

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Singkat Objek Penelitian**

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.

Sejak tahun 2015, Bank Muamalat Indonesia bermetamorfosa untuk menjadi entitas yang semakin baik dan meraih pertumbuhan jangka panjang. 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”.<sup>1</sup>

Sedangkan Bank Muamalat Indonesia KCP. Blitar mulai berdiri di kota Blitar sejak 30 April 2010, gedung pertama berada di Jln. Cepaka No. 26 Kota Blitar. Selanjutnya pindah di Jln. Ahmad Yani, komplek Ruko Merdeka Timur Center (MTC), Blok H, kelurahan Kepanjenlor, Kecamatan Kepanjenkidul, Kota Blitar pada tanggal 15 Agustus 2015. Lokasi Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar sangat strategis berada di pusat kota, dimana banyak aktivitas bisnis yang dilakukan oleh masyarakat, khususnya masyarakat Blitar. Sehingga mempermudah nasabah untuk mendapatkan layanan di Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar .

Selain itu, Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar juga memiliki situasi yang dekat dengan lembaga-lembaga baik lembaga keuangan, pemerintahan serta swasta. Kondisi perusahaan Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar juga dekat dengan kantor walikota, sekolah dan

---

<sup>1</sup> <http://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat>, Di akses pada tanggal 27 Januari 2019, pukul 20.15

dekat dengan mall (proses pembagunan) sehingga mempermudah nasabah yang ingin menabung, membuka deposito atau melakukan transaksi lain pada Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar. Kondisi fisik Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar memiliki bangunan yang megah dengan tiga lantai dan tata kelola ruangan yang rapi dan bersih membuat karyawan dan nasabah merasa nyaman.

## **B. Deskripsi Responden**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian. Dengan menggunakan angket/ kuesioner yang dibagikan kepada 99 responden nasabah produk pendanaan di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar yang bertindak sebagai sampel. Angket/ kuesioner yang dibagikan terdiri dari 5 variabel yaitu minat, tingkat religiusitas, produk, promosi dan keputusan menjadi nasabah. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah produk pendanaan Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar.

Untuk mempermudah dalam mengidentifikasi responden dalam penelitian ini maka diperlukan gambaran karakteristik responden sebagai berikut:

- a. Karakteristik berdasarkan jenis produk

**Tabel 4.1**

**Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Produk**

**Jenis Produk**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Akad Wadi'ah	37	36,6	37,4	37,4
	Akad Mudharabah	62	61,4	62,6	100,0
	Total	99	98,0	100,0	

*Sumber: data diolah spss 21, 2019*

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 99 responden, jumlah responden yang menggunakan jenis tabungan dengan akad *wadi'ah* sebanyak 37 dan jumlah responden yang menggunakan jenis tabungan dengan akad *mudharabah* sebanyak 62. Jadi dapat disimpulkan bahwa yang paling banyak menjadi nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar adalah jenis tabungan dengan akad *mudharabah*.

- b. Karakteristik berdasarkan jenis kelamin

**Tabel 4.2**

**Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin**

**Jenis Kelamin**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Perempuan	28	27,7	28,3	28,3
	Laki-laki	71	70,3	71,7	100,0
	Total	99	98,0	100,0	

*Sumber: data diolah spss 21, 2019*

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 99 responden, jumlah responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 28 responden dan dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 71 responden. Jadi dapat disimpulkan bahwa yang paling banyak menjadi nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar adalah dengan jenis kelamin perempuan.

c. Karakteristik berdasarkan usia

**Tabel 4.3**  
**Karakteristik Responen berdasarkan Usia**

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<15 tahun	2	2,0	2,0	2,0
	16-20 tahun	10	9,9	10,1	12,1
	20-30 tahun	56	55,4	56,6	68,7
	>30 tahun	31	30,7	31,3	100,0
	Total	99	98,0	100,0	

*Sumber: data diolah spss 21, 2019*

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 99 responden, jumlah responden yang berusia <15 tahun sebanyak 2 , jumlah responden yang berusia 16-20 tahun sebanyak 10, jumlah responden yang berusia 20-30 tahun sebanyak 56, dan jumlah responden yang berusia >30 tahun sebanyak 31. Jadi dapat disimpulkan bahwa yang paling banyak menjadi nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar adalah usia 20-30 tahun.

## d. Karakteristik berdasarkan pekerjaan

**Tabel 4.4**  
**Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan**

		Pekerjaan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PNS/TNI/Polri	32	31,7	32,3	32,3
	Swasta/Wiraswasta	39	38,6	39,4	71,7
	Pelajar/Mahasiswa	17	16,8	17,2	88,9
	Lain-lain	11	10,9	11,1	100,0
	Total	99	98,0	100,0	

*Sumber: data diolah spss 21, 2019*

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 99 responden, jumlah responden dengan pekerjaan sebagai PNS/TNI/Polri sebanyak 32, jumlah responden dengan pekerjaan sebagai swata/wiraswasta sebanyak 39, jumlah responden dengan pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 17 dan lain-lain sebanyak 11. Jadi dapat disimpulkan bahwa yang paling banyak menjadi nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar adalah dengan pekerjaan sebagai swasta/wiraswasta.

## e. Karakteristik berdasarkan penghasilan

**Tabel 4.5**  
**Karakteristik Responden berdasarkan Penghasilan**

		Penghasilan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Dibawah Rp.500.000	16	15,8	16,2	16,2
	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	21	20,8	21,2	37,4

Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	26	25,7	26,3	63,6
Diatas Rp. 3.000.000	36	35,6	36,4	100,0
Total	99	98,0	100,0	

Sumber: data diolah spss 21, 2019

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 99 responden, jumlah responden yang memiliki penghasilan dibawah Rp. 500.000 sebanyak 16, jumlah responden yang memiliki penghasilan Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000 sebanyak 21, jumlah responden yang memiliki penghasilan Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000 sebanyak 26, dan jumlah responden yang memiliki penghasilan diatas Rp. 3.000.000 sebanyak 36. Jadi dapat disimpulkan bahwa yang paling banyak menjadi nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar adalah dengan penghasilan diatas Rp. 3.000.000.

f. Karakteristik berdasarkan pendidikan terakhir

**Tabel 4.6**  
**Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir**

		<b>Pendidikan Terakhir</b>			
		Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD	3	3,0	3,0	3,0
	SMP	17	16,8	17,2	20,2
	SMA	25	24,8	25,3	45,5
	DOPLOMA	15	14,9	15,2	60,6
	S1	38	37,6	38,4	99,0
	S2/S3	1	1,0	1,0	100,0
	Total	99	98,0	100,0	

Sumber: data diolah spss 21, 2019

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 99 responden, jumlah responden dengan pendidikan terakhir SD sebanyak 3, SMP sebanyak 17, SMA sebanyak 25, DIPLOMA sebanyak 15, S1 sebanyak 38 dan S1/S2 sebanyak 1. Jadi dapat disimpulkan bahwa yang paling banyak menjadi nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar adalah dengan pendidikan terakhir S1.

### **C. Analisis Data**

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari minat, tingkat religiusitas, produk dan promosi sebagai variabel independen dan keputusan menjadi nasabah sebagai variabel dependen. Data dari variabel-variabel tersebut diperoleh dari hasil kuesioner atau angket yang telah di sebar sebanyak 99 responden. Hasil analisa terhadap jawaban responden adalah sebagai berikut:

#### **1. Uji Keabsahan Data**

##### **a. Uji Validitas**

Uji validitas yaitu analisis yang digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya sebuah data atau kuesioner yang digunakan dalam penelitian. Dimana keseluruhan variabel pada penelitian ini memuat 30 pertanyaan yang harus dijawab oleh responden. Ketentuan validitas instrumen bisa dikatakan valid apabila  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel. Dalam penelitian ini nilai  $r$  tabel dengan

signifikansi 5% yaitu 0,195 yang di dapat dari jumlah responden sebanyak 99 dengan menggunakan Tabel R *product moment*.

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Validitas Instrumen**

Variabel	No. Item	Corrected Item-Total Coreollation	Keterangan
Minat (X1)	1	0,565	VALID
	2	0,539	VALID
	3	0,609	VALID
	4	0,396	VALID
	5	0,618	VALID
	6	0,602	VALID
Tingkat religiusitas (X2)	7	0,527	VALID
	8	0,398	VALID
	9	0,566	VALID
	10	0,344	VALID
	11	0,500	VALID
	12	0,685	VALID
Produk (X3)	13	0,566	VALID
	14	0,281	VALID
	15	0,415	VALID
	16	0,350	VALID
	17	0,335	VALID
	18	0,489	VALID
Promosi (X4)	19	0,544	VALID
	20	0,527	VALID
	21	0,470	VALID
	22	0,362	VALID
	23	0,423	VALID
	24	0,565	VALID

Keputusan menjadi Nasabah (Y)	25	0,378	VALID
	26	0,253	VALID
	27	0,199	VALID
	28	0,207	VALID
	29	0,567	VALID
	30	0,591	VALID

Sumber: Data diolah spss 21, 2019

Berdasarkan tabel 4.7 di atas, seluruh item dalam kuesioner adalah valid karena *Corrected Item-Total Corellation* lebih besar dari 0,195. Jadi dalam penelitian ini semua item pertanyaan dalam kuesioner memenuhi persyaratan validitas dan dinyatakan valid.

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan sejauh mana suatu alat dapat dipercaya atau diandalkan. Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach's* diukur berdasarkan skala *Alpha Cronbach's* 0 sampai 1. Jika skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan reng yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1.) Nilai alpha cronbach's 0,00 s.d. 0,20, berarti kurang reliabel
- 2.) Nilai alpha cronbach's 0,21 s.d. 0,40, berarti agak reliabel
- 3.) Nilai alpha cronbach's 0,41 s.d. 0,60, berarti cukup reliabel

4.) Nilai alpha cronbach's 0,61 s.d. 0,80, berarti reliabel

5.) Nilai alpha cronbach's 0,81 s.d. 0,100, berarti sangat reliabel

Kriteria uji reliabilitas variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60. Berikut adalah hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

<b>Variabel</b>	<b>Conbrach Alpha</b>	<b>Keterangan</b>
Minat (X1)	0,734	Reliabel
Tingkat Religiusitas (X2)	0,762	Reliabel
Produk (X3)	0,689	Reliabel
Promosi (X4)	0,645	Reliabel
Keputusan menjadi Nasabah (Y)	0,674	Reliabel

*Sumber: Data diolah spss 21, 2019*

Berdasarkan tabel 4.8 diatas dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk masing-masing variabel lebih dari 0,60, ini menunjukkan bahwa variabel (minat, tingkat religiusitas, produk, promosi dan keputusa menjadi nasabah) dapat dikatakan reliabel.

## 2. Uji Normalitas Data

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Metode uji normalitas yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumber diagonal pada grafik *normal P-P plot of Regression* atau

dengan uji *One Sample Kolmogrov-Smirnov*. Maka untuk mengetahui normalitas disajikan data sebagai berikut:

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Normalitas Kolmogrof-Smirnov**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

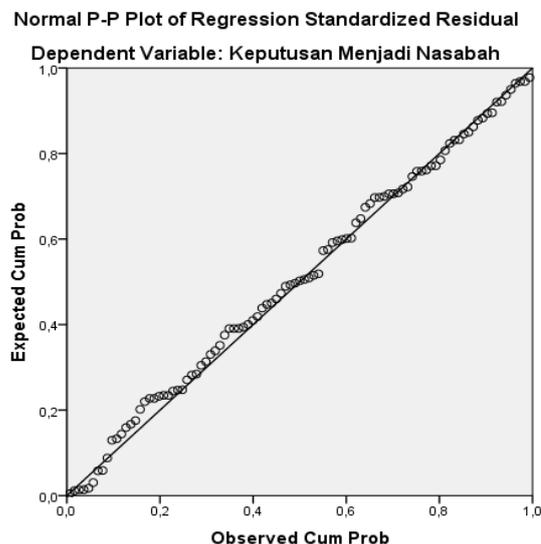
		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,08941318
Most Extreme Differences	Absolute	,054
	Positive	,035
	Negative	-,054
Kolmogorov-Smirnov Z		,534
Asymp. Sig. (2-tailed)		,938

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data diolah spss 21, 2019

Berdasarkan tabel 4.9 diatas hasil uji normalitas dengan menggunakan *One Sample Kolmogrov-Smirnov* diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) yaitu 0,938 > dari 0,05 berarti data penelitian berdistribusi adalah normal.

**Grafik 4.1****Hasil Uji Normalitas (Analisis Grafik)**

Berdasarkan grafik 4.1 diatas pada uji normalitas dengan menggunakan grafik *normal P-P plot of Regression* menunjukkan bahwa distribusi dengan titik-titik data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, sehingga data dapat dinyatakan normal.

**3. Uji Asumsi Klasik****a. Uji Multikolinieritas**

Multikolinieritas adalah ditemukan adanya korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antarvariabel independen pada model regresi. Variabel yang menyebabkan multikolinieritas dapat dilihat dari nilai tolerance yang lebih kecil dari 0,1 atau nilai VIF yang lebih besar dari nilai 10.

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3,392	1,828		1,856	,067		
Minat	,062	,030	,151	2,069	,041	,990	1,010
Tingkat Religiusitas	,160	,036	,340	4,417	,000	,890	1,124
Produk	,257	,049	,385	5,240	,000	,976	1,024
Promosi	,166	,041	,313	4,086	,000	,896	1,116

a. Dependent Variable: Keputusan menjadi Nasabah

Sumber: Data diolah spss 21, 2019

Berdasarkan tabel 4.10 di atas dapat diketahui bahwa nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dari minat sebesar 1,010, tingkat religiusitas sebesar 1,124, produk sebesar 1,024, dan promosi sebesar 1,116. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel bebas dari asumsi klasik multikolinieritas hasilnya lebih kecil dari 10, sehingga dapat dikatakan variabel independen terbebas dari asumsi klasik multikolinieritas.

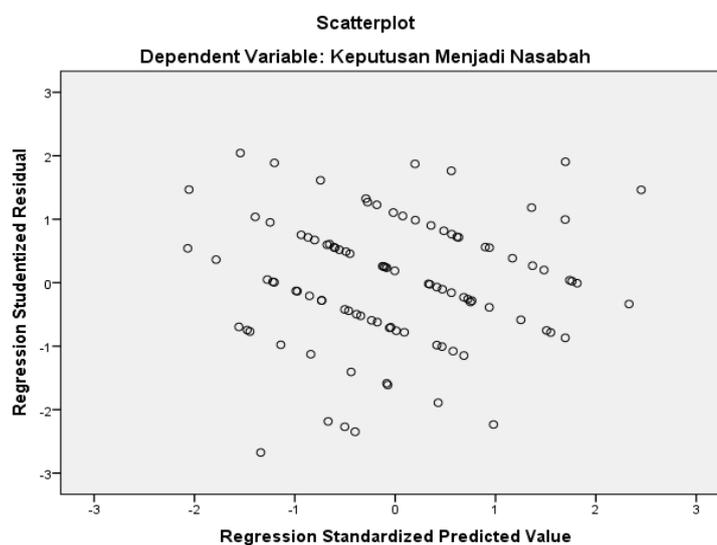
b. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah keadaan yang mana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari residual pada satu

pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tak terjadi heteroskedastisitas. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya Heteroskedastisitas yaitu dengan menggunakan Grafik Plot (dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot). Dengan pengambilan keputusannya yaitu:

- 1.) Jika ada pola tertentu, seperti titi-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas
- 2.) Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik yang menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

**Gambar 4.1**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**



*Sumber: Data diolah spss 21, 2019*

Berdasarkan gambar 4.1 hasil dari uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa titik-titik tidak membentuk pola tertentu atau

tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka (0) nol pada sumbu Y, sehingga disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

c. Uji Autokolerasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi diantaranya adalah dengan uji Durbin Watson. Model regresi yang baik adalah tidak terdapat autokorelasi. Dengan dasar pengambilan keputusan:

- 1.)  $DU < DW < 4-DU$  maka diterima yang berarti tak terjadi autokorelasi.
- 2.)  $DW < DL$  atau  $DW > 4-DL$  maka ditolak yang berarti terjadi autokorelasi.
- 3.)  $DL < DW < DU$  atau  $4-DU < DW$  berarti tak ada kesimpulan yang pasti.

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Autokorelasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,711 <sup>a</sup>	,505	,484	,695	1,903

a. Predictors: (Constant), Promosi, Minat, Produk, Tingkat Religiusitas

b. Dependent Variable: Keputusan menjadi Nasabah

*Sumber: Data diolah spss 21, 2019*

Berdasarkan tabel 4.11 diatas nilai Durbin-Watson sebesar 1,903. Jika  $DU < DW < 4-DU$  maka diterima yang berarti tak terjadi autokorelasi, dimana nilai  $DU = 1,7575$ ,  $DW = 1,903$ ,  $4-DU = 2,2425$ . Sehingga  $1,7575 < 1,903 < 2,2425$ , maka dapat disimpulkan dalam penelitian ini terbebas dari asumsi klasik autokorelasi.

#### **4. Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis regresi linier berganda digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil pengujian pengaruh variabel independen (minat, tingkat religiusitas, produk dan promosi) terhadap variabel dependen (keputusan menjadi nasabah) dengan menggunakan uji regresi linier berganda sebagai berikut:

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3,392	1,828		1,856	,067		
Minat	,062	,030	,151	2,069	,041	,990	1,010
Tingkat Religiusitas	,160	,036	,340	4,417	,000	,890	1,124
Produk	,257	,049	,385	5,240	,000	,976	1,024
Promosi	,166	,041	,313	4,086	,000	,896	1,116

a. Dependent Variable: Keputusan menjadi Nasabah

Sumber: Data diolah spss 21, 2019

Berdasarkan hasil tabel 4.12 diatas, dapat diketahui persamaan regresi linier berganda, yaitu:

$$Y = 3,392 + 0,062X_1 + 0,160X_2 + 0,257X_3 + 0,166X_4$$

**Keputusan menjadi Nasabah = 3,392 + 0,062 (minat) + 0,160 (tingkat religiusitas) + 0,257 (produk) + 0,166 (promosi).**

Dari persamaan regresi linier berganda tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Konstanta Y (Keputusan menjadi Nasabah) = 3,392

Konstanta sebesar 3,392 menunjukkan bahwa jika nilai variabel minat, tingkat religiusitas, produk dan promosi dalam keadaan konstan (tetap), maka keputusan menjadi nasabah sebesar 3,392 satuan.

- b. Koefisien regresi X1 (Minat) = 0,062

Menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu (1) satuan minat akan meningkatkan jumlah keputusan menjadi nasabah sebesar 0,062 dengan asumsi variabel-variabel bebas lainnya konstan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara minat dengan keputusan menjadi nasabah.

- c. Koefisien regresi X2 (Tingkat Religiusitas) = 0,160

Menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu (1) satuan tingkat religiusitas akan meningkatkan jumlah keputusan menjadi nasabah sebesar 0,160 dengan asumsi variabel-variabel bebas lainnya konstan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara tingkat religiusitas dengan keputusan menjadi nasabah.

- d. Koefisien regresi X3 (Produk) = 0,257

Menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu (1) satuan produk akan meningkatkan jumlah keputusan menjadi nasabah sebesar 0,257 dengan asumsi variabel-variabel bebas lainnya konstan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara produk dengan keputusan menjadi nasabah.

- e. Koefisien regresi X4 (Promosi) = 0,166

Menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu (1) satuan promosi akan meningkatkan jumlah keputusan menjadi nasabah sebesar 0,166 dengan asumsi variabel-variabel bebas lainnya konstan.

Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara promosi dengan keputusan menjadi nasabah.

- f. Tanda (+) menandakan arah hubungan yang searah, sedangkan tanda (-) menunjukkan arah hubungan yang berbanding terbalik antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).

## 5. Uji Hipotesis

### a. Uji T (Uji Parsial)

Uji ini adalah untuk mengetahui apakah pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat apakah bermakna atau tidak. Pengujian dilakukan dengan membandingkan antara nilai  $t_{hitung}$  masing-masing variabel bebas dengan nilai  $t_{tabel}$  dengan derajat kesalahan 5% dalam arti ( $\alpha = 0,05$ ). Apabila  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  maka variabel bebasnya memberikan pengaruh bermakna terhadap variabel terikat.

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Hipotesis (Uji t)**

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,392	1,828		1,856	,067
Minat	,062	,030	,151	2,069	,041
Tingkat Religiusitas	,160	,036	,340	4,417	,000
Produk	,257	,049	,385	5,240	,000
Promosi	,166	,041	,313	4,086	,000

a. Dependent Variable: Keputusan menjadi Nasabah

Sumber: Data diolah spss 21, 2019

Berdasarkan hasil tabel 4.13 di atas dapat ditarik kesimpulan

bahwa:

1.) Pengaruh minat terhadap keputusan menjadi nasabah

Dari tabel coefficients di atas menunjukkan bahwa  $t_{hitung}$  minat sebesar 2,069. Sedangkan  $t_{tabel}$  bisa dihitung dan dilihat pada tabel t-test dengan  $\alpha = 0,05$ ,  $df = 95$  di dapat dari rumus  $(n-k)$ , dimana  $n$  adalah jumlah responden dan  $k$  adalah jumlah variabel  $x$ ). Di dapat  $t_{tabel}$  adalah 1,665.

Variabel minat memiliki nilai sig.  $0,041 < 0,05$  artinya minat berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah, sedangkan  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  ( $2,069 \geq 1,665$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien minat secara parsial berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah. Hal ini sekaligus menunjukkan bahwa hipotesa 1 yang berbunyi “minat berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah”, dapat diterima.

2.) Pengaruh tingkat religiusitas terhadap keputusan menjadi nasabah

Dari tabel coefficients di atas menunjukkan bahwa  $t_{hitung}$  tingkat religiusitas sebesar 4,417. Sedangkan  $t_{tabel}$  bisa dihitung dan dilihat pada tabel t-test dengan  $\alpha = 0,05$ ,  $df = 95$  di dapat dari rumus  $(n-k)$ , dimana  $n$  adalah jumlah responden dan  $k$  adalah jumlah variabel  $x$ ). Di dapat  $t_{tabel}$  adalah 1,665.

Variabel tingkat religiusitas memiliki nilai sig.  $0,000 < 0,05$  artinya tingkat religiusitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah, sedangkan  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  ( $4,417 \geq 1,665$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien tingkat religiusitas secara parsial berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah. Hal ini sekaligus menunjukkan bahwa hipotesa 1 yang berbunyi “tingkat religiusitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah”, dapat diterima.

### 3.) Pengaruh produk terhadap keputusan menjadi nasabah

Dari tabel coefficients di atas menunjukkan bahwa  $t_{hitung}$  produk sebesar 5,240. Sedangkan  $t_{tabel}$  bisa dihitung dan dilihat pada tabel t-test dengan  $\alpha = 0,05$ ,  $df = 95$  di dapat dari rumus  $(n-k)$ , dimana  $n$  adalah jumlah responden dan  $k$  adalah jumlah variabel  $x$ ). Di dapat  $t_{tabel}$  adalah 1,665.

Variabel produk memiliki nilai sig.  $0,000 < 0,05$  artinya produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah, sedangkan  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  ( $5,240 \geq 1,665$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah. Hal ini sekaligus menunjukkan bahwa hipotesa 1 yang berbunyi “produk berpengaruh

signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah”, dapat diterima.

#### 4.) Pengaruh promosi terhadap keputusan menjadi nasabah

Dari tabel coefficients di atas menunjukkan bahwa  $t_{hitung}$  promosi religiusitas sebesar 4,086. Sedangkan  $t_{tabel}$  bisa dihitung dan dilihat pada tabel t-test dengan  $\alpha = 0,05$ ,  $df = 95$  di dapat dari rumus  $(n-k)$ , dimana  $n$  adalah jumlah responden dan  $k$  adalah jumlah variabel  $x$ ). Di dapat  $t_{tabel}$  adalah 1,665.

Variabel promosi memiliki nilai sig.  $0,000 < 0,05$  artinya promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah, sedangkan  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  ( $4,086 \geq 1,665$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien promosi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah. Hal ini sekaligus menunjukkan bahwa hipotesa 1 yang berbunyi “promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah”, dapat diterima.

#### b. Uji F (Uji Simultan)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebasnya secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang bermakna terhadap variabel terikat. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  pada derajat kesalahan 5% dalam arti ( $\alpha = 0,05$ ). Apabila nilai  $F_{hitung} \geq$  nilai  $F_{tabel}$  maka

berarti variabel bebasnya secara bersama-sama meberikan pengaruh yang bermakna terhadap variabel terikat atau hipotesis pertama sehingga dapat diterima.

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Hipotesis (Uji F)**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	46,417	4	11,604	24,015	,000 <sup>b</sup>
	Residual	45,422	94	,483		
	Total	91,838	98			

a. Dependent Variable: Keputusan menjadi Nasabah

b. Predictors: (Constant), Promosi, Minat, Produk, Tingkat Religiusitas

*Sumber: Data diolah spss 21, 2019*

Berdasarkan tabel 4.14 di atas dapat diperoleh F hitung sebesar 24,015. Dengan tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0,05 dan  $df_1 = k-1$  ( $5-1= 4$ ) serta  $df_2 = n-k$  ( $99-5 = 94$ ), maka diperoleh nilai nilai  $F_{tabel}$  pada tabel nilai distribusi F sebesar 2,47. Dengan membandingkan antara  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  dapat diperoleh kesimpulan bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka menolak  $H_0$ . Dan nilai sig sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf signifikansi ( $\alpha = 0,05$ ). Artinya, secara simultan atau bersama-sama terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Minat (X1), Tingkat Religiusitas (X2), Produk (X3), dan Promosi (X4) terhadap Keputusan menjadi

Nasabah (Y) di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar.

Hal ini menunjukkan bahwa hipotesa 5 yang berbunyi “minat, tingkat religiusitas, produk dan promosi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar” dapat diterima.

### 5. Uji Koefisien Determinasi

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,711 <sup>a</sup>	,505	,484	,695

a. Predictors: (Constant), Promosi, Minat, Produk, Tingkat Religiusitas

b. Dependent Variable: Keputusan menjadi Nasabah

*Sumber: Data diolah spss 21, 2019*

Berdasarkan hasil tabel 4.15 Model Summary menunjukkan bahwa nilai R Square adalah 0,505 atau 50,5%. Hal ini berarti bahwa variabel-variabel independen yaitu minat, tingkat religiusitas, produk dan promosi mampu menjelaskan variabel dependen yaitu keputusan menjadi nasabah sebesar 50,5%. Sedangkan sisanya ( $100\% - 50,5\% = 49,5\%$ ) dijelaskan oleh variabel lain.