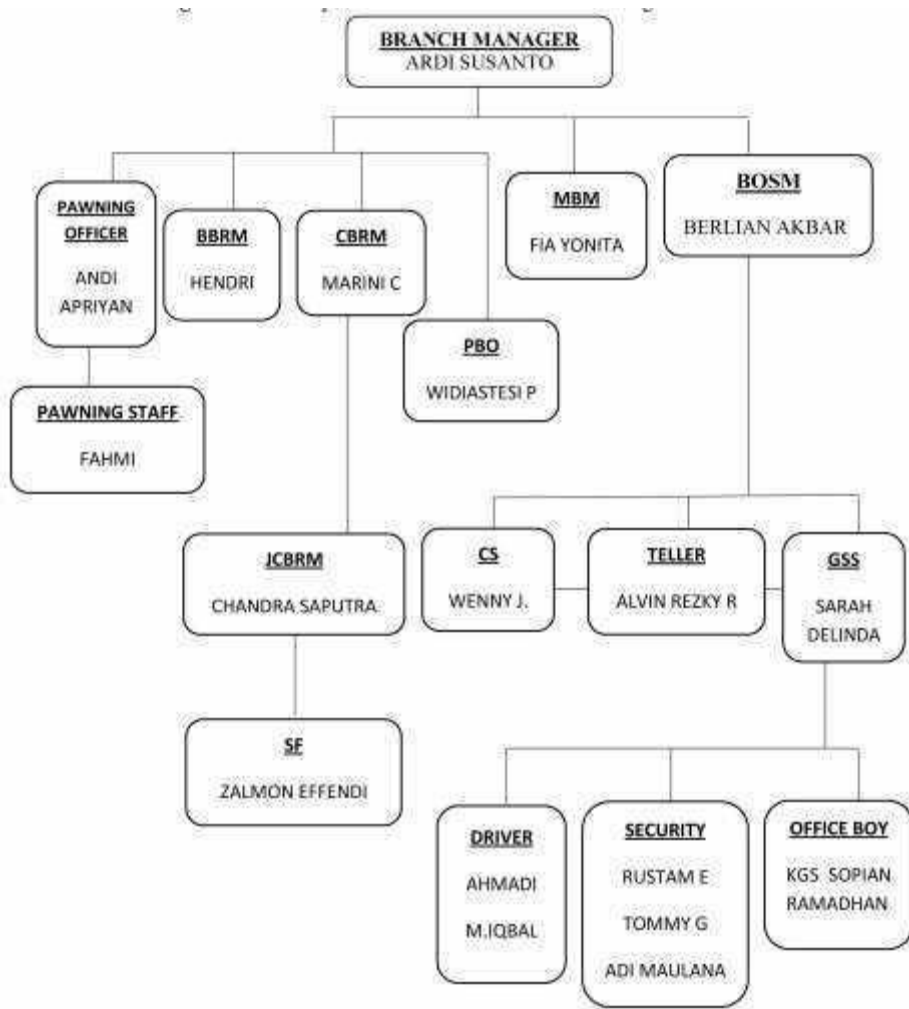
“Bank Syariah Terdepan dan Modern”

b) Misi

1. Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industri yang berkesinambungan.
2. Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah.
3. Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel.
4. Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal.
5. Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.
6. Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.

⁶¹ <https://www.mandirisyariah.co.id/tentang-kami/visi-misi> (diakses pada 23 Januari 2020)

3. Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri KC 16 Ilir Palembang



4. Produk Gadai Emas BSM

Bergadai emas di Bank Syariah Mandiri (BSM) adalah solusi yang tepat untuk kebutuhan dana cepat yang sesuai syariat Islam. Prosesnya cepat hanya dalam waktu ± 15 menit dan dana cair serta aman penyimpanannya. Gadai emas di bank

syariah mandiri dulu masih menerapkan *fee* terhadap jumlah pinjaman yang telah diberikan sebesar 4% untuk di alokasikan sebagai pendapatan yang dibagikan kepada para nasabah dan biaya administrasi bank, yang didalamnya juga terdapat asuransi.

a) Syarat dan Ketentuan Produk Pembiayaan Gadai Emas

BSM

1. Fotocopy KTP
2. Fotocopy Kartu Keluarga
3. Fotocopy Buku Nikah (bagi yang telah menikah)
4. Slip Gaji 2 bulan terakhir.
5. Jika Wirausaha, ditambah legalitas usaha.
6. Pembiayaan Gadai mulai dari Rp 1.000.000 sampai dengan Rp 200.000.000. (batas pembiayaan sesuai dengan peraturan OJK)
7. Jaminan berupa emas (perhiasan atau batangan) minimal 16 karat.
8. Jangka waktu 4 (empat) bulan dan dapat diperpanjang maksimal dua kali.
9. Memiliki Rekening BSM

b) Nilai Taksiran Emas

Tabel 4.1

Tabel HDE Emas Perhiasan

| Karat Emas (Karat) | FTV | Tabel HDE Per Gram (Rp) |
|---------------------------|------------|------------------------------------|
| 24 | 80% | 676.000 |
| 23 | 80% | 666.000 |
| 22 | 80% | 663.000 |
| 21 | 80% | 633.000 |
| 20 | 80% | 603.000 |
| 19 | 80% | 573.000 |
| 18 | 80% | 543.000 |
| 17 | 80% | 512.000 |
| 16 | 80% | 482.000 |
| Berlaku 13 Desember 2019 | | |

Sumber data diperoleh dari Bank Syariah Mandiri KC 16 Ilir Palembang

A. Simulasi Perhitungan Nilai Taksiran Emas Bank Syariah

Mandiri

Rumus:

$$\text{Nilai Taksiran} = \text{Berat Emas} \times \text{Harga Dasar Emas}$$

$$\text{Nilai Pembiayaan} = \text{Nilai Taksiran} \times \text{Financing To Value (FTV)}$$

Berikut contoh perhitungan nilai taksiran emas dan perhitungan pembiayaan di Bank Syariah Mandiri: Nasabah A memiliki perhiasan gelang emas dengan taksiran 22 karat sebesar 3 gram. Nasabah A ingin menggadaikan barang tersebut di Bank Syariah Mandiri (BSM) KC 16 Ilir Palembang. Harga Dasar Emas (HDE) yang ditetapkan Bank Syariah Mandiri untuk emas 22 karat adalah Rp 663.000. Pembiayaan yang akan diperoleh nasabah A adalah sebagai berikut:

1) Perhitungan Nilai Taksiran

$$\begin{aligned} \text{Nilai Taksiran} &= \text{Berat Emas} \times \text{Harga Dasar Emas} \\ &= 3 \text{ gram} \times \text{Rp } 663.000 \\ &= \text{Rp } 1.989.000 \end{aligned}$$

2) Pembiayaan yang didapatkan nasabah A

$$\begin{aligned} \text{Nilai Pembiayaan} &= \text{Nilai Taksiran} \times \text{Financing} \\ \text{To Value (FTV)} & \\ &= \text{Rp } 1.989.000 \times 80\% \\ &= \text{Rp } 1.591.200,- \end{aligned}$$

Jadi, berdasarkan perhitungan dari nilai taksiran emas maka

jumlah nominal yang akan diterima oleh nasabah

A sebesar Rp 1.591.200,-⁶²

B. Biaya-biaya

1) Biaya administrasi dibayar dimuka

Bank Syariah Mandiri menetapkan biaya administrasi sebagai berikut:

Tabel 4.2

Biaya Administrasi Gadai Bank Syariah Mandiri KC 16 Ilir

| Berat Emas | Biaya Administrasi |
|-----------------------|---------------------------|
| 1 gram s.d 100 gram | Rp 12.500,- |
| 100 gram s.d 200 gram | Rp 15.000,- |
| >200 | Rp 17.500,- |

Sumber: Hasil wawancara pada Bank Syariah Mandiri Kc 16 Ilir Palembang

⁶² Andi, wawancara dengan penulis, Penaksir Bank Syariah Mandiri 16 Ilir Palembang, Sumatera Selatan, 13 Desember 2019.

2) Biaya Pemeliharaan dan Penyimpanan

Biaya Pemeliharaan atau Penyimpanan pada Gadai Bank Syariah Mandiri KC 16 Ilir Palembang dibayarkan pada saat pelunasan pinjaman, dihitung berdasarkan berat dan kerat emas yang digadaikan untuk simpan/gadai per 10 hari, 1 bulan atau 4 bulan. Berikut rincian dari biaya administrasi (per 13 Desember 2019) sesuai dengan besar pinjaman pada Gadai Emas BSM:

Tabel 4.3

Biaya Administrasi Sesuai dengan Besar Pinjaman

| Besar Pembiayaan | Biaya Administrasi Per 4 Bulan |
|-------------------------|---------------------------------------|
| 1 juta s.d 20 juta | Rp 25.000 |
| 20 juta s.d 50 juta | Rp 50.000 |
| 50 juta s.d 100 juta | Rp 80.000 |
| 100 juta s.d 200 juta | Rp 125.000 |

Sumber: Hasil wawancara pada Bank Syariah Mandiri Kc 16 Ilir Palembang

5. Undian Berhadiah “Berkah Emas”

Undian berhadiah “Berkah Emas” merupakan program promosi berhadiah untuk nasabah yang bertransaksi produk

Gadai Emas dan Cicil Emas. Berikut penjelasan mengenai Undian Berkah Emas Bank Syariah Mandiri:

1) Sebagai bentuk promosi dari produk Gadai dan Cicil Emas

Program Berkah Emas tahap II ini digelar serentak di tujuh Kantor Wilayah Bank Mandiri Syariah yaitu Jakarta, Palembang, Medan, Bandung, Surabaya, Makassar dan Banjarmasin. Sebelumnya, program tahap pertama diselenggarakan pada periode bulan Mei sampai Desember 2018. Program Berkah Emas sebagai ajang promosi salah satu produk retail Mandiri Syariah yaitu gadai emas dan cicil emas. Kegiatan pengundian dilakukan secara serentak di seluruh kantor Wilayah Kantor Mandiri Syariah.

2) Sangat Diminati Masyarakat

Selama periode Berkah Emas tahap II berlangsung sudah berhasil mengumpulkan 81.776 total poin keseluruhan. Poin tersebut berasal dari transaksi nasabah produk gadai emas minimal Rp 1 juta akan mendapatkan 1 poin, sedangkan untuk produk cicil emas minimal Rp 2 juta mendapatkan 1 poin.

Nasabah yang ingin memenangkan hadiah utama dari program Berkah Emas harus mengumpulkan poin sebanyak mungkin. Nasabah yang memiliki poin sesuai kriteria yang ditentukan Bank Syariah Mandiri akan diikut sertakan dalam pengundian hadiah Berkah Emas.

3) Grandprize 7 Paket Umroh dan Hadiah Menarik Lainnya

Hadiah yang ditawarkan program Berkah Emas ini sangatlah menarik yaitu tujuh paket umroh sebagai hadiah utamanya, dan 10 dispenser, 10 blender, 10 magic jar, 10 kompor gas, dan 10 panci set merek Vicenza.

4) Sasar Ibu Rumah Tangga, Masyarakat Umum, serta Karyawan

Produk Gadai Emas dan Cicil Emas menysasar segmen ibu rumah tangga, masyarakat umum, serta karyawan. Bank Syariah Mandiri mengajak masyarakat yang ingin memiliki atau belajar berinvestasi dalam bentuk emas, sangat dimudahkan dengan cicilan yang cukup ringan, proses yang cepat, menguntungkan dan tentunya aman.

B. Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang diperoleh dari hasil pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah kuisisioner yang telah disebarakan kepada nasabah Bank Syariah Mandiri KC 16 Ilir Palembang sebanyak 30 orang yaitu sebagai berikut:

1. Berdasarkan Jenis Kelamin

Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin yaitu menggambarkan atau menguraikan jenis kelamin dari responden. Hal ini dikelompokkan menjadi dua yaitu perempuan dan laki-laki. Adapun deskripsinya disajikan pada tabel 4.4 berikut ini:

Tabel 4.4

Jenis Kelamin Responden

| Jenis Kelamin | Jumlah | Persentase (%) |
|----------------------|---------------|-----------------------|
| Perempuan | 30 | 67% |
| Laki-laki | 15 | 33% |
| Jumlah | 45 | 100% |

Sumber : Data diolah, 2020

Berdasarkan keterangan pada table 4.4 dapat diketahui bahwa jenis kelamin responden yang menjadi objek penelitian dari 45 orang responden nasabah Gadai Emas pada Bank Syariah Mandiri KC 16 Ilir

Palembang, menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah perempuan yaitu sebanyak 30 (67%) orang, sedangkan sisanya adalah responden laki-laki sebanyak 15 (33%) orang.

2. Usia Responden

Adapun data mengenai usia responden nasabah Gadai Emas pada Bank Syariah Mandiri KC 16 Ilir Palembang adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5
Usia Responden

| Usia | Jumlah | Persentase (%) |
|---------------|---------------|-----------------------|
| 20 - 30 Tahun | 18 | 40% |
| 31 – 40 Tahun | 10 | 22% |
| 41 - 50 Tahun | 8 | 18% |
| >50 Tahun | 9 | 20% |
| Jumlah | 45 | 100% |

Sumber : Data diolah, 2020

Berdasarkan keterangan pada table 4.5 memperlihatkan bahwa nasabah Gadai Emas pada Bank Syariah Mandiri KC 16 Ilir Palembang yang dijadikan responden sebagian besar berusia antara 20 - 30 tahun. Berdasarkan tabel tersebut, memberikan informasi bahwa mayoritas

responden berusia 20-30 tahun sebanyak 18 orang (40%), responden yang berusia 31 – 40 tahun sebanyak 10 orang (22%), responden yang berusia 41 – 50 tahun sebanyak 8 orang (18%), dan responden diatas 50 tahun sebanyak 9 orang (20%).

3. Pendidikan Terakhir

Adapun data mengenai pendidikan terakhir dari responden nasabah Gadai Emas pada Bank Syariah Mandiri KC 16 Ilir Palembang adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6

Pendidikan Terakhir Responden

| Pendidikan Terakhir | Jumlah | Persentase (%) |
|----------------------------|---------------|-----------------------|
| SMA Sederajat | 11 | 25% |
| Diploma | 10 | 22% |
| S1 | 24 | 53% |
| Jumlah | 45 | 100% |

Sumber : Data diolah, 2020

Berdasarkan keterangan pada table 4.6 dapat dijelaskan bahwa sebagian besar dari pendidikan terakhir responden nasabah Gadai Emas pada Bank Syariah Mandiri KC 16 Ilir Palembang mayoritasnya adalah S1. Berdasarkan tabel tersebut, memberikan informasi bahwa mayoritas

responden memiliki pendidikan terakhir S1 sebanyak 24 orang (53%), responden memiliki pendidikan terakhir SMA sederajat sebanyak 11 orang (25%), dan responden memiliki pendidikan terakhir Diploma sebanyak 10 orang (22%),

4. Pekerjaan Responden

Adapun data mengenai pekerjaan responden nasabah Gadai Emas pada Bank Syariah Mandiri KC 16 Ilir Palembang adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7
Pekerjaan Responden

| Pekerjaan | Jumlah | Persentase (%) |
|------------------|---------------|-----------------------|
| PNS | 6 | 13% |
| Wiraswasta | 13 | 29% |
| Pelajar | 5 | 11% |
| Ibu Rumah Tangga | 7 | 16% |
| Lainnya | 14 | 31% |
| Jumlah | 45 | 100% |

Sumber : Data diolah, 2020

Berdasarkan keterangan pada table 4.7 dapat dijelaskan bahwa sebagian besar dari pekerjaan nasabah Gadai Emas pada Bank Syariah

Mandiri KC 16 Ilir Palembang adalah Pekerjaan Lainnya seperti Guru Honorer dan Pegawai Swasta. Berdasarkan tabel tersebut, memberikan informasi bahwa mayoritas responden adalah Pekerjaan Lainnya sebanyak 14 orang (31%), responden yang bekerja sebagai Wiraswasta sebanyak 13 orang (29%), responden yang bekerja sebagai Ibu Rumah Tangga sebanyak 7 orang (16%), responden yang bekerja sebagai Pegawai Negeri Sipil sebanyak 6 orang (13%), dan responden yang bekerja sebagai Pelajar sebanyak 5 orang (11%).

C. Instrumen Penelitian

Instrumen dalam penelitian ini yaitu terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas yang digunakan untuk menguji instrument dari penelitian dengan harapan akan mendapatkan informasi atau data yang akurat. Peneliti menggunakan analisis dengan aplikasi SPSS. Hasil pengujiannya sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Pada tingkat validitas dilakukan uji signifikansi dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} . Untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$ dimana n adalah jumlah sampel. Pada kasus ini besarnya df adalah $45 - 2 = 43$ dengan alpha 0,05 maka didapat r_{tabel} yaitu 0.2940. Jika r_{hitung} (kolom *corrected item-total correlation*) lebih besar dari r

tabel dan nilai r positif, maka pertanyaan-pertanyaan tersebut dikatakan valid.

Tabel 4.8

Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Loyalitas Nasabah (Y)

| Indikator | Item Pertanyaan | Pearson Correlation (r hitung) | r tabel | Keterangan |
|---|----------------------------|---|-----------------------------|-------------------|
| Pembelian Berulang | Item 1 | 0,786 | 0,2940 | Valid |
| | Item 2 | 0,632 | 0,2940 | Valid |
| Memberikan Referensi Pada Orang Lain | Item 1 | 0,850 | 0,2940 | Valid |
| | Item 2 | 0,717 | 0,2940 | Valid |
| Penolakan Produk Pesaing | Item 1 | 0,703 | 0,2940 | Valid |
| | Item 2 | 0,743 | 0,2940 | Valid |

Sumber : Data diolah, 2020

Dari tabel 4.8, dapat diketahui bahwa setiap item pertanyaan pada variabel Y mempunyai r hitung (0,786), (0,632), (0,850), (0,717), (0,703), dan (0,743) $>$ r tabel (0,2940) dan semua bernilai positif. Maka dapat dinyatakan bahwa butir-butir pertanyaan tersebut valid.

Tabel 4.9

**Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Relationship Marketing
(X1)**

| Indikator | Item Pertanyaan | Pearson Correlation (r_{hitung}) | r_{tabel} | Keterangan |
|--------------------|----------------------------|--|-------------------------------|-------------------|
| Kepercayaan | Item 1 | 0,726 | 0,2940 | Valid |
| | Item 2 | 0,730 | 0,2940 | Valid |
| Komitmen | Item 1 | 0,839 | 0,2940 | Valid |
| | Item 2 | 0,860 | 0,2940 | Valid |
| Komunikasi | Item 1 | 0,719 | 0,2940 | Valid |
| | Item 2 | 0,552 | 0,2940 | Valid |

Sumber : Data diolah, 2020

Dari tabel 4.9, dapat diketahui bahwa setiap item pertanyaan pada variabel X1 mempunyai r_{hitung} (0,726), (0,730), (0,839), (0,860), (0,719), dan (0,552) > r_{tabel} (0,2940) dan semua bernilai positif. Maka dapat dinyatakan bahwa butir-butir pertanyaan tersebut valid.

Tabel 4.10**Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Nilai Taksiran (X2)**

| Indikator | Item Pertanyaan | Pearson Correlation (r_{hitung}) | r_{tabel} | Keterangan |
|--|----------------------------|---|-------------------------------|-------------------|
| Taksiran Lebih Tinggi | Item 1 | 0,651 | 0,2940 | Valid |
| | Item 2 | 0,614 | 0,2940 | Valid |
| Penaksiran Sesuai Karatase dan Berat Emas | Item 1 | 0,695 | 0,2940 | Valid |
| | Item 2 | 0,701 | 0,2940 | Valid |
| Pemberian Dana Sesuai Kebutuhan | Item 1 | 0,636 | 0,2940 | Valid |
| | Item 2 | 0,611 | 0,2940 | Valid |

Sumber : Data diolah, 2020

Dari tabel 4.10, dapat diketahui bahwa setiap item pertanyaan pada variabel X2 mempunyai r_{hitung} (0,651), (0,614), (0,695), (0,701), (0,636), dan (0,611) $>$ r_{tabel} (0,2940) dan semua bernilai positif. Maka dapat dinyatakan bahwa butir-butir pertanyaan tersebut valid.

Tabel 4.11**Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Undian Berhadiah (X3)**

| Indikator | Item Pertanyaan | Pearson Correlation (<i>r</i> hitung) | <i>r</i> tabel | Keterangan |
|---|----------------------------|---|-----------------------|-------------------|
| Undian Berhadiah Menarik | Item 1 | 0,843 | 0,2940 | Valid |
| | Item 2 | 0,858 | 0,2940 | Valid |
| Undian Bersifat Transparan | Item 1 | 0,780 | 0,2940 | Valid |
| | Item 2 | 0,907 | 0,2940 | Valid |
| Ada Kesempatan Bagi Nasabah Untuk Mendapatkan Hadiah | Item 1 | 0,888 | 0,2940 | Valid |
| | Item 2 | 0,751 | 0,2940 | Valid |
| Waktu Pelaksanaan Undian Jelas | Item 1 | 0,809 | 0,2940 | Valid |
| | Item 2 | 0,888 | 0,2940 | Valid |

Sumber : Data diolah, 2020

Dari tabel 4.11, dapat diketahui bahwa setiap item pertanyaan pada variabel X3 mempunyai r_{hitung} (0,843), (0,858), (0,780), (0,907), (0,888), (0,751), (0,809), dan (0,888) $>$ r_{tabel} (0,2940) dan semua bernilai positif. Maka dapat dinyatakan bahwa butir-butir pertanyaan tersebut valid.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 4.12

Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

| Variabel | N of Items | <i>Cronbach's Alpha</i> | Keterangan |
|---|--------------------------|--------------------------------|-------------------|
| <i>Relationship Marketing (X1)</i> | 6 item pertanyaan | 0,829 | Reliabel |
| Nilai Taksiran (X2) | 6 item pertanyaan | 0,720 | Reliabel |
| Undian Berhadiah (X3) | 8 item pertanyaan | 0,940 | Reliabel |
| Loyalitas Nasabah (Y) | 6 item pertanyaan | 0,832 | Reliabel |

Sumber : Data diolah, 2020

Reliabilitas merupakan tolak ukuran yang menunjukkan konsistensi dalam alat ukur yang mengukur gejala yang sama dilain kesempatan. Dari tabel 4.12 dapat diketahui bahwa setiap variabel mempunyai *Cronbach's Alpha* $>$ 0,60. Dimana *Cronbach's Alpha*

untuk variabel *Relationship Marketing*, Nilai Taksiran, Undian Berhadiah dan Loyalitas Nasabah masing-masing sebesar 0,829, 0,720, 0,940, dan 0,832. Hal ini menyatakan bahwa variabel *Relationship Marketing*, Nilai Taksiran, Undian Berhadiah dan Loyalitas Nasabah Reliabel dan memiliki hubungan yang erat. Dengan demikian instrument yang digunakan pada penelitian ini bisa dikatakan Reliabel karena memiliki koefisien reliabilitas $> 0,60$.

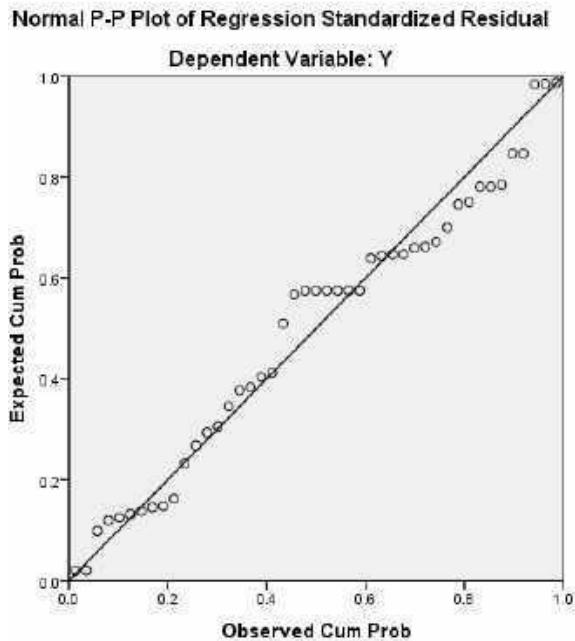
D. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang telah disajikan untuk dianalisis berdistribusi normal ataupun tidak. Uji normalitas data ini menggunakan 2 metode grafik yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik *Normal P-P Plot of regression standardized residual*, dimana jika titik-titiknya menyebar disekitar garis diagonal maka nilai residualnya bisa disebut normal.

Tabel 4.13

Kurva Normal Probability P-Plot



Dan Test Of Normality *Kolmogorov-Smirnov* dalam program SPSS Versi 21. Jika nilai Asymp. Sig. > 0,05 pada metode One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test maka data berarti berdistribusi secara normal. Sebaliknya jika nilai Asymp. Sig. < 0,05 maka data berarti tidak berdistribusi secara normal. Hasil uji normalitas pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.14

Uji Normalitas (One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|----------------------------|
| N | | 45 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | 1.61512367 |
| | Absolute | .125 |
| Most Extreme Differences | Positive | .096 |
| | Negative | -.125 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | .841 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .479 |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Data diolah, 2020

Pada tabel 4.13 diketahui nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,479. Dari hasil tersebut berarti $0,479 > 0,05$ maka dapat dinyatakan normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen.

Hasil uji multikolinieritas pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.15

Uji Multikolinieritas (Metode TOL dan VIF)

Coefficients^a

| Model | Unstandardized | | Standardized | T | Sig. | Collinearity | |
|------------|----------------|------------|--------------|-------|------|--------------|-------|
| | Coefficients | | Coefficients | | | Statistics | |
| | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| (Constant) | 3.603 | 2.592 | | 1.390 | .172 | | |
| 1 X1 | .210 | .130 | .231 | 1.619 | .113 | .464 | 2.154 |
| X2 | .511 | .125 | .508 | 4.072 | .000 | .608 | 1.644 |
| X3 | .087 | .082 | .155 | 1.069 | .291 | .447 | 2.235 |

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data diolah, 2020

Berdasarkan hasil data pada tabel 4.14 diketahui bahwa nilai *Tolerance* pada seluruh variabel *Relationship Marketing*, Nilai Taksiran, dan Undian Berhadiah masing-masing sebesar 0,464, 0,608, dan 0,447 > 0,10. Dan pada nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) pada seluruh variabel independen 2,154, 1,644, dan 2,235 < 10. Dari hasil tersebut maka dapat dinyatakan bahwa tidak terjadi multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan yang lainnya. Penulis menggunakan metode *Bresch-Pagan-Godfrey* (BPG), jika nilai Chi Square Hitung $<$ Chi Square Tabel maka tidak terjadi heteroskedastisitas, begitupun sebaliknya jika nilai Chi Square Hitung $>$ Chi Square Tabel maka terjadi heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.16

Uji Heteroskedastisitas Metode *Bresch-Pagan-Godfrey* (BPG)

1. Residul Sum of Squares (RSS)

ANOVA^a

| Model | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|--------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 Regression | 181.221 | 3 | 60.407 | 21.578 | .000 ^b |
| Residual | 114.779 | 41 | 2.799 | | |
| Total | 296.000 | 44 | | | |

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Sumber : Data diolah, 2020

Berdasarkan pada output ANOVA^a di atas dapat dihitung nilai σ^2 (sigma kuadrat) dengan persamaan sebagai berikut:

$$\sigma^2 = \frac{()}{=} = 2,55$$

2. R Square

Model Summary

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .585 ^a | .343 | .294 | 1.27012 |

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Sumber : Data diolah, 2020

3. Total Sum of Square (TSS)

ANOVA^b

| Model | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|-------|-------------------|
| 1 | Regression | 34.459 | 3 | 11.486 | 7.120 | .001 ^b |
| | Residual | 66.141 | 41 | 1.613 | | |
| | Total | 100.600 | 44 | | | |

a. Dependent Variable: Pi

b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Sumber : Data diolah, 2020

Berdasarkan tabel Model Summary dapat diperoleh nilai R Square sebesar 0,343. Sedangkan pada tabel ANOVA^b dapat diperoleh nilai TSS (*Total Sum of Square*) yaitu sebesar 100,600. Rumus Chi Square tabel nya yaitu $df = n - k$, sehingga didapat nilai $df = 45 - 4 = 41$ adalah 56,942. Dan nilai Chi Square hitung nya dapat dihitung sebagai berikut:

$$\text{Chi Square hitung} = \frac{17,252}{56,942} = 0,3029$$

Dari data diatas dapat diketahui bahwa nilai Chi Square hitung (17,252) < Chi Square tabel (56,942), maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen yang merupakan hubungan linier atau tidak. Pada uji linieritas menggunakan uji Lagranger Multiplier (Uji LM) yang menghasilkan Chi Square yang dapat dihitung = R square x jumlah sampel. Jika nilai Chi Square hitung < Chi Square tabel maka model regresi yang tepat adalah linier. Hasil uji linieritas pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.17

Uji Linieritas (Metode Lagrange Multiplier)

Model Summary

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .031 ^a | .001 | -.072 | 1.67236161 |

a. Predictors: (Constant), X3_Kuadrat, X2_Kuadrat, X1_Kuadrat

Sumber : Data diolah, 2020

Berdasarkan hasil uji LM diperoleh R Square = 0,001 dan Sampel yang digunakan adalah 45, sehingga nilai Chi Square hitung = $45 \times 0,001 = 0,045$. Sedangkan rumus Chi Square tabel nya yaitu $df = n - k$, sehingga didapat nilai $df = 45 - 4 = 41$ adalah 56,942. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa nilai Chi Square hitung (0,045) < Chi Square tabel (56,942), maka model yang tepat adalah linier.

E. Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, persamaan linier dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan:

Y : Loyalitas Nasabah pada produk gadai emas

X1 : *Relationship Marketing*

X2 : Nilai Taksiran

X3 : Undian Berhadiah

b1 : Koefisien regresi variabel X1

b2 : Koefisien regresi variabel X2

b3 : Koefisien regresi variabel X3

a : Konstanta

Tabel 4.18
Hasil Uji Regresi Berganda
Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. | |
|-------|-----------------------------|------------|---------------------------|------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | | |
| 1 | (Constant) | 3.603 | 2.592 | .231 | 1.390 | .172 |
| | X1 | .210 | .130 | .231 | 1.619 | .113 |
| | X2 | .511 | .125 | .508 | 4.072 | .000 |
| | X3 | .087 | .082 | .155 | 1.069 | .291 |

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data diolah, 2020

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa persamaan regresi yang didapatkan dari hasil perhitungan adalah sebagai berikut: $Y = 3,603 + (0,210 X1) + (0,511 X2) + (0,087 X3)$

Berdasarkan hasil persamaan regresi diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta 3,603, menunjukkan besarnya loyalitas nasabah adalah 3,603 jika variabel *relationship marketing* (X1), nilai taksiran (X2), dan undian berhadiah (X3) adalah 0 (nol).
2. Berdasarkan persamaan koefisien regresi menunjukkan bahwa variabel *relationship marketing* (X1), mempunyai arah regresi positif dengan loyalitas nasabah yaitu $B = 0,210$ yang berarti bahwa apabila *relationship marketing* mengalami peningkatan 1% maka loyalitas nasabah akan meningkat sebesar 21% dengan asumsi variabel independen yang lain konstan.
3. Berdasarkan persamaan koefisien regresi menunjukkan bahwa variabel nilai taksiran (X2), mempunyai arah regresi positif dengan loyalitas nasabah yaitu $B = 0,511$ yang berarti bahwa apabila nilai taksiran mengalami peningkatan 1% maka loyalitas nasabah akan meningkat sebesar 51% dengan asumsi variabel independen yang lain konstan.

4. Berdasarkan persamaan koefisien regresi menunjukkan bahwa variabel undian berhadiah (X_3), mempunyai arah regresi positif dengan loyalitas nasabah yaitu $B = 0,087$ yang berarti bahwa apabila nilai taksiran mengalami peningkatan 1% maka loyalitas nasabah akan meningkat sebesar 8% dengan asumsi variabel yang lain konstan.

F. Uji Hipotesis

1) Uji f (Simultan)

Uji f digunakan untuk mengukur pengaruh variabel independen secara bersama terhadap variabel dependen dengan menggunakan nilai signifikan. Dengan membandingkan t hitung dan t tabel, jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, maka diartikan terdapat pengaruh yang signifikan, namun sebaliknya jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ maka diartikan tidak terdapat pengaruh yang signifikan.

Tabel 4.19

Hasil Uji f

ANOVA^a

| Model | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|--------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 Regression | 181.221 | 3 | 60.407 | 21.578 | .000 ^b |
| Residual | 114.779 | 41 | 2.799 | | |
| Total | 296.000 | 44 | | | |

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Sumber : Data diolah, 2020

Dari tabel ANOVA diatas didapat nilai f hitung sebesar 21,578 dan nilai sig. 0,000. Sedangkan f tabel diperoleh $f(k-1; n-k) = f(3; 41) = 2,833$. Maka nilai tersebut menjelaskan bahwa f hitung (21,578) > f tabel (2,833) sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh secara simultan antara variabel independen (X1, X2, X3) terhadap variabel dependen (Y).

2) Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah model regresi pada *relationship marketing* (X1), nilai taksiran (X2), dan undian hadiah (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah

pada bank syariah mandiri kc. 16 ilir Palembang. Dengan kaidah pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Tingkat signifikansi yang digunakan adalah 0,05 dengan kriteria jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak.
2. Jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ pada tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$) maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Tabel 4.20
Hasil Uji t
Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| (Constant) | 3.603 | 2.592 | | 1.390 | .172 |
| 1 X1 | .210 | .130 | .231 | 1.619 | .113 |
| X2 | .511 | .125 | .508 | 4.072 | .000 |
| X3 | .087 | .082 | .155 | 1.069 | .291 |

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data diolah, 2020

1. Dari tabel Coefficients diatas didapat bahwa nilai $t \text{ hitung}$ variabel X1 = 1,619 dengan nilai Sig. 0,113. Sedangkan $t \text{ tabel}$ dihitung dengan $df = n - k - 1 = 40$ adalah 2,021. Hal ini menunjukkan bahwa $t \text{ hitung} (1,619) < t \text{ tabel} (2,021)$,

maka H_0 diterima sehingga variabel *Relationship Marketing* secara statistik memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan X_1 ($0,113 > 0,05$).

2. Dari tabel Coefficients diatas didapat bahwa nilai t hitung variabel $X_2 = 4,072$ dengan nilai Sig. 0,000. Sedangkan t tabel dihitung dengan $df = n - k - 1 = 40$ adalah 2,021. Hal ini menunjukkan bahwa t hitung ($4,072$) $>$ t tabel (2,021), maka H_a diterima sehingga variabel Nilai Taksiran secara statistik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan X_2 ($0,000 < 0,05$).
3. Dari tabel Coefficients diatas didapat bahwa nilai t hitung variabel $X_3 = 1,069$ dengan nilai Sig. 0,291. Sedangkan t tabel dihitung dengan $df = n - k - 1 = 40$ adalah 2,021. Hal ini menunjukkan bahwa t hitung ($1,069$) $<$ t tabel (2,021), maka H_0 diterima sehingga variabel Undian Berhadiah secara statistik memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan X_3 ($0,291 > 0,05$).

3) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase perubahan variabel dependen (Y) yang di sebabkan oleh variabel independen (X). Tujuannya adalah untuk menghitung besarnya pengaruh dari variabel independennya terhadap variabel dependen. Semakin tinggi nilai dari koefisien determinasi tersebut maka akan semakin besar proporsi dari total variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independennya.

Tabel 4.21

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .782 ^a | .612 | .584 | 1.673 |

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Dari tabel Model Summary diatas, didapat nilai Adj. R Square yaitu 0,584. Hal tersebut menunjukkan bahwa 58,4% variabel loyalitas nasabah dapat dijelaskan oleh variabel *relationship marketing*, nilai taksiran, dan undian hadiah. Sedangkan sisanya (100% - 58,4%) adalah 41,6% dijelaskan oleh variabel lain diluar persamaan diatas.

G. Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *relationship marketing*, nilai taksiran, dan undian berhadiah terhadap loyalitas nasabah dalam memilih produk gadai emas Bank Syariah Mandiri KC 16 Ilir Palembang. Nilai Taksiran dan Undian Berhadiah Terhadap Loyalitas Nasabah Gadai di Bank Syariah Mandiri KC 16 Ilir Palembang

1. Pengaruh *Relationship Marketing* Terhadap Loyalitas Nasabah Gadai di Bank Syariah Mandiri KC 16 Ilir Palembang

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *relationship marketing* diperoleh nilai t hitung sebesar 1,619 dengan nilai Sig. 0,113, dan nilai koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,210, yang artinya *relationship marketing* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah gadai di Bank Syariah Mandiri KC 16 Ilir Palembang. Maka hipotesis pertama dalam penelitian yang menyatakan *relationship marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas

nasabah gadai di Bank Syariah Mandiri KC 16 Ilir Palembang ini ditolak.

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *relationship marketing* mempunyai pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah gadai di Bank Syariah Mandiri KC 16 Ilir Palembang. Hal ini disebabkan karena ternyata *relationship marketing* tidak menjadi tolak ukur seseorang untuk menjadi loyal. Pelayanan yang diberikan oleh petugas gadai di Bank Syariah Mandiri KC 16 Ilir Palembang hampir sama dengan lembaga keuangan lainnya, dan tidak jarang masyarakat yang menjadi nasabah gadai emas merupakan nasabah yang sudah pada kondisi membutuhkan dana yang cepat sehingga mereka tidak terlalu menghiraukan aspek pelayanan selagi tidak merugikan mereka. Namun disisi lain petugas gadai di Bank Syariah Mandiri KC 16 Ilir Palembang tetap melakukan pelayanan yang terbaik bagi nasabahnya.

Hal ini berbeda dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Tri irfa Indrayani dan Helmi Prilla Aldino tentang “Pengaruh *Relationship Marketing* Terhadap

Loyalitas Pelanggan Speedy PT. TELKOM Indonesia Kendaltel Sumatera Barat”. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *relationship marketing* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan speedy Telkom.⁶³

Dan penelitian oleh Febry Venesia L.R (2015) tentang “Analisis Pengaruh Relationship Marketing Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Pada Gadai Emas di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Manado Utara”. Hasil penelitiannya yaitu variabel *Relationship Marketing* berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah.⁶⁴

2. Pengaruh Nilai Taksiran Terhadap Loyalitas Nasabah Gadai di Bank Syariah Mandiri KC 16 Ilir Palembang

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel nilai taksiran diperoleh nilai t hitung sebesar 4,072 dengan nilai Sig. 0,000, dan nilai koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,511, yang artinya nilai taksiran

⁶³ Tri irfa Indrayani dan Helmi Prilla Aldino, “Pengaruh *Relationship Marketing* Terhadap Loyalitas Pelanggan Speedy PT. TELKOM Indonesia Kendaltel Sumatera Barat”, *Jurnal Benefita*, Vol 1 No. 2 Tahun 2016, hal. 16

⁶⁴ Febry Vanecia L., “analisis pengaruh relationship marketing dan kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah pada gadai emas di PT. Pegadaian”, *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, Vol. 3, No. 3, 2015, hal. 290

berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah gadai di Bank Syariah Mandiri KC 16 Ilir Palembang. Maka hipotesis kedua dalam penelitian yang menyatakan nilai taksiran berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah gadai di Bank Syariah Mandiri KC 16 Ilir Palembang ini diterima.

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel nilai taksiran mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah gadai di Bank Syariah Mandiri KC 16 Ilir Palembang. Hal ini menandakan bahwa nilai taksiran merupakan faktor yang cukup mempengaruhi loyalitas nasabah gadai, dimana hasil wawancara kepada staf bagian gadai bank syariah mandiri kc 16 ilir Palembang, menjelaskan bahwa lebih dari 80% nasabah menginginkan nilai taksiran yang lebih tinggi sehingga jumlah pinjaman yang akan mereka dapatkan juga menjadi lebih besar.

Hal ini sama dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Andi Siti H., Ramdan Fawzi dan Nanik Eprianti (2019) meneliti dengan judul “Pengaruh Nilai Taksir dan Biaya-Biaya terhadap Loyalitas Nasabah dalam Penggunaan Jasa

Pembiayaan Gadai Emas Syariah”. Hasil penelitiannya terdapat pengaruh yang amat signifikan dari nilai taksir terhadap loyalitas nasabah.⁶⁵

3. Pengaruh Undian Berhadiah Terhadap Loyalitas Nasabah Gadai di Bank Syariah Mandiri KC 16 Ilir Palembang

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel undian berhadiah diperoleh nilai t hitung sebesar 1,069 dengan nilai Sig. 0,291, dan nilai koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,087, yang artinya undian berhadiah berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah gadai di Bank Syariah Mandiri KC 16 Ilir Palembang. Maka hipotesis ketiga dalam penelitian yang menyatakan undian berhadiah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah gadai di Bank Syariah Mandiri KC 16 Ilir Palembang ini ditolak.

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel undian berhadiah mempunyai pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah gadai di Bank Syariah

⁶⁵ Andi Siti H., Ramdan Fawzi dan Nanik Eprianti, “Pengaruh Nilai Taksir dan Biaya-Biaya terhadap Loyalitas Nasabah dalam Penggunaan Jasa Pembiayaan Gadai Emas Syariah”, *Jurnal Fakultas Syariah*, 2019, hal. 26

Mandiri KC 16 Ilir Palembang. Hal ini disebabkan karena kurangnya sosialisasi mengenai adanya promosi yang diselenggarakan berupa undian berhadiah oleh Bank Syariah Mandiri. Kurangnya informasi membuat nasabah banyak yang tidak mengetahui program undian tersebut. Nasabah harus membuka website resmi bsm ataupun membaca berita online dahulu untuk mengetahui waktu pengundian dan hadiah yang akan didapatkan.

Hal ini berbeda dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fahrudin Firmanzah, Nova Retnowati dan Indah Noviandari (2015) meneliti dengan judul “Pengaruh Point Reward, Undian Berhadiah dan Asuransi Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. ISM Bogasari Flour Mills Surabaya”. Hasil penelitiannya Secara simultan variabel Undian Berhadiah berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan PT. ISM Bogasari Flour Mills Surabaya.⁶⁶

⁶⁶ Fahrudin Firmanzah, Nova Retnowati dan Indah Noviandari, “Pengaruh Point Reward, Undian Berhadiah dan Asuransi Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. ISM Bogasari Flour Mills Surabaya”, *Jurnal Manajemen Branchmarck Vol 4, Issue 1*, 2015, hal. 168

4. Pengaruh *Relationship Marketing*, Nilai Taksiran dan Undian Berhadiah Terhadap Loyalitas Nasabah Gadai di Bank Syariah Mandiri KC 16 Ilir Palembang

Dari hasil pengujian diperoleh nilai F hitung sebesar 21,578 dengan nilai sig. sebesar 0,000. Oleh karena itu didapatkan nilai sig. lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis keempat yang menyatakan bahwa *relationship marketing*, nilai taksiran dan undian berhadiah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah gadai di Bank Syariah Mandiri KC 16 ilir Palembang. Maka hipotesis keempat dari penelitian ini diterima.

Pada dasarnya loyal atau tidaknya nasabah dapat tercermin dari kebiasaan nasabah yang konsisten terhadap suatu produk atau jasa yang mereka pakai. Kebiasaan nasabah ini meliputi evaluasi yang berdasarkan kriteria-kriteria yang mereka anggap relevan dan memberikan suatu kenyamanan pada produk yang mereka pilih, serta tidak merugikan mereka.