

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran umum Bank Mandiri Parepare

Nama instansi : Bank Mandiri Parepare
Alamat : Jl. Andi Isa No.9 Parepare
Kode Bank : 008
Nama Kantor : Bank Mandiri KC Parepare
Kode Pos : 91111
Telp : (0421) 28988
Website : www.bankmandiri.co.id

4.1.1 Sejarah Singkat Bank Mandiri

Bank Mandiri didirikan di Indonesia pada tanggal 2 Oktober 1998. Pada saat itu, pemerintah sedang berusaha menanggulangi krisis ekonomi regional sejak tahun 1997. Salah satu caranya adalah Pemerintah Republik Indonesia melakukan restrukturisasi bank, baik bank umum, swasta, ataupun pemerintah dengan bantuan International Monetary Fund (IMF), Bank Dunia, dan Asia Development Bank (ADB). Bank Mandiri juga mengalami restrukturisasi dimana empat bank pemerintah yang berbeda digabungkan bersama dalam satu bank. Penggabungan atau merger empat bank tersebut dengan Bank Mandiri akhirnya dilakukan pada tanggal 31 Juli 1999. Keempat bank yang digabungkan bersama Bank Mandiri merupakan bank-bank yang memiliki sejarah yang cukup panjang dan turut membentuk riwayat perbankan di Indonesia. Bank tersebut merupakan Bank Bumi Daya, Bank Dagang Negara, Bank Ekspor Impor Indonesia, dan Bank Pembangunan Indonesia yang memiliki sejarah lebih dari 100 tahun lamanya.

Bank Mandiri juga mewarisi 9 core banking system berbeda dari keempat bank yang digabung bersama. Setelah berinvestasi untuk melakukan konsolidasi awal dari sistem yang berbeda, Bank Mandiri selanjutnya melakukan program pergantian platform yang berjalan selama 3 tahun dengan investasi sebesar \$200 juta. Program pergantian platform ini difokuskan untuk kegiatan consumer banking dan meningkatkan kemampuan penetrasi di segmen retail banking. Pada sektor usaha, nasabah-nasabah Bank Mandiri kebanyakan bergerak di sektor yang sama seperti makanan, minuman, pertanian, konstruksi, kimia, dan tekstil. Maka, persetujuan kredit dan pengawasan untuk usaha dilaksanakan dengan cara terpisah dari kegiatan pemasaran dan business unit,

Pada akhirnya, dalam masa transisi menyatukan semua sistem, sistem Bank Exim dipilih untuk digunakan pada tahun 1999 hingga 2001. Pada tahun 2003 – 2004, sistem tersebut diubah lagi menjadi sistem Bank Mandiri saat semua sistem telah disatukan.

Dan sekarang Bank Mandiri telah menjadi salah satu perusahaan dan tempat kerja terbaik di dunia. Bank ini telah memberikan lapangan kerja bagi 36.737 karyawan dengan 457 kantor cabang dan 7 kantor cabang / perwakilan / perusahaan anak di luar negeri sampai Desember 2015. Selain itu, bank ini juga memiliki layanan distribusi yang dilengkapi dengan:

- 388 ATM
- 957 ATM dalam jaringan ATM Link, ATM Bersama, ATM Prima, dan Visa / Plus
- 861 mesin Electronic Data Capture (EDC)
- Jaringan elektronik yang terdiri dari Internet Banking, SMS Banking, dan Call Center

Berdirinya bank mandiri yang awalnya digunakan Pemerintah Indonesia untuk menanggulangi krisis ekonomi kini telah berkembang menjadi salah satu bank Indonesia yang terkemuka di dunia.¹

4.1.2 Visi dan Misi Bank Mandiri

Visi

Menjadi Lembaga Keuangan Indonesia yang paling dikagumi dan selalu progresif

Misi

- Berorientasi pada pemenuhan kebutuhan pasar
- Mengembangkan sumber daya yang professional
- Memberi keuntungan yang maksimal kepada stakeholder
- Melaksanakan manajemen terbuka
- Peduli terhadap kepentingan masyarakat dan lingkungan

Bank Mandiri berkomitmen membangun hubungan jangka panjang yang didasari atas kepercayaan baik dengan nasabah bisnis maupun perseorangan. Melayani seluruh nasabah dengan standar layanan internasional melalui penyediaan solusi keuangan yang inovatif. Dengan mewujudkan pertumbuhan dan kesuksesan bagi pelanggan, Bank Mandiri mengambil peran aktif dalam mendorong pertumbuhan jangka panjang Indonesia dan selalu menghasilkan timbal-balik yang tinggi secara konsisten bagi pemegang saham.

¹Elle Feranda, *Sejarah Lengkap.com* <https://sejarahlengkap.com/lembaga-pemerintah/sejarah-berdirinya-bank-mandiri> (diakses 30 Januari 2020)

4.2 Deskripsi Data

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Mandiri Parepare dan sampelnya berjumlah 88 orang yang jumlahnya didapatkan melalui rumus slovin.

4.2.1 Karakteristik Responden

Setiap responden memiliki karakteristik yang berbeda oleh karena itu perlu untuk dikelompokkan berdasarkan angket yang disebar oleh peneliti yaitu jenis kelamin, pendidikan dan pekerjaan.

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid LAKI_LAKI	36	40,9	40,9	40,9
PEREMPUAN	52	59,1	59,1	100,0
Total	88	100,0	100,0	

Berdasarkan table 4.1 maka dapat diketahui bahwa responden terbanyak adalah perempuan dengan jumlah 52 orang dengan presentase 60% dibanding dengan Laki-laki yang hanya berjumlah 36 orang atau 40%.

b. Karakteristik responden berdasarkan pendidikan

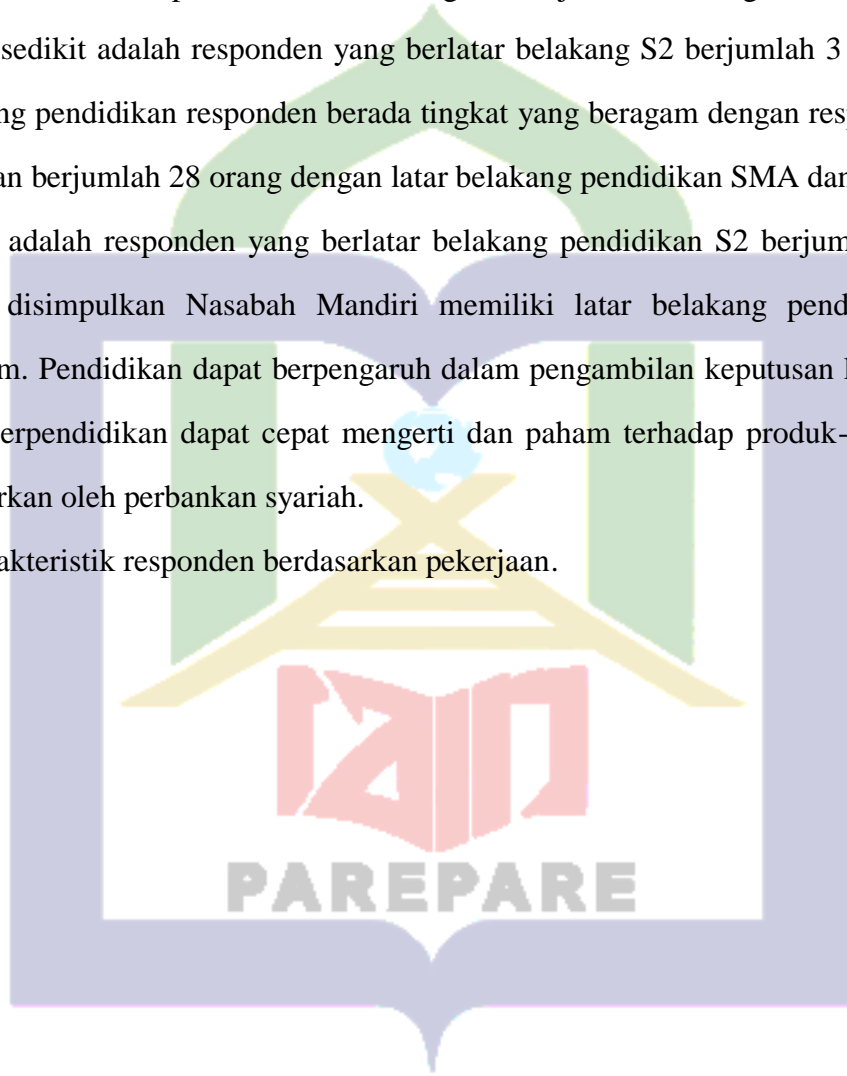
Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA	27	30,7	30,7
	SMK	28	31,8	62,5
	D3	4	4,5	67,0
	S1	26	29,5	96,6
	S2	3	3,4	100,0
	Total	88	100,0	100,0

Berdasarkan table 4.2 dapat diketahui bahwa sebagian besar responden memiliki latar belakang SMA yang berjumlah 27 orang atau 30%, kemudian smk berjumlah 28 orang atau 31%, responden dengan latar belakang S1 berjumlah 26 orang atau 29%, responden latar belakang D3 berjumlah 4 orang atau 4%, dan yang paling sedikit adalah responden yang berlatar belakang S2 berjumlah 3 orang. Latar belakang pendidikan responden berada tingkat yang beragam dengan responden yang dominan berjumlah 28 orang dengan latar belakang pendidikan SMA dan yang paling sedikit adalah responden yang berlatar belakang pendidikan S2 berjumlah 3 orang. Dapat disimpulkan Nasabah Mandiri memiliki latar belakang pendidikan yang beragam. Pendidikan dapat berpengaruh dalam pengambilan keputusan karena orang yang berpendidikan dapat cepat mengerti dan paham terhadap produk-produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah.

c. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan.



Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
KARYAWAN SWASTA	15	17,0	17,0	17,0
PLN	2	2,3	2,3	19,3
SICURITY	2	2,3	2,3	21,6
IRT	13	14,8	14,8	36,4
PNS	6	6,8	6,8	43,2
GURU	12	13,6	13,6	56,8
WIRASWASTA	2	2,3	2,3	59,1
ADMIN CALL ACC	1	1,1	1,1	60,2
BENGKEL	1	1,1	1,1	61,4
PETANI	1	1,1	1,1	62,5
DOSEN	2	2,3	2,3	64,8
URT	1	1,1	1,1	65,9
OB	1	1,1	1,1	67,0
NELAYAN	2	2,3	2,3	69,3
HONOR	1	1,1	1,1	70,5
Valid COLOMBUS	1	1,1	1,1	71,6
SUPIR MOBIL	2	2,3	2,3	73,9
BURU HARIAN	2	2,3	2,3	76,1
PERAWAT	3	3,4	3,4	79,5
STAF	2	2,3	2,3	81,8
TELKOM	1	1,1	1,1	83,0
PENGADAIAN	2	2,3	2,3	85,2
PEMBIAYAAN	1	1,1	1,1	86,4
KASIR	1	1,1	1,1	87,5
PENGUSAHA	3	3,4	3,4	90,9
PEGAWAIBANK	2	2,3	2,3	93,2
ADMIN COMPUTER RS	1	1,1	1,1	94,3
SALON	1	1,1	1,1	95,5
KARYAWAN	2	2,3	2,3	97,7
TUKANG JAHIT	2	2,3	2,3	100,0
Total	88	100,0	100,0	

Berdasarkan table 4.3 dapat diketahui bahwa sebagian besar responden berprofesi sebagai karyawan swasta 16 orang atau 17%, responden yang berprofesi sebagai Karyawan berjumlah 15 orang atau 15 %, responden yang berprofesi sebagai IRT berjumlah 13 orang atau 14%, responden yang berprofesi sebagai Guru 12 orang atau 13%, responden yang berprofesi sebagai Pns berjumlah 6 orang atau 6%, responden Mahasiswi sebanyak 6 orang atau 6%, responden yang berprofesi sebagai Perawat dan Tukang jahit berjumlah 3 orang atau 3%, responden yang berprofesi sebagai Pln, Scurity, Wiraswasta, Dosen, Nelayan, Supir mobil, Buru haraian, staf, Pegadaian, dan pegawai bank berjumlah 2 orang atau 2%, dan responden yang berprofesi sebagai Admin call acc, Bengkel, Petani, Urt, Ob, Honor, Colombus, Telkom, Pembiayaan, Kasir, Admin computer rs, dan salon masing-masing berjumlah 1 orang atau 1%.

4.3 Deskripsi Jawaban Responden

4.3.1 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Terkait terhadap Strategi promosi (X)

Dapat dilihat bahwa seluruh responden untuk variabel X mengenai Strategi promosi, hasil perhitungannya dari 88 responden berdasarkan *kuesioner* atau angket yang diberikan yaitu sejumlah 3789 berdasarkan seluruh skor yang diambil dari angket penelitian yang telah diberikan pada masing-masing responden untuk variabel X (Strategi promosi).

4.3.2 Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Terkait Peningkatan Nasabah (Y)

Dapat dilihat bahwa seluruh responden untuk variabel Y mengenai Minat menabung hasil perhitungannya dari 88 responden berdasarkan *kuesioner* atau angket yang diberikan yaitu sejumlah 3657 berdasarkan seluruh skor yang diambil dari angket penelitian yang telah diberikan pada masing-masing responden untuk variabel Y (Peningkatan Nasabah).

4.4 Pengujian Instrumen Penelitian

4.4.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan mengkorelasikan skor tiap item dengan skor total dari masing-masing atribut. Uji validitas digunakan untuk melihat ketetapan dan kecermatan dari sebuah instrument penelitian dalam fungsi ukurnya mengukur item-item pernyataan yang digunakan dalam bentuk pernyataan untuk memperoleh data dinyatakan valid. Item pernyataan yang memiliki korelasi positif tinggi dapat dianggap memiliki validitas yang tinggi pula.

Corrected item total correlation merupakan korelasi antar skor total item, sehingga interpretasinya dengan mengkonsultasikan nilai kritis r-tabel, jika r hitung > nilai kritis r-table *product moment* maka instrument dinyatakan valid atau dapat dikatakan bahwa item pernyataan dari cerminan setiap dalam penelitian ini keberadaannya pada instrument penelitian dinyatakan valid (sah). Dalam uji instrument dan analisis data pada penelitian ini, peneliti menggunakan program komputer khusus untuk analisis data statistik yaitu program SPSS, di mana peneliti menggunakan SPSS versi 20.

Berdasarkan output SPSS uji validitas tiap item pada variabel strategi promosi, dapat diperoleh nilai-nilai berikut ini dapat dilihat pada tabel.

Table 4.4
Correlations

		Strategi_Promosi	Peningkatan_nasabah	Total
VariabelX	Pearson Correlation	1	,113	,714**
	Sig. (2-tailed)		,298	,000
	N	88	88	88
VariabelY	Pearson Correlation	,113	1	,777**
	Sig. (2-tailed)	,298		,000
	N	88	88	88
Total	Pearson Correlation	,714**	,777**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	88	88	88

Sumber : Diolah menggunakan IBM SPSS Statistic 20

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji validitas untuk melihat apakah alat ukur yang kita pakai dapat mengukur apa yang kita ukur atau secara sederhana yaitu apakah angket yang dibagikan kepada responden dapat berfungsi untuk menganalisis masalah yang kita analisis.

Uji validitas mempunyai kriteria penilaian sebagai berikut, Apabila r hitung $>$ dari r table (pada taraf signifikan $\alpha = 0,01$), maka dapat dikatakan kuesioner tersebut valid. Apabila r hitung $<$ dari r table (pada taraf $\alpha = 0,01$), maka dapat dikatakan kuesioner tersebut tidak valid. Adapun sampelnya berjumlah 88, sehingga r tabelnya adalah 0,256. Hasil pengujian validitas adalah sebagai berikut.

Tabel 4.5

Hasil Pengujian Validitas

Variabel	r hitung	r tabel	Keterangan
Strategi promosi	0,714	0,270	Valid
Peningkatan nasabah	0,777	0,270	Valid

Sumber : olah data primer

Berdasarkan tabel 4.5 diatas dapat diketahui bahwa seluruh instrumen penelitian baik variabel X maupun Variabel Y dapat dinyatakan valid, dengan hasil pengujian SPSS yaitu:

- Variabel X yaitu bagi hasil memiliki nilai r hitung $0,714 > 0,270$ r tabel dinyatakan valid, oleh karena itu tiap bulir pernyataan yang digunakan sebagai instrumen dalam menghitung pengaruh bagi hasil terhadap minat menabung dapat digunakan untuk penelitian ini.
- Variabel Y yaituminat menabung memiliki nilai r hitung $0,777 > 0,270$ r tabel dinyatakan valid, oleh karena itu tiap bulir pernyataan yang digunakan sebagai instrumen dalam menghitung pengaruh bagi hasil terhadap minat menabung dapat digunakan.

1.2.2 Uji Realibilitas

Uji reliabilitas adalah untuk menguji konsisten alat ukur, apakah hasilnya tetap konsisten jika pengukuran diulang. Uji reliabilitas yang banyak digunakan pada penelitian yaitu menggunakan metode *Cronbach Alpha*. Nilai *Cronbach Alpha* pada penelitian yaitu menggunakan nilai 0,60 dengan asumsi bahwa daftar pernyataan yang ada diangket dikatakan reliable jika nilai *Cronbach Alpha* $\geq 0,60$. Adapun hasil reliabilitas yang diperoleh dalam penelitian ini sebagai berikut.

Table 4.6**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,788	3

Sumber : Diolah menggunakan IBM SPSS Statistic 20

Berdasarkan table 4.6 di atas dapat diketahui bahwa pernyataan yang terdapat pada angket memiliki nilai *Cronbach Alpha* $0,78 \geq 0,60$, sehingga dapat dinyatakan bahwa instrument penelitian yang digunakan untuk menghitung pengaruh strategi promosi terhadap peningkatan nasabah dikatakan *reliable*.

4.5 Uji Asumsi Klasik

4.5.1 Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan salah satu asumsi yang harus dipenuhi sebelum selanjutnya data di analisis menggunakan linier berganda. Sebuah data penelitian yang baik adalah yang datanya berdistribusi normal. Untuk menguji data apakah berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan menggunakan uji *kolmogorov-smirnov*. Dasar pengambilan keputusan dari uji normalitas *kolmogorov-smirnov* yaitu, jika nilai sig. $> 0,05$ maka data penelitian dinyatakan berdistribusi normal, sedangkan jika nilai sig. $< 0,05$ maka dinyatakan data penelitian tidak berdistribusi normal, nilai sig. Dapat dilihat pada baris *Asymp. Sig. (2-tailed)*.

Tabel 4.7
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		88
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2,31503155
	Absolute	,091
Most Extreme Differences	Positive	,056
	Negative	-,091
Kolmogorov-Smirnov Z		,848
Asymp. Sig. (2-tailed)		,468

- a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.

Berdasarkan hasil *Kolmogorov-Smirnov Test* pada residual yang telah dilakukan menggunakan program pengolah data dan diperoleh nilai *Kolmogorov-Smirnov Z sebesar* 0,848 dan nilai signifikansi residual sebesar 0,468.

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa data penelitian berdistribusi normal dengan nilai sig. $0,468 > 0,05$ sehingga uji asumsi klasik telah terpenuhi dan dapat dilanjutkan untuk pengujian linier berganda menggunakan uji parametrik yaitu uji T (uji parsial) dan uji F (uji simultan).

4.6 Pengujian Hipotesis

4.6.1 Analisis regresi linear sederhana

Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh Bagi hasil terhadap minat nasabah dilakukan dengan program komputer IBM SPSS *Statistics* 21 maka didapatkan hasil regresi sederhana sebagai berikut:

Tabel 4.8
Hasil Perhitungan regresi
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	37,081	5,021		7,386	,000
Strategi_promosi	,104	,116	,096	,893	,374

a. Dependent Variable: peningkatan_nasabah

Rumus regresi linier sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + Bx$$

$$Y = 37.081 + 0.104x$$

Keterangan :

Y = Variabel dependen (nilai yang diprediksi)

X = Variabel independen

a = Konstanta (nilai Y apabila X=0)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

4.6.2 Uji T (Parsial)

Uji T (Parsial) adalah pengujian terhadap data penelitian yang dilakukan untuk melihat hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat. Dengan ketentuan pengujiannya:

1) Menentukan hipotesis

$$H_0: \beta_i = 0,$$

Artinya variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

$$H_1: \beta_i \neq 0,$$

Artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

2) Menentukan t table

Untuk menentukan t tabel dengan menggunakan tingkat $\alpha=5\%$ dan derajat kepercayaan.

$$dk = n - k.$$

ket:

n : jumlah data

k : jumlah variabel

3) Pengambilan keputusan

Jika t hitung $<$ t tabel maka H_0 diterima, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.

Jika t hitung \geq t tabel maka H_0 ditolak, artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.

Hasil uji T pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini

Table 4.8
Hasil Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	37,081	5,021		7,386	,000
1 Strategi_promosi	,104	,116	,096	,893	,374

a. Dependent Variable: peningkatan_nasabah

Variabel independen dikatakan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen apabila t hitung $>$ t table dan nilai signifikannya $<$ dari 0,05.

Dengan nilai $\alpha= 5\%$ atau 0,05 dan $df = 88 - 2 = 86$ menghasilkan t table yaitu 1.66277 sehingga dinyatakan bahwa variabel Bagi hasil memiliki nilai t hitung $0.893 >$

1.66088 t table dan nilai signifikan $0,00 < 0,05$. Dengan demikian H_0 ditolak artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel Bagi hasil dan minat menabung.

4.6.3 Uji F (Simultan)

Uji F berfungsi untuk melihat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara serempak atau keseluruhan.

1) Menentukan hipotesis

$$H_0: \beta_i = 0,$$

Artinya variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

$$H_1: \beta_i \neq 0,$$

Artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

2) Menentukan t table

Untuk menentukan t tabel dengan menggunakan tingkat $\alpha=5\%$ dan derajat kepercayaan.

df1 = seluruh variabel-variabel bebas

df2 = seluruh sampel-seluruh variabel

3) Pengambilan keputusan

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 diterima, artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.

Berdasarkan dasar signifikan, kriterianya adalah:

Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka signifikan.

Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka tidak signifikan.

Hasil uji F atau simultan dapat dilihat dari tabel di bawah

Tabel 4.9
Hasil Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5,324	1	5,324	,797	,374 ^b
	Residual	574,392	86	6,679		
	Total	579,716	87			

a. Dependent Variable: peningkatan_nasabah

b. Predictors: (Constant), Strategi_promosi

Berdasarkan tabel di atas yang menunjukkan nilai f hitung $0,797 > 0,374$ f tabel dan nilai signifikan $0,000 < 0,01$. Dengan demikian H_0 ditolak artinya secara bersamaan ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan devenden.

4.6.4 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mencari seberapa besar variasi variabel independen dapat menjelaskan secara keseluruhan variasi variabel independen. Koefisien determinasi mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen secara keseluruhan terhadap naik turunnya variasi nilai variabel independen.

Tabel 4.10
Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,096 ^a	,009	-,002	2,584

a. Predictors: (Constant), Strategi_promosi

Berdasarkan analisis diketahui bahwa nilai koefisien determinasi sebesar 0,009 artinya bahwa 00,9% peningkatan nasabah dipengaruhi oleh strategi promosi

Sedangkan sisanya 99,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

4.7 Pembahasan Hasil Penelitian

Sebelum peneliti membahas hasil dari penelitian terlebih dahulu akan peneliti jelaskan mengenai variabel penelitian. Penelitian ini dilakukan di salah satu bank yang ada di kota Parepare yaitu Mandiri, fokus penelitian ini adalah nasabah dari bank tersebut.

Penelitian yang berjudul “Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Nasabah di Bank Mandiri Parepare”. Terdapat 1 (satu) variabel bebas yaitu Strategi Promosi , sedangkan variabel terikat yaitu Peningkatan Nasabah. Dengan sampel yang berjumlah 88 responden.

Sebelum melakukan analisis data menggunakan uji f dan uji t terlebih dahulu peneliti melakukan uji terhadap instrumen penelitian dan uji asumsi klasik yaitu:

- a) Uji validitas yang dilakukan untuk mengukur apakah alat ukur yang digunakan sudah tepat, dan hasil SPSS menunjukkan bahwa pernyataan yang digunakan untuk mengukur pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen valid, atau dapat digunakan dengan nilai R hitung variabel Bagi hasil 0,714 dan variabel Minat menabung 0,777.
- b) Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui instrumen penelitian yang digunakan handal, hasil SPSS menunjukkan angket yang digunakan sudah layak atau memberikan hasil yang konsisten dengan nilai sig.0,788.
- c) Uji normalitas merupakan uji yang dilakukan untuk melihat distribusi data yang ada pada penelitian, merupakan salah satu uji asumsi klasik yang harus terpenuhi. model regresi berdistribusi normal sehingga layak digunakan untuk mengukur pengaruh Bagi hasil terhadap minat nasabah menabung karena telah memenuhi asumsi normalitas.

Variabel X berdasarkan uji multikolinearitas bahwa indikasi keberadaan multikolinearitas pada persamaan yang dilakukan tidak terbukti atau tidak terdapat gejala multikolinearitas dalam persamaan yang dilakukan atau hubungan yang terjadi antar variabel bebas bagi hasil dapat ditoleransi sehingga tidak akan mengganggu hasil regresi. Dan berdasarkan uji t menghasilkan nilai t hitung > 1.66277 t table dan nilai signifikan $0,00 < 0,05$. Dengan demikian H_0 ditolak artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel Strategi promosi dan Peningkatan nasabah di Bank Mandiri Parepare. Berdasarkan angket yang peneliti bagikan sebagian besar responden menjawab menggunakan jasa Mandiri Parepare merupakan rekomendasi dari kerabat, keluarga, dan lain-lain.

Berdasarkan uji F yaitu uji yang bertujuan untuk menunjukkan pengaruh antara variabel X dan variabel Y secara serempak, hasil pengujian data menunjukkan nilai f hitung $0,797 > 0,374$ f tabel dan nilai signifikan $0,000 < 0,01$. Dengan demikian H_0 ditolak artinya secara bersamaan ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan dependen. Hingga dapat disimpulkan bahwa variabel Strategi promosi secara bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap peningkatannasabah di Bank Mandiri Parepare.