BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Profil Objek Penelitian

1. Sejarah Bank Syariah Mandiri

Krisis multi-dimensi yang melanda Indonesia pada tahun 1997-1998 membawa hikmah terseindiri bagi tonggak searah Sistem Perbankan Syariah di Indonesia. Disaat bank-bank konvensional terkena imbas dari krisis ekonomi, saat itulah berkembang pemikiran mengenai suatu konsep yang dapat menyelamatkan perekonomian dar ancaman krisis berkepanangan.

Di sisi lain, untuk menyelamatkan perekonomian secaraglobal, pemerintah mengambil inisiatif untuk melakukanpenggabungan (merger) 4 (empat) Bank milik pemerintah, yaitu Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim dan Bapindo, menjadi satu, satu Bank yang kokoh dengan nama PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. pada tanggal 31 Juli 1999. Kebijakanpenggabungan tersebut juga menetapkan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk sebagai pemilik mayoritas PT Bank Susila Bakti (BSB). PT BSB merupakan salah satu Bank konvensional yang dimiliki oleh Yayasan Kesejahteraan Pegawai (YKP) PT Bank Dagang Negara dan PT Mahkota Prestasi. Untuk keluar dari krisis ekonomi, PT BSB juga melakukan upaya merger dengan beberapa Bank lain serta mengundang investor asing.

Sebagai tindak lanjut dari pemikiran Pengembangan Sistem Ekonomi Syariah, pemerintah memberlakukan UU No.10 tahun 1998 yang memberi peluang bagi Bank Umum untuk melayani transaksi syariah (dual banking system). Sebagai respon, PT Bank Mandiri (P[illegible] melakukan konsolidasi serta membentuk Tim Pengembangan Perbankan Syariah, yang bertujuan untuk mengembangkan Layanan Perbankan Syariah di kelompok perusahaan PT Bank Mandiri (Persero)

Tbk. Tim Pengembangan Perbankan Syariah memandang bahwa pemberlakuan UU tersebut merupakan momentum yang tepat untuk melakukan konversi PT Bank Susila Bakti dari Bank Konvensional menjadi Bank Syariah. Oleh karenanya, Tim Pengembangan Perbankan Syariah segera mempersiapkan sistem dan infrastrukturnya, sehingga kegiatan usaha BSB bertransformasi dari Bank Konvensional menjadi Bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan nama PT Bank Syariah Mandiri sebagaimana tercantum dalam Akta Notaris: Sutjipto, SH, No. 23 tanggal 8 September 1999.

Perubahan kegiatan usaha BSB menjadi bank umum syariah dikukuhkan oleh Gubernur Bank Indonesia melalui SK Gubernur BI No. 1/24/ KEP.BI/1999, 25 Oktober 1999. Selanjutnya, melalui Surat Keputusan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/ 1999, BI menyetujui perubahan nama menjadi PT Bank Syariah Mandiri (BSM). Menyusul pengukuhan dan pengakuan legal tersebut, PT Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sebagai bank syariah sejak Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999.

PT Bank Syariah Mandiri hadir dan tampil dengan harmonisasi idealisme usaha dengan nilai-nilai spiritual. Bank Syariah Mandiri tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan keduanya, yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmonisasi idealisme usaha dan nilai-nilai spiritual inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri dalam kiprahnya di perbankan Indonesia. Bank Syariah Mandiri kini memiliki 669 outlet terdiri dari 125 kantor cabang, 406 kantor cabang pembantu, 38 kantor kas, 15 konter layanan syariah, dan 85 payment point, Bank Syariah Mandiri Net banking serta fasilitas ATM yang terkoneksi dengan bank induk.

2. Visi dan Misi

a. Visi

Bank Syariah Terdepan dan Modern (*The Leading & Modern Sharia Bank*)

1) Untuk nasabah : Bank Syariah Mandiri merupakan bank pilihan yang memberikan manfaat, menentramkan dan memakmurkan.
2) Untuk pegawai : Bank Syariah Mandiri merupakan bank yang menyediakan kesempatan untuk beramanah sekaligus berkarir profesional.
3) Untuk investor : institusi keuangan syariah terpercaya yang terus memberikan value berkesinambungan.

b. Misi

1) Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas ratarata industri yang berkesinambungan.
2) Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah.
3) Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel.
4) Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal.
5) Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.
6) Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.

3. Produk Bank Syariah Mandiri

a. Produk Pendaan :

1) Tabungan BSM,
2) BSM Tabungan Berencana,
3) Tabungan Mabrur,
4) Tabungan Kurban,

5) Tabungan Pensiun,

6) BSM Deposito,

7) BSM Giro Valas, Dll.

b. Produk pembiayaan :

1) BSM pembiayaan mudharabah,

2) BMS pembiayaan musyarakah,

3) BSM pembiayaan talangan haji,

4) BSM pembiayaan Istishna,

5) BSM pembiayaan murabahah

c. Produk layanan :

1) BSM card,

2) BSM ATM,

3) BSM call 14040,

4) BSM mobile banking, dll

4. Data Kelembagaan

Pengelola pendanaan dan pembiayaan dikelola secara profesional dengan menerapkan manajemen yang tercatat, terbaca, tertib, dan dapat dipertanggungjawabkan. Dalam aspek pengelolaan ini dapat terlihat jelas dari struktur organisasi, pembagian tugas dan wewenang.

Nama Lengkap : Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Tulungagung

Alamat : Jalan Panglima Sudirman No. 51 Tulungagung

Telepon : 0355-334455

Data Legal :

a. No. Akte Pendirian : No. 28

b. Pengesahan : Notaris

c. Tanggal : 25 Juni 2009

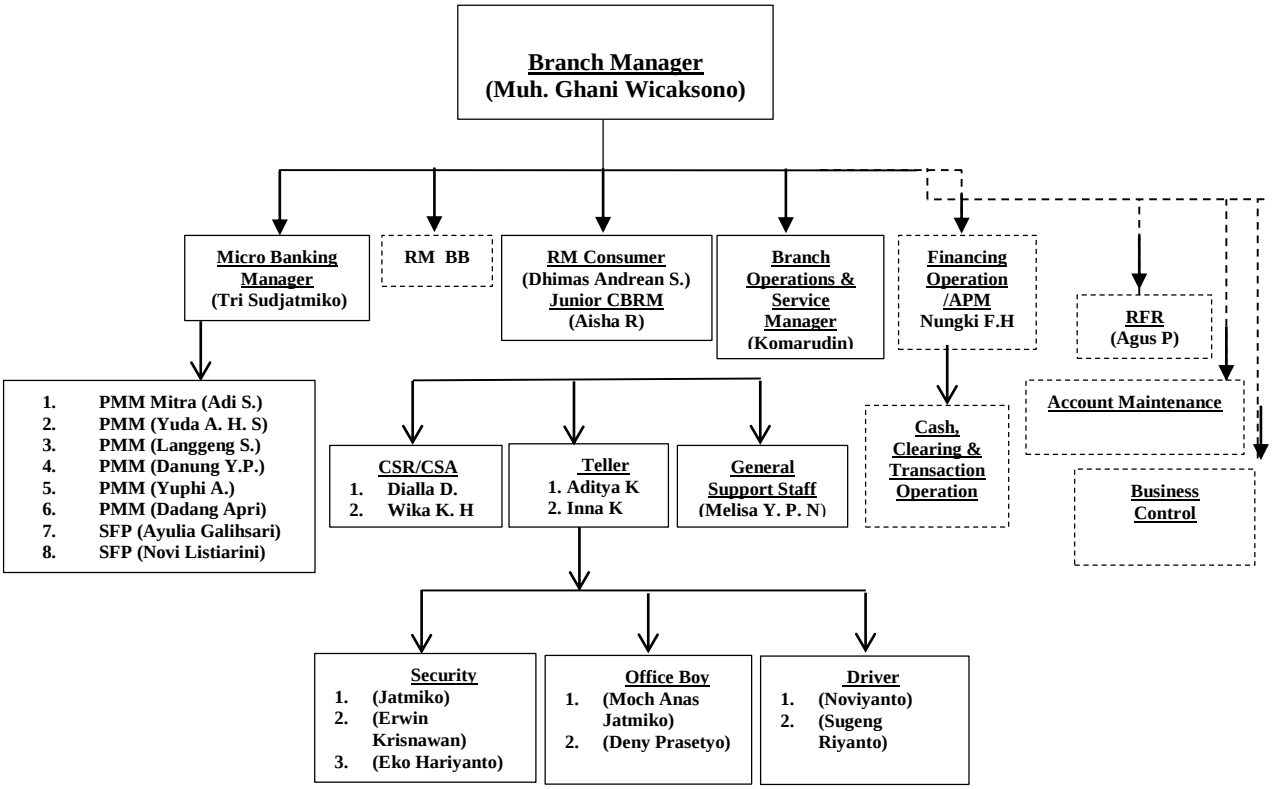
d. NPWP : 01.309.883.5-629.001

e. T.D.P : 13.32.1.65.00066

5. Bidang Kepengurusan

Gambar 4.1

Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri Tulunggagung



B. Profil Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah anggota (nasabah) produk tabungan haji di Bank Syariah Mandiri Tulungagung. Adapun jumlah sampel yang ditentukan sebagai sampel adalah sebanyak 99 anggota (nasabah) dengan teknik *purposive sampling.* Dimana peneliti menentukan pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian.

C. Deskripsi Responden

Sebelum dilakukan analisis, terlebih dahulu peneliti menjelaskan mengenai data-data responden yang digunakan sebagai populasi yang diambil dari nasabah tabungan haji di Bank Syariah Mandiri Tulungagung.

1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin responden dari anggota (nasabah) produk tabungan haji di Ban Syariah Mandiri Tulungagung adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Nasabah

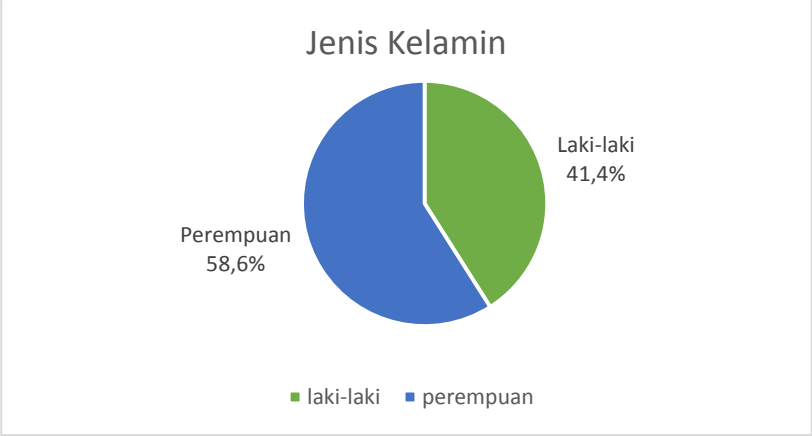
No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	41	41,4%
2	Perempuan	58	58,6%
	Total	**99**	**100%**

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 4.2

Diagram Lingkaran Jenis Kelamin



Berdasarkan pada tabel 4.1 diatas dapat disimpulkan bahwa responden perempuan memiliki jumlah terbesar yaitu sebesar 58 responden (58,6%). Sedangkan jumlah terkecil diduduki oleh responden perempuan sebesar 41 responden (41,4%).

2. Karakteristik Berdasarkan Pendapatan

Adapun data mengenai pendapatan responden dari anggota (nasabah) produk tabungan haji di Bank Syariah Mandiri Tulungagung adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2
Pendapatan Responden

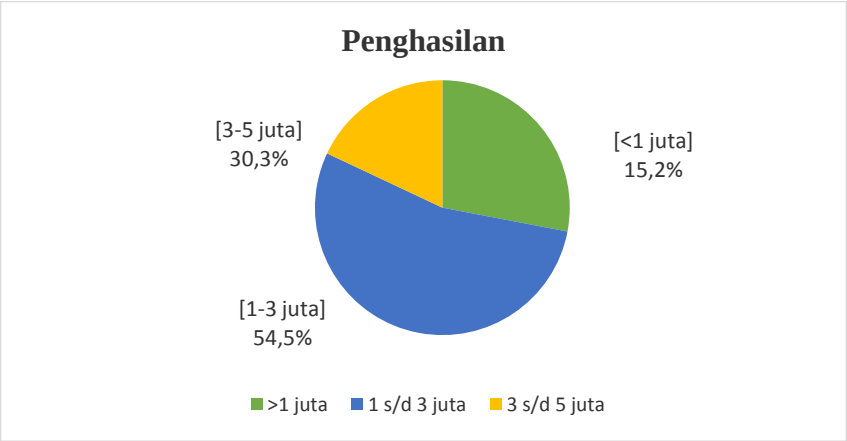
No	Pendapatan Responden	Jumlah	Persentase
1	< 1 juta	15	15,2%
2	1 s/d 3 juta	54	54,5%
3	3 s/d 5 juta	30	30,3%
	Total	**99**	**100%**

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 4.3

Diagram Lingkaran Penghasilan



Berdasarkan tabel 4.2 diatas dapat disimpulkan bahwa responden yang pendapatannya sebesar 1-3 juta memiliki jumlah terbanyak yaitu sebesar 54 anggota (nasabah) atau 54,5%. Sedangkan urutan ke dua yaitu jumlah pendapatan 3-5 juta memiliki jumah (nasabah) sebesar 30 anggota (nasabah) atau 30,3%. Kemudian jumlah terkecil diduduki oleh responden berpenghasilan <1 juta yakni sebesar 15 anggota (nasabah) atau 15,2%.

3. Karakteristik Berdasarkan Usia

Adapun data mengenai usia responden dari anggota (nasabah) produk tabungan haji di Bank Syariah Mandiri Tulungagung adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3
Usia Responden

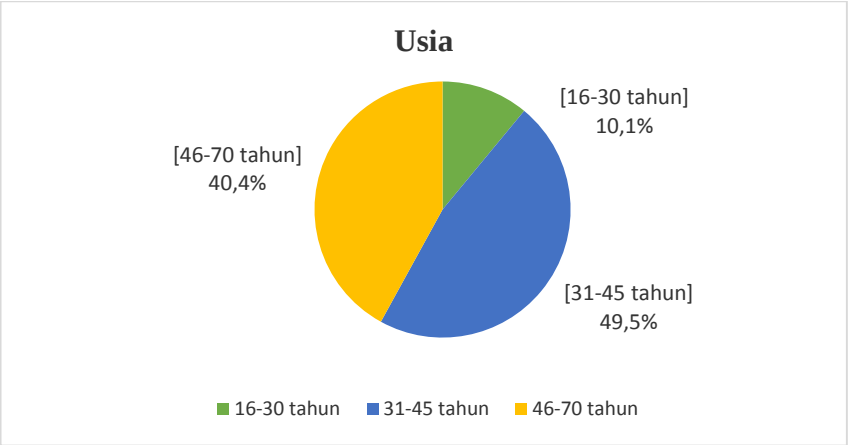
No	Usia Responden	Jumlah	Persentase
1	16-30 tahun	10	10,1%
2	31-45 tahun	49	49,5%
3	46-70 tahun	40	40,4%
	Total	**100**	**100%**

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 4.4

Diagram Lingkaran Usia Responden



Berdasarkan pada tabel 4.3 diatas dapat diketahui bahwa usia responden atau anggota (nasabah) produk tabungan mudharabah BMT Pahlawan Tulungagung yang diambil sebagai populasi menunjukan sebagian besar responden berusia 16-30 tahun yaitu sebanyak 10 anggota atau 10,1%, responden berusia 31-45 tahun sbanyak 49 anggota atau 49,5%, dan responden berusia 40-70 tahun sebanyak 40 anggota atau 40,4%. Hal ini menunjukan bahwa sebagian besar anggota (nasabah) produk tabungan haji di Bank Syariah Mandiri Tulungagung berusia 31-45 tahun.

4. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

Adapun data mengenai pekerjaan responden dari anggota (nasabah) produk tabungan haji di Bank Syariah Mandiri Tulungagung adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4
Pekerjaan Responden

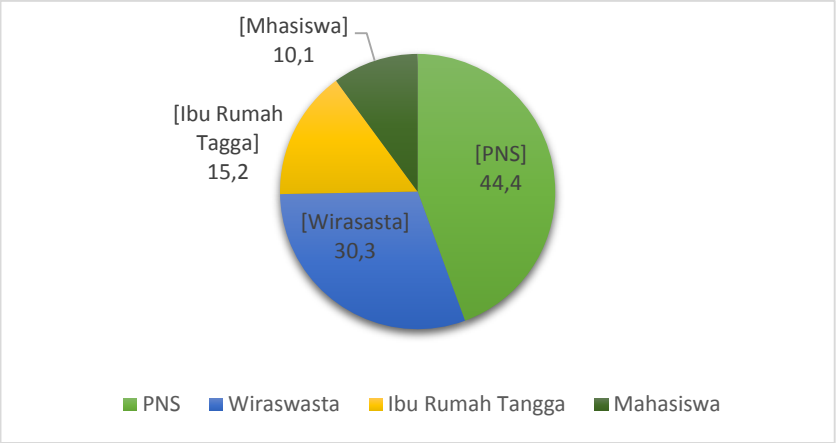
No	Pekerjaan Responden	Jumlah	Persentase
1	PNS	44	44,4%
2	Wiraswasta	30	30,3%
3	Ibu Rumah Tangga	15	15,2%
4	Mahasiswa/pelajar	10	10,1%
	Total	**99**	**100%**

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 4.5

Diagram Lingkaran Pekerjaan



Berdasarkan tabel 4.4 diatas dapat disimpulkan bahwa responden yang pekerjaannya PNS menempati urutan pertama dengan jumlah nasabaha 44 nasabah atau 44,4%. Wiraswasta memiliki jumlah nasabah sebesar 30 anggota atau 30,3%. Responden dengan pekerjaan IRT berada diurutan kedua yaitu sebesar 15 anggota (nasabah) atau 15,2%. Kemudian jumlah terkecil diduduki oleh responden mahasiswa/pelajar yakni sebesar 10 anggota (nasabah) atau 10,1%.

D. Hasil Analisis Data

Setelah melakukan penelitian di lapangan dan data-data yang diperlukan dari berbagai sumber telah terkumpul, pada bab ini akan dianalisis sesuai dengan hipotesis yang telah dikemukakan pada bab terdahulu. Data hasil penelitian ini diperoleh dari hasil penyebaran angket kepada responden yang merupakan nasabah Bank Syariah Mandiri Tulungagung yang berjumlah 99 responden sesuai jumlah sampel. Data yang telah diperoleh dianalisis melalui variabel-variabel independen berupa faktor sosial,

faktor budaya, faktor pribadi dan faktor psikologis terhadap variabel dependen keputusan nasabah. Perhitungan variabel-variabel tersebut dilakukan menggunakan program SPSS 16. Berikut deskripsi statistik berdasarkan data yang telah diolah dengan SPSS 16.

1. Deskripsi Variabel Penelitian

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

a. 6 soal digunakan untuk mengetahui tentang pengaruh faktor sosial (X1)

b. 6 soal digunakan untuk mengetahui tentang pengaruh faktor budaya (X2)

c. 6 soal digunakan untuk mengetahui tentang pengaruh faktor pribadi (X3)

d. 6 soal digunakan untuk mengetahui tentang pengaruh faktor psikologis (X4)

Hasil jawaban dari responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.5
Pengaruh Faktor Sosial (X1)

Item	Skor Jawaban					Presentase (%)
	SS	S	R	TS	STS	
1	6	50	30	11	2	
2	12	59	22	5	1	
3	19	62	15	3	0	
4	16	45	32	4	2	
5	18	62	18	1	0	
6	29	58	10	1	1	
Total F	100	336	127	25	6	594
Total %	17%	56%	22%	4%	1%	100%

Sumber: Data angket yang telah diolah, 2019

Tabel 4.6
Pengaruh Faktor Budaya (X2)

Item	Skor Jawaban					Presentase (%)
	SS	S	R	TS	STS	
1	6	49	29	12	3	
2	12	60	21	5	1	
3	17	63	16	2	1	
4	17	44	32	5	1	
5	18	60	20	1	0	
6	28	58	10	2	1	

Total F	98	334	128	27	7	594
Total %	16%	56%	21%	5%	1%	100%

Sumber: Data angket yang telah diolah, 2019

Tabel 4.7
Pengaruh Faktor Pribadi (X3)

Item	Skor Jawaban					Presentase (%)
	SS	S	R	TS	STS	
1	8	51	27	11	2	
2	13	60	23	2	1	
3	16	64	16	3	0	
4	17	45	33	4	0	
5	17	61	21	0	0	
6	28	57	12	1	1	
Total F	99	338	132	21	4	594
Total %	17%	56%	22%	4%	1%	100%

Sumber: Data angket yang telah diolah, 2019

Tabel 4.8
Pengaruh Faktor Psikologis (X4)

Item	Skor Jawaban					Presentase (%)
	SS	S	R	TS	STS	
1	6	48	30	13	2	
2	15	56	21	6	1	
3	17	65	15	2	0	
4	17	47	31	4	0	
5	17	59	20	3	0	
6	29	56	12	1	1	
Total F	101	331	129	29	4	594
Total %	16%	54%	25%	4%	1%	100%

Sumber: Data angket yang telah diolah, 2019

2. Uji Validitas dan Realiabilitas

a. Uji Validitas

Nilai-nilai validitas masing-masing butir pertanyaan atau pertanyaan dapat dilihat pada nilai *Corrected Item-Total Correlation* masing-masing butir pertanyaan seperti penjelasan dari Nugroho dengan membandingkan dengan nilai rtabel pada signifikasi 10%. Dengan jumlah N=99 maka nilai *Corrected Item-Total Correlation* dibandingkan dengan rtabel 0,1975. Kuesioner

dikatakan valid jika nilai *Corrected Item-Total Correlation* > r tabel.[1] Berdasarkan jendela *Item-TotalStatistic* nilai *Corrected Item-Total Correlation* masing-masing butir pertanyaan adalah:

Tabel 4.9

Uji Validitas Instrumen Faktor Sosial (X1)

Item-Total Statistics

Nomor Item	Correted Item-Total Correction	Keterangan
Q1	,670	Valid
Q2	,676	Valid
Q3	,488	Valid
Q4	,502	Valid
Q5	,542	Valid
Q6	,389	Valid

Tabel 4.10

Uji Validitas Instrumen Faktor Budaya (X2)

Item- Total Statistics

Nomor Item	Correted Item-Total Correction	Keterangan
Q7	,655	Valid
Q8	,608	Valid
Q9	,612	Valid
Q10	,622	Valid
Q11	,624	Valid
Q12	,440	Valid

Tabel 4.11

Uji Validitas Instrumen Faktor Pribadi (X3)

Item- Total Statistics

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

Nomor Item	Correted Item-Total Correction	Keterangan
Q13	,638	Valid
Q14	,611	Valid
Q15	,495	Valid
Q16	,562	Valid
Q17	,618	Valid
Q18	,385	Valid

Tabel 4.12

Uji Validitas Instrumen Faktor Psikologis (X4)

Item- Total Statistics

Nomor Item	Correted Item-Total Correction	Keterangan
Q19	,670	Valid
Q20	,662	Valid
Q21	,461	Valid
Q22	,505	Valid
Q23	,610	Valid
Q24	,402	Valid

Berdasarkan tabel-tabel diatas item pertanyaan atau pernyataan dari variabel X1 (faktor sosial), X2 (faktor budaya), X3 (faktor pribadi), X4 (faktor psikologis), Y (keputusan nasabah) adalah valid. Hal tersebut dikarenakan nilai *Corrected Item-Total Correlation* positif dan lebih besar dibanding 0,195 sehingga dapat dikatakan bahwa *construct* diatas merupakan *construct* yang kuat.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas instrumen adalah hasil pengukuran yang dapat dipercaya. Reliabilitas instrumen diperlukan untuk mendapatkan data sesuai tujuan pengukuran dengan menggunaka metode *Alpha Cronbach's.* Seperti yang dikemukakan oleh Nugroho dan Suyuti bahwa kuesioner dinyatakan reliabel

jika mempunyai nilai *Alpha Cronbach's* > 0,06.[2] Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel-tabel dibawah ini:

Tabel 4.13
Uji Realiabilitas Instrumen Faktor Sosial (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.628	6

Tabel 4.14
Uji Realiabilitas Instrumen Faktor Budaya (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.629	6

Tabel 4.15
Uji Realiabilitas Instrumen Faktor Pribadi (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.640	6

Tabel 4.16
Uji Realiabilitas Instrumen Faktor Psikologis (X4)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.752	6

[2] Ibid, hlm 97

Berdasarkan tabel diatas, nilai *Cronbach'a Alpha* untuk variabel X1 (Faktor Sosial) sebesar 0,628 , variabel X2 (Faktor Budaya) sebesar 0,629, variabel X3 (Faktor Pribadi) sebesar 0,640 dan variabel X4 (Faktor Psikologis) sebesar 0,752. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach'a Alpha* dari masing-masing variabel lebih dari 0,60 (α > 0,60) atau Nilai *alpha cronbach* 0,61 s.d. 0,80, berarti *reliable,* dan masing-masing variabel bernilai *alpha cronbach* 0,61 s.d. 0,80. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X1, X2, X3 dan X4 reliabel.

3. Uji Normalitas Data

Uji Normalitas dilakukan untuk mengetahui normal tidaknya variabel-variabel penelitian. Jika Probabilitas atau *Asymp. Sig.* (2 tailed) lebih besar dari *level of sicnificant* (α) maka data distribusi normal. Jika nilai Sig. Atau nilai probabilitas > 0,05 distribusi adalah normal. Pada Uji Normalitas data ini menggunka pendekatan *Kolmogorov-Smirnov*.

Berikut adalah hasil dari pengujian data dengan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov*:

Tabel 4.17

Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

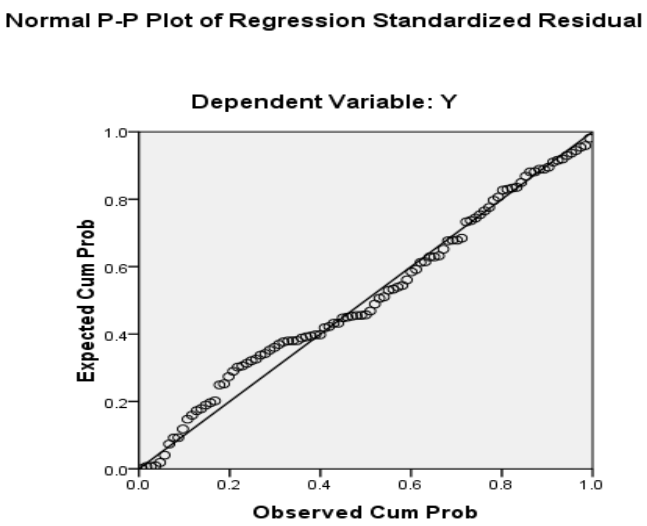
		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters[a]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.39073618
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.049
	Negative	-.086
Kolmogorov-Smirnov Z		.856
Asymp. Sig. (2-tailed)		.456

a. Test distribution is Normal.

Tabel 4.17 menunjukkan Hasil Uji Normalitas dengan menggunakan tabel *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* diperoleh angka probabilitas atau *Asymp. Sig*. (2-tailed). Nilai ini dibandingkan dengan taraf signifikansi $\alpha = 5\ \%$ (0,01), dan menunjukkan hasil sebagai berikut :

Karena nilai sig. (0,456) lebih besar dari 0,05 maka data dikatakan berdistribusi normal. Jadi dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen berdistribusi secara normal sehingga dipakai dalam pengujian statistik parametrik.

Gambar 4.6
Uji Normalitas Data



Dari hasil uji normalitas data menggunakan kurva P-P Plot, pada normalitas data dengan Normal P-P Plot (gambar 4.5) menunjukkan bahwa gambat tersebut berdistribusi dengan titik-titik data yang menyebar searah mengikuti garis diagonal. Sehingga data pda semua variabel dinyatakan normal.

4. Metode Analisis Faktor

a. *Keiser-Meyer-Olkin (KMO) Imeasure of Sampling Adequecy dan Berlett of sphericity*

KMO) *Measure of sampling Adequecy* dan *Barlett's test of sphericity* dapat diberguna teknik analisis faktor ini atau tidak, Langkah yang dilakukan setelah variabel yang akan dimasukkan dalam analisis diperoleh, yaitu pengujian kecukupan sampel melalui indeks *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO) *Measure of sampling Adequecy* dan *Barlett's test of sphericity.* Indeks ini digunakan untuk meneliti ketepatan penggunaan analisis faktor. Apabila nilai KMO antara 0,50 sampai 1 dan signifikan *barlett's tets of sphericity* ini kurang level signifikan (α) yang digunakan dapat diartikan bahwa analisis faktor tepat digunakan.

TAHAP 1

Tabel 4.18

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.791
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1.094E3
	df	253
	Sig.	.000

Tabel 4.20 menunjukkan Hasil output pada *KMO and Barlett's Tets dan Measure of sampling Adequacy.* Yang terdapat pada tabel di atas besarnya adalah 1.094E3 dengan signifikasi 0,000. Nilai KMO sebesar 0,791 diatas 0,5. Sehingga dapat disimpulkan bahwa analisis faktor tepat digunakan untuk menyederhanakan kumpulan variabel tersebut. Dengan demikian variabel-variabel dalam penelitian ini dapat diproses lebih lanjut.

‘

b. Anti Image Matrik

Tabel 4.19
Anti Image

VARIABEL	KMO MSA	Keterangan
P1	0,772	Valid
P2	0,793	Valid
P3	0,849	Valid
P4	0,876	Valid
P5	0,854	Valid
P6	0,616	Valid
P7	0,466	Tidak valid
P8	0,650	Valid
P9	0,693	Valid
P10	0,769	Valid
P11	0,809	Valid
P12	0,759	Valid
P13	0,818	Valid
P14	0,697	Valid
P15	0,747	Valid
P16	0,699	Valid
P17	0,822	Valid
P18	0,726	Valid
P19	0,699	Valid
P20	0,853	Valid
P21	0,762	Valid
P22	0,830	Valid
P23	0,805	Valid
P24	0,800	Valid

Karena nilai MSA (lihat anti-image corelation yang berpangkat a) > 0,50 maka masih layak untuk dianalisis. Ada item P7 mempunyai nilai MSA < 0,50 maka iten dihilangkan dan di uji ulang dengan tabel berikutnya yaitu:

Tabel 4. 20

Anti Image

VARIABEL	KMO MSA	Keterangan
P1	0,772	Valid
P2	0,793	Valid

P3	0,849	Valid
P4	0,876	Valid
P5	0,854	Valid
P6	0,616	Valid
P8	0,650	Valid
P9	0,693	Valid
P10	0,769	Valid
P11	0,809	Valid
P12	0,759	Valid
P13	0,818	Valid
P14	0,697	Valid
P15	0,747	Valid
P16	0,699	Valid
P17	0,822	Valid
P18	0,726	Valid
P19	0,699	Valid
P20	0,853	Valid
P21	0,762	Valid
P22	0,830	Valid
P23	0,805	Valid
P24	0,800	Valid

Karena nilai MSA (lihat anti-image corelation yang berpangkat a) > 0,50 maka semua item dapat dianalisis lebih lanjut.

TAHAP II

Tabel 4.21

Communalities

No		Initial	Extraction
1	BUDAYA	1.000	.733
2	BUDAYA	1.000	.733
3	BUDAYA	1.000	.827
4	BUDAYA	1.000	.727
5	BUDAYA	1.000	.733
6	BUDAYA	1.000	.490
7	SOSIAL	1.000	.630
8	SOSIAL	1.000	.740
9	SOSIAL	1.000	.674
10	SOSIAL	1.000	.642
11	SOSIAL	1.000	.612
12	PRIBADI	1.000	.619
13	PRIBADI	1.000	.491
14	PRIBADI	1.000	.517
15	PRIBADI	1.000	.590
16	PRIBADI	1.000	.569
17	PRIBADI	1.000	.405
18	PSIKOLOGIS	1.000	.698
19	PSIKOLOGIS	1.000	.532
20	PSIKOLOGIS	1.000	.493
21	PSIKOLOGIS	1.000	.802
22	PSIKOLOGIS	1.000	.749
23	PSIKOLOGIS	1.000	.684

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Hasil ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan variabel dengan faktor yang terbentuk. Diurutkan dari nilai ekstraktion terbesar terlebih dahulu.

1. Pada variabel Budaya ditemukan nilai communalitiesnya 0,827, ini berarti sekitar 82,7% varians dari tabel ke-3 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.

2. Pada variabel Psikologis ditemukan nilai communalitiesnya 0,802, ini berarti sekitar 802% varians dari tabel ke-21 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.
3. Pada variabel Psikologis ditemukan nilai communalitiesnya 0,749, ini berarti sekitar 74,9% varians dari tabel ke-22 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.
4. Pada variabel Sosial ditemukan nilai communalitiesnya 0,740, ini berarti sekitar 74% varians dari tabel ke-8 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.
5. Pada variabel Sosial ditemukan nilai communalitiesnya 0,740, ini berarti sekitar 74% varians dari tabel ke-8 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.
6. Pada variabel Sosial ditemukan nilai communalitiesnya 0,733, ini berarti sekitar 73,3% varians dari tabel ke-1 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.
7. Pada variabel Budaya ditemukan nilai communalitiesnya 0,733, ini berarti sekitar 73,3% varians dari tabel ke-2 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.
8. Pada variabel Budaya ditemukan nilai communalitiesnya 0,733, ini berarti sekitar 73,3% varians dari tabel ke-5 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.
9. Pada variabel Budaya ditemukan nilai communalitiesnya 0,727, ini berarti sekitar 72,7% varians dari tabel ke-4 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.
10. Pada variabel Psikologis ditemukan nilai communalitiesnya 0,698, ini berarti sekitar 69,8% varians dari tabel ke-18 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.
11. Pada variabel Psikologis ditemukan nilai communalitiesnya 0,684, ini berarti sekitar 68,4% varians dari tabel ke-23 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.

12. Pada variabel Sosial ditemukan nilai communalitiesnya 0,674, ini berarti sekitar 67,4% varians dari tabel ke-9 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.
13. Pada variabel Sosial ditemukan nilai communalitiesnya 0,630, ini berarti sekitar 63% varians dari tabel ke-7 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.
14. Pada variabel Sosial ditemukan nilai communalitiesnya 0,642, ini berarti sekitar 64,2% varians dari tabel ke-10 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.
15. Pada variabel Sosial ditemukan nilai communalitiesnya 0,612, ini berarti sekitar 62,1% varians dari tabel ke-11 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.
16. Pada variabel Pribadi ditemukan nilai communalitiesnya 0,590, ini berarti sekitar 59% varians dari tabel ke-15 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.
17. Pada variabel Pribadi ditemukan nilai communalitiesnya 0,569, ini berarti sekitar 56,9% varians dari tabel ke-16 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.
18. Pada variabel Psikologis ditemukan nilai communalitiesnya 0,532, ini berarti sekitar 53,2% varians dari tabel ke-19 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.
19. Pada variabel Pribadi ditemukan nilai communalitiesnya 0,517, ini berarti sekitar 51,7% varians dari tabel ke-14 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.
20. Pada variabel Psikologis ditemukan nilai communalitiesnya 0,493, ini berarti sekitar 49,3% varians dari tabel ke-20 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.
21. Pada variabel Sosial ditemukan nilai communalitiesnya 0,491, ini berarti sekitar 49,1% varians dari tabel ke-13 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.
22. Pada variabel Budaya ditemukan nilai communalitiesnya 0,490, ini berarti sekitar 49% varians dari tabel ke-6 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.

23. Pada variabel Pribadi ditemukan nilai communalitiesnya 0,405, ini berarti sekitar 40,5% varians dari tabel ke-17 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.

Semua variabel mempunyai nilai Extraction >0,50 jadi dapat digunakan untuk menjelaskan faktor. Tabel Communalities ini menunjukkan nilai variabel yang diteliti apakah mampu untuk menjelaskan faktor atau tidak. Variabel dianggap mampu menjelaskan faktor jika nilai extraction >0,50. Berdasarkan output diatas. Diketahui nilai extration untuk semua variabel adalah lebih besar dari 0.50. dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua variabel dapat dipakai untuk menjelaskan faktor.

Tabel *communalities* pada dasarnya adalah jumlah varian (bisa dalam persentase), suatu variabel mula-mula yang bisa dijelaskan oleh faktor yang ada. Berdasarkan nilai-nilai yang ada pada tabel *communalities*, maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel-varibel yang ada dapat dijelaskan didalam faktor yang terbentuk, semakin besar nilai *commmunalities* maka semakin erat hubungnnya dengan faktor yang terbentuk. Tabel *total varience explained*, mengambarkan jumlah faktor yang terbentuk. Tabel *total varience explained*, menggambarkan jumlah faktor yang terbentuk.

Melakukan *factoring* dan rotasi setelah semua variabel memenuhi syarat untuk dianalisis, tahap selanjutnya adalah melakukan proses inti dari analisis faktor, yaitu melakukan ekstraksi terhadap sekumpulan variabel yang ada, sehingga terbentuk satu atau beberapa faktor. Rotasi atau faktor dilakukan untuk mempermudah interpretasi dalam menemukan variabel-variabel mana saja yang tercantum dalam suatu faktor.

TAHAP III

Analisis TOTAL VARIANCE EXPLAINED

Tabel 4.22

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	5.821	25.307	25.307	5.821	25.307	25.307	4.078	17.729	17.729
2	3.641	15.830	41.137	3.641	15.830	41.137	3.749	16.300	34.029
3	2.086	9.068	50.205	2.086	9.068	50.205	2.666	11.590	45.619
4	1.976	8.591	58.795	1.976	8.591	58.795	2.446	10.636	56.255
5	1.169	5.082	63.878	1.169	5.082	63.878	1.753	7.622	63.878
6	.999	4.346	68.223						
7	.934	4.060	72.283						
8	.804	3.498	75.781						
9	.685	2.980	78.761						
10	.655	2.849	81.610						
11	.594	2.584	84.194						
12	.534	2.321	86.515						
13	.478	2.080	88.595						
14	.398	1.729	90.324						
15	.368	1.601	91.926						
16	.352	1.529	93.455						
17	.314	1.363	94.818						
18	.272	1.182	96.000						
19	.251	1.091	97.091						
20	.210	.914	98.005						
21	.172	.746	98.750						
22	.154	.668	99.418						
23	.134	.582	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Pada *Total Variance Explained*, terlihat bahwa terdapat 5 (tiga) faktor yang terbentuk dari 23 faktor yang ada. Hal ini diketahui dengan pembentukan jumlah faktor dalam analisis faktor jika *eigenvalue* <1, maka tidak dapat digunakan dalam pembentukan faktor. Dari tabel diatas terlihat bahwa ada 5 faktor yang terbentuk,

karena satu faktor angka *eigenvalue* > 1, dua faktor angka *eigenvalue*> 1, tiga faktor angka *eigenvalue* > 1. Akan tetapi untuk enam faktor, angka *eigenvaleu* sudah berada < 1, yakni 0,999, sehingga proses *factoring* berhenti pada (5) lima faktor saja. Jadi hasil reduksi 24 variabel yang ada diperoleh 5 (tiga) faktor. Hasil *output* pada tabel *Total Variance Explained* terlihat bahwa nilai *varians* faktor pertama 25,307%, faktor kedua 15,830%, faktor ketiga 9,068%,faktor keempat 8,591%, dan faktor kelima 5,082% . kelima faktor tersebut dapat menjelaskan 63,878% variabilitas 24 faktor tersebut.

TAHAP IV

Menentukan faktor-faktor yang dominan

Tabel 4.23

Rotated Component Matrix[a]

	Component				
	1	2	3	4	5
BUDAYA	.229	.800	.028	.048	-.195
BUDAYA	.086	.811	-.013	.119	-.231
BUDAYA	.200	.860	-.210	.051	.017
BUDAYA	.247	.768	-.201	.118	.148
BUDAYA	.164	.742	-.149	.364	-.023
BUDAYA	-.193	.515	.351	.030	.252
SOSIAL	-.057	-.122	.766	-.153	-.034
SOSIAL	-.042	-.125	.826	-.074	.186
SOSIAL	.256	-.074	.773	.048	.060
SOSIAL	.524	.023	.485	.015	.363
SOSIAL	.484	.114	.443	.003	.411
PRIBADI	.104	.185	-.181	.729	-.098
PRIBADI	-.041	.165	-.050	.627	.258
PRIBADI	.177	.096	.026	.682	.100
PRIBADI	.110	-.227	.092	.280	.663
PRIBADI	.183	.030	.000	.686	.252
PRIBADI	-.018	-.020	.175	.226	.568
PSIKOLOGIS	.705	.154	-.179	-.164	.345
PSIKOLOGIS	.693	.199	-.027	-.026	.105
PSIKOLOGIS	.620	.162	.100	.120	.242
PSIKOLOGIS	.817	.171	.030	.316	-.076
PSIKOLOGIS	.790	.007	.081	.278	-.205
PSIKOLOGIS	.730	.120	.106	.199	-.294

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 8 iterations.

TAHAP V

ROTATED MATRIK

Untuk menentukan item masuk ke faktor yang mana.

Tabel 4.24

Rotated Component Matrix[a]						
	Component					
	1	2	3	4	5	6
BUDAYA	-.046	.947	.151	.159	.138	.075
BUDAYA	.146	.174	.148	.924	.062	.120
BUDAYA	-.043	.191	-.018	-.008	.917	.110
BUDAYA	.135	.121	.952	.058	.037	.023
BUDAYA	.962	.014	.092	.134	-.055	-.031
SOSIAL	-.016	.866	.144	.198	.229	.036
SOSIAL	.043	.137	.051	.867	-.019	.155
SOSIAL	.013	.025	.077	.225	.185	.826
SOSIAL	-.003	.076	.148	.119	.908	.115
SOSIAL	.129	.028	.894	.181	.100	.047
SOSIAL	.921	-.076	.090	.134	.060	-.049
PRIBADI	-.014	.946	.084	.152	.091	.057
PRIBADI	.128	.138	.094	.870	.080	.092
PRIBADI	-.077	.078	.112	.131	.056	.919
PRIBADI	-.058	.194	.106	.029	.922	.138
PRIBADI	.127	.165	.933	.117	.055	.068
PRIBADI	.953	-.033	.163	.094	-.053	-.005
PSIKOLOGIS	-.022	.939	.125	.144	.080	.061
PSIKOLOGIS	.183	.194	.130	.878	.046	.131
PSIKOLOGIS	-.044	.084	.006	.086	.116	.905
PSIKOLOGIS	.095	.178	.921	.059	.070	.086
PSIKOLOGIS	.957	.005	.131	.103	-.064	-.035

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 6 iterations.

Output ini digunakan untuk melihat variabel masuk faktor mana:

1. Budaya ke faktor 2 karena mempunyai nilai korelasi paling besar
2. Budaya ke faktor 2 karena mempunyai nilai korelasi paling besar
3. Budaya ke faktor2 karena mempunyai nilai korelasi paling besar
4. Budaya ke faktor 2 karena mempunyai nilai korelasi paling besar
5. Budaya ke faktor 2 karena mempunyai nilai korelasi paling besar

6. Budaya ke faktor 2 karena mempunyai nilai korelasi paling besar
7. Sosial ke faktor 3 karena mempunyai nilai korelasi paling besar
8. Sosial ke faktor 3 karena mempunyai nilai korelasi paling besar
9. Sosial ke faktor 3 karena mempunyai nilai korelasi paling besar
10. Sosial ke faktor 1 karena mempunyai nilai korelasi paling besar
11. Sosial ke faktor 1 karena mempunyai nilai korelasi paling besar
12. Pribadi ke faktor 4 karena mempunyai nilai korelasi paling besar
13. Pribadi ke faktor 4 karena mempunyai nilai korelasi paling besar
14. Pribadi ke faktor 4 karena mempunyai nilai korelasi paling besar
15. Pribadi ke faktor 5 karena mempunyai nilai korelasi paling besar
16. Pribadi ke faktor 4 karena mempunyai nilai korelasi paling besar
17. Pribadi ke faktor 5 karena mempunyai nilai korelasi paling besar
18. Psikologis ke faktor 1 karena mempunyai nilai korelasi paling besar
19. Psikologis ke faktor 1 karena mempunyai nilai korelasi paling besar
20. Psikologis ke faktor 1 karena mempunyai nilai korelasi paling besar
21. Psikologis ke factor 1 karena mempunyai nilai korelasi paling besar
22. Psikologis ke faktor 1 karena mempunyai nilai korelasi paling besar
23. Psikologis ke faktor 1 karena mempunyai nilai korelasi paling besar
24. Psikologis ke faktor 1 karena mempunyai nilai korelasi paling besar

Tabel 4.25

Factor 1	Psikologis dan sosial
Factor 2	Budaya
Factor 3	Sosial
Factor 4	Pribadi
Factor 5	Pribadi

Setelah melakukan factoring dan rotasi, langkah atau tahap selanjutnya adalah menginterpretasikan faktor yang telah terbentuk. Hal ini dilakukan agar dapat mewakili variabel-variabel anggota faktor tersebut. Pemberian nama dan konsep tiap faktor yang ditentukan berdasarkan makna umum variabel yang tercangkup didalamnya atau pada nama-nama faktor yang menjadi atau mendominasi pada suatu kelompok faktor tersebut.

5. Interprestasi Faktor

Berdasarkan hasil rotasi varimax factor yang terbentuk adalah 5 faktor yang terdiri dari beberapa variabel yang memiliki korelasi kuat dengan loading factor lebih dari 0,50 Dan berdasarkan nilai eigen value dari setiap factor dapat dijelaskan bahawa factor Psikologis dan social merupakan factor yang memiliki eigen value sebesar 5,821 dan keragaram total 25,307 %, kemudian factor budaya memiliki nilai eigen value 3,641 dengan keragaman total 15,830 %, factor social memiliki nilai eigen value 2,086 dengan keragam total 9,068%, factor pribadi memiliki nilia eigen value 1,976 dengan keragaman total 8,591% dan factor pribadi memiliki nilai eigen value sebesar 1,169 dengan keragam total 5,082%.

Berdasarkan analisi factor diatas dapat diketahui factor factor yang mendasar keputusan nasabah tabungan Haji di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Tulungagung adalah **Faktor Psikologis dan Sosial** karena memiliki nilai eigen value paling besar.