

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Obyek Umum Penelitian

1. Profil BMT Istiqomah

Cikal bakal BMT Istiqomah adalah sebuah kelompok Swadaya Ekonomi Rakyat (SER). BMT Istiqomah didirikan pada tanggal 3 Maret 2001 yang dibidani oleh 36 orang pendiri. Pada tanggal 4 Juni 2001 BMT Istiqomah diresmikan operasionalnya oleh Direktur Pinbuk Tulungagung dengan sertifikat binaan Pusat Inbukasi Bisnis Usaha Kecil (PINBUK) Tulungagung Nomor : 0101 / 52000 / PINBUK / VI / 2001.1

Pada awal operasionalnya BMT Istiqomah hanya bermodalkan dana Rp. 15.000.000,00 yang dihimpun dari para anggota. Dengan segala kekurangan dan keterbatasannya BMT Istiqomah dapat berjalan dengan baik dan berkembang dengan pesat. Yang selanjutnya berkat dukungan seluruh anggota dan pihak Kantor Koperasi dan UKM maka terwujudlah keinginan untuk berbadan hukum koperasi dengan diterbitkan SK Nomor : 188.2/32/BH/424.75/2002 Tanggal 17 Mei 2002.2 Dengan badan hukum koperasi memungkinkan BMT Istiqomah untuk memperluas layanan dengan membuka unit-unit usaha baru, walaupun sampai hari yang dimiliki masih Unit Simpan Pinjam yang berupa BMT. Setelah mengantongi badan hukum koperasi, BMT

Istiqomah menapaki babak baru dengan semakin meluasnya jangkauan wilayah pelayanan. Oleh karena itu, pengurus mengupayakan pendirian kantor cabang BMT. Maka pada bulan Nopember 2002 berhasil didirikan kantor cabang yang berada di kawasan Bago, Tulungagung yang diresmikan pada tanggal 4 Nopember 2002 oleh Direktur pelaksana Pinbuk Tulungagung.

Dalam RAT tanggal 9 Mei 2003 forum menyetujui membangun kantor BMT dengan langkah pertamanya yaitu pembebasan lahan seluas 315 M². Maka ritual peletakan batu pertama segera dilaksanakan, yaitu pada tanggal 5 Juli 2003 oleh KH. Muhsin Ghozali selaku ketua dewan Pengawas Komsyah Istiqomah.³ Tepat dalam jangka tahun satu tahun, dan tanpa mengganggu keuangan BMT, sebuah kantor yang cukup representatif berhasil di wujudkan. Peresmian diselenggarakan pada tanggal 24 juli 2004 oleh Bupati Tulungagung Bapak Ir. Heru Tjahjono, MM.

2. Visi dan Misi BMT Istiqomah

a. Visi

Visi adalah cara pandang atau obsesi terhadap sesuatu. Maka dalam pengertian ini visi yang dikembangkan oleh Komsyah Istiqomah adalah:

1. Koperasi adalah sokoguru perekonomian nasional yang harus terus menerus dikembangkan.

2. Koperasi diharapkan mampu menumbuhkan dan mengembangkan kegiatan ekonomi anggota dan masyarakat.
3. Koperasi Syari'ah diharapkan mampu memberikan warna keagamaan dalam kegiatan ekonomi anggota dan masyarakat.

b. Misi

Misi adalah tujuan yang diemban dari aktivitas tertentu. Dari pengertian ini misi yang diamanatkan kepada Komsyah Istiqomah adalah:

1. Menjadikan Komsyah Istiqomah sebagai lembaga yang secara aktif mensosialisasikan arti penting Koperasi dalam kegiatan ekonomi anggota dan masyarakat.
2. Menciptakan peluang ekonomi, baik melalui pengembangan sektor usaha perkoperasian, penyediaan permodalan, maupun pembinaan usaha anggota dan masyarakat.
3. Berupaya mengimplementasikan konsep-konsep syari'ah dalam kegiatan ekonomi, baik dalam kaitannya dengan kegiatan dan usaha lembaga maupun kegiatan ekonomi dalam masyarakat

3. Kegiatan dan Usaha

a. Prinsip Operasional

Sampai saat ini unit usaha yang dimiliki Komsyah Istiqomah adalah unit simpan pinjam (USP) yang berupa BMT. Kegiatan BMT antara lain adalah simpan pinjam, tetapi berbeda secara prinsip dalam hal operasinya dengan USP konvensional. Kegiatan operasional BMT diatur dengan norma-norma hukum agama dalam hal ini adalah fiqh muamalah. Belum lagi pada kewajiban sosial yang diemban terkait dengan adanya Baitul Maal yang melekat padanya. Oleh karena itu USP konvensional tidak serupa dan tidak sama dengan BMT. Prinsip operasional yang dimaksud adalah sebagai berikut:

1. Tidak menggunakan sistem bunga
2. Prinsip jual beli
3. Prinsip bagi hasil
4. Prinsip non-profit

b. Baitul Maal

Secara harfiah Baitul Maal berarti rumah harta. Keberadaan Baitul Maal pada BMT seharusnya menjadi penunjang keberadaan Baitut Tamwilnya. Sehingga, pembiayaan-pembiayaan yang tidak dapat dilayani oleh Baitut Tamwil dapat tercover oleh Baitul Maal. Dan lebih ideal lagi kalau

Baitul Maal dapat secara aktif memberikan kontribusi terhadap kegiatan sosial kemasyarakatan.

Dengan segala keterbatasannya kegiatan dan usaha yang telah dilaksanakan oleh Baitul Maal BMT Istiqomah adalah:

1. Penghimpunan Dana Zakat, Infaq, dan Shadaqah (ZIS)
2. Pembiayaan Qordhul Hasan
3. Penyembelihan binatang qurban
4. Santunan yatim piatu
5. Sumbangan kepada TPQ Istiqomah
6. Dan sumbangan lain baik kepada Masjid, Mushalla, fakir-miskin dan orang-orang jompo.

c. *Baitut Tamwil*

Secara harfiah Baitut Tamwil berarti rumah pengembangan harta. Dari arti ini dapat dipahami bahwa *Baitut Tamwil* berfungsi sebagai lembaga bisnis. Lembaga ini berfungsi sebagai mediator antara anggota pemilik dana dan anggota yang membutuhkan dana. Oleh karena itu kegiatan dan usaha yang menjadi jangkauan Baitut Tamwil adalah:

1. Penghimpunan dana

Dalam rangka pemupukan modal, salah satu langkah yang ditempuh adalah dengan memberlakukan simpanan, yaitu:

- a. Bentuk Simpanan meliputi :
 - 1. Simpanan Pokok Anggota Koperasi
 - 2. Simpanan Pokok Pembiayaan
 - 3. Simpanan Wajib Anggota
 - 4. Simpanan Pembiayaan
 - 5. Simpanan Wajib Pembiayaan
- b. Penyertaan modal
- c. Simpanan, meliputi: Simpanan Masyarakat Syari'ah (SIMASYA), Simpanan Pendidikan Istiqomah (Simpati), Simpanan Berjangka.
- d. Dana Bergulir Syari'ah

Berdasarkan kepmen Nomor: 74/KEP/M.KUKM/VIII/2004 komsyah Istiqomah Karangrejo memperoleh program perkuatan KSP/USP koperasi pola syariah untuk pemberdayaan Usaha Kecil dan Mikro sejumlah Rp. 50.000.000,00 pada tahun 2005 dan dana Hibah daerah Program Penanggulangan Pengangguran dan Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat (DHD P3PKM) Provinsi Jawa timur Tahun 2008 Rp. 175.000.000,00.

2. Penyaluran Dana

Dari keseluruhan dana yang telah berhasil dihimpun dari masyarakat tersebut, dikembalikan lagi kepada masyarakat yang membutuhkan. Di sinilah arti penting BMT sebagai lembaga keuangan intermediasi, yaitu menjembatani masyarakat yang mempunyai potensi tabungan dan menyalurkannya kepada masyarakat yang memerlukan dialokasikan untuk pembiayaan dengan sistem:

- a. BBA (*Bai' bi Tsaman 'Ajl*)
- b. Murobahah, meliputi: Murabahah plus dan Murabahah Murni
- c. Mudharabah.

4. Struktur Dan Susunan Organisasi

Sebagaimana lazimnya sebuah Koperasi, kekuasaan tertinggi Komsyah Istiqomah terletak pada anggota. Anggotalah yang berhak menentukan kebijakan-kebijakan pokok mengenai bentuk AD/ART, rencana program, rencana anggaran dan belanja, serta menentukan Pengurus dan Pengawas Koperasi. Pada Komsyah Istiqomah, anggota memiliki hak dan kewajiban yang sama, tidak ditentukan oleh besar kecilnya penyertaan modal anggota. Kesetaraan hak dan kewajiban anggota ini diatur dalam Anggaran dasar Komsyah Istiqomah Bab VI pasal 8, 9 dan 10.

Untuk menjalankan roda organisasi, Komsyah Istiqomah dipimpin oleh seorang Ketua, seorang Sekretaris dan seorang Bendahara. Tugas Pengurus yang diamanatkan dalam AD Komsyah Istiqomah Bab X pasal 27 adalah memimpin organisasi dan usaha organisasi, melakukan segala tindakan hukum untuk dan atas nama koperasi, mewakili koperasi di hadapan dan di luar pengadilan.

Dalam menjalankan usaha, Pengurus Komsyah Istiqomah mengangkat Manajer yang disebut Manajer Utama. Manajer Utama inilah yang bertanggung jawab terhadap kegiatan operasional dua kantor unit BMT. Dalam menjalankan tugasnya Manajer Utama dibantu oleh Manajer Unit. Perjalanan Pengurus dalam melaksanakan tugasnya, baik menyangkut pelaksanaan kebijakan maupun pengelolaan usaha dikontrol oleh Pengawas. Kelak, Pengawas akan melaporkan hasil pengawasannya kepada anggota.

Karena Pengurus dipilih oleh anggota, maka segala hasil pekerjaannya, di samping dikontrol oleh Pengawas juga akan di pertanggung jawabkan kepada anggota pada setiap tutup buku dalam fórum RapatAnggotaTahunan. Maka semua hasil kinerja Pengurus dan Pengawas dipulangkan kepada Anggota.

Tabel 4.1
Susunan Pengurus

No	Nama	Alamat	Jabatan
1.	Nursalim, SS..	Jl. Dahlia 09 Karangrejo Tulungagung	Ketua
2.	Adib Makarim, S.Ag.	Tunggulsari Kedungwaru Tulungagung	Sekretaris
3.	Suseno Wardoyo, SE.	Gedangan Karangrejo Tulungagung	Bendahara

Sumber: Data dari RAT BMT Istiqomah

Tabel 4.2
Susunan Pengawas

No	Nama	Alamat	Jabatan
1.	KH. Muhsin Ghozali	Ds. Bolu, Karangrejo Tulungagung	Pengawas Syari'ah
2.	Winarto, S.Ag.	Gendingan Kedungwaru	Pengawas Adm & Keuangan

Sumber: Data dari RAT BMT Istiqomah

Tabel 4.3
Susunan Pengelola

No	Nama	Pend	Alamat	Jabatan
1.	M. Arif Jauhari	S-1	Dsn.Krajan Karangrejo- Tagung	Manajer Utama
2.	Dini Indrawati, A.Md.	D – 3	Dsn. Temon- Sukorejo-T. Agung	Kasir
3.	Dwi Retno H. S.E.	S – 1	Jl. Kapten Kasihin Tulungagung	Kasir
4.	Riska Putri W	S – 1	Ds. Majan	Accounting
5.	Heru Sunarko	SLTA	Jln. Anggrek II Karangrejo- TAGung	Marketing
6.	Mugiono	SLTA	Ds. Sendang – Sendang- T Agung	Marketing
7.	Andi Rosa Wardhana, SE.	S-1	Dsn. Jenglik Sendang- T Agung	Marketing
8.	Sunar	SLTP	Karangrejo- Tulungagung	Kebersihan

Sumber: Data dari RAT BMT Istiqomah

B. Deskripsi Responden

Data deskriptif responden digunakan untuk menggambarkan keadaan atau kondisi responden yang dapat memberikan informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian. Penyajian data deskriptif penelitian ini bertujuan agar dapat dilihat profil dari data penelitian tersebut dan hubungan antar variabel yang digunakan dalam penelitian. Dalam hal ini peneliti membagi karakteristik responden menjadi 4 bagian:

1. Jenis kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin nasabah BMT yang di ambil sebagai responden:

Tabel 4.4
Jenis Kelamin

	Jumlah	Persen
Laki-laki	64	68,8%
Perempuan	29	31,2%

Sumber : Data angket diolah

Terlihat dari tabel 4.4 diketahui bahwa jenis kelamin nasabah pembiayaan BMT Istiqomah sebagai responden di dominasi oleh responden laki-laki.

2. Pekerjaan

Data mengenai pekerjaan responden disini, peneliti mengelompokkan menjadi empat kategori, yaitu: PNS. Wiraswasta, Pegawai swasta, dan lainnya. Adapun data mengenai pekerjaan nasabah BMT yang di ambil sebagai responden:

Tabel 4.5
Pekerjaan

	Jumlah	Persen
Wiraswasta	37	39,8%
PNS	13	14%
Pegawai Swasta	24	25,8%
Lain-lain	19	20,4% %

Sumber : Data angket diolah

Terlihat dari tabel 4.5 diketahui bahwa pekerjaan nasabah pembiayaan BMT Istiqomah yang di ambil sebagai responden mayoritas adalah pekerjaan wiraswasta yang berjumlah 37 Orang.

3. Usia Responden

Data mengenai umur responden disini, peneliti mengelompokkan menjadi empat kategori, yaitu usia 21 sampai 30 tahun, 31 sampai 40 tahun, 41 sampai 50 tahun, dan diatas 50 tahun. Adapun data mengenai usia nasabah pembiayaan BMT yang di ambil sebagai responden:

Tabel 4.6
Usia

	Jumlah	Persen
21-30	24	25,8%
31-40	32	34,4%
41-50	26	28%
<50	11	11,8%

Sumber : Data angket diolah

Terlihat dari tabel di 4.6 memperlihatkan bahwa nasabah pembiayaan pada BMT Istiqomah mayoritas berusia 31 sampai 40 tahun.

4. Pendidikan responden

Data mengenai pendidikan responden disini, peneliti menjadi empat kategori, yaitu tamat SMP, SMA, Sarjana, dan lainnya. Adapun data mengenai tingkat pendidikan nasabah pembiayaan BMT yang di ambil sebagai responden:

Tabel 4.7
Pendidikan

	Jumlah	Persen
SMP	19	20,4%
SMA	46	49,5%
Sarjana	15	16,1%
Lain-lain	13	14%

Sumber : Data angket diolah

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.7 memperlihatkan bahwa yang mayoritas menjadi nasabah pembiayaan di BMT Istiqomah tingkat pendidikan tamat SMA atau sederajat.

C. Diskripsi Variabel

Berdasarkan hasil penelitian dari empat variabel yang di ajukan dapat diketahui gambaran tanggapan nasabah terhadap BMT Istiqomah Tulungagung. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel-tabel berikut:

Tabel 4.8
Keunggulan Produk

No.	Bobot	Skor	Jumlah	Prosentase
1	Sangat Setuju	4	105	22,6%
2	Setuju	3	268	57,6%
3	Kurang Setuju	2	92	19,8%
4	Tidak Setuju	1	0	0%

Sumber : Data angket diolah

Dari Tabel 4.8 dapat diketahui dari 93 responden yang tertinggi menyatakan setuju terhadap keunggulan produk sebanyak 268 atau 57%. Sedangkan yang sangat setuju terhadap keunggulan produk sebanyak 105 atau 22,6%, dan dari yang kurang setuju terdapat 92 atau 19%.

Dari kuesioner keunggulan produk memiliki 5 pertanyaan, untuk pertanyaan pertama yang memilih sangat setuju 26, setuju 45, kurang setuju 22, dan tidak setuju 0. Untuk pertanyaan kedua yang memilih sangat setuju 17, setuju 62, kurang setuju 14, dan tidak setuju 0. Untuk pertanyaan ketiga yang memilih sangat setuju 28, setuju 49, kurang setuju 16, dan tidak setuju 0. Untuk pertanyaan keempat yang memilih sangat setuju 21, setuju 54, kurang setuju 18, dan tidak setuju 0. Untuk pertanyaan kelima sangat setuju 13, setuju 58, kurang setuju 22, dan tidak setuju 0.

Tabel 4.9
Kualitas Pelayanan

No.	Bobot	Skor	Jumlah	Prosentase
1	Sangat Setuju	4	100	21,5%
2	Setuju	3	223	48%
3	Kurang Setuju	2	142	30,5%
4	Tidak Setuju	1	0	0%

Sumber : Data angket diolah

Dari Tabel 4.9 dapat diketahui dari 93 responden yang tertinggi menyatakan setuju terhadap kualitas pelayanan sebanyak 48%. Sedangkan yang sangat setuju terhadap kualitas pelayanan sebanyak 21,5%, dan dari yang kurang setuju terdapat 30,5%.

Dari kuesioner kualitas pelayanan memiliki 5 pertanyaan, untuk pertanyaan pertama yang memilih sangat setuju 26, setuju 33, kurang setuju 34, dan tidak setuju 0. Untuk pertanyaan kedua yang memilih sangat setuju 15, setuju 52, kurang setuju 26, dan tidak setuju 0. Untuk pertanyaan ketiga yang memilih sangat setuju 27, setuju 37, kurang setuju 29, dan tidak setuju 0. Untuk pertanyaan keempat yang memilih sangat setuju 19, setuju 48, kurang setuju 26, dan tidak setuju 0. Untuk pertanyaan kelima sangat setuju 13, setuju 53, kurang setuju 27, dan tidak setuju 0.

Tabel 4.10
Keputusan Nasabah

No.	Bobot	Skor	Jumlah	Prosentase
1	Sangat Setuju	4	93	20%
2	Setuju	3	249	53,5%
3	Kurang Setuju	2	123	26,5%
4	Tidak Setuju	1	0	0%

Sumber : Data angket diolah

Dari Tabel 4.11 dapat diketahui dari 93 responden yang tertinggi menyatakan setuju terhadap keputusan nasabah sebanyak 53,5%. Sedangkan yang sangat setuju terhadap kualitas pelayanan sebanyak 20%, dan dari yang kurang setuju terdapat 26,5%.

Dari kuesioner keputusan nasabah memiliki 5 pertanyaan, untuk pertanyaan pertama yang memilih sangat setuju 21, setuju 55, kurang setuju 17, dan tidak setuju 0. Untuk pertanyaan kedua yang memilih sangat setuju 16, setuju 55, kurang setuju 22, dan tidak setuju 0. Untuk

pertanyaan ketiga yang memilih sangat setuju 19, setuju 44, kurang setuju 30, dan tidak setuju 0. Untuk pertanyaan keempat yang memilih sangat setuju 18, setuju 47, kurang setuju 28, dan tidak setuju 0. Untuk pertanyaan kelima sangat setuju 19, setuju 48, kurang setuju 26, dan tidak setuju 0.

D. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan analisi untuk mengukur valid atau tidaknya butir-butir kuesioner menggunakan metode *Pearson's Product Moment Correlation*. Suatu data dikatakan valid apabila r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 93 responden. Dari jumlah responden tersebut dapat diketahui besarnya r_{tabel} adalah 0,2039 ($df = n-2 = 93-2 = 91$) dengan taraf kesalahan sebesar 5%. Berikut hasil dari uji validitas dari kuesioner penelitian:

Tabel 4.11
Uji Validitas Keunggulan Produk (X_1)

Nomor Item	<i>Corrected Correlation</i>	<i>Item-Total</i>	Keterangan
Pertanyaan 1	0,519		Valid
Pertanyaan 2	0,562		Valid
Pertanyaan 3	0,654		Valid
Pertanyaan 4	0,399		Valid
Pertanyaan 5	0,564		Valid

Sumber : Data angket diolah

Berdasarkan tabel 4.12 di atas, seluruh item keunggulan produk dapat dinyatakan valid, hal ini terbukti dengan nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dibanding 0,2039. Dalam penelitian ini berarti semua item dalam instrument memenuhi persyaratan validitas atau benar secara statistik serta dapat mengukur dengan tepat dan cermat

Tabel 4.12
Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X₂)

Nomor Item	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Keterangan
Pertanyaan 1	0,588	Valid
Pertanyaan 2	0,648	Valid
Pertanyaan 3	0,628	Valid
Pertanyaan 4	0,319	Valid
Pertanyaan 5	0,647	Valid

Sumber : Data angket diolah

Berdasarkan tabel 4.13 di atas, seluruh item kualitas pelayanan dapat dinyatakan valid, hal ini terbukti dengan nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dibanding 0,2039. Dalam penelitian ini berarti semua item dalam instrument memenuhi persyaratan validitas atau benar secara statistik serta dapat mengukur dengan tepat dan cermat.

Tabel 4.13
Uji Validitas Keputusan Nasabah (Y)

Nomor Item	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Keterangan
Pertanyaan 1	0,590	Valid
Pertanyaan 2	0,450	Valid
Pertanyaan 3	0,655	Valid
Pertanyaan 4	0,587	Valid
Pertanyaan 5	0,511	Valid

Sumber : Data angket diolah

Berdasarkan tabel 4.15 di atas, seluruh item Keputusan Nasabah dapat dinyatakan valid, hal ini terbukti dengan nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dibanding 0,2039. Dalam penelitian ini berarti semua item dalam instrument memenuhi persyaratan validitas atau benar secara statistik serta dapat mengukur dengan tepat dan cermat.

2. Uji Realibilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan skala *Alpha Cronbach's* sampai dengan 1. Berikut hasil dari pengujian reliabilitas:

Tabel 4.14
Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach's	Keterangan
Keunggulan Produk (X_1)	0,766	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X_2)	0,783	Reliabel
Keputusan Nasabah (Y)	0,783	Reliabel

Sumber : Data angket diolah

Berdasarkan pada tabel 4.16 dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *Alpha Cronbach's* yang lebih besar dari 0,60. Menurut Triton, hal tersebut menunjukkan bahwa instrumen tersebut dinyatakan *Reliable*. Dengan demikian, hasil dari penelitian ini memiliki hasil pengukuran yang konsisten.

3. Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah uji yang digunakan untuk mengukur apakah data memiliki distribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini uji normalitas data menggunakan pendekatan *Kolmogrov-Smirnov*, hasil dari uji normalitas terdapat dalam tabel dibawah ini:

Gambar 4.1
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		X.Keung.Produk	X.Pelayanan	Y.Keputusan
		k		
N		93	93	93
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	15,14	14,26	14,68
	Std. Deviation	2,334	2,682	2,485
Most Extreme Differences	Absolute	,105	,100	,137
	Positive	,105	,100	,137
	Negative	-,083	-,071	-,111
Kolmogorov-Smirnov Z		1,008	,963	1,317
Asymp. Sig. (2-tailed)		,262	,312	,062

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Data angket diolah

Dari gambar 4.1 diatas, diperoleh angka probabilitas atau *Asymp. Sig. (2-tailed)*. Nilai ini dibandingkan dengan 0,05 (dalam hal ini menggunakan taraf signifikansi 5%) untuk pengambilan keputusan dengan pedoman:

- a. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka data tersebut berdistribusi normal,
- b. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka data tersebut tidak berdistribusi normal.

Tabel 4.15
Uji Normalitas

Variabel	Nilai <i>Asymp. Sig. (2-Tailed)</i>	Taraf Signifikansi	Keputusan
Keunggulan Produk (X ₁)	0,262	0,05	Normal
Kualitas Pelayanan (X ₂)	0,312	0,05	Normal
Keputusan Nasabah (Y)	0,062	0,05	Normal

Sumber : Data angket diolah

E. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas muncul akibat adanya kausal antara dua variabel bebas atau lebih atau adanya kenyataan bahwa dua variabel penjelas atau lebih bersama-sama dipengaruhi oleh variabel ketiga yang berada diluar model, untuk mendeteksi adanya multikolinieritas, Nugroho menyatakan jika nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* tidak lebih dari 10 maka model terbebas dari uji multikolinieritas. Hasil dari pengujian terdapat pada gambar dibawah ini.

Gambar 4.2
Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
X.Keung.Produk	,680	1,470
X.Pelayanan	,680	1,470

a. Dependent Variable: Y.Keputusan

Sumber : Data angket diolah

Berdasarkan pada gambar 4.2 diatas, diketahui bahwa nilai VIF X_1 (Keunggulan Produk) sebesar 1,470 dan X_2 (Kualitas Pelayanan) sebesar 1,470. Dengan demikian ketiga variabel diatas terbebas dari masalah multikolinieritas dikarenakan nilai VIF pada ketiga variabel tersebut kurang dari 10. Maka, data penelitian ini dikatakan layak untuk dipakai.

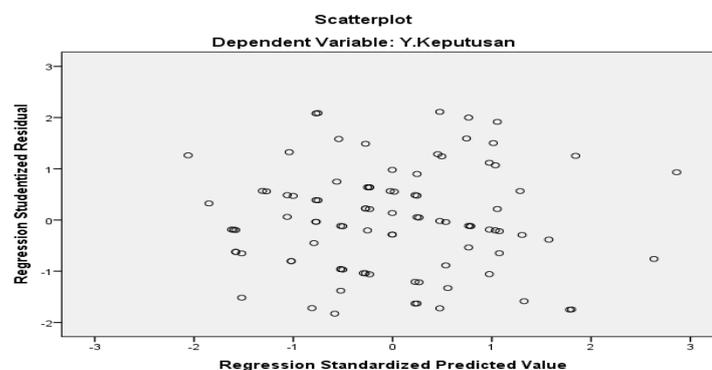
2. Uji Heteroskedastistas

Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar *Scatterplot* model tersebut. Tidak terdapat heteroskedastisitas jika:

- a. Penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola,
- b. Titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0,
- c. Titik-titik data tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah.

Hasil dari pengujian heteroskedastisitas dapat diamati pada gambar *Scatterplot* berikut:

Gambar 4.3
Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data angket diolah

Berdasarkan pola di gambar 4.3 *scatterplot* diatas terlihat titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Dan hal ini membuktikan tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model ini layak untuk dipakai.

F. Regresi Linier Berganda

Regresi berganda seringkali digunakan untuk mengatasi permasalahan analisis regresi yang mengakibatkan hubungan dari dua atau lebih variabel bebas. Hasil uji Regresi Linier Berganda adalah sebagai berikut:

Gambar 4.5
Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	11,575	1,708		6,776	,000		
X.Keung.Produk	,401	,129	,377	3,101	,003	,680	1,470
X.Pelayanan	-,208	,113	-,225	-1,851	,067	,680	1,470

a. Dependent Variable: Y.Keputusan

Sumber : Data angket diolah

Berdasarkan hasil uji diatas, maka dapat dikembangkan sebuah model persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 11,575 + (0,401X_1) + (-,208X_2) \text{ atau}$$

$$Y = 11,575 + 0,399 (\text{Keunggulan Produk}) + -,208 (\text{Kualitas Pelayanan})$$

Berdasarkan pada persamaan diatas, maka dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta sebesar 11,575 menyatakan bahwa jika tidak ada keunggulan produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan nasabah maka keputusan nassabah bernilai 11,575.
- b. Koefisien regresi X_1 sebesar 0,401 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda positif) 1 satuan pada variabel Keunggulan Produk maka meningkatkan nilai Keputusan Nasabah sebesar 0,401. Sebaliknya, jika variabel Keunggulan Produk mengalami penurunan sebesar 1 satuan maka Keputusan Nasabah juga akan mengalami penurunan sebesar 0,399 dengan anggapan X_2 tetap.
- c. Koefisien regresi X_2 sebesar -0,208 menyatakan setiap penurunan 1 nasabah kualitas pelayanan akan menurunkan keputusan nasabah sebesar 0,208. Sebaliknya jika kualitas pelayanan melakukan penambahan 1 nasabah maka keputusan nasabah akan naik sebesar 0,208 dengan anggapa X_1 dan X_3 tetap.

Tanda positif (+) menandakan arah hubungan yang searah. Sedangkan tanda negatif (-) menunjukkan arah yang berbanding terbalik antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).

G. Uji Hipotesis

1. Uji t

Uji T test digunakan menguji apakah variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen. Uji t digunakan untuk melihat pengaruh secara parsial antar X_1 terhadap Y, X_2 terhadap Y, dan X_3 terhadap Y, dengan kaidah pengambilan keputusan sebagai berikut:

Cara 1: jika $\text{sig} > 0,05$ maka hipotesis diterima

jika $\text{sig} < 0,05$ maka hipotesis ditolak

Cara 2: jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka hipotesis diterima

jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka hipotesis ditolak

Berdasarkan hasil statistik pada gambar 4.5 dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Variabel Keunggulan Produk (X_1)

Berdasarkan hasil uji t, di peroleh nilai T_{tabel} variabel keunggulan produk sebesar 1,98638 (diperoleh dengan cara mencari nilai $df = n - 2 / df = 93 - 2 = 91$, dan nilai $\alpha = 5\% / 2 = 0,025$) dan nilai T_{hitung} sebesar 3,065. Karena nilai $T_{\text{hitung}} > T_{\text{tabel}}$ yaitu $3,101 > 1,98638$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak, yang berarti bahwa keunggulan produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan nasabah. serta berdasarkan signifikan T sebesar $0,003 < 0,05$ dengan demikian H_0 ditolak yang artinya variabel keunggulan produk signifikan terhadap keputusan nasabah.

b. Variabel Kualitas Pelayanan (X_2)

Berdasarkan hasil uji t, di peroleh nilai T_{tabel} variabel kualitas pelayanan sebesar 1,98638 (diperoleh dengan cara mencari nilai $df = n - 2 / df = 93 - 2 = 91$, dan nilai $\alpha = 5\% / 2 = 0,025$) dan nilai T_{hitung} sebesar -1,851. Karena nilai $T_{\text{hitung}} < T_{\text{tabel}}$ yaitu $-1,851 < 1,98638$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima, yang berarti bahwa kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah. serta berdasarkan signifikan T sebesar $0,067 > 0,05$ dengan demikian H_0 diterima yang artinya variabel kualitas pelayanan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah.

2. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap terikat secara bersama-sama, apakah variabel keunggulan produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan nasabah berpengaruh terhadap keputusan nasabah, dengan kaidah pengambilan keputusan sebagai berikut:

Cara 1: jika $\text{sig} > 0,05$ maka hipotesis tidak teruji

jika $\text{sig} < 0,05$ maka hipotesis teruji

Cara 2: jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka hipotesis tidak teruji

jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka hipotesis teruji

Gambar 4.6**Uji F**

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	54,940	2	27,470	4,816	,010 ^b
Residual	513,382	90	5,704		
Total	568,323	92			

a. Dependent Variable: Y.Keputusan

b. Predictors: (Constant), X.Pelayanan, X.Keung.Produk

Sumber : Data angket diolah

Berdasarkan tabel di atas, didapat nilai F_{hitung} sebesar 4,816 dan F_{tabel} sebesar 2,71 maka $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $4,816 > 2,71$. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel independen yaitu keunggulan produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap keputusan nasabah. serta berdasarkan signifikan sebesar 0,010 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$, maka $0,010 < 0,05$ yang berarti bahwa keunggulan produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan nasabah.

H. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel *Corporate Image*. Nilai koefisien determinasi antara 0 dan 1. Nilai R^2 yang mendekati satu berarti variabel independent penelitian memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel *Corporate Image*.

Gambar 4.7
Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.311 ^a	.097	.077	2.388	1.708

a. Predictors: (Constant), XII, XI

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Data angket diolah

Dalam tabel diatas angka *R Square* atau koefisien determinasi adalah 0,097 (berasal dari $0,312 \times 0,312$) . Nilai *R Square* berkisar antara 0 – 1. Nugroho dalam Sujianto menyatakan, untuk regresi linier berganda sebaiknya menggunakan *R Square* yang sudah disesuaikan atau tertulis *Adjusted R Square*, karena disesuaikan dengan jumlah variabel independen yang digunakan.

Angka *Adjusted R Square* adalah 0,077 artinya 7,7% variabel terikat keputusan nasabah dijelaskan oleh variabel keunggulan produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan nasabah. Sisanya 92,3 % ($100\% - 7,7\%$) dijelaskan oleh variabel lain di luar variabel yang digunakan dalam model.