



PENGARUH MARGIN, KINERJA KARYAWAN, STRATEGI PEMASARAN, TERHADAP LOYALITAS NASABAH MENGGUNAKAN PEMBIAYAAN *MURABAHAH* PADA PT. BANK SYARIAH MANDIRI KCP SIPIROK

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh:

**HABIB SYAHPUTRA BATUBARA
NIM. 15 401 00196**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN**

2019



**PENGARUH MARGIN, KINERJA KARYAWAN, STRATEGI
PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH DALAM
MENGUNAKAN PEMBIAYAAN *MURABAHAH* PADA
PT. BANK SYARIAH MANDIRI KCP SIPIROK**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh

**HABIB SYAHPUTRA BATUBARA
NIM. 15 401 00196**

Pembimbing I

**Muhammad Isa, ST., MM
NIP: 19840512 201403 2 002**

Pembimbing II

Ja'far Nasution, Lc., M.E.I

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PADANGSIDIMPUAN**

2019



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telepon.(0634) 22080 Fax. (0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **Habib Syahputra Batubara**
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidimpuan, 20 Oktober 2019
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Padangsidimpuan
Di_
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikumWr.Wb.

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **Habib Syahputra Batubara** yang berjudul: "**Pengaruh margin, kinerja karyawan, strategi pemasaran terhadap loyalitas nasabah menggunakan pembiayaan Murabahah pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Sipirok**" Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

Seiring dengan hal di atas, maka saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan skripsinya ini.

Demikian kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama dari Bapak, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikumWr. Wb.

Pembimbing I

Muhammad Isa, ST., MM
NIP: 19840512 201403 2 002

Pembimbing II

Ja'far Nasution, Lc., M.E.I

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : HABIB SYAHPUTRA BATUBARA
NIM. : 15140100196
Fakultas/ Prodi : Ekonomi Dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul Skripsi : **Pengaruh Margin, Kinerja Karyawan, Strategi Pemasaran Terhadap Loyalitas Nasabah Menggunakan Pembiayaan *Murabahah* Pada PT Bank Syari'ah Mandiri KCP Sipiok.**

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya serahkan ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri. Sepengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain dalam skripsi saya ini kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang telah lazim.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidempuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Padangsidempuan, 16 Oktober 2019
Pembuat pernyataan



HABIB SYAHPUTRA BATUBARA
NIM: 1540100196

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai Civitas Akademika Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : HABIB SYAHPUTRA BATUBARA
NIM. : 1540100196
Prodi : Perbankan Syari'ah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Rights*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **Pengaruh Margin, Kinerja Karyawan, Strategi Pemasaran Terhadap Loyalitas Nasabah Menggunakan Pembiayaan *Murabahah* Pada PT Bank Syari'ah Mandiri KCP Sipiok.** Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalihkan, media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penelitidan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan
Pada tanggal : 16 Oktober 2019
Yang menyatakan,



HABIB SYAHPUTRA BATUBARA
NIM. 1540100196



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

**DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

Nama : HABIB SYAHPUTRA BATUBARA
NIM : 15 401 00196
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Margin, Kinerja Karyawan, Strategi Pemasaran Terhadap Loyalitas Nasabah Menggunakan Pembiayaan *Murabahah* Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Sipirok.

Ketua

Drs. Kamaluddin, M.Ag
NIP. 1965110 219903 1 001

Sekretaris

Windari, SE., MA
NIP. 19830510 201503 2 003

Anggota

Drs. Kamaluddin, M.Ag
NIP. 1965110 219903 1 001

Windari, SE., MA
NIP. 19830510 201503 2 003

H. Aswadi Lubis, SE, M.Si
NIP. 19630107 199903 1 002

Hamni Fadlilah Nasution, M. Pd
NIP. 19830317 201801 2 001

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidempuan
Hari/Tanggal : Kamis / 4 Nopember 2019
Pukul : 13.30-16.00 WIB
Hasil/Nilai : Lulus/74 (B-)
Predikat : SANGAT MEMUASKAN
IPK : 3,22



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : PENGARUH MARGIN, KINERJA KARYAWAN, STRATEGI PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH MENGGUNAKAN PEMBIAYAAN MURABAHAH PADA PT. BANK SYARIAH MANDIRI KCP SIPIROK

NAMA : HABIB SYAHPUTRA BATUBARA
NIM : 15 401 00196

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas
dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (SE)
dalam Bidang Perbankan Syariah

Padangsidempuan, 18 November 2019
Dekan,



Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si
NIP. 19780818 200901 1 015

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, segala puji syukur ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untaian *Shalawat* serta Salamsenantiasa tucurahkan kepada insan mulia Nabi Besar Muhammad SAW, figur seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, *madinatul 'ilmi*, pencerah dunia dari kegelapan beserta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini berjudul: **“Pengaruh Margin, Kinerja karyawan, Strategi pemasaran Terhadap Loyalitas Nasabah Menggunakan Pembiayaan *Murabahah* pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Sipirok”**, ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ilmu Perbankan Syariah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, peneliti berterima kasih kepada.

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, M.CL selaku Rektor IAIN Padangsidempuan, serta Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M. Ag, selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Bapak Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, SE., M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Bapak Drs. Kamaluddin, M.Ag., selaku Wakil Dekan Bidang

Administrasi Umum Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. H. Arbanur Rasyid, M.A, selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

3. Ibu Nofinawati, S.E.I, M.A., Ketua Program Studi Perbankan Syariah yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di IAIN padangsidempuan.
4. Bapak Muhammad Isa, ST., MM selaku pembimbing I dan Bapak Ja'far selaku pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Yusri Fahmi, M.Hum, selaku Kepala Perpustakaan dan para pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi penulis untuk memperoleh buku-buku yang penulis butuhkan dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Segenap Bapak Ibu Dosen dan pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan yang dengan ikhlas memberikan ilmu pengetahuan, dorongan dan motivasi yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan. Mudah-mudahan Allah SWT membalas dan menambah ilmu yang barokah kepada semuanya.
7. Teristimewa keluarga tercinta kepada (Ibunda Lamria Hasanah Manik, Kakak Saribulan Batubara, dan Adik Nuriyah Rukma Batubara dan Rahma Sari Siregar yang selalu memberikan support kepada peneliti dalam melakukan penelitian ini supaya tetap semangat dalam mengerjakannya sampai selesai).
8. Terimakasih juga kepada sahabat-sahabat Ikhwan Kost yang telah menjadi motivator serta memberikan arahan, dukungan, dan semangat bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini dimulai dari proposal sehingga selesainya skripsi ini. Terkhusus untuk satu kamar peneliti (Ismar munawir syah, Abang Sanusi Siregar, Muksin Syaputra, Diki Siagian, dan Ipar Fauzi).

9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tidak terhingga kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Penulis menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada penulis sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan.

Padangsidempuan, 16 Oktober 2019

Peneliti,

HABIB SYAHPUTRA BATUBARA
NIM.1540100196

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf Latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	be
ت	Ta	T	te
ث	ṣa	ṣ	es (dengan titik di atas)

ج	Jim	J	je
ح	ha	ḥ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	de
ذ	zal	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	er
ز	Zai	Z	zet
س	Sin	S	es
ش	Syin	Sy	es
ص	ṣad	ṣ	esdan ye
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	ge
ف	Fa	F	ef
ق	Qaf	Q	ki
ك	Kaf	K	ka
ل	Lam	L	el
م	Mim	M	em
ن	Nun	N	en
و	Wau	W	we
ه	Ha	H	ha
ء	hamzah	.. ’ ..	apostrof
ي	Ya	Y	ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

- a. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
— /	fathah	A	a
— /	Kasrah	I	i
— و	ḍommah	U	U

- b. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
-----------------	------	----------	------

.....ي	fathāh dan ya	Ai	a dan i
.....و	fathāh dan wau	Au	a dan u

- c. Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
.....ا.....	fathāh dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
.....ى	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
.....و	ḍommah dan wau	ū	u dan garis di atas

3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk Ta Marbutah ada dua.

- Ta Marbutah hidup yaitu Ta Marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathāh, kasrah dan ḍommah, transliterasinya adalah /t/.
- Ta Marbutah mati yaitu Ta Marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya Ta Marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka Ta Marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

4. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid. Dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

5. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

ال . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

- a. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.
- b. Kata sandang yang diikuti huruf qamariah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

6. Hamzah

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun huruf ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

8. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat.

Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

9. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu koresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama.

ABSTRAK

Nama : Habib Syahputra Batubara
Nim : 15 401 00196
Judul Skripsi : Pengaruh Margin, Kinerja Karyawan, Strategi Pemasaran Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Menggunakan Pembiayaan *Murabahah* Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Sipirok

Dari hasil wawancara kelima nasabah yang peneliti lakukan dalam menggunakan pembiayaan *Murabahah* pada PT. Bank Syariah KCP Sipirok. Hasil dari wawancara yang peneliti lakukan adalah: 1. Dari sisi Margin, (tingkat margin/keuntungan yang diperoleh oleh nasabah tidak sesuai dengan apa yang diharapkan dan pelaksanaan transaksi tidak sesuai dengan apa yang disepakati diawal). 2. Dari sisi kinerja karyawan, (karyawan kurang focus, kurang efisien, dan efektif dalam memberikan pelayanan kepada nasabah). 3. Dari sisi strategi pemasaran, (tidak terlaksananya dengan baik strategi pemasaran yang dilakukan pihak Bank Syariah Mandiri KCP Sipirok. Sehingga nasabah tidak mengetahui sepenuhnya produk yang dimiliki Bank Syariah Mandiri KCP Sipirok, khususnya pembiayaan *Murabahah*.

Loyalitas secara garis besar pengertiannya adalah suatu kesetiaan terhadap sebuah merek atau sebuah produk yang dihasilkan dari suatu perusahaan. Menurut (Peter dan Olson), loyalitas merek adalah sebagai keinginan melakukan pembelian kembali. Kesetiaan itu timbul tanpa adanya suatu paksaan dari pihak manapun, tetapi timbul dari kesadaran diri sendiri. Dimana peneliti melakukan penelitian di Bank Syariah Mandiri KCP Sipirok nasabah menggunakan pembiayaan *Murabahah* yang mempengaruhi loyalitas nasabah. Dalam menggunakan pembiayaan *Murabahah* termasuk diantaranya dari sisi margin, kinerja karyawan, dan juga strategi pemasaran.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, dan data yang digunakan adalah data primer, pengujian hipotesis tersebut dilakukan dengan menggunakan penghitungan statistik dengan bantuan SPSS versi 23 sebagai alat hitung.

Hasil penelitian yaitu (R^2) sebesar 0,441 artinya variansi variabel loyalitas nasabah dapat dijelaskan oleh variabel margin, kinerja karyawan, dan strategi pemasaran sebesar 44,1%, sedangkan sisanya sebesar 55,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Berdasarkan uji t, margin secara parsial memiliki $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,551 < 1,66071$). Kinerja karyawan secara parsial memiliki $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,892 > 1,66071$), dan strategi pemasaran secara parsial memiliki $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,771 < 1,66071$). Maka disimpulkan bahwa margin dan strategi pemasaran, tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah menggunakan pembiayaan *Murabahah* dan kinerja karyawan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah menggunakan pembiayaan *Murabahah*. Secara simultan, margin, kinerja karyawan, dan strategi pemasaran memiliki $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($25,028 > 3,95$). Maka dapat disimpulkan bahwa margin, kinerja karyawan, dan strategi pemasaran secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Kata Kunci : Margin, Kinerja Karyawan, Strategi Pemasaran, Loyalitas Nasabah, Pembiayaan *Murabahah*, PT. Bank Syariah Mandiri KCP Sipirok.

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan Pembimbing	ii
Surat Pernyataan Pembimbing	iii
Surat Pernyataan Keaslian Skripsi	iv
Halaman Pernyataan Persetujuan Publikasi	v
Berita Acara Ujian Munaqasah	vi
Pengesahan Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam	vii
Abstrak	viii
Kata Pengantar	ix
Pedoman Transliterasi Arab-Latin	x
Daptar Isi	

Bab I Pendahuluan

A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Identifikasih Masalah	5
C. Batasan Masalah	6
D. Rumusan Masalah	6
E. Defenisi Operasional Variabel	8
F. Tujuan Penelitian	9
G. Mamfaat Penelitian	9
H. Sistematika Penulisan	10

Bab II Landasan Teori

A. Landasan Teori	12
1. Perkembangan Perbankan Syariah Di Duna	12
2. Pengertian Loyalitas Nasabah	13
3. Margin	15
a. Pengertian Margin	15
b. Penetapan Nilai Margin	16
c. Metode Penentuan Margin	17
d. Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Dalam Penentuan Margin (Keuntungan)	17
4. Kinerja Karyawan	18
a. Pengertian Kinerja Karyawan	18
b. Faktor-Faktor Mempengaruhi Kinerja Karyawan	19
c. Etika Kerja Muslim	20
5. Strategi Pemasaran	21
a. Pengertian Strategi Pemasaran	21
b. Fungsi Strategi Pemasaran	23
6. Pembiayaan <i>Murabahah</i>	23
a. Pengertian Pembiayaan <i>Murabahah</i>	23

b. Literasi Pembiayaan <i>Murabahah</i>	24
7. Penelitian Terdahulu	26
8. Kerangka Pemikiran	29
9. Hipotesis	30

Bab III Metode Penelitian

A. Metode Penelitian	31
1. Lokasi Penelitian	31
2. Jenis Penelitian	31
3. Populasi Dan Sampel	31
a. Populasi	31
b. Sampel	32
4. Metode Pengumpulan Data	33
5. Jenis Dan Sumber Data	34
a. Data Primer	34
b. Data Sekunder	34
6. Metode Analisis Data	34
a. Uji Validitas	35
b. Uji Reliabelitas	35
c. Uji Asumsi Klasik	36
1) Uji Normalitas	36
2) Uji Multikolinearitas	37
3) Uji Heteroskedastisitas	37
4) Uji Linearitas	38
d. Analisis Regresi Linier Berganda	38
e. Koefisien Determinasi	39
f. Uji Hipotesis	40
1) Uji T	40
2) Uji F	40

Bab IV Hasil Penelitian

A. Gambaran Umum Perusahaan	41
1. Sejarah Bank Syariah Mandiri	41
2. Ruang Lingkup Bidang Usaha PT. Bank Syariah Mandiri	44
3. Produk Dan Jasa Bank Syariah Mandiri	47
a. Produk Pendanaan	47
b. Produk Pembiayaan	50
c. Produk Layanan	52
4. Lokasi Perusahaan	54
5. Daerah Pemasaran	55
B. Gambara Bank Syarian Mandiri KCP Sipirok	54
1. Ruang Lingkup Bank Syariah Mandiri KCP Sipirok	54
2. Dampak Sosial Ekonomi Terhadap Lingkungan Masyarakat	56
C. Hasil Analisi Data	56

1. Uji Validitas	56
2. Uji Reliabelitas	59
3. Uji Asumsi Klasik	60
a. Uji Normalitas	60
b. Uji Multikolinearitas	61
c. Uji Heteroskedastisitas	62
d. Uji Linearitas	63
4. Analisis Regresi Linier Berganda	64
5. Koefisien Determinasi	67
6. Uji Hipotesis	68
a. Uji T	68
b. Uji F	69
7. Pembahasan Analisis Data	71
8. Keterbatasan Penelitian	75

Bab V Penutup

A. Kesimpulan	76
B. Saran	77
C. Daptar Pustaka	78
D. Lampiran	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank Islam, disebut juga sebagai bank syariah ialah bank yang beroperasi tanpa mengandalkan bunga. Bank syariah juga dapat diartikan sebagai lembaga keuangan perbankan yang beroperasi dan produknya berlandaskan Al-Quran dan hadis. Bank syariah merupakan salah satu bentuk dari perbankan nasional yang mendasarkan operasionalnya pada syariat (hukum) Islam.¹

Secara filosofis, Bank Syariah adalah bank yang aktivitasnya meninggalkan masalah riba. Dengan demikian, penghindaran bunga yang dianggap riba merupakan salah satu tantangan yang dihadapi dunia Islam dewasa ini.

Akhir-akhir ini kita biasa melihat pada dunia perbankan di negara kita, perbankan yang berlandaskan syariah muncul sebagai dinamika dalam dunia perbankan. Di negara kita hadir sebagai gebrakan awal bank syariah, yaitu Bank Muamalat Indonesia, bank yang berlandaskan syariat Islam. Hal tersebut jelas-jelas terpapar dalam UU No. 07 Tahun 1992, hal tersebut bukan sebagai halangan perkembangan Bank Syariah, namun tetapi merupakan tonggak penting bagi keberadaan Bank syariah di negara kita Indonesia.²

¹Khairul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah* (Bandung : CV Pustaka Setia, 2013), hlm. 15.

²Amir Machmud dan Rukmana, *Bank Syariah* (Jakarta : Erlangga, 2010), hlm. 4-6.

Visi bank syariah ialah terwujudnya sistem perbankan syariah yang komparatif, efisien, dan memenuhi prinsip kehati-hatian yang mampu mendukung sektor riil secara nyata melalui kegiatan pembiayaan berbasis bagi hasil dan transaksi riil dalam kerangka keadilan, tolong menolong, mewujudkan kebaikan guna mencapai kemaslahatan masyarakat.

Misi bank syariah ialah mewujudkan iklim yang kondusif untuk mengembangkan perbankan syariah yang *istiqomah* terhadap perinsip-prinsip syariah dan mampu berperan dalam sektor riil.³

Setiap perusahaan tentunya ingin mencapai suatu keberhasilan. Untuk mencapai hal tersebut, perusahaan memerlukan strategi untuk menghadapi persaingan yang saat ini semakin lama semakin ketat. Terdapat berbagai tantangan dalam mencapai keberhasilan perusahaan. Untuk mengantisipasinya, perusahaan dituntut untuk dapat bekerja dengan baik dengan menggunakan berbagai macam sumber daya yang dimiliki agar dapat diterima oleh masyarakat. Salah satu hal yang perlu diperhatikan perusahaan dalam mencapai keberhasilan adalah kualitas pelayanan, untuk membuat nasabah nyaman dalam melakukan transaksi.

Dari masalah penanganan keluhan ataupun kendala dapat dipakai sebagai tolak ukur kualitas produk dan jasa yang sekaligus juga menciptakan loyalitas nasabah dalam memilih suatu produk yang ditawarkan, sehingga dari uraian tersebut diatas diharapkan mampu

³Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah* (Jakarta : Sinar Grafika, 2010), hlm. 8.

menciptakan kepuasan dan sekaligus juga menciptakan loyalitas nasabah dalam memilih suatu produk utamanya dalam pembiayaan *Murabahah*.

PT.Bank syariah mandiri KCP Sipirok tentu menginginkan nasabahnya agar selalu loyal menggunakan produk dan jasa yang mereka tawarkan. Namun berdasarkan data yang peneliti peroleh ternyata loyalitas nasabah bank syariah mandiri KCP Sipirok belum seperti yang diharapkan. Hal ini ditandai dengan masih banyaknya nasabah yang pindah menjadi nasabah bank lain (*take over*) dan menutup rekening pembiayaan di PT. Bank syariah mandiri KCP Sipirok. Berikut ini jumlah nasabah pembiayaan *Murabahah* yang di *take over* bank lain sepanjang tahun 2017 dan 2018.

Table I.I
Nasabah yang *take over* Tahun 2017-2018

Tahun	Bulan	Jumlah nasabah yang <i>take over</i> ke bank lain
2017	Maret	1
	Juni	2
	Agustus	2
	Oktober	3
2018	April	2
	Mei	3

Dari tabel diatas terlihat bahwa ada kecendrungan jumlah nasabah yang pindah (*take over*) ke bank lain telah meningkat. Hal ini harus segera diteliti untuk dicari penyebabnya, apa saja faktor-faktor yang menyebabkan hal itu terjadi.

Berdasarkan wawancara yang saya lakukan terhadap nasabah yang menggunakan pembiayaan *Murabahah* di Bank Syariah Mandiri KCP Sipirok, mengenai ***“Pengaruh Margin, Kinerja Karyawan, dan Strategi Pemasaran Terhadap Loyalitas Nasabah Menggunakan Pembiayaan Murabahah di PT.Bank Syariah Mandiri KCP Sipirok”***,

Setelah saya mewawancari kelima nasabah tersebut yang menggunakan pembiayaan *Murabahah* pada PT.Bank Syariah Mandiri KCP Sipirok, hasil dari wawancara yang saya lakukan ialah :

1. Dari sisi margin, keluhan Farida Hannum Simatupang dalam menggunakan pembiayaan *Murabahah* adalah tingkat margin (keuntungan) yang diperoleh oleh nasabah kurang sesuai dengan apa yang diharapkan. Sehingga loyalitas nasabah dalam menggunakan pembiayaan *Murabahah* sangatlah berpengaruh.⁴
2. Dari sisi margin, keluhan Rahma Sari Siregar adalah pelaksanaan transaksi tidak sesuai dengan akad yang disepakati di awal.⁵
3. Dari kinerja karyawan, keluhan Yusnita Riani Sipahutar adalah karyawan kurang fokus dalam melayani nasabah.⁶
4. Dari sisi Kinerja Karyawan, keluhan Diki Permana Putra Siagian tentang Kinerja Karyawan adalah tingkat pelayanan yang diberikan oleh karyawan PT.Bank Syariah Mandiri KCP Sipirok kurang efisien

⁴Hasil dari wawancara Farida Hannum Simatupang, pada hari kamis 14 maret 2019, pukul 14.00 WIB.

⁵Hasil wawancara Rahma Sari Siregar, pada hari kamis 14 maret 2019, pukul 15.09 WIB.

⁶ Hasil wawancara Yusnita Riani Sipahutar, pada hari kamis 14 maret 2019, pukul 17.35 WIB.

dan efektif. Sehingga nasabah tidak loyal dalam melakukan transaksi di Bank Syariah Mandiri KCP Sipirok.⁷

5. Dari sisi strategi pemasaran, keluhan Sanusi Siregar adalah Tidak terlaksananya dengan baik Strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak Bank Syariah Mandiri KCP Sipirok, sehingga kebanyakan nasabah tidak menengetahui sepenuhnya produk yang ada pada PT.Bank Syariah Mandiri KCP Sipirok.⁸

Berdasarkan latar belakang masalah diatas dapat dirumuskan suatu masalah yang akan dibahas yaitu ***“Pengaruh Margin, Kinerja karyawan, dan Strategi Pemasaran Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Menggunakan PembiayaanMurabahah Pada PT.Bank Syariah Mandiri KCP Sipirok”***.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat didefinisikan permasalahan yang ada yaitu sebagai berikut :

1. Margin yang diperoleh kurang sesuai dengan yang diharapkan oleh nasabah pada saat bertransaksi menggunakan pembiayaan *Murabahah*.
2. Kurangnya kualitas pelayanan dari kinerja karyawan yang diberikan oleh PT.Bank Syariah Mandiri KCP Sipirok terhadap nasabah.
3. Kurang efisien dan efektif tingkat kinerja karyawan terhadap jumlah nasabah dalam memberikan pelayanan prima pada PT.Bank Syariah Mandiri KCP Sipirok.

⁷Hasil wawancara Diki Permana Putri Siagian, pada hari senin 18 maret 2019, pukul 10.23 WIB.

⁸Hasil wawancara Sanusi Siregar, pada hari senin 18 maret 2019, pukul 14.25 WIB.

4. Rendahnya tingkat promosi yang dilakukan oleh PT. Bank Syariah Mandiri KCP Sipirok dalam memasarkan produk yang ada dalam PT. Bank Syariah Mandiri KCP Sipirok terhadap nasabah yang belum mengetahui produk tersebut.
5. Jumlah nasabah yang pindah menjadi nasabah bank lainnya semakin bertambah.
6. Semakin ketatnya persaingan dalam bisnis perbankan, khususnya di Kabupaten Tapanuli Selatan.

C. Batasan Masalah

Batasan masalah ini bertujuan untuk memberikan batasan yang paling jelas dari permasalahan yang ada untuk memudahkan pembahasan. Berdasarkan identifikasi masalah di atas, yang menjadi batasan masalah dalam penelitian ini adalah *“Pengaruh Margin, Kinerja karyawan, dan Strategi Pemasaran Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Menggunakan Pembiayaan Murabahah Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Sipirok”*.

Pembatasan ini dilakukan agar peneliti lebih fokus membahas topik yang diteliti dan supaya tidak meluas ke topik lain yang tidak berkaitan dengan permasalahan yang dibahas.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah margin berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan pembiayaan *Murabahah* pada PT.Bank Syariah Mandiri KCP Sipirok ?
2. Apakah kinerja karyawan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan pembiayaan *Murabahah* pada PT.Bank syariah mandiri KCP Sipirok ?
3. Apakah strategi pemasaran berpengaruh terhadap loyalitas nasabah menggunakan pembiayaan *Murabahah* pada PT.Bank syariah mandiri KCP Sipirok ?

E. Defenisi Operasional Variabel

Defenisi operasional variabel ditentukan dalam penelitian ini untuk memberikan penjelasan masing-masing variabel yang dimaksud. Selain itu, proses ini juga dimaksudkan untuk menentukan skala masing-masing variabel sehingga pengujian hipotesis dengan menggunakan alat bantu statistik dapat dilakukan secara benar.

Dalam penelitian ini, variabel yang diteliti dibagi menjadi dua macam variabel, yaitu variabel bebas (*Independent Variabel*) dan variabel terikat (*Devendent Variabel*). Adapun defenisi operasional variabel tersebut dapat dijelaskan dalam tabel sebagai berikut :

Tabel I.2
Defenisi Operasional Variabel

No	Variabel	Defenisi Variabel	Indikator	Skala

1	Margin (X1)	Margin adalah kenaikan bersih dari aset bersih sebagai akibat memegang aset yang mengalami peningkatan nilai selama periode yang dipilih oleh pernyataan pendapatan.	<ul style="list-style-type: none"> a. Nisbah b. Pendapatan bank. c. Metode perhitungan margin 	Ordinal
2	Kinerja karyawan (X2)	Kinerja karyawan merupakan prestasi kerja yakni perbandingan antara hasil kerja yang dapat dilihat secara nyata dengan standar kerja yang telah ditetapkan organisasi.	<ul style="list-style-type: none"> a. Kepuasan b. Ketentraman. c. Kenyamanan 	Ordinal
3	Strategi Pemasaran (X3)	Strategi Pemasaran adalah alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut.	<ul style="list-style-type: none"> a. informasi b. promosi c. pengetahuan 	Ordinal
4	Loyalitas Nasabah (Y)	Loyalitas Nasabah Adalah Komitmen Nasabah terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian yang konsisten.	<ul style="list-style-type: none"> a. Adanya transaksi berulang b. Menggunakan jasa lain yang ditawarkan c. Tidak terpengaruh tawaran dari pesaing d. Memberikan 	Ordinal

			rekomendasi pada orang lain	
--	--	--	-----------------------------	--

F. Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh margin terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan pembiayaan *Murabahah* pada PT.Bank syariah mandiri KCP Sapirook.
2. Untuk mengetahui pengaruh kinerja karyawan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan pembiayaan *Murabahah* pada PT.Bank syariah mandiri KCP Sapirook.
3. Untuk mengetahui pengaruh strategi pemasaran terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan pembiayaan *Murabahah* pada PT.Bank syariah mandiri KCP Sapirook.
4. Untuk mengetahui secara simultan pengaruh margin, kinerja karyawan, strategi pemasaran terhadap loyalitas nasabah menggunakan pembiayaan *Murabahah* pada PT.Bank syariah mandiri KCP Sapirook.

G. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Bagi Peneliti
 - a) Mengaplikasikan ilmu yang diperoleh dengan kenyataan di lapangan.
 - b) Sebagai kelengkapan syarat dalam menyelesaikan pendidikan pada program Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam program studi Perbankan Syariah.

2. Manfaat Bagi Masyarakat

- a) Membantu masyarakat secara objektif agar lebih loyal dalam menggunakan pembiayaan *Murabahah* pada PT.Bank Syariah Mandiri KCP Sipirok.
- b) Membantu masyarakat untuk lebih mngenal produk-produk perbankan syariah dengan lebih baik.

3. Manfaat Bagi Bank

- a) Untuk mengetahui variabel-variabel yang diterapkan dalam mempromosikan ataupun mengenalkan pembiayaan yang ada pada PT.Bank syariah mandiri KCP Sipirok.
- b) Untuk mengetahui dengan benar yang dibutuhkan seorang nasabah agar semakin loyal dalam menggunakan pembiayaan *Murabahah*.
- c) Sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk perbaikan kinerja bank ini dimasa yang akan datang.

H. Sistematika Penulisan

sistematika penulisan dalam skripsi ini dikemukakan kedalam lima bab yang dapat diuraikan satu persatu dibawah ini:

1. Bab pertama merupakan pendahuluan yang menguraikan latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, defenisi operasional variabel, dan manfaat penelitian.

2. Bab kedua merupakan bab yang menguraikan tentang landasan teori yang digunakan untuk menunjang pembahasan penulisan ini, yang mencakup penjelasan tentang margin, kinerja karyawan, strategi pemasaran beserta loyalitas nasabah dalam menggunakan pembiayaan *Murabahah* pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Sipirok, penelitian terdahulu, kerangka pikiran serta hipotesis.
3. Bab ketiga menguraikan tentang lokasi penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, jenis dan sumber data, metode analisis data.
4. Bab keempat merupakan gambaran umum perusahaan yang menguraikan tentang sejarah singkat perusahaan, dan pembahasan yang menguraikan tentang deskripsi karakteristik responden, deskripsi variabel penelitian dan hasil analisis data.
5. Bab kelima merupakan bab penutup yang memuat kesimpulan yang diperoleh dari pembahasan, dan saran-saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Perkembangan perbankan syariah di dunia

Berikut ini merupakan rangkuman berbagai kejadian atau langkah demi langkah perkembangan perbankan syariah di Dunia dari tahun 1940-1980.

Table I.1
Perkembangan perbankan syari'ah di Dunia
1940-1980

Tahun	Keterangan
1940	Rintisan Bank syariah di Malaysia, untuk mengelola Jemaah haji secara non konvensional
1963	Berdirinya Mit Ghamr Rural Bank, di Mesir, oleh Dr. Ahmad Najar
1967	Mit Ghamr ditutup karena alasan politis dan diambil alih oleh National Bank of Egypt
1969	Muncul gagasan kolektif pembentukan Bank syariah pada Konferensi Negara-negara Islam sedunia di Malaysia
1970	Delegasi Mesir mengajukan proposal pendiri Bank syariah pada sidang Menteri luar Negeri Negara-negara OKI di Karachi
1972	Berdiri kembali system Bank tanpa bunga yang bersifat social di Mesir, yaitu <i>Nasser Sosial Bank</i> .
Maret 1972	Usulan/proposal Delegasi Mesir diagendakan kembali dan memutuskan membentuk komisi khusus menangani masalah ekonomi dan keuangan
Juli 1973	Para ahli yang mewakili Negara Islam penghasilan minyak membicarakan pendiri Bank syariah dan terumuskanlah Anggaran Dasar Dan Anggaran Rumah Tangga

Perkembangan Bank syariah di Dunia dan di Indonesia tetap mengalami kendala karena Bank syariah hadir di tengah perkembangan dan praktek perbankan konvensional yang sudah mengakar dalam kehidupan masyarakat secara luas. Kendala ini tidak terlepas dari belum tersedianya sumber daya manusia secara memadai dan peraturan perundang-undangan, meskipun telah banyak kajian yang mencoba untuk mempermudah penjelasan tentang pelaksanaan operasional perbankan syariah.¹

2. Loyalitas Nasabah

a. Pengertian Loyalitas Nasabah

Loyalitas Secara garis besar pengertian adalah suatu kesetiaan terhadap sebuah merek atau sebuah produk yang di hasilkan dari suatu perusahaan. Menurut (Peter dan Olson), loyalitas merek adalah sebagai keinginan melakukan pembelian kembali. Kesetiaan itu timbul tanpa adanya suatu paksaan dari pihak manapun, tetapi timbul dari kesadaran diri sendiri.²

Kotler dan Armstrong memberikan defenisi manajemen hubungan pelanggan, yaitu :

“Manajemen hubungan pelanggan adalah keseluruhan proses membangun dan memelihara hubungan pelanggan yang menguntungkan dengan menghantarkan nilai dan kepuasan pelanggan yang unggul.”

F. Butle mendefinisikan manajemen hubungan nasabah sebagai berikut :

“CRM sebagai strategi utama bisnis yang mengintegritaskan proses-proses dan fungsi-fungsi internal dengan jaringan eksternal untuk

¹*Ibid.*, hlm. 4-6.

²Ari nur, Irawan, Paul Peter dan Jerry C, *Fitur Menarik Untuk Nasabah Rasional*. Dalam <http://www.Bernas.Co.id/cyberbruzz/Berita.Php?Newsid=314>. Didownload 06 April 2019.

menciptakan dan mewujudkan nilai bagi para konsumen secara profitable.”

Dari kedua defines tersebut dapat disimpulkan bahwa CRM tidak hanya berperan menciptakan kepuasan nasabah, tetapi juga membangun kesetiaan nasabah dan hubungan yang berkesinambungan dengan nasabah.

- 1) Menciptakan kepuasan dan kesetiaan nasabah dan menceritakan hal-hal yang baik tentang perusahaan dan produknya kepada orang lain.
- 2) Menciptakan dan memberikan nilai pelanggan yang tinggi/unggul.
- 3) Menumbuhkan pangsa pelanggan
- 4) Menciptakan nilai seumur hidup pelanggan. Nilai seumur hidup pelanggan adalah nilai seluruh aliran pembelian yang akan dihasilkan pembeli selama ia menjadi pelanggan.
- 5) Membangun pangsa pelanggan, yaitu pembagian pembelian pelanggan yang didapatkan perusahaan atas kategori produknya.
- 6) Membangun ekuitas pelanggan, yaitu gabungan seluruh nilai seumur hidup pelanggan dan seumur pelanggan perusahaan.
- 7) Menciptakan kepuasan dan loyalitas nasabah.³

Nasabah yang loyal karena puas atas kualitas pelayanan yang diberikan Bank tersebut. Loyalitas nasabah merupakan ukuran kedekatan nasabah pada PT.Bank dalam memilih produk yang sudah tersedia pada PT.Bank Syariah Mandiri KCP Sipirok.

³Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Strategi Pemasaran*, (Bandung : Pustaka Setia, 2015), hlm. 9-11.

Semakin bagus kualitas pelayanan Bank maka loyalitas nasabah akan semakin lebih baik dalam memilih produk yang sudah tersedia pada PT.Bank Syariah Mandiri KCP Sipirok.

Dengan artian tidak ada paksaan dari manapun akan tetapi timbul dari kemauan dirinya juga akan semakin bagus kualitas dan mutu PT.Bank Syariah Mandiri KCP Sipirok.⁴

3. Margin

a. Pengertian Margin

Margin adalah kenaikan bersih dari aset bersih sebagai akibat memegang aset yang mengalami peningkatan nilai selama periode yang dipilih oleh pernyataan pendapatan. Keuntungan juga bisa diperoleh dari pemindahan saling tergantung insidental yang sah dan yang tidak saling tergantung, kecuali transfer yang tidak saling tergantung dengan pemegang saham, atau pemegang-pemegang rekening investasi tak terbatas dan yang setara dengannya.

Pengertian margin berdasarkan kamus besar bahasa Indonesia pusat bahasa margin adalah laba kotor atau tingkat selisih antara biaya produksi dan harga jual dipasar. Berdasarkan defenisi tersebut dapat disimpulkan bahwa margin adalah tingkat selisih atau kenaikan nilai dari aset yang menalami peningkatan nilai dari biaya produksi dan harga jual.⁵

Margin / keuntungan adalah persentase tertentu yang ditetapkan pertahun. Jadi, jika perhitungan margin keuntungan secara harian, jumlah hari dalam

⁴Anugrah Yunus Rundupa, “*Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Konsumen (Bauran Pemasaran) Dalam Memilih Mobil Merk Toyota Rush*, (Pada PT. Hadji Kalla Cabang Urip Sumiharjo Makassar), hlm. 69.

⁵ Ismail, MBA.,Ak, *perbankan syari'ah*, PRENADAMEDIA GROUP JI, Tambre Raya No.23 Rawamangun, Jakarta 13220. hlm. 45-47.

setahun ditetapkan 360 hari dan jika perhitungan margin keuntungan secara bulanan, setahun ditetapkan 12 bulan. Pada umumnya, nasabah pembiayaan melakukan pembayaran secara angsuran. Tagihan yang timbul dari transaksi jual beli dan atau sewa berdasarkan akad *Murabahah, Salam, Istishna', dan tijarah* disebut sebagai piutang. Besarnya piutang tergantung pada plafond pembiayaan, yakni jumlah pembiayaan (harga beli ditambah harga pokok) yang tercantum didalam perjanjian pembiayaan.

b. Penetapan Nilai Margin

Faturrahman Djamil dalam bukunya yang berjudul penyelesaian pembiayaan bermasalah di Bank Syariah mengatakan bahwa abakn melakukan penetapan margin/keuntungan dari harga jual sejumlah tertentu dengan mempertimbangkan keuntungan yang akan diambil, biaya-biaya yang ditanggung termasuk antisipasi timbulnya kemacetan dan jangka waktu pengembalian.⁶

Secara teknis, yang dimaksud dengan margin / keuntungan adalah persentase tertentu yang ditetapkan per tahun. Perhitungan margin/keuntungan adalah persentase tertentu yang ditetapkan per tahun secara harian, maka jumlah dari dalam setahun ditetapkan 360 hari. Dalam hal ini sistem yang berkaitan dengan perhitungan margin adalah akad *Murabahah*, yaitu suatu akad dengan berlandaskan dengan jual beli. Adapun akad ini yaitu ; bai'al – *Murabahah* adalah jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati. Oleh sebab itu akad *Murabahah* ini akan melakukan mark-up keuntungan yang telah disepakati pada perjanjian awalnya. Barang yang biasanya yang diperjual

⁶*Ibid.*, hlm. 45-47.

belikan biasanya dengan sisi konsumtif seseorang. Konsumtif biasanya dikaitkan pada hal-hal yang bersifat kebendaan dan pemuas keinginan seseorang.

c. Metode Penentuan Margin

Metode penentuan margin menurut Muhammad adalah sebagai berikut :

- 1) *mark-uppricing* adalah penentuan tingkat harga dengan memark-up biaya produksi komoditas yang bersangkutan.
- 2) *Target-return pricing* adalah harga jual produk yang bertujuan mendapatkan tingkat return atas besarnya modal yang diinvestasikan dalam bahasa keuntungan dikenal dengan *return on investmen* adalah (ROA) dalam hal perusahaan akan menentukan berapa return yang akan diharapkan atas modal yang diinvestasikan.
- 3) *Received-value pricing* adalah harga dengan tidak menggunakan variabel harga sebagai harga jual didasarkan pada harga produk pesaing dimana perusahaan melakukan penambahan atau perbaikan unit untuk meningkatkan kepuasan pembeli.
- 4) *Value pricing* adalah kebijakan harga yang kompetitif atas barang yang berkualitas tinggi.

d. Faktor Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Dalam Penentuan Margin (Keuntungan)

Dalam penelitiannya, Endra dan Mulyani menyebutkan beberapa faktor yang harus dipertimbangkan dalam penentuan margin (Keuntungan) untuk mempertahankan kesetiaan nasabah dalam menggunakan produk yang tersedia.

- 1) Besarnya margin pembiayaan yang ditetapkan.

- 2) Besarnya margin pembiayaan disbanding dengan lembaga keuangan lain.
- 3) Besarnya potongan dalam transaksi pembiayaan.
- 4) Besarnya biaya administrasi pembiayaan.
- 5) Besarnya profit margin dibandingkan dengan pelayanan yang ada.⁷

4. Kinerja karyawan

a. Pengertian Kinerja karyawan

Kinerja karyawan adalah unjuk kerja karyawan dalam melaksanakan keseluruhan tugas-tugas yang menjadi tanggung jawabnya. Tugas-tugas tersebut biasanya berdasarkan keberhasilan yang sudah ditetapkan. Kinerja pada dasarnya dapat dilihat dari dua segi yaitu kinerja karyawan (individu) dan kinerja organisasi. Kinerja karyawan adalah unjuk kerja perseorangan dalam satu organisasi, sedangkan kinerja organisasi adalah totalitas hasil kerja yang dicapai suatu organisasi.⁸

Istilah kinerja berasal dari kata *Job Performance* atau *Actual performance* (prestasi kerja atau prestasi yang sesungguhnya yang dicapai oleh seseorang). Dalam kamus besar bahasa Indonesia dinyatakan bahwa kinerja berarti, (sesuatu yang dicapai, prestasi yang diperlihatkan dan kemampuan kerja). Pengertian kinerja (prestasi kerja) merupakan hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seseorang karyawan dalam melaksanakan tugasnya.⁹

⁷ Uswatun Khasanah, *Pengaruh tingkat margin (harga) dan penetapan prinsip Syariah terhadap loyalitas anggota pembiayaan murabahah dengan kepuasan sebagai variabel moderator (Studi kasus BMT Istiqomah Tulungagung)*, (IAIN Tulungagung, 2018), hlm. 33.

⁸ Husein Fattah. *Kepuasan Kerja Dan Kinerja Pegawai* (Yogyakarta : PT. Elmatara, 2017), hlm. 72.

⁹ *Ibid.*, hlm. 11-15.

b. Faktor-Faktor Mempengaruhi Kinerja Karyawan

Melalui manajer kinerja diharapkan setiap karyawan dapat memahami fungsi kerjanya secara esensial, kontribusi pekerjaan karyawan bagi pencapaian tujuan organisasi, arti kongkritnya melakukan pekerjaan dengan baik, karyawan dan atasannya pembimbing bekerjasama untuk mempertahankan, memperbaiki maupun mengembangkan kinerja karyawan yang sudah ada, bagaimana prestasi kerja diukur, menggali berbagai hambatan kinerja dan menyingkirnya. Ada 4 macam yang mempengaruhi kinerja karyawan yaitu :

1) Efektifitas dan efisiensi

Bila suatu tujuan tentu akhirnya bias dicapai, kita boleh mengatakan kegiatan tersebut efektif tetapi apabila akibat-akibat yang tidak dicari kegiatan menilai yang penting dari hasil yang dicapai sehingga mengakibatkan kepuasan terhadap nasabah walaupun efektif dinamakan tidak efisien.

2) Otoritas (wewenang)

Otoritas adalah sifat dari suatu komunikasi atau perintah dalam suatu organisasi formal yang dimiliki seseorang anggota organisasi kepada anggota yang lain untuk melakukan suatu kegiatan kerja sesuai dengan kontribusinya.

3) Disiplin

Disiplin adalah taat kepada hukum dan peraturan yang berlaku. Jadi, disiplin karyawan adalah kegiatan karyawan yang bersangkutan dalam menghormati perjanjian kerja dengan organisasi dimana dia bekerja.

4) Inisiatif

Inisiatif merupakan suatu kaitan daya pikir dan kreatifitas dalam membentuk ide untuk merencanakan sesuatu yang berkaitan dengan tujuan organisasi.

Dari ke 4 faktor tersebut apabila karyawan dapat melaksanakannya dengan baik dan maksimal, maka akan sangat mempengaruhi loyalitas nasabah dalam memilih merek yang tersedia.

c. Etika kerja muslim

Jika merujuk kepada Al-Qur'an akan ditemukan beberapa tuntunan ajaran Islam tentang etika kerja di antaranya adalah :¹⁰

- 1) Niat yang baik dan ikhlas. Rasulullah menyatakan, “sesungguhnya segala amal perbuatan akan dinilai dari niatnya”. (Hadist Riwayat Bukhari)
- 2) Tidak melalaikan kewajibannya kepada Allah SWT. Dalam surah *Al- Jumu'ah* ayat 10-11
- 3) Janaganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda Q.S Al-Imran ayat 130:

¹⁰Nur Ahmad Fadhil Lubis, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta : Hijri Pustaka Utama, 2001), hlm. 123.

- 4) Akhlak yang baik. Rasulullah bersabda, pedagang yang jujur kelak bersama para Rasul dihari kiamat. (H.R. Ibnu Majah).
- 5) Tidak curang dan tidak pula memberi mudharat pada orang lain. (Ar-Rahman/ 55;9), (Al-Muthaffifin/ 83;1-3).
- 6) Menerangkan administrasi dan manajemen yang baik (Al-baqarah/ 2;282)
- 7) Obyek usaha haruslah yang halal.

Tentu saja etika kerja yang disarikan dari ajaran Al-Quran ini dapat dikembangkan lebih jauh dan dapat disesuaikan dengan kondisi kekinian.

5. Strategi Pemasaran

a. Pengertian Strategi Pemasaran

untuk menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan pelanggan yang kuat dan menguntungkan, diperlukan strategi pemasaran yang andal. Strategi pemasaran (*marketing strategy*) menurut Kotler dan Armstrong dalam buku Nana herdiana Abdurrahman adalah :¹¹

“logika pemasaran dimana unit bisnis berharap untuk mencapai tujuan pemasarannya.”

Perusahaan memutuskan pelanggan yang harus dilayani (segmentasi dan penetapan target) dan cara melayaninya (*diferensiasi* dan *positioning*). Oleh sebab itu, manejer pemasaran harus memilih dan melayani segmen pasar terbaik (segmentasi), menetapkan target pasar yang diinginkan dan ingin dimasuki,

¹¹Nana Herdiana Abdurrahman, *Op.Cit.*,hlm.57

melakukan diferensiasi pasar, serta memosisikan produk pada pasar yang unggul.¹²

Segmentasi pasar adalah kegiatan membagi suatu pasar menjadi kelompok-kelompok pembeli yang berbeda yang mungkin memerlukan produk atau ramuan pemasaran tersendiri.

Segmentasi pemasaran terbagi atas 4 bagian :

1) Segmentasi berdasarkan geografis (wilayah)

Segmentasi berdasarkan geografis, artinya membagi pasar berdasarkan wilayah tertentu seperti, (jenis Bangsa, Provinsi, Kabupaten). Dalam hal ini perusahaan dapat beroperasi disemua segmen tetapi ia perlu memperhatikan perbedaan kebutuhan dan selera yang ada dimasing-masing wilayah.

2) Segmentasi berdasarkan demografis (gambaran penduduk)

Segmentasi berdasarkan demografis maksudnya membagi pasar berdasarkan kependudukan secara umum, seperti (golongan umur, jenis kelamin, ukuran keluarga, pendapatan, pekerjaan, Agama). Variabel Demografis merupakan dasar yang paling sering digunakan pada waktu mengelompokkan konsumen. Salah satu alasannya adalah bahwa keinginan, preferensi, dan tingkat penggunaan konsumen sering sangat berkaitan dengan variable-variabel demografis.

3) Segmentasi berdasarkan psikografis (kriteria)

Segmentasi berdasarkan psikografis maksudnya membagi pasar berdasarkan kriteria sebagai berikut; (kelas sosial, gaya hidup, karakteristik kepribadian). Dengan demikian orang-orang yang berada dalam kelompok

¹² Nana Herdiana Abdurrahman, *Op.Cit.*, hlm.34

demografis yang sama dapat saja menunjukkan penampilan psikografis yang sama sekali berbeda.

4) Segmentasi berdasarkan perilaku (etika)

Segmentasi berdasarkan perilaku disusun berdasarkan tingkah laku atau kebiasaan masyarakat sebagai berikut ; (pengetahuan, sikap, penggunaan atau tanggapannya terhadap produk.

b. Fungsi strategi pemasaran

Secara garis besar ada 4 fungsi strategi pemasaran, diantaranya :

- 1) Meningkatkan motivasi untuk melihat masa depan.
- 2) Koordinasi pemasaran yang lebih efektif.
- 3) Merumuskan tujuan perusahaan.
- 4) Pengawasan kegiatan pemasaran.

6. Pembiayaan *Murabahah*

a. Pengertian Pembiayaan *Murabahah*

Murabaha adalah transaksi penjualan barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (margin) yang disepakati oleh penjual dan pembeli. Hal yang membedakan *Murabahah* dengan penjualan yang biasa kita kenal adalah penjualan secara jelas memberikan tahu kepada pembeli berapa besar keuntungan yang diinginkannya. Pembeli dan penjual dapat melakukan tawar-menawar atas besarnya margin (keuntungan) sehingga akhirnya diperoleh kesepakatan. Pembayaran *Murabahah* dapat dilakukan secara tunai atau tangguh. Akad *Murabahah* memperkenalkan penawaran harga yang berbeda untuk cara pembayaran sebelum akad *Murabahah* dilakukan. Namun jika akad tersebut

sudah disepakati, maka hanya ada satu harga (harga dalam akad) yang digunakan, apakah pembeli melunasi lebih cepat dari jangka waktu pembiayaan yang ditentukan atau pembeli menunda membayar harga yang telah disepakati diawal.¹³

b. Ilustrasi pembiayaan *Murabahah*

Bank syariah dapat memberikan pembiayaan *Murabahah* untuk pembelian barang (aset) yang telah tersedia, misalnya pembiayaan untuk pembelian rumah oleh nasabah. Berikut ini ilustrasi pembiayaan yang diberikan oleh bank syariah dalam bentuk pembiayaan *Murabahah* untuk keperluan pemilik rumah.

Misalnya, Annisa membeli rumah dengan harga Rp. 300.000.000 akan tetapi dana yang dimiliki terbatas. Maka, Annisa mengajukan pembiayaan *Murabahah* ke bank syariah sebesar Rp. 210.000.000 dengan jangka waktu 5 tahun. Atas pembiayaan ini, Annisa membayar uang muka sebesar Rp. 90.000.000. margin keuntungan Rp.63.000.000 selama jangka waktu lima tahun.

Maka dapat dihitung sebagai berikut :

a. harga belik bank	Rp. 300.000.000
b. margin keuntungan	<u>Rp. 63.000.000</u> +
c. harga jual bank	Rp. 363.000.000
d. <i>Urban</i> (uang muka)	<u>Rp. 90.000.000</u> -
e. Piutang <i>Murabahah</i>	Rp. 273.000.000

Dari perhitungan tersebut, maka Annisa akan melakukan pembayaran angsuran setiap bulan sebesar Rp. 4,550.000 (Rp. 273.000.000 dibagi 60 kali angsuran).

¹³ [Htpps://id.m.wikipedia.org/wiki/Murabaha](https://id.m.wikipedia.org/wiki/Murabaha). Diakses pada hari kamis tanggal 24 juli 2019, pukul 15.30 WIB.

Margin keuntungan merupakan selisih antara harga jual dan harga beli bank syariah. Margin keuntungan akan diakui oleh bank syariah pada periode terjadinya, apabila akad pada periode laporan yang sama. Bila jangka waktu *Murabahah* melebihi satu periode, maka margin keuntungan atas jual beli dalam pembiayaan *Murabahah*, akan diakui secara proposional. Dari contoh tersebut, maka dapat dihitung bahwa margin keuntungan setiap bulan adalah sebesar Rp. 1.050.000 (Rp. 63.000.000/60 bulan).

Bank Islam tidak menggunakan metode pinjam meminjam uang dalam rangka komersial, karena setiap pinjam meminjam dilakukan dengan persyaratan atau janji pemberian imbalan yang disebut dengan *riba*. Adanya larangan *riba* didalam Al-Quran Surah Al-Baqarah Ayat 275 :

الْمَسِّ مِنَ الشَّيْطَانِ يَتَخَبَّطُهُ الَّذِي يَقُومُ كَمَا لَا يَقُومُونَ لَا الرِّبَا أَيَّا كَلُونِ الَّذِينَ
 مَوْعِظَةٌ جَاءَهُ رَفَمَنْ الرِّبَا أَوْ حَرَّمَ البَيْعَ اللَّهُ وَأَحَلَّ الرِّبَا مِثْلَ البَيْعِ إِنَّمَا قَالُوا بِأَنَّهُمْ ذَلِكَ
 فِيهَا هُمُ النَّارُ أَصْحَابُهَا وَلَتَبِكَّ عَادُونَ . اللَّهُ إِلَى وَأَمْرُهُ سَلَفَ مَا فَالَهُ رَفَاتَتْهُ رَبِّهِ مِّنْ
 خَلِدُونَ

Artinya : Orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali

(mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.¹⁴

7. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah upaya peneliti untuk mencari perbandingan dan selanjutnya untuk menemukan inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya disamping itu kajian terdahulu membantu peneliti dalam memposisikan peneliti serta menunjukkan orsinalitas dari peneliti.

Pada bagian ini peneliti mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahuluyang terkait dengan peneliti yang hendak dilakukan. Kemudian membuat ringkasannya, baik penelitian yang sudah dipublikasikan atau belum terpublikasikan (skripsi, tesis, disertai dengan sebagainya). Dengan melakukan langkah ini, maka akan dapat dilihat sejauh mana orisinalitas dan posisi penelitian yang hendak dilakukan. Kajian yang mempunyai relasi atau keterkaitan dengan kajian ini antara lain :

No	Nama	Judul Penelitian	Hasil
1	Ummi Sholihah (Skripsi, IAIN Surakarta, 2016)	Pengaruh pengetahuan nasabah, pelayanan, dan margin/keuntungan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan <i>Murabahah</i> (Studi kasus pada BMT Karima Karang Pandan).	Pengetahuan nasabah (X1), Pelayan (X2), Margin/keuntungan (X3), memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pengambilan pembiayaan <i>Murabahah</i> pada BMT Karima Karang Taruna
2	Immah Nudiya-tama	Pengaruh kinerja karyawan, kualitas produk terhadap loyalitas	Kinerja karyawan (X1), kualitas produk (X2), mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah

¹⁴Depertemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Semarang : ASY-SYIFA, 2004), hlm. 36.

	(Skripsi IAIN Tulungagung, 2017)	nasabah DI BAITUL MAAL WATAMWIL (BMT) ISTIQOMAH KARANGREJO TULUNGAGUNG	(Y)
3	Haris Hermawan (Skripsi Universitas Muhammadiyah, Jember, 2015)	Analisis pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan, kepuasan dan loyalitas konsumen dalam pembelian Roti Ceria di Jember.	Bauran pemasaran (X1), mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan (Y1), kepuasan (Y2), dan loyalitas konsumen (Y3).
4	Oktavina Yesi Putranti (Skripsi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2016).	Strategi Pemasaran agen PT. <i>Prudential</i> dalam mempertahankan loyalitas nasabah <i>prulink</i> syariah	1. Memberikan informasi berkala pada nasabah. 2. <i>Serviv quality agen</i> . 3. Membangun hubungan pribadi dengan nasabah
5	Eva Roviani (Skripsi STAIN Salatiga, 2015).	Analisi pengaruh harga atau margin dan kualitas pelayanan terhadap minat anggota dalam membeli produk pembiayaan <i>murabahah</i> di koperasi jasa keuangan syariah (studi kasus BMT Amal Mulia).	Terdapat pengaruh positif yang signifikan harga (X1) terhadap keputusan pemilihan produk pembiayaan <i>murabahah</i> (Y) dan kualitas pelayanan (X2) berpengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pemilihan produ pembiayaan <i>Murabahah</i> STAIN Salatiga 2015.

Terdapat persamaan dan perbedaan antara peneliti dan penelitian terdahulu

yaitu :

- a. Persamaan penelitian saudara Ummi Sholihah terhadap peneliti ialah sama-sama membahas margin di variabel X, dan juga sama-sama membahas produk

pembiayaan *Murabahah*, sedangkan perbedaannya ialah penelitian saudara Umami Sholihah, membahas tentang pengetahuan nasabah dan pelayanan variabel X dan tentang keputusan pengambilan pembiayaan *Murabahah* variabel Y, sedangkan peneliti membahas tentang kinerja karyawan dan strategi pemasaran variabel X dan loyalitas nasabah variabel Y. studi kasusnya berbeda saudara Umami Sholihah studi kasus di BMT Karima Karang Pandan, sementara peneliti studi kasus di BSM KCP Sapiro.

- b. Persamaan penelitian saudara Imamah Nudyatama dengan peneliti ialah sama-sama membahas tentang kinerja karyawan X dan loyalitas nasabah Y. juga pada hasil penelitian sama-sama memiliki pengaruh yang signifikan antara kinerja karyawan terhadap loyalitas nasabah sedangkan perbedaannya adalah penelitian saudara Imamah Nudyatama hanya membahas tentang kinerja karyawan terhadap loyalitas nasabah sedangkan peneliti membahas tentang margin, kinerja karyawan, strategi pemasaran terhadap loyalitas nasabah. Juga studi kasus dan produknya, studi kasus saudara Imamah Nudyatama di BAITUL MAAL WA TAMWIL BMT ISTIQAMAH KARANGREJO TULUNGAGUNG dan tidak ditentukan produknya, sementara peneliti studi kasus di BSM KCP Sapiro dan produknya ialah pembiayaan *Murabahah*.
- c. Persamaan penelitian saudara Haris Hermawan dengan peneliti ialah sama-sama membahas tentang strategi pemasaran X, dan loyalitas nasabah Y, sedangkan perbedaannya adalah hasil penelitian saudara Haris Hermawan strategi pemasaran berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, sementara di hasil penelitian,

peneliti tidak memiliki pengaruh yang signifikan antara strategi pemasaran terhadap loyalitas nasabah.

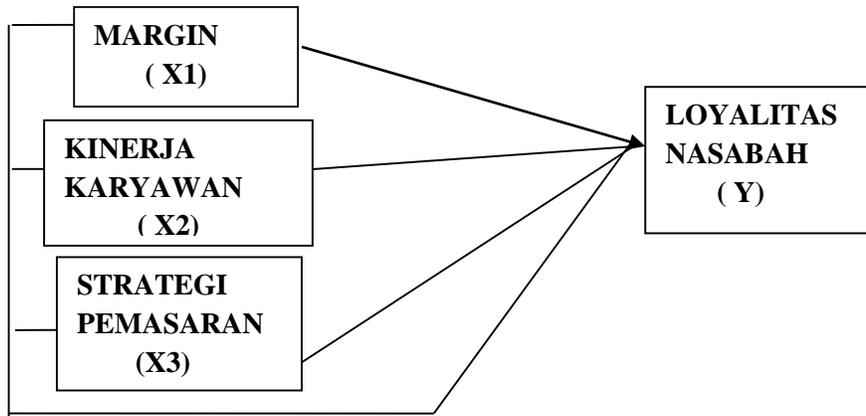
- d. Persamaan penelitian saudara Oktavina Yesi Putranti dengan peneliti ialah sama-sama membahas tentang strategi pemasaran dan loyalitas nasabah, sedangkan perbedaannya ialah terdapat dalam jenis penelitian saudara Oktavina Yesi Putranti menggunakan penelitian kualitatif sedangkan peneliti menggunakan penelitian kuantitatif.
- e. Persamaan penelitian saudara Eva Roviana dengan peneliti ialah sama-sama membahas tentang margin X dan produknya *Murabahah*. Sedangkan perbedaannya adalah didalam variabel Y, penelitian saudara Eva Roviana membahas tentang minat anggota. Sementara peneliti membahas tentang loyalitas nasabah, studi kasus yang berbeda penelitian saudara Eva Roviana studi kasusnya di BMT Amal Mulia, sementara peneliti studi kasus di BSM KCP Sipirok.

8. Kerangka Pemikiran

Sesuai dengan latar belakang dan landasan teori yang telah dikemukakan sebelumnya, menunjukkan bahwa Pengaruh Margin, Kinerja karyawan, dan Strategi pemasaran terhadap Loyalitas Nasabah Menggunakan Pembiayaan *Murabahah* Pada PT.Bank Syariah Mandiri KCP Sipirok.¹⁵

¹⁵Ahmad Nizar Rangkuti, *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Ptk, Dan Penelitian Pengembangan*, (Bandung: April 2016), hlm.45.

Gambar I.I
Kerangka pikir



9. Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah, landasan teori dan kerangka pikir yang telah dikemukakan sebelumnya, maka penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut :

- a. **Ha1** : Terdapat pengaruh margin terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan pembiayaan *Murabahah* pada PT.Bank Syariah Mandiri KCP Sapirok.
- Ho1** : Tidak terdapat pengaruh margin terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan pembiayaan *Murabahah* pada PT.Bank Syariah Mandiri KCP Sapirok.
- b. **Ha2** : Terdapat pengaruh kinerja karyawan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan pembiayaan *Murabahah* pada PT.Bank Syariah Mandiri KCP Sapirok.

- H02** : Tidak terdapat pengaruh kinerja karyawan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan pembiayaan *Murabahah* pada PT.Bank Syariah Mandiri KCP Sapirook.
- c. **Ha3** : Terdapat pengaruh strategi pemasaran terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan pembiayaan *Murabahah* pada PT.Bank Syariah Mandiri KCP Sapirook.
- H03** : Tidak terdapat pengaruh strategi pemasaran terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan pembiayaan *Murabahah* pada PT.Bank Syariah Mandiri KCP Sapirook.
- d. **Ha4** : Terdapat pengaruh Margin, kinerja karyawan, strategi pemasaran secara simultan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan pembiayaan *Murabahah* pada PT.Bank Syariah Mandiri KCP Sapirook.
- H04** : Tidak terdapat pengaruh Margin, kinerja karyawan, strategi pemasaran secara simultan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan pembiayaan *Murabahah* pada PT.Bank Syariah Mandiri KCP Sapirook.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

1. Lokasi dan waktu Penelitian

Lokasi penelitian yang digunakan peneliti untuk mengadakan penelitian ini adalah PT.Bank Syariah Mandiri KCP Sapiro, jangka waktu peneliti adalah Juni sampai Oktober 2019

2. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian atau data yang di angkakan. Metode kuantitatif dinamakan metode tradisional, karena metode ini sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian. Metode ini disebut sebagai metode positivistik karena berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode ini sebagai metode ilmiah karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yang konkrit, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis.¹

3. Populasi Dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah serumpun atau sekelompok obyek yang menjadi sasaran penelitian. Populasi juga merupakan keseluruhan gejala/satuan yang ingin diteliti. Data yang diambil dari PT.Bank Syariah Mandiri KCP Sapiro, nasabah yang menggunakan pembiayaan *Murabahah* yang masih aktif mulai dari Tahun 2015-2018 adalah sebanyak 131 orang.

¹Ahmad Nizar Rangkuti, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung : Citapustaka Media, 2016), hlm. 16-17.

b. Sampel

Sampel adalah sebagian obyek yang mewakili populasi yang dipilih dengan cara tertentu. Sampel juga merupakan bagian dari populasi yang akan diteliti.² Dalam teknik pemilihan sampel (*sampling technique*), peneliti menggunakan teknik *accidental sampling* yaitu memberikan kusioner/angket kepada responden yang kebetulan dijumpai³. Ukuran pengambilan sampel yang dilakukan adalah menggunakan rumus dari Slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{131}{1 + 131 (0,1)^2} = 98,68$$

Jadi sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 98,68 responden dan digenapkan menjadi 99 responden dari 131 populasi.

Dimana :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = besaran yang diterima 10% (0,1)

teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik *probabilty sampling*. *Probability sampling* teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini

²*Ibid.*, hlm. 16-17.

adalah *Stratified sampling* digunakan apabila didalam populasi terdapat kelompok-kelompok subjek antara satu kelompok dengan kelompok yang lain tanpa ada strata atau tingkatan⁴. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus :

$$ni = \frac{Ni}{N} \cdot n$$

Dimana :

- ni : jumlah sampel pertingkat
- Ni : jumlah populasi pertingkat
- N : jumlah keseluruhan populasi
- n : jumlah anggota sampel seluruhnya

4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh data yang akurat dan relevan dengan masalah yang dibahas, metode pengumpulan data yang dalam penelitian ini adalah menggunakan tehnik pengumpulan data wawancara dan kusioner.⁵

- a. Wawancara, yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan menanyakan langsung atau dengan daftar pertanyaan yang tidak terstruktur dengan sampel yang telah diambil.
- b. Kuesioner, yakni teknik pengumpulan data dengan mengajukan sejumlah pertanyaan tertulis yang diberikan kepada responden terhadap atribut-atribut yang

⁴Suharsimi arikunto, *manajemen penelitian* (Rinike Cipta: Jakarta, 2003), hlm. 96.

⁵Arikunto Suharsimi. *Prosedur Penelitian* (Jakarta: PT.Rineka Cipta, 2002), hlm. 16-17

mempengaruhi norma nasabah memilih produk dengan maksud untuk memperoleh data yang akurat dan valid.

5. Jenis Dan Sumber Data

a. Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh dengan mengumpulkan langsung dari objek penelitian, yaitu langsung menyebarkan kuesioner kepada responden terpilih. Adapun dalam penelitian ini adalah nasabah dalam menggunakan pembiayaan *Murabahah* pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Sipirok.

b. Data Sekunder

Pengambilan data sekunder dalam penelitian ini dimaksudkan menggali informasi dari pihak intern PT. Bank Syariah Mandiri KCP Sipirok. Data sekunder dalam penelitian ini meliputi gambaran umum perusahaan/profil perusahaan (sejarah perusahaan, visi misi perusahaan, struktur organisasi, serta kegiatan perusahaan). Data ini didapat dengan metode wawancara. Yaitu teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode tanya jawab secara langsung dengan pihak-pihak di instansi tersebut.

6. Metode Analisis Data

Untuk menguji hipotesis, maka perlu dilakukan pengujian secara kuantitatif guna menghitung apakah terdapat Pengaruh Margin, Kinerja Karyawan, Strategi Pemasaran Terhadap Loyalitas Nasabah Menggunakan Pembiayaan *Murabahah* Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Sipirok. Pengujian hipotesis tersebut dilakukan dengan menggunakan penghitungan statistik dengan bantuan *SPSS versi 23* sebagai alat hitung berikut ini:

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk memastikan seberapa baik instrument digunakan untuk mengukur konsep yang seharusnya diukur. Menurut Sugiono untuk mengukur validitas konstruk dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor butir pertanyaan dengan skor totalnya. Hasilnya dapat dilihat melalui r_{hitung} yang dibandingkan dengan r_{tabel} dimana dapat diperoleh melalui df (*degree of freedom*) = $n-2$ (Signifikan 5%, n = jumlah sampel). Jika $r_{tabel} < r_{hitung}$ maka butir angket dinyatakan valid, dan jika $r_{tabel} > r_{hitung}$ maka butir angket dinyatakan tidak valid, dapat diuji dengan SPSS versi 23.

b. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas pada dasarnya untuk mengetahui sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Jika hasil pengukuran yang dilakukan berulang menghasilkan hasil yang relatif sama, pengukuran tersebut dianggap memiliki tingkat reliabilitas yang baik.⁶

Untuk membuktikan hipotesis yang diajukan, maka metode analisis yang digunakan adalah Analisis kuantitatif adalah cara pembahasan masalah dengan menggunakan angka-angka dari data yang ada dengan menggunakan pendekatan rumus matematika.

Kriteria yang dapat digunakan sebagai berikut: (1) jika nilai *Cronbach alpha* $> 0,6$ maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengukur

⁶Hasan Iqbal. *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian Dan Aplikasinya*. (Jakarta : Ghalia Indonesia, 2002), hlm. 123-124.

variabel tersebut adalah reliable. (2) jika nilai *Cronbach alpha* < 0,6 maka pertanyaan-pertanyaan digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah tidak reliable. Membuat kesimpulan dengan cara membandingkan *rhitung* dan nilai *rtabel* kriteria jika *rhitung* instrument dinyatakan reliable, dapat diuji dengan SPSS 23

c. Uji Asumsi klasik

Pengujian regresi linier berganda dapat dilakukan setelah model dari penelitian ini memenuhi syarat-syarat yaitu lolos dari uji asumsi klasik. Syarat-syarat yang harus dipenuhi adalah data tersebut harus terdistribusi normal, tidak mengandung multikolinieritas dan heteroskedasitas. Untuk ini sebelum melakukan pengujian regresi linier berganda perlu lebih dahulu pengujian asumsi klasik, yang terdiri dari :

1) Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian dalam sebuah model regresi variabel dependen, variabel independen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak⁷. Uji normalitas merupakan syarat pokok yang harus dipenuhi dalam analisis parametrika. Untuk yang menggunakan analisis parametrika seperti analisis perbandingan 2 rata-rata, analisis variansi atau arah, korelasi, regresi dan sebagainya maka perlu dilakukan uji normalitas data terlebih dahulu. Hal ini bertujuan untuk mengetahui apakah data tersebut berdistribusi atau tidak. Dalam normalitas suatu data penting

⁷Nur Asnawi dan Mansuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, (Malang: UIN, Maliki Press, 2011), hlm. 178.

karna dengan data yang terdistribusi normal maka data tersebut dianggap dapat mewakili suatu populasi.

Uji normalitas *Lifefors* dengan menggunakan *Kolmogrov Smirnov* dan *Shapiro Wilk*. Untuk metode *Kolmogrov Smirnov* cukup membaca nilai sig (signifikan). Jika signifikan kurang dari 0,05 maka kesimpulannya data tidak berdistribusi normal, tetapi nilai signifikan lebih dari 0,05 maka data berdistribusi normal.

2) Uji Multikolineritas

Uji Multikolineritas memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya kolerasi variabel bebas (independen). Model regresi yang baik tidak terjadi kolerasi diantara variabel independen. Gejala multikolineritas dapat dideteksi dengan melihat nilai *tolerance*. Untuk mengetahui adanya multikolineritas ialah *tolerance* > 0,1.

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas memiliki tujuan apakah model dalam regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut Homokedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas.⁸

- Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi Heteroskedastisitas.

⁸ Roswita Savitri, *Skripsi : Pengaruh Mekanisme Corporate Governance Terhadap Ketetapan Waktu Pelaporan Keuangan :Studi Pada Perusahaan Manufaktur Di BEI*, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang, 2010, hlm. 61-65.

- Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik yang menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka mengindikasikan telah terjadi Heteroskedastisitas.

4) Uji Linearitas

Pengujian linearitas dilakukan untuk mengetahui model yang dibuktikan merupakan model linear atau tidak. Uji linearitas dilakukan dengan menggunakan *curva estimate*, yaitu gambaran hubungan linearitas antara variabel X dan variabel Y. Jika nilai signifikansi kecil dari 0,05 maka variabel X tersebut memiliki hubungan linear dengan Y.⁹

d. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda mempunyai langkah yang sama dengan analisis regresi sederhana. Hanya disini analisisnya agak kompleks, karena melibatkan banyak variabel bebas. Disamping itu, analisis regresi berganda lebih banyak didasarkan pada asumsi, karena pengujian tentang terpenuhi tidaknya asumsi masih sukar dilakukan. Adapun persamaan Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :¹⁰

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

Keterangan :

Y = loyalitas nasabah

a = konstanta

⁹Nur Asnawi dan Mansyuri, *Op. Cit.*, hlm. 179.

¹⁰Agus Irianto, *Statistik (Konsep Dasar, Aplikasi, Dan Pengembangannya)*, (Jakarta : PT Pajar Interpratama Mandiri, 2004), hlm. 193.

b_1, b_2, b_3	= koefisien regresi
X_1	= Margin
X_2	= kinerja pegawai
X_3	= strategi pemasaran
e	= standar eror

e. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel indeviden mempengaruhi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai determinasi yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel devenden sangat terbatas.¹¹ R square atau atau kuadrat dari R yaitu menunjukkan koefisien determinasi. Nila R square sebesar 44,1 % artinya presentase sumbangan variabel X terhadap variabel Y sebesar 44,1% sedangkan 55,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini.

Tabel I.5
Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Korelasi	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat

¹¹*Ibid*, hlm. 61-65.

0,80-1,000	Sangat kuat ¹²
------------	---------------------------

f. Uji Hipotesis

1. Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Untuk mengetahui tingkat signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen secara individual variabel, dengan menggunakan tingkat nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima sedangkan tingkat nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

2. Uji Signifikan Simultan (Uji f)

Untuk mengetahui tingkat signifikan antara variabel independent terhadap keseluruhan variabel dependent dan dikatakan signifikan apabila nilai f hitung lebih besar dari nilai f tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima sedangkan tingkat nilai f hitung lebih kecil dari nilai f tabel maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

¹²Zulfikar, *Pengantar Pasar Modal Dengan Pendekatan Statistik*, (Yogyakarta : Depublish. 2016), hlm. 226.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah Bank Syariah Mandiri

Krisis ekonomi dan moneter sejak Juli 1997, yang disusul dengan krisis multi-dimensi termasuk di panggung politik nasional, telah menimbulkan beragam dampak negatif yang sangat hebat terhadap seluruh sendi kehidupan masyarakat, tidak terkecuali dunia usaha. Dalam kondisi tersebut, industri perbankan nasional yang di dominasi oleh bank-bank konvensional mengalami krisis luar biasa. Pemerintah akhirnya mengambil tindakan dengan merestrukturisasi dan merekapitalisasi sebagian bank-bank di Indonesia.

Salah satu bank konvensional, PT. Bank Susila Bakti (BSB) yang dimiliki oleh Yayasan Kesejahteraan Pegawai (YKP), PT. Bank Dagang Negara dan PT. Mahkota Prestasi juga terkena dampak krisis. BSB berusaha keluar dari situasi tersebut dengan melakukan upaya *merger* atau penggabungan dengan beberapa bank lain serta mengundang investor asing.¹

Pada saat bersamaan pemerintah melakukan *merger* empat Bank (Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim, dan Bapindo) menjadi satu bank baru bernama PT. Bank Mandiri (Persero) pada tanggal 31 Juli 1999. Kebijakan penggabungan tersebut juga menempatkan dan menetapkan PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. sebagai pemilik mayoritas baru BSB.

¹<https://www.syariahamandiri.co.id/tentang-kami/sejarah>. Diakses pada tanggal 28 Juli 2019 pukul 6.54

Sebagai tindak lanjut dari keputusan *merger*, Bank Mandiri melakukan ini bertujuan untuk mengembangkan layanan Perbankan Syariah di kelompok perusahaan Bank Mandiri, sebagai respon atas diberlakukannya UU No. 10 Tahun 1998, yang memberi peluang bank umum untuk melayani transaksi syariah (*dual banking system*).

Tim pengembangan Perbankan Syariah memandang bahwa pemberlakuan UU tersebut merupakan momentum yang tepat untuk melakukan konversi PT. Bank Susila Bakti dari bank konvensional menjadi Bank Syariah. Oleh karenanya, Tim Pengembangan Perbankan Syariah segera mempersiapkan sistem dan infrastrukturnya, sehingga kegiatan usaha BSB berubah dari bank konvensional menjadi bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan nama PT. Bank Syariah Mandiri sebagaimana tercantum dalam Akta Notaris: Sutjipto, SH, No. 23 tanggal 8 September 1999.

Perubahan kegiatan usaha BSB menjadi Bank Umum Syariah dikukuhkan oleh Gubernur Bank Indonesia melalui SK Gubernur BI No. 1/24/ KEP.BI/1999, 25 Oktober 1999. Selanjutnya, melalui Surat Keputusan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/1999, BI menyetujui perubahan nama menjadi PT Bank Syariah Mandiri.. Menyusul pengukuhan dan pengakuan legal tersebut, PT. Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999.

PT. Bank Syariah Mandiri hadir, tampil dan tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani, yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmoni antara idealisme usaha dan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri dalam kiprahnya di Perbankan

Indonesia. Bank Syariah Mandiri hadir untuk bersama membangun Indonesia menuju Indonesia yang lebih baik.

Visi dan Misi Bank Syariah Mandiri

a. Visi Bank Syariah Mandiri

Visi Bank Syariah Mandiri adalah Bank Syariah Terdepan dan Modern.

Bank Syariah Terdepan: Menjadi bank syariah yang selalu unggul di antara pelaku industri perbankan syariah di Indonesia pada segmen *consumer, micro, SME, commercial, dan corporate*.

Bank Syariah Modern: Menjadi bank syariah dengan sistem layanan dan teknologi mutakhir yang melampaui harapan nasabah.

b. Misi Bank Syariah Mandiri

- 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.

2. Ruang Lingkup Bidang Usaha PT. Bank Syariah Mandiri

Bidang usaha BSM berdasarkan Akta Perubahan terakhir Nomor 2 Tanggal 2 Juni 2014 persetujuan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Surat Keputusan No. AHU-12852.40.22.2014 Tanggal 10 Juni 2014, Anggaran Dasar BSM adalah:

- a. Menghimpun dana dalam bentuk simpanan berupa Giro, Tabungan, atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu berdasarkan Akad wadi'ah atau Akad lain yang tidak bertentangan dengan Prinsip Syariah.
- b. Menghimpun dana dalam bentuk investasi berupa Deposito, Tabungan, atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu berdasarkan Akad mudharabah atau Akad lain yang tidak bertentangan dengan Prinsip Syariah.
- c. Menyalurkan pembiayaan bagi hasil berdasarkan Akad mudharabah, Akad musyarakah, atau Akad lain yang tidak bertentangan dengan Prinsip Syariah.
- d. Menyalurkan pembiayaan berdasarkan Akad murabahah, Akad salam, Akad istishna atau Akad lain yang tidak bertentangan dengan Prinsip Syariah.
- e. Menyalurkan pembiayaan berdasarkan Akad qardh atau Akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip Syariah.
- f. Menyalurkan pembiayaan penyewaan barang bergerak atau tidak bergerak kepada nasabah berdasarkan Akad ijarah dan/atau sewa beli dalam bentuk ijarah muntahiyabitta milik atau Akad lain yang tidak bertentangan dengan Prinsip Syariah.
- g. Melakukan pengambil alihan hutang berdasarkan Akad hawalah atau Akad lain yang tidak bertentangan dengan Prinsip Syariah.

- h. Melakukan usaha kartu debit dan/atau kartu pembiayaan berdasarkan Prinsip Syariah.
- i. Membeli, menjual, atau menjamin atas risiko sendiri surat berharga pihak ketiga yang diterbitkan atas dasar transaksi nyata berdasarkan Prinsip Syariah, antara lain, seperti Akad ijarah, musyarakah, mudharabah, murabahah, kafalah, atau hawalah.
- j. Membeli surat berharga berdasarkan Prinsip Syariah yang diterbitkan oleh pemerintah dan/atau Bank Indonesia.
- k. Menerima pembayaran dari tagihan atas surat berharga dan melakukan perhitungan dengan pihak ketiga atau antar pihak ketiga berdasarkan Prinsip Syariah.
- l. Melakukan penitipan untuk kepentingan pihak lain berdasarkan suatu Akad yang berdasarkan Prinsip Syariah.
- m. Menyediakan tempat untuk menyimpan barang dan surat berharga berdasarkan Prinsip Syariah.
- n. Memindahkan uang, baik untuk kepentingan sendiri maupun untuk kepentingan nasabah berdasarkan Prinsip Syariah.
- o. Melakukan fungsi sebagai Wali Amanat berdasarkan Akad wakalah.
- p. Memberikan fasilitas letter of credit atau Bank garansi berdasarkan Prinsip Syariah.
- q. Melakukan kegiatan lain yang lazim dilakukan di bidang perbankan dan di bidang sosial sepanjang tidak bertentangan dengan Prinsip Syariah dan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan.

- r. Melakukan kegiatan valuta asing berdasarkan Prinsip Syariah.
- s. Melakukan kegiatan penyertaan modal pada Bank Umum Syariah atau lembaga keuangan yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan Prinsip Syariah.
- t. Melakukan kegiatan penyertaan modal sementara untuk mengatasi akibat kegagalan pembiayaan berdasarkan Prinsip Syariah, dengan syarat harus menarik kembali penyertaannya.
- u. Bertindak sebagai pendiri dan pengurus dana pensiun berdasarkan Prinsip Syariah.
- v. Melakukan kegiatan dalam pasar modal sepanjang tidak bertentangan dengan Prinsip Syariah dan ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang pasar modal.
- w. Menyelenggarakan kegiatan atau produk Bank yang berdasarkan Prinsip Syariah dengan menggunakan sarana elektronik.
- x. Menerbitkan, menawarkan, dan memperdagangkan surat berharga jangka pendek berdasarkan Prinsip Syariah, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui pasar uang.
- y. Menyediakan produk atau melakukan kegiatan usaha Bank Umum Syariah lainnya yang berdasarkan Prinsip Syariah.

3. Produk dan Jasa Bank Syariah Mandiri

a. Produk Pendanaan

1) Tabungan BSM

Tabungan dalam mata uang rupiah dengan akad Mudharabah Mutlaqah yang penarikannya sesuai syarat tertentu yang disepakati.²

2) BSM Tabungan Berencana

Tabungan berjangka dengan nisbah bagi hasil berjenjang serta kepastian bagi penabung maupun ahli waris untuk memperoleh dananya sesuai target waktu dan dengan perlindungan asuransi gratis.³

3) BSM Tabungan Simpatik

Tabungan dalam mata uang rupiah berdasarkan prinsip wadiah, yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat berdasarkan syarat-syarat tertentu yang disepakati.⁴

4) BSM Tabungan Mabruur

Tabungan dalam mata uang rupiah untuk membantu pelaksanaan ibadah haji & umrah.⁵

5) BSM Tabungan Mabruur Junior

Tabungan anak untuk merencanakan ibadah haji & umrah.

²<https://www.syariahamandiri.co.id/consumer-banking/tabungan/tabungan-bsm> Diakses pada tanggal 28 Juli 2019 pukul 6.55 WIB

³<https://www.syariahamandiri.co.id/consumer-banking/tabungan/bsm-tabungan-berencana> Diakses pada tanggal 28 Juli 2019 pukul 6.56 WIB

⁴<https://www.syariahamandiri.co.id/consumer-banking/tabungan/bsm-tabungan-simpatik> Diakses pada tanggal 28 Juli 2019 pukul 6.57 WIB

⁵<https://www.syariahamandiri.co.id/consumer-banking/tabungan/tabungan-mabrur> Diakses pada tanggal 28 Juli 2019 pukul 6.58 WIB

6) BSM Tabungan Dollar

Tabungan dalam mata uang Dollar yang penarikannya dan setorannya dapat dilakukan setiap saat atau sesuai ketentuan dengan menggunakan slip penarikan.⁶

7) BSM Tabungan Investa Cendekia (TIC)

Tabungan berjangka untuk keperluan uang pendidikan dengan jumlah setoran bulanan tetap (installment) dan dilengkapi dengan perlindungan asuransi.⁷

8) BSM Tabungan Pensiun

Tabungan dalam mata uang rupiah hasil kerjasama BSM dengan PT Taspen yang diperuntukkan bagi pensiunan pegawai negeri Indonesia.⁸

9) BSM Tabunganku

Tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.⁹

10) BSM Deposito

Investasi berjangka waktu tertentu dalam mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip *Mudharabah Muthlaqah* untuk perorangan dan non-perorangan.¹⁰

⁶<https://www.syariahmandiri.co.id/consumer-banking/tabungan/bsm-tabungan-dollar> Diakses pada tanggal 28 Juli 2019 pukul 6.59 WIB

⁷<https://www.syariahmandiri.co.id/consumer-banking/tabungan/bsm-tabungan-investa-cendekia> Diakses pada tanggal 28 Juli 2019 pukul 7.00 WIB

⁸<https://www.syariahmandiri.co.id/consumer-banking/tabungan/bsm-tabungan-pensiun> Diakses pada tanggal 28 Juli 2019 pukul 7.01 WIB

⁹<https://www.syariahmandiri.co.id/consumer-banking/tabungan/bsm-tabunganku> Diakses pada tanggal 28 Juli 2019 pukul 7.02 WIB

11) BSM Deposito Valas

Investasi berjangka waktu tertentu dalam mata uang dollar yang dikelola berdasarkan prinsip *Mudharabah Muthlaqah* untuk perorangan dan non-perorangan.¹¹

12) BSM Giro

Sarana penyimpanan dana dalam mata uang Rupiah untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip wadiah yad dhamanah.¹²

13) BSM Giro Valas

Sarana penyimpanan dana dalam mata uang US Dollar untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip wadiah yad dhamanah untuk perorangan atau non-perorangan.¹³

14) BSM Giro Singapore Dollar

Sarana penyimpanan dana dalam mata uang Singapore Dollar untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip *wadiah yad dhamanah* untuk perorangan atau non-perorangan.¹⁴

¹⁰<https://www.syariahmandiri.co.id/consumer-banking/deposito/bsm-deposito> Diakses pada tanggal 28 Juli 2019 pukul 7.03 WIB

¹¹<https://www.syariahmandiri.co.id/consumer-banking/deposito/bsm-deposito-valas> Diakses pada tanggal 28 Juli 2019 pukul 7.04 WIB

¹²<https://www.syariahmandiri.co.id/consumer-banking/giro/bsm-giro> Diakses pada tanggal 28 Juli 2019 pukul 7.05 WIB

¹³<https://www.syariahmandiri.co.id/consumer-banking/giro/bsm-giro-valas> Diakses pada tanggal 28 Juli 2019 pukul 7.06 WIB

¹⁴<https://www.syariahmandiri.co.id/consumer-banking/giro/bsm-giro-singapore> Diakses pada tanggal 28 Juli 2019 pukul 7.07 WIB

15) BSM Giro Euro

Sarana penyimpanan dana dalam mata uang Euro untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip *wadiah yad dhamanah* untuk perorangan atau non-perorangan.¹⁵

b. Produk Pembiayaan

1) BSM Pembiayaan Mudharabah

Pembiayaan dimana seluruh modal kerja yang dibutuhkan nasabah ditanggung oleh bank. Keuntungan yang diperoleh dibagi sesuai dengan nisbah yang disepakati.¹⁶

2) BSM Pembiayaan Musyarakah

Pembiayaan khusus untuk modal kerja, dimana dana dari bank merupakan bagian dari modal usaha nasabah dan keuntungan dibagi sesuai dengan nisbah yang disepakati.¹⁷

3) BSM Pembiayaan Murabahah

Pembiayaan berdasarkan akad jual beli antara bank dan nasabah. Bank membeli barang yang dibutuhkan dan menjualnya kepada nasabah sebesar harga pokok ditambah dengan margin keuntungan yang disepakati. Dapat

¹⁵<https://www.syariahmandiri.co.id/consumer-banking/giro/bsm-giro-euro> Diakses pada tanggal 28 Juli 2019 pukul 7.08 WIB

¹⁶<https://www.syariahmandiri.co.id/business-banking/corporate/pembiayaan-modal-kerja/mudharabah> Diakses pada tanggal 28 Juli 2019 pukul 7.27 WIB

¹⁷<https://www.syariahmandiri.co.id/business-banking/corporate/pembiayaan-modal-kerja/musyarakah> Diakses pada tanggal 28 Juli 2019 pukul 7.28 WIB

dipergunakan untuk keperluan usaha (investasi, modal kerja) dan pembiayaan konsumen.¹⁸

4) BSM Implan

Pembiayaan konsumen dalam valuta rupiah yang diberikan oleh bank kepada karyawan tetap Perusahaan yang pengajuannya dilakukan secara massal (kolektif) melalui rekomendasi perusahaan.¹⁹

5) BSM Pensiun

Pembiayaan kepada Pensiunan merupakan penyaluran fasilitas pembiayaan konsumen (termasuk untuk pembiayaan multiguna) kepada para pensiunan, dengan pembayaran angsuran dilakukan melalui pemotongan uang pensiun langsung yang diterima oleh bank setiap bulan (pensiun bulanan). Akad yang digunakan adalah akad murabahah atau ijarah²⁰.

6) Pembiayaan Dana Berputar

Fasilitas pembiayaan modal kerja dengan prinsip musyarakah yang penarikan dananya dapat dilakukan sewaktu-waktu berdasarkan kebutuhan riil nasabah.²¹

7) Pembiayaan Umrah

Pembiayaan jangka pendek yang digunakan untuk memfasilitasi kebutuhan biaya perjalanan umroh, seperti untuk tiket, akomodasi, dan persiapan biaya umroh lainnya dengan akad ijarah.²²

¹⁸<https://www.syariahmandiri.co.id/business-banking/corporate/pembiayaan-investasi/murabahah> Diakses pada tanggal 28 Juli 2019 pukul 7.29 WIB

¹⁹<https://www.syariahmandiri.co.id/consumer-banking/pembiayaan-konsumen/bsm-implan> Diakses pada tanggal 28 Juli 2019 pukul 7.30 WIB

²⁰<https://www.syariahmandiri.co.id/consumer-banking/pembiayaan-konsumen/pembiayaan-kepada-pensiunan> Diakses pada tanggal 28 Juli 2019 pukul 7.31 WIB

²¹<https://www.syariahmandiri.co.id/business-banking/corporate/pembiayaan-modal-kerja/pembiayaan-dana-berputar> Diakses pada tanggal 28 Juli 2019 pukul 7.32 WIB

8) BSM Pembiayaan Warung Mikro

Pembiayaan jangka pendek yang digunakan untuk memfasilitasi kebutuhan usaha dan multiguna dengan maksimal pembiayaan sampai dengan Rp100 Juta dengan akad Murabahah dan Ijarah.

9) Gadai Emas BSM

Gadai Emas BSM merupakan produk pembiayaan atas dasar jaminan berupa emas sebagai salah satu alternatif memperoleh uang tunai dengan cepat.²³

10) Cicil Emas BSM

Fasilitas yang disediakan oleh BSM untuk membantu nasabah untuk membiayai pembelian/kepemilikan emas berupa lantakan (batangan).²⁴

c. Produk Layanan

1) BSM Card

Merupakan sarana untuk melakukan transaksi penarikan, pembayaran, dan pemindahbukuan dana pada ATM BSM, ATM Mandiri, ATM Bersama, ATM Prima maupun ATM MEPS (Malaysia). Selain itu juga berfungsi sebagai kartu debit yang dapat digunakan untuk transaksi belanja di

²²<https://www.syariahmandiri.co.id/consumer-banking/haji-umroh/pembiayaan-mikro-umrah> Diakses pada tanggal 28 Juli 2019 pukul 7.33 WIB

²³<https://www.syariahmandiri.co.id/consumer-banking/emas/bsm-gadai-emas> Diakses pada tanggal 28 Juli 2019 pukul 7.34 WIB

²⁴<https://www.syariahmandiri.co.id/consumer-banking/emas/bsm-cicil-emas> Diakses pada tanggal 28 Juli 2019 pukul 7.35 WIB

merchantmerchant yang menggunakan EDC Bank Mandiri atau Prima Debit (BCA).

2) BSM ATM

Mesin Anjungan Tunai Mandiri yang dimiliki oleh BSM. BSM ATM dapat digunakan oleh nasabah BSM, nasabah bank anggota Prima, nasabah bank anggota ATM Bersama dan nasabah anggota Bancard (Malaysia).

3) BSM CALL 14040

Layanan perbankan melalui telepon dengan nomor akses 14040 atau 021 2953 4040, yang dapat digunakan oleh nasabah untuk mendapatkan informasi terkait layanan perbankan.

4) BSM Mobile Banking

Merupakan produk layanan perbankan yang berbasis teknologi SMS telepon selular (ponsel) yang memberikan kemudahan untuk melakukan berbagai transaksi perbankan di mana saja, kapan saja.

5) BSM Net Banking

Merupakan fasilitas layanan bank yang dapat digunakan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan (ditentukan bank) melalui jaringan internet menggunakan komputer/smart phone.

6) Western Union

Jasa pengiriman uang domestik atau antar-negara dengan jaringan outlet yang luas dan tersebar di seluruh dunia.

4. Lokasi Perusahaan

Adapun lokasi perusahaan PT. Bank Syariah Mandiri kantor cabang pembantu Sipirok di Jl. Merdeka No. 95 Sipirok Tapanuli Selatan.

5. Daerah Pemasaran

Daerah pemasaran PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Sipirok mencakup daerah Sipirok dan sekitarnya.

B. Gambaran Bank Syariah Mandiri Kcp Sipirok

1. Ruang lingkup Bank Syariah Mandiri KCP Sipirok

Bank Syariah Mandiri KCP Sipirok diresmikan tanggal 01 Desember 2010, yang berlokasi di . Jl.Merdeka No. 95 Sipirok Tapanuli Selatan, 22742. Bank Syariah Mandiri KC Sipirok menggunakan ruko tiga lantai dan di awas oleh Bapak M. AR. Zaini Putra karna pada saat ini KCP Sipirok belum ada Kepala Cabang Pembantu. Disebabkan pimpinan sebelumnya yang di dipimpin oleh Ibu Lia Efienta telah pindah tugas ke BSM KCP Payabungan. Bank Syariah Mandiri ini merupakan cabang Pembantu dari Bank Syariah Mandiri Cabang Pematang Siantar.

PT. Bank Syariah Mandiri KCP Sipirok merupakan usaha yang bergerak dibidang jasa keuangan. Dimana kegiatannya ialah menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan kemudian menyalurkannya dalam bentuk kredit. PT. Bank Syariah Sipirok menganut prinsip-prinsip syariah dan prinsip operasi bank syariah mandiri sebagai berikut :

Adapun prinsip Bank Syariah Mandiri sebagai berikut :

- a. Prinsip Syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang sesuai dengan syariah.
- b. Bank Syariah Mandiri adalah bank umum yang melaksanakan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.
 - 1) Prinsip Keadilan yaitu penerapan imbalan atas dasar bagi hasil dan pengembalian margin keuntungan yang disepakati antar bank dan nasabah.
 - 2) Prinsip Keterbukaan, dengan keterbukaan laporan keuangan Bank Syariah Mandiri yang berkesinambungan, nasabah dapat mengetahui tingkat keamanan dana dan kualitas manajemen bank.
 - 3) Prinsip Kemitraan Bank Syariah menempatkan nasabah penyimpanan dana, nasabah pengguna data, maupun bank pada kedudukan yang sama dan sederajat dengan mitra usaha. Hal ini diterapkan dalam hak, kewajiban, resiko dan keuntungan yang berimbang diantara nasabah penyimpan dana, nasabah pengguna dana maupun pihak bank.
 - 4) Univerealitas Bank dalam mendukung operasionalnya tidak membedakan suku, agama, ras dan golongan agama dalam masyarakat dengan prinsip syariah.

2. Dampak Sosial Ekonomi terhadap Lingkungan Masyarakat

Adanya Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Sipirok diharapkan memberikan dampak positif terhadap masyarakat sekitar. Dampak yang dimaksud salah satunya memberikan kesempatan kerja baru bagi masyarakat yang nantinya juga akan menambah pendapatan masyarakat. Selain itu, diharapkan dapat menyalurkan pembiayaan consumer dan usaha bagi masyarakat. PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Sipirok dapat menyalurkan kredit usaha rakyat yang diberikan oleh pemerintah.

C. Hasil Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk melihat apakah data yang ada valid atau tidak. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} . Dimana r_{tabel} dicari pada signifikansi 5 % atau 0,05 dengan derajat kebebasan (df) = $n-2$, jadi $df = 99-2 = 97$. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai r positif maka butir pernyataan tersebut dikatakan valid.

Tabel I.7
Hasil Uji Validitas Margin

Item pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Mg_1	0,384	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ $n = 97$ Pada taraf signifikansi 5 % sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1975$	Valid
Mg_2	0,449		Valid
Mg_3	0,291		Valid
Mg_4	0,234		Valid
Mg_5	0,418		Valid

Mg_6	0,317		Valid
Mg_7	0,307		Valid
Mg_8	0,476		Valid
Mg_9	0,386		Valid
Mg_10	0,445		Valid

Sumber: Hasil Output SPSS versi 23 (data diolah 2019)

Berdasarkan tabel I.7 di atas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-10 untuk variabel Margin adalah valid. Dimana r_{tabel} adalah 0,1975 sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* dan nilai r positif.

Tabel I.8
Hasil Uji Validitas Kinerja Karyawan

Item pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Kk_1	0,299	Instrumen valid jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}} \ n = 97$ Pada taraf signifikansi 5 % sehingga diperoleh $r_{\text{tabel}} = 0,1975$	Valid
Kk_2	0,726		Valid
Kk_3	0,561		Valid
Kk_4	0,330		Valid
Kk_5	0,723		Valid
Kk_6	0,684		Valid
Kk_7	0,734		Valid
Kk_8	0,302		Valid
Kk_9	0,331		Valid
Kk_10	0,238		Valid

Sumber: Hasil Output SPSS versi 23 (data diolah 2019)

Berdasarkan tabel I.8 di atas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-10 untuk variabel Kinerja Karyawan adalah valid. Dimana r_{tabel} adalah 0,1975 sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* dan nilai r positif.

Tabel I.9
Hasil Uji Validitas Strategi Pemasaran

Item pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Sp_1	0,370	Instrumen valid jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ n = 97 Pada taraf signifikansi 5 % sehingga diperoleh $r_{\text{tabel}} = 0,1975$	Valid
Sp_2	0,439		Valid
Sp_3	0,255		Valid
Sp_4	0,227		Valid
Sp_5	0,410		Valid
Sp_6	0,301		Valid
Sp_7	0,353		Valid
Sp_8	0,474		Valid
Sp_9	0,370		Valid
Sp_10	0,439		Valid

Sumber: Hasil Output SPSS versi 23 (data diolah 2019)

Berdasarkan tabel I.9 di atas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-10 untuk variabel Strategi Pemasaran adalah valid. Dimana r_{tabel} adalah 0,1975 sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* dan nilai r positif.

Tabel I.10
Hasil Uji Validitas Loyalitas Nasabah

Item pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Ln_1	0,351	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ $n = 97$ Pada taraf signifikansi 5 % sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1975$	Valid
Ln_2	0,278		Valid
Ln_3	0,252		Valid
Ln_4	0,239		Valid
Ln_5	0,347		Valid
Ln_6	0,427		Valid
Ln_7	0,299		Valid
Ln_8	0,654		Valid
Ln_9	0,719		Valid
Ln_10	0,701		Valid

Sumber: Hasil Output SPSS versi 23 (data diolah 2019)

Berdasarkan tabel I.10 di atas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-10 untuk variabel Loyalitas Nasabah adalah valid. Dimana r_{tabel} adalah 0,1975 sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* dan nilai r positif.

2. Uji Reliabilitas

Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila nilai *cronbach's alpha* $> 0,600$.

Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel I.11
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's	N of Item	Keterangan
----------	------------	-----------	------------

	<i>alpha</i>		
Margin	0,619	10	Reliabel
Kinerja Karyawan	0,713	10	Reliabel
Strategi Pemasaran	0,615	10	Reliabel
Loyalitas Nasabah	0,676	10	Reliabel

Sumber: Hasil Output SPSS versi 23 (data diolah 2019)

Berdasarkan tabel I.11 di atas menunjukkan bahwa *cronbach's alpha* untuk variabel Margin (X_1) adalah $0,619 > 0,600$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Margin adalah reliabel. *Cronbach's alpha* untuk variabel Kinerja karyawan (X_2) adalah $0,713 > 0,600$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kinerja Karyawan adalah reliabel. *Cronbach's alpha* untuk variabel Strategi Pemasaran (X_3) adalah $0,615 > 0,600$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Strategi Pemasaran adalah reliabel. Juga *Cronbach's alpha* untuk variabel Loyalitas Nasabah (Y) adalah $0,676 > 0,600$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Loyalitas Nasabah adalah reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel I.12
Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		99
Normal	Mean	.0000000
Parameters ^a	Std. Deviation	1.47658465
.b		
Most	Absolute	.070
Extreme	Positive	.070

Differences	Negative	-.052
Test Statistic		.070
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.
- This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan tabel I.12 terlihat nilai signifikan (Asymp. Sig. 2-tailed) yaitu:

1. Margin X1 adalah sebesar 0,200 dan lebih besar dari nilai signifikan 0,05 ($0,200 > 0,05$), berarti data variabel margin berdistribusi normal.
2. Kinerja Karyawan X2 adalah sebesar 0,200 dan lebih besar dari nilai signifikan 0,05 ($0,200 > 0,05$), berarti data variabel Kinerja karyawan berdistribusi normal.
3. Strategi pemasaran X3 adalah sebesar 0,200 dan lebih besar dari nilai signifikan 0,05 ($0,200 > 0,05$), berarti data variabel strategi pemasaran berdistribusi normal.
4. Loyalitas Nasabah Y adalah sebesar 0,200 dan lebih besar dari nilai signifikan 0,05 ($0,200 > 0,05$), berarti data variabel Loyalitas nasabah berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Suatu model regresi dinyatakan bebas dari multikolinearitas adalah jika nilai *Variance Inflation Factor* $VIF < 10$ dan nilai *Tolerance* $> 0,05$.

Tabel I.13
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4,820	4,427		1,089	,279	
	Mg	,466	,301	,389	1,551	,124	,093
	Kk	,197	,068	,227	2,892	,005	,951
	Sp	,230	,298	,193	,771	,443	,094

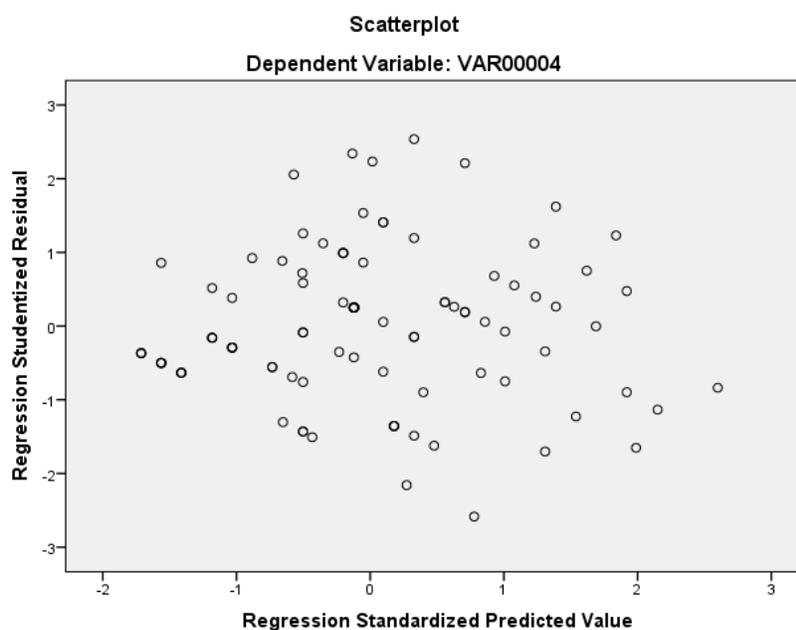
a. Dependent Variable: Ln

Berdasarkan tabel 1.13 di atas dapat diketahui nilai *tolerance* dari variabel Margin adalah $0,093 > 0,05$, variabel Kinerja Karyawan adalah $0,951 > 0,05$, dan variabel Strategi Pemasaran adalah $0,094 > 0,05$, maka dapat disimpulkan nilai *tolerance* dari ketiga variabel di atas lebih besar dari $0,05$ (*tolerance* $> 0,05$) sehingga bebas dari multikolinieritas.

c. Uji Heterokedastisitas

Suatu model regresi dikatakan tidak terjadi heterokedastisitas apabila titik-titik pada *scatterplot* regresi tidak membentuk pola tertentu seperti menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. hasil uji heterokedastisitas sebagai berikut:

Tabel 1.14
Uji Heterokedastisitas



Berdasarkan gambar di atas dapat dilihat bahwa titik-titik tidak membentuk suatu pola tertentu. Titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi terbebas dari heterokedastisitas.

d. Uji Linearitas

Tabale I.15
Uji Linearitas Margin

ANOVA Table

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Ln_Total * Between Groups (Combined)	164.663	7	23.523	9.825	.000
MG_Total Within Groups	217.882	91	2.394		

Total	382.545	98			
-------	---------	----	--	--	--

Tabel I.16
Uji Linearitas Kinerja Karyawan

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Ln_Total *	Between Groups (Combined)	90.107	10	9.011	2.711	.006
KK_Total	Within Groups	292.438	88	3.323		
	Total	382.545	98			

Tabel I.17
Uji Linearitas I.17

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Ln_Total *	Between Groups (Combined)	159.736	7	22.819	9.320	.000
SP_Total	Within Groups	222.809	91	2.448		
	Total	382.545	98			

Berdasarkan tabel I.16,I.17,I.18 bahwa margin, kinerja karyawan, strategi pemasaran memiliki hubungan yang linear terhadap loyalitas nasabah karna ($0,00 < 0,05$).

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Margin(X_1), Kinerja Karyawan (X_2), dan Strategi Pemasaran (X_3) terhadap Loyalitas Nasabah (Y) menggunakan pembiayaan *Murabahah* pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Sipirok.

Tabel I.18
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,820	4,427		1,089	,279
Mg	,466	,301	,389	1,551	,124
Kk	,197	,068	,227	2,892	,005
Sp	,230	,298	,193	,771	,443

a. Dependent Variable: Ln

Berdasarkan tabel I.18 di atas dapat dilihat pada kolom *Unstandardized Coefficients* bagian kolom B, maka persamaan analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah:

$$Ln = \alpha + b_1Mg + b_2Kk + b_3Sp + e$$

$$Ln = 4,820 + 0,466Mg + -0,197Kk + -0,230Sp + 4,427$$

Keterangan:

Ln = Loyalitas Nasabah

α = Konstanta

b_1, b_2, b_3 = Koefisien regresi linier berganda

Mg = Margin

Kk = Kinerja Karyawan

Sp = Strategi Pemasaran

e = error

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Konstanta sebesar 4,80 artinya apabila variabel margin, kinerja karyawan, strategi pemasaran dianggap konstan atau 0 maka loyalitas nasabah pembiayaan *Murabahah* adalah sebesar 4,820.

b. Jika koefisien regresi variabel margin meningkat 1 persen sementara variabel lainnya tetap, maka loyalitas nasabah dalam menggunakan pembiayaan *Murabahah* sebesar :

$$= 4,820 + 0,466$$

$$= 5,286, \text{ maka naik}$$

$$= 5,286 \times 100\%$$

$$= 5,286\%$$

Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara margin dan loyalitas nasabah menggunakan pembiayaan *Murabahah* pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Sipirok.

c. Jika koefisien regresi variable kinerja karyawan meningkat 1 persen sementara variabel lainnya tetap, maka loyalitas nasabah dalam menggunakan pembiayaan *Murabahah* sebesar:

$$= 4,820 + 0,197$$

$$= 5,017, \text{ maka naik}$$

$$= 5,017 \times 100\%$$

$$= 5,017\%$$

Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara kinerja karyawan dan loyalitas nasabah menggunakan pembiayaan *Murabahah* pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Sipirok.

- d. Jika koefisien regresi variabel strategi pemasaran meningkat 1 persen sementara variabel lainnya tetap, maka loyalitas nasabah dalam menggunakan pembiayaan *Murabahah* sebesar:

$$= 4,820 + 0,230$$

$$= 5,05, \text{ maka naik}$$

$$= 5,05 \times 100\%$$

$$= 5,05\%$$

Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif strategi

5. Koefisien Determinasi

Tabel I.19
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,664 ^a	,441	,424	,1,500

a. Predictors: (Constant), Mg, Kk, Sp

b. Dependent Variable: Ln

Berdasarkan tabel I.19 di atas diketahui nilai *R square* sebesar 0,441 atau 44,1% hal ini menunjukkan bahwa variabel margin, kinerja karyawan dan strategi pemasaran berpengaruh terhadap variabel loyalitas nasabah menggunakan pembiayaan *Murabahah* pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Sipirok. Sedangkan 55,9 % sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

6. Uji t

Statistik digunakan untuk membuktikan signifikan atau tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara individual (parsial). Sebagai dasar pengambilan keputusan dapat digunakan kriteria pengujian sebagai berikut:

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti margin, kinerja karyawan dan loyalitas nasabah secara parsial mempunyai pengaruh terhadap loyalitas nasabah menggunakan pembiayaan *Murabahah* pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Sapirok.
- b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_0 ditolak. Hal ini berarti margin, kinerja karyawan dan loyalitas nasabah secara parsial tidak ada pengaruh terhadap loyalitas nasabah menggunakan pembiayaan *Murabahah* pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Sapirok.

Tabel I.20
Hasil Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,820	4,427		1,089	,279
	Mg	,466	,301	,389	1,551	,124
	Kk	,197	,068	,227	2,892	,005
	Sp	,230	,298	,193	,771	,443

a. Dependent Variable: Ln

Dari hasil output diatas dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk variabel margin sebesar 1,551, t_{hitung} untuk variabel kinerja karyawan sebesar 2,892, dan t_{hitung} untuk variabel

Strategi pemasaran sebesar 0,771. Sedangkan t_{tabel} dengan $df (0,5) = n-2$ atau $99-2 = 97$ sehingga diperoleh $t_{\text{tabel}} = 0,67708$. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel 1.11 di bawah ini:

Tabel I.21
Uji parsial (uji t)

Variabel	t_{hitung}	t_{tabel}	Keterangan
Margin (X1)	1,551	$t_{\text{tabel}} = 1,66071$ dengan ($df = 97$), dan tingkat signifikansi sebesar 0,05	Tidak terdapat pengaruh
Kinerja Karyawan (X2)	2,892		Terdapat pengaruh
Strategi Pemasaran (X3)	0,771		Tidak terdapat pengaruh

Berdasarkan tabel I.21 di atas dapat disimpulkan bahwa variabel margin dan strategi pemasaran tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, sedangkan variabel kinerja karyawan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan pembiayaan *Murabaha* pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Sipirok.

7. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh dari variabel secara keseluruhan terhadap variabel dependen. Sebagai dasar pengambilan keputusan dapat digunakan kriteria pengujian sebagai berikut:

- a. Jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti margin, kinerja karyawan dan strategi pemasaran secara simultan mempunyai pengaruh

terhadap loyalitas nasabah menggunakan pembiayaan *Murabahah* pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Sipirok.

- b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_0 ditolak. Hal ini berarti margin, kinerja karyawan dan strategi pemasaran secara simultan tidak mempunyai pengaruh terhadap loyalitas nasabah menggunakan pembiayaan *Murabahah* pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Sipirok.

Tabel 4.12
Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	168,876	3	56,292	25,028	,000 ^b
	Residual	213,670	95	2,249		
	Total	382,545	98			

a. Dependent Variable: Ln

b. Predictors: (Constant), Mg, Kk, Sp

Dari hasil output diatas dapat dilihat bahwa F_{hitung} untuk variabel margin, kinerja karyawan dan strategi pemasaran sebesar 25,028. Sedangkan F_{tabel} dengan df (N1) = k-1 atau 4-1 = 3 dan df (N2) = n-k atau 99- 4= 95 sehingga diperoleh $F_{tabel} = 3,95$. Dari hasil pengujian uji statistik F (uji F) maka dapat disimpulkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ (25,028 > 3,95) yang berarti bahwa variabel margin, kinerja karyawan dan loyalitas nasabah secara simultan mempengaruhi loyalitas nasabah menggunakan pembiayaan *Murabahah* pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Sipirok.

D. Pembahasan Hasil Analisis Data

Penelitian ini berjudul Pengaruh margin, kinerja karyawan, strategi pemasaran terhadap loyalitas nasabah menggunakan pembiayaan *Murabahah* pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Sapirok. Berdasarkan hasil analisis regresi yang dilakukan pada penelitian ini diketahui bahwa:

1. Secara parsial margin tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah menggunakan pembiayaan *Murabahah* pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Sapirok, terlihat dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,551 < 1,66071$).

Berdasarkan hasil analisis di atas diketahui bahwa margin tidak mempengaruhi loyalitas nasabah menggunakan pembiayaan *Murabahah* pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Sapirok secara parsial. Dalam hal ini didukung oleh Adi Nugroho dalam penelitiannya Faktor-faktor yang mempengaruhi margin pembiayaan *Murabahah*.²⁵

2. Secara parsial kinerja karyawan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah menggunakan pembiayaan *Murabahah* pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Sapirok, terlihat dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,892 > 1,66071$).

Berdasarkan hasil analisis di atas diketahui bahwa kinerja karyawan mempengaruhi loyalitas nasabah menggunakan pembiayaan *Murabahah* pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Sapirok secara parsial. Dalam hal ini didukung oleh Muhammad Nur Alim skripsi Universitas Hasanuddin dalam penelitiannya Kinerja Pegawai Kantor Dinas Sosial, Tenaga Kerja dan Transmigrasi Kabupaten Polewali Mandar. (Studi kasus pada bidang tenaga kerja).²⁶

²⁵Adinugroho, *Faktor-faktor yang mempengaruhi margin pembiayaan Murabahah*, tahun 2005.

²⁶ Muhammad Nur Alim, *Kinerja Pegawai Kantor Dinas Sosial, Tenaga Kerja Dan Transmigrasi Kabupaten Polewali Mandar. (Studi Kasus Pada Bidang Tenaga Kerja)*, Skripsi Universitas Hasanuddin Tahun 2013.

3. Secara parsial strategi pemasaran tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah menggunakan pembiayaan *Murabahah* pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Sipirok, terlihat dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($0,771 < 1,66071$).

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa strategi pemasaran tidak mempengaruhi loyalitas nasabah menggunakan pembiayaan *Murabahah* pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Sipirok secara parsial. Dalam hal ini didukung oleh Hotnida Hasibuan dalam penelitiannya Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Pada Unit Pegadaian Syariah Sadabuan.²⁷

4. Secara simultan variabel margin, kinerja karyawan dan strategi pemasaran mempunyai pengaruh terhadap loyalitas nasabah menggunakan pembiayaan *Murabahah* pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Sipirok dapat dilihat dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($25,028 > 3,95$). Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian terdahulu dari skripsi Adi Nugroho, Muhammad Nur Alim, dan Hotnida Hasibuan yang membahas tentang pengaruh margin, kinerja karyawan, strategi pemasaran terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan pembiayaan *Murabahah* pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Sipirok.

5. Uji koefisien determinasi margin, kinerja karyawan, strategi pemasaran terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan pembiayaan *Murabahah* pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Sipirok sebesar 44,1 % sedangkan sisanya 55,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

6. Analisis regresi berganda memperoleh persamaan regresinya yaitu:

$$Ln = \alpha + b_1Mg + b_2Kk + b_3Sp + e$$

²⁷Hotnida Hasibuan, *Strategi Pemasaran Produk Gadai Syari'ah Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Pada Unit Pegadaian Syariah Sadabuan*, Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan Tahun 2014.

$$Ln = 4,820 + 0,466Mg + 0,197Kk + 0,230Sp + 4,427$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar 4,80 artinya apabila variabel margin, kinerja karyawan, strategi pemasaran dianggap konstan atau 0 maka loyalitas nasabah pembiayaan *Murabahah* adalah sebesar 4,820.
- c. Jika koefisien regresi variabel margin meningkat 1 persen sementara variabel lainnya tetap, maka loyalitas nasabah dalam menggunakan pembiayaan *Murabahah* sebesar :

$$= 4,820 + 0,466$$

$$= 5,286, \text{ maka naik}$$

$$= 5,286 \times 100\%$$

$$= 5,286\%$$

Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara margin dan loyalitas nasabah menggunakan pembiayaan *Murabahah* pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Sipirok.

- d. Jika koefisien regresi variable kinerja karyawan meningkat 1 persen sementara variabel lainnya tetap, maka loyalitas nasabah dalam menggunakan pembiayaan *Murabahah* sebesar:

$$= 4,820 + 0,197$$

$$= 5,017, \text{ maka naik}$$

$$= 5,017 \times 100\%$$

$$= 5,017\%$$

Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara kinerja karyawan dan loyalitas nasabah menggunakan pembiayaan *Murabahah* pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Sipirok.

- e. Jika koefisien regresi variabel strategi pemasaran meningkat 1 persen sementara variabel lainnya tetap, maka loyalitas nasabah dalam menggunakan pembiayaan *Murabahah* sebesar:

$$= 4,820 + 0,230$$

$$= 5,05, \text{ maka naik}$$

$$= 5,05 \times 100\%$$

$$= 5,05\%$$

Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif strategi

7. Dari hasil uji multikolinieritas diketahui bahwa nilai *tolerance* > 0,05 dinyatakan bebas. Selanjutnya hasil uji heterokedastisitas diketahui bahwa titik-titik *scatterplot* regresi tidak membentuk pola tertentu seperti menyebar diatas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dinyatakan bahwa model regresi ini tidak terjadi heterokedastisitas.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa variabel determinasi margin, kinerja karyawan, strategi pemasaran terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan pembiayaan *Murabahah* pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Sipirok dan dapat disimpulkan bahwa margin, kinerja karyawan dan strategi pemasaran berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan pembiayaan *Murabahah* pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Sipirok.

E. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dengan langkah-langkah yang disusun sedemikian rupa agar memperoleh hasil sebaik mungkin. Namun, untuk mendapatkan hasil yang sempurna dari suatu penelitian sangat sulit karena masih terdapat berbagai keterbatasan.

Beberapa keterbatasan yang dihadapi peneliti selama penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah keterbatasan ilmu pengetahuan dan wawasan peneliti, keterbatasan waktu, tenaga serta biaya peneliti untuk melakukan penelitian lebih lanjut, keterbatasan peneliti dalam menyebarkan angket karena peneliti tidak menjamin kejujuran responden dalam menjawab setiap pernyataan yang peneliti berikan dan mungkin responden tidak memiliki waktu yang banyak sehingga terjadi kelemahan emosional dalam mengisi angket. Juga keterbatasan kemampuan peneliti dalam menganalisis data yang sudah diperoleh.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Pada analisis regresi linear berganda pada tabel *Coefficient* maka regresi linear berganda dengan *constant* $a = 4,820$, $b_1 = 0,466$, $b_2 = 0,197$, $b_3 = 0,230$, $e = 4,427$, maka persamaan regresi linear berganda pada penelitian ini adalah $Ln = 4,820 + 0,466Mg + 0,197Kk + 0,230Sp + 4,427$, Jika koefisien regresi variabel margin meningkat 1 persen sementara variabel lainnya tetap, maka loyalitas nasabah dalam menggunakan pembiayaan *Murabahah* sebesar : $4,820 + 0,466 = 5,286$, maka naik = $5,286 \times 100\% = 5,286\%$, Jika koefisien regresi variable kinerja karyawan meningkat 1 persen sementara variabel lainnya tetap, maka loyalitas nasabah dalam menggunakan pembiayaan *Murabahah* sebesar: $4,820 + 0,197 = 5,017$, maka naik = $5,017 \times 100\% = 5,017\%$, dan jika koefisien regresi variabel strategi pemasaran meningkat 1 persen sementara variabel lainnya tetap, maka loyalitas nasabah dalam menggunakan pembiayaan *Murabahah* sebesar: $4,820 + 0,230 = 5,05$, maka naik = $5,05 \times 100\% = 5,05\%$
2. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka kesimpulan yang dapat diperoleh adalah Hasil uji secara parsial (uji t) margin, $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,551 < 1,66071$), dan $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,771 < 1,66071$). Dapat disimpulkan bahwa variabel margin dan strategi pemasaran tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan pembiayaan *Murabahah* pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Sipirok.

3. Hasil uji secara parsial (uji t) dapat disimpulkan bahwa variabel kinerja karyawan mempunyai pengaruh yang signifikan loyalitas nasabah dalam menggunakan pembiayaan *Murabahah* pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Sapirok $t_{hitung} > t_{tabel} (2,892 > 1,66071)$.
4. Hasil uji secara simultan (uji F) dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama antara margin, kinerja karyawan dan strategi pemasaran mempunyai pengaruh yang signifikan dengan loyalitas nasabah dalam menggunakan pembiayaan *Murabahah* pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Sapirok $F_{hitung} > F_{tabel} (25,028 > 3,95)$.

B. Saran

Adapun saran yang bisa diberikan setelah melakukan penelitian ini, sebagai berikut:

1. Untuk nasabah yang sudah menggunakan pembiayaan *Murabahah* pada PT Bank syariah Mandiri KCP Sapirok, agar semakin loyal dalam memilih merek/produk yang tersedia di BSM KCP Sapirok, khususnya dalam pembiayaan *Murabahah*.
2. Untuk pihak Bank Syariah Mandiri KCP Sapirok, agar semakin baik dan bagus dalam melakukan pelayanan terhadap nasabah yang ingin melakukan transaksi. Dimana jika nasabah nyaman dalam bertransaksi, dia akan semakin loyal dalam memilih merek/produk yang disediakan BSM KCP Sapirok.
3. Untuk keluarga nasabah yang belum pernah melakukan transaksi dengan pihak BSM KCP Sapirok, khususnya dalam pembiayaan *Murabahah* supaya mengajak keluarganya untuk menjadi nasabah dalam pembiayaan *Murabahah*.
4. Untuk peneliti selanjutnya agar dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor-faktor lain yang dapat membuat nasabah semakin loyal dalam menggunakan pembiayaan *Murabahah*.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Abdurrahman. Nana Herdiana, *Manajemen Strategi Pemasaran*, (Bandung : Pustaka Setia, 2015).
- Adinugroho, *Faktor-faktor yang mempengaruhi margin pembiayaan Murabahah* , tahun 2005.
- Amir. Machmud dan Rukmana, *Bank Syariah* (Jakarta : Erlangga, 2010).
- Depertemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Semarang : ASY-SYIFA, 2004).
- Fattah. Husein. *Kepuasan Kerja Dan Kinerja Pegawai* (Yogyakarta : PT. Elmatara, 2017).
- Hasibuan. Hotnida, *Strategi Pemasaran Produk Gadai Syari'ah Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Pada Unit Pegadaian Syariah Sadabuan*, Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan Tahun 2014.
- Iqbal. Hasan. *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian Dan Aplikasinya*.
- Ismail, *Perbankan Syariah*, Jakarta : Kencana, 2011.
Jakarta : Ghalia Indonesia, 2002.
- Ismail, MBA.,Ak, *perbankan syariah*, PRENADAMEDIA GROUP Jl, Tambre Raya No.23 Rawamangun, Jakarta 13220.
- Khasanan. Uswatun, *Pengaruh Tingkat Margin (Harga) Dan Penetapan Prinsip Syariah Terhadap Loyalitas Anggota Pembiayaan Murabahah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Moderator (Studi Kasus BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung)*, (IAIN Tulungagung, 218).
- Lubis. Nur Ahmad Fadhil, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta : Hijri Pustaka Utama, 2001).
- Nur. Muhammad Alim, *Kinerja Pegawai Kantor Dinas Sosial, Tenaga Kerja Dan Transmigrasi Kabupaten Polewali Mandar. (Studi Kasus Pada Bidang Tenaga Kerja)*, Skripsi Universitas Hasanuddin Tahun 2013.
- Nur Asnawi Dan Mansyuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, Malang : UIN, Maliki Press, 2011.
- Rangkuti. Ahmad Nizar, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung : Citapustaka Media, 2016).

Rundupa. Anugrah Yunus, *“Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Konsumen (Bauran Pemasaran) Dalam Memilih Mobil Merk Toyota Rush, (Pada PT. Hadji Kalla Cabang Urip Sumiharjo Makassar).*

Savitri. Roswita, *Skripsi : Pengaruh Mekanisme Corporate Governance Terhadap Ketetapan Waktu Pelaporan Keuangan :Studi Pada Perusahaan Manufaktur Di BEI, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang, 2010.*

Sugiyono, *Metode Penelitian, (Bandung : Alfabeta, 2010).*

Suharsimi. Arikunto. *Prosedur Penelitian (Jakarta: PT.Rineka Cipta, 2002).*

Umam .Khairul, *Manajemen Perbankan Syariah (Bandung : CV Pustaka Setia, 2013).*
Zulfikar, *pengantar pasar modal dengan pendekatan statistik, Yogyakarta : Depublish, 2016.*

Sumber lain

Ari nur, Irawan, Paul Peter dan Jerry C, *Fitur Menarik Untuk Nasabah Rasional.* Dalam <http://www. Bernas. Co.id/cyberbruzz/Berita. Php? Newsid =314>. Didownload 06 April 2019.

<https://id.m.wikipedia.org/wiki/Murabaha>. Diakses pada hari kamis tanggal 24 juli 2019, pukul 15.30 WIB.

<https://www.syariahmandiri.co.id/business-banking/corporate/pembiayaan-modal-kerja/musyarakah> Diakses pada tanggal 28 Juli 2019 pukul 7.28-7.30 WIB.

<https://www.syariahmandiri.co.id/tentang-kami/sejarah>. Diakses pada tanggal 28 Juli 2019 pukul 6.54-6.58 WIB.

<https://www.syariahmandiri.co.id/consumer-banking/deposito/bsm-deposito> Diakses pada tanggal 28 Juli 2019 pukul 7.03-7.06 WIB.

<https://www.syariahmandiri.co.id/consumer-banking/emas/bsm-gadai-emas> Diakses pada tanggal 28 Juli 2019 pukul 7.34-7.35 WIB.

<https://www.syariahmandiri.co.id/consumer-banking/giro/bsm-giro-singapore> Diakses pada tanggal 28 Juli 2019 pukul 7.07-7.27 WIB.

<https://www.syariahmandiri.co.id/consumer-banking/pembiayaan-konsumen/pembiayaan-kepada-pensiunan> Diakses pada tanggal 28 Juli 2019 pukul 7.31-7.33 WIB.

<https://www.syariahmandiri.co.id/consumer-banking/tabungan/bsm-tabungan-dollar> Diakses pada tanggal 28 Juli 2019 pukul 6.59-7.02 WIB.

Irianto. Agus, *Statistik (Konsep Dasar, Aplikasi, Dan Pengembangannya)*, (Jakarta : PT Pajar Interpratama Mandiri, 2004).

Sumber Wawancara

Simatupang. Farida Hannum Hasil dari wawancara Farida Hannum Simatupang, pada hari kamis 14 maret 2019, pukul 14.00 WIB.

Siagian. Diki Pernama Putra Hasil wawancara, pada hari senin 18 maret 2019, pukul 10.23 WIB.

Sipahutar. Yusnita Riani Hasil wawancara, pada hari kamis 14 maret 2019, pukul 17.35 WIB.

Siregar. Rahma Sari Hasil wawancara, pada hari kamis 14 maret 2019, pukul 15.09 WIB.

Siregar. Sanusi Hasil wawancara, pada hari senin 18 maret 2019, pukul 14.25 WIB.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Data Pribadi

Nama : HABIB SYAHPUTRA BATUBARA
Nim : 1540100196
Tempat/Tanggal lahir : Dusun Paringgonan, Desa Situmba Julu / 10 Mei
1997
Jenis kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Alamat : Dusun Paringgonan, Desa Situmba Julu, Kec.
Sapirok, Kab. Tapanuli Selatan

Nama Orang Tua
Ibu : LAMRIA HASANAH MANIK
Alamat : Dusun Paringgonan, Desa Situmba Julu, Kec.
Sapirok, Kab. Tapanuli Selatan

B. Riwayat Pendidikan

- SD Negeri 102720 Situmba Julu
- SMP Negeri 1 Sapirok
- SMA Negeri 1 Sapirok
- Tahun 2015 Melanjutkan Pendidikan di IAIN Padangsidimpuan

C. Riwayat Organisasi

- Pengurus Forum Bahasa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Bagian Koordinator Lapangan.
- Pengurus UKM MENWA bagian Konsumsi

	Sig. (2-tailed)	.551	.153	.683	.505	.053	.684	.018	.000	.348	
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Mg_total	Pearson Correlation	.348**	.449**	.291**	.234*	.418**	.317**	.307**	.476**	.386**	.445**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.004	.020	.000	.001	.002	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

2. Kinerja Karyawan (X2)

CORRELATIONS

```

/VARIABLES=Kk_1 Kk_2 Kk_3 Kk_4 Kk_5 Kk_6 Kk_7 Kk_8 Kk_9 Kk_10
Kk_total
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.

```

Correlations

Correlations

		Kk_1	Kk_2	Kk_3	Kk_4	Kk_5	Kk_6	Kk_7	Kk_8	Kk_9	Kk_10	Kk_tot
Kk_1	Pearson Correlation	1	-.014	.045	.037	.007	-.073	-.002	.097	.182	.277**	.29
	Sig. (2-tailed)		.891	.658	.715	.948	.473	.984	.340	.071	.006	.0
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Kk_2	Pearson Correlation	-.014	1	.501**	.140	.713**	.761**	.711**	.041	-.149	-.138	.72
	Sig. (2-tailed)	.891		.000	.168	.000	.000	.000	.690	.142	.173	.0
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Kk_3	Pearson Correlation	.045	.501*	1	.100	.439**	.420**	.589**	-.035	-.091	-.167	.56
	Sig. (2-tailed)	.658	.000		.325	.000	.000	.000	.732	.372	.098	.0
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Kk_4	Pearson Correlation	.037	.140	.100	1	.172	.121	.146	.097	-.013	-.091	.33
	Sig. (2-tailed)	.715	.168	.325		.088	.233	.148	.340	.896	.369	.0
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Kk_5	Pearson Correlation	.007	.713*	.439**	.172	1	.665**	.602**	.023	.013	-.059	.72
	Sig. (2-tailed)	.948	.000	.000	.088		.000	.000	.818	.898	.562	.0
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Kk_6	Pearson Correlation	-.073	.761*	.420**	.121	.665**	1	.662**	.070	-.111	-.189	.68
	Sig. (2-tailed)	.473	.000	.000	.233	.000		.000	.493	.276	.061	.0
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Kk_7	Pearson Correlation	-.002	.711*	.589**	.146	.602**	.662**	1	.007	-.004	-.120	.73
	Sig. (2-tailed)	.984	.000	.000	.148	.000	.000		.942	.970	.237	.0

	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Kk_8	Pearson Correlation	.097	.041	-.035	.097	.023	.070	.007	1	.124	.018	.30
	Sig. (2-tailed)	.340	.690	.732	.340	.818	.493	.942		.220	.863	.0
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Kk_9	Pearson Correlation	.182	-.149	-.091	-.013	.013	-.111	-.004	.124	1	.640**	.33
	Sig. (2-tailed)	.071	.142	.372	.896	.898	.276	.970	.220		.000	.0
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Kk_10	Pearson Correlation	.277**	-.138	-.167	-.091	-.059	-.189	-.120	.018	.640**	1	.23
	Sig. (2-tailed)	.006	.173	.098	.369	.562	.061	.237	.863	.000		.0
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Kk_total	Pearson Correlation	.299**	.726*	.561**	.330*	.723**	.684**	.734**	.302**	.331**	.238*	
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.002	.001	.018	
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

3. Strategi Pemasaran (X3)

CORRELATIONS

/VARIABLES=Sp_1 Sp_2 Sp_3 Sp_4 Sp_5 Sp_6 Sp_7 Sp_8 Sp_9 Sp_10

Sp_total

/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/MISSING=PAIRWISE.

Correlations

		Correlations										
		Sp_1	Sp_2	Sp_3	Sp_4	Sp_5	Sp_6	Sp_7	Sp_8	Sp_9	Sp_10	Sp_t
Sp_1	Pearson Correlation	1	-.015	-.026	.017	-.055	.032	-.082	.089	.338**	.050	.3
	Sig. (2-tailed)		.886	.797	.870	.592	.750	.421	.378	.001	.625	
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Sp_2	Pearson Correlation	-.015	1	-.231*	-.170	.914**	-.068	.861**	-.150	-.122	-.180	.4
	Sig. (2-tailed)	.886		.021	.093	.000	.501	.000	.138	.229	.075	
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Sp_3	Pearson Correlation	-.026	-.231*	1	.226*	-.171	.357**	-.290**	-.013	-.074	.042	.
	Sig. (2-tailed)	.797	.021		.025	.090	.000	.004	.896	.466	.683	
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Sp_4	Pearson Correlation	.017	-.170	.226*	1	-.109	-.075	-.181	-.015	.017	-.008	.
	Sig. (2-tailed)	.870	.093	.025		.281	.459	.073	.883	.870	.935	

	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Sp_5	Pearson Correlation	-.055	.914**	-.171	-.109	1	-.164	.832**	-.190	-.109	-.217*	.4
	Sig. (2-tailed)	.592	.000	.090	.281		.106	.000	.060	.282	.031	
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	
Sp_6	Pearson Correlation	.032	-.068	.357**	-.075	-.164	1	-.082	-.004	.134	-.041	.3
	Sig. (2-tailed)	.750	.501	.000	.459	.106		.421	.967	.185	.684	
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	
Sp_7	Pearson Correlation	-.082	.861**	-.290**	-.181	.832**	-.082	1	-.210*	-.082	-.238*	.3
	Sig. (2-tailed)	.421	.000	.004	.073	.000	.421		.037	.421	.018	
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	
Sp_8	Pearson Correlation	.089	-.150	-.013	-.015	-.190	-.004	-.210*	1	.136	.897**	.4
	Sig. (2-tailed)	.378	.138	.896	.883	.060	.967	.037		.178	.000	
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	
Sp_9	Pearson Correlation	.338**	-.122	-.074	.017	-.109	.134	-.082	.136	1	.095	.3
	Sig. (2-tailed)	.001	.229	.466	.870	.282	.185	.421	.178		.348	
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	
Sp_10	Pearson Correlation	.050	-.180	.042	-.008	-.217*	-.041	-.238*	.897**	.095	1	.4
	Sig. (2-tailed)	.625	.075	.683	.935	.031	.684	.018	.000	.348		
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	
Sp_total	Pearson Correlation	.370**	.439**	.255*	.227*	.410**	.301**	.353**	.474**	.370**	.439**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.011	.024	.000	.002	.000	.000	.000	.000	
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

4. Loyalitas Nasabah (Y)

CORRELATIONS

```

/VARIABLES=Ln_1 Ln_2 Ln_3 Ln_4 Ln_5 Ln_6 Ln_7 Ln_8 Ln_9 Ln_10
Ln_total
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.

```

Correlations

		Correlations										
		Ln_1	Ln_2	Ln_3	Ln_4	Ln_5	Ln_6	Ln_7	Ln_8	Ln_9	Ln_10	Ln_total
Ln_1	Pearson Correlation	1	-.133	.044	.060	-.155	.041	-.155	.220*	.321**	.280**	.3
	Sig. (2-tailed)		.190	.665	.558	.127	.686	.127	.029	.001	.005	

	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	
Ln_2	Pearson Correlation	-.133	1	.303*	-.140	.836**	-.062	.781**	-.186	-.186	-.217*	
	Sig. (2-tailed)	.190		.002	.166	.000	.542	.000	.065	.065	.031	
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	
Ln_3	Pearson Correlation	.044	.303*	1	.238*	-.267**	.411**	-.364**	.030	.074	.087	
	Sig. (2-tailed)	.665	.002		.018	.007	.000	.000	.771	.467	.392	
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	
Ln_4	Pearson Correlation	.060	-.140	.238*	1	-.064	.099	-.112	-.104	.030	-.048	
	Sig. (2-tailed)	.558	.166	.018		.531	.331	.268	.304	.769	.638	
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	
Ln_5	Pearson Correlation	-.155	.836*	.267*	-.064	1	-.142	.786**	-.066	-.164	-.101	
	Sig. (2-tailed)	.127	.000	.007	.531		.162	.000	.518	.104	.320	
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	
Ln_6	Pearson Correlation	.041	-.062	.411*	.099	-.142	1	-.092	.123	.216*	.169	
	Sig. (2-tailed)	.686	.542	.000	.331	.162		.367	.224	.032	.095	
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	
Ln_7	Pearson Correlation	-.155	.781*	.364*	-.112	.786**	-.092	1	-.115	-.115	-.149	
	Sig. (2-tailed)	.127	.000	.000	.268	.000	.367		.257	.257	.140	
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	
Ln_8	Pearson Correlation	.220*	-.186	.030	-.104	-.066	.123	-.115	1	.864**	.935**	
	Sig. (2-tailed)	.029	.065	.771	.304	.518	.224	.257		.000	.000	
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	
Ln_9	Pearson Correlation	.321**	-.186	.074	.030	-.164	.216*	-.115	.864*	1	.935**	
	Sig. (2-tailed)	.001	.065	.467	.769	.104	.032	.257	.000		.000	
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	
Ln_10	Pearson Correlation	.280**	.217*	.087	-.048	-.101	.169	-.149	.935*	.935**	1	
	Sig. (2-tailed)	.005	.031	.392	.638	.320	.095	.140	.000	.000		
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	
Ln_total	Pearson Correlation	.351**	.278*	.252*	.239*	.347**	.427**	.299**	.654*	.719**	.701**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.005	.012	.017	.000	.000	.003	.000	.000	.000	
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

B. Uji Reliabilitas

1. Margin (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.619	11

2. KINERJA KARYAWAN (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.713	11

3. STRATEGI PEMASARAN (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.615	11

4. LOYALITAS NASABAH (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.676	11

C. UJI REGRESI LINIER BERGANDA

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.664 ^a	.441	.424	1.500

a. Predictors: (Constant), Sp_total, Kk_total, Mg_total

D. UJI F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	168.876	3	56.292	25.028	.000 ^b
	Residual	213.670	95	2.249		
	Total	382.545	98			

a. Dependent Variable: Ln_total

b. Predictors: (Constant), Sp_total, Kk_total, Mg_total

E. UJI T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.820	4.427		1.089	.279
	Mg_total	.466	.301	.389	1.551	.124
	Kk_total	.197	.068	.227	2.892	.005
	Sp_total	.230	.298	.193	.771	.443

a. Dependent Variable: Ln_total

A. MARRGIN (X1)**PERNYATAAN**

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
	A. Kesesuaian Margin					
1	Margin/keuntungan yang diperoleh pihak bank sesuai dengan akad yang disepakati diawal.					
2	Saya puas dengan Margin/keuntungan yang disepakati					
3	Dasar hukum Margin sesuai dengan akad di awal.					
4	Saya tidak menemukan pelanggaran setelah transaksi					
5	Pelaksanaan akad sesuai dengan akad diawal					
6	Mekanisme pemberian Margin/Keuntungan dilakukan dengan baik					
7	Margin/keuntungan yang diperoleh menguntungkan nasabah					
8	Nasabah nyaman terhadap mekanisme Margin/keuntungan yang sesuai dengan akad diawal					

9	Saya merasa tidak ada masalah saat bertransaksi dengan sistem Margin/keuntungan.					
10	Perhitungan Margin/keuntungan sesuai dengan akad diawal setelah melakukan transaksi					

B. KINERJA KARYAWAN (X2)

PERNYATAAN

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
A. Kesesuaian Kinerja Karyawan						
1	Saya nyaman terhadap kinerja karyawan					
2	Saya puas terhadap pelayanan yg diberikan					
3	Karyawan bekerja dengan penuh rasa tanggung jawab.					
4	Karyawan bekerja sesuai dengan standar mutu yang diharapkan oleh nasabah.					
5	Karyawan bekerja sama dengan nasabah dengan baik dalam melakukan transaksi					

6	Karyawan selalu fokus dalam melayani nasabah					
7	Karyawan selalu mengutamakan kepentingan nasabah dibanding kepentingan pribadi					
8	Karyawan memiliki semangat dalam melayani nasabah melakukan transaksi					
9	Karyawan selalu terbuka dalam melayani nasabah					
10	Karyawan bekerja secara efektif dan efisien, sehingga nasabah merasa nyaman saat melakukan transaksi					

C. STRATEGI PEMASARAN (X3)

PERNYATAAN

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
	A. Kesesuaian Strategi Pemasaran					
1	Strategi pemasaran yang dilakukan pihak bank sangat baik					
2	Mekanisme yang dilakukan pihak Bank dalam memasarkan produk sangat baik					
3	Strategi pemasaran yang dilakukan pihak Bank sesuai					

	dengan standar mutu yang diharapkan nasabah					
4	Cara penyampaian produk yang dilakukan pihak Bank, dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan nasabah					
5	Pihak Bank menjelaskan dengan baik tentang produk-produk yang ada.					
6	Pihak Bank menjelaskan tentang apa saja kelebihan dan kekurangan dalam menggunakan produk yang ada					
7	Pihak Bank jujur dalam memasarkan produk					
8	pihak Bank terbuka dalam memasarkan produk yang ada					
9	Strategi pemasaran yang dilakukan pihak Bank berjalan secara efektif dan efisien sesuai yang dibutuhkan nasabah					
10	Pihak bank semangat dalam memasarkan produk					

D. LOYALITAS NASABAH (Y)

PERNYATAAN

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				

	A. Kesetiaan pada suatu produk					
1	Nasabah tidak akan beralih kepada produk lain selain pembiayaan <i>Murabahah</i>					
2	Nasabah akan kembali mengunjungi Bank Syari'ah Mandiri KCP Sipirok					
	B. Kesesuaian dengan penggunaan produk					
1	Kualitas produk yang ditawarkan Bank Syari'ah Mandiri KCP Sipirok sesuai dengan yang diinginkan					
2	Nasabah senang menggunakan pembiayaan <i>Murabahah</i>					
3	Nasabah merasa puas dengan pembiayaan <i>Murabahah</i>					
	C. Merekomendasikan kepada orang					
1	Saya mengajak orang lain untuk menjadi nasabah pembiayaan <i>Murabahah</i>					
2	Saya ingin agar nasabah pembiayaan <i>Murabahah</i> di BSM KCP Sipirok bertambah banyak					
	D. Keistimewaan					
1	Nasabah merasa layanan yang diberikan Bank Syari'ah Mandiri KCP Sipirok sudah baik					

2	Nasabah merasa nyaman saat berada di Bank Syari'ah Mandiri KCP Sipirok					
3	Nasabah merasa kualitas produk Bank Syari'ah Mandiri KCP Sipirok sudah baik					

Padangsidempuan, Agustus 2019

.....

A. UJI LINEARITAS

MARGIN

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean S
Ln_total * Mg_total	Between Groups	(Combined)	164.663	7	
		Linearity	148.741	1	1
		Deviation from Linearity	15.922	6	
Within Groups			217.882	91	
Total			382.545	98	

KINERJA KARYAWAN

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean S
Ln_total * Kk_total	Between Groups	(Combined)	90.107	10	
		Linearity	48.019	1	
		Deviation from Linearity	42.088	9	
Within Groups			292.438	88	
Total			382.545	98	

STRATEGI PEMASARAN

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean S
Ln_total * Sp_total	Between Groups	(Combined)	159.736	7	
		Linearity	143.116	1	1
		Deviation from Linearity	16.620	6	
Within Groups			222.809	91	
Total			382.545	98	

B. UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.47658465
Most Extreme Differences	Absolute	.070
	Positive	.070
	Negative	-.052
Test Statistic		.070
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

NO	Nomor Pernyataan							
	1	2	3	4	5	6	7	8
1	4	4	4	4	5	4	4	5
2	5	4	4	5	4	4	4	4
3	4	4	4	4	5	5	5	4
4	4	4	4	5	4	4	4	4
5	4	5	4	4	5	4	5	4
6	4	4	4	4	4	4	4	5
7	4	4	5	4	4	5	4	5
8	4	4	4	5	5	4	5	5
9	4	4	4	4	4	4	4	4
10	4	4	5	4	4	5	4	4
11	4	4	5	5	4	5	4	4
12	5	4	5	5	4	5	4	4
13	5	4	4	4	4	4	4	4
14	4	4	5	4	4	5	4	4
15	5	4	4	4	4	4	4	5
16	4	4	5	5	4	5	4	5
17	4	5	4	4	4	5	4	4
18	4	5	4	4	5	4	5	4
19	4	5	4	4	5	4	5	4
20	4	4	4	4	4	4	4	5
21	4	4	4	4	4	4	4	4
22	4	4	4	4	4	4	5	5
23	4	4	5	4	5	4	4	5
24	4	4	4	3	4	4	4	5
25	4	5	3	4	5	5	5	4
26	5	4	4	4	4	4	4	5
27	4	5	4	3	4	5	5	4
28	5	5	4	4	5	4	5	4
29	4	4	4	4	4	4	4	4
30	4	4	4	4	4	4	4	5
31	4	5	3	4	5	4	5	5
32	4	4	4	5	4	4	4	4
33	4	4	4	4	4	4	4	5
34	4	5	4	4	5	4	5	4
35	5	4	4	4	4	4	4	4
36	4	5	4	4	5	4	5	4
37	5	4	5	5	4	5	4	4
38	4	5	4	4	5	4	4	4
39	5	4	4	4	4	5	4	5
40	4	4	4	5	4	5	4	5
41	4	4	5	4	4	5	4	5
42	5	4	5	5	4	5	4	4
43	4	5	4	4	5	4	5	4
44	4	4	5	4	4	5	4	5

45	4	4	4	4	4	5	4	5
46	4	4	5	5	4	5	4	4
47	4	5	4	4	5	5	5	5
48	4	4	4	5	4	4	4	5
49	4	4	5	4	4	4	4	4
50	4	5	4	4	5	5	5	5
51	4	5	4	4	5	4	5	4
52	5	4	4	4	4	4	4	5
53	4	4	5	4	4	4	4	4
54	5	4	5	4	4	5	4	5
55	4	4	5	4	4	4	4	4
56	4	5	4	4	5	4	5	4
57	4	4	4	5	4	4	4	4
58	4	4	4	5	4	4	5	4
59	4	5	4	5	5	4	5	4
60	4	4	4	5	4	4	4	4
61	5	5	4	4	5	5	5	4
62	4	4	5	4	4	5	4	4
63	5	4	5	4	4	4	4	5
64	4	5	4	4	5	4	5	4
65	4	4	4	4	4	4	4	4
66	4	4	5	4	4	4	4	4
67	4	4	4	5	4	4	4	4
68	5	4	4	4	4	4	4	5
69	4	4	4	4	4	4	4	4
70	4	4	4	4	4	4	4	4
71	4	4	4	4	4	4	4	4
72	4	4	4	5	4	4	4	4
73	4	4	5	5	4	5	4	4
74	4	4	4	4	4	4	4	4
75	4	4	5	5	4	5	4	5
76	4	4	5	5	4	5	4	4
77	4	4	4	4	4	4	4	5
78	4	4	4	4	4	4	4	4
79	4	4	4	4	4	4	4	4
80	5	4	4	4	4	4	4	4
81	4	4	4	4	4	4	5	4
82	5	4	4	5	4	4	4	4
83	4	4	4	4	4	4	4	4
84	5	4	5	5	4	5	4	5
85	4	4	3	4	4	5	4	4
86	5	4	4	5	4	4	4	5
87	4	4	4	4	4	4	4	4
88	4	5	5	5	5	4	4	4
89	5	5	4	4	5	4	5	5
90	5	4	4	4	4	5	4	5
91	4	4	4	4	4	4	4	4

92	4	4	4	4	4	5	4	4
93	4	5	4	5	5	4	5	4
94	5	4	4	4	4	4	4	5
95	4	4	4	4	4	4	4	4
96	4	4	5	4	4	5	4	4
97	4	5	4	5	5	4	5	4
98	4	4	4	4	4	4	4	4
99	5	4	4	4	4	4	4	4

9	10 Total	
4	5	43
4	4	42
4	4	43
4	4	41
4	4	43
5	5	43
5	5	45
5	5	46
4	4	40
4	4	42
5	5	45
5	5	46
5	5	43
4	4	42
5	5	44
5	5	46
4	4	42
4	4	43
4	4	43
5	5	43
4	4	40
5	5	44
4	5	44
4	5	41
4	4	43
5	5	44
4	4	42
4	4	44
4	4	40
5	5	43
5	5	45
4	4	41
5	5	43
4	4	43
4	4	41
4	4	43
4	4	44
4	4	42
5	5	45
5	5	45
5	5	45
4	4	44
4	4	43
5	5	45

5	5	44
4	4	43
5	5	47
5	5	44
4	4	41
5	5	47
4	4	43
5	5	44
4	4	41
5	5	46
4	4	41
4	4	43
4	4	41
4	4	42
4	4	44
4	4	41
4	4	45
4	4	42
5	5	45
4	4	43
4	4	40
4	4	41
4	4	41
5	5	44
4	4	40
4	4	40
4	4	40
4	4	41
4	4	43
4	4	40
5	5	46
4	4	43
5	5	43
4	4	40
4	4	40
4	4	41
4	4	41
4	4	42
4	4	40
5	5	47
4	4	40
5	5	45
4	4	40
4	4	44
5	5	47
5	5	45
4	4	40

4	4	41
4	4	44
5	5	44
4	4	40
4	4	42
4	4	44
4	4	40
4	4	41