

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Deskripsi Objek Penelitian**

##### 1. Letak Geografis Objek Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri yang terletak di Jl. Hasanuddin No. 26 Kelurahan Dandangan Kota Kediri. Dalam pelaksanaan kegiatan operasinya Bank Muamalat Indonesia. Kantor Cabang Kediri memiliki dua kantor cabang pembantu, yaitu di Kabupaten Blitar yang beralamat di Jl. Cempaka No. 26 Blitar dan di Kabupaten Tulungagung yang beralamat di Jl. Supriadi, Kelurahan Tamanan, Tulungagung.

##### 2. Sejarah berdirinya Bank Muamalat Indonesia

Bank Muamalat Indonesia didirikan pada 24 Rabiul Tsani 1412 H atau 1 Nopember 1991, diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Pemerintah Indonesia dan memulai kegiatan operasinya pada 27 Syawal 1412 H atau 1 Mei 1992. Dengan dukungan nyata dari eksponen Ikatan Cendekiawan Muslim se Indonesia (ICMI) dan beberapa pengusaha Muslim, pendirian Bank Muamalat juga menerima dukungan masyarakat, terbukti dari komitmen pembelian saham Perseroan senilai Rp 84 miliar pada saat penandatanganan akta pendirian Perseroan.

Selanjutnya, pada acara silaturahmi peringatan pendirian tersebut di Istana Bogor, diperoleh tambahan komitmen dari masyarakat Jawa Barat yang turut menanam modal senilai Rp 106 miliar.

Produk *Share-e Gold* Debit Visa yang diluncurkan pada tahun 2011 tersebut mendapatkan penghargaan dari Museum Rekor Indonesia (MURI) sebagai Kartu Debit Syariah dengan teknologi chip pertama di Indonesia serta layanan *e-channel* seperti *internet banking*, *mobile banking*, ATM, dan *cash management*. Seluruh produk-produk tersebut menjadi pionir produk syariah di Indonesia dan menjadi tonggak sejarah penting di industri perbankan syariah.

Pada 27 Oktober 1994, Bank Muamalat Indonesia mendapatkan izin sebagai Bank Devisa dan terdaftar sebagai perusahaan publik yang tidak *listing* di Bursa Efek Indonesia (BEI). Pengakuan ini semakin memperkuat posisi Perseroan sebagai Bank Syaria'ah pertama dan terkemuka di Indonesia dengan beragam jasa maupun produk yang harus dikembangkan.

Pada akhir tahun 90an, Indonesia dilanda krisis moneter yang memporakporandakan sebagian besar perekonomian Asia Tenggara. Sektor Perbankan nasional tergulung oleh kredit macet di segmen korporasi. Bank Muamalat pun terimbas dampak krisis, di Tahun 1998 rasio pembiayaan macet (NPF) mencapai lebih dari 60%. Perseroan mencatat rugi sebesar Rp 105 miliar. Ekuitas mencapai titik rendah yaitu Rp 39,3 miliar kurang dari sepertiga modal setor awal.

Dalam upaya memperkuat permodalannya, Bank Muamalat mencari pemodal yang potensial dan ditanggapi secara positif oleh Islamic Development Bank (IDB) yang berkedudukan di Jeddah, Arab Saudi Pada RUPS tanggal 21 Juni 1999 IDB secara resmi menjadi salah satu pemegang saham Bank Muamalat. Oleh karenanya, kurun waktu antara tahun 1999–2002 merupakan masa-masa yang penuh tantangan sekaligus keberhasilan bagi Bank Muamalat. Dalam kurun waktu tersebut, Bank Muamalat berhasil membalikkan kondisi dari rugi menjadi laba berkat upaya dan dedikasi setiap Kru Muamalat, ditunjang oleh kepemimpinan yang kuat, strategi pengembangan usaha yang tepat, serta ketaatan terhadap pelaksanaan Perbankan Syari'ah secara murni.

Pada tahun 2003, Bank dengan percaya diri melakukan Penawaran Umum Terbatas (PUT) dengan Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu (HMETD) sebanyak 5 (lima) kali dan merupakan lembaga perbankan pertama di Indonesia yang mengeluarkan Sukuk Subordinasi *Mudharabah*. Aksi Korporasi tersebut semakin menegaskan posisi Bank Muamalat Indonesia di peta industri perbankan Indonesia. Seiring kapasitas Bank yang semakin diakui, Bank semakin melebarkan sayap dengan terus menambah jaringan kantor cabangnya di seluruh Indonesia.

Masih di tahun yang sama, didirikannya Cabang PT Bank Muamalat Indonesia Tbk. di Kediri yaitu pada tanggal 15 Maret 2004 dan berkantor di Jalan Hasanuddin No. 26 Kel. Dandangan Kota

Kediri Jawa Timur 64122 dengan nomor telepon 0354-671801. Kabupaten Kediri merupakan salah satu pusat kota karesidenan yang terdiri dari Kabupaten Tenggalek, Tulungagung, Blitar, dan Kediri itu sendiri. Selain itu, Kabupaten Kediri dilihat sangat mempunyai potensial untuk didirikannya bank syariah pertama kali di antara empat kota tersebut.

Hal ini dipertimbangkan dari mayoritas penduduk yang berdasarkan sensus jumlah penduduk tahun 2003 mencapai 240.979 jiwa, mayoritas penduduk beragama Islam, dan diikuti dengan Kristen Protestan, Katolik, Hindu, Buddha, Konghucu, dan aliran kepercayaan lainnya. Pada tahun 2009, Bank mendapatkan izin untuk membuka kantor cabang di Kuala Lumpur, Malaysia dan menjadi bank pertama di Indonesia serta satu-satunya yang mewujudkan ekspansi bisnis di Malaysia.

Sebagai Bank Pertama Murni Syariah, bank muamalat berkomitmen untuk menghadirkan layanan perbankan yang tidak hanya comply terhadap syariah, namun juga kompetitif dan aksesibel bagi masyarakat hingga pelosok nusantara. Komitmen tersebut diapresiasi oleh pemerintah, media massa, lembaga nasional dan internasional serta masyarakat luas melalui lebih dari 70 award bergengsi yang diterima oleh BMI dalam 5 tahun Terakhir. Penghargaan yang diterima antara lain sebagai Best Islamic Bank in Indonesia 2009 oleh Islamic Finance News (Kuala Lumpur), sebagai Best Islamic Financial Institution in Indonesia 2009 oleh

Global Finance (New York) serta sebagai The Best Islamic Finance House in Indonesia 2009 oleh Alpha South East Asia (Hong Kong).

Saat ini, Bank telah memiliki 325 kantor layanan termasuk 1 (satu) kantor cabang di Malaysia. Operasional Bank juga didukung oleh jaringan layanan yang luas berupa 710 unit ATM Muamalat, 120.000 jaringan ATM Bersama dan ATM Prima, serta lebih dari 11.000 jaringan ATM di Malaysia melalui Malaysia *Electronic Payment* (MEPS). Menginjak usianya yang ke-20 pada tahun 2012, Bank Muamalat Indonesia melakukan *rebranding* pada logo Bank untuk semakin meningkat *awarness* terhadap *image* sebagai Bank syariah Islami, Modern dan Profesional. Bank pun terus mewujudkan berbagai pencapaian serta prestasi yang diakui baik secara nasional maupun internasional.

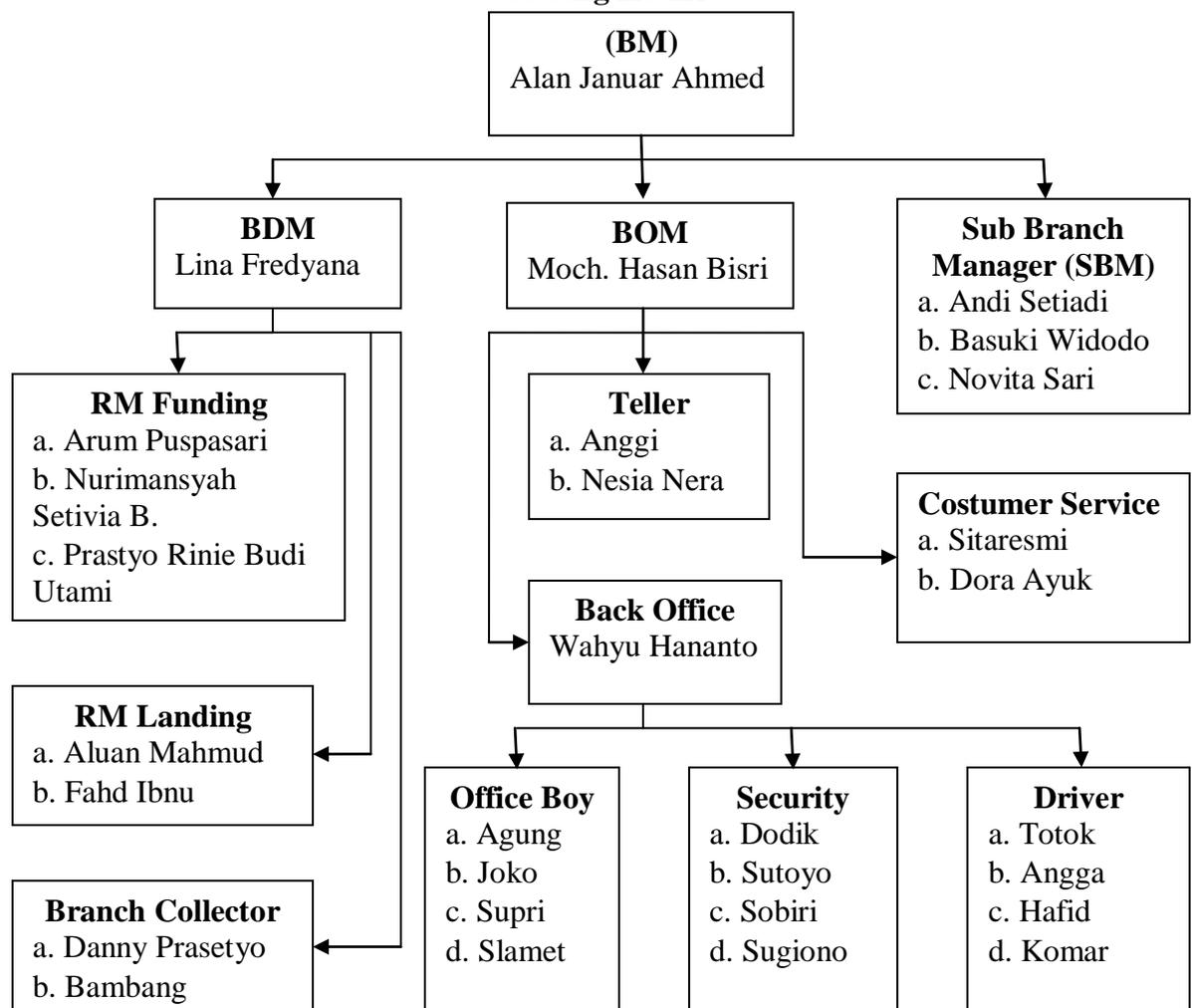
Hingga saat ini, Bank beroperasi bersama beberapa entitas anaknya dalam memberikan layanan terbaik yaitu *Al-Ijarah Indonesia Finance* (ALIF) yang memberikan layanan pembiayaan syariah, (DPLK) Muamalat yang memberikan layanan dana pensiun melalui Dana Pensiun Lembaga Keuangan, dan Baitulmaal Muamalat yang memberikan layanan untuk menyalurkan dan Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS). 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>81</sup>

### 3. Struktur Organisasi Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri

PT Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri memiliki struktur organisasi yang diciptakan sesuai dengan perkembangan kebutuhan. Berdasarkan prinsip tersebut maka struktur organisasi PT Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri adalah relatif dan fleksibel.

**Gambar 4.1**  
**Struktur Organisasi Bank Muamalat Indonesia Kantor**  
**Cabang Kediri**



<sup>81</sup>[www.bankmuamalat.co.id](http://www.bankmuamalat.co.id), diakses tanggal 15 Maret 2019

*Sumber: Data Intern Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri*

#### 4. Visi dan Misi Bank Muamalat

Bank Muamalat Indonesia memiliki visi yaitu *“The Best Islamic Bank and Top 10 Bank in Indonesia with Strong Regional Presence”* maksudnya : "Menjadi bank syariah terbaik dan termasuk dalam 10 besar bank di Indonesia dengan eksistensi yang diakui di tingkat regional". Untuk mencapai visi tersebut Bank Muamalat Indonesia memiliki misi yaitu *“Membangun lembaga keuangan syariah yang unggul dan berkesinambungan dengan penekanan pada semangat kewirausahaan berdasarkan prinsip kehati-hatian, keunggulan sumber daya manusia yang islami dan professional serta orientasi investasi yang inovatif, untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan.”*<sup>82</sup>

#### 5. Produk dan layanan Bank Muamalat Indonesia

##### 1. Tabungan

- a. Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah
- b. Tabungan iB Muamalat
- c. Tabunganku
- d. Tabungan iB Muamalat Dollar
- e. Tabungan iB Muamalat Prima
- f. Tabungan iB Muamalat Rencana
- g. Tabungan iB Muamalat Sempel
- h. Tabungan iB Muamalat Sahabat

---

<sup>82</sup> <http://www.bankmuamalat.co.id/visi-misi>, diakses tanggal 15 Maret 2019

2. Giro
  - a. Giro iB Muamalat Ultima
  - b. Giro iB Muamalat Attijary
3. Deposito
  - a. Deposito Mudharabah iB Muamalat
4. Kartu Share-E Debit
  - a. Kartu Share-E Debit Arsenal
  - b. Kartu Share-E Debit Gold
  - c. Kartu Share-E Debit Reguler
5. Pembiayaan
  - a. Pembiayaan iB Muamalat Multiguna
  - b. Pembiayaan iB Muamalat Pensiun
  - c. KPR iB Muamalat

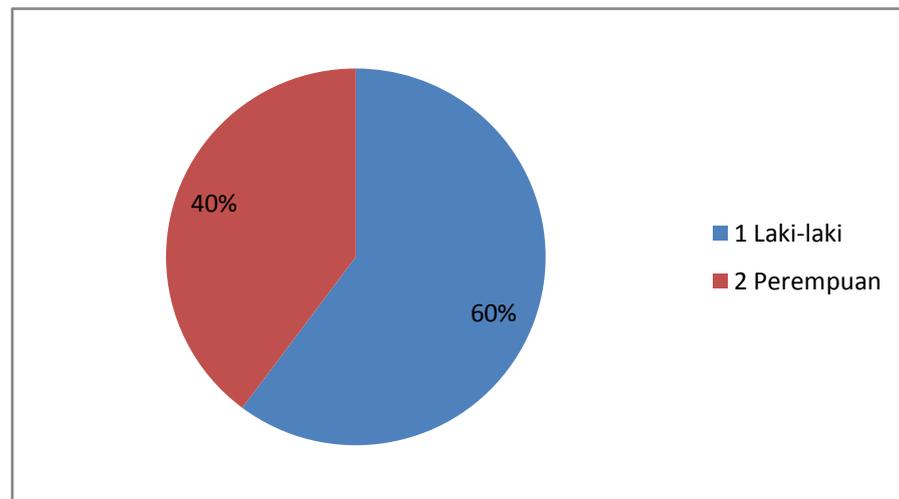
## **B. Deskripsi Data Penelitian**

Sebelum dilakukan analisis, terlebih dahulu penulis akan menjelaskan mengenai data-data 98 responden yang digunakan sebagai sampel yang diambil responden nasabah pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri berikut ini:

### **1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Adapun data mengenai jenis kelamin responden nasabah pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri adalah sebagai berikut:

Diagram 4.1



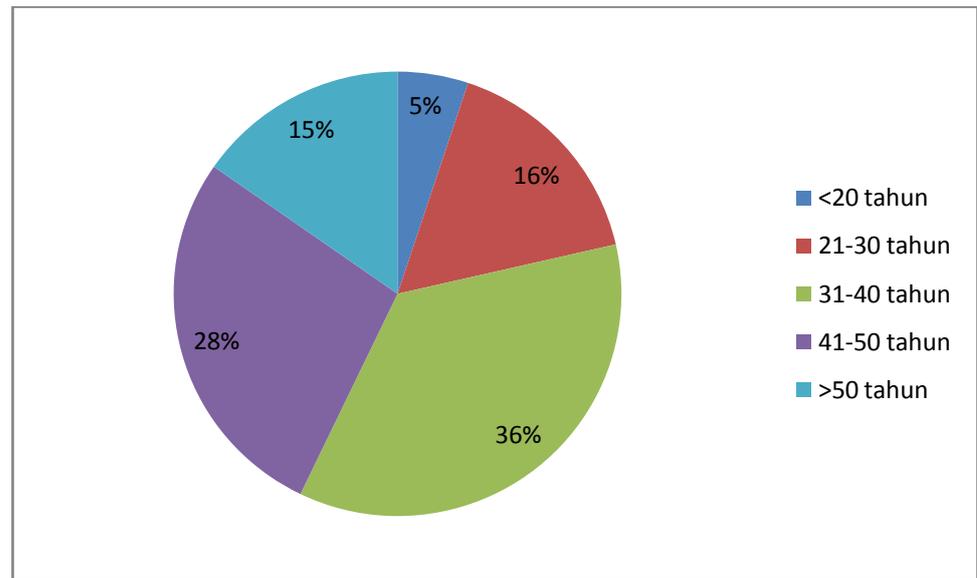
*Sumber : Data primer diolah tahun 2019*

Berdasarkan keterangan pada gambar 4.1 diatas, dapat diketahui tentang jenis kelamin responden nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri yang diambil sebagai responden, yang menunjukkan bahwa jumlah responden laki-laki lebih banyak yaitu 60% atau 59 responden, sedangkan jumlah responden perempuan yaitu 40% atau 39 responden.

## 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Adapun data mengenai usia responden nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri adalah sebagai berikut:

Diagram 4.2



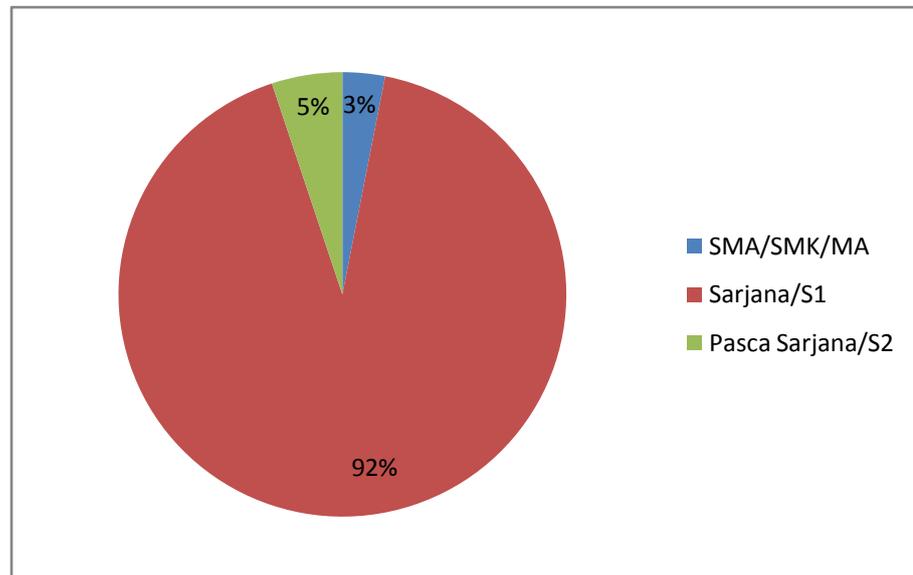
*Sumber : Dataprimer diolah tahun 2019*

Berdasarkan keterangan pada gambar 4.2 dapat dijelaskan bahwa usia responden nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri yang diambil sebagai responden, yang menunjukkan bahwa jumlah usia kurang dari 20 tahun paling sedikit yaitu sebanyak 5% atau 5 responden, usia 21-30 tahun sebanyak 16% atau 16 responden, usia 31-40 tahun sebanyak 36% atau 35 responden, usia 41-50 tahun sebanyak 28% atau 27 responden, dan usia lebih dari lima puluh tahun sebanyak 15% atau 15 responden.

### 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Adapun data mengenai pendidikan terakhir responden karyawan pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri adalah sebagai berikut:

Diagram 4.3



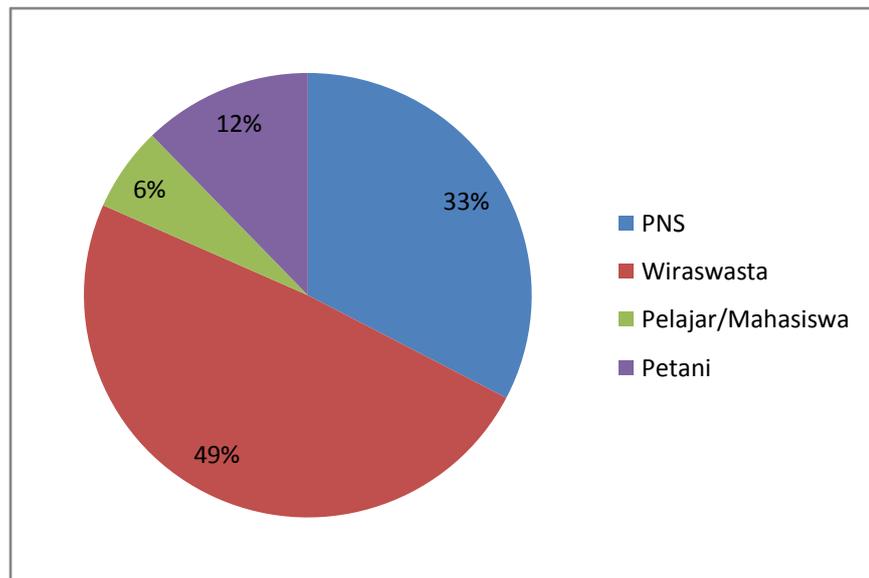
*Sumber : Data primer diolah tahun 2019*

Berdasarkan keterangan dari gambar 4.3 dapat dijelaskan bahwa pendidikan responden nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri yang diambil sebagai responden, yang menunjukkan bahwa jumlah pendidikan SMA paling sedikit yaitu sebesar 3% atau 3 responden, Strata 1 / S1 lebih banyak yaitu sebesar 92% atau 90 responden, Strata 2 / S2 yaitu sebesar 5% atau 5 responden.

#### 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Adapun data mengenai pekerjaan responden nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri adalah sebagai berikut:

Diagram 4.4



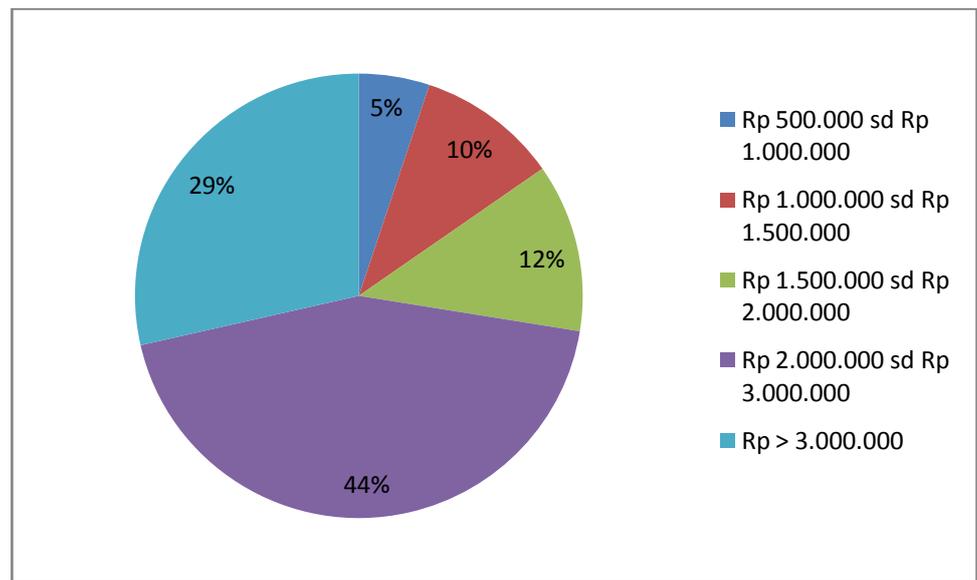
*Sumber : Data primer diolah tahun 2019*

Berdasarkan keterangan pada gambar 4.4 dapat dijelaskan bahwa pekerjaan responden nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri yang diambil sebagai responden, yang menunjukkan bahwa jumlah wiraswasta lebih banyak yaitu sebesar 49% atau 48 responden, PNS sebesar 33% atau 32 responden, Petani sebesar 12% atau 12 responden, dan Pelajar atau Mahasiswa paling sedikit yaitu 6% atau 6 responden.

##### 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan

Adapun data mengenai penghasilan perbulan nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri adalah sebagai berikut:

Diagram 4.5

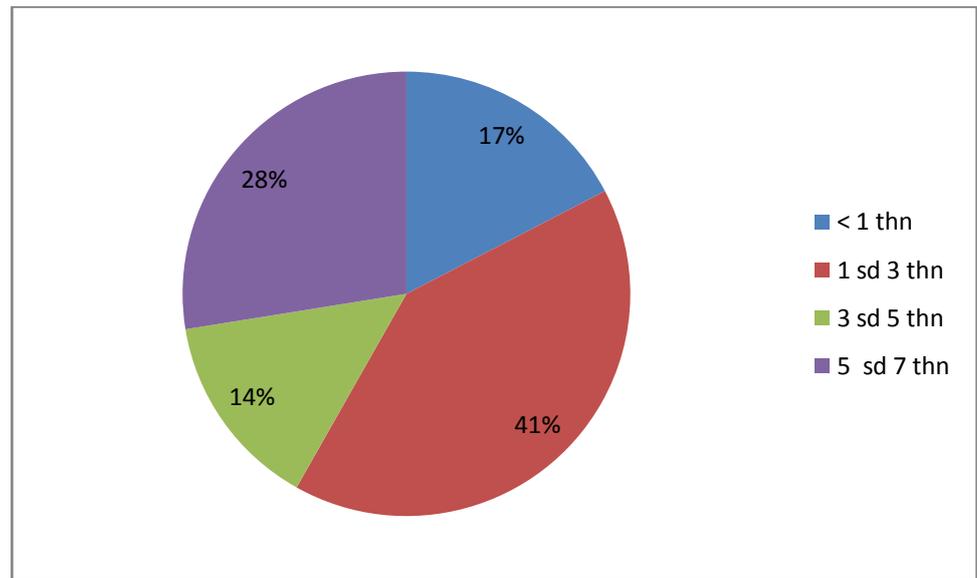


*Sumber : Data primer diolah tahun 2019*

Berdasarkan keterangan pada gambar 4.5 dapat dijelaskan bahwa penghasilan perbulan responden nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri yang diambil sebagai responden, yang menunjukkan bahwa penghasilan Rp 500.000 sd Rp 1.000.000 sebesar 5% atau 5 responden, Rp 1.000.000 sd Rp 1.500.000 sebesar 10% atau 10 responden, Rp 1.500.000 sd Rp 2.000.000 sebesar 12% atau 12 responden, Rp 2.000.000 sd Rp 3.000.000 sebesar 44% atau 43 responden, dan penghasilan yang lebih dari Rp 3.000.000 sebesar 29% atau 28 responden.

6. Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Menjadi Nasabah
- Adapun data mengenai lamanya responden menjadi nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri adalah sebagai berikut:

Diagram 4.6



*Sumber : Data primer diolah tahun 2019*

Berdasarkan keterangan pada gambar 4.6 dapat dijelaskan bahwa lama responden menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri yang diambil sebagai responden, yang menunjukkan bahwa kurang dari 1 tahun sebesar 17% atau 17 responden, lama 1 sd 3 tahun sebesar 41% atau 40 responden, lama 3 sd 5 tahun sebesar 14% atau 14 responden, dan lama 5 sd 7 tahun sebesar 28% atau 27 responden.

### C. Deskripsi Variabel

Angket yang telah peneliti sebarkan kepada responden yang terdiri atas 30 item soal dan dibagi dalam 5 kategori yaitu:

1. 8 soal digunakan untuk mengetahui tentang pengaruh promosi ( $X_1$ )
2. 7 soal digunakan untuk mengetahui tentang pengaruh motivasi ( $X_2$ )
3. 8 soal digunakan untuk mengetahui tentang pengaruh kualitas produk ( $X_3$ )

4. 7 soal digunakan untuk mengetahui tentang pengaruh minat nasabah menabung (Y)

Berdasarkan pada hasil penelitian dari lima variabel yang diajukan, dapat diketahui gambaran tanggapan 98 nasabah sebagai responden. Berikut ini adalah tabel dan deskripsi tentang tanggapan yang peneliti peroleh dari responden seluruh nasabah.

### 1. Promosi ( $X_1$ )

**Tabel 4.1**  
**Frekuensi Jawaban Angket Variabel Promosi**

ITEM	SKOR JAWABAN									
	SS		S		N		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	17	17%	56	57%	21	21%	4	4%	0	0%
2	22	22%	58	59%	16	16%	2	2%	0	0%
3	41	42%	55	56%	1	1%	1	1%	0	0%
4	22	22%	59	60%	14	14%	3	3%	0	0%
5	20	20%	48	49%	26	27%	4	4%	0	0%
6	17	17%	58	59%	19	19%	4	4%	0	0%
7	23	23%	56	57%	17	17%	2	2%	0	0%
8	40	41%	55	56%	2	2%	1	1%	0	0%

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Lebih jelasnya skor jawaban di atas dapat disimpulkan pada tabel di bawah ini.



1	56	57%	41	42%	1	1%	0	0%	0	0%
2	55	56%	38	39%	3	3%	2	2%	0	0%
3	50	51%	46	47%	1	1%	1	1%	0	0%
4	52	53%	42	43%	4	4%	0	0%	0	0%
5	51	52%	44	45%	2	2%	1	1%	0	0%
6	55	56%	40	41%	1	1%	2	2%	0	0%
7	51	52%	47	48%	0	0%	0	0%	0	0%

*Sumber: Data primer yang diolah, 2019*

Lebih jelasnya skor jawaban di atas dapat disimpulkan pada tabel di bawah ini.

**Tabel 4.4**  
**Tanggapan Responden tentang Variabel Motivasi**

<b>Jawaban</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	370	53,93%
Setuju	298	43,44%
Netral	12	1,74%
Tidak Setuju	6	0,87%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
<b>Total</b>	<b>686</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Data primer yang diolah, 2019*

Dari tabel 4.4 dapat diketahui bahwa dari 98 responden nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri yang diwakili oleh 7 item pernyataan, jawaban yang tertinggi menyatakan sangat setuju terhadap setiap item pernyataan pada variabel motivasi yang peneliti ajukan. Dimana jawaban sangat setuju sebanyak 370 butir atau 53,93% nasabah yang menjawab sangat setuju, 298 butir atau 43,44% nasabah menjawab setuju, 12 butir atau 1,74% nasabah menjawab netral, sedangkan sisanya 6 butir atau 0,87% nasabah menjawab tidak setuju.

Dengan tanggapan sangat setuju pada setiap item pernyataan yang diajukan pada variabel motivasi menunjukkan bahwa jumlah nasabah yang minat menabung dari motivasi yang dilakukan oleh Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri selama ini cukup besar.

### 3. Kualitas Produk ( $X_3$ )

**Tabel 4.5**  
**Frekuensi Jawaban Angket Variabel Kualitas Produk**

ITEM	SKOR JAWABAN									
	SS		S		N		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	23	23%	61	62%	11	11%	3	3%	0	0%
2	46	47%	51	52%	0	0%	1	1%	0	0%
3	18	18%	64	65%	13	13%	3	3%	0	0%
4	25	26%	57	58%	14	14%	2	2%	0	0%
5	32	33%	50	51%	14	14%	2	2%	0	0%
6	31	32%	55	56%	11	11%	1	1%	0	0%
7	17	17%	58	59%	19	19%	4	4%	0	0%
8	17	17%	62	63%	15	15%	4	4%	0	0%

*Sumber: Data primer yang diolah, 2019*

Lebih jelasnya skor jawaban di atas dapat disimpulkan pada tabel di bawah ini.

**Tabel 4.6**  
**Tanggapan Responden tentang Variabel Kualitas Produk**

Jawaban	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	209	26,65%
Setuju	458	58,41%
Netral	97	12,37%

Tidak Setuju	20	2,55%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
<b>Total</b>	784	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dari tabel 4.6 dapat diketahui bahwa dari 98 responden nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri yang diwakili oleh 8 item pernyataan, jawaban yang tertinggi menyatakan setuju terhadap setiap item pernyataan pada variabel kualitas produk yang peneliti ajukan. Dimana jawaban setuju sebanyak 458 butir atau 58,41% nasabah yang menjawab setuju, 209 butir atau 26,65% nasabah menjawab sangat setuju, 97 butir atau 12,37% nasabah menjawab netral, sedangkan sisanya 20 butir atau 2,55% nasabah menjawab tidak setuju. Dengan tanggapan setuju yang terbanyak pada setiap item pernyataan yang diajukan pada variabel kualitas produk menunjukkan bahwa penilaian minat nasabah menabung dari promosi yang dilakukan oleh Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri selama ini telah teruji baik dan mendapatkan tanggapan positif dari nasabah.

#### 4. Minat Nasabah Menabung (Y)

**Tabel 4.7**  
**Frekuensi Jawaban Angket Variabel Minat Nasabah Menabung**

ITEM	SKOR JAWABAN									
	SS		S		N		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	49	50%	49	50%	0	0%	0	0%	0	0%
2	40	41%	57	58%	1	1%	0	0%	0	0%
3	52	53%	46	47%	0	0%	0	0%	0	0%
4	49	50%	49	50%	0	0%	0	0%	0	0%

5	41	42%	56	57%	1	1%	0	0%	0	0%
6	47	48%	51	52%	0	0%	0	0%	0	0%
7	49	50%	49	50%	0	0%	0	0%	0	0%

*Sumber: Data primer yang diolah, 2019*

Lebih jelasnya skor jawaban di atas dapat disimpulkan pada tabel di bawah ini.

**Tabel 4.8**

**Tanggapan Responden tentang Variabel Minat Nasabah Menabung**

<b>Jawaban</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	327	47,66%
Setuju	357	52,04%
Netral	2	0,29%
Tidak Setuju	0	0%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
<b>Total</b>	<b>686</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Data primer yang diolah, 2019*

Dari tabel 4.8 dapat diketahui bahwa dari 98 responden nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri yang diwakili oleh 7 item pernyataan, jawaban yang tertinggi menyatakan setuju terhadap setiap item pernyataan pada variabel minat nasabah menabung yang peneliti ajukan. Dimana jawaban setuju sebanyak 357 butir atau 52,04% nasabah yang menjawab setuju, 327 butir atau 47,66% nasabah menjawab sangat setuju, sedangkan sisanya 2 butir atau 0,29% nasabah menjawab netral. Dengan persentase sebesar 52,04% nasabah menjawab setuju menunjukkan bahwa lebih dari separuh responden di sini

menyatakan Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri selama ini cukup baik dalam menarik minat nasabah menabung.

#### **D. Hasil Analisis**

Penelitian ini didasarkan pada data angket yang disebar di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri kepada responden sehingga dapat dilakukan analisis atas data yang diperoleh, yaitu meliputi analisis variabel-variabel independen berupa promosi, motivasi dan kualitas produk terhadap variabel dependen berupa minat nasabah menabung. Perhitungan variabel-variabelnya dilakukan dengan menggunakan komputer melalui program SPSS 16.0. Berikut ini deskripsi statistik berdasarkan data yang telah diolah dengan menggunakan SPSS 16.0.

##### **1. Uji Validitas dan Reliabilitas**

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

Uji validitas akan menguji masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini, dimana keseluruhan variabel penelitian memuat 30 pernyataan yang harus dijawab oleh responden. Ketentuan validitas instrument sah apabila  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  kritis (0,30) atau bila korelasi tiap variabel positif dan besarnya 0,3 ke atas maka variabel tersebut merupakan *construct* yang kuat.<sup>83</sup>

Nilai validitas masing-masing butir pertanyaan atau pernyataan dapat dilihat pada nilai *Pearson Correlation* masing-masing butir

---

<sup>83</sup> Agus Eko Sujianto, Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0, hlm. 96.

pertanyaan atau pernyataan. Berikut hasil pengujian validitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item	Pearson Correlation	r tabel (N=98) Taraf Signifikansi 5%	Keterangan
Promosi (X1)	X <sub>1,1</sub>	0,466	0,1986	Valid
	X <sub>1,2</sub>	0,405	0,1986	Valid
	X <sub>13</sub>	0,483	0,1986	Valid
	X <sub>14</sub>	0,355	0,1986	Valid
	X <sub>15</sub>	0,588	0,1986	Valid
	X <sub>1,6</sub>	0,422	0,1986	Valid
	X <sub>17</sub>	0,326	0,1986	Valid
	X <sub>18</sub>	0,578	0,1986	Valid
Motivasi (X2)	X <sub>2,1</sub>	0,655	0,1986	Valid
	X <sub>22</sub>	0,479	0,1986	Valid
	X <sub>2,3</sub>	0,537	0,1986	Valid
	X <sub>24</sub>	0,555	0,1986	Valid
	X <sub>25</sub>	0,491	0,1986	Valid
	X <sub>26</sub>	0,560	0,1986	Valid
	X <sub>27</sub>	0,706	0,1986	Valid
Kualitas Produk (X3)	X <sub>31</sub>	0,494	0,1986	Valid
	X <sub>32</sub>	0,364	0,1986	Valid
	X <sub>33</sub>	0,469	0,1986	Valid
	X <sub>34</sub>	0,432	0,1986	Valid
	X <sub>35</sub>	0,389	0,1986	Valid
	X <sub>36</sub>	0,307	0,1986	Valid
	X <sub>37</sub>	0,391	0,1986	Valid
	X <sub>38</sub>	0,489	0,1986	Valid
Minat Nasabah Menabung (Y)	Y <sub>1</sub>	0,696	0,1986	Valid
	Y <sub>2</sub>	0,704	0,1986	Valid
	Y <sub>3</sub>	0,352	0,1986	Valid
	Y <sub>4</sub>	0,696	0,1986	Valid
	Y <sub>5</sub>	0,728	0,1986	Valid
	Y <sub>6</sub>	0,459	0,1986	Valid
	Y <sub>7</sub>	0,351	0,1986	Valid

Sumber: Hasil Output SPSS 16.0 diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.9 di atas, dapat diketahui bahwa seluruh item variabel adalah valid karena memenuhi kriteria validitas yaitu nilai *Pearson Correlation* dari seluruh item lebih besar dari 0,3 dan nilai *Pearson Correlation* dari seluruh item  $> r_{tabel}(0,1986)$  serta Sig. dari keseluruhan item menunjukkan nilai  $\leq 0,05$ . Sehingga, dalam penelitian ini berarti bahwa seluruh item dalam instrument promosi (X1), motivasi (X2), kualitas produk (X3), dan minat nasabah menabung (Y) memenuhi persyaratan validitas secara statistik serta dapat mengukur secara tepat.

#### **b. Uji Reliabilitas Instrumen**

Reliabilitas instrumen adalah hasil pengukuran yang dapat dipercaya. Reliabilitas instrumen diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach's* diukur berdasarkan skala *Alpha Cronbach's* 0 sampai 1. Dalam penentuan tingkat reliabilitas suatu instrumen penelitian dapat diterima bila memiliki koefisien alpha lebih besar dari 0,60 seperti yang dikemukakan oleh Nugroho dan Suyuthi.<sup>84</sup> Pengujian reliabilitas instrumen dalam suatu penelitian dilakukan karena keterandalan instrumen berkaitan dengan taraf kepercayaan terhadap instrumen penelitian tersebut. Untuk mengetahui kriteria reliabilitas ada 5 kelompok kelas dengan ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

---

<sup>84</sup>*Ibid.*, hlm. 104

- 1) Nilai alpha Cronbach 0,00 s.d. 0,20, berarti kurang reliabel
- 2) Nilai alpha Cronbach 0,21 s.d. 0,40, berarti agak reliabel
- 3) Nilai alpha Cronbach 0,42 s.d. 0,60, berarti cukup reliabel
- 4) Nilai alpha Cronbach 0,61 s.d. 0,80, berarti reliabel
- 5) Nilai alpha Cronbach 0,81 s.d. 1,00. berarti sangat reliabel

Berikut hasil dari pengujian reliabilitas angket penelitian dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

<b>Variabel</b>	<b><i>Cronbach's</i></b> <b><i>Alpha</i></b>	<b>Keterangan</b>
Promosi (X1)	0,660	Reliabel
Motivasi (X2)	0,799	Reliabel
Kualitas Produk (X3)	0,748	Reliabel
Minat Nasabah Menabung (Y)	0,662	Reliabel

*Sumber: Hasil Output SPSS 16.0 diolah, 2019*

Berdasarkan tabel 4.10 dapat diketahui bahwa variabel promosi (X1), motivasi (X2), kualitas produk (X3), dan minat nasabah menabung (Y) adalah reliabel, karena masing-masing variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,60. Jadi dapat disimpulkan bahwa semua instrument memenuhi persyaratan reliabel secara statistik sehingga dapat menunjukkan ukuran yang dapat dipercaya atau dapat diandalkan.

## 2. Uji Normalitas Data

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang berdistribusi normal. Untuk mengetahui apakah data dalam penelitian ini berdistribusi normal atau tidak maka dilakukan pengujian dengan pendekatan *Kolmogorov-Smirnov* dengan membandingkan nilai Sig. dengan taraf signifikan  $\alpha$  (0,05). Jika nilai sig. atau signifikansi  $> 0,05$  maka data berdistribusi normal, sedangkan jika nilai sig. atau signifikansi  $< 0,05$  maka data tidak berdistribusi normal. Berikut adalah hasil pengujian dengan pendekatan *Kolmogorov-Smirnov*.

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Normalitas Data**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.61231501
Most Extreme Differences	Absolute	.108
	Positive	.108
	Negative	-.071
Kolmogorov-Smirnov Z		1.066
Asymp. Sig. (2-tailed)		.205

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Hasil Output SPSS 16.0 diolah, 2019

Berdasarkan tabel *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* diperoleh angka probabilitas atau *Asym.Sig. (2-tailed)*. Nilai ini dibandingkan dengan 0,05 (menggunakan taraf signifikansi atau  $\alpha = 5\%$ ) untuk pengambilan keputusan dengan pedoman:

- a. Nilai Sig. atau signifikansi atau nilai probabilitas  $> 0,05$ , distribusi data adalah normal.
- b. Nilai Sig. atau signifikansi atau nilai probabilitas  $< 0,05$ , distribusi data adalah tidak normal.

Dari tabel 4.18 di atas, dapat diketahui pada uji normalitas dengan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan hasil bahwa seluruh variabel berdistribusi normal, hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi atau *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,205 lebih besar dari 0,05 (0,205  $> 0,05$ ). Jadi, dapat disimpulkan bahwa semua variabel berdistribusi normal, sehingga dapat dilakukan penelitian selanjutnya.

### **3. Uji Asumsi Klasik**

Berdasarkan hasil pengujian segala penyimpangan klasik terhadap data penelitian dapat dijelaskan sebagai berikut:

#### **a. Uji Multikolinieritas**

Uji multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model. Model regresi yang baik seharusnya terhindar dari multikolinieritas. Untuk mendeteksi terjadinya multikolinieritas dilakukan dengan melihat *Variance Inflation Factor (VIF)* dan nilai *tolerance*. Jika nilai VIF kurang

dari 10 ( $< 10$ ) dan nilai *tolerancenya* lebih dari 0,10 ( $> 0,10$ ) maka model terbebas dari multikolinearitas. Dari uji multikolinearitas dengan bantuan *software SPSS Statistics for Windows Versi 16.0* didapatkan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Promosi (X1)	0,811	1,233
Motivasi (X2)	0,972	1,029
Kualitas Produk (X3)	0,809	1,236

*Sumber: Hasil Output SPSS 16.0 diolah, 2019*

Dari tabel 4.12 di atas, dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* dari setiap variabel independen  $> 0,10$  yaitu variabel promosi (X1) adalah 0,811, variabel motivasi (X2) adalah 0,972, dan variabel kualitas produk (X3) adalah 0,782. Sedangkan untuk nilai VIF dari setiap variabel independen  $< 10$  yaitu variabel promosi (X1) adalah 1,233, variabel motivasi (X2) adalah 1,029, dan variabel kualitas produk (X3) adalah 1,236. Sehingga dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini terbebas dari asumsi klasik multikolinearitas.

#### **b. Uji Heteroskedastisitas**

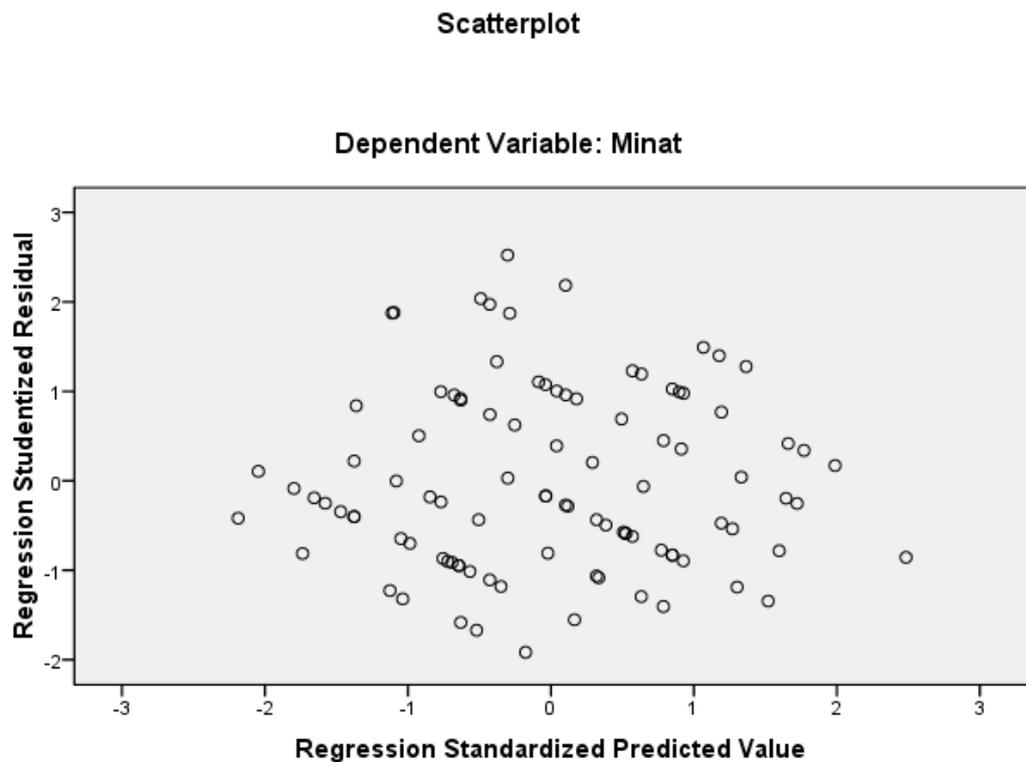
Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat

dari pola gambar *Scatterplot* model tersebut. Tidak terdapat heteroskedastisitas jika:

- 1) Penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola,
- 2) Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau disekitar angka 0, dan
- 3) Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.<sup>85</sup>

Adapun hasil uji statistik heteroskedastisitas yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Gambar 4.2**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**



*Sumber: Hasil Output SPSS 16.0 diolah, 2019*

<sup>85</sup>*Ibid*, hlm. 79

Berdasarkan gambar 4.7 pada *scatterplot* model di atas, menunjukkan titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk sebuah pola tertentu, serta tersebar di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini berarti bahwa penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi ini layak dipakai.

#### **4. Uji Regresi Linier Berganda**

Analisis regresi linear berganda digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Perhitungan statistik dalam analisis regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan bantuan program komputer *SPSS Statistics for Windows Versi 16.0*. Ringkasan hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS tersebut adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.528	3.296		2.284	.025
	Promosi	.170	.074	.209	2.281	.025
	Motivasi	.245	.074	.279	3.338	.001
	Kualitas	.322	.082	.362	3.949	.000

a. Dependent Variable: Minat

*Sumber: Hasil Output SPSS 16.0 diolah, 2019*

Berdasarkan hasil pengamatan pengujian parameter individual di atas, maka dapat diketahui persamaan regresi yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

$$Y = 7,528 + 0,170 X_1 + 0,245 X_2 + 0,322 X_3$$

Dimana:

Y = Minat Nasabah Menabung

X<sub>1</sub> = Promosi

X<sub>2</sub> = Motivasi

X<sub>3</sub> = Kualitas Produk

Dari persamaan regresi di atas, maka dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Koefisien Konstanta sebesar 7,528 menunjukkan bahwa dengan adanya variabel promosi (X<sub>1</sub>), motivasi (X<sub>2</sub>), dan kualitas produk (X<sub>3</sub>) maka minat nasabah menabung (Y) pada

Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri akan mengalami peningkatan sebesar 7,528. Artinya minat nasabah menabung akan bertambah apabila ada promosi, motivasi dan kualitas produk yang baik pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri, sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan harapan nasabah.

- b. Koefisien regresi promosi ( $X_1$ ) sebesar 0,170 menyatakan bahwa apabila orientasi pasar ( $X_1$ ) mengalami peningkatan (membaik) satu satuan maka akan meningkatkan minat nasabah menabung (Y) sebesar 0,170 dengan asumsi nilai variabel lain tetap. Artinya semakin bagus promosi yang dilakukan pihak Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri dengan mempertimbangkan faktor promosi yang meliputi periklanan, promosi penjualan, publisitas, dan penjualan pribadi akan menambah minat nasabah menabung. Dan sebaliknya, jika variabel promosi ( $X_1$ ) mengalami satu satuan, maka minat nasabah menabung juga mengalami penurunan sebesar 0,170.
- c. Koefisien regresi motivasi ( $X_2$ ) sebesar 0,245 menyatakan bahwa apabila motivasi ( $X_2$ ) mengalami peningkatan (membaik) satu satuan maka akan meningkatkan minat nasabah menabung (Y) sebesar 0,245 dengan asumsi nilai variabel lain tetap. Artinya semakin baik pelaksanaan motivasi yang dilakukan pihak Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri terhadap nasabah baik melalui motivasi rasional maupun

motivasi emosional akan meningkatkan minat nasabah dalam menabung. Dan sebaliknya, jika variabel promosi ( $X_2$ ) mengalami satu satuan, maka minat nasabah menabung juga mengalami penurunan sebesar 0,245.

- d. Koefisien regresi kualitas produk ( $X_3$ ) sebesar 0,322 menyatakan bahwa kualitas produk ( $X_3$ ) mengalami peningkatan (membaik) satu satuan maka akan meningkatkan minat nasabah menabung ( $Y$ ) sebesar 0,322 dengan asumsi nilai variabel lain tetap. Artinya semakin baik kualitas produk Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri yang meliputi performa, kehandalan, konformitas dan keistimewaan produk akan meningkatkan minat nasabah dalam menabung. Dan sebaliknya, jika variabel kualitas produk ( $X_3$ ) mengalami satu satuan, maka minat nasabah menabung juga mengalami penurunan sebesar 0,322.
- e. Tanda (+) menandakan arah hubungan yang searah, sedangkan tanda (-) menunjukkan arah hubungan yang berbanding terbalik antara variabel independen ( $X$ ) dengan variabel dependen ( $Y$ ).
- f. Dari hasil uji regresi dapat dilihat bahwa variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi minat nasabah menabung dari ketiga variabel diatas adalah kualitas produk. Diketahui dari nilai koefisien beta yang paling besar yaitu 0,322. Artinya minat nasabah menabung ( $Y$ ) lebih banyak dipengaruhi oleh kualitas produk ( $X_3$ ) dibandingkan dengan variabel lainnya.

Koefisien beta yang dimiliki kualitas produk ( $X_3$ ) bernilai positif, hal ini berarti bahwa semakin baik kualitas produk dari Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri maka semakin meningkatkan minat nasabah menabung.

## 5. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji t dan uji F. Uji t dilakukan untuk membuktikan pengaruh secara parsial variabel independen terhadap variabel dependen. Sedangkan uji F dilakukan untuk membuktikan pengaruh secara serentak atau bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen.

### a. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat hubungan secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen. Dimana jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka dikatakan signifikan, atau dapat dilihat dari nilai  $Sig. < \alpha (0,05)$  maka secara parsial atau sendiri-sendiri variabel independen mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Berdasarkan uji *SPSS Statistics for Windows Versi 16.0* diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji t**

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7.528	3.296		2.284	.025
Promosi	.170	.074	.209	2.281	.025
Motivasi	.245	.074	.279	3.338	.001
Kualitas	.322	.082	.362	3.949	.000

a. Dependent Variable: Minat

*Sumber: Hasil Output SPSS 16.0 diolah, 2019*

Untuk mencari t tabel digunakan cara yaitu  $\alpha/2$  ;  $n - k - 1$ , dimana n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel bebas dan terikat, maka dari cara perhitungan tersebut diperoleh ttabel sebesar 1,989.

Berdasarkan uji T diatas, dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Nilai signifikansi yang dihasilkan untuk variabel  $X_1$  (Promosi) adalah sebesar 0,025, nilai signifikansinya dibawah 0,05. Nilai thitung (untuk  $X_1$ ) sebesar 2,281 sedangkan nilai ttabel sebesar 1,989. Maka dapat diketahui  $thitung(2,281) > ttabel(1,989)$ . Sehingga dapat dikatakan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menabung di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri.
- 2) Nilai signifikansi yang dihasilkan untuk variabel  $X_2$  (Motivasi) adalah sebesar 0,001, nilai signifikansinya dibawah 0,05. Nilai thitung (untuk  $X_2$ ) sebesar (3,338) sedangkan nilai

ttabel sebesar 1,989. Maka dapat diketahui  $t_{hitung}(3,338) > t_{tabel}(1,989)$ . Sehingga dapat dikatakan bahwa motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menabung di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri.

- 3) Nilai signifikansi yang dihasilkan untuk variabel  $X_3$  (Kualitas Produk) adalah sebesar 0,000, nilai signifikansinya dibawah 0,05. Nilai  $t_{hitung}$  (untuk  $X_3$ ) sebesar (3,949) sedangkan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,989. Maka dapat diketahui  $t_{hitung}(3,949) > t_{tabel}(1,989)$ . Sehingga dapat dikatakan bahwa motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menabung di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri.

#### **b. Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)**

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah secara simultan atau secara bersama-sama variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Yaitu menguji pengaruh promosi ( $X_1$ ), motivasi ( $X_2$ ), dan kualitas produk ( $X_3$ ), secara simultan atau bersama-sama terhadap minat nasabah menabung (Y). Dimana jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka dikatakan signifikan, atau dapat dilihat dari nilai  $Sig. < \alpha$  (0,05) maka secara simultan variabel independen dikatakan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Berdasarkan uji F dengan bantuan *software SPSS Statistics for Windows Versi 16.0* didapatkan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji F**

ANOVA <sup>b</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	143.037	3	47.679	17.774	.000 <sup>a</sup>
	Residual	252.157	94	2.683		
	Total	395.194	97			

a. Predictors: (Constant), Kualitas, Motivasi, Promosi

b. Dependent Variable: Minat

*Sumber: Hasil Output SPSS 16.0 diolah, 2019*

Berdasarkan tabel ANOVA diketahui bahwa F hitung sebesar 17,774 dengan Sig. 0,000 dan dari tingkat keabsahan ( $k ; n - k$ ) = (4 ; 98-4) = 94, diperoleh F tabel sebesar 2,70. Dengan demikian dapat diketahui jika F hitung (17,774) > F tabel (2,70) dan Sig. < 5% (0,000 < 0,05) maka  $H_0$  ditolak, artinya adalah semua variabel independen yaitu promosi ( $X_1$ ), motivasi ( $X_2$ ), dan kualitas produk ( $X_3$ ) berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap minat nasabah menabung (Y) pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri.

Hal ini menjadi bukti bahwa promosi ( $X_1$ ), motivasi ( $X_2$ ), dan kualitas produk ( $X_3$ ) secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan dalam meningkatkan minat nasabah menabung (Y) pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri.

## 6. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) memiliki fungsi untuk mengetahui besarnya variasi variabel independen dalam menerangkan variabel dependen atau untuk menjelaskan sejauhmana kemampuan

promosi, motivasi, dan kualitas produk dalam mempengaruhi minat nasabah menabung. Dari hasil pengujian dengan menggunakan bantuan *software SPSS Statistics for Windows Versi 16.0* dapat dilihat nilai koefisien determinasi sebagai berikut:

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.602 <sup>a</sup>	.362	.342	1.638

a. Predictors: (Constant), Kualitas, Motivasi, Promosi

*Sumber: Hasil Output SPSS 16.0 diolah, 2019*

Berdasarkan tabel 4.16 menunjukkan bahwa nilai *R* sebesar 0,602 ini menunjukkan bahwa pengaruh antara promosi ( $X_1$ ), motivasi ( $X_2$ ), dan kualitas produk ( $X_3$ ) terhadap minat nasabah menabung adalah kuat. Nilai *R Square* berkisar antara 0-1, semakin kecil angka *R Square* maka semakin lemah hubungan kedua variabel, dan begitu juga sebaliknya. Nugroho dalam Sujianto menyatakan, untuk regresi linear berganda sebaiknya menggunakan *R Square* yang sudah disesuaikan atau tertulis *Adjusted R Square*, karena disesuaikan dengan jumlah variabel independen yang digunakan.<sup>86</sup>

---

<sup>86</sup>*Ibid.*, hlm. 71

Untuk mengetahui seberapa besar variabel independen terhadap variabel dependen dilihat dari nilai *Adjusted R Square* yaitu sebesar 0,342, artinya kualitas promosi ( $X_1$ ), motivasi ( $X_2$ ), dan kualitas produk ( $X_3$ ) memiliki pengaruh sebesar 34,2% terhadap minat nasabah menabung ( $Y$ ) pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri. Sedang sisanya sebesar 65,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.