BAB IV
HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

1. Profil Objek Penelitian

Nama KBIH	: KBIH Rohmatul Ummat Tulungagung
Pimpinan KBIH	: Drs. H. Muhtarom, M.Ag
Akta Notaris/Badan Hukum	: Surat Keputusan Bersama Ketua PCNU Tulungagung dan Ketua STAI Diponegoro Tulungagung
Ijin Operasi	: Keputusan Dirjen. Penyelenggaran Haji Dan Umroh Kemenag RI Nomor : D / 454 / Tahun 2010 Tanggal : 15 September 2010
Alamat Kesekertariatan KBIH	: Jl. Letjen Suprapto No.97 Tulungagung
No. Telepon / Fax	: (0355) 331696 - 7793123
Jumlah Pembimbing di Indonesia	: 15 orang
Jumlah Pembimbing di Tanah Suci	: 4 orang
Jumlah Pembimbing Mukminin di Tanah Suci	: 5 orang
Biaya bimbingan per Jamaah	: Rp. 2.000.000

2. Struktur Organisasi KBIH Rohmatull Ummat

Tabel 4.1

STAF MANAGEMENT

KBIH ROHMATUL UMAT TULUNGAGUNG

MASA KHIDMAT 2015 – 2019

STATUS/JABATAN	NAMA
Ketua	Drs. H. Muhtarom, M.Ag
Wakil Ketua	Drs. H. Sukarji, M.Pd. I
Wakil Ketua	Gus Samsul Umam
Wakil Ketua	Dra. Hj. Durotul Mahnunin
Sekretaris	Drs. H. Kamari, M.Pd.I
Wakil Sekretaris	Drs. H. Musnaim, M.Ag
Wakil Sekretaris	H. Eko Sigit Purwanto, S.Pd.I, M.Pd.I
Bendahara	H. Moh. Yasin
Wakil Bendahara	H Sugianto
Bidang Humas	Drs. H Fekih Sukaji (Koordinator) DR. H. Abdul Aziz, M.Ag H. Syaikhu H Mursid H R Abdurrosyad H Ahsun Hj. Istiqomah H. Winarso H Joko Setiono H Alfin Abadi H Samsul Huda (Bylg)
Bidang Pembinaan dan Bimbingan Haji	KH Abd Salam (Koordinator) Dr. H. Ahyak, M.Ag Drs.H.Nurcholis, M.Pd.I KH Dimyati Drs. Asrof Syafi'i, M.Ag

	Gus Saiful Anam Hj. Masruroh Muslim Hj. Alik Husna Hj. Khumaiyah Dr. H. Muhammad Teguh M. Syafi' Mukarrom, M.Pd.I Drs. Nurkamim
Bidang Pelayanan Umroh	H. Iklanudin, S.Pd (Koordinator) H Moh. Shoim Al Kasi, M.Pd. H. Khozin, M.Pd.I H. Hariyanto H. Farid Fuadin Hj. Siti Aminah
Bidang Pelayanan Umum	Drs. H. Abd. Rohman (Koordinator) Drs. H. Wiyoto, M.Pd.I H. Imam Junaris, M.H.I H. Achmad Muthohar, M.H.I Dr. H Kasil Rahmat Drs. H. Samsul Huda, M.Ag H Zaini Fasa, M.Pd.I H. Abd Wachid Sahroni, SH Hj. Agustina Hj. Dinda Ana Lustiana Dra. Hj Romlah H Nurkholis Daroini H. Sulistiono H Samsul Huda (Cpdrt)
Bidang Usaha	Hj. Mutiatun Fathoni, S.Pd.I (Koordinator) Hj. Supiyah Yasin Sri Anjarwati Nawawi Hj. Lis Budiyanto Dra. Hj Istiroif, M.Pd.I Hj Hindun Marhamah
Mushriful Haj	KH. Mudjab Mudjib (Koordinator) KH. Abd. Fatah Sufyan KH. Miftah Mahfudz KH. Abdussalam KH.. Imam Nawawi Prof. Dr. H. Achmad Fathoni, M.Ag KH Abd Hakim Musthofa

	H. Efendi AS, SE, MM H. Muhaji, S.Ag H Moh. Yasin Drs. H. Ahmad Budianto, MM Dr. H. Ahyak, M.Ag Dra. Hj. Miftahurrohmah Maksum, M.Ag Hj. Alik Husna Hj. Masruroh Dra. Hj. Durrotul Mahnunin Drs. H . Muhtarom, M.Ag Drs. H. Kamari, M.Pd.I Drs. H. Musnaim, M.Ag H. Achmad Muthohar, M.H.I
Kesekretariatan	H. Eko Sigit Purwanto, S.Pd.I, M.Pd.I Siti Julaikah, S.Pd.I Luqman, S.Pd Ahmad Rifa'I, S.Pd

3. Visi Misi KBIH Rohmatul Ummat Tulungagung

Visi KBIH Rohmatul Ummat adalah "Memberikan pelayanan prima kepada ummat tentang pemahaman terhadap ilmu agama khususnya yang menyangkut manasik haji serta turut membantu memperlancar penyelenggaraan ibadah haji sebagai upaya mencapai Haji Mabrur."[82]

Misi KBIH Rohmatul Ummat adalah :

a. Memberikan bimbingan manasik sesuai dengan ajaran Islam Ahlussunnah Wal Jamaah An Nahdhiyah.
b. Memberikan pelayanan terbaik kepada jamaah haji baik di tanah air maupun di tanah suci.

Tujuan dari KBIH Rohmatul Ummat yang hendak dicapai adalah

a. Memberikan bimbingan kepada calon jamaah haji berupa manasik dasar (manasik utama) sebanyak 16 kali
b. Memberikan bimbingan manasik prima yaitu manasik terjadwal dengan berbagai nara sumber sesuai dengan disiplin keilmuan

[82] Tim Penyusun, Profil kelompok bimbingan ibadah haji Rohmatul Ummat Tulungagung Kabupaten Tulungagung Jawa Timur, (Tulungagung: KBIH Tulungagung, 2014), hal. 4-5

c. Membentuk kelompok yang solid, yaitu kelompok yang komunikatif dan saling membantu dengan penuh persaudaraan.
d. Memfasilitasi kebutuhan calon jamaah haji
e. Mendampingi jamaah haji di tanah suci dalam menjalankan ibadah haji dan umroh.
f. Mendampingi jamaah ketika ibadah dan ziarah di Makkah dan Madinah.
g. Mendampingi jamaah untuk berziarah di tempat - tempat bersejarah sekitar Makkah dan Madinah.[83]

4. Kegiatan dan Layanan KBIH Rohmatul Ummat Tulungagung[84]

a. Kegiatan Pelayanan Bimbingan Haji

Pelayanan yang diberikan KBIH Rohmatul Ummat adalah sebagai berikut:

1) Membantu para jamaah dan menyiapkan proses pendaftaran Ibadah Haji mulai awal hingga selesainya proses dan juga proses mutasi haji dari daerah/ kota lain. (ke Bank dan Kemenag)
2) Melakukan bimbingan Manasik di tanah air dan tanah suci.
3) Bimbingan umrah haji dan umrah sunnah.
4) Bimbingan wuquf di Arafah, mabit di Musdhalifah dan lempar jumroh di Mina.
5) Bimbingan Ziarah di Makkah: Jabal Nur, Jabal Tsur, Jabal Qurban, Jabal Rachmah, Padang Arafah, Masjid Namiroh, Muzdhalifah, Mina, Masjidil Haram, Masjid Aisyah (Tan'im), Masjid Jin, Masjid Kucing, Perkuburan Ma'la.

[83] *Ibid*, hal.6
[84] Diolah dari brosur, tahun 2018

6) Bimbingan Ziarah di Madinah: Masjid Nabawi, Makam Rosululloh SAW, Makam Baqi', Makam Abu Bakar, Umar, Masjid Quba, Jabal Uhud, Masjid Qiblatain, Masjid Sab'ah dll.
7) Bimbingan Tambahan: Umroh Sunnah Miqot Hudaibiyah, Peternakan Onta, Musium Mekkah. Ziarah ke Jeddah Makam Ibu Hawa, Laut Merah, Masjid Qishos, Masjid Apung, Pasar Kornis.

Adapun pelayanan lainnya yang diberikah KBIH Rohmatul Ummat adalah sebagai berikut:

1) Melaksanakan Haji Badal langsung dikerjakan oleh Pembimbing atau Rekanan Rohmatul Ummat.
2) Pelaksanaan Penyembelihan DAM (jama'ah dapat menyaksikan langsung).
3) Bimbingan Manasik Haji secara pribadi atau kolektif di kediaman/ rumah sesuai permintaan dari calon jamaah haji.

b. Kegiatan Pelayanan Bimbingan Umroh

Pelayanan Umroh kita lakukan melalui kerjasama dengan Biro Umroh PT Farfassa Nurul Qolby Lamongan dengan memberikan Pelayanan berupa:

1) Memberikan informasi secara jujur, jelas dan lengkap kepada Calon Jama'ah Umroh yang datang ke kantor KBIH Rohmatul Ummat Tulungagung

2) Membantu proses mendapatkan Pasport kepada Calon jama'ah Umroh KBIH Rohmatul Ummat Tulungagung
3) Mendampingi Calon jama'ah Umroh KBIH Rohmatul Ummat Tulungagung untuk Suntik Vaksin Manginitis
4) Memberikan Bimbingan Manasik Umroh bagi Calon jama'ah Umroh KBIH Rohmatul Ummat Tulungagung sampai Calon jama'ah Umroh memahami tentang pelaksanaan Ibadah Umroh secara benar dan syah menurut ajaran Islam Ahlussunnah Wal Jamaah.
5) Menghantarkan dan mendampingi Calon jama'ah Umroh mulai dari Tanah Air sampai di Tanah Suci Makkah Madinah.

B. Krakteristik Responden

Sebelum dilakukan analisis, terlebih dahulu akan dijelaskan mengenai data-data 76 responden yang digunakan sebagai sampel yang diambil responden nasabah tabungan haji yang menjadi jamaah KBIH Rohmatul Ummat Tulungagung sebagai berikut :

1. Jenis Kelamin Responden

Adapun data mengenai jenis kelamin responden jamaah tabungan haji KBIH Rohmatul Ummat Tulungagung adalah sebagai berikut:

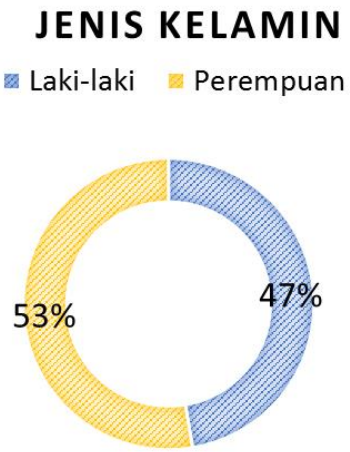
Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Laki Laki	36	47 %
2.	Perempuan	40	53%
TOTAL		**76**	**100 %**

Sumber Tabel Identitas Responden

Persentase frekuensi jenis kelamin ini juga dijelaskan dalam bentuk diagram agar pembaca bisa lebih mudah memahami dan lebih jelas terkait jumlah responden berdasarkan jenis kelamin.

Gambar 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



Berdasarkan table 4.2 diatas dapat disimpulkan bahwa responden dengan jenis kelamin laki laki berjumlah 36 responden atau setara dengan 47 %, sedangkan jumlah responden perempuan berjumlah 40 responden atau setara dengan 53%.

2. Usia Responden

Adapun data mengenai usia responden jamaah tabungan haji KBIH Rohmatul Ummat Tulungagung adalah sebagai berikut:

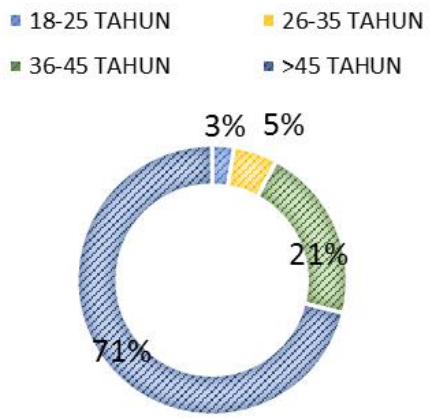
Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia Responden	Jumlah	Persentase
1.	18 – 25 Tahun	2	3 %
2.	26 – 35 Tahun	4	5 %
3.	36 – 45 Tahun	16	21 %
4.	> 45 Tahun	54	71 %
TOTAL		**76**	**100 %**

Sumber Tabel Identitas Responden

Persentase frekuensi usia responden ini juga dijelaskan dalam bentuk diagram agar pembaca bisa lebih mudah memahami dan lebih jelas terkait jumlah responden berdasarkan usia.

Gambar 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia



Berdasarkan table 4.3 diatas dapat disimpulkan bahwa responden dengan usia 18-25 tahun berjumlah 2 responden atau setara

dengan 3%, responden dengan usia 26-35 tahun berjumlah 4 responden atau setara dengan 5%, responden dengan usia 36-45 tahun berjumlah 16 responden atau setara dengan 21%, sedangkan jumlah responden dengan usia >45tahun berjumlah 54 responden atau setara dengan 71%,

3. Pekerjaan Responden

Adapun data mengenai pekerjaan responden jamaah tabungan haji KBIH Rohmatul Ummat Tulungagung adalah sebagai berikut:

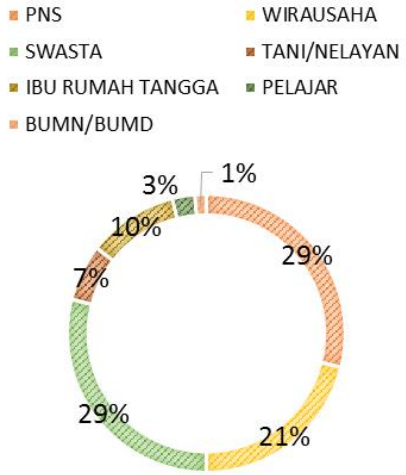
Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan Responden	Jumlah	Persentase
1.	PNS	22	29 %
2.	Wirausaha	16	21 %
3.	Karyawan Swasta	22	29%
4.	Tani/Nelayan	5	7 %
5.	Ibu Rumah Tangga	8	10 %
6.	Pelajar	2	3 %
7.	BUMN/BUMD	1	1%
TOTAL		**76**	**100 %**

Sumber Tabel Identitas Responden

Persentase frekuensi pekerjaan responden ini juga dijelaskan dalam bentuk diagram agar pembaca bisa lebih mudah memahami dan lebih jelas terkait jumlah responden berdasarkan pekerjaan.

Gambar 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan



Berdasarkan table 4.4 diatas dapat disimpulkan bahwa responden dengan pekerjaan PNS berjumlah 22 responden atau setara dengan 29%, responden dengan pekerjaan Wirausaha atau dagang berjumlah 16 responden atau setara dengan 21 %, responden dengan pekerjaan Karyawan Swasta berjumlah 22 responden atau setara dengan 29%, responden dengan pekerjaan Tani/Nelayan berjumlah 5 responden atau setara dengan 7 %, %, responden dengan pekerjaan sebagai Ibu Rumah Tangga berjumlah 8 responden atau setara dengan 10 %, responden dengan berstatus Pelajar berjumlah 2 responden atau setara dengan 3 %, dan responden yang bekerja pada BUMN/BUMD sebanyak 1 respondenatau setara dengan 1%.

4. Pendidikan Responden

Adapun data mengenai pendidikan terakhir responden jamaah tabungan haji KBIH Rohmatul Ummat Tulungagung adalah sebagai berikut:

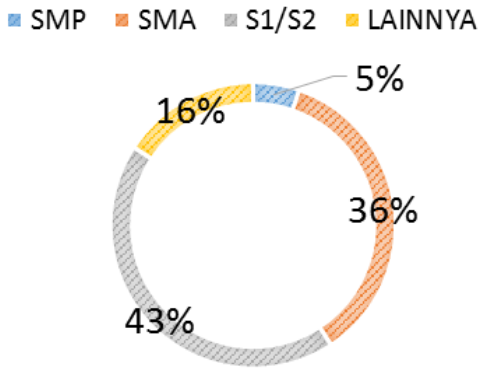
Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Pendidikan Responden	Jumlah	Persentase
1.	SMP	4	5 %
2.	SMA	27	36 %
3.	S1/S2	33	43 %
4.	Lainnya	12	16 %
	TOTAL	**76**	**100 %**

Sumber : Tabel Identitas Responden

Persentase frekuensi pekerjaan responden ini juga dijelaskan dalam bentuk diagram agar pembaca bisa lebih mudah memahami dan lebih jelas terkait jumlah responden berdasarkan pendidikan.

Gambar 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan



Berdasarkan table 4.5 diatas dapat disimpulkan bahwa responden dengan pendidikan terakhir SMP berjumlah 4 responden

atau setara dengan 5 %, responden dengan pendidikan terakhir SMA berjumlah 27 responden atau setara dengan 36 %, responden dengan pendidikan terakhir S1/S2 berjumlah 33 responden atau setara dengan 43 % dan 12 responden lainnya atau setara dengan 16 % berpendidikan selain yang disebutkan.

5. Bank Yang Digunakan

Adapun data mengenai bank yang dipilih responden jamaah tabungan haji KBIH Rohmatul Ummat Tulungagung adalah sebagai berikut:

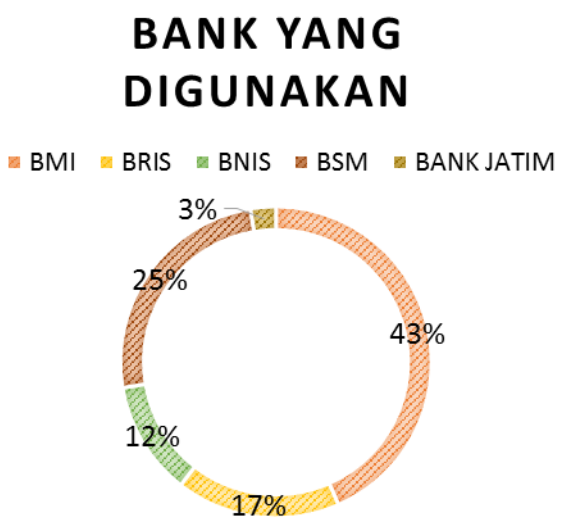
Tabel 4.6
Karakteristik Responden Berdasarkan Bank yang digunakan

No	Bank yang digunakan Responden	Jumlah	Persentase
1.	Bank Muamalat Indonesia (BMI)	33	43 %
2.	Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRIS)	13	17 %
3.	Bank Negara Indonesia Syariah (BNIS)	9	12 %
4.	Bank Syariah Mandiri (BSM)	19	25 %
5.	Bank Jatim	2	3 %
TOTAL		**76**	**100 %**

Sumber :Tabel Identitas Responden

Persentase frekuensi pekerjaan responden ini juga dijelaskan dalam bentuk diagram agar pembaca bias lebih mudah memahami dan lebih jelas terkait jumlah responden berdasarkan bank yang digunakan.

Gambar 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan
Bank yang digunakan



Berdasarkan table 4.6 diatas dapat disimpulkan bahwa responden yang menggunakan Bank Muamalat Indonesia (BMI) berjumlah 33 responden atau setara dengan 43%, responden yang menggunakan Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRIS) berjumlah 13 responden atau setara dengan 17%, responden yang menggunakan Bank Negara Indonesia Suyariah (BNIS) berjumlah 9 responden atau setara dengan 12%, responden yang menggunakan Bank Syariah Mandiri (BSM) berjumlah 19 responden atau setara dengan 25%, dan responden yang menggunakan Bank JATIM berjumlah 2 responden atau setara dengan 3%

6. Jangka Waktu Menjadi Nasabah

Adapun data mengenai jangka waktu responden menggunakan bank jamaah tabungan haji KBIH Rohmatul Ummat Tulungagung adalah sebagai berikut:

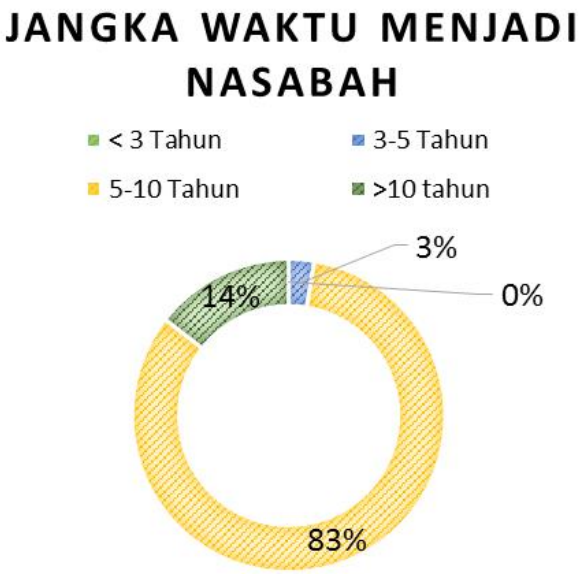
Tabel 4.7
Karakteristik Responden Berdasarkan
Jangka Waktu Menjadi Nasabah

No	Jangka Waktu Menjadi Nasabah	Jumlah	Persentase
1.	< 3 Tahun	0	0 %
2.	3-5 Tahun	2	3 %
3.	5-10 Tahun	63	83 %
4.	>10 tahun	11	14 %
TOTAL		**76**	**100 %**

Sumber Tabel Identitas Responden

Persentase frekuensi jangka waktu responden menjadi nasabah dijelaskan dalam bentuk diagram agar pembaca bias lebih mudah memahami dan lebih jelas terkait jumlah responden berdasarkan bank yang digunakan.

Gambar 4.6
Karakteristik Responden Berdasarkan
angka Waktu Menjadi Nasabah



Berdasarkan table 4.7 diatas dapat disimpulkan bahwa tidak ada responden yang menggunkan bank produk tabungan haji < 3 tahun, sedangkan responden yang menggunkan bank produk tabungan haji antara 3 sampai 5 tahun berjumlah 2 responden atau setara dengan 3%, responden yang menggunkan bank produk tabungan haji antara 5 sampai 10 tahun berjumlah 63 responden atau setara dengan 83%, responden yang telah menggunkan bank produk tabungan haji lebih dari 10 tahun berjumlah 11 responden atau setara dengan 14%

C. Deskriptif Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini variabel yang digunakan terdiri dari promosi, kepercayaan, *brand awareness,* dan kelompok acuan sebagai variabel *independent* dan Keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan haji sebagai variabel *dependent*. Dari lima variabel tersebut disusunlah angket penelitian dan disebarkan kepada responden yang terdiri dari 25 pertanyaan yang dibagi menjadi 5 kategori yaitu:

1. Pernyataan 1 – 5 digunakan untuk mengetahui pengaruh promosi (X1)
2. Pernyataan 6 – 10 digunakan untuk mengetahui kepercayaan (X2)
3. Pernyataan 11 – 15 digunakan untuk mengetahui *Brand Awareness* (X3)
4. Pernyataan 16 – 20 digunakan untuk mengetahui Kelompok Acuan (X4)
5. Pernyataan 21 – 25 digunakan untuk mengetahui pengaruh kepusan nasabah menabung. (Y)

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui gambaran tanggapan dari seluruh responden sebagaimana dipaparkan sebagai berikut ini:

1. Promosi (X1)

Tabel 4.8

Frekuensi Jawaban Angket Variabel Promosi (X1)

ITEM	SKOR JAWABAN									
	SS		S		RR		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X1.1	12	16%	44	58%	19	25 %	1	1%	0	0%
X1.2	2	3 %	57	75%	17	22%	0	0%	0	0%
X1.3	10	13%	50	66%	16	21%	0	0%	0	0%
X1.4	14	18%	25	32%	37	49%	0	0%	0	0%
X1.5	13	17%	49	65%	14	18%	0	0%	0	0%

Sumber: data angket diolah 2019.

Dari tabel diatas diketahui 76 responden, jumlah responden berdasarkan nomor item X1.1 total responden memilih SS (sangat setuju) sebesar 12 responden, total responden memilih S (setuju) 44 responden, total responden yang memilih RR (Ragu-Ragu) sebanyak 4 responden, total responden yang memilih TS (tidak setuju) sebanyak 1 responden. Nomor item X1.2 total responden yang memilih SS (sangat setuju) sebesar 2 responden, total responden memilih S (setuju) sebesar 57 responden, totat responden yang memilih RR (Ragu-Ragu) sebesar 17 responden. Nomor item X1.3 total responden yang memilih SS (sangat setuju) sebesar 10 responden, total responden yang memilih S (setuju) sebesar 50 responden, total responden yang memilih RR (Ragu-Ragu) 16 responden. Nomor item X1.4 total responden yang memilih SS (sangat setuju) sebsar 14 responden,

total responden yang memilih S (setuju) sebesar 25 responden, total responden yang memilih RR (Ragu-Ragu) sebesar 37 responden. Nomor item X1.5 total responden yang memilih SS (sangat setuju) 13 responden, total responden yang memilih S (setuju) 49 responden, total responden yang memilih RR (Ragu-Ragu) 14 responden.

2. Kepercayaan (X2)

Tabel 4.9

Frekuensi Jawaban Angket Variabel Kepercayaan (X2)

ITEM	SKOR JAWABAN									
	SS		S		RR		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X2.1	7	9%	62	82%	7	9%	0	0%	0	0%
X2.2	11	14%	56	74%	9	12%	0	0%	0	0%
X2.3	11	14%	49	65%	16	21%	0	0%	0	0%
X2.4	9	12%	52	68%	15	20%	0	0%	0	0%
X2.5	23	30%	39	51%	14	19%	0	0%	0	0%

Sumber: data angket diolah 2019.

Dari tabel diatas diketahui 76 responden, jumlah responden berdasarkan nomor item X2.1 total responden memilih SS (sangat setuju) sebesar 7 responden, total responden memilih S (setuju) 62 responden, total responden yang memilih RR (Ragu-Ragu) sebanyak 7 responden. Nomor item X2.2 total responden yang memilih SS (sangat setuju) sebesar 11 responden, total responden memilih S (setuju) sebesar 56 responden, totat responden yang memilih RR (Ragu-Ragu) sebesar 9 responden. Nomor item X2.3 total responden yang memilih SS (sangat setuju) sebesar 11 responden, total responden yang memilih S (setuju) sebesar 49 responden,

total responden yang memilih RR (Ragu-Ragu) 16 responden. Nomor item X2.4 total responden yang memilih SS (sangat setuju) sebsar 9 responden, total responden yang memilih S (setuju) sebesar 52 responden, total responden yang memilih RR (Ragu-Ragu) sebesar 15 responden. Nomor item X2.5 total responden yang memilih SS (sangat setuju) 23 responden, total responden yang memilih S (setuju) 39 responden, total responden yang memilih RR (Ragu-Ragu) 14 responden.

3. *Brand Awareness* (X3)

Tabel 4.10

Frekuensi Jawaban Angket Variabel *Brand Awareness* (X3)

ITEM	SKOR JAWABAN									
	SS		S		RR		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X3.1	12	16%	51	67%	13	17%	0	0%	0	0%
X3.2	8	10%	50	66%	18	24%	0	0%	0	0%
X3.3	17	22%	41	54%	16	21%	2	3%	0	0%
X3.4	21	28%	38	50%	17	22%	0	0%	0	0%
X3.5	11	15%	59	77%	6	8%	0	0%	0	0%

Sumber: data angket diolah 2019.

Dari tabel diatas diketahui 76 responden, jumlah responden berdasarkan nomor item X3.1 total responden memilih SS (sangat setuju) sebesar 12 responden, total responden memilih S (setuju) 51 responden, total responden yang memilih RR (Ragu-Ragu) sebanyak 13 responden. Nomor item X3.2 total responden yang memilih SS (sangat setuju) sebesar 8 responden, total responden memilih S (setuju) sebesar 50 responden, totat responden yang memilih RR (Ragu-Ragu) sebesar 18 responden. Nomor

item X3.3 total responden yang memilih SS (sangat setuju) sebesar 17 responden, total responden yang memilih S (setuju) sebesar 41 responden, total responden yang memilih RR (Ragu-Ragu) 16 responden, total respond yang memilih TS (Tidak Setuju) 2 responden. Nomor item X3.4 total responden yang memilih SS (sangat setuju) sebesar 21 responden, total responden yang memilih S (setuju) sebesar 38 responden, total responden yang memilih RR (Ragu-Ragu) sebesar 17 responden. Nomor item X3.5 total responden yang memilih SS (sangat setuju) 23 responden, total responden yang memilih S (setuju) 39 responden, total responden yang memilih RR (Ragu-Ragu) 14 responden.

4. Kelompok Acuan (X4)

Tabel 4.11

Frekuensi Jawaban Angket Variabel Kelompok Acuan(X4)

ITEM	SKOR JAWABAN									
	SS		S		RR		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X4.1	15	20%	42	55%	17	22%	2	3%	0	0%
X4.2	11	15%	55	72%	10	13%	0	0%	0	0%
X4.3	20	26%	47	62%	9	12%	0	0%	0	0%
X4.4	18	24%	52	68%	6	8%	0	0%	0	0%
X4.5	17	22,5%	42	55%	17	22,5%	0	0%	0	0%

Sumber: data angket diolah 2019.

Dari tabel diatas diketahui 76 responden, jumlah responden berdasarkan nomor item X4.1 total responden memilih SS (sangat setuju) sebesar 15 responden, total responden memilih S (setuju) 42 responden, total responden yang memilih RR (Ragu-Ragu) sebanyak 17 responden,

total responden yang memilih TS (Tidak Setuju) sebanyak 2 responden. Nomor item X4.2 total responden yang memilih SS (sangat setuju) sebesar 11 responden, total responden memilih S (setuju) sebesar 55 responden, totat responden yang memilih RR (Ragu-Ragu) sebesar 10 responden. Nomor item X4.3 total responden yang memilih SS (sangat setuju) sebesar 20 responden, total responden yang memilih S (setuju) sebesar 47 responden, total responden yang memilih RR (Ragu-Ragu) 9 responden. Nomor item X4.4 total responden yang memilih SS (sangat setuju) sebesar 18 responden, total responden yang memilih S (setuju) sebesar 52 responden, total responden yang memilih RR (Ragu-Ragu) sebesar 6 responden. Nomor item X4.5 total responden yang memilih SS (sangat setuju) 17 responden, total responden yang memilih S (setuju) 42 responden, total responden yang memilih RR (Ragu-Ragu) 17 responden.

5. Keputusan Nasabah (Y)

Tabel 4.12

Frekuensi Jawaban Angket Variabel Keputusan Nasabah (Y)

ITEM	SKOR JAWABAN									
	SS		S		RR		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X4.1	15	20%	45	59%	`16	21%	0	0%	0	0%
X4.2	21	28%	41	54%	14	18%	0	0%	0	0%
X4.3	11	14,5%	49	64,5%	16	21%	0	0%	0	0%
X4.4	8	11%	58	76%	10	13%	0	0%	0	0%
X4.5	17	23%	58	76%	1	1%	0	0%	0	0%

Sumber: data angket diolah 2019.

Dari tabel diatas diketahui 76 responden, jumlah responden berdasarkan nomor item Y.1 total responden memilih SS (sangat setuju) sebesar 15 responden, total responden memilih S (setuju) 45 responden, total responden yang memilih RR (Ragu-Ragu) sebanyak 16 responden, Nomor item Y.2 total responden yang memilih SS (sangat setuju) sebesar 21 responden, total responden memilih S (setuju) sebesar 41 responden, totat responden yang memilih RR (Ragu-Ragu) sebesar 14 responden. Nomor item Y.3 total responden yang memilih SS (sangat setuju) sebesar 11 responden, total responden yang memilih S (setuju) sebesar 49 responden, total responden yang memilih RR (Ragu-Ragu) 16 responden. Nomor item Y.4 total responden yang memilih SS (sangat setuju) sebesar 8 responden, total responden yang memilih S (setuju) sebesar 58 responden, total responden yang memilih RR (Ragu-Ragu) sebesar 10 responden. Nomor item Y.5 total responden yang memilih SS (sangat setuju) 17 responden, total responden yang memilih S (setuju) 58 responden, total responden yang memilih RR (Ragu-Ragu) 1 responden.

D. Analisis Data

Penelitian ini didasarkan pada data angket yang disebarkan kepada para jamaah manasik haji 2019 KBIH Rohmatul Ummat Tulungagung sebagai responden sehingga dapat dilakukan analisis atas data yang diperoleh, yaitu meliputi analisis variabel-variabel independen berupa promosi, kepercayaan, *brand awareness* dan kelompok acuan terhadap variabel dependen berupa keputusan nasabah dalam memilih bank produk

tabungan haji. Perhitungan variabel - variabelnya dilakukan dengan menggunakan komputer melalui program SPSS 23.0. Berikut ini deskripsi statistik berdasarkan data yang telah diolah dengan menggunakan SPSS 23.0

1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas yaitu analisis untuk mengukur valid atau tidaknya butir-butir angket menggunakan metode *Pearson Product Moment Corellation*. Berikut hasil dari pengujian validitas dapat dilihat tebel dibawah ini:

Tabel 4.13 Uji Validitas Promosi (X1)

Nomor Item	*Corrected Item Total Correlation*	Keterangan
X1.1	0,351	Valid
X1.2	0,381	Valid
X1.3	0,316	Valid
X1.4	0,523	Valid
X1.5	0,367	Valid

Sumber: Data Hasil SPSS 23.0.

Berdasarkan tabel diatas, seluruh pernyataan item dari Promosi (X1) dinyatakan valid karena nilai *Corrected Item Total Correlation* lebih besar di bandingkan dengan *rtabel* pada signifikasi 10% senilai 0,2938.

Tabel 4.14 Uji Validitas Kepercayaan (X2)

Nomor Item	*Corrected Item Total Correlation*	Keterangan
X2.1	0,323	Valid
X2.2	0,365	Valid
X2.3	0,363	Valid
X2.4	0,316	Valid
X2.5	0,378	Valid

Sumber: Data Hasil SPSS 23.0

Berdasarkan tabel diatas, seluruh pernyataan item dari Kepercayaan (X2) dinyatakan valid karena nilai *Corrected Item Total Correlation* lebih besar di bandingkan dengan *rtabel* pada signifikasi 10% senilai 0,2938.

Tabel 4.15 Uji Validitas *Brand Awareness* (X3)

Nomor Item	*Corrected Item Total Correlation*	Keterangan
X3.1	0,335	Valid
X3.2	0,404	Valid
X3.3	0,412	Valid
X3.4	0,416	Valid
X3.5	0,402	Valid

Sumber: Data Hasil SPSS 23.0.

Berdasarkan tabel diatas, seluruh pernyataan item dari *Brandawareness* (X3) dinyatakan valid karena nilai *Corrected Item Total Correlation* lebih besar di bandingkan dengan *rtabel* pada signifikasi 10% senilai 0,2938.

4.16 Uji Validitas Kelompok Acuan (X4)

Nomor Item	*Corrected Item Total Correlation*	Keterangan
X4.1	0,483	Valid
X4.2	0,371	Valid
X4.3	0,395	Valid
X4.4	0,468	Valid
X4.5	0,656	Valid

Sumber: Data Hasil SPSS 23.0.

Berdasarkan tabel diatas, seluruh pernyataan item dari Kelompok Acuan (X4) dinyatakan valid karena nilai *Corrected Item Total Correlation* lebih besar di bandingkan dengan *rtabel* pada signifikasi 10% senilai 0,2938.

4.17 Uji Validitas Keputusan Nasabah (Y)

Nomor Item	*Corrected Item Total Correlation*	Keterangan
Y1	0,347	Valid
Y2	0,465	Valid
Y3	0,758	Valid
Y4	0,389	Valid
Y5	0,631	Valid

**Sumber: Data Hasil SPSS 23.0*

Berdasarkan tabel diatas, seluruh pernyataan item dari Keputusan nasabah (Y) dinyatakan valid karena nilai *Corrected Item Total Correlation* lebih besar di bandingkan dengan rtabel pada signifikasi 10% senilai 0,2938.

Kuesioner dikatakan valid jika nilai *Corrected Item Total Correlation* > r tabel.[85] Dalam penelitian ini berarti semua item dalam instrumen memenuhi persyaratan validitas atau shahih secara statistik serta dapat mengukur dengan tepat.

b. Uji Reliabilitas

Reabilitas instrumen digunakan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan skala *Alpha Cronbach's* 0 sampai dengan 1.

Tabel 4.18 Uji Realibilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Promosi	0,754	Reliabel
Kepercayaan	0,795	Reliabel
Brand Awareness	0,765	Reliabel
Kelompok Acuan	0,701	Reliabel
Keputusan Nasabah	0,698	Reliabel

Sumber: Data SPSS 23.0

Berdasarkan tabel diatas, masing-masing variabel memiliki nilai *Cronbach Alpha lebih dari 0,60* ($\alpha > 0,60$), sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel X1, X2, X3, X4 dan Y adalah reliabel.

[85] Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik*, (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2009), hlm. 105

2. Uji Normalitas Data

Pada uji normalitas data ini menggunakan pendekatan Kolmogorov-Smirnov yang dipadukan yang dipadukan dengan kurva *Normal Q-Q Plost.* Oleh karena itu untuk mengetahui uji normalitas data dapat dilihat tabel dibawah ini :

Tabel 4.19 Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		76
Normal Parameters[a]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.35325311
Most Extreme Differences	Absolute	.116
	Positive	.116
	Negative	-.074
Kolmogorov-Smirnov Z		1.007
Asymp. Sig. (2-tailed)		.262

a. Test distribution is Normal.

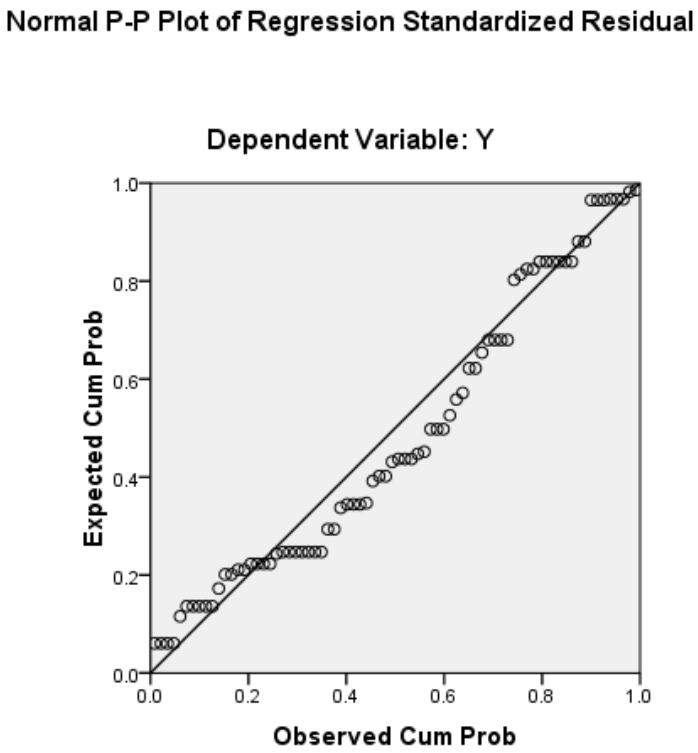
Sumber: Data angket diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.14 output spss dengan menggunakan metode *Kolmogorov Smirnov* dapat diketahui bahwa data tersebut berdistribusi normal, hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi *(Asymp. Sig. 2-tailed)* sebesar 0,262 dibandingkan dengan 0,1 (taraf signifikan 10%)

a. Nilai Sig. atau signifikansi atau nilai probabilitas < 0.1 distribusi data adalah tidak normal
b. Nilai Sig. atau signifikansi atau nilai probabilitas > 0.1 distribusi data adalah normal

Dengan demikian dari tabel 4.14 nilai Sig. sebesar 0,262 > 0,1 maka data dikatakan berdistribusi nornal

Gambar 4.7 Uji Normalitas Data



Dari hasil uji normalitas data menggunakan kurva P-P Plot, pada normalitas data dengan P-P Plot (gambar 4.7) menunjukkan bahwa gambar tersebut berdistribusi dengan titik-titik data yang menyebar disekitar garis diagonal dan titik-titik data menyebar searah mengikuti garis diagonal. Sehingga data pada semua variabel dinyatakan normal.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk mendeteksi adanya multikolinearitas, dikatakan adanya multikolinearitas jika nilai Variance Inflation Factor (VIF) tidak < 10, maka model terbebas dari multikolinearitas.

Tabel 4.20 Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Promosi	.618	1.618
Kepercayaan	.865	1.156
Brand Awareness	.743	1.345
Kelompok Acuan	.545	1.834

a. Dependen Variabel : Keputusan Nasabah

Berdasarkan tabel diatas, dapat kita interpretasikan dalam analisis statistik sebagai berikut:

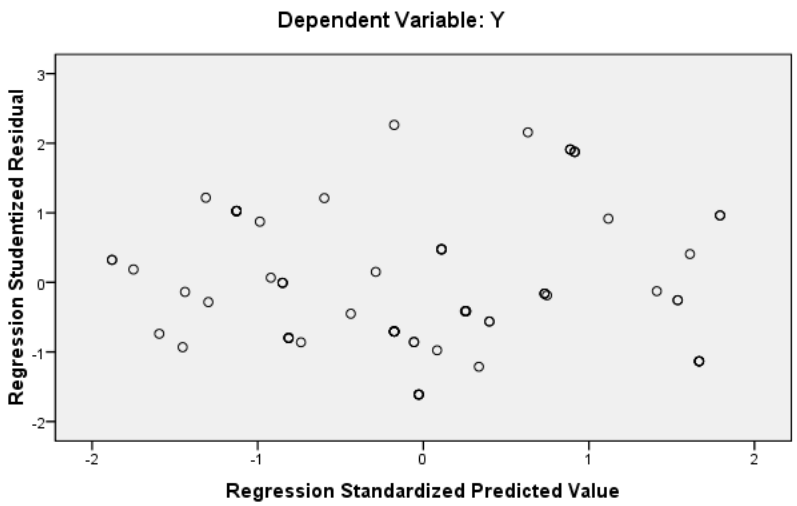
1) Nilai tolerance variabel Promosi (X1) yakni 0,618 lebih besar dari 0,10. Sementara VIF varibel Promosi 1,618 lebih kecil dari 10. Sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi gejala multikolinearitas.

2) Nilai tolerance variabel Kepercayaan (X2) yakni 0,865 lebih besar dari 0,10. Sementara VIF varibel Kepercayaan 1,156 lebih kecil dari 10. Sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi gejala multikolinearitas.
3) Nilai tolerance variabel *Brand Awareness* (X3) yakni 0,743 lebih besar dari 0,10. Sementara VIF varibel *Brand Awareness* 1,345 lebih kecil dari 10. Sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi gejala multikolinearitas
4) Nilai tolerance variabel Kelompok Acuan (X3) yakni 0.545 lebih besar dari 0,10. Sementara VIF varibel Kelompok Acuan 1.834 lebih kecil dari 10. Sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi gejala multikolinearitas.

b. Uji Heteroskesdasitas

Untuk mendeteksi ada tidaknya heterokedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar scatterplot seperti berikut ini.

Gambar 4.8
Uji Heterosksdasitas



Sumber: data angket di olah menggunakan SPSS 23.0

Berdasarkan hasil scatterplot diatas terlihat bahwa:

a) Titik-titik tidak hanya menyebar diatas bawah atau sekitar angka 0.
b) Titik-titik tidak hanya mengumpul diatas atau dibawah saja.
c) Penyebaran titik-titik tidak membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
d) Penyebaran titik-titik tidak berpola.

Maka dapat disimpulkan hasil dari uji heteroskesdasitas bahwa tidak terjadi heteroskesdasitas pada model regresi, sehingga model regresi ini layak untuk dipakai

4. Regresi Linear Berganda

Analisis regersi linear berganda digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas

terhadap variabel terikat. Perhitungan statistik dalam menganalisis berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan bantuan program komputer SPSS 23.

Tabel 4.21
Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-.763	2.729		-.279	.781
X1	.299	.151	.193	2.889	.007
X2	.358	.123	.258	2.910	.005
X3	.365	.114	.233	2.995	.005
X4	.435	.106	.457	4.092	.000

a. Dependent Variable: keputusan_nasabah

**Sumber hasil pengolahan data SPSS 23.0.*

Dari tabel diatas dapat diperoleh regresi sebagai berikut:

$$Y = -0,763 + 0,299X1 + 0,358X2 + 0,365X3 + 0,435X4 + 0,1$$

a. Nilai konstanta -0.763 menyatakan bahwa jika tidak ada ketiga variabel independen atau kegitanya dalam keadaan konstanta (nol) maka keputusan nasabah memilih bank produk tabungan haji nilainya negativ sebesar 0.763 satuan. Karena nilai konstanta bernilai negativ artinya keputusan nasabah menabung akan mengalami penurunan apabila promosi, kepercayaan, *brand awareness* dan kelompok acuan adalah nol atau tidak ada.

b. Koefisien regresi X1 (Promosi) sebesar 0,299 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satuan pada variabel promosi, akan meningkatkan nilai keputusan nasabah memilih bank produk tabungan

haji pada bank syariah sebesar 0,299 satu satuan. Artinya semakin meningkat promosi yang dilakukan oleh bank syariah kepada para nasabah produk tabungan haji seperti melakukan periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan pemasaran langsung, maka keputusan nasabah produk tabungan haji juga akan mengalami peningkatan.

c. Koefisien regresi X2 (Kepercayaan) sebesar 0,359 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satuan pada variabel kepercayaan, akan meningkatkan nilai keputusan nasabah memilih bank produk tabungan haji pada bank syariah sebesar 0,358 satu satuan. Artinya semakin meningkat kepercayaan nasabah terhadap produk tabungan haji pada bank syariah meliputi kemampuan *(ability),* kebaikan hati *(benevolence),* dan integritas *(integrity)* yang dirasakan nasabah, maka keputusan nasabah produk tabungan haji juga akan mengalami peningkatan.

d. Koefisien regresi X3 (*Brand Awareness*) sebesar 0,114 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satuan pada variabel *brand awareness*, akan meningkatkan nilai keputusan nasabah memilih bank produk tabungan haji pada bank syariah sebesar 0,114 satu satuan. Artinya semakin meningkat *brand awareness* nasabah terhadap produk tabungan haji pada bank syariah meliputi *Top of Mind* (Puncak pikir), *Brand Recall* (Pengenalan Kembali merk), *Brand Recognition* (Pengenalan Merk), dan *Unaware of Brand* (Tidak menyadari Merk),

maka keputusan nasabah produk tabungan haji juga akan mengalami peningkatan.

e. Koefisien regresi X4 (Kelompok Acuan) sebesar 0,435 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satuan pada variabel kelompok acuan, akan meningkatkan nilai keputusan nasabah memilih bank produk tabungan haji pada bank syariah sebesar 0,435 satu satuan. Artinya semakin meningkat pengaruh kelompok acuan kepada nasabah terhadap produk tabungan haji pada bank syariah meliputi pengetahuan kelompok, kredibilitas kelompok, pengalaman kelompok, keaktifan kelompok dan daya tarik kelompok., maka keputusan nasabah produk tabungan haji juga akan mengalami peningkatan..

f. Tanda (+) dan (-) dari nilai koefisien regresi bukanlah menyatakan tanda aljabar, melainkan menyatakan arah hubungan atau lebih tegasnya menyatakan pengaruh variabel independen X terhadap variabel dependen Y. Tanda (+) menandakan pengaruh yang searah, sedangkan tanda (-) menunjukkan pengaruh yang berbanding terbalik antara variabel independen X dengan variabel dependen Y

Dari hasil regresi diatas menunjukkan bahwa variabel kelompok acuan (X4) memiliki pengaruh lebih besar terhadap keputusan nasabah memilih bank produk tabungan haji (Y) dibandingkan dengan promosi (X1), kepercayaan (X2) dan *brand awareness* (X3). Hal ini dapat dilihat dari tabel regresi diatas melalui nilai koefisien beta kelompok acuan (X4) sebesar 0,435 yang lebih besar dari nilai koefisien beta dari

promosi (X1) 0,299, koefisien beta dari kepercayaan (X2) 0,358 dan koefisien nilai beta *brand awareness* (X3) 0,365.

5. Uji Hipotesis

a. Uji Hipotesis secara parsial (Uji t)

Tabel 4.22
Uji t
Coefficientsa

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-.763	2.729		-.279	.781
X1	.299	.151	.193	2.889	.007
X2	.358	.123	.258	2.910	.005
X3	.365	.114	.233	2.995	.005
X4	.435	.106	.457	4.092	.000

a. Dependent Variable: keputusann_nasabah
Sumber hasil pengolahan data SPSS 23.

Diketahui bahwa t_{tabel} untuk df = 76 – 2 = 74 dengan signifikansi 10% adalah 1,66571. Untuk mengetahui hipotesa apakah hipotesa yang diajukan adalah signifikan atau tidak, maka perlu membandingkan antara t-hitung dengan t-tabel. Dimana jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka maka hipotesa 1 dapat diterima, dan sebaliknya jika t hitung < t-tabel maka hipotesa 1 tidak dapat diterima.

1) Hipotesis 1 yang berbunyi: promosi berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan haji pada bank syariah.

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} 2,889 > t_{tabel} 1,66571. Artinya promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan haji pada bank syariah atau dengan kata lain tolak H0 dan terima H1.

2) Hipotesis 2 yang berbunyi: kepercayaan berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan haji pada bank syariah.

   Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} 2,910 > t_{tabel} 1,66571. Artinya kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan haji pada bank syariah atau dengan kata lain tolak H0 dan terima H1.

3) Hipotesis 3 yang berbunyi: *brand awarenes* berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan haji pada bank syariah.

   Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} 2.995 > t_{tabel} 1,66571. Artinya promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan haji pada bank syariah atau dengan kata lain tolak H0 dan terima H1.

4) Hipotesis 4 yang berbunyi: kelompok acuan berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan haji pada bank syariah.

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} 4,092 > t_{tabel} 1,66571. Artinya promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan haji pada bank syariah atau dengan kata lain tolak H0 dan terima H1.

b. Uji Hipotesis secara simultan (Uji F)

Tabel 4.23
Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	146.692	4	36.673	18.958	,000[b]
	Residual	137.347	71	1.934		
	Total	284.039	75			

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah
b. Predictors: (Constant), kelompok acuan, *brand awareness,* kepercayaan, promosi
Sumber data angkat diolah 2019, dengan spss 23

Pada tingkat signifikansi α = 10%. Adapun prosedurnya sebagai berikut:

H_0 : artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

H_1 : artinya terapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Dalam tabel 4.19 diatas diperoleh f_{hitung} sebesar 18.958 dan f_{tabel} sebesar 2,03, maka dapat disimpulkan $f_{hitung} > f_{tabel}$ 18,958 > 2,03, dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 dibandingkan dengan taraf signifikan (α = 10%) 0,1 maka nilai pada tabel 4.19 diperoleh nilai sig. sebesar 0,000 dibandingkan dengan taraf signifikansi (α = 10%) 0,1 maka sig < α = 0,000 < 0,1.

Karena $f_{hitung} > f_{tabel}$ dan nilai sig < α maka disimpulkan untuk menolak H_0 dan terima H_a, yang berarti variabel promosi, kepercayaan, *brand awareness* dan kelompok acuan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan nasabah memilih produk tabungan haji di bank syariah.

6. Koefisien Determinasi

Tabel 4.24 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,791[a]	,516	,489	1.391

a. Predictors: (Constant), kelompok_acuan, *brand_awareness*, kepercayaan, promosi
b. Dependent Variable: keputusan_nasabah

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 23.

Model Summary pada tabel 4.20 diatas adalah:

a. Angka R Square menunjukkan korelasi atau hubungan antara variabel independen (promosi, kepercayaan, *brand awareness* dan kelompok acuan) terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan haji pada bank syariah

b. Angka R Square atau koefisien determinasi adalah 0,516

   Nilai R Square pada model ini adalah 0,516, hal ini berarti 51,6% variabel keputusan nasabah bisa dijelaskan variabel promosi, kepercayaan, *brand awareness* dan kelompok acuan, sedangakan sisanya (100 – 51,6 = 48, 4 %) dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain.

c. Std. Error estimate sebesar 1,391, semakin kecil Std Error of the Estimate akan membuat regresi semakin tepat dalam memprediksi variabel dependen.