

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Profil Lembaga

Tepat krisis moneter tahun 1997 membuktikan ketangguhan sistem perbankan syariah. Prinsip Syariah dengan 3 (tiga) pilarnya yaitu adil, transparan dan maslahat mampu menjawab kebutuhan masyarakat terhadap sistem perbankan yang lebih adil. Dengan berlandaskan pada Undang-undang No.10 Tahun 1998, pada tanggal 29 April 2000 didirikan Unit Usaha Syariah (UUS) BNI dengan 5 kantor cabang di Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara dan Banjarmasin. Selanjutnya UUS BNI terus berkembang menjadi 28 Kantor Cabang dan 31 Kantor Caba2019ng Pembantu.¹

Disamping itu nasabah juga dapat menikmati layanan syariah di Kantor Cabang BNI Konvensional (office channelling) dengan lebih kurang 1500 outlet yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Di dalam pelaksanaan operasional perbankan, BNI Syariah tetap memperhatikan kepatuhan terhadap aspek syariah. Dengan Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang saat ini diketuai oleh KH.Ma'ruf

¹ BNI Syariah co.id, Sejarah Singkat BNI Syariah,2008, diakses melalui situs: <https://www.bnisyariah.co.id/id-id/perusahaan/tentang/bnisyariah/sejarah>, pada tanggal 06 Maret 2019 pukul 11.15.

Amin, semua produk BNI Syariah telah melalui pengujian dari DPS sehingga telah memenuhi aturan syariah.

Di dalam Corporate Plan UUS BNI tahun 2000 ditetapkan bahwa status UUS bersifat temporer dan akan dilakukan spin off tahun 2009. Rencana tersebut terlaksana pada tanggal 19 Juni 2010 dengan beroperasinya BNI Syariah sebagai Bank Umum Syariah (BUS). Realisasi waktu spin off bulan Juni 2010 tidak terlepas dari faktor eksternal berupa aspek regulasi yang kondusif yaitu dengan diterbitkannya UU No.19 tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) dan UU No.21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Disamping itu, komitmen Pemerintah terhadap pengembangan perbankan syariah semakin kuat dan kesadaran terhadap keunggulan produk perbankan syariah juga semakin meningkat.

September 2013 jumlah cabang BNI Syariah mencapai 64 Kantor Cabang, 161 Kantor Cabang Pembantu, 17 Kantor Kas, 22 Mobil Layanan Gerak dan 16 Payment Point.

2. Visi dan Misi BNI Syariah

Visi :

BNI Syariah mempunyai visi untuk menjadi bank syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja.

Misi :

Untuk mencapai visi tersebut, BNI Syariah mempunyai misi sebagai berikut:

- a) Memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli pada kelestarian lingkungan.
- b) Memberikan solusi bagi masyarakat untuk kebutuhan jasa perbankan syariah.
- c) Memberikan nilai investasi yang optimal bagi investor.
- d) Menciptakan wahana terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi bagi pegawai sebagai perwujudan ibadah.
- e) Menjadi acuan tata kelola perusahaan yang amanah.

3. Produk – Produk BNI Syariah Cabang X

Dalam menawarkan produknya ke masyarakat, BNI Syariah Cabang X menggunakan prinsip-prinsip syariah dan melayani sesuai kaidah. Berikut adalah macam-macam produk yang ada di BNI Syariah Cabang X: (a) Produk penghimpunan dana : Tabunganku iB Hasanah, Tabungan iB Hasanah, Tabungan iB Bisnis Hasanah, Tabungan iB Tunas Hasanah, Tabungan iB Tunas Hasanah, Tabungan iB THI Hasanah, Tabungan iB Tapenas Hasanah, Giro iB Hasanah, Deposito iB Hasanah; (b) Produk pembiayaan : (1) Produk pembiayaan produktif : Tunas usaha iB Hasanah, Wirausaha iB Hasanah, Usaha kecil iB Hasanah; (2) Produk pembiayaan konsumtif : Griya iB Hasanah, Flexi iB Hasanah, Multiguna iB Hasanah, Pembiayaan Haji iB Hasanah.

B. Profil Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah BNI Syariah Cabang X. Adapun jumlah responden yang ditentukan sebagai sampel adalah sebanyak 60 orang/ nasabah dengan teknik purposive sample (sampel bertujuan). Setiap responden diberi lembar angket untuk memberikan jawaban atas pertanyaan yang telah disediakan.

C. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Responden dalam penelitian ini (anggota BNI Syraiah Cabang X) adalah anggota yang berjenis kelamin laki-laki dan perempuan. Dari data yang telah didapat, jumlah responden jenis kelamin perempuan lebih besar dibanding dengan responden jenis kelamin laki-laki.

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Jenis Kelamin

NO	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentasi
1.	Laki –laki	37	40,7%
2	Perempuan	54	59,3%
Total		91	100,1%

Sumber : Data angket yang diolah,2019

Presentasi frekuensi jenis kelamin ini juga di jelaskan dalam bentuk diagram, agar pembaca bisa lebih mudah memahami dan lebih jelas terkait jumlah responden berdasarkan jenis kelamin.

Gambar 4.1

Diagram Lingkaran Jeniss Kelamin



Dari tabel diatas diketahui bahwa dari 91 responden, jumlah responden yang berjenis kelamin laki- laki sebanyak 37 responden atau 40,7%. Sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 54 responden atau 59,3% . Dari data tersebut dapat dilihat bahwa responden yang paling banyak menggunakan produk dan jasa (anggota) BNI Syariah Cabang X adalah yang berjenis kelamin perempuan dibandingkan berjenis kelamin laki – laki, walaupun berbandingan tidak begitu jauh.

2. Karakteristik Berdasarkan Umur

Dari data yang diperoleh, responden berdasarkan umur yang paling banyak menggunakan produk dan jasa BNI Syariah Cabang X adalah responden yang berumur 31- 40 tahun.

Tabel 4.2

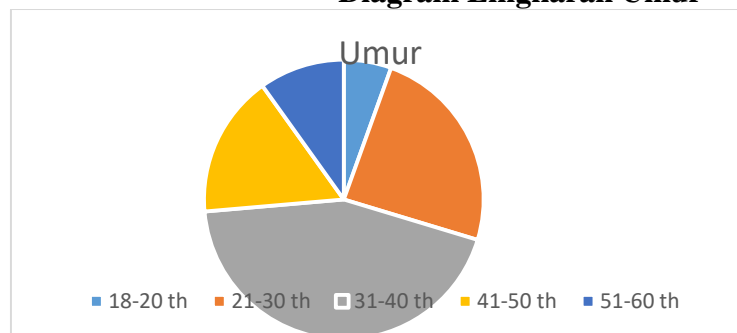
Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

NO.	Umur	Jumlah	%
1.	18-20 th	5	5,5%
2.	21-30 th	22	24,2%
3.	31-40 th	40	44,0%
4.	41-50 th	15	16,5%
5.	51-60 th	9	9,9%
Total		91	100,0%

Sumber : Data angket yang telah di olah 2019

Presentasi frekuensi umur ini di jelaskan dalam bentuk diagram, agar pembaca bisa lebih mudah memahami dan lebih jelas terkait jumlah responden berdasarkan umur.

Gambar 4.2
Diagram Lingkaran Umur



Dari tabel diatas bahwa dari 92 responden, jumlah responden yang berumur 18 – 21 tahun sebanyak 5 responden atau 5,5%, responden yang berumur 21-30 tahun sebanyak 22 responden atau 24,2% , 31 – 40 tahun

sebanyak 40 atau 44,0%, 41 – 50 tahun sebanyak 15 responden atau 16,5%, dan 51 -60 tahun sebanyak 9 responden atau 9,9%. Dari data dapat dilihat bahwa responden yang paling banyak menggunakan produk dan jasa (anggota) BNI Syariah Cabang X adalah responden yang berumur 31 – 40 tahun.

3. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan pekerjaan, responden yang paling banyak menggunakan jasa dan produk BNI Syariah Cabang X adalah responden yang bekerja sebagai wiraswasta.

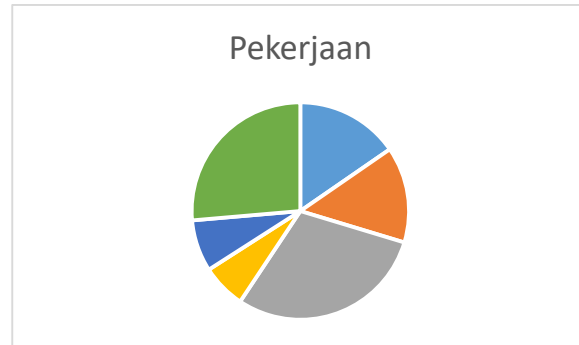
Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Jumlah	Presentase
1.	PNS	14	15,4%
2.	Pegawai Swasta	13	14,3%
3.	Wiraswasta	27	29,7%
4.	Ibu Rumah Tangga	6	6,6%
5.	Petani	7	7,7%
6.	Pedagang	24	26,4%
Total		91	100,0%

Sumber: Data angket yang telah diolah 2019

Presentase frekuensi pekerjaan ini juga di jelaskan dalam bentuk diagram, agar pembaca bisa lebih mudah memahami dan lebih jelas terkait jumlah responden berdasarkan pekerjaan.

Gambar 4.3
Diagram Lingkaran Pekerjaan



Dari tabel di atas diketahui bahwa dari 91 responden, jumlah responden yang bekerja sebagai PNS sebanyak 14 responden atau 15,4%, responden yang bekerja sebagai pegawai swasta sebanyak 13 responden atau 14,3%, responden yang bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 27 responden atau 29,7%, responden yang bekerja sebagai ibu rumah tangga sebanyak 6 responden atau 6,6 %, responden yang bekerja petani sebanyak 7 responden atau 7,7%, dan responden sebagai pedagang sebanyak 24 atau 26,4%. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa responden yang memiliki pekerjaan sebagai wiraswasta dan pedagang memiliki jumlah yang sama dalam menggunakan produk dan jasa (anggota) BNI Syariah Cabang X. Jadi responden yang paling banyak menggunakan produk dan jasa BNI Syariah Cabang X adalah responden yang memiliki pekerjaan dan pedagang.

D. Hasil Analisis Data

Setelah melakukan penelitian di lapangan dan data- data yang diperlukan dari berbagai sumber telah terkumpul, pada bab ini akan dianalisis sesuai dengan hipotesis yang telah ditemukan pada bab

terdahulu. Data hasil penelitian ini diperoleh dari hasil penyebaran angket kepada responden yang merupakan nasabah BNI Syariah Cabang X yang berjumlah 91 responden sesuai jumlah sampel. Data yang telah diperoleh dianalisis melalui analisis variabel – variabel ndependen berupa nilai pelanggan, loyalitas pelanggan, dan lokasi terhadap variabel dependen kepuasan nasabah. Perhitungan vairabel- variabel tersebut dilakukan menggunakan program SPSS 16.0. Berikut ini deskripsi statistik berdasarkan data yang telah diolah dengan SPSS 16.0.

1. Statistik Variabel Penelitian

Angket yang telah dpeneliti sebarakan kepada responden yang terdiri atas 40 item soal dibagi dalam 4 kategori yaitu : (a) 10 soal digunakan untuk mengetahui tentang pengaruh nilai pelanggan (X1); (b) 10 soal digunakan untuk mengetahui tentang pengaruh kualitas produ(X2); (c) 10 soal yang digunakan untuk mengatahui tentang pengaruh lokasi (X3); (d) 10 soal digunakan untuk mengetahui tentang pengaruh kepuasan nasabah (Y).

Hasil jawaban dari responden dapat dilihat pada tabel berikut :

a. Pengaruh Nilai Pelanggan (X1)

Tabel 4.4

ITEM	SKOR JAWABAN									
	SS		S		RR		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	38	41,3%	48	52,2%	6	30,8%	0	0	0	0

2	27	29,3%	52	56,5%	13	14,1%	0	0	0	0
3	22	23,9%	61	66,3%	9	9,8%	0	0	0	0
4	19	20,7%	67	72,8%	6	6,5%	0	0	0	0
5	18	19,6%	62	67,4%	12	13,0%	0	0	0	0
6	21	22,8%	59	64,1%	12	13,0%	0	0	0	0
7	21	22,8%	56	62,0%	14	15,2%	0	0	0	0
8	21	22,8%	59	64,1%	12	13,0%	0	0	0	0
9	21	22,8%	57	62,0%	14	15,2%	0	0	0	0
10	21	22,8%	64	69,6%	7	7,6%	0	0	0	0

Sumber : Data angkaet yang diolah, 2019

b. Pengaruh Loyalitas Pelanggan (X2)

Tabel 4.5

ITEM	SKOR JAWABAN									
	SS		S		RR		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	30	32,6%	45	48,9%	17	18,5%	0	0	0	0
2.	23	25,0%	59	64,1%	10	10,9%	0	0	0	0
3	20	21,7%	60	65,2%	12	13,0%	0	0	0	0
4	22	23,9%	65	70,7%	5	5,4%	0	0	0	0
5	28	30,4%	57	62,0%	7	7,6%	0	0	0	0
6	28	30,4%	55	59,8%	9	9,8%	0	0	0	0
7	27	29,3%	54	58,7%	11	12,0%	0	0	0	0
8	28	30,4%	55	59,8%	9	9,8%	0	0	0	0
9	27	29,3	54	58,7%	11	12,0%	0	0	0	0
10	24	26,1%	60	65,2%	8z'1	8,7%	0	0	0	0

Sumber: Data angket yang diolah, 2018

c. Pengaruh Lokasi (X3)

Tabel 4.6

ITEM	SKOR JAWABAN									
	SS		S		RR		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	31	33,7%	51	55,4%	10	10,9%	0	0	0	0
2	21	22,8%	60	65,2%	11	12,0%	0	0	0	0
3	22	23,9%	62	67,4%	8	8,7%	0	0	0	0
4	29	31,5%	59	64,1%	4	4,3%	0	0	0	0
5	25	27,2%	59	64,1%	8	8,7%	0	0	0	0
6	25	27,2%	57	62,0%	10	10,9%	0	0	0	0
7	20	21,7%	61	66,3%	11	12,0%	0	0	0	0
8	28	30,4%	55	59,8%	9	9,8%	0	0	0	0
9	27	29,3%	54	58,7%	11	12,0%	0	0	0	0
10	22	23,9%	64	69,6%	6	6,5%	0	0	0	0

Sumber : Data angket yang telah yang diolah, 2019

d. Kepuasan Nasabah (Y)

Tabel 4.7

ITEM	SKOR JAWABAN									
	SS		S		RR		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	37	40,2%	49	53,3%	6	6,5%	0	0	0	0
2	25	27,2%	53	57,6%	14	15,2%	0	0	0	0
3	21	22,8%	60	65,2%	11	12,0%	0	0	0	0
4	23	25,0%	65	70,7%	4	4,3%	0	0	0	0
5	29	31,5%	52	56,5%	11	12,0%	0	0	0	0

6	25	27,2%	53	57,6%	14	15,2%	0	0	0	0
7	22	23,9%	56	60,9%	14	15,2%	0	0	0	0
8	28	30,4%	55	59,8%	9	9,8%	0	0	0	0
9	27	29,3%	54	58,7%	11	12,0%	0	0	0	0
10	26	28,3%	60	65,2%	6	6,5%	0	0	0	0

Sumber : Data angket yang telah diolah,2019

2. Uji Validitas

Nilai – nilai validitas masing – masing butir pertanyaan atau pertanyaan dapat dilihat pada nilai Corrected Item-Total Correlation masing-masing butir pertanyaan seperti penjelasan dari Nugroho.

Tabel 4.8
Uji Validitas Instrumen Nilai Pelanggan (X1)

Nomor Item	Corrected Item. Total Correlation	Keterangan
X1.1	.859	Valid
X1.2	.883	Valid
X1.3	.895	Valid
X1.4	.807	Valid
X1.5	.786	Valid
X1.6	.808	Valid
X1.7	.709	Valid
X1.8	.798	Valid
X1.9	.888	Valid
X1.10	.879	Valid

Sumber : Data angket yang telah diolah,2019

Tabel 4.9
Uji Validitas Instrumen Loyalitas Pelanggan (X2)

Nomor Item	Corretd Item. Total Correlation	Keterangan
X2.1	.529	Valid
X2.2	.594	Valid
X2.3	.572	Valid

X2.4	.530	Valid
X2.5	.675	Valid
X2.6	.576	Valid
X2.7	.587	Valid
X2.8	.569	Valid
X2.9	.599	Valid
X2.10	.676	Valid

Sumber : Data angket yang telah diolah,2019

Tabel 4.10

Uji Validitas Instrumen Lokasi (X3)

Nomor Item	Corrected Item. Total Correlations	Keterangan
X3.1	.807	Valid
X3.2	.890	Valid
X3.3	.822	Valid
X3.4	.682	Valid
X3.5	.678	Valid
X3.6	.688	Valid
X3.7	.899	Valid
X3.8	.876	Valid
X3.9	.888	Valid
X3.10	.698	Valid

Sumber: Data angket yang telah diolah, 2019

Tabel 4.11

Uji Validitas Instrumen Kepuasan Nasabah (Y)

Nomor Item	Corrected Item. Total Correlations	Keterangan
Y.1	.771	Valid
Y.2	.857	Valid
Y.3	.718	Valid
Y.4	.726	Valid
Y.5	.832	Valid
Y.6	.890	Valid
Y.7	.870	Valid

Y.8	.775	Valid
Y.9	.890	Valid
Y.10	.865	Valid

Sumber : Data angket yang telah diolah,2019

Berdasarkan tabel – tabel diatas seluruh item pertanyaan atau pertanyaan atau perntayaan dari variabel X1 (nilai pelanggan), variabel X2 (loyalitas pelanggan), variabel X3 (lokasi), dan variabel Y (kepuasan nasabah) adalah valid. Hal tersebut dikarenakan nilai *Corrected Item – Total Correlation* positif dan lebih besar dibanding 0,3, sehingga dapat dikatan bahwa *contract* yang kuat.

3. Uji Reabilitas

Reabilitas instrumen adalah hasil pengukuran yang dapat dipercaya. Reliabilitas instrumen diperlukan untuk mendapat data sesuai tujuan pengukuran dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach's* > 0,6. Hasil uji reabilitas dapat dilihat pada tabel – tabel dibawah ini:

Tabel 4.12
Uji Reabilitas Instrumen Nilai Pelanggan (X1)

Reability Statistics	
Cronbach's Alpha	N. of Items
.943	10

Tabel 4.13

Uji Reabilitas Instrumen Loyalitas Pelanggan (X2)

Reability Statistics	
Cronbach's Alpha	N. of Items
.837	10

Tabel 4.14
Uji Reabilitas Instrumen Lokasi (X3)

Reability Statistics	
Cronbach's Alpha	N. of Items
.897	10

Tabel 4.15
Uji Reabilitas Instrumens Kepuasan Nasabah (Y)

Reability Statistics	
Cronbach's Alpha	N. of Item
.888	10

Berdasarkan tabel diatas, nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel X1 (nilai pelanggan) sebesar 0,943, variabel X2 (loyalitas pelanggan) sebesar 0,837, variabel X3 (lokasi) sebesar 0,897, dan variabel Y (kepuasan nasabah) sebesar 0,888. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dari masing – masing variabel lebih dari 0,60 ($\alpha > 0.06$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X1,X2,X3, dan Y adalah reliabel.

4. Uji Normalitas Data

Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal.² Pada uji normalitas ini digunakan *Kolmogrov- Smirnov* yang dipadukan dengan kurva *Normal Q-Q Plots*. Oleh karena itu mengetahui uji normalitas data dapat dilihat tabel dibawah ini:

²Mauludi, *Teknik Belajar....*,hal.181

Tabel 4.16
Uji Normalitas Data

One – Sample Kolmogrov- Sminov Test

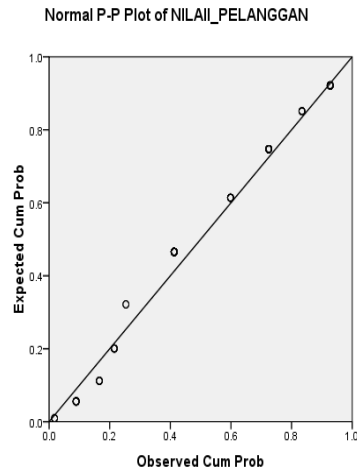
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		91
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.19397697
Most Extreme Differences	Absolute	.096
	Positive	.085
	Negative	-.096
Kolmogorov-Smirnov Z		.914
Asymp. Sig. (2-tailed)		.374
a. Test distribution is Normal.		

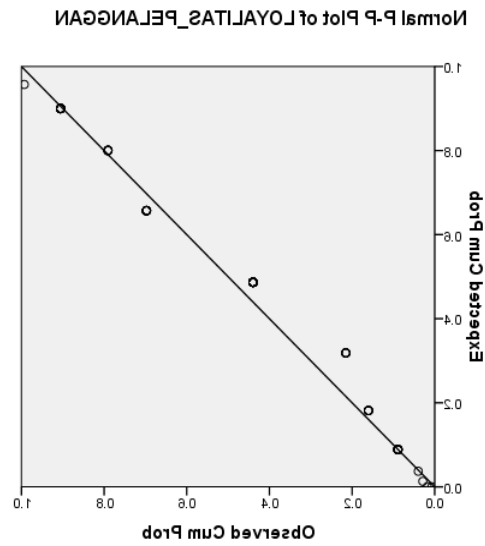
Dari table uji normalitas *kolmogrov-Smirnov* di atas dapat diketahui bahwa masing – masing variabel berdistribusi normal, hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi (Asymp. Sig. 2-tailed) 0,374 yang lebih dari 0.05. jadi dapat disimpulkan bahwa semua variabel berdistribusi normal.

Setelah menguji normalitas data menggunakan KolmogorovSmirnov, selanjutnya menguji menggunakan pendekatan kurva P-P Plot yang dapat dilihat dibawah ini:

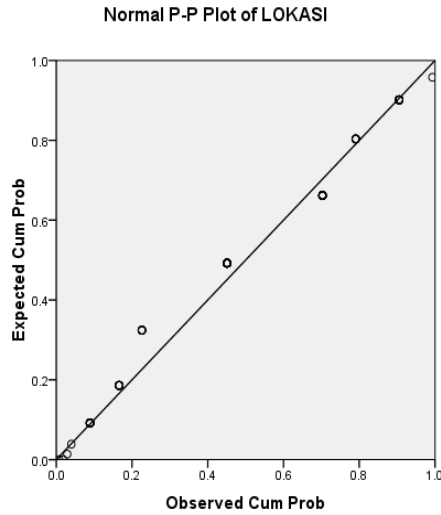
Gambar 4.4
Uji Normalitas Nilai Pelanggan



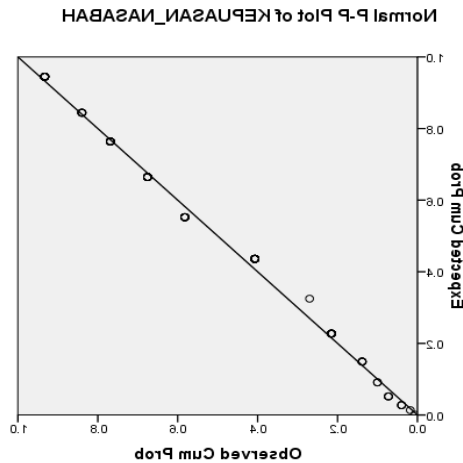
Gambar 4.5
Uji Normalitas Loyalitas Pelanggan



Gambar 4.6
Uji Normalitas Lokasi



Gambar 4.7
Uji Normalitas Kepuasan Nasabah



Dari hasil uji normalitas data menggunakan kurva P-P Plot, pada normalitas data dengan Normal P-P Plot (Gambar 4.6 sampai Gambar 4.10), menunjukkan bahwa gambar terdistribusi dengan titik-titik data yang menyebar disekitar garis diagonal dan menyebar titiktitik data

searah mengikuti garis diagonal. Sehingga data pada semua variabel dinyatakan normal.

5. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Multikolinearitas adalah uji asumsi klasik yang digunakan untuk analisis regresi berganda yang terdiri atas dua atau lebih variabel bebas, yang diukur tingkat asosiasi (keeratan) hubungan atau pengaruh antar variabel bebas tersebut melalui besaran koefisien korelasi (r).

Dikatakan tidak terjadi Multikolinearitas jika nilai $r < 0,6$ atau dapat diketahui melalui SPSS dengan melihat tabel *coefficients* pada kolom VIF (*Variance Inflation Factor*). Jika nilai VIF < 10 , maka Multikolinearitas tidak terjadi. Berikut hasil uji multikolinearitas masing-masing variabel dilihat dari tabel *coefficients*:

Tabel 4.17
Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	NILAI_PELANGGAN	.436	2.294
	LOYALITAS_PELANGGAN	.389	2.568
	LOKASI	.510	1.962

a. Dependent Variable: KEPUASAN_NASABAH

Dari hasil tabel *Coefficient* diatas pada kolom VIF didapatkan hasil sebesar 2,294 (variabel nilai pelanggan), 2,568 (variabel

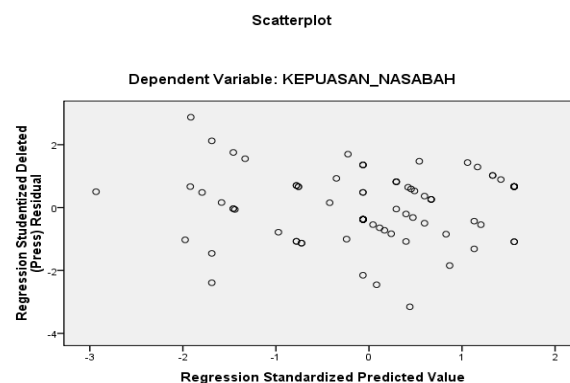
loyalitas pelanggan), dan 1,962 (variabel lokasi). Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel variabel tersebut terbebas dari asumsi klasik multikolinearitas, karena nilai masing—masing variabel pada kolom VIF kurang dari 10 ($VIF < 10$).

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika residualnya mempunyai varian yang sama disebut terjadi homoskedastisitas, tetapi jika variannya tidak sama atau berbeda maka terjadi heteroskedastisitas.

Terjadi tidaknya heteroskedastisitas ini dapat dilihat dalam hasil SPSS di Scatterplot. Heteroskedastisitas terjadi jika pada scatterplot titik-titik mempunyai pola yang teratur baik menyempit, melebar, maupun bergelombang. Dan tidak terjadi Hetero jika titik-titik pada scatterplot memiliki pola yang tidak teratur.

Gambar 4.8
Uji Heteroskedastisitas



Pada gambar *scatterplot* diatas terlihat bahwa titik-titik menyebar tidak membentuk pola yang teratur. Jadi tidak terjadi heteroskedastisitas. Dengan demikian, baik asumsi normalitas dan asumsi klasik dengan uji multikolinearitas dan heteroskedastisitas dalam model regresi dapat terpenuhi.

6. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen dan variabel dependen. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Persamaan regresi linear berganda adalah $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$. Menggunakan program SPSS didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.18
Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a		
Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	5.934	.827
NILAI_PELANGGAN	.584	.065
LOYALITAS_PELANGG	-2.393	.410
N		
LOKASI	3.158	.416

a. Dependent Variable: KEPUASAN_NASABAH

Sumber: Data angket yang telah diolah, 2019

Dari hasil diatas, jika ditulis persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$$Y = 5,934 + 0,584X_1 - 2,393 X_2 + 3,158 X_3$$

Dimana:

Y = Kepuasan Nasabah

X₁ = Nilai Pelanggan

X₂ = Loyalitas Pelanggan

X₃ = Lokasi

Keterangan:

- 1) Konstanta sebesar 5,934 menyatakan bahwa jika tidak ada ketiga variabel independen, maka kepuasan nasabah bernilai 5,934 satu satuan.
- 2) Koefisien regresi X₁ (nilai pelanggan) sebesar 0,584 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satu satuan nilai pelanggan, maka kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 0,584 satu satuan. Dan sebaliknya jika terjadi penurunan 1 satu satuan nilai pelanggan, maka kepuasan nasabah akan mengalami penurunan sebesar 0,584. Artinya jika nilai pelanggan yang diberikan oleh nasabah BNI semakin baik, hal tersebut menunjukkan bahwa nasabah semakin puas dengan BNI Syariah .
- 3) Koefisien regresi X₂ (loyalitas pelanggan) sebesar 2,393 dan bertanda negatif, ini menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan mempunyai hubungan yang berlawanan arah dengan kepuasan nasabah . Hal tersebut menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan loyalitas pelanggan maka kepuasan nasabah akan menurun sebesar 2,393 dengan asumsi variabel nilai pelanggan (X₁) adalah tetap. Artinya jika nasabah pada BNI

semakin loyal maka kepuasan nasabah semakin menurun. Yang dimaksud dengan nasabah yang loyal disini adalah nasabah lama pada BNI Syariah ,tetapi nasabah baru belum bisa dikatan nasabah yang loyal. Sedangkan dari hasil penelitian, sebagian besar nasabah yang baru semakin puas dengan BNI Syariah,karena nasabah merasa senang dengan adanya prinsip syariah.

- 4) Koefisien regresi X_3 (lokasi) sebesar 3,158 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satu satuan lokasi, maka kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 3,158 satu satuan. Dan sebaliknya jika terjadi penurunan 1 satu satuan nilai pelanggan, maka kepuasan nasabah akan mengalami penurunan sebesar 3,158. Artinya jika lokasi yang diberikan oleh nasabah BNI semakin baik,hal tersebut menunjukkan bahwa nasabah semakin puas dengan BNI Syariah .

7. Uji Hipotesis

a. Uji -t

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial berhubungan signifikan dengan variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan uji t atau t-test, yaitu membandingkan t-hitung dengan t-tabel. Hasil uji-t dapat dilihat table sebagai berikut:

Tabel 4.19
Uji t (Uji Hipotesis Secara Parsial)

Coefficients^a

Model		T	Sig.
1	(Constant)	7.176	.000
	NILAI_PELANGGAN	9.043	.000
	LOYALITAS_PELANGGAN	-5.829	.000
	LOKASI	7.586	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN_NASABAH

Sumber: Data angket yang telah diolah, 2019

Dari tabel diatas didapatkan hasil sebagai berikut:

1) Menguji signifikansi nilai pelanggan (X1)

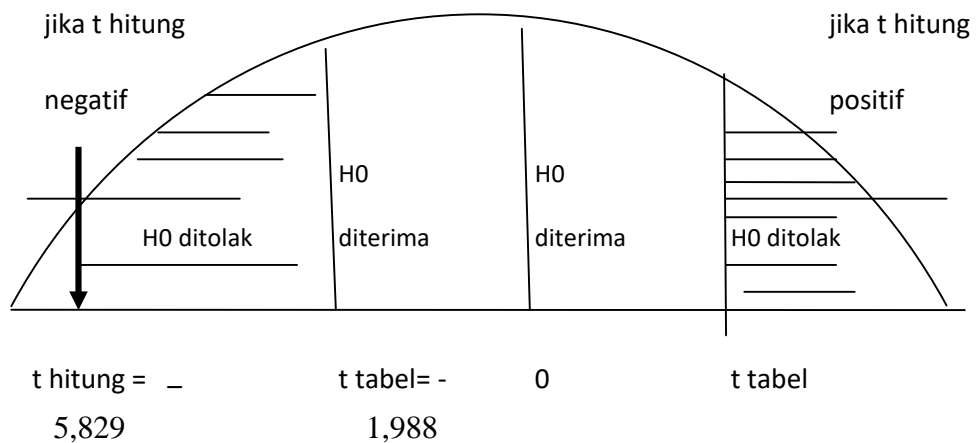
Pada tabel dapat dilihat bahwa t hitung koefisien nilai pelanggan t-hitung adalah 9,043. Sedangkan t tabel sebesar 1,988 dihitung dari rumus $df = n - k - 1 = 91 - 3 - 1 = 87$. Variabel nilai pelanggan memiliki nilai sig. $0,000 < 0,05$ artinya signifikan, sedangkan t hitung $> t$ tabel ($9,043 > 1,988$), maka H_0 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien nilai pelanggan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini sekaligus menunjukkan bahwa hipotesis “Nilai Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah BNI Syraiah ” teruji.

2) Menguji signifikansi loyalitas pelanggan (X3)

Pada tabel dapat dilihat bahwa t hitung koefisien loyalitas pelanggan adalah -5,829. Sedangkan t tabel sebesar 1,988 dihitung dari rumus $df = n - k - 1 = 91 - 3 - 1 = 87$. Karena t hitung bernilai negatif untuk melakukan pengujian menggunakan kurva. Jika t hitung negatif maka pengujian pada kurva dilakukan disisi kiri kurva. Bilangan negatif t tidak

bermakna minus (hitungan) tetapi mempunyai makna bahwa pengujian hipotesis dilakukan disisi kiri. Pengujian pada kurva dapat dilihat dibawah ini:

Gambar 4.9
Uji t Variabel Loyalitas Pelanggan



Kurva diatas menunjukkan bahwa t hitung jatuh diarea H0 ditolak, dan nilai pada taraf sig. sebesar $0,000 < 0,05$ artinya signifikan, sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien loyalitas pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal tersebut mengartikan bahwa hipotesa "Loyalitas Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah di BNI Syariah." teruji.

3) Menguji signifikansi lokasi (X3)

Pada tabel dapat dilihat bahwa t hitung koefisien lokasi t-hitung adalah 7,586 . Sedangkan t tabel sebesar 1,988 dihitung dari rumus $df = n - k - 1 = 91 - 3 - 1 = 87$. Variabel nilai pelanggan memiliki nilai sig. $0,000 < 0,05$ artinya signifikan, sedangkan $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($7,586 > 1,988$), maka H0 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini sekaligus

menunjukkan bahwa hipotesis “Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah BNI Syraiah ” teruji.

a. Uji F

Uji F bertujuan untuk mengetahui hubungan variabel secara bersama-sama (simultan) dengan variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan uji F, yaitu membandingkan F-hitung dengan Ftabel. Kriteria untuk uji F adalah: (1) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka terima H_0 yang artinya variabel-variabel independen secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen; (2) Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka tolak H_0 yang artinya variabel-variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hasil uji F dapat dilihat pada tabel ANOVA dalam kolom sig. Jika nilai probabilitas $< 0,05$, maka dapat dikatakan terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara variabel-variabel independen dan variabel dependen.

Tabel 4.20
Uji F (Uji Hipotesis Secara Simultan)

ANOVA^b

Model		F	Sig.
1	Regression	207.545	.000 ^a
	Residual		
	Total		

- a. Predictors: (Constant), LOKASI, NILAI_PELANGGAN, LOYALITAS
_PELANGGAN
- b. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH

Dari hasil output pada tabel ANOVA diatas nilai F hitung sebesar 207,545 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Sehingga diketahui

bahwa ($207,545 > 2,709$) dan nilai sig. (0,000) lebih kecil dari taraf signifikansi ($\alpha = 0,05$). Hasil uji statistik menunjukkan bahwa variabel independen (nilai pelanggan, loyalitas pelanggan, dan lokasi) secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen kepuasan nasabah di BNI Syariah Tulungagung. Hasil tersebut menunjukkan hipotesis “Nilai Pelanggan, Loyalita Pelanggan, dan Lokasi seacara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah di BNI Syariah Tulungagung.” teruji.

b. Koefisien Determinasi (R square)

Uji R square bertujuan untuk menentukan proporsi atau persentase total variasi dalam variabel terikat (dependen) yang diterangkan oleh variabel bebas (independen). Hasil R square ini dapat dilihat dari hasil uji SPSS pada tabel Model Summary pada kolom Adjusted R Square. Untuk mendapatkan hasil seberapa besar persentase maka, nilai pada kolom Adjusted R Square dikalikan 100% dan hasilnya adalah besar persentase pengaruh variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (terikat).

