

PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MELAKUKAN PEMBIAYAAN MURABAHAH PADA PT. BANK RIAU KEPRI SYARIAH (PERSERODA) CABANG TANJUNGPINANG II

THE INFLUENCE OF MARKETING MIX ON CUSTOMERS' DECISIONS TO CONDUCT MURABAHAH FINANCING AT PT. BANK RIAU KEPRI SYARIAH (PERSERODA) TANJUNGPINANG II BRANCH

Irsyadi Syukri¹, Herni Widiyah Nasrul², Widodo Ismanto³, Ajeng Handayani Purwaningrum^{4*}, Ade P Nasution⁵, Adriyan⁶, Desianti Cintya Handayani⁷, Hadiatul Fakhdina Putri⁸, Abdul Thalib Bon⁹, Nola Fibriyani Bte Salman¹⁰

^{1-4,6-8}Universitas Riau Kepulauan, Indonesia

⁵Universitas Labuhanbatu, Indonesia

⁹University Tun Hussein Onn, Malaysia

¹⁰Muhammadiyah Islamic College, Singapore

*Co Author: ajeng@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari *marketing mix* yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*) terhadap keputusan nasabah melakukan pembiayaan *Murabahah* pada PT. Bank Riau Kepri Syariah (Perseroda) Cabang Tanjungpinang II. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 366 orang nasabah responden dengan menggunakan teknik sampel yaitu *purposive sampling*. Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Objek penelitian ini merupakan nasabah PT. Bank Riau Kepri Syariah (Perseroda) Cabang Tanjungpinang II yang sudah memiliki pembiayaan. Pengumpulan data dilakukan dengan dua cara, yaitu penelitian lapangan dan studi pustaka. Responden mengisi kuesioner sebanyak 29 butir pernyataan yang berkaitan dengan variabel yang diukur. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh *marketing mix* terhadap keputusan nasabah dalam melakukan pembiayaan murabahah memiliki hasil yang bervariasi. Variabel tempat (*place*) memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap keputusan nasabah, sedangkan variabel produk (*product*), harga (*price*), dan promosi (*promotion*) dinilai tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah dalam melakukan pembiayaan murabahah. Dapat disimpulkan bahwa dari *marketing mix* hanya variabel tempat (*place*) secara parsial memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap keputusan nasabah, namun secara simultan seluruh variabel *marketing mix* (4p) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah melakukan pembiayaan murabahah yang akan berdampak pada semakin meningkatnya keputusan nasabah untuk melakukan pembiayaan murabahah pada Bank Riau Kepri Syariah (Perseroda) Cabang Tanjungpinang II.

Kata Kunci: *Marketing Mix* (4P); Keputusan Nasabah; Pembiayaan Murabahah

Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of the marketing mix, namely product, price, place, and promotion on the customer's decision to do Murabaha financing at PT. Bank Riau Kepri Syariah (Perseroda) Tanjungpinang II Branch. This study used a sample of 366 customer

respondents using a sampling technique, namely purposive sampling. In this study using quantitative methods. The object of this research is a customer of PT. Bank Riau Kepri Syariah (Perseroda) Tanjungpinang II Branch which already has financing. Data collection was carried out in two ways, namely field research and literature study. Respondents filled out a questionnaire consisting of 29 statements related to the variable being measured. The results of this study indicate that the effect of the marketing mix on customer decisions in murabahah financing has varied results. Place variables have a significant influence on customer decisions, while product, price and promotion variables are considered not to have a significant influence on customer decisions in murabahah financing. It can be concluded that from the marketing mix only the place variable partially has a significant enough influence on customer decisions, but simultaneously all marketing mix variables (4p) have a positive and significant effect on customer decisions to do murabahah financing which will have an impact on increasing decisions customers to do murabahah financing at Bank Riau Kepri Syariah (Perseroda) Tanjungpinang II Branch.

Keywords: Marketing Mix (4P); Customer Decision; Murabaha Financing

PENDAHULUAN

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup orang banyak. Dalam mencapai tujuan pembangunan nasional yakni terciptanya masyarakat yang adil dan makmur dan dapat berperan aktif dalam persaingan global yang sehat diperlukan partisipasi dan kontribusi semua elemen masyarakat. Salah satu bentuk penggalan potensi dan wujud kontribusi masyarakat dalam perekonomian nasional tersebut adalah pengembangan sistem ekonomi berdasarkan nilai Islam (Syariah) dengan mengangkat prinsip-prinsipnya ke dalam Sistem Hukum Nasional.

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah adalah Bank Syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Salah satu perbankan yang hadir dan sampai saat ini tetap eksis di wilayah Provinsi Riau dan Provinsi Kepulauan Riau adalah PT. Bank Riau Kepri Syariah (Perseroda) yang saat ini sudah beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, hadir sebagai Bank Umum Syariah (BUS) yang menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam operasional perbankan.

Adapun salah satu produk yang ditawarkan PT. Bank Riau Kepri Syariah (Perseroda) Cabang Tanjungpinang II adalah pembiayaan.

Gambar 1. Brosur Pembiayaan Murabahah



Sumber: PT. Bank Riau Kepri Syariah Cabang Tanjungpinang II (2022)

Menurut Almunawwaroh (2017) pembiayaan atau *financing* merupakan bagian terbesar dari aktiva lembaga keuangan, karena pembiayaan merupakan aktivitas utama dari usaha perbankan. Dengan demikian, pendapatan bagi hasil atau keuntungan jual beli yang merupakan instrument pembiayaan lembaga syariah merupakan sumber pendapatan yang dominan (Kadir & Basri, 2021).



Gambar 2. Brosur Pembiayaan Aneka Guna

Sumber: PT. Bank Riau Kepri Syariah Cabang Tanjungpinang II (2022)



Gambar 3. Brosur Pembiayaan Kepemilikan Rumah

Sumber: PT. Bank Riau Kepri Syariah Cabang Tanjungpinang II (2022)



Gambar 4. Brosur Pembiayaan Usaha

Sumber: PT. Bank Riau Kepri Syariah Cabang Tanjungpinang II (2022)

Kegiatan pemasaran yang dilakukan suatu perusahaan memiliki beberapa tujuan yang hendak dicapai, baik tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang. Diperlukan sebuah strategi pemasaran yang dapat memberi gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang akan dilakukan perusahaan dalam menggunakan setiap kesempatan atau peluang pada beberapa pasar sasaran (Kadir & Basri, 2021). Strategi pemasaran adalah hal sangat penting bagi perusahaan dimana strategi pemasaran merupakan suatu cara mencapai tujuan dari sebuah perusahaan. Dalam strategi pemasaran terdapat istilah Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*). Bauran pemasaran merupakan cara dimana pengusaha dapat memengaruhi konsumen yang memerlukan perencanaan dan pengawasan yang matang serta perlu dilakukan tindakan-tindakan yang konkret. Menurut (Kotler & Keller, 2018) bauran pemasaran terdiri dari empat komponen pemasaran, yaitu produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*) dan saluran distribusi (*place*).

Berdasarkan data yang diperoleh dari dokumen dan hasil wawancara yang dilakukan dengan Pemimpin Seksi Pembiayaan PT. Bank Riau Kepri Syariah (Perseroda) Cabang Tanjungpinang II, diketahui tingkat perkembangan pembiayaan murabahah setiap tahunnya selalu menunjukkan adanya kenaikan, seperti pada tabel dibawah ini.

Tabel 1. Perkembangan Jumlah Nasabah Pembiayaan Murabahah Bank Riau Kepri Syariah Cabang Tanjungpinang II Tahun 2018-2021



Sumber: PT. Bank Riau Kepri Syariah Cabang Tanjungpinang II (2022)

Tabel 2. Perkembangan Penyaluran Pembiayaan Murabahah Bank Riau Kepri Syariah Cabang Tanjungpinang II Tahun 2018-2021



Sumber: PT. Bank Riau Kepri Syariah Cabang Tanjungpinang II (2022)

Gambaran grafik di atas adalah data yang menunjukkan perkembangan pembiayaan murabahah di PT. Bank Riau Kepri Syariah (Perseroda) Cabang Tanjungpinang II dari tahun 2018 sampai 2021. Adanya peningkatan jumlah nasabah dan peningkatan jumlah nominal *outstanding* penyaluran pembiayaan murabahah setiap tahunnya yang melebihi dari target yang telah ditetapkan, sudah tentu merupakan sebuah fenomena yang menarik untuk dicermati pada PT. Bank Riau Kepri Syariah (Perseroda) Cabang Tanjungpinang II. Alasan peneliti memilih PT. Bank Riau Kepri Syariah

(Perseroda) Cabang Tanjungpinang II karena dari hasil pengamatan yang dilakukan bahwa PT. Bank Riau Kepri Syariah (Perseroda) Cabang Tanjungpinang II dapat mewakili masalah pokok dalam penelitian ini, dan dapat mewakili perusahaan lain yang sejenis.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2019) penelitian kuantitatif adalah sebuah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Jenis Data

Data Primer

Data Primer adalah data yang diperoleh langsung dari subyek penelitian, sumber data yang secara langsung memberikan datanya kepada pengepul data (Sugiyono, 2016). Peneliti memperoleh data atau informasi secara langsung melalui kuesioner (angket) yang disebarakan kepada konsumen atau nasabah pada PT. Bank Riau Kepri Syariah Cabang Tanjungpinang II.

Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang tidak diberikan langsung dari sumber data kepada pengumpul data, melainkan melalui media lain atau lewat dokumen. Menurut Sugiyono (2016) yang menyebutkan bahwa data sekunder dalam penelitian ini didapat melalui profil perusahaan, data-data, catatan-catatan, serta dokumen yang ada hubungan dengan objek penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Kuesioner (Angket)

Menurut (Sugiyono, 2019) Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya. Adapun skala pengukuran data yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Dalam hal ini peneliti membuat beberapa pertanyaan terkait variabel yang ada kepada nasabah PT. Bank Riau Kepri Syariah Cabang Tanjungpinang II.

Studi Pustaka

Menurut Sujarweni (2015) Studi pustaka merupakan suatu cara untuk meninjau serta memperoleh data dari pustaka atau sumber lainnya untuk dijadikan sebagai pemberian informasi terkait penelitian.

Populasi dan Sampel

Populasi

Menurut (Sugiyono, 2016) populasi adalah wilayah dari generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang kemudian ditetapkan oleh peneliti agar dapat dipelajari dan dapat ditarik kesimpulannya. Berdasarkan hal tersebut maka populasi pada penelitian ini yaitu sebanyak 4.371 orang yang merupakan nasabah pembiayaan murabahah PT. Bank Riau Kepri Syariah (Perseroda) Cabang Tanjungpinang II.

Sampel

Menurut Sujarweni (2014) sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian. Teknik *purposive sampling* dimana pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2016). Menurut Juliandi *et al.*, (2014)

Dalam menentukan jumlah sebuah sampel dalam penelitian dapat dilakukan melalui rumus Slovin seperti dijabarkan di bawah ini:

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

Berikut sampel pada penelitian ini:

$$\begin{aligned} n &= \frac{4,371}{1 + (4.371 \times 0,05^2)} \\ &= \frac{4,371}{1 + (4.371 \times 0,0025)} \\ &= \frac{4,371}{11,9275} \\ &= 366,464054 \\ &= 366 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan tersebut diatas, didapat sampel dalam penelitian ini yaitu 366 orang nasabah nasabah pembiayaan murabahah PT. Bank Riau Kepri Syariah (Perseroda) Cabang Tanjungpinang II.

Teknik Analisis Data

Uji Kualitas Data

Uji Validitas

Menurut Juliandi (2016) sesuatu instrumen bisa dikatakan valid apabila r hitung $>$ r tabel, maupun kebalikannya apabila r hitung $<$ r tabel sehingga instrument tersebut bisa dikatakan tidak valid. Untuk mengujinya menggunakan *pearson correlation*, apabila koefisien *pearson* yang diperoleh signifikan pada level signifikan 0.05 berarti data yang diperoleh valid.

Uji Reliabilitas

Menurut Sujarweni (Ekadhesti, 2017) uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir atau item pertanyaan dalam kuesioner (angket) penelitian. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai Cronbach's Alpha $>$ 0,60 maka kuesioner atau angket dinyatakan reliabel atau konsisten.
2. Sementara, jika nilai Cronbach's Alpha $<$ 0,60 maka kuesioner atau angket dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Menurut (Perdana, 2016) Uji normalitas dimaksudkan untuk memperlihatkan bahwa ada sampel diambil dari populasi yang berdistribusi normal. Ada beberapa teknik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas, antara lain Uji Chi Kuadrat, Uji Lilliefors, Uji Kolgomorov-Smirnov dan dengan grafik. Normal tidaknya suatu data dapat dideteksi juga lewat plot grafik histogram. Hanya gambar grafik kadang-kadang dapat menyesatkan karena kelihatan distribusinya normal tetapi secara statistik sebenarnya tidak normal bahkan sebaliknya.

Uji Heteroskedastisitas

Menurut Perdana (2016) Uji heterokedastisitas merupakan alat uji model regresi untuk mengetahui ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi masalah heterokedastisitas

Uji Multikolinearitas

Menurut Perdana (2016) Uji multikolinearitas merupakan alat uji model regresi untuk menemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan uji regresi, dengan nilai patokan VIF (*Variance Inflation Factor*) dan nilai *Tolerance*. Kriteria yang digunakan adalah:

1. Jika nilai $VIF > 10$ dan nilai $Tolerance < 0.10$ maka terjadi multikolinearitas.
2. Jika nilai $VIF < 10$ dan nilai $Tolerance > 0.10$, maka tidak terjadi multikolinearitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda memerlukan pengujian secara serempak dengan menggunakan F hitung. Signifikansi ditentukan dengan membandingkan F hitung dengan F tabel atau melihat signifikansi pada output SPSS. Dalam beberapa kasus dapat terjadi bahwa secara simultan (serempak) beberapa variabel mempunyai pengaruh yang signifikan, tetapi secara parsial tidak (Perdana, 2016).

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Menurut Priyatno (2018) Uji t ini diperlukan dengan tujuan memperoleh informasi terkait di dalam model regresi dari variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Adapun rumus untuk t hitung pada analisis regresi sebagai berikut:

$$t \text{ hitung} = \frac{B_i}{S_{b_i}}$$

Dimana:

- b_i = Koefisien regresi variabel i
 s_{b_i} = Standar eror variabel i

Uji Simultan (Uji F)

Menurut Priyatno (2014) Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat. Signifikan berarti hubungan yang terjadi dapat berlaku untuk populasi. Hasil dari Uji F dilihat dalam tabel ANOVA dalam kolom sig.

Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Priyatno (2014) Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen yaitu secara serentak terhadap variabel dependen. Koefisien ini digunakan seberapa besar persentase variasi variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi variabel dependen. R^2 sama dengan 0, maka tidak ada sedikitpun persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen, atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikit pun variasi variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Suatu instrumen bisa dikatakan valid apabila r hitung $>$ r tabel, maupun kebalikannya apabila r hitung $<$ r tabel sehingga instrumen tersebut bisa dikatakan tidak valid. Dalam hal ini menggunakan pengujian korelasi pearson, r tabel dari 366 responden adalah 0,102. Jadi r tabelnya adalah 0,102. Hasil uji validitas adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Marketing Mix

Butir Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Produk (<i>Product</i>) (X_1)			
X1.1	0,786	0,102	Valid
X1.2	0,901	0,102	Valid
X1.3	0,915	0,102	Valid
X1.4	0,875	0,102	Valid
X1.5	0,941	0,102	Valid
X1.6	0,903	0,102	Valid
X1.7	0,853	0,102	Valid
Harga (<i>Price</i>) (X_2)			
X2.1	0,920	0,102	Valid
X2.2	0,923	0,102	Valid
X2.3	0,919	0,102	Valid
X2.4	0,919	0,102	Valid
Tempat (<i>Place</i>) (X_3)			
X3.1	X3.1	X3.1	X3.1
X3.2	X3.2	X3.2	X3.2
X3.3	X3.3	X3.3	X3.3
X3.4	X3.4	X3.4	X3.4
X3.5	X3.5	X3.5	X3.5
X3.6	X3.6	X3.6	X3.6
Promosi (<i>Promotion</i>) (X_4)			
X4.1	X4.1	X4.1	X4.1
X4.2	X4.2	X4.2	X4.2
X4.3	X4.3	X4.3	X4.3
X4.4	X4.4	X4.4	X4.4

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2022)

Berdasarkan tabel diatas semua pernyataan dinyatakan valid. Hal ini dikarenakan r hitung $>$ r tabel dengan demikian maka dapat disimpulkan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Nasabah

Butir Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Keputusan Nasabah (Y)			
Y1	0,912	0,102	Valid
Y2	0,902	0,102	Valid
Y3	0,860	0,102	Valid
Y4	0,853	0,102	Valid
Y5	0,937	0,102	Valid
Y6	0,895	0,102	Valid
Y7	0,910	0,102	Valid
Y8	0,886	0,102	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2022)

Berdasarkan tabel diatas semua pernyataan dinyatakan valid. Hal ini dikarenakan r hitung > r tabel dengan demikian maka dapat disimpulkan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Uji Reliabilitas

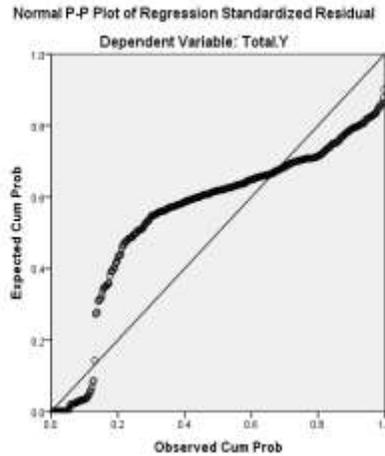
Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach hitung	Cronbach alpha	Keterangan
X1	0,952	0,60	Reliabel
X2	0,940	0,60	Reliabel
X3	0,930	0,60	Reliabel
X4	0,880	0,60	Reliabel
Y	0,964	0,60	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2022)

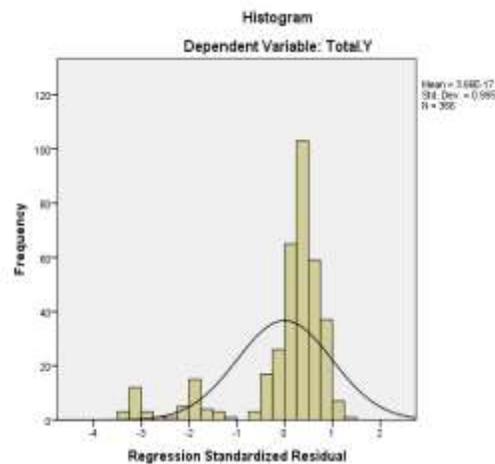
Berdasarkan tabel di atas semua pernyataan dinyatakan reliabel. Hal ini dikarenakan nilai *Cronbach* hitung untuk variabel marketing mix (X) dan keputusan nasabah(Y) lebih besar dari nilai *Cronbach* alpha yaitu 0,60. Jadi, berdasarkan tabel tersebut maka disimpulkan bahwa dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas



Gambar 5. Hasil Uji Normalitas P-P Plot
Sumber: Hasil Pengolahan Data (2022)

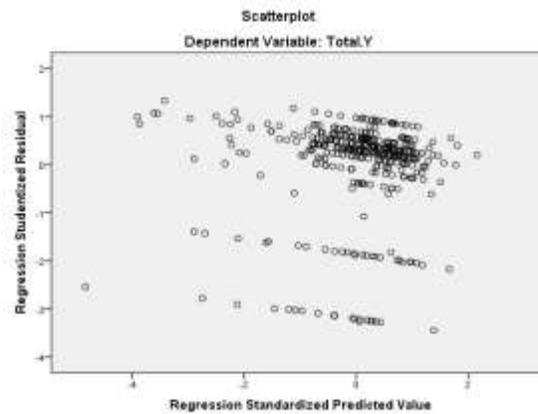
Berdasarkan gambar tersebut diperoleh titik plot berada didekat garis diagonal dan tidak menyebar jauh dari garis diagonal. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat disimpulkan, data penelitian ini berdistribusi secara normal dan dapat dilanjutkan untuk uji selanjutnya.



Gambar 6. Hasil Uji Normalitas Histogram
Sumber: Hasil Pengolahan Data (2022)

Berdasarkan gambar tersebut bahwa kurva kemencengan dari grafik histogram tidak terlalu jauh mengarah kekanan atau kekiri dan lengkungan puncak sejajar dengan 0. Jadi dapat disimpulkan, data penelitian ini berdistribusi normal dan baik untuk digunakan dalam penelitian selanjutnya.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 7. Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2022)

Berdasarkan gambar terlihat bahwa taburan titik-titik berada di atas dan di bawah 0 pada sumbu Y hasil uji heteroskedastisitas pada penelitian ini menunjukkan bahwa terjadinya homokedastisitas dan dapat digunakan untuk penelitian.

Uji Multikolinearitas

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1 (Constant)	24.469	3.672			6.663	.000		
Produk	-.044	.063	-.036	-.699	.485	.997	1.003	
Harga	.049	.105	.024	.468	.640	.984	1.016	
Tempat	.206	.085	.128	2.413	.016	.962	1.039	
Promosi	.219	.139	.083	1.575	.116	.979	1.021	

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2022)

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa variabel produk memiliki nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 yaitu 0,997 dan nilai VIF lebih kecil dari 10,00 yaitu 1,003. Variabel harga memiliki nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 yaitu 0,984 dan nilai VIF lebih kecil dari 10,00 yaitu 1,016. Variabel tempat memiliki nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 yaitu 0,962 dan nilai VIF lebih kecil dari 10,00 yaitu 1,039. Dan variabel promosi memiliki nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 yaitu 0,979 dan nilai VIF lebih kecil dari 10,00 yaitu 1,021. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas.

Analisis Regresi Linear Berganda

**Tabel 7. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda
 Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	24.469	3.672		6.663	.000
Produk	-.044	.063	-.036	-.699	.485
Harga	.049	.105	.024	.468	.640
Tempat	.206	.085	.128	2.413	.016
Promosi	.219	.139	.083	1.575	.116

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2022)

Adapun persamaan regresi yang didapatkan berdasarkan Tabel 4.13 adalah sebagai berikut:
 $Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$

$$Y = 24,469 + -0,044 X_1 + 0,049 X_2 + 0,206 X_3 + 0,219 X_4$$

Dari persamaan regresi tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. $b_1 = 0,044$, artinya keputusan nasabah akan meningkat sebesar 0,044 satuan untuk setiap tambahan satu satuan X_1 (Produk). Jadi apabila produk mengalami peningkatan 1 satuan, maka keputusan nasabah akan meningkat sebesar 0,044 satuan dengan asumsi variabel yang lainnya dianggap konstan.
2. $b_2 = 0,049$, artinya keputusan nasabah akan meningkat sebesar 0,049 satuan untuk setiap tambahan satu satuan X_2 (Harga), Jadi apabila harga mengalami peningkatan 1 satuan, maka keputusan nasabah akan meningkat sebesar 0,049 satuan dengan asumsi variabel yang lainnya dianggap konstan.
3. $b_3 = 0,206$, artinya keputusan nasabah akan meningkat sebesar 0,206 satuan untuk setiap tambahan satu satuan X_3 (Tempat), Jadi apabila tempat mengalami peningkatan 1 satuan, maka keputusan nasabahkan meningkat sebesar 0,206 satuan dengan asumsi variabel yang lainnya dianggap konstan.

4. $b_4 = 0,219$, artinya keputusan nasabah akan meningkat sebesar 0,219 satuan untuk setiap tambahan satu satuan X_4 (Promosi), Jadi apabila promosi mengalami peningkatan 1 satuan, maka keputusan nasabah akan meningkat sebesar 0,219satuan dengan asumsi variabel yang lainnya dianggap konstan.

Uji Hipotesis
Uji Parsial (Uji t)

Tabel 8. Hasil Pengujian Parsial (Uji t)

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	24.469	3.672		6.663	.000	
	Produk	-.044	.063	-.036	-.699	.485	.997
	Harga	.049	.105	.024	.468	.640	.984
	Tempat	.206	.085	.228	2.413	.016	.962
	Promosi	.219	.139	.083	1.575	.116	.979

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2022)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas yaitu Produk (X_1), Harga (X_2), Tempat (X_3) dan Promosi (X_4) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Keputusan Nasabah). Dapat juga dikatakan jika t hitung $>$ t tabel atau $-t$ hitung $<$ $-t$ tabel maka hasilnya signifikan dan berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Sedangkan jika t hitung $<$ t tabel atau $-t$ hitung $>$ $-t$ tabel maka hasilnya tidak signifikan dan berarti H_0 diterima dan H_a ditolak.

Berdasarkan tabel tersebut diperoleh hasil sebagai berikut :

- Hasil uji t antara X_1 (Produk) dengan Y (Keputusan Nasabah) menunjukkan t hitung = -0,699. Sedangkan t Tabel ($\alpha = 0.05$; db residual = 361) adalah sebesar 1,97. Karena t hitung $<$ t tabel yaitu -0,699. $<$ 1,97 atau nilai sig t (0,485) $>$ $\alpha = 0.05$ maka pengaruh X_1 (Produk) terhadap keputusan nasabah adalah tidak signifikan. Hal ini berarti Hipotesis 1 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa keputusan nasabah tidak dapat dipengaruhi secara signifikan oleh produk.
- Hasil uji t antara X_2 (Harga) dengan Y (Keputusan Nasabah) menunjukkan t hitung = 0,468. Sedangkan t Tabel ($\alpha = 0.05$; db residual = 361) adalah sebesar 1,97. Karena t hitung $<$ t tabel yaitu 0,468. $<$ 1,97 atau nilai sig t (0,640) $>$ $\alpha = 0.05$ maka pengaruh X_2 (Harga) terhadap keputusan nasabah adalah tidak signifikan. Hal ini berarti Hipotesis 2 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa keputusan nasabah tidak dapat dipengaruhi secara signifikan oleh harga.
- Hasil uji t antara X_3 (Tempat) dengan Y (Keputusan Nasabah) menunjukkan t hitung = 2,413. Sedangkan t Tabel ($\alpha = 0.05$; db residual = 361) adalah sebesar 1,97. Karena t hitung $>$ t tabel yaitu 2,413 $>$ 1,97 atau nilai sig t (0,016) $<$ $\alpha = 0.05$ maka pengaruh X_3 (Tempat) terhadap keputusan nasabah adalah signifikan. Hal ini berarti Hipotesis 3 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa keputusan nasabah dapat dipengaruhi secara signifikan oleh tempat.
- Hasil uji t antara X_4 (Promosi) dengan Y (Keputusan Nasabah) menunjukkan t hitung = 1,575. Sedangkan t Tabel ($\alpha = 0.05$; db residual = 361) adalah sebesar 1,97. Karena t hitung $<$ t tabel

yaitu $1,575 < 1,97$ atau nilai sig t (0,116) $> \alpha = 0.05$ maka pengaruh X4 (Promosi) terhadap keputusan nasabah adalah tidak signifikan. Hal ini berarti Hipotesis 4 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa keputusan nasabah tidak dapat dipengaruhi secara signifikan oleh promosi.

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 9. Hasil Pengujian Simultan (Uji F)
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	586.559	4	146.640	2.648	.033 ^b
Residual	19990.700	361	55.376		
Total	20577.260	365			

a. Dependent Variable: Total.Y

b. Predictors: (Constant), Total.X4, Total.X1, Total.X2, Total.X3

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2022)

Pengujian F atau pengujian model digunakan untuk mengetahui apakah hasil dari analisis regresi signifikan atau tidak, dengan kata lain model yang diduga tepat/sesuai atau tidak. Jika hasilnya signifikan, maka H0 ditolak dan Ha diterima. Sedangkan jika hasilnya tidak signifikan, maka H0 diterima dan Ha ditolak. Berdasarkan Tabel 4.15 nilai F hitung sebesar 2,648. Sedangkan F Tabel ($\alpha = 0.05$; db regresi = 4; db residual = 361) adalah sebesar 2,40. Karena F hitung $>$ F Tabel yaitu $2,648 > 2,40$ atau nilai sig F (0,033) $< \alpha = 0.05$ maka model analisis regresi adalah signifikan. Hal ini berarti H0 ditolak dan Ha diterima atau Hipotesis 5 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel terikat (Keputusan Nasabah) dapat dipengaruhi secara signifikan oleh variabel bebas yaitu Produk (X1), Harga (X2), Tempat (X3) Dan Promosi (X4).

Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)
Model Summary^b

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
.169 ^a	.029	.018	7.441

a. Predictors: (Constant), Total.X4, Total.X1, Total.X2, Total.X3

b. Dependent Variable: Total.Y

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2022)

Berdasarkan tabel di atas bisa dilihat bahwa besar Adjusted R Square 0,018 atau 1,8% maka bisa dikatakan bahwa variabel X yaitu *marketing mix* memengaruhivariabel Y yaitu keputusan nasabah sebesar 1,8% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar dari penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Nasabah

Pada penelitian ini berdasarkan jawaban responden terhadap kuesioner yang telah diberikan maka hasil deskripsi variabel rata-rata yang telah diperoleh dari variabel Produk (*Product*) sebesar 4,018. Selanjutnya skor tertinggi 4,16 terdapat pada pernyataan “Jenis produk yang ditawarkan sangat bervariasi”. Hal ini menunjukkan bahwa berbagai macam jenis produk murabahah yang ditawarkan sangat bermacam-macam yang dapat digunakan oleh nasabah. Kemudian bobot skor paling kecil terdapat pada pernyataan “Saya mengetahui dengan pasti terkait desain produk yang akan saya miliki” dengan nilai sebesar 3,92.

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan peneliti menggunakan software *Statistical Package for Social Science* (SPSS) versi 22, diperoleh nilai Sig. sebesar $0,485 > 0,05$ dan nilai t hitung $-0,699 < t$ tabel 1,97. Hal ini menunjukkan bahwa H1 ditolak dan H0 diterima, artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh produk (*product*) terhadap keputusan nasabah.

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Nasabah

Pada penelitian ini berdasarkan jawaban responden terhadap kuesioner yang telah diberikan maka hasil deskripsi variabel rata-rata yang telah diperoleh dari variabel Harga (*Price*) sebesar 4,1. Selanjutnya skor tertinggi 4,15 terdapat pada pernyataan “Saya mengetahui bahwa harga produk yang ditawarkan dari Bank yang saya gunakan dengan Bank lain berbeda dan bersaing dengan satu jenis produk yang sama”. Hal ini menunjukkan bahwa dalam hal harga, produk yang ada sangat bersaing ke Bank lainnya. Kemudian bobot skor paling kecil terdapat pada pernyataan “Saya memilih produk yang ada karena harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang diberikan” dengan nilai sebesar 4,06. Selanjutnya berdasarkan hasil analisis yang dilakukan peneliti menggunakan software *Statistical Package for Social Science* (SPSS) versi 22, diperoleh nilai Sig. sebesar $0,640 > 0,05$ dan nilai t hitung $0,468 < t$ tabel 1,97. Hal ini menunjukkan bahwa H2 ditolak dan H0 diterima, artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh harga (*price*) terhadap keputusan nasabah.

Pengaruh Tempat Terhadap Keputusan Nasabah

Pada penelitian ini berdasarkan jawaban responden terhadap kuesioner yang telah diberikan maka hasil deskripsi variabel rata-rata yang telah diperoleh dari variabel Tempat (*Place*) sebesar 4,13. Selanjutnya skor tertinggi 4,23 terdapat pada pernyataan “Lokasi Bank sangat dekat dengan jalan raya sehingga dapat mempermudah saya dalam mengaksesnya”. Hal ini menunjukkan bahwa tempat atau lokasi Bank berada dekat jalan raya tentunya memberikan keuntungan yang sangat baik karena nasabah dapat dengan mudah menemukan Bank ini. Kemudian bobot skor paling kecil terdapat pada pernyataan “Pilihan tempat atau lokasi Bank sangat mudah dijangkau” dengan nilai sebesar 4,06.

Selanjutnya berdasarkan hasil analisis yang dilakukan peneliti menggunakan software *Statistical Package for Social Science* (SPSS) versi 22, diperoleh nilai Sig. sebesar $0,016 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,413 > t$ tabel 1,97. Hal ini menunjukkan bahwa H3 diterimadan H0 ditolak, artinya secara parsial terdapat pengaruh tempat (*place*) terhadap keputusan nasabah. Artinya, semakin mempermudah nasabah dalam mengakses lokasi atau tempat Bank yang dituju tentunya akan semakin membuat nasabah nyaman dalam melakukan perjalanan menuju Bank.

Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Nasabah

Pada penelitian ini berdasarkan jawaban responden terhadap kuesioner yang telah diberikan maka hasil deskripsi variabel rata-rata yang telah diperoleh dari variabel Promosi (*Promotion*) sebesar 4,15. Selanjutnya skor tertinggi 4,17 terdapat pada pernyataan “Saya mengetahui tentang berbagai macam produk berdasarkan promosi langsung yang dilakukan”. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah mengetahui produk pembiayaan murabahah berdasarkan promosi yang dilakukan oleh pihak Bank. Kemudian bobot skor paling kecil terdapat pada pernyataan “Dalam melakukan promosi, pihak Bank menjalin hubungan yang baik dengan lingkungan sekitar” dengan nilai sekitar 4,14. Selanjutnya berdasarkan hasil analisis yang dilakukan peneliti menggunakan software *Statistical Package for Social Science* (SPSS) versi 22, diperoleh nilai Sig. sebesar $0,116 > 0,05$ dan nilai t hitung $1,575 < t$ tabel 1,97. Hal ini menunjukkan bahwa H4 ditolak dan H0 diterima, artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh promosi (*promotion*) terhadap keputusan nasabah.

Pengaruh Produk, Harga, Tempat dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah

Berdasarkan hasil uji simultan (uji f), diperoleh nilai sebesar $0,033 < 0,05$ dan f hitung 2.648 > f tabel 2,40. Hal ini menunjukkan bahwa H5 diterima dan H0 ditolak, artinya secara simultan terdapat pengaruh marketing mix terhadap keputusan nasabah dalam melakukan pembiayaan murabahah pada PT. Bank Riau Kepri Syariah (Perseroda) Cabang Tanjungpinang II dengan nilai Adjusted R Square sebesar 0,018. Hal ini dapat diartikan bahwa seluruh variabel bebas dalam penelitian ini mempengaruhi keputusan nasabah dalam melakukan pembiayaan murabahah pada PT. Bank Riau Kepri Syariah (Perseroda) Cabang Tanjungpinang II sebesar 1,8%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel bebas lainnya yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan menguji hipotesis untuk mengetahui pengaruh *marketing mix* yang terdiri atas produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*) dan promosi (*promotion*) terhadap keputusan nasabah secara parsial dan simultan pada PT Bank Riau Kepri Syariah (Perseroda) Cabang Tanjungpinang II. Berdasarkan hasil uji data yang telah dilaksanakan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel produk (*product*) (X1) tidak berpengaruh secara parsial, positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah (Y). Artinya semakin baik produk pada PT Bank Riau Kepri Syariah (Perseroda) Cabang Tanjungpinang II tidak ada pengaruhnya terhadap keputusan nasabah dalam melakukan pembiayaan murabahah.
2. Variabel harga (*price*) (X2) tidak berpengaruh secara parsial, positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah (Y). Artinya semakin baik harga (*price*) PT Bank Riau Kepri Syariah (Perseroda) Cabang Tanjungpinang II tidak berpengaruh keputusan nasabah dalam melakukan pembiayaan murabahah.
3. Variabel tempat (*place*) (X3) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah (Y). Artinya semakin baik tempat (*place*) PT Bank Riau Kepri Syariah (Perseroda) Cabang Tanjungpinang II maka semakin meningkat juga keputusan nasabah melakukan pembiayaan murabahah.
4. Variabel promosi (*promotion*) (X4) tidak berpengaruh secara parsial, positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah (Y). Artinya semakin baik promosi (*promotion*) PT Bank Riau Kepri

Syariah (Perseroda) Cabang Tanjungpinang II tidak berpengaruh keputusan nasabah dalam melakukan pembiayaan murabahah.

5. Variabel produk (*product*) (X1), harga (*price*) (X2), tempat (*place*) (X3) dan promosi (*promotion*) (X4) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah (Y). Artinya semakin baik produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*) dan promosi (*promotion*) PT Bank Riau Kepri Syariah (Perseroda) Cabang Tanjungpinang II maka semakin meningkat juga keputusan nasabah dalam melakukan pembiayaan murabahah.

Saran

Penyusunan karya tulis ini masih banyak kekurangan dan jauh dari sempurna, agar peneliti-peneliti selanjutnya dapat lebih menyempurnakan dengan lebih baik lagi.

REFERENSI

- Juliandi, A., Irfan, & Manurung, S. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis (Konsep & Aplikasi)* (Cetakan Pe). UMSU PRESS.
- Kadir, S., & Basri, M. A. (2021). Strategi Pemasaran Amanah Finance Cabang Bulukumba Dalam Meningkatkan Pembiayaan Murabahah. *Kodifikasia*, 15(2), 243–260. <https://doi.org/10.21154/kodifikasia.v15i2.2277>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran*. PT. Gelora Aksara Pratama.
- Perdana, E. (2016). Olah Data Skripsi Dengan SPSS 22. In *Lab Kom Manajemen Fe Ubb*.
- Priyatno. (2014). *SPSS 22 Pengola Data Terpraktis*. Andi.
- Priyatno, D. (2018). *SPSS Panduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa dan Umum*. Andi Publisher.
- Nurhayati, N., Ratnasari, S.L., Widyanti, R. (2021). Pengaruh Motivasi Dan Disiplin Terhadap Prestasi Kerja Karyawan. *Jurnal Manajemen, Organisasi Dan Bisnis (JMOB)*. 1 (3), 465-480.
- Nurdin, Ihsan., SL Ratnasari, HW Nasrul. (2020). Pengaruh Komitmen Organisasional, Motivasi, Kemampuan Kerja, Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT. Austin Engineering Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Universitas Islam Syekh Yusuf*. 1 (1), 524-533.
- Nasution, PLM., Ratnasari, Sri Langgeng., Tibrani, T. (2023). Pengaruh Kepribadian, Kualitas Sumber Daya Manusia, Orientasi Kerja, Dan Pengawasan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan PT. Cicor Panatec Batam. *Jurnal Bening*. Vol. 10. No. 1. Hal. 33-44.
- Pramesti, A.W., Ratnasari, S.L., Sutjahjo, G., Nugrahani, F., Safitri, D.E. (2021). Analisis Kebijakan ekspor Benih Lobster Berdasarkan Prinsip Pembangunan Berkelanjutan. *Jurnal Dimensi*. 10 (3), 600-607.
- Prasetyo, E. J., Ratnasari, S. L., dan Hakim, L. (2020). Analisis Gaya Kepemimpinan, Budaya Organisasi, Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan. *Jurnal Dimensi*. Vol. 9. No. 2., Juli 2020. Hal. 186-201.
- Ratnasari, S. L., Buulolo, M., dan Nasrul, H. N. (2020). Analisis Karakteristik Individu, Lingkungan Kerja, Iklim Organisasi, Motivasi, Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Manajemen dan Organisasi Review (MANOR)*. Vol. 2. No. 1., Mei 2020. Hal. 15-25.

- Ratnasari, S. L., Rahmawati., Haryani, D. S., Tanjung, R., and Basuki. (2020). Workplace Bullying Causing Negative Employee Behaviors: A Case From Indonesian Banking Sector. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*. Vol. 10 Issue 2, February 2020. ISSN: 2201-1315.
- Ratnasari, S. L., dan Septiani, M. (2020). Pengaruh Kepribadian, Orientasi Kerja, Dan Penempatan Terhadap Kinerja Pegawai. *Journal Of Global Business and Management Review*. Vol. 2. No. 1., Juli 2020. Hal. 41-48.
- Ratnasari, S. L., and Lestari, L. (2020). Effect of Leadership Style, Workload, Job Insecurity on Turnover Intention. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*. Vol. 10 Issue 2, April 2020. ISSN: 2201-1315.
- Ratnasari, S. L., Sutjahjo, G., and Adam. (2020). The Employee's Performance: Job Satisfaction of the Organizational Culture and the Leadership Styles. *International Journal of Advance Science and Technology*. Vol. 29 No. 10S. (2020). Pp. 93-106. ISSN: 2005-4238.
- Ratnasari, S. L., Nasrul, H. W., Nurdin, I., Susilowati, Y., and Manurung, S. (2020). Employee Performance: Organizational Commitment, Motivation, Work Ability, and Work Environment. *International Journal of Advance Science and Technology*. Vol. 29 No. 10S. (2020). Pp. 1074-1084. ISSN: 2005-4238.
- Ratnasari, S. L., Fitri, D., Zulkifli., Nasrul, H. W., dan Supardi. (2020). Analisis Manajemen Perubahan, Kepemimpinan Transformasional, Struktur Organisasi, Budaya Organisasi, Dan Disiplin Kerja Terhadap kinerja Karyawan. *Jurnal Benefita*. Vol. 5 No. 2. Juli 2020. Hal. 225-237.
- Ratnasari, S. L., dan Siregar, D. (2020). Bagaimana Upaya Meningkatkan Kinerja Guru? *Jurnal Bening*. Vol. 7. No. 1. Tahun 2020. Hal. 119-125.
- Ratnasari, SL., VR Letsoin, G Sutjahjo, W Ismanto. (2020). Pengaruh Keterlibatan Karyawan, Loyalitas Kerja, Dan Kerjasama Tim Terhadap Kinerja Karyawan. *Prosiding Seminar Nasional Universitas Islam Syekh Yusuf*. 1 (1), 284-289
- Ratnasari, SL., A Tanzila. (2020). Model Pembelajaran, Profesionalisme Guru Dan Kualitas Pelayanan Sebagai Prediktor Terhadap Kepuasan Orangtua Pada Sekolah Dasar Hang Nadim Malay School Batam. *Cahaya Pendidikan*. 6 (2).
- Ratnasari, SL., S Aidah. (2020). Pengaruh Pelatihan, Pengembangan Karir, Dan Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan PT. Telekomindo Primakarya. *Jurnal Trias Politika*. 4 (2), 122-135.
- Ratnasari, SL., K Kusumayanti, L Hakim. (2020). Pengaruh Motivasi Kerja, Disiplin Kerja, Lingkungan Kerja, Dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Pegawai Negeri Sipil Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Daerah Pemerintah Kota Batam. *Jurnal Bening*. 7 (2), 36-50.
- Ratnasari, SL., OA Thiyarara. (2020). Pengaruh Hard Skill, Soft Skill, Dan Pelatihan Terhadap Produktivitas Pegawai Peserta Pelatihan. *Jurnal Bening*. 7 (2), 79-90.
- Ratnasari, SL., EJ Prasetyo, L Hakim. (2020). The Effect of Organizational Commitment, Organizational Culture, Work Environment, and Leadership Style on Job Satisfaction. *Enrichment: Journal of Management* 11 (1, November), 57-62.
- Ratnasari, SL., S Supardi, HW Nasrul. (2020). Kecerdasan Intelektual, Kecerdasan Emosional, Kecerdasan Spiritual, Dan Kecerdasan Linguistik Terhadap Kinerja Karyawan. *Journal Of Applied Business Administration*. 4 (2), 98-107.

- Ratnasari, S.L., HW Nasrul, I Nurdin, Y Susilowati, EN Susanti. (2020). *Manajemen Kinerja Karyawan*. Mataram: Penerbit Forum Pemuda Aswaja 1, 160.
- Ratnasari, S.L., M Septiani. (2020). Pengaruh Kepribadian, Orientasi Kerja, Dan Penempatan Terhadap Kinerja Pegawai. *Journal of Global Business and Management Review*. 2 (1), 41-48.
- Ratnasari, S.L., Sinaga E.P., Hadi, M.A. (2021). Pengaruh Pelatihan, Kompetensi, Disiplin Kerja, Komitmen Organisasional, Dan stress Kerja Terhadap Kinerja Aparatur Sipil Negara. *Jurnal Trias Politika*. 5(2). 128-140.
- Ratnasari, S.L., Susanti, S.N., Munzir, T., Tanjung, R., Sutjahjo, G. (2021). Peranan Manajemen Untuk Pengembangan Karir Dosen. *Jurnal Bening*. 8(1), 159.
- Ratnasari, S.L., Sutjahjo, G. (2021). Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Budaya Organisasi, Motivasi, Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai. *Jurnal Manajemen, Organisasi Dan Bisnis (JMOB)*. 1 (4), 593-602.
- Ratnasari, S.L., Girsang, MMMB., Ariyani, Y. (2021). Analisis Kepemimpinan, Lingkungan Kerja, Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Guru. *Jurnal Bening*. 8 (2), 189-202.
- Ratnasari, S. L., Rahmawati, R., Ramadania, R., Darma, D.C., Sutjahjo, G. (2021). Ethical Work Climate In Motivation and Moral Awareness Perspective: The Dilemma by The Covid-19 Crisis? *Public Policy and Administration*. 20 (4), pp. 398-409.
- Ratnasari, S. L., Wulandari, S., Hadi, M. A. (2022). Pengaruh Perceived Organizational Support, Human Relation, Kompetensi, Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Dimensi*. 11 (1), 115-126.
- Ratnasari, S. L., Sari, W.N., Siregar, Y., Susanti, E.N., Sutjahjo, G. (2022). Pengaruh Kecerdasan Intelektual, Kecerdasan Emosional, Dan Kecerdasan Spiritual Terhadap Tingkat Pemahaman Akuntansi Pada Mahasiswa Di Kota Batam. *Proseding of National Conference on Accounting & Finance* 4, 440-448.
- Robbins (2016). *Manajemen Penilaian Kinerja Karyawan*, Gaya Media.
- Rivaldo, Y., Ratnasari, S.L. (2020). Pengaruh Kepemimpinan Dan disiplin Terhadap Kepuasan Kerja Serta Dampaknya Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Dimensi*. 9 (3), 505-515.
- Shariyani, S., Ratnasari, S.L., Hakim, L. (2022). Pengaruh Budaya Organisasi, Kepemimpinan, Komitmen Organisasional, Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Negeri Sipil (PNS) Sekretariat daerah Provinsi Kepulauan Riau. *Jurnal Manajemen, Organisasi Dan Bisnis*. Vol. 2. No. 3. Hal. 371-386.
- Saputra, R. D., Ratnasari, S.L., dan Tanjung, Rona. (2020). Pengaruh Manajemen Talenta, Perencanaan SDM, Dan Audit SDM Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Trias Politika*. Vol. 4., No.1. Hal. 90-99.
- Sinaga, ERH., SL Ratnasari, Z Zulkifli. (2020). Pengaruh Budaya Organisasi, Lingkungan Kerja, Transfer Ilmu, Dan Penerapan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Manajerial. *Jurnal Dimensi*. 9 (3), 412-443.
- Sinaga, E.P., Ratnasari, S.L., Hadi, M.A. (2021). Pengaruh Pelatihan, Kompetensi, Disiplin Kerja, Komitmen Organisasional Dan Stres Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Negeri Sipil. *Jurnal Equilibiria*. 8 (2).
- Siyoto, Sandu dan Ali Sodik. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta:Literasi Media Publishing
- Sondang P. Siagian. 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Bumi Aksara.

- Solehah, S., dan Ratnasari, S. L. (2019). Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Beban Kerja, Job Insecurity Terhadap Turnover Intention Karyawan PT. Federal Internasional Finance Cab Batam. *Jurnal Dimensi*. Vol.8. No.2. Hal. 210-239.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sudarmanto. (2014). *Kinerja dan Pengembangan kompetensi SDM*. Kedua. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Sukmawati, E., SL Ratnasari, Z Zulkifli. (2020). Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Komunikasi, Pelatihan, Etos Kerja, Dan Karakteristik Individu Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Dimensi*. 9 (3), 461-479.
- Subandi, S., Ratnasari, SL., Nasrul, HW., Munzir, T., Ciptono, C., Arianto, D. (2023). Pengaruh Disiplin Kerja, Kompetensi, Penghargaan, Dan remunerasi Terhadap Kinerja Pegawai. *Jurnal Dimensi*. Vol. 12. No. 1. Hal. 325-336.
- Supardi, SL Ratnasari, HW Nasrul. (2020). Pengaruh Kecerdasan Intelektual, Kecerdasan Emosional, Kecerdasan Spiritual, Dan Kecerdasan Linguistik Terhadap Kinerja Karyawan D'Merlion Hotel Batam. *Prosiding Seminar Nasional Universitas Islam Syekh Yusuf*. 1 (1), 363-369.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Pustaka Baru Press.
- Sujarweni, W. V. (2014). *Metode Penelitian : Lengkap, Praktis, dan Mudah dipahami*. Pustaka Baru Press
- Susanti, E.N., Ratnasari, S.L., Manalu, F.M., Pasaribu, A.K. (2021). Pengaruh Beban Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Manajemen, Organisasi Dan Bisnis (JMOB)*. 1 (2), 171-181.
- Susanti, E.N., Alamin, R., Ratnasari, S.L. (2021). Pengaruh Komunikasi, Pelatihan Dan Kreativitas Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Dimensi*. 10 (2), 346-362.
- Susilowati, Y., SL Ratnasari, HW Nasrul. (2020). Pengaruh Kompetensi, Komunikasi, Budaya Organisasi, Dan Pelatihan Terhadap Kinerja Perawat Di Rumah Sakit Awal Bros Batam. *Prosiding Seminar Nasional Universitas Islam Syekh Yusuf*. 1 (1), 628-635.
- Susilowati, Y., SL Ratnasari, HW Nasrul. (2020). Pengaruh Kompetensi, Komunikasi, Budaya Organisasi, Dan Pelatihan Terhadap Kinerja Perawat. *Jurnal Dimensi*. 9 (3), 397-411.