

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Bank Muamalat Indonesia

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 BMI 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, BMI 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. Pada 27 Oktober 1994, BMI mendapatkan izin sebagai Bank Devisa dan terdaftar sebagai perusahaan publik yang tidak listing di Bursa Efek Indonesia. Sejak tahun 2015, BMI bermetamorfosa untuk menjadi entitas yang semakin baik dan meraih pertumbuhan jangka panjang, dengan strategi bisnis yang terarah BMI akan terus maju mewujudkan visinya.¹¹²

¹¹²<http://www.bankmuamalat.co.id>, diakses pada tanggal 15 Januari 2019 pukul 10.00 WIB

2. Profil Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar

Bank Muamalat KCP Blitar merupakan lembaga keuangan pertama berbasis syari'ah yang hadir di Kota Blitar dan berdiri sejak 13 Juli 2010. Kemudian dengan Menunjuk Surat Otoritas Jasa Keuangan No. S577/KO.36/2015 tanggal 13 Juli 2015 Kantor Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar yang sebelumnya berlokasi di Jl. Cempaka 26 Kota Blitar berpindah ke alamat Jl. Ahmad Yani, Kompleks Ruko Merdeka Timur Center (MTC), Blok H, Kel. Kepanjenlor, Kec. Kepanjenkidul Kota Blitar, Kabupaten Blitar dengan No. Telp : (0342) 807867 dan (0342) 807868, Fax : (0342) 807830. Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar memiliki fungsi sama dengan lembaga keuangan lainnya, yaitu menghimpun dana dari masyarakat yang berupa tabungan dan deposito yang selanjutnya dana tersebut disalurkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau pembiayaan.

3. Visi dan Misi Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar

Visi : Menjadi bank syari'ah terbaik dan termasuk dalam 10 besar bank di Indonesia dengan eksistensi yang diakui ditingkat regional.

Misi : Membangun lembaga keuangan syariah yang unggul dan berkesinambungan dengan penekanan pada semangat kewirausahaan berdasarkan prinsip kehati-hatian, keunggulan SDM yang islami dan professional serta orientasi investasi yang inovatif, untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan.

4. Produk-Produk Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar¹¹³

Dalam menawarkan dan memasarkan produk ke masyarakat, Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Blitar menggunakan prinsip-prinsip Syariah. Prinsip utama Bank Muamalat sebagai bank Syariah adalah pada tata cara/ ketentuan pemberian imbalan yang dilakukan dengan sistem bagi hasil.

Macam-macam produk yang ada di Bank Muamalat KCP Blitar antara lain:

- a. Produk Penghimpunan Dana
 - 1) Tabungan
 - a) Tabungan iB Muamalat Wadiah
 - b) Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah
 - c) TabunganKu
 - d) Tabungan iB Muamalat Rencana
 - e) Tabungan iB Muamalat Prima
 - f) Tabungan Muamalat Umroh iB
 - 2) Giro
 - a) Giro iB Muamalat Attijary
 - b) Giro iB Muamalat Ultima
 - 3) Deposito
 - a) Deposito *Mudharabah*

¹¹³<http://www.bankmuamalat.co.id/produk-layanan-consumer>, diakses pada tanggal 15 Januari 2019 pukul 10.00 WIB

- b) Deposito *Fulinves*
- 4) Kartu *Shar-E Debit*
 - a) Kartu *Shar-E Debit Gold*
 - b) Kartu *Shar-E Debit Reguler*
 - c) Kartu *Shar-E Debit Arsenal*
- a. Produk Pembiayaan
 - 1) Pembiayaan KPR Muamalat iB
 - 2) Pembiayaan Investasi
 - 3) Pembiayaan iB Muamalat Multiguna

5. Struktur Organisasi Lembaga

Adapun Struktur organisasi Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar yaitu sebagai berikut :



Sumber: Data Intern Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar tahun 2018

6. Job Discription Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar

a. PIC SUB *Branch Manager*

SUB Branch Manager adalah seorang pemimpin dan pengawasan kegiatan Bank Muamalat sehari-hari sesuai dengan kebijaksanaan umum yang telah disetujui dewan komisaris dalam Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS). Tugasnya adalah merencanakan, mengkoordinir dan mensupervisi seluruh kegiatan cabang pembantu yang meliputi kegiatan operasional, bisnis badan pengembangan cabang pembantu, guna menjamin tercapainya target anggaran cabang pembantu baik secara kuantitatif maupun kualitatif

b. *Service Assistant Remedial*

Service Assistant remedial pada BMI KCP Blitar bertugas untuk membantu pengelolaan administrasi nasabah pembiayaan dan melaksanakan seluruh aktivitas penagihan pada debitur yang menunggak angsuran pembiayaan.

c. *Relationship Manager Funding*

Relationship Manager Funding pada BMI bertugas untuk memperkenalkan, menjelaskan dan menawarkan produk penanaman dana di Bank Muamalat Indonesia, mengenai keuntungan dan keistimewaan serta persyaratan dari produk tersebut kepada calon nasabah maupun nasabah baik secara langsung maupun melalui telepon guna memastikan calon nasabah mengerti tentang produk tersebut dan prosedur pengajuan permohonannya.

d. *Teller*

Teller pada BMI KCP Blitar bertugas melayani transaksi tunai maupun non tunai, dalam mata uang rupiah dan valas.

e. *Customer Service*

Customer Service pada bertugas memberikan informasi kepada nasabah mengenai produk dan layanan BMI serta memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi nasabah terkait dengan produk dan layanan BMI.

f. *Security*

Security bertugas untuk siap siaga terhadap situasi kantor, memantau keluar masuk nasabah ke kantor, *menfull* (mengeluarkan dan memasukan uang dari khasanah bersama *teller* dan pejabat bank), pengawalan penyeteroran uang ke Bank Indonesia, serta membantu *customer service* dalam penjualan *shar-e*.

g. *Driver*

Driver bertugas dalam bagian transportasi dan memelihara kendaraan kantor.

h. *Cleaning Service*

Cleaning Service bertugas memelihara kekayaan kantor dan membantu kegiatan pegawai yang lain.

B. Profil Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar yang berdomisili di wilayah Blitar. Adapun jumlah responden yang dijadikan sampel sebanyak 99 orang nasabah dalam periode 2010-September 2018. Setiap responden diberi lembar angket untuk memberikan jawaban atas pernyataan yang telah disediakan.

C. Definisi Responden

Untuk mempermudah dalam mendefinisikan responden dalam penelitian ini yakni nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar, maka diperlukan gambaran mengenai karakteristik responden. Adapun gambaran karakteristik responden adalah sebagai berikut :

1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Responden yang menggunakan produk tabungan BMI KCP Blitar adalah nasabah dengan jenis kelamin laki-laki dan perempuan. Jumlah responden dengan jenis kelamin perempuan menunjukkan jumlah lebih besar dari pada jenis kelamin laki-laki.

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasar Jenis kelamin

Jenis Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	37	37.4	37.4	37.4
	Perempuan	62	62.6	62.6	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Sumber : Pengolahan data penelitian, 2019

Berdasarkan pada tabel 4.1 di atas dapat diketahui bahwa dari 99 responden, yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 37 nasabah atau 37,4%, sedangkan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 62 nasabah atau 62,6%.

2. Karakteristik Berdasarkan Usia

Berdasarkan usia responden yang paling banyak menjadi nasabah produk tabungan di Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar adalah responden yang berumur 18-25 tahun.

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	10-17	3	3.0	3.0	3.0
	18-25	40	40.4	40.4	43.4
	26-33	14	14.1	14.1	57.6
	34-41	13	13.1	13.1	70.7
	>41	29	29.3	29.3	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Sumber : Pengolahan data penelitian, 2019

Berdasarkan pada tabel 4.2 di atas dapat diketahui bahwa dari 99 responden, jumlah responden yang berumur 10-17 tahun sebanyak 3 nasabah atau 3%, 18-25 tahun sebanyak 40 nasabah atau 40,4%, 26-33 tahun sebanyak 14 nasabah atau 14,1%, 34-41 tahun sebanyak 13 nasabah atau 13,1%, dan 41 tahun keatas sebanyak 29 nasabah atau 29,3%.

3. Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan tingkat pendidikan terakhir responden nasabah produk tabungan yang paling banyak di Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar adalah responden dengan tingkat pendidikan SMA.

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD	6	6.1	6.1	6.1
	SMP	24	24.2	24.2	30.3
	SMA	62	62.6	62.6	92.9
	Diploma/Sarjana	7	7.1	7.1	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Sumber : Pengolahan data peneliti, 2019

Dari tabel 4.3 di atas dapat diketahui bahwa dari 99 responden, jumlah responden yang berpendidikan SD sebanyak 6 nasabah atau 6,1%, SMP sebanyak 24 nasabah atau 24,2%, SMA sebanyak 62 nasabah atau 62,6%, Diploma/Sarjana sebanyak 7 nasabah atau 7,1%.

4. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan jenis pekerjaan responden nasabah produk tabungan di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar, yang paling banyak adalah responden dengan jenis pekerjaan sebagai karyawan swasta.

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PNS	5	5.1	5.1	5.1
	Ibu Rumah Tangga	23	23.2	23.2	28.3
	Wiraswasta	3	3.0	3.0	31.3
	Pelajar/Mahasiswa	23	23.2	23.2	54.5
	Karyawan Swasta	25	25.3	25.3	79.8
	Petani	11	11.1	11.1	90.9
	Pedagang	9	9.1	9.1	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Sumber : Pengolahan data peneliti, 2019

Berdasarkan pada tabel 4.4 di atas dapat diketahui bahwa dari 99 responden, jumlah responden yang mempunyai jenis pekerjaan sebagai PNS sebanyak 5 nasabah atau 5,1%, Ibu Rumah Tangga sebanyak 23 nasabah atau 23,2%, Pelajar/Mahasiswa sebanyak 23 nasabah atau 23,2%, Petani sebanyak 11 nasabah atau 11,1%, dan Pedagang sebanyak 9 nasabah atau 9,1%.

5. Karakteristik Berdasarkan Lama Menabung

Berdasarkan lama menabung responden nasabah produk tabungan di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar, yang paling banyak adalah nasabah dengan lama menabung <1 tahun.

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menabung

Lama Menabung					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<1 Tahun	69	69.7	69.7	69.7
	1-2 tahun	23	23.2	23.2	92.9
	3-4 Tahun	7	7.1	7.1	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Sumber: Pengolahan data peneliti, 2019

Berdasarkan pada tabel 4.5 diketahui bahwa dari 99 responden, berdasarkan lama menabung <1 tahun sebanyak 69 nasabah atau 69,7%, 1-2 tahun sebanyak 23 nasabah atau 23,2%, dan 3-4 tahun sebanyak 7 nasabah atau 7,1%.

6. Karakteristik Berdasarkan Jenis Tabungan

Berdasarkan jenis tabungan, responden nasabah di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Blitar yang paling banyak adalah nasabah yang menggunakan produk tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah.

Tabel 4.6
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Tabungan

Jenis Tabungan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	iB Muamalat Wadiah	28	28.3	28.3	28.3
	iB Muamalat Mudharabah	11	11.1	11.1	39.4
	iB Muamalat Haji & Umroh	32	32.3	32.3	71.7
	iB Muamalat Prima	3	3.0	3.0	74.7
	Tabunganku	25	25.3	25.3	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Sumber : Pengolahan data peneliti, 2019

Berdasarkan pada tabel 4.6 di atas dapat diketahui bahwa dari 99 responden, berdasarkan dari jenis tabungan, untuk tabungan iB Muamalat Wadiah sebanyak 28 nasabah atau 28,3%, iB Muamalat Mudharabah sebanyak 11 nasabah atau 11,1%, iB Muamalat Haji dan Umrah sebanyak 32 nasabah atau 32,3%, iB Muamalat Prima sebanyak 3 nasabah atau 3,0% dan TabunganKu sebanyak 25 nasabah atau 25,3%.

D. Deskripsi Variabel Penelitian

Angket yang telah peneliti sebarakan kepada responden yang terdiri atas 35 item pernyataan dan dibagi dalam 4 kategori yaitu :

- 1) 10 pernyataan digunakan untuk mengetahui pengaruh citra merek yang diukur dari variabel citra merek (X1).
- 2) 6 pernyataan digunakan untuk mengetahui pengaruh promosi yang diukur dari variabel promosi (X2).
- 3) 8 pernyataan digunakan untuk mengetahui pengaruh lokasi yang diukur dari variabel lokasi (X3).
- 4) 11 pernyataan digunakan untuk mengetahui pengaruh keputusan nasabah menabung di Bank Muamalat KCP Blitar (Y)

Sedangkan hasil dari jawaban yang peneliti peroleh dari responden adalah sebagai berikut :

1. Citra Merek (X_1)

Tabel 4.7
Frekuensi Jawaban Angket Variabel Citra Merek (X_1)

ITEM	SKOR JAWABAN									
	SS		S		RR		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
$X_{1.1}$	38	38,4%	61	61,6%	0	0%	0	0%	0	0%
$X_{1.2}$	34	34,3%	65	65,7%	0	0%	0	0%	0	0%
$X_{1.3}$	24	24,2%	60	60,6%	15	15,2%	0	0%	0	0%
$X_{1.4}$	22	22,2%	75	75,8%	2	2,0%	0	0%	0	0%
$X_{1.5}$	47	47,5%	52	52,5%	0	0	0	0%	0	0%
$X_{1.6}$	3	3,0%	73	73,7%	23	23,2%	0	0%	0	0%
$X_{1.7}$	3	3,0%	59	59,6%	21	21,2%	16	16,2%	0	0%
$X_{1.8}$	16	16,2%	83	83,8%	0	0	0	0%	0	0%
$X_{1.9}$	29	29,3%	63	63,3%	7	7,1%	0	0%	0	0%
$X_{1.10}$	9	9,1%	87	87,9%	3	3,0%	0	0%	0	0%

Sumber : Pengolahan Data Peneliti, 2019

Variabel citra merek (X_1) terdiri dari 10 item pernyataan. Pernyataan pertama ($X_{1.1}$) yaitu Bank Muamalat memiliki keunggulan produk di dibandingkan dengan Bank yang lainnya, mendapat respon sebanyak 38 responden atau 38,4% yang menyatakan sangat setuju, 61 responden atau 61,6% menyatakan setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Pernyataan kedua ($X_{1.2}$) yaitu harga produk yang ditawarkan sesuai dengan ketentuan BMI, mendapat respon sebanyak 34 responden atau 34,3% yang menyatakan sangat setuju, 65 responden atau 65,7% menyatakan setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Pernyataan ketiga ($X_{1.3}$) yaitu penampilan fisik produk tabungan BMI menarik, mendapat respon sebanyak 24 responden atau 24,2% yang menyatakan sangat setuju, 60 responden atau 60,6% menyatakan setuju, 15 responden atau 15,2% menyatakan ragu-ragu dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Pernyataan ketiga ($X_{1.4}$) yaitu Bank Muamalat KCP Blitar memiliki ciri khas tersendiri dibandingkan dengan Bank lain., mendapat respon sebanyak 22 responden atau 22,2% yang menyatakan sangat setuju, 75 responden atau 75,85% menyatakan setuju, 2 responden atau 2,0% menyatakan ragu-ragu dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Pernyataan pertama ($X_{1.5}$) yaitu Bank Muamalat memiliki logo yang islami, mendapat respon sebanyak 47 responden atau 47,5% yang menyatakan sangat setuju, 52 responden atau 52,5% menyatakan setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Pernyataan ketiga ($X_{1.6}$) yaitu Bank Muamalat memiliki persepsi citra merek yang baik di mata masyarakat, mendapat respon sebanyak 3 responden atau 3,0% yang menyatakan sangat setuju, 73 responden atau 73,7% menyatakan setuju, 23 responden atau 23,2% menyatakan ragu-ragu dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Pernyataan ketiga ($X_{1.7}$) yaitu Bank Muamalat lebih baik dibandingkan yang lain, mendapat respon sebanyak 3 responden atau 3,0% yang menyatakan sangat setuju, 59 responden atau 59,2% menyatakan setuju, 21 responden atau 21,2% menyatakan ragu-ragu, 16 responden atau 16,2% menyatakan tidak setuju dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

Pernyataan ketiga ($X_{1.8}$) yaitu logo Bank Muamalat mudah di ucapkan, mendapat respon sebanyak 16 responden atau 16,2% yang menyatakan sangat setuju, 83 responden atau 83,8% menyatakan setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Pernyataan ketiga ($X_{1.9}$) yaitu logo Bank Muamalat mudah di ingat dan di kenal, mendapat respon sebanyak 29 responden atau 29,3% yang menyatakan sangat setuju, 63 responden atau 63,3% menyatakan setuju, 7 responden atau 7,1% menyatakan ragu-ragu dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Pernyataan ketiga ($X_{1.10}$) yaitu menabung di BMI KCP Blitar memiliki persyaratannya yang mudah, mendapat respon sebanyak 9 responden atau 9,1% yang menyatakan sangat setuju, 87 responden atau 87,9% menyatakan setuju, 3 responden atau 3,0% menyatakan ragu-ragu dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

2. Promosi (X_2)

Tabel 4.8
Frekuensi Jawaban Angket Variabel Promosi (X_2)

ITEM	SKOR JAWABAN									
	SS		S		RR		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
$X_{2.1}$	62	62,6%	37	37,4%	0	0%	0	0%	0	0%
$X_{2.2}$	24	24,2%	75	75,8%	0	0%	0	0%	0	0%
$X_{2.3}$	48	48,5%	51	51,5%	0	0%	0	0%	0	0%
$X_{2.4}$	33	33,3%	66	66,7%	0	0%	0	0%	0	0%
$X_{2.5}$	62	62,6%	37	37,4%	0	0%	0	0%	0	0%
$X_{2.6}$	46	46,5%	53	53,5%	0	0%	0	0%	0	0%

Sumber : Pengolahan data peneliti, 2019

Variabel promosi (X_2) terdiri dari 6 item pernyataan. Pernyataan pertama ($X_{2.1}$) yaitu tertarik menggunakan produk Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar setelah melihat brosurnya, mendapat respon sebanyak 62 responden atau 62,6% yang menyatakan sangat setuju, 37 responden atau 37,4% menyatakan setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Pernyataan ketiga ($X_{2.2}$) yaitu tertarik menggunakan produk Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar setelah melihat iklannya (Televisi/Majalah/Internet), mendapat respon sebanyak 24 responden atau 24,2% yang menyatakan sangat setuju, 75 responden atau 75,8% menyatakan setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Pernyataan ketiga ($X_{2.3}$) yaitu tertarik menggunakan produk Bank Muamalat KCP Blitar karena publisitas yang dilakukan oleh Bank melalui kegiatan seperti pameran, event, dan kegiatan yang lainnya,

mendapat respon sebanyak 48 responden atau 48,5% yang menyatakan sangat setuju, 51 responden atau 51,5% menyatakan setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Pernyataan ketiga (X_{2.4}) yaitu tertarik menggunakan produk tabungan Bank Muamalat KCP Blitar karena promosinya menarik dan memberikan informasi yang lengkap, mendapat respon sebanyak 33 responden atau 33,3% yang menyatakan sangat setuju, 66 responden atau 66,7% menyatakan setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Pernyataan ketiga (X_{2.5}) yaitu tertarik menggunakan produk tabungan Bank Muamalat KCP Blitar karena promosi yang dilakukan oleh Bank kepada nasabahnya secara langsung, mendapat respon sebanyak 62 responden atau 62,4% yang menyatakan sangat setuju, 37 responden atau 37,6% menyatakan setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Pernyataan ketiga (X_{2.6}) yaitu tertarik menggunakan produk tabungan Bank Muamalat KCP Blitar karena termotivasi oleh informasi yang diberikan oleh sales/marketing Bank tersebut, mendapat respon sebanyak 46 responden atau 46,5% yang menyatakan sangat setuju, 53 responden atau 55,5% menyatakan setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

3. Lokasi (X_3)

Tabel 4.9
Frekuensi Jawaban Angket Variabel Lokasi (X_3)

ITEM	SKOR JAWABAN									
	SS		S		RR		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
$X_{3.1}$	49	49,5%	43	43,4%	0	0%	7	7,1%	0	0%
$X_{3.2}$	20	20,2%	64	64,6%	15	15,2%	0	0%	0	0%
$X_{3.3}$	8	8,1%	57	57,6%	33	33,3%	1	1,0%	0	0%
$X_{3.4}$	2	2,0%	57	57,6%	37	37,4%	3	3,0%	0	0%
$X_{3.5}$	0	0%	0	0%	55	55,6%	33	33,3%	11	11,1%
$X_{3.6}$	39	39,4%	60	60,6%	0	0%	0	0%	0	0%
$X_{3.7}$	53	53,5%	46	46,5%	0	0%	0	0%	0	0%
$X_{3.8}$	1	1,0%	54	54,5%	42	42,4%	2	2,0%	0	0%

Sumber : Pengolahan data peneliti, 2019

Variabel lokasi (X_3) terdiri dari 8 item pernyataan. Pernyataan ketiga ($X_{3.1}$) yaitu lokasi BMI KCP Blitar dekat dengan tempat tinggal saya, mendapat respon sebanyak 49 responden atau 49,5% yang menyatakan sangat setuju, 43 responden atau 43,4% menyatakan setuju, 7 responden atau 7,1% menyatakan tidak setuju dan tidak ada responden yang menyatakan ragu-ragu dan sangat tidak setuju.

Pernyataan ketiga ($X_{3.2}$) yaitu BMI KCP Blitar berada di lokasi yang mudah dijangkau sarana transportasi umum, mendapat respon sebanyak 20 responden atau 20,2% yang menyatakan sangat setuju, 64 responden atau 64,6% menyatakan setuju, 15 responden atau 15,2% menyatakan ragu-ragu dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Pernyataan ketiga ($X_{3,3}$) yaitu lokasi BMI KCP Blitar mudah ditemukan, mendapat respon sebanyak 8 responden atau 8,1% yang menyatakan sangat setuju, 57 responden atau 57,6% menyatakan setuju, 33 responden atau 33,3% menyatakan ragu-ragu dan tidak, 1 responden atau 1,0% menyatakan tidak setuju ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

Pernyataan ketiga ($X_{3,4}$) yaitu lokasi BMI KCP Blitar berada di tempat yang strategis, mendapat respon sebanyak 2 responden atau 2,0% yang menyatakan sangat setuju, 57 responden atau 57,6% menyatakan setuju, 37 responden atau 37,4% menyatakan ragu-ragu, 3 responden atau 3,0% menyatakan tidak setuju dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

Pernyataan ketiga ($X_{3,5}$) yaitu BMI KCP Blitar memiliki tempat parkir yang luas, 55 responden atau 55,6% menyatakan ragu-ragu, 33 responden atau 33,3% menyatakan tidak setuju, 11 responden atau 11,1% menyatakan sangat tidak setuju dan tidak ada responden yang menyatakan setuju dan sangat setuju.

Pernyataan ketiga ($X_{3,6}$) yaitu BMI KCP Blitar berada di lingkungan yang aman, mendapat respon sebanyak 39 responden atau 39,4% yang menyatakan sangat setuju, 60 responden atau 60,6% menyatakan setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Pernyataan ketiga ($X_{3,7}$) yaitu BMI KCP Blitar berada di dekat pusat keramaian seperti mall, sekolahan dan perkantoran, mendapat respon sebanyak 53 responden atau 53,5% yang menyatakan sangat setuju, 46 responden atau 46,5% menyatakan setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Pernyataan ketiga ($X_{3,8}$) yaitu lokasi BMI KCP Blitar dapat dilihat jelas dari tepi jalan, mendapat respon sebanyak 1 responden atau 1,0% yang menyatakan sangat setuju, 54 responden atau 54,5% menyatakan setuju, 42 responden atau 42,4% menyatakan ragu-ragu dan 2 responden atau 2,0% menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

4. Keputusan Menabung (Y)

Tabel 4.10
Frekuensi Jawaban Angket Variabel Keputusan Menabung (Y)

ITEM	SKOR JAWABAN									
	SS		S		RR		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Y ₁	70	70,7%	29	29,3%	0	0%	0	0%	0	0%
Y ₂	57	57,6%	42	42,4%	0	0%	0	0%	0	0%
Y ₃	38	38,4%	61	61,6%	0	0%	0	0%	0	0%
Y ₄	8	8,1%	56	56,6%	20	20,2%	15	15,2%	0	0%
Y ₅	0	0%	50	50,5%	49	49,5%	0	0%	0	0%
Y ₆	15	15,2%	80	80,8%	4	4,0%	0	0%	0	0%
Y ₇	40	40,4%	59	59,6%	0	0%	0	0%	0	0%
Y ₈	73	73,7%	26	26,3%	0	0%	0	0%	0	0%
Y ₉	22	22,2%	77	77,8%	0	0%	0	0%	0	0%
Y ₁₀	1	1,0%	57	57,6%	41	41,4%	0	0%	0	0%
Y ₁₁	16	16,2%	83	83,8%	0	0%	0	0%	0	0%

Sumber : Pengolahan data peneliti, 2019

Variabel Keputusan menabung (Y) terdiri dari 11 item pernyataan. Pernyataan pertama (Y₁) yaitu memilih menabung di Bank Muamalat KCP Blitar untuk memenuhi kebutuhan, mendapat respon sebanyak 70 responden atau 70,7% yang menyatakan sangat setuju, 29 responden atau 29,3% menyatakan setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Pernyataan kedua (Y₂) yaitu memilih menabung di Bank Muamalat KCP Blitar karena sangat aman, mendapat respon sebanyak 57 responden atau 57,6% yang menyatakan sangat setuju, 42 responden atau 42,4% menyatakan setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Pernyataan ketiga (Y₃) yaitu mencari informasi BMI KCP Blitar melalui web resmi BMI, mendapat respon sebanyak 38 responden atau 38,4% yang menyatakan sangat setuju, 61 responden atau 61,6% menyatakan setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Pernyataan keempat (Y₄) yaitu mencari informasi BMI KCP Blitar kepada teman yang menggunakan produk BMI KCP Blitar, mendapat respon sebanyak 8 responden atau 8,1% yang menyatakan sangat setuju, 56 responden atau 56,6% menyatakan setuju, 20 responden atau 20,2% menyatakan ragu-ragu, 15 responden atau 15,2% menyatakan tidak setuju dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

Pernyataan kelima (Y₅) yaitu memilih menabung di BMI KCP Blitar karena banyak masyarakat yang percaya dengan kualitas Bank tersebut, 50 responden atau 50,5% menyatakan setuju, 49 responden atau 49,5% menyatakan ragu-ragu, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

Pernyataan keenam (Y₆) yaitu memilih menabung di Bank Muamalat KCP Blitar karena proses administrasinya mudah dan tidak berbelit., mendapat respon sebanyak 15 responden atau 15,2% yang menyatakan sangat setuju, 80 responden atau 80,4% menyatakan setuju, 4 responden atau 4,0% menyatakan ragu-ragu, dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Pernyataan ketujuh (Y₇) yaitu memilih menabung di BMI KCP Blitar karena sangat bermanfaat dan sesuai kebutuhan, mendapat respon sebanyak 40 responden atau 40,4% yang menyatakan sangat setuju, 59 responden atau 59,6% menyatakan setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan ragu-ragu, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

Pernyataan kedelapan (Y₈) yaitu memilih produk tabungan Bank muamalat Indonesia KCP Blitar karena kemauan sendiri, mendapat respon sebanyak 73 responden atau 73,3% yang menyatakan sangat setuju, 26 responden atau 26,7% menyatakan setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan ragu-ragu, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

Pernyataan kesembilan (Y_9) yaitu muamalat Indonesia KCP Blitar merupakan Bank yang terpercaya sampai saat ini, mendapat respon sebanyak 22 responden atau 22,2% yang menyatakan sangat setuju, 77 responden atau 77,8% menyatakan setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan ragu-ragu, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

Pernyataan kesepuluh (Y_{10}) yaitu memilih BMI KCP Blitar karena Bank tersebut memiliki citra merek yang baik di masyarakat, mendapat respon sebanyak 1 responden atau 1,0% yang menyatakan sangat setuju, 57 responden atau 57,6% menyatakan setuju, 41 responden atau 41,4% menyatakan ragu-ragu dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Pernyataan kesebelas (Y_{11}) yaitu merasa puas menggunakan produk tabungan BMI KCP Blitar, mendapat respon sebanyak 16 responden atau 16,2% yang menyatakan sangat setuju, 83 responden atau 83,8% menyatakan setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan ragu-ragu tidak setuju dan sangat tidak setuju.

E. Pengujian Hipotesis

1. Analisis Uji Validitas dan Reliabilitas

a) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji kevalidan instrumen penelitian. Uji validitas adalah pengukuran yang menunjukkan tingkat ketepatan ukuran suatu instrument terhadap konsep yang diteliti. Suatu instrument adalah tepat untuk digunakan sebagai ukuran suatu konsep

jika memiliki tingkat validitas yang tinggi, dan sebaliknya.¹¹⁴ Suatu instrumen dikatakan valid, apabila koefisien korelasi *product moment* melebihi 0,3, koefisien korelasi *product moment* > r tabel (α ; n - 2), n = jumlah sampel, dan Nilai Sig. $\leq \alpha$ ¹¹⁵

Berikut adalah rincian tabel hasil uji validitas dari variabel citra merek, promosi, lokasi dan keputusan nasabah menabung dengan 99 sampel responden :

1) Uji Validitas Citra Merek (X₁)

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek

Variabel	No. Item	Corrected Item-Total Correlation	Sig. (2-tailed)	Keterangan
Citra Merek (X ₁)	X _{1.1}	0,451	0,000	Valid
	X _{1.2}	0,698	0,000	Valid
	X _{1.3}	0,759	0,000	Valid
	X _{1.4}	0,552	0,000	Valid
	X _{1.5}	0,501	0,000	Valid
	X _{1.6}	0,727	0,000	Valid
	X _{1.7}	0,701	0,000	Valid
	X _{1.8}	0,494	0,000	Valid
	X _{1.9}	0,779	0,000	Valid
	X _{1.10}	0,570	0,000	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 16.0 2019

Berdasarkan pada tabel 4.11 diatas menunjukkan bahwa variabel citra merek memiliki kriteria yang valid untuk semua item pertanyaan berdasarkan nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih

¹¹⁴Puguh Suharso, *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Bisnis*, Jakarta: Alkadri, 2009, hal.108

¹¹⁵Syofian Siregar, *Statistik Deskriptif Untuk Penelitian : Dilengkapi Perhitungan Manual Dan Aplikasi SPSS Versi 17*, Cet. 4, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2014), hal. 164

besar dari nilai r tabel (0,1975). Sehingga, dalam penelitian ini semua item dalam instrumen memenuhi persyaratan validitas serta dapat mengukur dengan tepat.

2) Uji Validitas Promosi (X_2)

Tabel 4.12
Hasil Uji Validitas Variabel Promosi

Variabel	No. Item	Corrected Item-Total Correlation	Sig. (2-tailed)	Keterangan
Promosi (X_2)	X _{2.1}	0,735	0,000	Valid
	X _{2.2}	0,771	0,000	Valid
	X _{2.3}	0,655	0,000	Valid
	X _{2.4}	0,809	0,000	Valid
	X _{2.5}	0,764	0,000	Valid
	X _{2.6}	0,838	0,000	Valid

Sumber : Data diolah dengan SPSS 16, 2019

Berdasarkan pada tabel 4.12 diatas menunjukkan bahwa variabel promosi memiliki kriteria yang valid untuk semua item pertanyaan berdasarkan nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari nilai r tabel (0,1975). Sehingga, dalam penelitian ini semua item dalam instrumen memenuhi persyaratan validitas serta dapat mengukur dengan tepat.

3) Uji Validitas Lokasi (X₃)

Tabel 4.13
Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi

Variabel	No. Item	Corrected Item- Total Correlation	Sig. (2-tailed)	Keterangan
Lokasi (X ₃)	X _{3.1}	0,436	0,000	Valid
	X _{3.2}	0,618	0,000	Valid
	X _{3.3}	0,799	0,000	Valid
	X _{3.4}	0,655	0,000	Valid
	X _{3.5}	0,649	0,000	Valid
	X _{3.6}	0,564	0,000	Valid
	X _{3.7}	0,573	0,000	Valid
	X _{3.8}	0,676	0,000	Valid

Sumber : Data diolah dengan SPSS 16, 2019

Berdasarkan tabel 4.13 diatas menunjukkan bahwa variabel lokasi memiliki kriteria yang valid untuk semua item pertanyaan berdasarkan nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari nilai r tabel (0,1975). Sehingga, dalam penelitian ini semua item dalam instrumen memenuhi persyaratan validitas serta dapat mengukur dengan tepat.

4) Uji Validitas Keputusan Nasabah Menabung (Y)

Tabel 4.14
Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Nasabah Menabung

Variabel	No. Item	Corrected Item-Total Correlation	Sig. (2-tailed)	Keterangan
Keputusan Nasabah Menabung (Y)	Y ₁	0,589	0,000	Valid
	Y ₂	0,628	0,000	Valid
	Y ₃	0,598	0,000	Valid
	Y ₄	0,527	0,000	Valid
	Y ₅	0,483	0,000	Valid
	Y ₆	0,470	0,000	Valid
	Y ₇	0,593	0,000	Valid
	Y ₈	0,446	0,000	Valid
	Y ₉	0,377	0,000	Valid
	Y ₁₀	0,516	0,000	Valid
	Y ₁₁	0,385	0,000	Valid

Sumber : Data diolah dengan SPSS 16, 2019

Berdasarkan tabel 4.14 diatas menunjukkan variabel keputusan nasabah menabung memiliki kriteria yang valid untuk semua item pertanyaan berdasarkan nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari nilai r tabel (0,1975). Sehingga, dalam penelitian ini semua item dalam instrumen memenuhi persyaratan validitas serta dapat mengukur dengan tepat.

b) Uji Reliabilitas

Untuk mengetahui suatu alat ukur itu reliabel dapat diuji dengan menggunakan rumus *alpha*. Angket dikatakan reliabel apabila nilai

alpha cronbach lebih besar dari 0,6.

Berikut adalah hasil uji reliabilitas dari variabel citra merek, promosi, lokasi dan keputusan nasabah menabung dengan 99 sampel responden :

Tabel 4.15
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Citra Merek (X ₁)	0,822	Reliabel
Promosi (X ₂)	0,854	Reliabel
Lokasi (X ₃)	0,757	Reliabel
Keputusan Nasabah Menabung (Y)	0,704	Reliabel

Sumber : Data diolah dengan SPSS 16, 2018

Pada tabel 4.15 diatas menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* atas variabel citra merek sebesar 0,822, promosi sebesar 0,854, lokasi sebesar 0,757 dan keputusan nasabah menabung sebesar 0,704. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa pernyataan dalam kuesioner ini reliabel karena mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,60. Hal ini menunjukkan bahwa setiap item pernyataan yang digunakan akan mampu memperoleh data yang konsisten yang berarti apabila pernyataan itu diajukan kembali akan memperoleh jawaban yang relatif sama dengan jawaban sebelumnya.

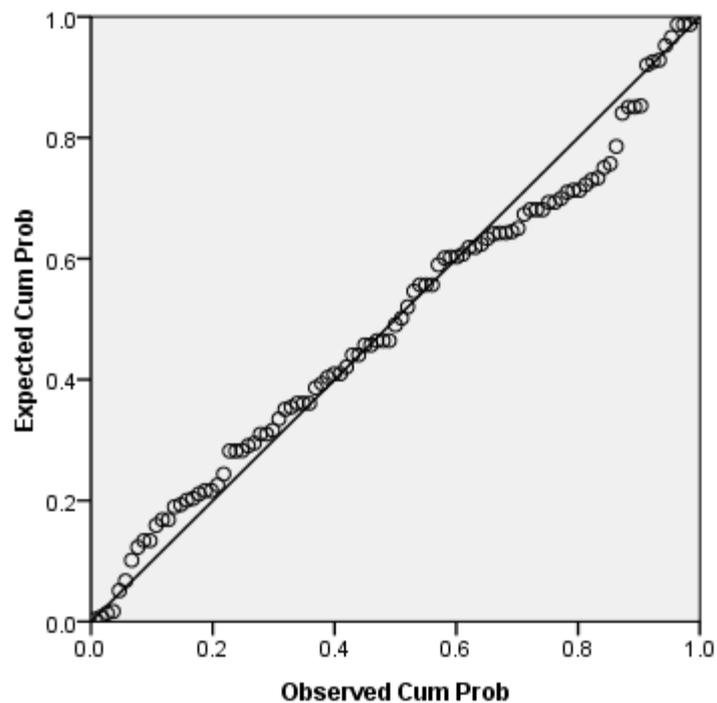
2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah dalam seluruh model regresi, variabel bebas dan variabel terikat mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data yang normal dan mendekati normal.

Gambar 4.2
Hasil Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual
Dependent Variable: Y



Sumber : Data diolah dengan SPSS 16,00, 2019

Berdasarkan hasil analisis data pada gambar 4.2 diatas kurva normal *p-plot*, dapat disimpulkan bahwa dalam kurva normal *p-plot*

terlihat titik menyebar disekitar garis diagonal dan penyebarannya tidak terlalu jauh atau melebar. Sehingga, kurva ini menunjukkan bahwa model regresi sesuai asumsi normalitas dan layak digunakan.

b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang signifikan antara variabel-variabel bebasnya. Uji ini dilakukan dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dari hasil analisis dengan menggunakan SPSS. Apabila nilai VIF < 10 maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas.¹¹⁶

Tabel 4.16
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Citra Merek	.948	1.055
	Promosi	.898	1.113
	Lokasi	.855	1.169

a. Dependent Variable: Keputusan nasabah

Sumber : Data diolah di spss 16, 2019

¹¹⁶I Gusti Bagus Rai Utama, *Statistik Penelitian Bisnis Dan Pariwisata*, Yogyakarta : ANDI, 2018. hal. 53

Berdasarkan tabel 4.16 diatas menunjukkan bahwa nilai *tolerance* mendekati angka 1 dan nilai *variance inflation factor* (VIF) disekitar angka 1 untuk setiap variabel, yang ditunjukan dengan nilai *tolerance* citra merek sebesar 0,948, promosi sebesar 0,898, dan lokasi sebesar 0,855. Selain itu, nilai VIF untuk citra merek sebesar 1,055, promosi sebesar 1,113, dan lokasi sebesar 1,169. Suatu model regresi dikatakan bebas dari problem multiko apabila memiliki nilai VIF kurang dari 10. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa model persamaan regresi ini tidak terdapat problem multikolinieritas dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

c. Uji Heteroskedastisitas

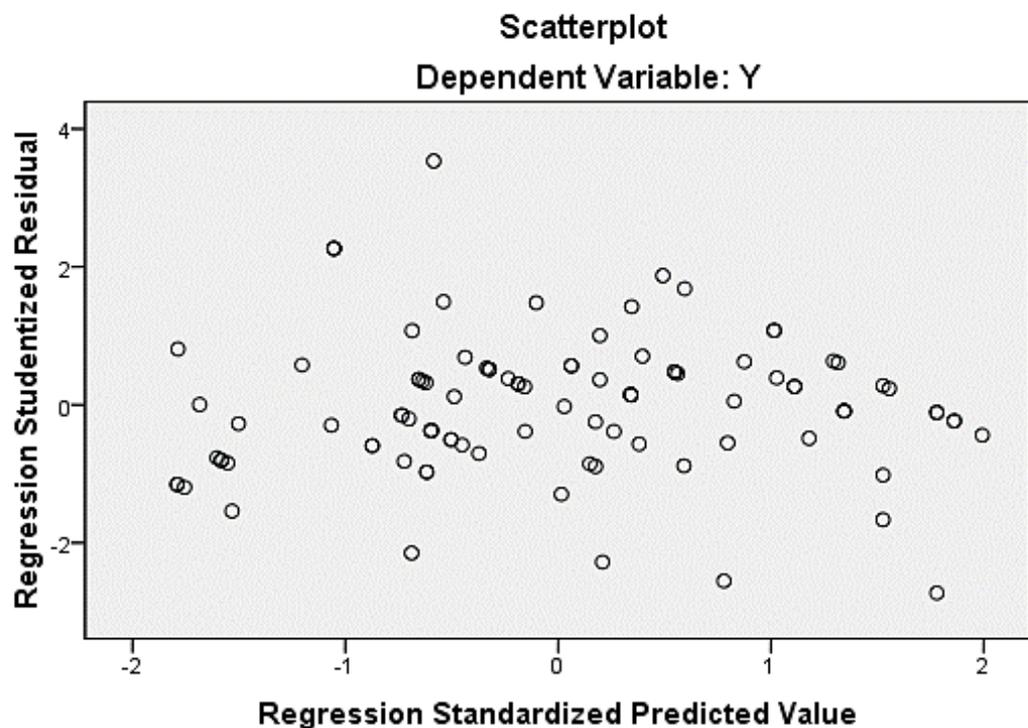
Heteroskedastisitas adalah kondisi dimana seluruh faktor gangguan tidak memiliki varian yang sama. Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui bahwa pada model regresi terjadi ketidaksamaan varian.

Asumsinya :¹¹⁷

1. Penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola
2. Titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0
3. Titik-titik data tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja.

¹¹⁷Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik SPSS 16.0*, Jakarta: Prestasi Pustaka, 2009, hal.79-80

Gambar 4.3
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data diolah dari spss 16, 2019

Berdasarkan gambar 4.3 diatas, grafik *scatterplot* menunjukkan bahwa data tersebar diatas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y dan tidak terdapat suatu pola yang jelas pada penyebaran data tersebut. Sehingga, tidak terjadi heteroskedastisitas pada model persamaan regresi. Hal ini berarti model regresi layak digunakan untuk memprediksi keputusan nasabah menabung berdasarkan variabel yang mempengaruhinya, yaitu citra merek, promosi dan lokasi.

3. Uji Hipotesis

a. Uji T

Uji t untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara individual terhadap variabel dependen, apakah pengaruhnya signifikan atau tidak.¹¹⁸ Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Tabel 4.17
Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.407	3.228		2.605	.011
	Citra merek	.120	.050	.138	2.384	.019
	Promosi	.589	.076	.457	7.699	.000
	Lokasi	.550	.057	.583	9.577	.000

a. Dependent Variable: Keputusan nasabah

Sumber: Data diolah dengan spss 16, 2018

Berdasarkan tabel 4.17 diatas, dapat dirumuskan sebagai berikut :

a) Pengaruh citra merek (X_1) terhadap keputusan nasabah menabung (Y)

H_0 : Tidak ada pengaruh positif dan signifikan antara citra merek terhadap keputusan nasabah menabung.

¹¹⁸Duwi Priyatno. *Analisis Korelasi dan Multivariate dengan SPSS*. Yogyakarta: GAVA MEDIA hal.50

H_A : Ada pengaruh positif dan signifikan antara citra merek terhadap keputusan nasabah menabung.

Diketahui bahwa nilai t_{hitung} citra merek sebesar 2.384, sedangkan t tabel dapat dihitung $\alpha = 0,05$, dan $df = n - 2$ menjadi $99 - 2 = 97$, dan diketahui bahwa nilai t_{tabel} sebesar 1,985. Sehingga hasil yang didapat $t_{hitung} > t_{tabel}$ dimana $2.384 > 1,985$ dan nilai probabilitas signifikansi $0,019 < 0,05$. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_A diterima. Berarti citra merek berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah menabung di BMI KCP Blitar.

b) Pengaruh promosi (X_2) terhadap keputusan nasabah menabung (Y)

H_0 : Tidak ada pengaruh positif dan signifikan antara promosi terhadap keputusan nasabah menabung.

H_A : Ada pengaruh positif dan signifikan antara promosi terhadap keputusan nasabah menabung.

Diketahui bahwa nilai t_{hitung} promosi sebesar 7.699, sedangkan t tabel dapat dihitung $\alpha = 0,05$, dan nilai α dibagi dua menjadi 0,025 serta $df = n - 2$ menjadi $99 - 2 = 97$, dan dapat dinilai t_{tabel} sebesar 1,985. Sehingga hasil yang didapat $t_{hitung} > t_{tabel}$ dimana $7.699 > 1,985$ dan nilai probabilitas signifikansi $0,000 < 0,05$. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_A diterima. Berarti promosi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah menabung di BMI KCP Blitar.

c) Pengaruh lokasi (X_3) terhadap keputusan nasabah menabung (Y)

H_0 : Tidak ada pengaruh positif dan signifikan antara lokasi terhadap keputusan nasabah menabung.

H_A : Ada pengaruh signifikan antara lokasi terhadap keputusan nasabah menabung.

Diketahui bahwa nilai t_{hitung} promosi sebesar 9.577, sedangkan t tabel dapat dihitung $\alpha = 0,05$, dan nilai α dibagi dua menjadi 0,025 serta $df = n - 2$ menjadi $99 - 2 = 97$, dan dapat dinilai t_{tabel} sebesar 1,985. Jadi, hasil yang didapat $t_{hitung} > t_{tabel}$ dimana $9.577 > 1,985$ dan nilai probabilitas signifikansi $0,000 < 0,05$. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_A diterima. Artinya, variabel lokasi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah menabung di BMI KCP Blitar.

b. Uji F

Uji F atau uji koefisien regresi secara serentak, yaitu untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen, apakah pengaruhnya signifikan atau tidak.¹¹⁹ Adapun prosedurnya adalah sebagai berikut :

a) H_0 : Tidak ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

b) H_A : Ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel bebas

¹¹⁹Priyatno, Duwi. *Analisis Korelasi dan Multivariate dengan SPSS*. Yogyakarta: GAVA MEDIA, hal.48

terhadap variabel terikat.

Tabel 4.18
Hasil Uji F

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	545.674	3	181.891	73.457	.000 ^a
	Residual	235.235	95	2.476		
	Total	780.909	98			
a. Predictors: (Constant), Lokasi, Promosi, Citra merek						
b. Dependent Variable: Keputusan nasabah						

Sumber: Data diolah dengan spss 16, 2018

Berdasarkan tabel 4.18 diatas menunjukkan hasil uji F, dengan diketahui nilai F_{hitung} sebesar 73,457 dengan tingkat signifikansi 0,000. F_{tabel} dapat dicari pada tabel statistik pada signifikansi 0,05, $df_1 = k - 1$ atau $4 - 1 = 3$ dan $df_2 = n - k$ atau $99 - 4 = 95$ (k adalah jumlah variabel). Diketahui F_{tabel} pada penelitian ini 2,70.

Sehingga, dapat disimpulkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $73,457 > 2,70$ dan probabilitas signifikan pada penelitian ini $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_A diterima, yaitu citra merek, promosi, dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung di BMI KCP Blitar.

4. Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah regresi dimana variabel terikatnya (Y) dihubungkan atau dijelaskan lebih dari satu

variabel bebas X (X_1, X_2, X_3, X_4, X_n) dan tetap masih menunjukkan diagram hubungan lurus atau linear.

Tabel 4.19
Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.407	3.228		2.605	.011
	Citra merek	.120	.050	.138	2.384	.019
	Promosi	.589	.076	.457	7.699	.000
	Lokasi	.550	.057	.583	9.577	.000

a. Dependent Variable: Keputusan nasabah

Sumber : Data diolah dengan spss 16, 2018

Berdasarkan hasil tabel 4.19 diatas, maka dapat dikembangkan sebuah model persamaan regresi :

$$\begin{aligned}
 Y &= a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 \\
 &= 8,407 + 0,120 X_1 + 0,589 X_2 + 0,550 X_3
 \end{aligned}$$

Penjelasan dari persamaan fungsi regresi linier berganda diatas adalah sebagai berikut :

- Constant* sebesar 8,407 artinya apabila variabel citra merek (X_1), promosi (X_2), dan lokasi (X_3) di anggap konstan, maka keputusan nasabah menabung di Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar meningkat sebesar 8,407 satu satuan.
- Koefisien regresi X_1 sebesar 0,120 artinya apabila citra merek (X_1) mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka keputusan nasabah

- (Y) akan meningkat sebesar 0,120 satu satuan.
- c. Koefisien regresi (X_2) sebesar 0,589 artinya apabila promosi (X_2) mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka keputusan nasabah (Y) akan meningkat sebesar 0,589 satu satuan.
- d. Koefisien regresi (X_3) sebesar 0,550 artinya apabila lokasi (X_3) mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka keputusan nasabah (Y) akan meningkat sebesar 0 satu satuan.
- e. Tanda positif (+) menandakan arah hubungan yang searah. Sedangkan tanda negatif (-) menunjukkan arah yang berbanding terbalik antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y)

5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar prosentase pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen.¹²⁰

Tabel 4.20
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b			
Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.836 ^a	.699	.689
a. Predictors: (Constant), Lokasi, Promosi, Citra merek			
b. Dependent Variable: Keputusan nasabah			

Sumber : Data diolah dengan spss 16, 2018

¹²⁰*Ibid.*, hal.56

Berdasarkan hasil pada tabel 4.20 diatas dapat disimpulkan bahwa, dikarenakan variabel independen yang diteliti adalah lebih dari dua, maka interpretasi yang digunakan yakni dengan melihat nilai pada *Adjusted R Square*. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,689, artinya variabel citra merek, promosi dan lokasi secara serentak memiliki pengaruh 68,9% terhadap keputusan nasabah memilih menabung di BMI KCP Blitar dan 30,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian.