

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Letak Geografis Objek Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri yang terletak di Jl. Hasanuddin No. 26 Kelurahan Dandangan Kota Kediri.

Dalam pelaksanaan kegiatan operasinya PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri memiliki dua kantor cabang pembantu, yaitu di Kabupaten Blitar yang beralamat di Jl. Cempaka No. 26 Blitar dan di Kabupaten Tulungagung yang beralamat di Jl. Supriadi, Kelurahan Tamanan, Tulungagung.

2. Sejarah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri

PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri didirikan pada tanggal 15 Maret 2004 di Jl. Hasanudin No 26 Kediri. Letak geografis Bank Muamalat di Kediri bisa dikatakan strategis, krena letaknya mudah dijangkau dan merupakan jalur transportasi umum maupun pribadi, seluruh staf yang ada di Bank Muamalat Kediri mempunyai tugas dan tanggungjawab masing-masing.

Sedangkan PT Bank Muamalat Indonesia Tbk memulai perjalanan bisnisnya sebagai Bank Syariah pertama di Indonesia pada 1 November 1991 atau 24 Rabi'us Tsani 1412 H. Pendirian Bank Muamalat Indonesia digagas oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI), Ikatan Cendekiawan

Muslim Indonesia (ICMI) dan pengusaha muslim yang kemudian mendapat dukungan dari Pemerintah Republik Indonesia. Sejak resmi beroperasi pada 1 Mei 1992 atau 27 Syawal 1412 H, Bank Muamalat Indonesia terus berinovasi dan mengeluarkan produk-produk keuangan syariah seperti Asuransi Syariah (Asuransi Takaful), Dana Pensiun Lembaga Keuangan Muamalat (DPLK Muamalat) dan *multifinance syariah* (Al-Ijarah Indonesia Finance) yang seluruhnya menjadi terobosan di Indonesia. Selain itu produk Bank yaitu Shar-e yang diluncurkan pada tahun 2004 juga merupakan tabungan instan pertama di Indonesia. Produk Shar-e Gold Debit Visa yang diluncurkan pada tahun 2011 tersebut mendapatkan penghargaan dari Museum Rekor Indonesia (MURI) sebagai Kartu Debit Syariah dengan teknologi chip pertama di Indonesia serta layanan *e-channel* seperti *internet banking*, *mobile banking*, ATM, dan *cash management*. Seluruh produk-produk tersebut menjadi pionir produk syariah di Indonesia dan menjadi tonggak sejarah penting di industri perbankan syariah.

Pada 27 Oktober 1994, Bank Muamalat Indonesia mendapatkan izin sebagai Bank Devisa dan terdaftar sebagai perusahaan publik yang tidak listing di Bursa Efek Indonesia (BEI). Pada tahun 2003, Bank dengan percaya diri melakukan Penawaran Umum Terbatas (PUT) dengan Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu (HMETD) sebanyak 5 (lima) kali dan merupakan lembaga perbankan pertama di Indonesia yang mengeluarkan Sukuk Subordinasi Mudharabah. Aksi korporasi tersebut

semakin menegaskan posisi Bank Muamalat Indonesia di peta industri perbankan Indonesia.

Seiring kapasitas Bank yang semakin diakui, Bank semakin melebarkan sayap dengan terus menambah jaringan kantor cabangnya di seluruh Indonesia. Pada tahun 2009, Bank mendapatkan izin untuk membuka kantor cabang di Kuala Lumpur, Malaysia dan menjadi bank pertama di Indonesia serta satu-satunya yang mewujudkan ekspansi bisnis di Malaysia. Hingga saat ini, Bank telah memiliki 363 kantor layanan termasuk 1 (satu) kantor cabang di Malaysia. Operasional Bank juga didukung oleh jaringan layanan yang luas berupa 1.337 unit ATM Muamalat, 120.000 jaringan ATM Bersama dan ATM Prima, 103 Mobil Kas Keliling (*mobile branch*) serta lebih dari 11.000 jaringan ATM di Malaysia melalui *Malaysia Electronic Payment (MEPS)*. Dengan strategi bisnis yang terarah Bank Muamalat Indonesia akan terus melaju mewujudkan visi menjadi “*The Best Islamic Bank and Top 10 Bank in Indonesia with Strong Regional Presence*”.¹

3. Visi dan Misi Bank Muamalat

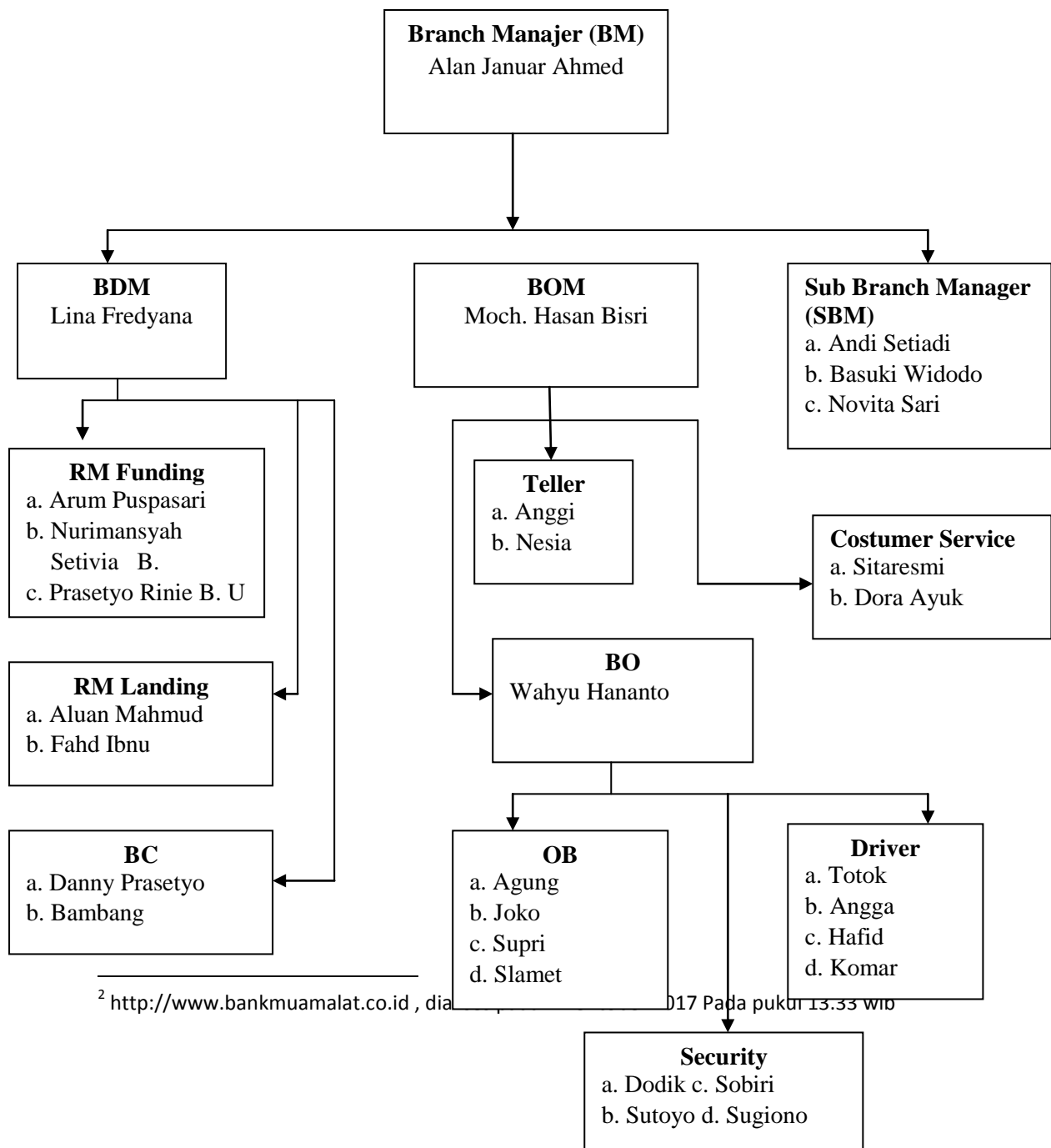
PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk memiliki visi yaitu “*The Best Islamic Bank and Top 10 Bank in Indonesia with Strong Regional Presence*” maksudnya : "Menjadi bank syariah terbaik dan termasuk dalam 10 besar bank di Indonesia dengan eksistensi yang diakui di tingkat regional". Untuk mencapai visi tersebut Bank Muamalat Indonesia Tbk memiliki misi yaitu

¹ <http://www.bankmuamalat.co.id> , diakses pada 05 Juni 2018 Pada pukul 13.33 wib

“Membangun lembaga keuangan syariah yang unggul dan berkesinambungan dengan penekanan pada semangat kewirausahaan berdasarkan prinsip kehati-hatian, keunggulan sumber daya manusia yang islami dan professional serta orientasi investasi yang inovatif, untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan.”²

4. Struktur Organisasi PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri

Gambar 4.1
Struktur organisasi BMI Kediri



5. Produk Dan Layanan Bank Muamalat

1. Tabungan
 - a. Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah
 - b. Tabungan iB Muamalat
 - c. Tabungan iB Muamalat Dollar
 - d. TabunganKu
 - e. Tabungan iB Muamalat Rencana
 - f. Tabungan iB Muamalat Prima
 - g. Tabungan iB Muamalat Sahabat
 - h. Tabungan iB Muamalat SimPel
2. Giro
 - a. Giro iB Muamalat Attijary
 - b. Giro iB Muamalat Ultima
3. Deposito
 - a. Deposito Mudharabah iB Muamalat
4. Kartu Shar-E Debit
 - a. Kartu Shar-E Debit Gold
 - b. Kartu Shar-E Debit Reguler
 - c. Kartu Shar-E Debit Arsenal
5. Pembiayaan
 - a. KPR iB Muamalat
 - b. Pembiayaan iB Muamalat Pensiun
 - c. Pembiayaan iB Muamalat Multiguna

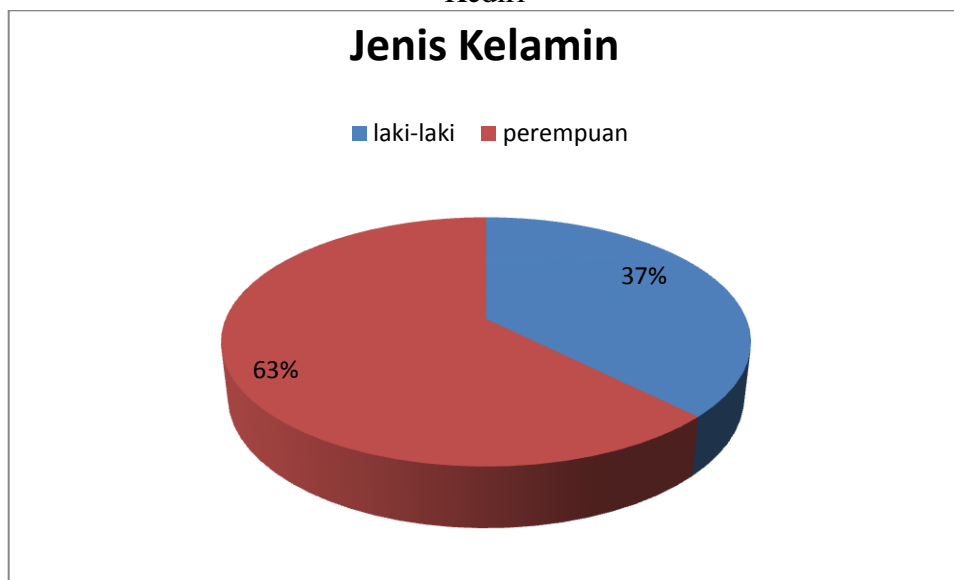
B. Gambaran Umum Responden

Sebelum dilakukan analisis, terlebih dahulu penulis akan menjelaskan mengenai data-data responden yang digunakan sebagai sampel dari PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri sebagai berikut:

1. Jenis Kelamin Responden

Adapun data mengenai jenis kelamin anggota pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri adalah sebagai berikut:

Gambar 4.2
Jenis Kelamin Responden PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri



Sumber: Data primer 2018

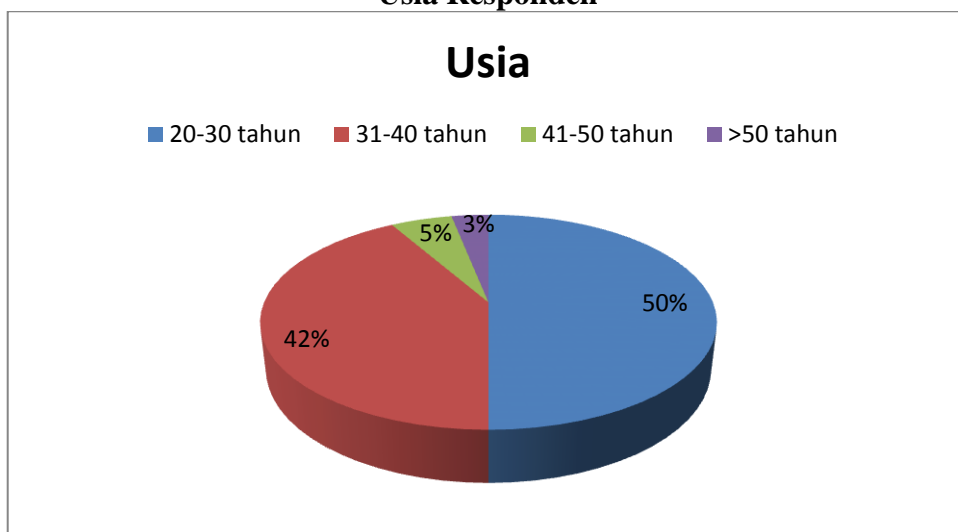
Berdasarkan keterangan tabel diatas dapat diketahui bahwa jenis kelamin anggota yang diambil sebagai sampel menunjukkan jumlah yang terbanyak adalah nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri perempuan dibandingkan dengan nasabah laki-laki yakni dengan

jumlah nasabah perempuan sebanyak 63% atau 60 nasabah dan nasabah laki-laki sebanyak 37% atau 36 nasabah

2. Usia responden

Adapun data mengenai usia responden pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri adalah sebagai berikut:

Gambar 4.3
Usia Responden



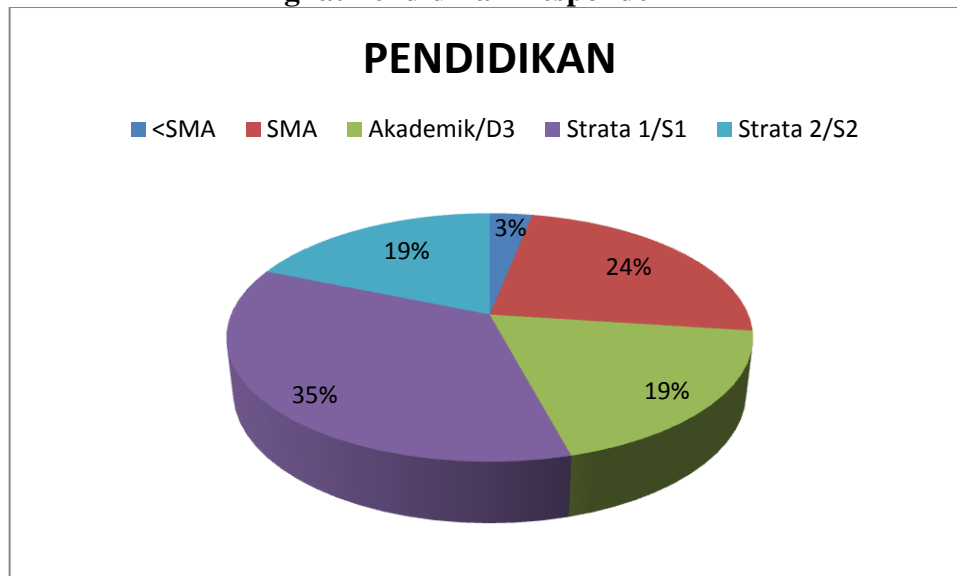
Sumber: Data primer 2018

Dari data diatas dapat diketahui bahwa usia responden nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri yang diambil sebagai responden, yang menunjukkan bahwa jumlah usia 31-40 tahun lebih banyak yaitu sebesar 50% atau 48 responden, usia 20-30 tahun sebesar 42% atau 40 responden, usia 41-50 sebesar 5% atau 5 responden dan usia lebih dari 50 tahun sebesar 3% atau 3 responden.

3. Tingkat Pendidikan Responden

Untuk tingkat pendidikan responden peneliti memisahkan kategori pendidikan sebagai berikut:

Gambar 4.4
Tingkat Pendidikan Responden



Sumber: Data Primer, 2018

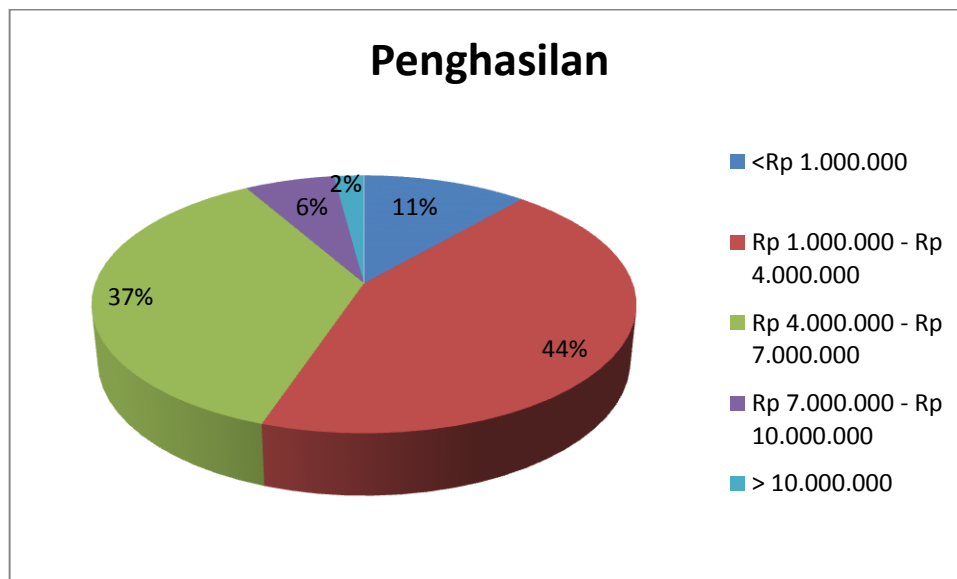
Berdasarkan data diatas dapat dijelaskan bahwa pendidikan responden nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri yang diambil sebagai responden, yang menunjukkan bahwa jumlah pendidikan Strata 1 / S1 lebih banyak yaitu sebesar 35% atau 34 responden, Strata 2/ S2 dan Akademik/D3 memiliki jumlah yang sama yaitu sebesar 19% atau masing-masing 18 responden, SMA sebesar 24% atau 23 responden, dan dibawah SMA sebesar 3% atau 3 responden

4. Penghasilan Responden

Adapun data mengenai penghasilan perbulan nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri adalah sebagai berikut:

Gambar 4.5

Penghasilan Responden



Sumber: data primer, 2018

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa penghasilan perbulan responden nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri yang diambil sebagai responden, yang menunjukkan bahwa penghasilan kurang dari Rp 1.000.000 sebesar 11% atau 11 responden, Rp 1.000.000 sd Rp 4.000.000 sebesar 44% atau 42 responden, Rp 4.000.000 sd Rp Rp 7.000.000 sebesar 37% atau 35 responden, Rp 7.000.000 sd Rp 10.000.000 sebesar 6% atau 6 responden, dan penghasilan yang lebih dari Rp 10.000.000 sebesar 2% atau 2 responden.

C. Deskripsi Hasil Tanggapan Responden

Untuk menggambarkan tanggapan responden dan menguraikan secara rinci jawaban dari setiap responden maka data dikelompokkan dalam satu kategori skor dengan menggunakan rentang skala perhitungan skor tiap item pertanyaan sebagai berikut:³

$$RS = \frac{n(m-1)}{m}$$

Keterangan :

RS = Rentang skala

n = Jumlah sampel

m = Jumlah jawaban tiap item

- a. Rentang skala untuk variabel promosi, tingkat margin, dan pelayanan (X1,X2,X3)

$$\begin{aligned} RS &= \frac{96(5-1)}{5} \\ &= 76.8 \end{aligned}$$

$$\text{Skor terendah} = 1 \times 96 = 96$$

$$\text{Skor tertinggi} = 5 \times 96 = 480$$

Untuk membuat rentang skalanya karena 96 merupakan nilai terendah maka 96 ditambah dengan RS sampai hasil tertinggi maka hasilnya seperti berikut:

1) $96 - 172.8 = \text{Sangat tidak baik}$

2) $173.8 - 250.6 = \text{Tidak baik}$

³Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung:Alfabeta,2001), hal. 89.

- 3) $251.6 - 328.4 = \text{Cukup}$
- 4) $329.4 - 406.2 = \text{Baik}$
- 5) $407.2 - 480 = \text{Sangat baik}$

b. Rentang skala untuk variabel keputusan mengambil pembiayaan murabahah (Y)

$$\begin{aligned} RS &= \frac{96(5-1)}{5} \\ &= 76.8 \end{aligned}$$

$$\text{Skor terendah} = 1 \times 96 = 96$$

$$\text{Skor tertinggi} = 5 \times 96 = 480$$

Untuk membuat rentang skalanya karena 96 merupakan nilai terendah maka 96 ditambah dengan RS sampai hasil tertinggi maka hasilnya seperti berikut:

- 1) $96 - 172.8 = \text{Sangat tidak baik}$
- 2) $173.8 - 250.6 = \text{Tidak baik}$
- 3) $251.6 - 328.4 = \text{Cukup}$
- 4) $329.4 - 406.2 = \text{Baik}$
- 5) $407.2 - 480 = \text{Sangat baik}$

1. Deskripsi variabel citra perusahaan (X1)

Dalam mendiskripsikan variabel bukti fisik maka dapat dilihat pada hasil tanggapan responden terhadap masing-masing pernyataan atau indikator yang digunakan untuk mengukur citra perusahaan.

Adapun hasil jawaban dari responden dapat dilihat pada tabel berikut

ini:

Tabel 4.1
Tanggapan Responden Tentang Variabel Citra Perusahaan

No.	pertanyaan	Jawaban					Total Nilai	Rata-Rata Skor	Stand ar Deviasi
		STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)			
1.	Bank Muamalat Cabang Kediri adalah salah satu Bank yang dapat dipercaya	0 (0)	0 (0)	5 (15)	77 (308)	14 (70)	393	4	0.430
2.	Bank Muamalat Cabang Kediri mempunyai kinerja yang bagus	0 (0)	5 (10)	15 (45)	57 (228)	19 (95)	378	3.9	0.750
3.	Karyawan Bank Muamalat Cabang Kediri bersikap sopan dalam berperilaku	0 (0)	0 (0)	1 (3)	83 (332)	12 (60)	395	4.1	0.340
4.	Bank Muamalat Cabang Kediri mempunyai kepedulian yang tinggi kepada para nasabahnya.	0 (0)	0 (0)	8 (24)	75 (300)	13 (65)	389	4	0.480
5.	Bank Muamalat Cabang Kediri mempunyai logo Bank yang mudah diingat.	0 (0)	0 (0)	6 (18)	49 (196)	41 (205)	419	4.3	0,602
Jumlah Nilai Skor							1974	20.3	2.653
Rata-Rata Total Nilai Skor							394.8	4.06	0.530

Berdasarkan data diatas mengenai tanggapan responden tentang variabel citra perusahaan (X1) diperoleh rata-rata total skor sebesar 394.8 Hal ini termasuk dalam kategori sangat baik. Nilai rata-rata standar deviasi sebesar 0.530 menunjukkan bahwa nilai masing-masing perusahaan menyebar pada nilai yang tersedia, tidak mengelompok pada nilai tertentu. Sehingga dapat disimpulkan bahwa citra perusahaan PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri adalah sangat baik.

2. Deskripsi variabel iklan (X2)

Dalam mendiskripsikan variabel bukti fisik maka dapat dilihat pada hasil tanggapan responden terhadap masing-masing pernyataan atau indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat iklan.

Adapun hasil jawaban dari responden dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.2
Tanggapan Responden Tentang Variabel Iklan

No.	pertanyaan	Jawaban					Total Nilai	Rata-Rata Skor	Stand ar Deviasi
		STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)			
1.	pesan yang disampaikan oleh Bank Muamalat Cabang Kediri mendapat perhatian dari para jamaah.	0 (0)	0 (0)	33 (99)	38 (152)	25 (125)	376	3.9	0.805
2.	Kemenarikan produk Bank Muamalat Cabang Kediri	0 (0)	0 (0)	15 (45)	47 (188)	34 (170)	403	4.1	0.709

	sangat beragam								
3.	Saya memilih Bank Muamalat Cabang Kediri karena tertarik dengan iklan yang ditawarkan.	0 (0)	0 (0)	11 (33)	46 (184)	39 (195)	412	4.2	0.767
4.	Saya memilih Bank Muamalat Cabang Kediri karena informasi yang saya dapat dari iklan Bank.	0 (0)	0 (0)	8 (24)	62 (248)	26 (130)	402	4.1	0.578
5.	Saya memilih Bank Muamalat Cabang Kediri karena mengetahui iklan yang ditawarkan.	0 (0)	0 (0)	15 (45)	35 (140)	46 (230)	415	4.3	0.732
Jumlah Nilai Skor							2008	20.6	3.594
Rata-Rata Total Nilai Skor							401.6	4.12	0.718

Berdasarkan data diatas mengenai tanggapan responden tentang variabel iklan (X2) diperoleh rata-rata total skor sebesar 401.6. Nilai rata-rata standar deviasi sebesar 0.718 menunjukkan bahwa nilai masing-masing perusahaan menyebar pada nilai yang tersedia, tidak mengelompok pada nilai tertentu Hal ini termasuk dalam kategori sangat baik. Sehingga dapat disimpulkan bahwa iklan yang diberikan oleh PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri adalah sangat sesuai

3. Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan (X3)

Dalam mendeskripsikan variabel bukti fisik maka dapat dilihat pada hasil tanggapan responden terhadap masing-masing pernyataan atau indikator yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan.

Adapun hasil jawaban dari responden dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.3
Tanggapan Responden Tentang Variabel Kualitas Pelayanan

No.	pertanyaan	Jawaban					Total Nilai	Rata-Rata Skor	Standar Deviasi
		STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)			
1.	Semua karyawan Bank Muamalat Cabang Kediri bersikap ramah.	0 (0)	0 (0)	24 (72)	41 (164)	31 (155)	391	4	0.784
2.	Semua karyawan Bank Muamalat Cabang Kediri memberikan peningkatan mutu pelayanan.	0 (0)	0 (0)	7 (21)	52 (208)	37 (185)	414	4.3	0.606
3.	Semua karyawan Bank Muamalat Cabang Kediri memiliki pengetahuan tentang tugas yang diberikan.	0 (0)	0 (0)	8 (24)	65 (260)	23 (115)	399	4.1	0.578
4.	Karyawan Bank Muamalat Cabang Kediri	0 (0)	0 (0)	8 (24)	63 (252)	25 (125)	401	4.1	0.578

	memberikan pelayanan dengan cepat dan akurat.								
5.	Bank Muamalat Cabang Kediri memberikan kemudahan dan menjalin hubungan yang efektif dengan para jamaah.	0 (0)	0 (0)	15 (45)	45 (180)	36 (180)	405	4.2	0.732
Jumlah Nilai Skor							2010	20.7	3.281
Rata-Rata Total Nilai Skor							402	4.14	0.656

Berdasarkan data diatas mengenai tanggapan responden tentang variabel kualitas pelayanan (X3) diperoleh rata-rata total skor sebesar 402. Nilai rata-rata standar deviasi sebesar 0.656 menunjukkan bahwa nilai masing-masing perusahaan menyebar pada nilai yang tersedia, tidak mengelompok pada nilai tertentu . Hal ini termasuk dalam kategori sangat baik. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri adalah sangat baik.

4. Deskripsi Variabel Keputusan Memilih Produk Tabungan iB Muamalat (Y)

Dalam mendiskripsikan variabel bukti fisik maka dapat dilihat pada hasil tanggapan responden terhadap masing-masing pernyataan atau indikator yang digunakan untuk mengukur Keputusan Memilih Produk Tabungan iB Muamalat.

Adapun hasil jawaban dari responden dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.4
Tanggapan Responden Tentang Variabel Keputusan Memilih Produk Tabungan
iB Muamalat

No.	pertanyaan	Jawaban					Total Nilai	Rata-Rata Skor	Standar Deviasi
		STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)			
1.	Saya memilih Bank Muamalat Cabang Kediri karena dipengaruhi oleh budaya	0 (0)	0 (0)	2 (6)	72 (288)	22 (110)	404	4.2	0.463
2.	Saya memilih Bank Muamalat Cabang Kediri karena dipengaruhi oleh sub budaya dan kelas sosial.	0 (0)	0 (0)	1 (3)	88 (352)	7 (35)	390	4	0.283
3.	Saya memilih Bank Muamalat Cabang Kediri karena dipengaruhi oleh kelompok referensi (mempunyai pengaruh langsung).	0 (0)	0 (0)	1 (3)	81 (324)	14 (70)	397	4.1	0.392
4.	Saya memilih Bank Muamalat Cabang Kediri karena dipengaruhi oleh keluarga	0 (0)	0 (0)	8 (24)	75 (300)	13 (65)	389	4	0.784
5.	Saya memilih Bank Muamalat Cabang Kediri karena dipengaruhi oleh usia, jabatan, dan	0 (0)	0 (0)	7 (21)	66 (264)	23 (115)	400	4.1	0.606

	keadaan ekonomi.								
Jumlah Nilai Skor							1980	20.4	2.531
Rata-Rata Total Nilai Skor							396	4.08	0.506

Berdasarkan data diatas mengenai tanggapan responden tentang variabel keputusan memilih paket umroh (Y) diperoleh rata-rata total skor sebesar 396. Nilai rata-rata standar deviasi sebesar 0.506 menunjukkan bahwa nilai masing-masing perusahaan menyebar pada nilai yang tersedia, tidak mengelompok pada nilai tertentu. Hal ini termasuk dalam kategori sangat baik. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Keputusan Memilih Produk Tabungan iB Muamalat adalah sangat banyak.

D. Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuisioner. Dasar pengambilan keputusan digunakan adalah dengan melakukan uji signifikansi dengan SPSS lalu membandingkan hasil uji di bagian skor total setiap indikator sebagai r hitung dengan r tabel. Untuk sampel sebanyak 96 orang, nilai r tabel= 0,201. Uji ini dilakukan manakala pertanyaan lebih dari 1.

Pengambilan keputusan uji validitas yaitu:

- a. Hasil r hitung > r table (0,201) = valid
- b. Hasil r hitung < r table (0,201) = tidak valid

Pengujian selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas

Variabel		r hitung	r tabel	Keterangan
Citra Perusahaan (X1)	Pertanyaan X1.1	0,378	0,201	Valid
	Pertanyaan X1.2	0, 704	0,201	Valid
	Pertanyaan X1.3	0, 515	0,201	Valid
	Pertanyaan X1.4	0, 686	0,201	Valid
	Pertanyaan X1.5	0, 440	0,201	Valid
Iklan (X2)	Pertanyaan X2.1	0, 480	0,201	Valid
	Pertanyaan X2.2	0, 498	0,201	Valid
	Pertanyaan X2.3	0, 584	0,201	Valid
	Pertanyaan X2.4	0, 563	0,201	Valid
	Pertanyaan X2.5	0, 555	0,201	Valid
Kualiatas Pelayanan (X3)	Pertanyaan X3.1	0, 439	0,201	Valid
	Pertanyaan X3.2	0, 512	0,201	Valid
	Pertanyaan X3.3	0, 407	0,201	Valid
	Pertanyaan X3.4	0, 565	0,201	Valid
	Pertanyaan X3.5	0, 548	0,201	Valid
Keputusan Memilih paket umroh (Y)	Pertanyaan Y.1	0, 488	0,201	Valid
	Pertanyaan Y.2	0, 252	0,201	Valid
	Pertanyaan Y.3	0, 475	0,201	Valid
	Pertanyaan Y.4	0, 638	0,201	Valid
	Pertanyaan Y.5	0, 564	0,201	Valid

Sumber: pengolahan data menggunakan uji validitas

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah instrumen atau indikator yang digunakan dapat dipercaya atau handal sebagai alat ukur variabel.

Triton menyatakan: jika sekala dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan reng yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:⁴

- a. Nilai *Alpha Cronbach's* 0,00 s.d 0,20 berarti kurang reliabel.
- b. Nilai *Alpha Cronbach's* 0,21 s.d 0,40 berarti agak reliabel.
- c. Nilai *Alpha Cronbach's* 0,41 s.d 0,60 berarti cukup reliabel.
- d. Nilai *Alpha Cronbach's* 0,61 s.d 0,80 berarti reliabel.
- e. Nilai *Alpha Cronbach's* 0,81 s.d 1,00 berarti sangat reliabel.

Hasil uji reliabilitas dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Citra Perusahaan (X1)	0,403	Cukup Reliabilitas
Iklan (X2)	0,365	Agak Reliabilitas
Kualitas Pelayanan (X3)	0,206	Agak Reliabilitas
Keputusan Memilih Produk Tabungan iB Muamalat (Y)	0,233	Agak Reliabilitas

Sumber: pengolahan data menggunakan uji reliabilitas

Dari hasil uji reliabilitas diatas dapat diambil kesimpulan bahwa indikator yang digunakan oleh variabel citra perusahaan, iklan, kualitas pelayanan dan Keputusan Memilih Produk Tabungan iB Muamalat dapat dipercaya atau handal untuk digunakan sebagai alat ukur variabel.

⁴ Agus Eko Sujianto, 2009, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*. (Jakarta: PT. Prestasi Pustakarya), hal.97.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data penelitian yang dilakukan memiliki distribusi yang normal atau tidak. Pengujian dilakukan dengan cara uji *kolmogrov smirnov* dimana ketika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka data tersebut berdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka data tersebut tidak berdistribusi normal. Berikut hasil uji normalitas yang didapat dari hasil perhitungan SPSS:

		Unstandardized Predicted Value
N		96
Normal Parameters ^a	Mean	20.8333333
	Std. Deviation	.88528028
Most Extreme Differences	Absolute	.063
	Positive	.063
	Negative	-.030
Kolmogorov-Smirnov Z		.616
Asymp. Sig. (2-tailed)		.842
a. Test distribution is Normal.		

Dari output diatas, diketahui nilai signifikansi sebesar 0,842 lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (tidak terjadi multikolinieritas). Deteksi multikolinieritas yang sering digunakan dalam SPSS yaitu dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *tolerance*. Jika angka *tolerance* di bawah 0,10 dan VIF lebih dari 10 maka dikatakan terdapat gejala multikolinieritas. Berikut ini adalah hasil dari uji multikolinieritas:

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	TOTAL_X1	.976	1.024
	TOTAL_X2	.709	1.411
	TOTAL_X3	.695	1.440

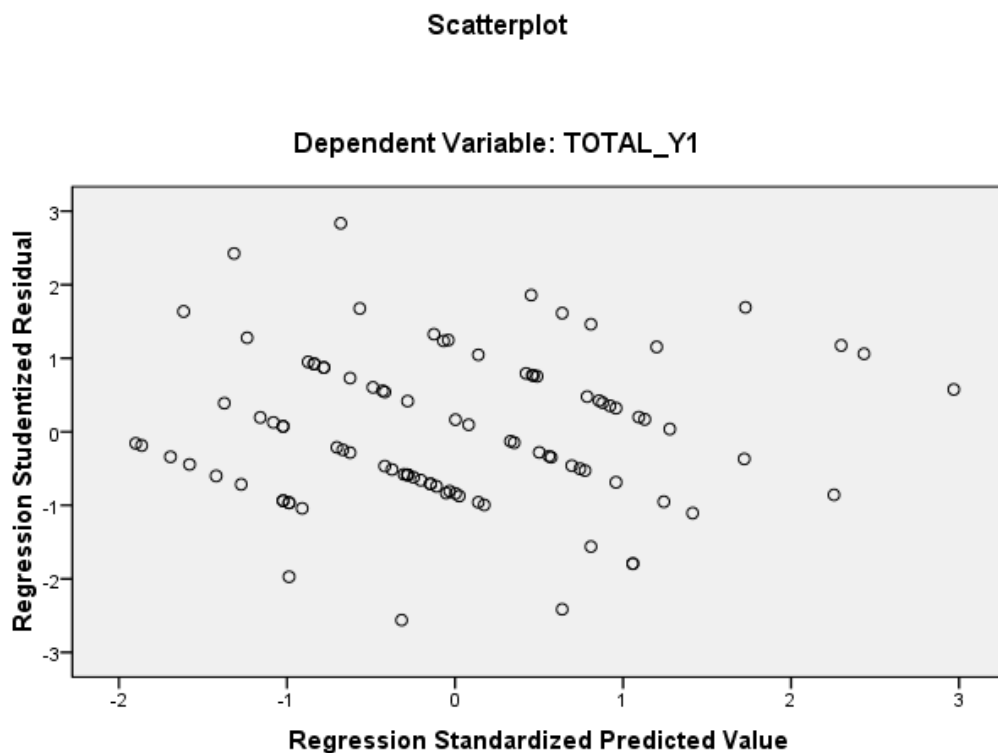
a. Dependent Variable: TOTAL_Y1

Dari output diatas dapat menunjukkan bahwa hasil uji multikolinieritas untuk variabel (X1) untuk nilai *tolerance* 0,976 dan nilai VIF sebesar 1,024, pada variabel (X2) untuk nilai *tolerance* sebesar 0,709 dan nilai VIF sebesar 1,411, dan pada variabel (X3) untuk nilai *tolerance* 0,695 dan nilai VIF sebesar 1,440. Artinya bahwa data

tersebut tidak terdapat gejala multikolinieritas karena nilai *tolerance* lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Deteksi ada tidaknya masalah heteroskedastisitas adalah dengan media grafik *scatterplot*. Apabila grafik membentuk pola khusus maka model penelitian itu terjadi heteroskedastisitas. Tetapi jika tidak ada pola yang jelas dan titik-titik menyebar diatas dan dibawah pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:



Dari hasil output gambar scatterplot, didapat titik menyebar di bawah serta di atas sumbu Y sehingga grafik tersebut tidak bisa dibaca dengan jelas dan hal ini berarti bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

5. Uji Regresi Linier Berganda

Pada penelitian ini teknis analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Teknik analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh antara citra perusahaan, iklan, kualitas pelayanan terhadap Keputusan Memilih Produk Tabungan iB Muamalat. Berikut ini hasil dari uji regresi linier berganda:

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.872	2.158		5.038	.000
	TOTAL_X1	.221	.070	.248	3.150	.002
	TOTAL_X2	-.372	.064	-.539	-5.842	.000
	TOTAL_X3	.625	.076	.762	8.179	.000

a. Dependent Variable: TOTAL_Y1

Persamaan regresinya sebagai berikut:

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

$$Y = 10.872 + (0,221)X_1 + (-0,372)X_2 + (0,625)X_3$$

Keterangan:

Y = Keputusan Memilih Produk Tabungan iB Muamalat

A = konstanta

b_1, b_2, b_3 = koefisien regresi

X_1 = citra perusahaan

X_2 = iklan

X_3 = kualitas pelayanan

Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Variabel citra perusahaan (X_1), data diatas menunjukkan nilai Sig. sebesar 0,002, jadi $0,002 < 0,05$ maka dari itu hipotesis diterima dan artinya variabel citra perusahaan (X_1) berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan memilih paket tabungan (Y). Nilai koefisien (X_1) 0,221 yang artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan variabel (X_1) mengalami kenaikan 1 maka Keputusan Memilih Produk Tabungan iB Muamalat peningkat sebesar 0,221. Jadi, semakin bagus citra perusahaan maka semakin banyak nasabah yang akan memilih produk tabungan iB Muamalat.
- 2) Variabel iklan (X_2), data diatas menunjukkan nilai Sig. sebesar 0,000, jadi $0,000 < 0,05$ maka dari itu hipotesis diterima dan artinya variabel iklan (X_2) berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan memilih paket umroh (Y). Nilai koefisien (X_2) -0,372 yang artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan variabel iklan (X_2) mengalami kenaikan 1 maka Keputusan Memilih Produk Tabungan iB Muamalat akan menurun sebesar 0,372. Jadi, semakin banyak iklan yang dipublikasikan maka akan menimbulkan biaya yang sangat besar dan

tidak efektif sehingga menyebabkan keinginan nasabah menurun untuk memilih Produk Tabungan iB Muamalat.

- 3) Variabel kualitas pelayanan (X3), data diatas menunjukkan nilai Sig. sebesar 0,00 jadi $0,00 < 0,05$ maka dari itu hipotesis diterima dan artinya variabel kualitas pelayanan (X3) berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Memilih Produk Tabungan iB Muamalat (Y). Nilai koefisien (X3) 0,625 yang artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan variabel (X3) mengalami kenaikan 1 maka Keputusan Memilih Produk Tabungan iB Muamalat mengalami peningkatan sebesar 0,625. Jadi, semakin baik nya kualitas pelayanan yang diberikan maka banyak nasabah yang akan memilih produk tabungan iB Muamalat.

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	74.454	3	24.818	24.583	.000 ^a
	Residual	92.880	92	1.010		
	Total	167.333	95			

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X3, TOTAL_X1, TOTAL_X2

b. Dependent Variable: TOTAL_Y1

Berdasarkan hasil output diatas, didapatkan nilai Sig. F 0,000 maka $0,000 < 0,05$ dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima, artinya variabel citra perusahaan, iklan dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan bersama-sama terhadap keputusan memilih produk tabungan iB Muamalat.

6. Uji Hipotesis

1. Uji F

Uji F ini digunakan untuk membuktikan adanya pengaruh signifikan antara citra perusahaan, iklan dan kualitas pelayanan terhadap Keputusan Memilih Produk Tabungan iB Muamalat secara simultan.

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan program SPSS maka didapat hasil uji F sebagai berikut:

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	74.454	3	24.818	24.583	.000 ^a
	Residual	92.880	92	1.010		
	Total	167.333	95			

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X3, TOTAL_X1, TOTAL_X2

b. Dependent Variable: TOTAL_Y1

Berdasarkan hasil uji F menunjukkan hasil perhitungan uji F diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 24.583 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Sementara nilai F_{tabel} sebesar 2,70 (dari perhitungan $df_1 = k$ (k adalah jumlah variabel bebas) = 3 (berarti kolom ke 3) dan $df_2 = n - k = 96 - 3 - 1 = 92$ (berarti baris ke 92)). Ini berarti bahwa $F_{hitung} 24.758 > F_{tabel}$ (2,71). Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara citra perusahaan (X1), iklan (X2), dan kualitas pelayanan (X3) secara simultan terhadap keputusan memilih produk tabungan iB Muamalat (Y) dan sebaliknya.

b. Uji t

Uji t ini digunakan untuk membuktikan adanya pengaruh yang signifikan baik antara citra perusahaan terhadap keputusan memilih paket umroh, maupun iklan terhadap keputusan memilih produk tabungan iB Muamalat, dan ataupun kualitas pelayanan terhadap keputusan memilih produk tabungan iB Muamalat secara parsial.

Berdasarkan hasil pengolahan data program SPSS maka di dapat hasil uji t sebagai berikut:

Tabel
Hasil Uji t

Variabel	Hasil Uji t	t table	Sig.
Citra perusahaan (X1)	3.150	1.98609	0,002
iklan (X2)	-5.842	1.98609	0,000
Kualitas Pelayanan (X3)	8.179	1.98609	0,000

Sumber: pengolahan data menggunakan uji t

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan hasil uji t citra perusahaan, iklan, dan kualitas pelayanan memperoleh nilai signifikansi lebih kecil (<) dari 0,05 dan $t_{hitung} > t_{tabel}$, sementara nilai t_{tabel} sebesar 1,98609 (dari perhitungan tingkat kepercayaan dibagi 2 : jumlah responden dikurangi jumlah variabel bebas dikurangi 1 = $0,05/2 : n-k-1 = 0,05/2 : 96-3-1 = 0,025 : 92$) ini berarti bahwa:

- a) T_{hitung} citra perusahaan (3.150) > t_{tabel} (1,98609) dan nilai signifikansi citra perusahaan (0,002) < 0,05. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima pada hipotesa 1 yang artinya bahwa citra perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan memilih produk tabungan iB Muamalat.
- b) T_{hitung} iklan (-5.842) > t_{tabel} (1,98609) dan nilai signifikansi iklan (0,000) < 0,05. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima pada hipotesa 2 yang artinya bahwa iklan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan memilih produk tabungan iB Muamalat.
- c) T_{hitung} kualitas pelayanan (8.179) > t_{tabel} (1,98609) dan nilai signifikansi kualitas pelayanan (0,000) < 0,05. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima pada hipotesa 3 yang artinya bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan memilih produk tabungan iB Muamalat.

Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa citra perusahaan, iklan, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan memilih produk tabungan iB Muamalat secara parsial diterima.

7. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui kemampuan besarnya variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen. Besarnya koefisien determinasi dapat dilihat dari *r square* dan dinyatakan dalam presentase. Hasil koefisien determinasi antara citra perusahaan,

iklan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan memilih produk tabungan iB Muamalat dapat dilihat pada hasil uji berikut:

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.667 ^a	.445	.427	1.00477

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X3, TOTAL_X1, TOTAL_X2

b. Dependent Variable: TOTAL_Y1

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi dapat diketahui bahwa besarnya nilai koefisien korelasi (R) (0,667) dengan nilai koefisien determinasi (*R square*) sebesar 0,445 (44,5%). Koefisien determinasi ini menunjukkan bahwa 44,5% keputusan memilih keputusan memilih produk tabungan iB Muamalat dipengaruhi citra perusahaan, iklan dan kualitas pelayanan sedangkan sisanya sebesar 55,5% keputusan memilih produk tabungan iB Muamalat dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.