

BAB IV

DESKRIPSI DATA, PEMBUKTIAN HIPOTESIS DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data.

1. Sejarah Terbentuknya KSPP. Syariah BMT NU Cabang Pasean

Pertama Kali Pembentukan BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean Pamekasan itu tidak langsung disahkan oleh pusat bahwa harus ada BMT Nu di Kecamatan pasean, namun pendirian BMT NU Cabang Pasean Pamekasan atas usulan dari pengurus MCWC NU kepada direktur pusat melalui beberapa tahapan. Kemudian direktur pusat langsung melakukan Peninjauan terhadap lokasi untuk menentukan apakah lokasi tersebut strategis atau tidak untuk di dirikan koprasi di tempat tersebut. Setelah melakukan peninjauan lapangan dan di nilai layak, maka rencana pendirian BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean Pamekasan di setujui.

Pada Akhirnya pada 18 Oktober 2016 KSPP Syariah BMT NU Cabang Pasean Pamekasan resmi yang bertempat di Jln. Raya Pasean Kecamatan Pasean Kabupaten Pamekasan dengan jumlah karyawan lima orang. Dengan meningkatnya kepercayaan masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah, KSPP Syariah BMT NU Cabang Pasean memiliki peluang yang lebih besar untuk mengelola dan menyalurkan dana kepada masyarakat. Dengan kinerja berbasis syariah, diharapkan KSPP Syariah BMT NU Cabang Pasean mampu menjadi salah satu pendorong pertumbuhan ekonomi mikro yang berbasis syariah di Kecamatan Pasean Kabupaten Pamekasan pada khususnya.

2. Visi dan Misi KSPP. Syariah BMT NU Cabang Pasean.

a. Visi :

Terwujudnya BMT NU yang jujur, amanah, dan profesional sehingga anggun dalam layanan, unggul dalam kinerja menuju terbentuknya 100 kantor cabang pada tahun 2026 untuk kemandirian dan kesejahteraan anggota.

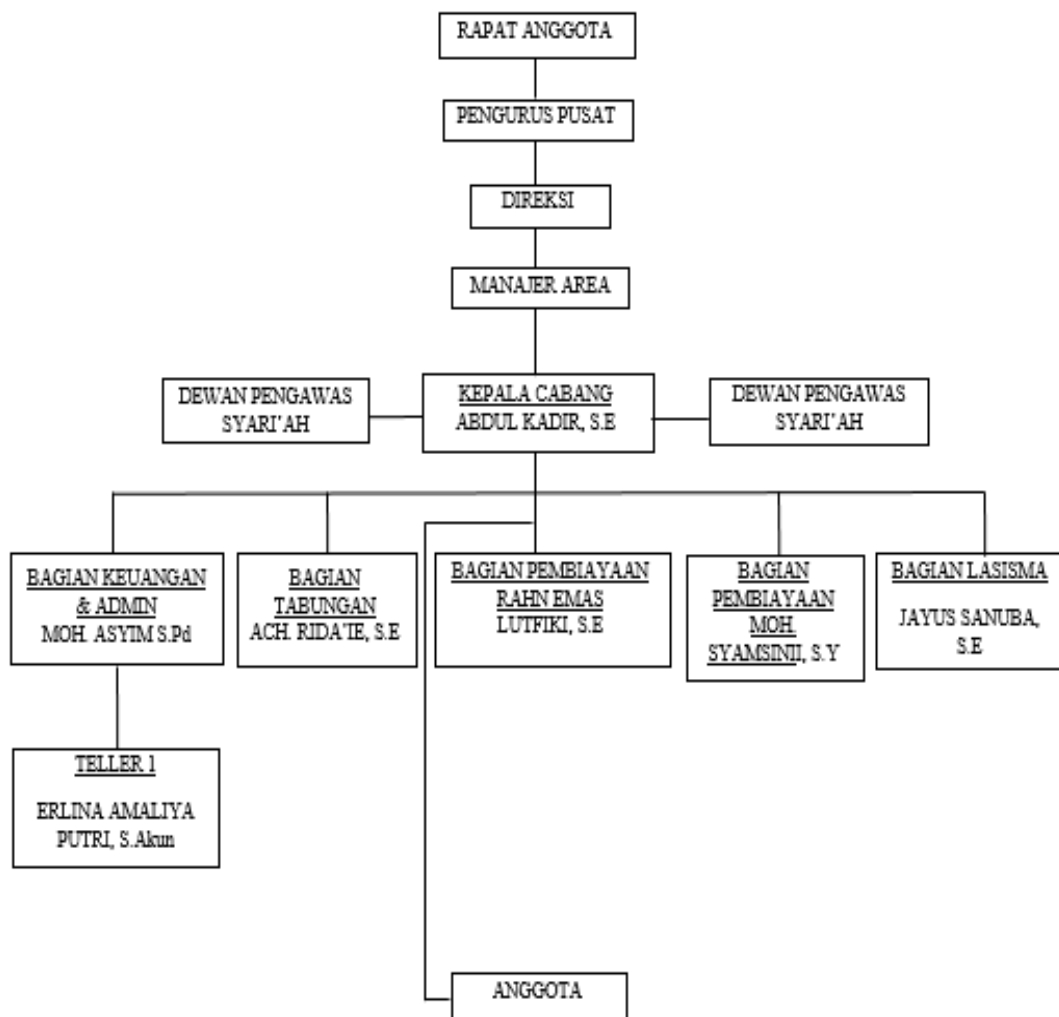
b. Misi :

- 1) Memberikan layanan prima, bina usaha dan solusi kepada anggota sebagai pilihan utama.
- 2) Menerapkan dan mengembangkan nilai-nilai syariah secara murni dan konsekuen sehingga menjadi acuan tata kelola usaha yang profesional dan amanah.
- 3) Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan yang berkesinambungan menuju berdirinya 100 kantor cabang pada tahun 2026.
- 4) Mengutamakan penghimpunan dana atas dasar ta'awun dan penyaluran pembiayaan pada segment UMKM baik secara perseorangan maupun berbasis jamaah.
- 5) Mewujudkan penghimpunan dan penyaluran zakat, infaq, shodaqah dan wakaf.
- 6) Menyiapkan dan mengembangkan SDI yang berkualitas, profesional dan memiliki integritas tinggi.
- 7) Mengembangkan budaya dan lingkungan kerja yang ramah dan sehat serta management yang sesuai prinsip kehati-hatian.
- 8) Menciptakan kondisi terbaik bagi SDI sebagai tempat kebanggaan dalam mengabdikan tanpa batas dan melayani dengan ikhlas sebagai perwujudan ibadah.

9) Meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab kepada lingkungan dan jamaah.

3. Struktur Pengelola KSPP. Syari'ah BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean Pamekasan¹

Gambar 4.1



Sumber : KSPP. Syari'ah BMT Nu Jawa Timur Cabang Pasean Pamekasan 2024.

¹ BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean Pamekasan

4. Logo KSPP. Syari'ah BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean Pamekasan

Gambar. 4.2



5. Kegiatan Usaha KSPP. Syariah BMT NU Cabang Pasean Pamekasan

Adapun kegiatan usaha yang ada di KSPP. Syariah BMT NU Cabang Pasean adalah sebagai berikut:

a. Penghimpunan Dana.

Tabungan atau uang yang diberikan nasabah kepada BMT untuk digunakan sebagai pembiayaan pada sektor produktif merupakan cara BMT mendapatkan pendanaannya. Tabungan tersebut dapat berupa tabungan mudharabah jangka pendek dan jangka panjang, serta dana wadi'ah.

b. Penyaluran Dana.

Penyaluran dana BMT kepada nasabah terdiri atas dua jenis.:

- 1) Pembiayaan dengan sistem bagi hasil.
- 2) Jual beli dengan pembayaran ditangguhkan

Penyaluran dana BMT kepada pihak ketiga berdasarkan perjanjian pembiayaan yang menetapkan jangka waktu dan nisbah bagi hasil disebut pembiayaan.

Pembiayaan *mudharabah* dan *musyarakah* merupakan dua kategori pembiayaan. Penjualan barang dari BMT kepada nasabah merupakan suatu cara penyaluran dana yang berbentuk jual beli dengan pembayaran yang ditangguhkan. Harga ditetapkan sebesar biaya perolehan ditambah margin keuntungan yang disepakati atas keuntungan BMT.²

6. Produk BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean.

Adapun beberapa Produk yang di tawarkan oleh BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean Pamekasan meliputi antara lain :

a. Produk Tabungan /Simpanan:

1) Simpanan Anggota (SIAGA)

Bagi mitra yang berminat menjadi anggota sekaligus pemilik BMT NU dengan bagi hasil yang menguntungkan yaitu 70% dari SHU dengan menggunakan akad *musyarakah*. Siaga yang terdiri dari dari: Siaga pokok dibayar satu kali sebesar Rp.100.000.-SIAGA wajib perbulan Rp.20.000.- dan SIAGA khusus dibayar kapan saja dengan setoran minimal Rp.100.000.-SIAGA pokok dan wajib hanya dapat ditarik ketika berhenti dari keanggotaannya sedangkan SIAGA khusus dapat ditarik setiap bulan januari.

2) Simpanan Pendidikan *Fathonah* (SIDIK Fatonah)

Simpanan bagi mitra yang ingin meraih cita-cita pendidikan secara sempurna dengan bagi hasil 45% yang menguntungkan dengan menggunakan akad

² <https://bmtnujatim.com/blog/artikel-27-Peluang-Pengabdian-di-BMT-NU-Jawa-Timur> Diakses pada tanggal 11 Oktober 2023 pukul 15:00 WIB.

mudharabah mutlaqah. Setoran kapan saja dan penarikan pada tahun ajaran baru dan semesteran. Setoran awal Rp. 2500 dengan biaya administrasi Rp. 5000 dan untuk setoran selanjutnya minimal Rp.500.

3) Simpanan Berjangka *Wadi'ah* Berhadiah (SAJADAH)

Simpanan dengan keuntungan yang dapat dinikmati diawal dengan memperoleh hadiah langsung tanpa diundi dengan menggunakan akad *wadiah Yad-dhamanah* dan dapat ditarik pada waktu berdasarkan ketentuan yang berlaku.

4) Simpanan Berjangka *Mudharabah* (SIBERKAH)

Keuntungan yang melimpah dengan bagi hasil 65% dengan menggunakan akad *mudharabah mutlaqah*. Setoran minimal Rp.500.000 dengan jangka waktu 1 tahun.

5) Simpanan Haji dan Umrah (SAHARA)

Simpanan yang dapat mempermudah mitra menunaikan haji dan umrah dengan memperoleh keuntungan yang melimpah dengan bagi hasil 65% sebagai bekal tambahan biaya haji dan umrah dengan menggunakan akad *mudharabah mutlaqah*. Setoran awal minimal Rp.1.000.000 dan setoran selanjutnya sesuai kemampuan. Setoran kapan saja dan penarikan hanya dapat dilakukan ketika akan melaksanakan haji dan umrah kecuali udzur syar'i.

6) Simpanan Lebaran (SABAR)

Simpanan yang bisa mempermudah anda memenuhi kebutuhan lebaran dengan memperoleh keuntungan dari bagi hasil sebesar 55% dengan menggunakan akad *mudharabah mutlaqah* dengan setoran awal Rp.25.000 dan setoran

selanjutnya minimal Rp.5.000. Setoran dapat dilakukan kapan saja dan penarikan hanya bisa dilakukan setiapbulan ramadan.

7) Tabungan *Mudharabah* (TABAHI)

Simpanan yang bisa mempermudah mitra memenuhi kebutuhan sehari-hari karena setoran dan penarikan dapat dilakukan kapan saja dan memperoleh keuntungan bagi hasil 40% .Dengan menggunakan akad *mudharabah mutlaqah*. Setoran awal Rp.10.000 dan selanjutnya minimal Rp.2.500.

8) Tabungan *Ukhrawi* (TARAWI)

Tabungan sekaligus beramal karena bagi hasil tabungan mitra disedekahkan kepada fakir miskin dan anak yatim piatu dengan menggunakan akad *mudharabah mutlaqah* dengan setoran awal Rp.25.000 dan selanjutnya minimal Rp.5.000 dengan bagi hasil 50%.

b. Produk pembiayaan:

1) *Al-Qardul Hasan*

Pembiayaan dengan jasa seiklasnya (tanpa bagi hasil dan margin) engan jangka waktu maksimal 36 bulan dengan angsuran mingguan, bulanan atau cash tempo. Karakteristik dan ketentuan umum:

- a) Pembiayaan dengan plafon maksimal Rp. 1.000.000,-
- b) Pembiayaan tanpa bagi hasil atau margin/keuntungan
- c) Dianjurkan memberikan *jaza'ul ihsan* (balas budi) sesuai dengan keikhlasan mitra .
- d) Waktu pembiayaan sesuai kesepakatan bersama.

e) *Murabahah Dan Bai' Bistsamanil Ajil.*

Pembiayaan dengan pola jual beli barang.harga pokok di ketahui bersama dengan harga jual berdasarkan kesepakatan bersama.Selisih harga harga pokok dan harga jual merupakan margi/keuntungan KSPP Syariah BMT NU. Jangka waktu maksimal 36 bulan denga angsuran bulanan (*bai' bitsamanil ajil*) atau cash tempo (*murabahah*). Karakteristik dan ketentuan umum.

- a) Pembiayaan dengan cara BMT NU menjual barang yang dibutuhkan mitra secara kredit/ pembayaran angsuran.
- b) BMT NU memperoleh margin (keuntungan) mulai 1,3% dari harga pokok barang.
- c) Plafon dan waktu pembiayaan sesuai dengan kesepakatan, dengan cara angsuran mingguan, atau bulanan (*bai' bitsamanilajil/BBA*) atau cash tempo/pembayaran diakhir jangka waktu (akad *murabahah*).
- d) Untuk *murabahah* mitra diharuskan memberikan DP (uang muka) maksimal 20% dari harga jual barang.

e) *Mudharabah dan Musyarakah,*

Pembiayaan seluruh modal kerja yang dibutuhkan (*mudharabah*) atau sebagian modal kerja (*musyarakah*) dngan pola bagi hasil.Bagi hasil dihitung berdasarkan keuntungan yang sebenarnya dengan bagi hasil berdasarkan kesepakatan (*mudharabah*) atau sesuai dengan porsi modal (*musyarakah*). Jangka waktu maksimal 36 bulan dengan angsuran bulanan atau cash tempo. Karakteristik dan ketentuan umum

- a) Pendanaan melalui pola bagi hasil antara *mudharib* (mitra) dan *shohibul maal* (BMT NU).

- b) Batasan dan jangka waktu pembiayaan yang disepakati.
- c) Musyarakah : modal usaha patungan (*capital sharing*). Pembagian keuntungan berdasarkan kapitalisasi.
- d) Mudharabah: 35% keuntungan dibagi kepada mitra dan 65% modal usaha disuplai oleh BMT. selain itu, jika kedua belah pihak setuju.
- e) Selama modal diperoleh kembali pada akhir periode, sekutu wajib memberikan bagi hasil setiap bulannya.

2) *Rahn/Gadai*

Pembiayaan dengan menyerahkan barang atau bukti kepemilikan barang sebagai tanggungan pinjaman dengan nilai pinjaman maksimal 80% dari harga barang. Masa pinjaman maksimal 4 bulan dan diperpanjang maksimal 3 kali. Barang yang diserahkan berupa barang berharga seperti emas dan sebagainya. Biaya taksir dan uji barang ditanggung pemilik barang. BMT NU mendapatkan *ujrah* penitipan barang setiap harinya sebesar Rp.6 untuk setiap kelipatan Rp.10.000 dari harga barang

Karakteristik dan ketentuan umum

- a) Barang yang dapat digadaikan berupa perhiasan emas dan barang berharga lainnya.
- b) Mitra menanggung biaya taksir mulai 0,5% dari nilai taksir barang yang digadaikan.
- c) Jumlah pembiayaan 80% dari nilai taksir barang.
- d) Memberikan *ujroh*/biaya penitipan barang sebesar Rp.6,- dari nilai taksir barang untuk kelipatan Rp.10.000,- .
- e) *Ujroh* dihitung setiap hari (*system*, harian)Jangka waktu gadai maksimal 4 bulan

dengan masa tenggang 15 hari dan dapat diperpanjang kembali.

3) Biaya Tanpa Jaminan (LASISMA)

Layanan berbasis jamaah (LASISMA) merupakan layanan pinjaman tanpa jaminan bagi anggota yang berpenghasilan rendah dengan membentuk kelompok.

4) Pembiayaan Hidup Sehat

Pembiayaan hidup sehat islami (hidup sehat) disiapkan bagi anggota yang belum memiliki jamban/toile/wc/jeding dan sarana air bersih yang sehat dengan menggunakan akad *murabahah*.³

c. Adapun persyaratan pembiayaan di BMT NU antara lain:

- 1) Mengisi aplikasi permohonan pembiayaan baik di kantor cabang/secara online melalui aplikasi BMT NU keren.
- 2) Mengisi form sistem informasi (SIM).
- 3) Menjadi anggota KSPP syariah BMT NU Jawa Timur.
- 4) Memiliki tabungan aktif di BMT NU Jawa Timur.
- 5) Bersedia diwawancarai, dilakukan survei usaha serta kelayakan dan di nilai jaminannya.
- 6) Menyerahkan bukti kepemilikan barang jaminan berupa: Sertifikat tanah/bangunan, BPKB mobil/motor, SK pertama dan terakhir pengangkatan PNS atau jaminan.
- 7) Bersedia menyerahkan photo copy KTP/SIM/KARTANU dan kartu tanda pengenal lainnya dan serta persyaratan administrasi lainnya yang ditentukan

³ Browsur BMT NU diakses pada tanggal 12 Oktober 2023 pukul 12.30

kemudian.

d. Adapun produk jasa antara lain:

- 1) Transfer/kirim uang antar bank dalam dan luar negeri.
- 2) Pendaftaran haji dan umrah.
- 3) Pembayaran tagihan PLN,BPJS, telepon,pulsa, DLL
- 4) Pembayaran biaya pendidikan perguruan tinggi.

Selain dari produk yang ada BMT NU juga meluncurkan produk baru yaitu BMT NU-Qimah (BMT NU-Q) yang merupakan produk uang elektronik (e-money) BMT NU melalui aplikasi mobile dengan produk ini bayar apa saja bisa berikut rincian dari produk baru BMT NU-Q:

- a) Isi pulsa.
- b) Promo pulsa.
- c) Paket data.
- d) Pascabayar.
- e) Listrik PLN.
- f) Token PLN.
- g) Tagihan telepon.
- h) Indihome.
- i) Dan Lainnya.
- j) Cara install dan aplikasi BMT NU Q:
 - Install aplikasi BMT NU Q di play store.
 - Buka aplikasi BMT NU Q.
 - Pilih “Daftar Disini”.
 - Isikan data yang diperlukan.

- Kunjungi kantor cabang BMT NU dengan membawa buku tabungan tabah dan asli KTP.
- Setelah aktivasi berhasil, lakukan login dan lakukan perubahan PIN.

7. Deskripsi Data Penelitian dan Responden.

a. Deskripsi Data Penelitian

Pengumpulan data penelitian ini dilakukan dengan cara membagikan lembaran Kuisisioner kepada anggota produk Tabungan *Mudharabah* di KSPP, Syari'ah BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean Pamekasan. Penelitian ini membagikan atau menyebarkan 92 kuisisioner kepada anggota KSPP, Syari'ah BMT NU Jawa Timur Cabang Pa sean Pamekasan. Penentuan sampel yang di pakai pada penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling* dengan metode *accidental sampling*, artinya unit sampel yang di pilih berdasarkan ketersediaannya. Mereka yang berada di tempat dan di waktu yang tepat itulah yang di pilih sebagai sampel pada penelitian ini.

Tabel 4.1

Rincian Penyebaran Pengambilan Kuisisioner

Keterangan	Jumlah
Kuisisioner yang di sebarakan	92
Kuisisioner yang tidak di kembalikan	0
Kuisisioner yang kembali	92
Kuisisioner yang di gugurkan	0
Kuisisioner yang digunakan	92

Sumber : data di olah tahun 2024

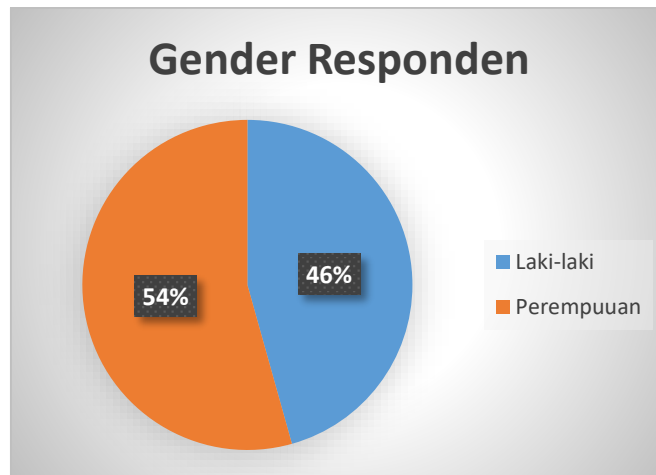
Berdasarkan table di atas, diketahui bahwa jumlah kuisisioner yang disebarakan sebanyak 92 dan kuisisioner yang digunakan sebanyak 92. Bisa disimpulkan bahwa tingkat pengembalian yang di gunakan yaitu 100%.

b. Deskripsi data Responden.

1) Gender Responden.

Berikut ini merupakan rincian jenis kelamin responden dalam penelitian ini:

Gambar. 4.3

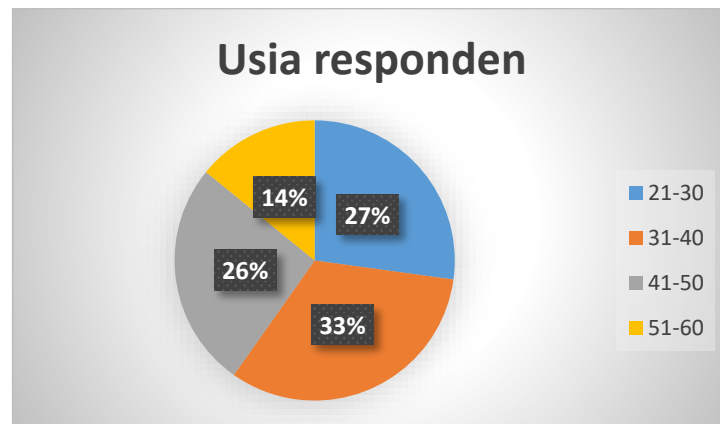


Sumber: data diolah Tahun 2024

Berdasarkan gambar di atas menunjukkan bahwa Gender responden yang terlibat dalam penelitian ini yaitu laki-laki sebanyak 42 orang dengan presentase sebesar 46%, sedangkan jenis kelamin perempuan sebanyak 50 orang dengan presentase sebesar 54%.

2) Usia Responden

Berikut merupakan rincian usia responden dalam penelitian ini :

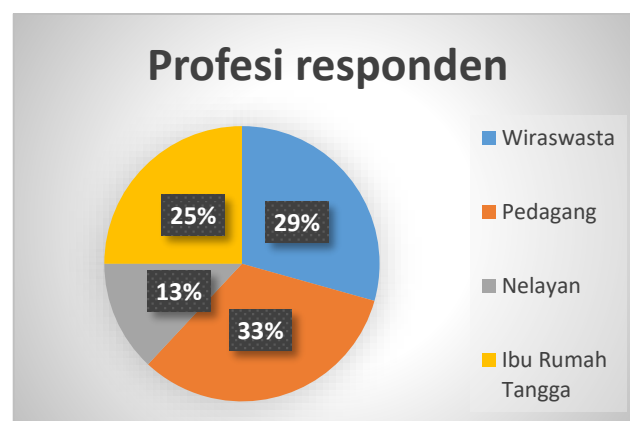
Gambar. 4.4

Sumber: data diolah Tahun 2024

Berdasarkan gambar diagram di atas menunjukkan bahwa usia responden yang terlibat dalam penelitian ini yang berumur di antara 21-30 sebanyak 25 orang dengan presentase 27%, sedangkan responden yang berumur di antara 31-40 sebanyak 30 orang dengan presentase sebanyak 33% , Responden yang berumur antara 41-50 sebanyak 24 orang dengan presentase sebanyak 26% dan responden yang berumur di antara 51-60 sebanyak 13 orang dengan presentase sebanyak 14%.

3) Pekerjaan Responden

Berikut merupakan rincian pekerjaan responden dalam penelitian ini :

Gambar. 4.5

Sumber: Data Diolah Tahun 2024

Berdasarkan gambar diagram di atas menunjukkan bahwa responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini mempunyai pekerjaan dengan rincian responden yang berprofesi sebagai wiraswasta berjumlah 27 Orang dengan presentase sebanyak 29%, Ibu Rumah tangga sebanyak 23 dengan presentase sebesar 25%, Pedagang sebanyak 30 orang dengan presentase sebanyak 33 %, dan Nelayan berjumlah 12 responden dengan presentase sebanyak 13%.

c. Analisis Deskriptif Distribusi Frekuensi Jawaban Responden

Tanggapan responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini mengenai pengaruh Advertising, Personal Selling dan Publisitas terhadap Volume Tabungan Siaga Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada KSP, SYARI'AH BMT NUJawa Timur Cabang Pasean Pamekasan dapat di jelaskan melalui tanggapan responden yang di peroleh dari hasil angket yang telah disebar, maka untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada distribusi frekuensi variabel dibawah ini:

1) Distribusi Frekuensi Variabel Advertising

Sikap responden terhadap Variabel Advertising dapat di lihat pada Tabel dibawah ini.

Tabel 4.2

Distribusi Frekuensi Variabel Advertising

DISTRIBUSI FREKUENSI VARIABEL ADVERTISING												
NO	STS		TS		N		S		SS		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X1.1	0	0,00	0	0,00	17	13,04	53	68,48	22	18,48	92	100,00
X1.2	0	0,00	0	0,00	15	14,13	57	60,87	20	25	92	100,00
X1.3	0	0,00	0	0,00	15	9,78	61	59,78	16	30,43	92	100,00
X1.4	0	0,00	0	0,00	9	15,22	59	56,52	24	28,26	92	100,00
X1.5	0	0,00	0	0,00	7	11,96	56	67,39	29	20,65	92	100,00
TOTAL					63		286		111			

Sumber: data primer diolah tahun 2024

Berdasarkan Tabel Distribusi frekuensi Variabel Promosi di atas menunjukkan bahwa dari total 92 responden dan 5 item pertanyaan untuk variabel *Advertising (X1)*, jawaban Sangat Setuju diperoleh sebanyak 111, jawaban Setuju diperoleh sebanyak 286, jawaban Netral di peroleh sebanyak 63, dan tidak ada responden yang memberikan tanggapan atau jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju;

$$\begin{aligned} \text{Skor} &: ((\sum \text{STS} \times 1) + (\sum \text{TS} \times 2) + (\sum \text{KS} \times 3) + (\sum \text{S} \times 4) + (\sum \text{SS} \times 5)) : (n \times 5 \times 5) \\ &= ((0 \times 1) + (0 \times 2) + (63 \times 3) + (286 \times 4) + (111 \times 5)) : (92 \times 5 \times 5) \\ &= (0 + 0 + 189 + 1.144 + 555) : 2.300 \\ &= 1.885 : 2.300 \\ &= 0,82 \times 100\% = 82\% \end{aligned}$$

Secara Kontinuum angka 82% termasuk dalam kategori sangat kuat karena berada di antara 80-100%.

2) Distribusi frekuensi Variabel *Personal Selling*

Berikut merupakan Sikap Atau tanggapan yang di berikan oleh responden terhadap variabel *Personal Selling* dapat di lihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.3

Hasil Distribusi frekuensi Variabel *Personal Selling*

DISTRIBUSI FREKUENSI VARIABEL <i>PERSONAL SELLING</i>												
NO	STS		TS		N		S		SS		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X2.1	0	0,00	0	0,00	12	13,04	54	58,7	26	28,26	92	100,00
X2.2	0	0,00	0	0,00	11	11,96	61	66,3	20	21,74	92	100,00
X2.3	0	0,00	0	0,00	11	11,96	64	69,57	17	18,48	92	100,00
X2.4	0	0,00	0	0,00	12	13,04	58	63,04	22	23,91	92	100,00
X2.5	0	0,00	0	0,00	9	9,78	57	61,96	26	28,26	92	100,00
TOTAL					55		294		111			

Sumber : data primer diolah tahun 2024

Berdasarkan Tabel Distribusi frekuensi Variabel *personal selling* di atas menunjukkan bahwa dari total 92 responden dan 5 item diperoleh pertanyaan untuk variabel *Personal Selling* (X2), jawaban Sangat Setuju sebanyak 111, jawaban Setuju diperoleh sebanyak 294, jawaban Kurang Setuju di peroleh sebanyak 55, Dan Tidak ada responden yang memberikan jawaban atau tanggapan Tidak Setuju dan Sangat tidak setuju.

$$\begin{aligned} \text{Skor} &: ((\sum \text{STS} \times 1) + (\sum \text{TS} \times 2) + (\sum \text{KS} \times 3) + (\sum \text{S} \times 4) + (\sum \text{SS} \times 5)) : (n \times 5 \times 5) \\ &= ((0 \times 1) + (0 \times 2) + (55 \times 3) + (294 \times 4) + (111 \times 5)) : (92 \times 5 \times 5) \\ &= (0 + 0 + 165 + 1.176 + 555) : 2.300 \\ &= 1,896 : 2,300 \\ &= 0,82 \times 100\% = 82\% \end{aligned}$$

Secara Kontinuum angka 82% termasuk dalam kategori sangat kuat karena berada di antara 80-100%.

3) Distribusi frekuensi Variabel Publisitas

Dibawah ini merupakan sikap atau tanggapan yang di berikan oleh responden terhadap variabel Publisitas

Tabel 4.4

Hasil Distribusi frekuensi Variabel Publisitas

DISTRIBUSI FREKUENSI VARIABEL PUBLISITAS												
NO	STS		TS		N		S		SS		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X3.1	0	0,00	1	1,09	9	9,78	63	68,48	19	20,65	92	100,00
X3.2	0	0,00	3	3,26	13	14,13	56	60,87	20	21,74	92	100,00
X3.3	0	0,00	3	3,26	9	9,78	56	60,87	24	26,09	92	100,00
X3.4	0	0,00	1	1,09	13	14,13	53	57,61	25	27,17	92	100,00
X3.5	0	0,00	1	1,09	13	14,13	61	66,30	17	18,48	92	100,00
TOTAL			9		57		289		105			

Sumber : data primer diolah tahun 2024

Berdasarkan Tabel Distribusi frekuensi Variabel Keputusan Menjadi Anggota di atas menunjukkan bahwa dari total 92 responden dan 5 item pertanyaan untuk variabel Publisitas (X3), jawaban Sangat Setuju diperoleh sebanyak 105, jawaban Setuju diperoleh sebanyak 289, jawaban Netral di peroleh sebanyak 57, jawaban Tidak Setuju sebanyak 9 dan tidaka ad yang memberikan tanggapan Sangat tidak setuju.

$$\begin{aligned} \text{Skor} &: ((\sum \text{STS } x1) + (\sum \text{TS } x2) + (\sum \text{KS } x3) + (\sum \text{S } x4) + (\sum \text{SS } x5) : (n \times 5 \times 5)) \\ &= ((0 \times 1) + (9 \times 2) + (57 \times 3) + (289 \times 4) + (105 \times 5) : (92 \times 5 \times 5)) \\ &= (0 + 18 + 171 + + 1.156 + 525) : 2.300 \\ &= 1,870 : 2.300 \\ &= 0,81 \times 100\% = 81\% \end{aligned}$$

Secara Kontinuum angka 81% termasuk dalam kategori sangat kuat karena berada di antara 80-100%.

4) Distribusi frekuensi Variabel Kepuasan Anggota

Sikap responden terhadap Variabel Kepuasan Anggota dapat di lihat pada Tabel dibawah ini.

Tabel 4.5

Hasil Distribusi frekuensi Variabel Kepuasan Anggota

DISTRIBUSI FREKUENSI VARIABEL KEPUASAN ANGGOTA												
NO	STS		TS		N		S		SS		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Z.1	0	0,00	0	0,00	8	8,70	53	57,61	31	33,70	92	100,00
Z.2	0	0,00	0	0,00	6	6,52	54	58,70	32	34,78	92	100,00
Z.3	0	0,00	0	0,00	6	6,52	56	60,87	30	32,61	92	100,00
Z.4	0	0,00	1	1,09	6	6,52	51	55,43	34	36,96	92	100,00
Z.5	0	0,00	0	0,00	11	11,96	44	47,83	37	40,22	92	100,00
Z.6	0	0,00	0	0,00	14	15,22	50	54,35	28	30,43	92	100,00
TOTAL			1		51		308		192			

Sumber: Data di oleh Tahun 2024

Berdasarkan Tabel Distribusi frekuensi Variabel Kepuasan Anggota di atas menunjukkan bahwa dari total 92 responden dan 5 item pertanyaan untuk variabel Kepuasan Anggota (Z), jawaban Sangat Setuju diperoleh sebanyak 192, jawaban Setuju diperoleh sebanyak 308, jawaban Netral di peroleh sebanyak 51, jawaban Tidak Setuju sebanyak 1 dan tidak ada yang memberikan tanggapan Sangat tidak setuju.

$$\begin{aligned} \text{Skor} &: ((\sum \text{STS} \times 1) + (\sum \text{TS} \times 2) + (\sum \text{KS} \times 3) + (\sum \text{S} \times 4) + (\sum \text{SS} \times 5) : (n \times 5 \times 6)) \\ &= ((0 \times 1) + (1 \times 2) + (51 \times 3) + (308 \times 4) + (192 \times 5) : (92 \times 5 \times 6)) \\ &= (0 + 2 + 153 + + 1.232 + 960) : 2.760 \\ &= 2,347 : 2.760 \\ &= 0,85 \times 100\% = 85\% \end{aligned}$$

Secara Kontinuum angka 85% termasuk dalam kategori sangat kuat karena berada di antara 80-100%.

5) Distribusi frekuensi Variabel Volume Tabungan

Sikap responden terhadap Variabel Volume Tabungan dapat di lihat pada Tabel dibawah ini.

Tabel 4.6

Hasil Distribusi frekuensi Variabel Volume Tabungan

DISTRIBUSI FREKUENSI VARIABEL VOLUME TABUNGAN												
NO	STS		TS		N		S		SS		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Y.1	0	0,00	0	0,00	12	13,04	67	72,83	13	14,13	92	100,00
Y.2	0	0,00	0	0,00	13	14,13	65	70,65	14	15,22	92	100,00
Y.3	0	0,00	0	0,00	13	14,13	68	73,91	11	11,96	92	100,00
Y.4	0	0,00	0	0,00	19	20,65	59	64,13	14	15,22	92	100,00

Y.5	0	0,00	0	0,00	17	18,48	56	60,87	19	20,65	92	100,00
Y.6	0	0,00	1	1,09	17	18,48	57	61,96	17	18,48	92	100,00
TOTAL			1		91		372		88			

Sumber: Data di oleh Tahun 2024

Berdasarkan Tabel Distribusi frekuensi Variabel Volume Tabungan di atas menunjukkan bahwa dari total 92 responden dan 5 item pertanyaan untuk variabel Volume Tabungan (Y), jawaban Sangat Setuju diperoleh sebanyak 88, jawaban Setuju diperoleh sebanyak 372, jawaban Netral di peroleh sebanyak 91, jawaban Tidak Setuju sebanyak 1 dan tidak ada yang memberikan tanggapan Sangat tidak setuju.

$$\begin{aligned}
 \text{Skor} &: ((\sum \text{STS } x1) + (\sum \text{TS } x2) + (\sum \text{KS } x3) + (\sum \text{S } x4) + (\sum \text{SS } x5) : (n \times 5 \times 6)) \\
 &= ((0 \times 1) + (1 \times 2) + (91 \times 3) + (372 \times 4) + (88 \times 5) : (92 \times 5 \times 6)) \\
 &= (0 + 2 + 237 + 1.488 + 440) : 2.760 \\
 &= 2,347 : 2.760 \\
 &= 1,020 \times 100\% = 100\%
 \end{aligned}$$

Secara Kontinuum angka 100% termasuk dalam kategori sangat kuat karena berada di antara 80-100%.

d. Uji Kualitas Data.

Menentukan layak atau tidaknya setiap pertanyaan atau pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini untuk digunakan adalah tujuan penilaian kualitas data. Peneliti menyerahkan kuesioner yang berisi dua puluh Tujuh pertanyaan dari beberapa variabel, seperti Volume Tabungan (Y) dengan enam item pertanyaan, variabel Kepuasan Anggota (Z) dengan enam item pertanyaan, dan Variabel *Advertising* (X1), Variabel *Personal Selling* (X2) dan Variabel *Publisitas* (X3) masing-masing Lima Pertanyaan.

1) Uji validitas.

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya satu pertanyaan kuesioner masing masing variabel atau indikator. Teknik pengujiannya menggunakan *Person Correlation* yakni korelasi antara skor item dengan skor total item (Nilai r-hitung) dibandingkan dengan r-tabel. Jika nilai r-hitung $>$ r-tabel maka item tersebut dapat dikatakan valid.

Berdasarkan jumlah sampel penelitian yang berjumlah 97 responden dengan $\alpha = 0,05$, sehingga nilai r-tabel 0,199 Berdasarkan hasil uji validitas dalam penelitian ini yakni sebagai berikut :

Tabel 4.5

Tabel Hasil Uji Validitas

Uji Validitas					
Variabel	Item	Koefisien Korelasi	R-Tabel	Sig.	Validitas
<i>Advertsising (X1)</i>	1.1	0,674	0,199	0,000	Valid
	1.2	0,661	0,199	0,000	Valid
	1.3	0,754	0,199	0,000	Valid
	1.4	0,712	0,199	0,000	Valid
	1.5	0,748	0,199	0,000	Valid
<i>Personal Selling (X2)</i>	2.1	0,630	0,199	0,000	Valid
	2.2	0,632	0,199	0,000	Valid
	2.3	0,736	0,199	0,000	Valid
	2.4	0,767	0,199	0,000	Valid
	2.5	0,751	0,199	0,000	Valid
Publisitas (X3)	3.1	0,702	0,199	0,000	Valid
	3.2	0,794	0,199	0,000	Valid
	3.3	0,811	0,199	0,000	Valid
	3.4	0,636	0,199	0,000	Valid
	3.5	0,740	0,199	0,000	Valid
Kepuasan Anggota (Z)	4.1	0,485	0,199	0,000	Valid
	4.2	0,569	0,199	0,000	Valid
	4.3	0,592	0,199	0,000	Valid

	4.4	0,683	0,199	0,000	Valid
	4.5	0,784	0,199	0,000	Valid
	4.6	0,612	0,199	0,000	Valid
Volume tabungan (Y)	5.1	0,558	0,199	0,000	Valid
	5.2	0,662	0,199	0,000	Valid
	5.3	0,688	0,199	0,000	Valid
	5.4	0,725	0,199	0,000	Valid
	5.5	0,722	0,199	0,000	Valid
	5.6	0,595	0,199	0,000	Valid

Sumber : Data primer diolah tahun 2024

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan pada penelitian ini semuanya valid, baik dari variabel X1, X2, X3, Z dan Y. Sehingga dapat di lanjutkan sebagai instrumen penelitian yang sah.

2) Uji Reliabilitas.

Uji Reliabilitas digunakan untuk melihat jawaban atau tanggapan dari responden, dan akan menghasilkan hasil yang sama jika di lakukan pada tempat dan waktu berbeda suatu indikator dikatakan reliabel jika nilai *Crombach's Alpha* > 0,60. Berikut adalah table hasil uji Reliabilitas pada penelitian ini :

Tabel 4.6

Halis Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Crombach's Alpha</i>	Keterangan
X1	0,751	Reliabel
X2	0,742	Reliabel
X3	0,790	Reliabel
Z	0,738	Reliabel
Y	0,687	Reliabel

Sumber : data primer diolah tahun 2024

Berdasarkan hasil uji Reliabilitas diatas Menunjukkan bahwa , Semua variabel dalam Penelitian ini di katakana reliabel karena nilai *Combach,s Alpha* >

0,60, yakni 0,761 (X1), 0,754 (X2), 0,777 (X3), 0,654 (Z), 0,692 (Y)

e. Uji Asumsi Klasik.

1) Uji Multikolinearitas.

Menguji apakah model regresi mendeteksi korelasi antar variabel independen merupakan tujuan dari uji multikolinearitas. Tidak boleh ada korelasi antar variabel independen dalam model regresi yang layak. Nilai variance inflasi faktor (vif) dan nilai toleransi pada model regresi dapat digunakan untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearitas. Jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai toleransi lebih besar dari 0,10 maka tidak terjadi multikolinearitas. Temuan uji multikolinearitas masing-masing variabel adalah sebagai berikut..

Tabel 4.7

Uji Multikolinearitas Persamaan 1

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	9.349	2.844		3.287	.001		
	Advertising	.084	.127	.083	.660	.511	.530	1.888
	Personal Selling	.306	.096	.293	3.182	.002	.986	1.014
	Publisitas	.323	.112	.360	2.875	.005	.531	1.883

a. Dependent Variable: Kepuasan Anggota

Sumber : Output IBM SPSS 24, diolah tahun 2024

Berdasarkan Hasil Uji Multikolinearitas Persamaan 1, tabel di atas menunjukkan bahwasanya nilai Toleran dari Variabel X1 sebesar 0,530 dan nilai Vif sebesar 1,888, Nilai Toleran Variabel X2 di peroleh sebesar 0,986 dan Nilai VIF Sebesar 1,014, Variabel X3 memperoleh nilai Tolerance sebesar 0,531 dan Nilai VIF sebesar 1,883. Dari Ke Tiga variabel di atas Nilai Tolerance yang di

peroleh Lebih besar dari $> 0,10$ dan Nilai VIF Lebih kecil dari < 10 . Maka dapat di simpulkan bahwasanya Tidak terjadi Multikolinieritas.

Tabel 4.8

Uji Multikolinieritas Persamaan 2

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	13.679	3.612		3.787	.000		
	Advertising	.272	.153	.237	1.778	.079	.527	1.897
	Personal Selling	-.088	.122	-.074	-.720	.474	.885	1.131
	Publisitas	.056	.141	.055	.396	.693	.485	2.060
	Kepuasan Anggota	.289	.128	.256	2.264	.026	.733	1.364

a. Dependent Variable: Volume Tabungan

Sumber : Output IBM SPSS 24, diolah tahun 2024

Berdasarkan Hasil Uji Multikolinieritas Persamaan 2, tabel di atas menunjukkan bahwasanya nilai Toleran dari Variabel X1 sebesar 0,527 dan nilai Vif sebesar 1,897, Nilai Toleran Variabel X2 di peroleh sebesar 0,885 dan Nilai VIF Sebesar 1,131, Variabel X3 memperoleh nilai Tolerance sebesar 0,485 dan Nilai VIF sebesar 2,060, dan Variabel Kepuasan Anggota (Z) memperoleh nilai tolerance sebesar 0,733 dan Nilai VIF 1,364. Dari Ke Empat variabel di atas Nilai Tolerance yang di peroleh Lebih besar dari $> 0,10$ dan Nilai VIF Lebih kecil dari < 10 . Maka dapat di simpulkan bahwasanya Tidak terjadi Multikolinieritas.

2) Uji Heteroskedastisitas.

Tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk mengetahui apakah terdapat ketimpangan varians antar residu pada peng amatan yang berbeda dalam model regresi. Banyak tehnik yang dapat di gunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya

heteroskedastisitas seperti Uji Scatteplot, Uji Glejser, Uji Park, dan lain-lainnya.

Dalam Penelitian Ini Peneliti menggunakan Metode Uji Glejser Untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala heterokedastisitas pada penelitian ini. dimana dalam pengambilan keputusannya dengan melihat nilai sig dari variabel X (bebas) dengan ketentuan sebagai berikut:

- a) Apabila variabel bebas memiliki nilai sig < 0,05 maka dapat dipastikan terjadi heterokedastisitas.
- b) Apabila variabel memiliki nilai sig > 0,05 maka dipastikan tidak terjadi heterokedastisitas.

Berikut Adalah Hasil dari Pengujian Heteroskedastisitas Persamaan 1 dan Persamaan 2 dengan metode Uji Glejser :

Tabel 4.9

Hasil Uji Glejser Persamaan 1

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.132	1.852		.071	.943
	Advertising	.080	.083	.137	.970	.335
	Personal Selling	-.074	.063	-.123	-1.184	.239
	Publisitas	.055	.073	.105	.746	.458

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber : Output IBM SPSS 24, diolah tahun 2024

Hasil Analisis menggunakan uji Glejser menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala heterokedastisitas pada Ketiga variabel diatas, hal ini dapat di lihat dari nilai Signifikansi dari ketiga variabel yakni variabel Advertising (X1) dengan perolehan nilai sig 0,335, Variabel Personal Selling (X2) yakni 0,239, Variabel Publisitas (X3) Yakni, 0,458. Nilai Sig dari Ketiga Variabel tersebut lebih besar dari > (0,05).

Sehingga dapat di ambil kesimpulan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas dalam penelitian ini.

Tabel 4.10

Hasil Uji Glejser Persamaan 2

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.908	2.051		2.393	.019
	Advertising	-.029	.087	-.048	-.332	.740
	Personal Selling	-.061	.069	-.099	-.881	.381
	Publisitas	-.017	.080	-.032	-.214	.831
	Kepuasan Anggota	-.038	.073	-.065	-.528	.599

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber : Output IBM SPSS 24, diolah tahun 2024

Hasil Analisis menggunakan uji Glejser menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala heterokedastisitas pada Keempat variabel diatas, hal ini dapat di lihat dari nilai Signifikansi dari keempat variabel yakni variabel Advertising (X1) dengan perolehan nilai sig 0,740, Variabel Personal Selling (X2) yakni 0,381, Variabel Publisitas (X3) Yakni, 0,831 dan Variabel Kepuasan (Z) yakni, 0,599. Nilai Sig dari Keempat variabel tersebut lebih besar dari $> (0,05)$. Sehingga dapat di ambil kesimpulan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas dalam penelitian ini.

3) Uji Autokorelasi.

Tabel 4.11

Hasil Uji Autokorelasi Persamaan 1

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.516 ^a	.267	.242	1.88580	1.904

a. Predictors: (Constant), Publisitas, Personal Selling, Advertising

b. Dependent Variable: Kepuasan Anggota

Sumber : Output IBM SPSS 24, diolah tahun 2024

Tabel di atas menunjukkan bahwa Nilai DW tersebut akan dibandingkan dengan nilai DW tabel pada tingkat kepercayaan 5% untuk memastikan ada tidaknya autokorelasi. Nilai DW pada tabel di atas adalah 1,904. Berikut hasil nilai dl dan du jika diperiksa tabel DW dengan jumlah sampel 92 ($n=92$) dan 3 variabel ($k=3$):

Tabel 4.12

Hasil Keputusan Uji Autokorelasi Persamaan 1

DI	dU	dW	4-Du	4-DI	Keputusan
1,571	1,752	1,904	2,248	2,429	Tidak Ada Autokorelasi

Sumber : Data Primer di oleh Pada tahun 2024

Berdasarkan data tabel di atas, nilai Dw sebesar 1.904 termasuk dalam nilai $Du = 1,752$ dan $4-Du = 2,248$ ($Du < Dw < 4-Du$) yang berarti tidak terjadi autokorelasi dalam regresi persamaan satu.

Tabel 4.13

Hasil Uji Autokorelasi Persamaan 2

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.329 ^a	.108	.067	2.283	2.158
a. Predictors: (Constant), Kepuasan Anggota, Personal Selling, Publisitas, Advertising					
b. Dependent Variable: Volume Tabungan					

Sumber : Output IBM SPSS 24, tahun 2024

Tabel di atas menunjukkan bahwa Nilai DW tersebut akan dibandingkan dengan nilai DW tabel pada tingkat kepercayaan 5% untuk memastikan ada tidaknya autokorelasi. Nilai DW pada tabel di atas adalah 2,158. Berikut hasil nilai dl dan du jika diperiksa tabel DW dengan jumlah sampel 92 ($n=92$) dan 4 variabel ($k=4$):

Tabel 4.14**Hasil Keputusan Uji Autokorelasi Persamaan 2**

DI	dU	dW	4-Du	4-DI	Keputusan
1,594	1,728	2,158	2,272	2,406	Tidak Terjadi Autokorelasi

Sumber : Data Primer di oleh Pada tahun 2024

Berdasarkan data tabel di atas, nilai Dw sebesar 2,158 termasuk dalam nilai $Du = 1,728$ dan $4-Du = 2,272$ ($DI < Dw < Du$), Sehingga dapat di simpulkan bahwa model regresi persamaan ke dua tidak terjadi Gejala autokorelasi.

4) Uji Normalitas.

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah data pada penelitian tersebut berdistribuis normal atau tidak. Pada pengujian ini menggunakan Metode yaitu Normal *Probabilty Plot* dan Metode Kolmogrov smirnov dengan bantuan IBM SPSS 24. Pengambilan Keputusan Untuk Uji Normal *Probability Plot* dapat di lihat dari Titik-titik penyebarannya apa bila Titik-titiknya mengikuti arah garis diagonal maka data tersebut normal namun sebaliknya jika titik-titiknya tidak beraturan atau tidak mengikuti garis diagonalnya maka data tersebut di katakana tidak normal, Kedua yaitu metode Kolmogrov Smirnor dapat di ketahui jika nilai Signifikansi dari suatu variabel lebih besar dari 0,05 tau 5% yang menunjukkan bahwa distribusi data tersebut Normal, namun sebaliknya jika Nilai Signifikansinya lebih kecil dari 0,05 maka data tersebut tidak berdistribusi normal. Adapun hasil penelitian tersebut dapat di lihat pada Tabel berikut :

a) Non Probabilty Plot

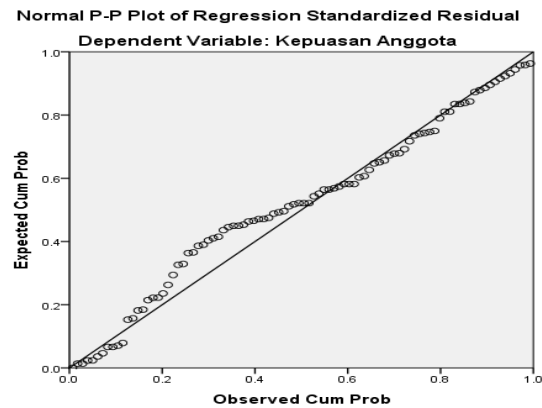
Hasil uji normalitas dengan grafik normal *probability plot* ditunjukkan di

bawah

ini.

Gambar 4.6

Hasil Normal Probability Plot Persamaan 1

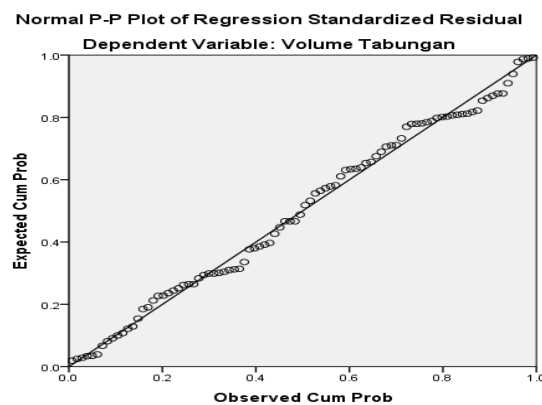


Sumber : Output IBM SPSS 24, diolah tahun 2024

Grafik di atas menunjukkan bahwa (titik-titik) mengikuti orientasi garis diagonal, menunjukkan grafik terdistribusi dengan baik..

Gambar 4.7

Hasil Normal Probability Plot Persamaan 2



Sumber : Output IBM SPSS 24, diolah tahun 2024

Grafik di atas menunjukkan bahwa (titik-titik) mengikuti orientasi garis diagonal, menunjukkan grafik terdistribusi dengan baik.

b) One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.

Tabel 4.15

Hasil Uji Normalitas Persamaan 1

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			92
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.85445322
Most Extreme Differences	Absolute		.113
	Positive		.044
	Negative		-.113
Test Statistic			.113
Asymp. Sig. (2-tailed)			.006 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.175^d
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.165
		Upper Bound	.184
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 1314643744.			

Sumber : Output IBM SPSS 24, diolah tahun 2024

Berdasarkan Tabel pengujian Kolmogrov Simirnov Persamaan 1 dengan menggunakan metode *Monte Carlo* di atas dapat di lihat bahwa nilai Signifikansinya 0,333 yang berarti lebih besar dari Signifikansi 0,05, Maka dapat diputuskan bahwa data tersebut berdistribusi Normal.

Tabel 4.16

Hasil Uji Normalitas Persamaan 2

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		92

Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.20990402
Most Extreme Differences	Absolute	.060
	Positive	.060
	Negative	-.057
Test Statistic		.060
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.		

Sumber : Output IBM SPSS 24, diolah tahun 2024

Berdasarkan Tabel pengujian Kolmogrov Simirnov Persamaan 2 di atas dapat di lihat bahwa nilai Signifikansinya 0,200 yang berarti lebih besar dari Signifikansi 0,05, Maka dapat diputuskan bahwa data tersebut berdistribusi Normal.

B. Pembuktian Hipotesis.

1. Analisis Regresi Linear Berganda.

Analisis Regresi Linear berganda dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara dua variabel atau lebih Variabel Independen dengan Variabel dependen. Dalam penelitian ini Menggunakan 2 Model Persamaan Regresi di karenakan dalam penelitian ini menggunakan Variabel Intervening, Persamaan pertama yang menjadi variabel Independennya yaitu Advertising (X1), Personal Selling (X2) dan Publisitas (X3), Sedangkan Variabel Dependennya yaitu Kepuasan (Z). Persamaan Kedua yang menjadi variabel Independennya yaitu Advertising (X1), Personal Selling (X2), Publisitas (X3) dan Kepuasan (Z), Sedangkan Variabel Dependennya yaitu Volume tabungan (Y) Adapun Hasil dari Pengujian dengan menggunakan program IBM SPSS Version 24 dapat di lihat pada tabel berikut :

Tabel 4.17

Hasil Uji Regresi Linear Berganda Persamaan 1

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.349	2.844		3.287	.001
	Advertising	.084	.127	.083	.660	.511
	Personal Selling	.306	.096	.293	3.182	.002
	Publisitas	.323	.112	.360	2.875	.005

a. Dependent Variable: Kepuasan Anggota

Sumber : Output IBM SPSS 24, diolah tahun 2024

Hasil dari uji regresi linear berganda pada tabel uji t di atas diperoleh koefisien variabel independen *Advertising* (X_1) = 0,084 , variabel *Personal Selling* (X_2) sebesar = 0,306, Variabel *Publisitas* (X_3) sebesar = 0,323, serta konstanta (α) sebesar 9,349. Berdasarkan hasil pengujian di atas di dapatkan model persamaan regresi yang di peroleh dalam penelitian ini.

$$Z = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Z = 9,349 + 0,084 X_1 + 0,306 X_2 + 0,323 X_3 + e$$

Dari hasil persamaan di atas dapat di jabarkan :

- $\alpha = 9,349$ merupakan konstanta yang menunjukkan bahwa apabila nilai variabel independen berjumlah nol maka nilai pada variabel keputusan menjadi sebesar 9,349.
- Nilai koefisien variabel *Advertising* yang diwakili oleh variabel X_1 sebesar $\beta_1 = 0,084$ Nilai Positif sebesar 0,084 berarti dengan asumsi seluruh variabel lain tetap, maka Kepuasan Anggota KSPP, SYARI'AH BMT NUCabang Pasean Pamekasan Jawa Timur akan mengalami Kenaikan sebesar 0,084 satuan untuk

- setiap Penurunan satu satuan pada variabel *Advertising* (X1).
- c. Nilai koefisien variabel *Personal Selling* yang diwakili oleh variabel X2 adalah $\beta_2 = 0,306$ Nilai positif sebesar 0,306 berarti dengan syarat semua variabel lain tetap, maka Kepuasan Anggota KSPP. SYARI'AH BMT NU Cabang Pasean Pamekasan Jawa Timur akan bertambah sebesar 0,306 satuan untuk setiap kenaikan satu satuan variabel *Personal Selling* (X2).
- d. Nilai Koefisien Variabel Publisitas yang di wakili oleh variabel X3 adalah $\beta_3 = 0,323$ Nilai positif sebesar 0,323 berarti dengan syarat semua variabel lain tetap, maka Kepuasan Anggota KSPP. SYARI'AH BMT NU Cabang Pasean Pamekasan Jawa Timur akan bertambah sebesar 0,323 satuan untuk setiap kenaikan satu satuan variabel publisitas (X3).

Berdasarkan hasil uji regresi, pada KPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean Pamekasan faktor Publisitas (X3) dengan nilai (0,323) mempunyai pengaruh paling besar terhadap Kepuasan Anggota KSPP, Syari'ah BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean Pamekasan. Kemudian di susul oleh Variabel *Personal Seling* (X1) dengan nilai (0,391) dan Variabel *Advertising* (X2) dengan Nilai (0,084).

Tabel 4.18

Hasil Uji Regresi Linear Berganda Persamaan 2

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.679	3.612		3.787	.000
	Advertising	.272	.153	.237	1.778	.079
	Personal Selling	-.088	.122	-.074	-.720	.474
	Publisitas	.056	.141	.055	.396	.693
	Kepuasan Anggota	.289	.128	.256	2.264	.026

a. Dependent Variable: Volume Tabungan
--

Sumber : Output IBM SPSS 24, diolah tahun 2024

Hasil dari uji regresi linea r berganda pada tabel uji t di atas diperoleh koefisien Variabel independen *Advertising* (X1) = 0,272, variabel *Personal Selling* (X2) sebesar = -0,088, Variabel *Publisitas* (X3) sebesar = 0,056, dan Variabel *Kepuasan* (Z) sebesar = 0,289 serta konstanta (*Alpha*) sebesar 13,679. Berdasarkan hasil pengujian di atas di dapatkan model persamaan regresi yang di peroleh dalam penelitian ini.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 Z + e$$

$$Y = 13,679 + 0,272 X_1 + -0,088 X_2 + 0,056 X_3 + 0,289 Z + e$$

Dari hasil persamaan di atas dapat di jabarkan :

- a. $\alpha = 13,679$ merupakan konstanta yang menunjukkan bahwa apabila nilai variabel independen berjumlah nol maka nilai pada variabel Keputusan menjadi sebesar 19,679.
- b. Nilai koefisien variabel *Advertising* yang diwakili oleh variabel X1 sebesar $\beta_1 = 0,272$ Nilai positif sebesar 0,272 berarti dengan asumsi bahwa tidak terdapat pengaruh yang di berikan oleh variabel *Advertising* terhadap *Volume* Tabungan Siaga KSPP, SYARI'AH BMT NUCabang Pasean Pamekasan, Artinya jika *Advertising* di tingkatkan ataupun di turunkan maka *Volume* tabungan itu tetap.
- c. Nilai koefisien variabel *Personal Selling* yang diwakili oleh variabel X2 adalah $\beta_2 = -0,088$ Nilai Negatif sebesar -0,088 berarti dengan asumsi bahwa tidak terdapat pengaruh yang di berikan oleh variabel *Personal Selling* terhadap *Volume* Tabungan Siaga KSPP, SYARI'AH BMT NUCabang Pasean Pamekasan, Artinya jika *Personal Selling* di tingkatkan ataupun di turunkan maka *Volume* tabungan itu tetap.

- d. Nilai Koefisien Variabel Publisitas yang di wakili oleh variabel X3 adalah $\beta_3 = 0,056$ Nilai positif sebesar 0,056 berarti dengan asumsi bahwa tidak terdapat pengaruh yang di berikan oleh variabel Publisitas terhadap *Volume* Tabungan Siaga KSPP, SYARI'AH BMT NUCabang Pasean Pamekasan, Artinya jika Publisitas di tingkatkan ataupun di turunkan maka *Volume* tabungan itu tetap.
- e. Nilai Koefisien Variabel Kepuasan Anggota yang di wakili oleh variabel X3 adalah $\beta_4 = 0,289$ Nilai positif sebesar 0,289 berarti dengan syarat semua variabel lain tetap, maka *Volume* Tabungan KSPP. SYARI'AH BMT NU Cabang Pasean Pamekasan Jawa Timur akan bertambah sebesar 0,289 satuan untuk setiap kenaikan satu satuan variabel Kepuasan Anggota (Z).

2. Koefisien Determinasi (R²).

Tabel 4.21

Hasil Koefisien Determinasi Persamaan 1

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.516 ^a	.267	.242	1.88580
a. Predictors: (Constant), Publisitas, Personal Selling, Advertising				

Sumber : Output IBM SPSS 24, diolah tahun 2024

Berdasarkan tabel Koefisien determinasi Model di atas menunjukkan bahwa Nilai *Adjusted R Square* yang diperoleh sebesar 0,242 atau 24%. Artinya bahwa *Advertising*, *Personal Selling* dan Publisitas berpengaruh terhadap *Volume* Tabungan sebesar 24 % sementara untuk sisanya di pengaruhi oleh variabel lainnya yang di tidak dibahas dalam penelitian ini.

Tabel 4.22

Hasil Koefisien Determinasi Persamaan 2

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.433 ^a	.188	.150	2.26014
a. Predictors: (Constant), Kepuasan Anggota, Personal Selling, Advertising, Publisitas				

Sumber : Output IBM SPSS 24, diolah tahun 2024

Uji Koefisien Determinasi Model 2 Menunjukkan Bahwa Nilai *Adjusted R Square* yang diperoleh sebesar 0,150 atau 15%. Artinya bahwa *Advertising, Personal Selling, Publisitas* dan Kepuasan sangat tidak berpengaruh terhadap Volume Tabungan karena dari hasil Uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa hasil yang di peroleh yaitu hanya 15 % dan untuk sisanya di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

3. Uji-T (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Uji t digunakan untuk masing-masing sumbangan variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat, menggunakan uji masing-masing koefisien regresi variabel bebas apakah mempunyai pengaruh yang bermakna atau tidak terhadap variabel terikat. Pengambilan keputusannya adalah Sebagai Berikut :

- a. jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai (Sig) < dari 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya terdapat pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).
- b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai (Sig) > dari 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak,

artinya tidak terdapat pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

Berikut merupakan hasil Signifikansi secara parsial.

Tabel 4.19
Hasil Uji-T (Parsial) Persamaan 1

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.349	2.844		3.287	.001
	Advertising	.084	.127	.083	.660	.511
	Personal Selling	.306	.096	.293	3.182	.002
	Publisitas	.323	.112	.360	2.875	.005

a. Dependent Variable: Kepuasan Anggota

Sumber : Output IBM SPSS 24, tahun 2024

Hasil dari uji T parsial pada penelitian ini dapat di lihat pada tabel Persamaan 1 di atas yang menunjukkan nilai t_{hitung} yang di peroleh pada variabel Advertising (X1) sebesar 0,660 (lebih kecil dari jumlah t_{tabel} yaitu 1,986) dengan perolehan nilai Sig.0,511 (lebih besar dari nilai Sig.0,05) kesimpulannya adalah H_{a1} ditolak dan H_0 diterima yang berarti tidak terdapat pengaruh signifikan Advertising (X1) terhadap Kepuasan Anggota (Z).

Sementara untuk variabel *Personal Selling* (X2) di peroleh nilai t_{hitung} sebesar 3,182 (lebih besar dari jumlah $t_{tabel}=1,986$) dengan taraf signifikansi 0,002 lebih kecil dari nilai Sig. (0,05), sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa H_{a2} diterima dan H_0 ditolak yang berarti terdapat pengaruh variabel *Personal Selling* (X2) terhadap variabel Kepuasan Anggota (Z).

Sedangkan untuk variabel publisitas (X3) di peroleh nilai t_{hitung} sebesar 2,875 (Lebih besar dari Nilai $t_{tabel}=1,986$) dengan Taraf Signifikansi 0,005 Lebih

kecil dari Sig. (0,05), sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa H_{a3} diterima dan H_0 ditolak yang berarti juga terdapat pengaruh Variabel Publisitas (X_3) terhadap variabel Kepuasan Anggota (Z).

Tabel 4.20

Hasil Uji-T (Parsial) Persamaan 2

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.679	3.612		3.787	.000
	Advertising	.272	.153	.237	1.778	.079
	Personal Selling	-.088	.122	-.074	-.720	.474
	Publisitas	.056	.141	.055	.396	.693
	Kepuasan Anggota	.289	.128	.256	2.264	.026

a. Dependent Variable: Volume Tabungan

Sumber : output IBM SPSS 24, tahun 2024

Hasil dari uji-T parsial pada penelitian ini dapat di lihat pada tabel Persamaan 2 di atas yang menunjukkan nilai t_{hitung} yang di peroleh pada variabel *Advertising* (X_1) sebesar 1,778 (lebih Kecil dari jumlah t_{tabel} yaitu 1,986) namun perolehan nilai Sig.0,079 (lebih besar dari nilai Sig.0,05), kesimpulannya adalah H_0 diterima dan H_{a1} ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh signifikan *Advertising* (X_1) terhadap Volume Tabungan (Y). f

Variabel *Personal Selling* (X_2) di peroleh nilai t_{hitung} sebesar -0.720 (lebih lebih kecil dari jumlah $t_{tabel}=1,986$) dengan tara signifikansi 0,474 lebih besar dari nilai Sig. (0,05), sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 diterima dan H_{a2} ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh variabel *Personal Selling* (X_2) terhadap variabel *Volume* Tabungan (Y).

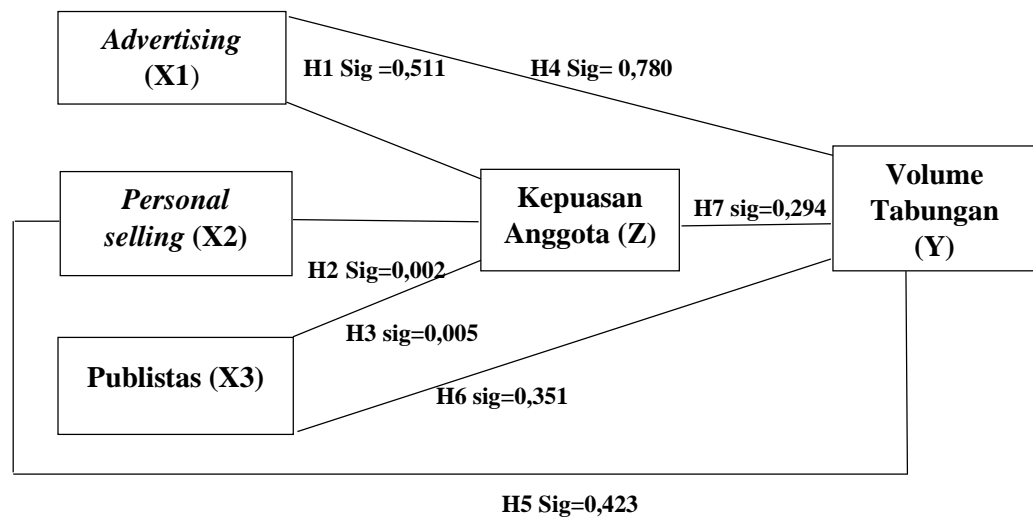
Variabel Publisitas (X_3) di peroleh nilai t_{hitung} sebesar 0,396 (Lebih Kecil dari Nilai $t_{tabel}=1,986$) dengan taraf signifikansi 0,693 Lebih besar dari Sig. (0,05),

sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 diterima dan H_{a3} ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh variabel Publisitas (X_3) terhadap variabel *volume* Tabungan (Y).

Sedangkan untuk Variabel Kepuasan Anggota (Z) di peroleh nilai t_{hitung} sebesar 2,264 (Lebih besar dari Nilai $t_{tabel} = 1,986$) dengan taraf signifikansi 0,026 (Lebih kecil dari Sig. (0,05), sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 tolak dan H_{a3} diterima yang berarti terdapat pengaruh Antara Kepuasan Anggota (Z) terhadap variabel Volume Tabungan (Y). Berdasarkan hasil Uji-t variabel terikat secara parsial maka hasil dari diagram persamaan 1 dan persamaan 2 dalam penelitian ini, adalah sebagai berikut:

Diagram.4.1

Diagram hasil Uji-t



Sumber: Data Diolah tahun 2024

4. Uji Sobel

Dalam Regresi linear berganda dengan menggunakan variabel Intervening ada beberapa pengujian yg khusus untuk melihat apakah terdapat pengaruh tidak

langsung dengan adanya variabel intervening, Pengujiannya menggunakan Uji-T Parsial (Karena banyaknya data tidak dalam jumlah yang banyak), Langkah pertama yaitu menggunakan Standar Error dari koefisien *Indirect Effect*. Dengan Rumus sebagai berikut :

$$S_{\alpha\beta} = \sqrt{\beta_2^2 S_{\alpha}^2 + \alpha_1^2 S_{\beta}^2 + S_{\alpha}^2 S_{\beta}^2}$$

Keterangan :

$S_{\alpha\beta}$ = standart Error dari koefisien *indirect Effect*

α_1 = koefisien regresi X terhadap Z

β_2 = koefisien regresi Z terhadap Y

S_a = standart error X terhadap Z

S_b = standart error Z terhadap Y

Untuk menguji signifikansi pengaruh tidak langsung dapat dihitung nilai t hitung dari koefisien dengan rumus $\alpha\beta$ berikut:

$$t_{\text{hitung}} = \frac{\alpha_1\beta_2}{S_{\alpha\beta}}$$

Dengan t_{tabel} menggunakan tingkat signifikansi 0,05 dan $n - 1$ = banyaknya data dikurangi satu.

Hasil uji sobel pada masing-masing variabel independen (*Advertising, personal selling, Publisitas*) adalah sebaagai berikut:

a. Pengaruh Mediasi kepuasan Anggota pada hubungan *Advertising* terhadap *Volume Tabungan*.

Diketahui :

$\alpha_1 = 0,084$ Sehingga = 0,007056

$\beta_2 = 0,289$ Sehingga = 0,083521

$$S_a = 0,127 \text{ Sehingga } = 0,016129$$

$$S_b = 0,128 \text{ Sehingga } = 0,016384$$

Dijawab :

$$S_{\alpha\beta} = \sqrt{\beta^2 S_{\alpha^2} + \alpha^2 S_{\beta^2} + S_{\alpha^2} S_{\beta^2}}$$

$$S_{\alpha\beta} =$$

$$\sqrt{(0,083521 \times 0,016129 + (0,007056 \times 0,016384 + (0,016129 \times 0,016384))}$$

$$S_{\alpha\beta} = \sqrt{0,000702197001 + 0,00661424358 + 0,000633428224}$$

$$S_{\alpha\beta} = \sqrt{0,00794986881}$$

$$S_{\alpha\beta} = 0,089$$

Nilai $S_{\alpha\beta}$ yang di peroleh akan di masukkan kedalam rumus mencari T-hitung, adalah sebagai berikut:

$$t_{\text{hitung}} = \frac{\alpha\beta}{S_{\alpha\beta}}$$

$$t_{\text{hitung}} = \frac{0,084 \times 0,289}{0,089}$$

$$t_{\text{hitung}} = \frac{0,024276}{0,089}$$

$$t_{\text{hitung}} = 0,272$$

Berdasarkan Perhitungan di atas nilai t_{hitung} yang di peroleh sebesar 0,272 lebih kecil dari nilai T-tabel 1,985 ($0,272 < 1,986$), yang berarti Tidak terdapat pengaruh Positif dan Signifikan Antara *Advertising* terhadap *Volume* Tabungan Siaga Pada KSP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean Melalui Kepuasan Anggota, Sehingga H_{a8} di tolak dan H_0 di terima.

b. Pengaruh Mediasi kepuasan Anggota pada hubungan *Personal Selling* terhadap *Volume* Tabungan

Diketahui :

$$\alpha_1 = 0,306 \text{ Sehingga } = 0,093636$$

$$\beta_2 = 0,289 \text{ Sehingga } = 0,083521$$

$$S_a = 0,096 \text{ Sehingga } = 0,009216$$

$$S_b = 0,128 \text{ Sehingga } = 0,016384$$

Dijawab :

$$S_{\alpha\beta} = \sqrt{\beta^2 S_{\alpha^2} + \alpha^2 S_{\beta^2} + S_{\alpha^2} S_{\beta^2}}$$

$$S_{\alpha\beta} =$$

$$\sqrt{(0,083521 \times 0,009216 + (0,093636 \times 0,016384 + (0,009216 \times 0,016384))}$$

$$S_{\alpha\beta} = \sqrt{0,000769729536 + 0,00153413222 + 0,000150994944}$$

$$S_{\alpha\beta} = \sqrt{0,0024548567}$$

$$S_{\alpha\beta} = 0,049$$

Nilai $S_{\alpha\beta}$ yang di peroleh akan di masukkan kedalam rumus mencari T-hitung, adalah sebagai berikut:

$$t_{\text{hitung}} = \frac{\alpha_1 \beta_2}{S_{\alpha\beta}}$$

$$t_{\text{hitung}} = \frac{0,306 \times 0,289}{0,049}$$

$$t_{\text{hitung}} = \frac{0,088434}{0,049}$$

$$t_{\text{hitung}} = 1,804$$

Berdasarkan Perhitungan di atas nilai t_{hitung} yang di peroleh sebesar 1,804 lebih kecil dari nilai T-tabel 1,985 ($1,804 < 1,986$), yang berarti Tidak terdapat pengaruh Positif dan Signifikan Antara *Personal Selling* terhadap *Volume Tabungan Siaga Pada KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean Melalui Kepuasan Anggota*, Sehingga H_{a9} di tolak dan H_0 di terima.

c. Pengaruh Mediasi kepuasan Anggota pada hubungan Publisitas terhadap *Volume* Tabungan

Diketahui :

$$\alpha_1 = 0,323 \text{ Sehingga } = 0,104329$$

$$\beta_2 = 0,289 \text{ Sehingga } = 0,083521$$

$$S_a = 0,112 \text{ Sehingga } = 0,012544$$

$$S_b = 0,128 \text{ Sehingga } = 0,016384$$

Dijawab :

$$S_{\alpha\beta} = \sqrt{\beta^2 S_{\alpha^2} + \alpha^2 S_{\beta^2} + S_{\alpha^2} S_{\beta^2}}$$

$$S_{\alpha\beta} =$$

$$\sqrt{(0,083521 \times 0,012544) + (0,104329 \times 0,016384) + (0,012544 \times 0,016384)}$$

$$S_{\alpha\beta} = \sqrt{0,00104768742 + 0,00170932634 + 0,000205520896}$$

$$S_{\alpha\beta} = \sqrt{0,00296253466}$$

$$S_{\alpha\beta} = 0,054$$

Nilai $S_{\alpha\beta}$ yang di peroleh akan di masukkan kedalam rumus mencari

Thitung, adalah sebagai berikut:

$$t_{\text{hitung}} = \frac{\alpha_1 \beta_2}{S_{\alpha\beta}}$$

$$t_{\text{hitung}} = \frac{0,323 \times 0,289}{0,054}$$

$$t_{\text{hitung}} = \frac{0,093347}{0,054}$$

$$t_{\text{hitung}} = 1,728$$

Berdasarkan Perhitungan di atas nilai t_{hitung} yang di peroleh sebesar 1,728 lebih kecil dari nilai t_{tabel} 1,985 ($1,728 < 1,986$), yang berarti Tidak terdapat

pengaruh Positif dan Signifikan Antara Publisitas terhadap *Volume* Tabungan Siaga Pada KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean Melalui Kepuasan Anggota, Sehingga H_{a10} di tolak dan H_0 di terima.

C. Pembahasan.

Pembahasan ini di lakukan untuk menunjukkan hasil dari penelitian Pengaruh promosi dan bagi hasil terhadap keputusan menjadi anggota tabungan mudharabah di KSPP. Syari'ah BMT NU Jawa Timur cabang Pasean Pamekasan baik secara Parsial maupun secara simultan.

1. Pengaruh *Advertising*, *Personal Selling*, dan Publisitas Terhadap Kepuasan Anggota KSPP, Syari'ah BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean Pamekasan Secara Parsial?

a. Pengaruh *Advertising* Terhadap Kepuasan Anggota KSPP, Syari'ah BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean Pamekasan.

Berdasarkan Hasil dari Analisis data, H_1 yang menyatakan bahwa *Advertising* berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Kepuasan Anggota KSPP, Syari'ah BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean di tolak, Sehingga H_1 di tolak dan H_0 di terima. Hal ini dibuktikan dari Hasil Uji regresi linear berganda pada penelitian ini diperoleh koefisien Variabel independen *Advertising* (X_1) Sebesar 0,084 yang berarti variabel *Advertising* tidak berbanding lurus dan tidak searah terhadap Kepuasan anggota. Hasil dari uji T-parsial pada penelitian ini menunjukkan nilai t_{hitung} pada variabel *Advertising* (X_1) di peroleh hasil sebesar 0,660 (lebih kecil dari nilai t_{tabel} yaitu 1,985) dengan perolehan nilai Sig.0,511 (lebih Besar dari nilai Sig.0,05).

Hal tersebut terjadi karena Mungkin Anggota tidak puas terhadap Visual atau Konten-konten yang di buat oleh Tim Kreatif atau editor dari BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean dalam pesan iklan yang di sampaikan, sehingga nasabah kurang tertarik untuk melihat atau membaca terhadap periklanan yang di Publis oleh KSPP, Syari'ah BMT NU Jawa Timur Cabang Pasea Pamekasan baik melalui Media Sosial ataupun Media Cetak.

Hasil Observasi yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa periklanan yang di jalankan oleh KSPP, Syari'ah BMT NU Jawa Timur cabang Pasean menurut saya sebagai Pembaca memang kurang menarik untuk di baca karena Pesan pesan Yang di sampaikan Masih membingungkan terhadap Para pembaca dan juga Penempatan Benner yang kurang Starategis sehingga banyak masyarakat yang tidak mengetahui tentang adanya Informasi yang di samapikan melalui Benner tersebut.

Sesuai dengan teori yang mengatakan bahwa iklan merupakan bentuk pesan tentang suatu produk, pesan dalam bentuk kelebihan dari produk tersebut serta keunggulan produk tersebut dari pada produk perusahaan lainnya yang dimana dalam penyampaian pesan tersebut menggunakan suatu media seperti televisi, media sosial dan lain-lain yang ditunjukkan kepada khalayak.

Sesuai juga dengan teori dari Rachmat Kriyantono dalam bukunya yang berjudul "Manajemen Periklanan Teori dan Praktik" yang mengatakan bahwa Periklanan adalah segala bentuk komunikasi nonpersonal yang membayar tentang ide-ide, barang atau jasa yang disampaikan melalui saluran media yang terseleksi.⁴

⁴ Rachmat Kriyantono, Manajemen Periklanan Teori dan Praktik, (Malang: Universitas Brawijaya Press,(2013), 5-6.

Artinya Pihak BMT harus memperhatikan betul terhadap kreatifitas dalam melakukan Editing pada setiap konten-konten yang akan di tampilkan dan juga isi dari Pesan iklan yang di sampaikan, sehingga nantinya Khalayak umum yang melihat dan membaca khususnya Anggota akan bisa Puas dan paham terhadap segala bentuk periklanan yang di jalankan oleh KSPS, Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean Pamekasan. Maka Dalam penelitian Ini *Advertising* Tidak dapat mempengaruhi Kepuasan Anggota KSPP Syari'ah BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean Pamekasan.

b. Pengaruh *Personal Selling* Terhadap Kepuasan Anggota KSPP, Syari'ah BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean Pamekasan.

Berdasarkan Hasil dari Analisis data, H_2 yang menyatakan bahwa *Personal Selling* berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Kepuasan Anggota KSPP, Syari'ah BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean di terima, Sehingga H_2 diterima dan H_0 ditolak. Hal ini dibuktikan Berdasarkan Hasil dari Uji regresi linear berganda pada penelitian ini diperoleh koefisien Variabel independen *Personal Selling* (X_2) Sebesar 0,306 yang berarti variabel *Personal selling* berbanding lurus dan searah terhadap Kepuasan anggota. Hasil dari uji T parsial pada penelitian ini menunjukkan nilai t_{hitung} pada variabel *Personal Selling* (X_2) di peroleh hasil sebesar 63,182 (lebih besar dari nilai t_{tabel} yaitu 1,985) dengan perolehan nilai Sig,0,002 (lebih kecil dari nilai Sig,0,05).

Personal selling merupakan bentuk presentasi secara lisan dengan satu atau lebih calon pembeli dengan tujuan melakukan penjualan sehingga dalam presentasi tersebut terjadi interaksi langsung antara seller dan calon pembeli. Dari penjelasan tersebut, dapat diketahui bahwa *personal selling* adalah suatu strategi pemasaran

yang dilakukan secara langsung antara penjual dan pembeli untuk membentuk relasi serta mencapai tujuan pembelian.

Begitu halnya pada BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean, dalam hal ini para Pengelola BMT NU Jawa Timur cabang Pasean selalu sigap dalam memberikan arahan ataupun motivasi kepada para Anggotanya yang sedang mengalami kesulitan, artinya para pengelola BMT tidak lepas tangan terhadap para anggota anggotanya sehingga setiap kali ada anggota yang berkonsultasi baik dari segi produk ataupun jasa lainnya yang ada di BMT, Pengelola BMT akan selalu siap dan tanggap untuk memberikan masukan terhadap keluhan Para Anggotanya, sehingga dalam hal ini membuat Anggota itu merasa nyaman ketika menggunakan jasa ataupun produk yang ada di BMT itu sendiri, dari rasyaman inilah yang kemudian Anggota merasa puas terhadap apa yang diberikan oleh BMT.

Hasil penelitian ini juga dikuatkan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Moh. Joko pada Tahun 2023 dengan judul “Pengaruh *Personal Selling* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Produk Tabungan *Mudharabah* di BMT NU Jawa Timur Cabang Pragaan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Personal Selling* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Anggota, dapat dilihat dari nilai t_{hitung} yang dihasilkan sebesar 8,062 dan nilai Signifikansi sebesar 0,000 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,986, menunjukkan bahwa Nilai $t_{hitung} >$ dari Nilai t_{tabel} dan Nilai Signifikansi $0,000 <$ dari $(0,05)$.⁵

⁵ Moh. Joko, “Pengaruh *Personal Selling* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Produk Tabungan *Mudharabah* di BMT NU Jawa Timur Cabang Pragaan”, Skripsi: Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Madura, 2023.

**c. Pengaruh Publisitas Terhadap Kepuasan Anggota KSPP, Syari'ah
BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean Pamekasan**

Berdasarkan Hasil dari Analisis data, H_3 yang menyatakan bahwa Publisitas berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Kepuasan Anggota KSPP, Syari'ah BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean diterima, Sehingga H_3 diterima dan H_0 ditolak. Hal ini dibuktikan dari Berdasarkan Hasil Analisis regresi linear berganda pada penelitian ini diperoleh koefisien Variabel independen Publisitas (X_3) Sebesar 0,323 yang berarti variabel Publisitas berbanding lurus dan searah terhadap Kepuasan anggota. Hasil dari uji T parsial pada penelitian ini menunjukkan nilai t_{hitung} pada variabel Publisitas (X_3) di peroleh hasil sebesar 2,875 (lebih besar dari jumlah t_{tabel} yaitu 1,985) dengan perolehan nilai Sig.0,005 (lebih kecil dari nilai Sig.0,05).

Publisitas merupakan kegiatan promosi untuk memancing nasabah melalui kegiatan seperti pameran, bakti sosial, serta Kegiatan lainnya . Kegiatan publisitas dapat meningkatkan pamor lembaga keuangan di mata nasabah/anggotanya.

Hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa Publisitas yang dilakukan oleh BMT NU lebih menekankan kepada kegiatan Bakti sosialnya Seperti halnya yang dilakukan oleh BMT NU Jawa Timur cabang Pasean, mereka mempunyai program Rutinan yaitu yang di kemas dengan santunan anak yatim setiap bulannya, kemudian Mengadakan Kegiatan Khitan Massal Setiap satu Tahun Sekali yang mana Kegiatan-kegiatan ini tentunya pasti mendapatkan apresiasi yang sangat tinggi oleh masyarakat karena mengingat hal tersebut merupakan kegiatan yang positif dan tidak bertentangan dengan Agama, sehingga memungkinkan bagi

mereka untuk terus menjalin silaturahmi dengan Masyarakat umum Khususnya Masyarakat yang belum menjadi bagian dari BMT Itu sendiri, dengan ini mereka berusaha untuk membangun citra baik Perusahaan di mata masyarakat.

2. Pengaruh *Advertising*, *Personal Selling*, *Publisitas* dan Kepuasan Anggota Terhadap Volume Tabungan Siaga pada KSPP, Syari'ah BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean Pamekasan Secara Parsial ?

a. Pengaruh *Advertising* Terhadap Volume Tabungan Siaga pada KSPP, Syari'ah BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean Pamekasan Secara Parsial.

Berdasarkan Hasil dari Analisis data, H_4 yang menyatakan bahwa *Advertising* berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Volume Tabungan Siaga pada KSPP, Syari'ah BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean ditolak, Sehingga H_4 ditolak dan H_0 diterima. Hal ini dapat di lihat dari Hasil Analisis Uji regresi linear berganda pada penelitian ini diperoleh koefisien Variabel independen *Advertising* (X_1) Sebesar 0,272 nilai positif yang berarti variabel *Advertising* tidak berbanding lurus dan tidak searah terhadap Volume Tabungan. Hasil dari uji T-parsial pada penelitian ini menunjukkan nilai t_{hitung} pada variabel *Advertising* (X_1) di peroleh hasil sebesar 1,778 (lebih Kecil dari jumlah t_{tabel} yaitu 1,985) dengan perolehan nilai Sig.0,079 (lebih besar dari nilai Sig.0,05) Artinya H_0 di terima dan H_{a1} ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh Positif dan signifikan *Advertisng* (X_1) terhadap Volume Tabungan (Z). Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Advertising* Tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Tabungan Siaga pada KSPP, Syari'ah BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean Pamekasan.

Hal tersebut terjadi karena memang pada kenyataannya banyak Anggota yang mengetahui tentang keberadaan BMT itu sendiri tanpa adanya periklanan yang di jalankan oleh BMT NU Jawa Timur Cabang pasean Pamekasan, Justru mereka tau karena lokasi BMT yang berada di tengah keramaian yang mana kegiatan sehari-hari mereka memang rata rata sebagai pedagang sehingga mengetahui BMT karena sering kali melihat ketika sedang berdagang, dan juga sebagain responden ada yang mengetahui melalui kerabat atau saudaranya tentang adanya Produk dari BMT Itu sendiri, artinya walaupun tanpa adanya periklananpun masyarakat sudah banyak yang mengetahui terlebih dahulu tentang adanya BMT dan produknya, sehingga pada hipotesis ini *advertising* tidak berpengaruh terhadap Volume Tabungan.

Hal Ini juga di kuatkan dengan penelitian terdahulu yang di lakukan oleh Ulfa Nadia Amanda dengan judul⁶ “Pengaruh Periklanan, Personal Selling dan Publisitas terhadap Volume Tabungan Siaga pada PT, Bank Aceh Syariah” yang menjelaskan bahwa *Advertising* Tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume tabungan siaga dengan nilai t-hitung sebesar 1,082 lebih kecil dari nilai T-tabel 1,661 ($1,082 < 1,661$) dan nilai Sig 0,282 lebih besar dari 0,05 ($0,282 > 0,05$). Hasil dalam penelitian ini juga mengatakah bahwa Kebanyakan Dari konsumen lebih cenderung memperhatikan hal lain di luar kegiatan Periklanan. Dengan demikian Hipotesis keempat menunjukkan bahwa *Advertising* tidak dapat mempengaruhi Kepuasan anggota.

⁶ Ulfa Nadia Amanda, Pengaruh *Advertising*, *Personal Selling* Dan Publisitas Terhadap Volume Tabungan Pada PT, Bank Aceh Syari’ah, Skripsi,(Banda Aceh,July- 2022),86

b. Pengaruh *Personal Selling* Terhadap Volume Tabungan Siaga pada KSPP, Syari'ah BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean Pamekasan Secara Parsial

Berdasarkan Hasil dari Analisis data, H_5 yang menyatakan bahwa *Personal Selling* berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Volume Tabungan Siaga pada KSPP, Syari'ah BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean ditolak, Sehingga H_5 ditolak dan H_0 diterima. Hal ini dapat di lihat dari Hasil Analisis Uji regresi linear berganda pada penelitian ini diperoleh koefisien Variabel independen *Personal Selling* (X_2) Sebesar -0,088 nilai negatif yang berarti variabel *Personal selling* tidak berbanding lurus dan tidak searah terhadap Volume Tabungan. Hasil dari uji T parsial pada penelitian ini menunjukkan nilai t_{hitung} pada variabel *Personal Selling* (X_2) di peroleh hasil sebesar -0,720 (lebih kecil dari jumlah t_{tabel} yaitu 1,985) dengan perolehan nilai Sig.0,474 (lebih besar dari nilai Sig.0,05) Artinya H_{a1} ditolak dan H_0 diterima yang berarti terdapat Tidak pengaruh Positif dan signifikan *Personal Selling* (X_2) terhadap Volume Tabungan (Y). Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Personal Selling* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Tabungan Siaga Pada KSPP, Syari'ah BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean Pamekasan.

Hal ini berbanding terbalik dengan hasil dari Hipotesis ke 2 yang mana pada hipotesis kedua *Personal Selling* berpengaruh terhadap kepuasan anggota, sedangkan pada hipotesis ini *Personal selling* tidak berpengaruh terhadap Volume Tabungan. ini terjadi karena walaupun anggota puas dengan *Personal selling* yang di jalankan oleh KSPP Syari'ah BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean Pamekasan

Namun sebagian anggota hanya mengekspresikan kepuasaannya untuk dirinya sendiri artinya mereka tidak berusaha untuk menceritakan kepada teman temannya atau keluarganya tentang apa yang mereka peroleh, mereka memilih untuk menikmati sendiri. Maka dari itu *personal selling* tidak berpengaruh terhadap Volume Tabungan Siaga Di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean Pamekasan.

c. Pengaruh Publisitas Terhadap Volume Tabungan Siaga pada KSPP, Syari'ah BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean Pamekasan Secara Parsial.

Berdasarkan Hasil dari Analisis data, H_6 yang menyatakan bahwa Publisitas berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Volume Tabungan Siaga pada KSPP, Syari'ah BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean ditolak, Sehingga H_6 ditolak dan H_0 diterima. Hal ini dapat di lihat dari Hasil Analisis Hasil Uji regresi linear berganda pada penelitian ini diperoleh koefisien Variabel independen Publisitas (X_3) Sebesar 0,056 yang berarti variabel Publisitas tidak berbanding lurus dan tidak searah terhadap Volume Tabungan. Hasil dari uji T parsial pada penelitian ini juga menunjukkan nilai t_{hitung} pada variabel Publisitas (X_3) di peroleh hasil sebesar 0,396 (lebih Kecil dari jumlah t_{tabel} yaitu 1,985) dengan perolehan nilai Sig.0,693 (lebih besar dari nilai Sig.0,05).

Hal ini berbanding terbalik dengan hasil dari Hipotesis ke 3 yang mana pada hipotesis ketiga Publisitas berpengaruh terhadap kepuasan anggota, sedangkan pada hipotesis ini *Publisitas* tidak berpengaruh terhadap Volume Tabungan. ini terjadi karena walaupun anggota puas dengan *Publisitas* yang di jalankan oleh KSPP Syari'ah BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean Pamekasan Namun sebagian

anggota hanya mengekspresikan kepuasaannya untuk dirinya sendiri artinya mereka tidak berusaha untuk memberikan timbal balik terhadap BMT seperti dengan menceritakan kepada teman-temannya atau keluarganya tentang apa yang mereka peroleh, mereka memilih untuk menikmati untuk dirinya sendiri. Sehingga pada Hipotesis ke enam Publisitas tidak berpengaruh terhadap Volume Tabungan Siaga di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean Pamekasan.

d. Pengaruh Kepuasan Anggota Terhadap Volume Tabungan Siaga pada KSPP, Syari'ah BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean Pamekasan Secara Parsial.

Berdasarkan Hasil dari Analisis data, H_7 yang menyatakan bahwa Kepuasan Anggota berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Volume Tabungan Siaga pada KSPP, Syari'ah BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean diterima, Sehingga H_7 diterima dan H_0 ditolak. Hal ini dapat di lihat dari Hasil Analisis Uji Regresi linear berganda pada penelitian ini diperoleh koefisien Variabel independen Kepuasan Anggota (Z) Sebesar 0,289 yang berarti variabel Kepuasan Anggota berbanding lurus dan searah terhadap Volume Tabungan. Hasil dari uji T parsial pada penelitian ini menunjukkan nilai t_{hitung} pada variabel Kepuasan Anggota (Z) di peroleh hasil sebesar 2,264 (lebih besar dari jumlah t_{tabel} yaitu 1,985) dengan perolehan nilai Sig.0,026 (lebih kecil dari nilai Sig.0,05).

Hal ini dapat di asumsikan bahwa Ketika Anggota Merasa puas terhadap apa yang di berikan oleh KSPP Syari'ah BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean, maka mereka akan mengekspresikan kepuasaannya dengan cara menceritakan Hal-hal baik tentang BMT kepada teman atau keluarga mereka sehingga mereka juga merasa tertarik dan pada akhirnya juga ikut bergabung dengan BMT NU Jawa

Timur Cabang Pasean pamekasan, sehingga akan menambah terhadap volume tabungan Siaga.

Pengaruh Positif Kepuasan Anggota terhadap Volume Tabungan di tunjukkan dengan Tanggapan yang di berikan oleh responden terhadap Pertanyaan yang di sebarakan oleh peneliti melalui Kuesioner di mana rata-rata jawaban yang di berikan oleh responden terhadap variabel Kepuasan Anggota banyak yang memberikan tanggapan Setuju sebanyak 308 jawaban, dan jawaban sangat setuju sebanyak 192 jawaban. Hal ini menunjukkan bahwa Anggota KSPP Syari,ah BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean Pamekasan Rata-rata setuju terhadap setiap butir pertanyaan yang di Buat oleh peneliti. Sehingga pada Hipotesis ke tujuh Kepuasan Anggota tidak berpengaruh terhadap Volume Tabungan Siaga di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean Pamekasan

3. Pengaruh *Advertising* Terhadap Volume Tabungan Siaga Pada KSPP, Syari'ah BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean yang di mediasi oleh Variabel Kepuasan Anggota.

Berdasarkan Hasil analisis data yang dilakukan oleh peneliti, ,menunjukkan bahwa, H_8 yang menyatakan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *Advertising* terhadap Volume Tabungan Siaga Melalui Kepuasan Anggota KSPP,Syari'ah BMT Nu Jawa Timur Cabang Pasean di tolak, hal ini menunjukkan bahwa, H_8 di tolak dan H_0 di terima, Hal ini juga di kuatkan melalui pengujian Uji Sobel dengan nilai T-hitung sebesar 0,272 yang mana lebih kecil dari nilai T-tabel yakni 1,985 ($0,272 < 1,985$), Sehingga terbukti menjadi semakin kuat bahwa *Advertising* (X1) Tidak berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Volume

Tabungan (Y) Melalui kepuasan Anggota (Z) KSPP, Syari'ah BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean Pamekasan.

Pada pengujian Hipotesis ke delapan *Advertising* tidak dapat mempengaruhi Volume Tabungan walaupun sudah di mediasi oleh Variabel Kepuasan, Hal ini terjadi karena mungkin Periklanan yang di jalankan oleh KSPP, Syari,ah BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean Pamekasan kurang menarik di mata Anggota ataupun masyarakat umum, Hal ini juga dapat di lihat dari tanggapan responden melalui kuisisioner yang di sebarakan oleh peneliti, Hasilnya pada pernyataan Variabel periklanan masih ada responden yang memberikan tanggapan Netral (3) terhadap butir pertanyaan,yaitu sebanyak 68 jawaban netral, Artinya masih ada responden yang Ambigu terhadap periklanan yang di jalankan oleh pihak BMT Itu sendiri, entah itu di sebabkan karena memang tidak puas atau kurang Puas terhadap periklanan yang di jalankan KSPP Syari'ah BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean Pamekasan. Sehingga Pada Hipotesis ke delapan ini *Advertising* tidak berpengaruh terhadap Volume tabungan Siaga yang di mediasi oleh Kepuasan Anggota.

4. Pengaruh *Personal Selling* Terhadap Volume Tabungan Siaga Pada KSPP, Syari'ah BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean yang di mediasi oleh Variabel Kepuasan Anggota?

Berdasarkan Hasil analisis data yang dilakukan oleh peneliti, ,menunjukkan bahwa, H_9 yang menyatakan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *Personal Selling* terhadap Volume Tabungan Siaga Melalui Kepuasan Anggota KSPP,Syari'ah BMT Nu Jawa Timur Cabang Pasean di tolak, yang berarti H_9 di tolak dan H_0 di terima, Hal ini juga di kuatkan melalui pengujian Uji Sobel dengan nilai T-hitung sebesar (1,804) yang mana masih lebih kecil dari nilai T-tabel yakni

(1,985), (1,804) < 1,985), Sehingga terbukti menjadi semakin kuat bahwa *Personal selling* (X2) Tidak berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Volume Tabungan (Y) Melalui kepuasan Anggota (Z) KSPP, Syari'ah BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean Pamekasan.

Pada pengujian Hipotesis ke Sembilan *Personal Selling* tidak dapat mempengaruhi Volume Tabungan walaupun sudah di mediasi oleh Variabel Kepuasan, Berbanding terbalik dengan Hipotesis ke 2 dimana *Personal selling* berpengaruh positif dan Signifikan terhadap Kepuasan, Hal ini juga terjadi karena walaupun anggota puas dengan *Personal Selling* yang di jalankan oleh KSPP Syari'ah BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean Pamekasan Namun sebagian anggota hanya mengekspresikan kepuasaannya untuk dirinya sendiri artinya mereka tidak berusaha untuk menceritakan kepada teman-temannya atau keluarganya tentang apa yang mereka peroleh, mereka memilih untuk menikmati untuk dirinya sendiri. Sehingga pada Hipotesis Sembilan *Personal Selling* tidak berpengaruh terhadap Volume Tabungan Siaga yang di mediasi oleh variabel kepuasan anggota di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean Pamekasan.

5. Pengaruh *Publisitas* Volume Tabungan Siaga Pada KSPP, Syari'ah BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean yang di mediasi oleh Variabel Kepuasan Anggota?

Berdasarkan Hasil analisis data yang dilakukan oleh peneliti, ,menunjukkan bahwa, H_{10} yang menyatakan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *Publisitas* terhadap Volume Tabungan Siaga Melalui Kepuasan Anggota KSPP, Syari'ah BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean di tolak, yang berarti H_{10} di tolak dan H_0 di terima, Hal ini juga di kuatkan melalui pengujian Uji Sobel dengan

nilai T-hitung sebesar 1,728 yang mana lebih kecil dari nilai T-tabel yakni 1,985 ($1,728 < 1,985$), Sehingga terbukti menjadi semakin kuat bahwa *Publisitas* (X3) Tidak berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Volume Tabungan (Y) Melalui kepuasan Anggota (Z) KSPP, Syari'ah BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean Pamekasan.

Pada pengujian Hipotesis ke Sepuluh publisitas tidak dapat mempengaruhi Volume Tabungan walaupun sudah di mediasi oleh Variabel Kepuasan, Berbanding terbalik dengan Hipotesis ke 3 dimana *Publisitas* berpengaruh positif dan Signifikan terhadap Kepuasan, Hal ini juga terjadi karena walaupun anggota puas dengan *Publisitas* yang di jalankan oleh KSPP Syari'ah BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean Pamekasan, Namun sebagian anggota hanya mengekspresikan kepuasaannya untuk dirinya sendiri artinya mereka tidak berusaha untuk menceritakan kepada teman-temannya atau keluarganya tentang apa yang mereka peroleh, mereka memilih untuk menikmati untuk dirinya sendiri. Sehingga pada Hipotesis ke Sepuluh *Publisitas* tidak berpengaruh terhadap Volume Tabungan Siaga yang di mediasi oleh variabel Kepuasan Anggota KSPP, Syari'ah BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean Pamekasan.