BAB IV
HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya PT Bank Syariah Mandiri

Kehadiran BSM sejak tahun 1999, sesungguhnya merupakan hikmah sekaligus berkah pasca krisis ekonomi dan moneter 1997-1998. Sebagaimana diketahui, krisis ekonomi dan monetersejak juli 1997, yang disusul dengan krisis multi-dimensi termasuk di panggung politik nasional, telah menimbulkan beragam dampak negatif yang sangat hebat terhadap seluruh sendi kehidupan masyarakat, tidak terkecuali dunia usaha. Dalam kondisi tersebut, industri perbankan nasional yang didominasi oleh bank-bank konvensional mengalami krisis luar biasa. Pemerintah akhirnya mengambil tindakan dengan merestrukturisasi dan merekapitalisasi sebagian bank-bank di Indonesia.

Pada saat bersamaan, pemerintah melakukan penggabungan (merger) empat bank (Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim, dan Bapindo) menjadi satu bank baru bernama PT Bank Mandiri (Persero) pada tanggal 31 Juli 1999. Kebijakan penggabungan tersebut juga menempatkan pada menetapkan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk, sebagai pemilik mayoritas baru BSB.

,

Sebagai tindak lanjut dari keputusan merger, Bank Mandiri melakukan konsolidasi sertamembentuk tim pengembangan Perbankan Syariah Pembentukan tim ini bertujuan untuk mengembangkan layanan respon atas diperlakukannya UU No. 10 Tahun 1998, yang memberi peluang bank umum untuk melayani transaksi syariah (dual banking system).

Tim pengembangan perbankan syariah memandang bahwa pemberlakuan UU tersebut merupakan mmentum yang tepat untuk melakukan konversi PT Bank Susila Bakti dari konvensional menjadi bank syariah. Oleh karenanya, Tim pengembangan perbankan syariah segera mempersiapkan sistem dan infrastrukturnya, sehingga kegiatan usaha BSB berubah 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 dilakukan oleh Gubernur Bank Indonesia melalui SK Gubernur BI No. 1/24/KEP/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. Menyusul pengukuhan dan pengakuan legal tersebut, PT Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999.

,

PT Bank Syariah Mandiri hadir, tampil dan tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani, yang melandasi kegiatan operasinalnya. Harmoni antara idealisme usaha dan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri dalam kiprahnya di Perbankan Indonesia, BSM hadir untuk bersama membangun Indonesia menuju Indonesia yang lebih baik.

Kantor Cabang Pembantu Bank Syariah Mandiri diwilayah Tulungagung bermula pada tahun 2006 yang membuka dua cabang di tulungagung pertama yaitu di Jl. Raya Ngunut II No. 56 Desa Ngunut Kec. Ngunut, dan yang kedua di Ruko Kepatihan 7-8, Jl. Panglima Sudirman No. 51 Tulungagung, karena kantor Bank Syariah Mandiri KCP Ngunut kurang beroperasi dengan baik yang disebabkan karena sedikitnya masyarakat yang ke bank syariah mandiri KCP Ngunut, maka di jadikan satu dengan bank syariah mandiri KCP Tulungagung.

Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung yang berkantor di Ruko Kepatihan Jl. Panglima Sudirman No. 51 Tulungagung merupakan jalan utama di Tulungagung. Selain itu juga letaknya yang sangat strategis mudah untuk di akses dan terletak di pusat perkantoran kota Tulungagung.[1]

[1] www.syariahmandiri.co.id, diakses tanggal 17 Desember 2019 pukul 07.13 WIB

,

2. Visi dan Misi Bank Syariah Mandiri

a. Visi

Bank Syariah Terdepan dan Modern, BSM merupakan bank pilihan yang memberikan manfaat, menetramkan dan memakmurkan, BSM merupakan bank yang menyediakan kesempatan untuk beramanah sekaligus berkarir profesional, Institusi keuangan syariah Indonesia yang terpercaya yang terus memberikan *value* berkesinambungan.

b. Misi

1) Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata 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.[2]

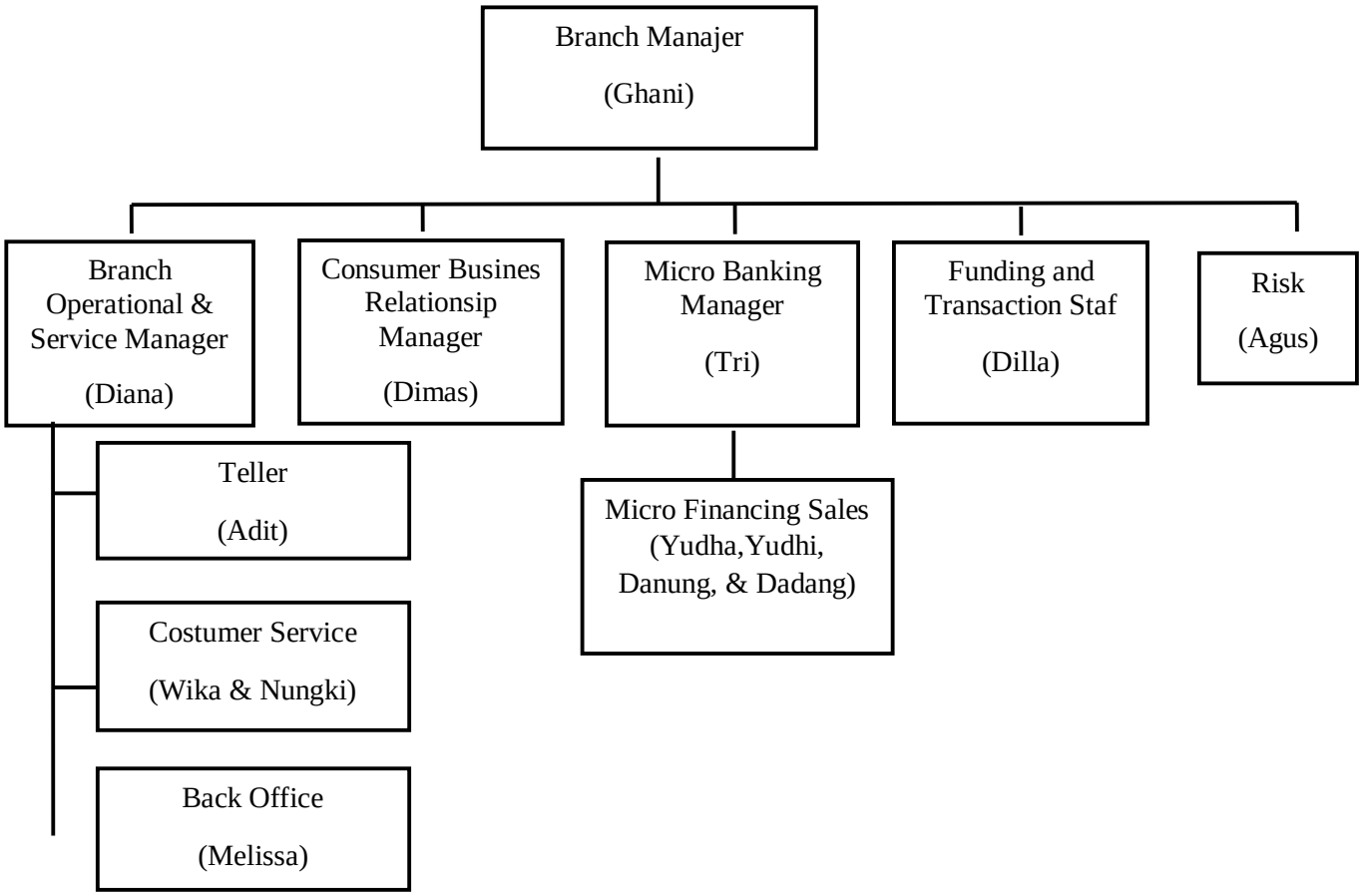
[2] www.syariahmandiri.co.id , diakses tanggal 17 Desember 2019 pukul 07.13 WIB

,

3. Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan suatu hubungan fungsional yang mengatur tanggung jawab dan kewenangan setiap personil di dalam melakukan tugas atau pekerjaan yang akan dikerjakan sekaligus menunjukkan ketegasan dan batas tanggung jawab masing-masing personil. Dengan demikian setiap personil mempunyai tanggung jawab yang berbeda. Berdasarkan fungsi tersebut, suatu organisasi akan berjalan dengan struktur organisasi yang telah ada, sedangkan baik buruknya tata laksana operasional bank tergantung pada struktur organisasi.

Gambar 4.1
Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung



,

Sumber : Dokumentasi Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung

Berdasarkan struktur organisasi tersebut akan diuraikan tugas dan wewenang sesuai dengan judul yaitu tentang pensiunan Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung:

a. ***Consumer Relationship Manager***

Consumer Relationship Manager merupakan sebuah pendekatan baru dalam mengelola hubungan korporasi dan pelanggan pada level bisnis.

Tugas dan Tanggung Jawab:

1) Melayani nasabah, baik nasabah tabungan, deposito maupun nasabah pembiayaan.
2) Memasarkan produk-produk bank syariah mencari sumber dana dengan melihat kemungkinan-kemungkinan dan peluang dana yang dapat dihimpun dari masyarakat.
3) Melakukan koordinasi dengan manajer pemasaran tentang nasabah yang mendapat fasilitas pembiayaan untuk segera melakukan angsuran.
4) Mencari calon kreditur atau debitur potensial.
5) Melakukan tugas lain dari kepala cabang.

b. ***Sales Force***

,

Sales Force merupakan orang yang bekerja sebagai marketing langsung. *Sales force* merupakan orang yang berhubungan langsung dengan nasabah dan merupakan ujung tombak bagi perusahaan dalam melakukan penjualan produk pembiayaan pension.

Tugas dan Tanggung Jawab:

1) Membuat daftar pelanggan prospek sesuai dengan segmentasi bank yaitu pembiayaan pensiun.
2) Melakukan proses penjualan sesuai daftar target yangsudah ditemukan dan disepakati bersama.
3) Menyiapkan materi/tools yang akan digunakan dalam proses penjualan mulai dari awal perkenalan, negosiasi sampai dengan akad pengajuan pembiayaan.
4) Membuat laporan aktivitas sales harian sesuai dengan format laporan yang disepakati.
5) Menambah pengetahuan terhadap produk pembiayaan pensiunan dan berusaha meningkatkan kemampuan pembinaan hubungan dan penjualan ke nasabah.

4. Produk-produk pada Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung

PT Bank Syariah Mandiri merupakan lembaga perbankan yang menerapkan sistem dan operasional berdasarkan prinsip syariah Islam. Dalam menjalankan sistem operasional bank syariah tidak menggunakan prinsip bunga, akan tetapi menggunakan sistem bagi hasil dalam memberikan

keuntungan kepada para nasabahnya, sehingga menjamin kehalalan pendapatnya. Hal tersebut sesuai dengan Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) MUI tahun 2003 yang menyatakan bahwa sistem bunga tidak sesuai dengan prinsip syariah. Sedangkan produk BSM dapat digolongkan menjadi 3 bagian yaitu produk pendanaan, produk pembiayaan dan produk jasa. Produk pembiayaan pada Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung terbagi menjadi beberapa produk yaitu:

a. Pembiayaan Konsumer, terdiri dari beragam jenis pembiayaan:
    1) BSM Implan merupakan produk pembiayaan consumer dalam valuta rupiah yangdiberikan kepada karyawan tetap sebuah perusahaan yang pengajuannya sendiri dilakukan secara berkelompok/ massal.
    2) Pembiayaan Peralatan Kedokteran merupakan pemberian fasilitas dalam bentuk pembiayaan kepada para profesional di bidang kedokteran/ kesehatan untuk melakukan pembelian peralatan kedokteran.
    3) Pembiayaan Edukasi BSM merupakan jenis pembiayaan untuk jangka pendek dan menengah yang dapat digunakan guna memenuhi kebutuhan uang masuk sekolah maupun perguruan tinggi atau lembaga pendidikan lainnya ataupun uang pendidikan pada saat pendaftaran tahun ajaran/ semester baru berikutnya dengan menggunakan akad *ijarah*.

,

4) Pembiayaan Kepada Pensiun merupakan sebuah fasilitas penyaluran pembiayaan untuk consumer (termasuk didalamnya jenis pembiayaan multiguna) kepada para pensiunan, dengan menggunakan pembayaran angsuran yang dilakukan melalui pemotongan uang pensiun langsung yang diterima oleh pihak bank setiap bulannya (pensiun bulanan). Untuk jenis akadnya sendiri menggunakan akad *murabahah* atau *ijarah*.
5) Pembiayaan Kepada Koperasi Karyawan untuk Para Anggotanya merupakan jenis penyaluran pembiayaan kepada koperasi karyawan guna memenuhi kebutuhan para anggotanya (kolektif) yang mengajukan sebuah pembiayaan melalui koperasi karyawan.
6) Pembiayaan Griya BSM merupakan jenis pembiayaan untuk jangka pendek, menengah, maupun jangka panjang guna pembiayaan untuk pembelian rumah tinggal (consumer), baik dalam kondisi baru maupun bekas, dilingkungan *developer* dengan sistem pembiayaan *murabahah*.
7) Pembiayaan Griya BSM Bersubsidi, merupakan jenis pembiayaan pemilikan rumah sederhana sehat (RS Sehat/ RSH) yang dibangun oleh pengembang dengan dukungan fasilitas subsidi uang muka dari pemerintahan.

,

8) Pembiayaan Kendaraan Bermotor, merupakan jenis pembiayaan untuk nasabah yang ingin memiliki kendaraan berupa motor dengan menggunakan sistem *murabahah*.

b. *Small Banking*, terdiri dari beragam jenis pembiayaan:

1) Pembiayaan Usaha Kecil, merupakan jenis pembiayaan untuk perorangan guna mengembangkan jenis usaha produktif.

2) KUR *Linkage*, merupakan jenis pembiayaan usaha rakyat dengan jenis pembiayaan *linkage*.

3) KUR *Retail*, merupakan kredit usaha rakyat guna memenuhi kebutuhan pembiayaan *retail* nasabah.

4) Pembiayaan *Linkage*, merupakan produk pembiayaan *linkage*.

c. *Corporate*, terdiri dari beragam jenis pembiayaan:

1) Kredit Modal Kerja, merupakan jenis pembiayaan untuk modal kerja nasabah. Ada 4 jenis pembiayaan melalui kredit modal kerja ini, diantaranya *Musyarakah*, Pembiayaan Dana Berputar, *Mudharabah*, dan Pembiayaan Resi Gudang.

2) Kredit Investasi, merupakan jenis pembiayaan untuk nasabah yang ingin melakukan investasi. Ada 3 jenis pembiayaan untuk kredit yang satu ini, diantaranya *murabahah*, *mudharabah*, dan *musyarakah*.

d. *Micro Banking*, terdiri dari beragam jenis pembiayaan:

,

1) Pembiayaan Warung Mikro merupakan jenis pembiayaan yang memiliki limit pinjaman sampai dengan Rp 100 juta guna memenuhi kebutuhan untuk pembiayaan usaha mikro.
2) KUR Mikro merupakan sebuah pembiayaan BSM yang ditunjukkan kepada seseorang dan badan usaha guna memenuhi kebutuhan produktif dengan jumlah plafond pembiayaan sampai dengan Rp 20 juta untuk marginnya sendiri setara dengan 22% dengan jangka waktu untuk modal kerjanya sampai dengan 36 bulan dan untuk investasi adalah 60 bulan.

B. Profil Responden

Responden yang ada dalam penelitian ini adalah nasabah pembiayaan murabahah di Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung. Jumlah sampel yang dijadikan sebagai responden adalah 86 nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung. Setiap responden diberikan kuesioner dan responden memberikan jawaban pada setiap pertanyaan yang ada pada kuesioner sesuai dengan kenyataan yang ada.

Untuk mempermudah proses penelitian, maka peneliti membagi nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung berdasarkan karakteristik, diantaranya yaitu :

1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

,

Tabel 4.1
Kriteria Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase (%)
1	Laki-laki	54	63%
2	Perempuan	32	37%
Total		**86**	**100 %**

Sumber : Pengolahan Data Penelitian 2020

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa responden dengan jenis kelamin laki-laki berjumlah 54 nasabah (63%). Sedangkan responden dengan jenis kelamin perempuan berjumlah 32 nasabah (37%). Dari karakteristik berdasarkan jenis kelamin, maka diketahui jika jumlah nasabah laki-laki lebih banyak daripada nasabah perempuan.

2. Karakteristik Berdasarkan Umur

Tabel 4.2
Kriteria Responden Berdasarkan Umur

No	Umur	Frekuensi	Presentase (%)
1	20-30	27	31%
2	31-40	26	30%
3	41-50	21	24%
4	51-60	11	13%
5	> 60	1	1%
Total		**86**	**100%**

Sumber : Pengolahan Data Penelitian, 2020

Dari tabel diatas, diketahui jika jumlah responden dengan usia 20-30 tahun berjumlah 27 nasabah (31%), responden dengan usia 31-40 tahun berjumlah 26 nasabah (30%), responden dengan usia 41-50 tahun berjumlah 21 nasabah (24%), responden dengan usia 51-60

,

tahun berjumlah 11 nasabah (13%) dan responden dengan usia > 60 tahun berjumlah 1 nasabah (1%). Jumlah responden yang berusia 20-30 tahun lebih banyak dibandingkan jumlah nasabah dengan usia lainnya.

3. Karakteristik Berdasarkan Pendidikan

Tabel 4.3
Kriteria Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Pendidikan	Frekuensi	Presentase (%)
1	SD	9	22,5 %
2	SMP	19	10,1 %
3	SMA	37	43 %
4	Diploma	12	10,5 %
5	Sarjana	9	14 %
Total		**86**	**100%**

Sumber : Pengolahan Data Penelitian, 2020

Dari tabel diatas, diketahui jika jumlah responden dengan pendidikan terakhir SD berjumlah 9 nasabah (22,5%), responden dengan pendidikan terakhir SMP berjumlah 19 nasabah (10,1%), responden dengan pendidikan terakhir SMA berjumlah 37 nasabah (43%), responden dengan pendidikan terakhir Diploma berjumlah 12 nasabah (10,5%) dan responden dengan pendidikan terakhir Sarjana berjumlah 9 nasabah (14%). Jumlah responden yang pendidikan terakhir SMA lebih banyak dibandingkan jumlah nasabah dengan pendidikan terakhir lainnya.

,

4. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.4
Kriteria Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi	Presentase (%)
1	Pelajar / mahasiswa	0	0 %
2	Wiraswasta	15	17,5 %
3	Pegawai / karyawan	18	21%
4	Ibu Rumah Tangga	10	11,6%
5	Lain-lain	43	49,9%
Total		**86**	**100%**

Sumber : Pengolahan Data Penelitian, 2020

Dari tabel diatas, diketahui jika jumlah responden dengan pekerjaan pelajar/mahasiswa berjumlah 0 nasabah (0%), responden dengan pekerjaan wiraswasta berjumlah 15 nasabah (17,5%), responden dengan pekerjaan pegawai / karyawan berjumlah 18 nasabah (21%), responden dengan pekerjaan ibu rumah tangga berjumlah 10 nasabah (11,6%) dan responden dengan pekerjaan lain-lain seperti petani, pengusaha dan buruh berjumlah 43 nasabah (49,9%). Jumlah responden yang pekerjaannya lain-lain lebih banyak dibandingkan jumlah nasabah dengan pekerjaan lainnya.

C. Deskripsi Variabel Penelitian

Kuesioner yang telah peneliti sebarkan kepada responden yang terdiri atas 24 pertanyaan dan dibagi dalam 4 kategori yaitu (1) 6 pertanyaan yang digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk; (2) 6 pertanyaan yang digunakan

,

untuk mengetahui pengaruh citra merek; (3) 6 pertanyaan yang digunakan untuk mengetahui pengaruh *word of mouth*; (4) 6 pertanyaan yang digunakan untuk mengetahui keputusan nasabah mengambil pembiayaan murabahah di Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung.

Hasil dari jawaban yang peneliti peroleh dari responden adalah sebagai berikut:

1. Kualitas Produk (X1)

Tabel 4.5
Frekuensi Jawaban Kuesioner Variabel Kualitas Produk

SKOR JAWABAN										
	SS		S		RG		TS		STS	
ITEM	**F**	**%**	**F**	**%**	**F**	**%**	**F**	**%**	**F**	**%**
X1.1	40	46,5	28	32,6	16	18,6	2	2,3	0	0
X1.2	39	45,3	20	23,3	26	30,2	1	1,2	0	0
X1.3	40	46,5	25	29,1	10	11,6	11	12,8	0	0
X1.4	39	45,3	33	38,4	11	12,8	3	3,5	0	0
X1.5	38	44,2	29	33,7	17	19,8	2	2,3	0	0
X1.6	33	38,4	29	33,7	20	23,3	4	4,7	0	0

Sumber : Pengolahan Data Penelitian, 2020

Tabel 4.6
Tanggapan Responden Tentang Variabel Kualitas Produk

Jawaban	Jumlah	Presentase (%)
Sangat Setuju	229	44%
Setuju	164	32%
Ragu-Ragu	100	19%
Tidak Setuju	23	4%
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	**516**	**100%**

Sumber : Pengolahan Data Penelitian, 2020

,

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa untuk variabel kualitas produk yang diwakili oleh 6 item pertanyaan atau pernyataan sebanyak 4% responden menyatakan tidak setuju, 19% responden menyatakan ragu-ragu, 32% responden menyatakan setuju dan 44% responden menyatakan sangat setuju.

2. Citra Merek (X2)

Tabel 4.7
Frekuensi Jawaban Kuesioner Variabel Citra Merek

SKOR JAWABAN										
	SS		**S**		**RG**		**TS**		**STS**	
ITEM	**F**	**%**	**F**	**%**	**F**	**%**	**F**	**%**	**F**	**%**
X2.1	49	57,0	14	16,3	17	19,8	6	7,0	0	0
X2.2	49	57,0	17	19,8	20	23,3	0	0	0	0
X2.3	49	57,0	20	23,3	14	16,3	3	3,5	0	0
X2.4	45	52,3	16	18,6	22	25,6	3	3,5	0	0
X2.5	42	48,8	27	31,4	15	17,4	2	2,3	0	0
X2.6	53	61,6	19	22,1	6	7,0	8	9.3	0	0

Sumber : Pengolahan Data Penelitian, 2020

Tabel 4.8
Tanggapan Responden Tentang Variabel Citra Merek

Jawaban	Jumlah	Presentase (%)
Sangat Setuju	287	56%
Setuju	113	22%
Ragu-Ragu	94	18%
Tidak Setuju	22	4%
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	**516**	**100%**

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa untuk variabel citra merek yang diwakili oleh 6 item pertanyaan atau pernyataan 4% responden

,

menyatakan tidak setuju, 18% responden menyatakan ragu-ragu, 22% responden menyatakan setuju dan 56% responden menyatakan sangat setuju.

3. Komunikasi Lisan (X3)

Tabel 4.9
Frekuensi Jawaban Kuesioner Variabel Komunikasi Lisan

SKOR JAWABAN										
	SS		S		RG		TS		STS	
ITEM	**F**	**%**	**F**	**%**	**F**	**%**	**F**	**%**	**F**	**%**
X3.1	56	65,1	29	33,7	1	1,2	0	0	0	0
X3.2	54	62,8	32	37,2	1	1,2	0	0	0	0
X3.3	57	66,3	26	30,2	3	3,5	0	0	0	0
X3.4	57	66,3	27	31,4	2	2,3	0	0	0	0
X3.5	51	59,3	32	37,2	3	3,5	0	0	0	0
X3.6	47	57,4	38	44,2	1	1,2	0	0	0	0

Sumber : Pengolahan Data Penelitian, 2020

Tabel 4.10
Tanggapan Responden Tentang Variabel Komunikasi Lisan

Jawaban	Jumlah	Presentase (%)
Sangat Setuju	322	62%
Setuju	184	36%
Ragu-Ragu	10	2%
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	**516**	**100%**

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa untuk variabel kualitas produk yang diwakili oleh 6 item pertanyaan atau pernyataan sebanyak 2% responden menyatakan ragu-ragu, 36% responden menyatakan setuju dan 62% responden menyatakan sangat setuju.

4. Keputusan Nasabah Pembiayaan Murabahah (Y)

,

Tabel 4.11
Frekuensi Jawaban Kuesioner Variabel Keputusan Nasabah Pembiayaan Murabahah

SKOR JAWABAN										
	SS		S		RG		TS		STS	
ITEM	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Y1	54	62,8	27	31,4	5	5,8	0	0	0	0
Y2	49	57,0	30	34,9	7	8,1	0	0	0	0
Y3	47	54,7	36	41,9	3	3,5	0	0	0	0
Y4	45	52,3	36	41,9	5	5,8	0	0	0	0
Y5	42	48,8	41	47,7	3	3,5	0	0	0	0
Y6	38	44,2	45	52,3	3	93,5	0	0	0	0

Sumber : Pengolahan Data Penelitian, 2020

Tabel 4.12
Tanggapan Responden Tentang Variabel Keputusan Nasabah Pembiayaan Murabahah

Jawaban	Jumlah	Presentase (%)
Sangat Setuju	275	53%
Setuju	215	42%
Ragu-Ragu	26	5%
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	**516**	**100%**

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa untuk variabel kualitas produk yang diwakili oleh 6 item pertanyaan atau pernyataan sebanyak, 5% responden menyatakan ragu-ragu, 42% responden menyatakan setuju dan 53% responden menyatakan sangat setuju.

D. Analisis Data

1. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a. Hasil Uji Validitas

,

Teknik uji validitas item dengan teknik *Corrected Item- Total Correlation* yaitu dengan cara mengkorelasikan skor item dengan totalnya dan melakukan koreksi terhadap nilai koefisien korelasi yang overestimasi. Hal ini dikarenakan agar tidak terjadi koefisien item total yang over estimasi (estimasi nilai yang lebih tinggi dari yang sebenarnya). Pada metode ini tidak perlu memasukkan skor total karena sudah dihitung secara otomatis. Pengujian signifikansi diilakukan dengan kriteria menggunakan r tabel pada tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi. Jika nilai positif dan r hitung > r tabel maka item dapat dinyatakan valid. Dan jika r hitung < r tabel maka item dinyatakan tidak valid.[3]

Tabel 4.13
Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X1)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	20.73	15.281	.660	.917
X1.2	20.84	13.550	.906	.884
X1.3	20.87	13.125	.800	.901
X1.4	20.71	14.656	.798	.900
X1.5	20.77	14.369	.822	.897
X1.6	20.91	14.956	.651	.919

[3] Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis SPSS*, (Ponorogo: CV Wade Group, 2016), hal. 70

,

Berdasarkan data pada tabel 4.13 diatas dengan melihat nilai *Corrected Item-Total Correlation* menunjukkan bahwa keseluruhan pernyataan dalam kuesioner adalah valid. Hal ini dikarenakan nilai *Corrected Item-Total Correlation* dalam tabel tersebut lebih besar dari R tabel yaitu r hitung dapat dilihat di kolom *Corrected Item-Total Correlation* dan r tabel yang di dapat adalah 0,212. Sebagaimana yang dijelaskan diatas jika nilai positif dan r hitung > r tabel maka item dapat dinyatakan valid dan sebaliknya jika r hitung < r tabel maka item dinyatakan tidak valid.

Tabel 4.14
Uji Validitas Variabel Citra Merek (X2)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	21.50	15.382	.814	.926
X2.2	21.40	15.889	.932	.912
X2.3	21.40	16.148	.834	.923
X2.4	21.53	14.958	.951	.907
X2.5	21.47	16.605	.810	.927
X2.6	21.37	17.154	.585	.955

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan data pada tabel 4.14 diatas dengan melihat nilai *Corrected Item-Total Correlation* menunjukkan bahwa keseluruhan pernyataan dalam kuesioner adalah valid. Hal ini dikarenakan nilai *Corrected Item-Total Correlation* dalam tabel tersebut lebih besar dari

,

R tabel yaitu r hitung dapat dilihat di kolom *Corrected Item-Total Correlation* dan r tabel yang di dapat adalah 0,212. Sebagaimana yang dijelaskan diatas jika nilai positif dan r hitung > r tabel maka item dapat dinyatakan valid dan sebaliknya jika r hitung < r tabel maka item dinyatakan tidak valid.

Tabel 4.15
Uji Validitas Variabel Komunikasi Lisan (X3)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	22.99	4.459	.568	.852
X3.2	23.00	4.235	.729	.825
X3.3	23.00	3.929	.771	.815
X3.4	22.99	4.059	.746	.820
X3.5	23.07	4.230	.593	.849
X3.6	23.09	4.485	.526	.860

Sumber : Data Primer yang diolah, 2020

Berdasarkan data pada tabel 4.15 diatas dengan melihat nilai *Corrected Item-Total Correlation* menunjukkan bahwa keseluruhan pernyataan dalam kuesioner adalah valid. Hal ini dikarenakan nilai *Corrected Item-Total Correlation* dalam tabel tersebut lebih besar dari R tabel yaitu r hitung dapat dilihat di kolom *Corrected Item-Total Correlation* dan r tabel yang di dapat adalah 0,212. Sebagaimana yang dijelaskan diatas jika nilai positif dan r hitung > r tabel maka item dapat

,

dinyatakan valid dan sebaliknya jika r hitung < r tabel maka item dinyatakan tidak valid.

Tabel 4.16
Uji Validitas Variabel Keputusan Nasabah Pembiayaan (Y)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	22.33	5.963	.805	.884
Y2	22.41	5.703	.838	.879
Y3	22.38	6.122	.804	.885
Y4	22.43	6.272	.679	.903
Y5	22.44	6.344	.715	.897
Y6	22.49	6.535	.647	.906

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan data pada tabel 4.16 diatas dengan melihat nilai *Corrected Item-Total Correlation* menunjukkan bahwa keseluruhan pernyataan dalam kuesioner adalah valid. Hal ini dikarenakan nilai *Corrected Item-Total Correlation* dalam tabel tersebut lebih besar dari R tabel yaitu r hitung dapat dilihat di kolom *Corrected Item-Total Correlation* dan r tabel yang di dapat adalah 0,212. Sebagaimana yang dijelaskan diatas jika nilai positif dan r hitung > r tabel maka item dapat dinyatakan valid dan sebaliknya jika r hitung < r tabel maka item dinyatakan tidak valid.

,

Setiap item pernyataan kuesioner yang valid bisa dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya. Dalam kuesioner ini, semua item pernyataan dalam variabel kualitas produk (X1), citra merek (X2), *word of mouth* (X3) dan keputusan nasabah pembiayaan (Y) telah memenuhi persyaratan validitas melalui data statistik.

b. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner, maksudnya apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsistensi jika pengukuran diulang kembali. Metode yang sering digunakan dalan penelitian untuk mengukur skala likert adalah *cronbach alpha*. Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas, dimana item yang masuk pengujian adalah item yang valid saja. Untuk menentukan apakah instrumen atau tidak menggunakan batasan 0,6. Menurut sekaran, reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 adalah baik.

Berdasarkan dari hasil uji reliabilitas dengan menggunakan program SPSS 21 sebagai berikut :

,

Tabel 4.17
Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.918	6

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.17 *Reliability Statistic* diatas, nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,918. Hal ini menunjukkan bahwa pernyataan dalam variabel kualitas produk (X1) adalah reliabel. Karena nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,918 seperti yang dikemukakan Sekaran, jika reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 adalah baik. Jadi responden menunjukkan kestabilan dan konsistensi dalam menjawab pernyataan dari variabel kualitas produk (X1).

Tabel 4.18
Uji Reliabilitas Variabel Citra Merek (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.937	6

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.18 *Reliability Statistic* diatas, nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,937. Hal ini menunjukkan bahwa

pernyataan dalam variabel citra merek (X2) adalah reliabel. Karena nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,937 seperti yang dikemukakan Sekaran, jika reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 adalah baik. Jadi responden menunjukkan kestabilan dan konsistensi dalam menjawab pernyataan dari variabel citra merek (X2).

Tabel 4.19
Uji Reliabilitas Variabel Komunikasi Lisan (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.861	6

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.19 *Reliability Statistic* diatas, nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,861. Hal ini menunjukkan bahwa pernyataan dalam variabel komunkasi lisan (X3) adalah reliabel. Karena nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,861 seperti yang dikemukakan Sekaran, jika reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 adalah baik. Jadi responden menunjukkan kestabilan dan konsistensi dalam menjawab pernyataan dari variabel komunikasi lisan (X3).

,

Tabel 4.20
Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Nasabah Pembiayaan (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.909	6

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.20 *Reliability Statistic* diatas, nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,909. Hal ini menunjukkan bahwa pernyataan dalam variabel keputusan nasabah pembiayaan (Y) adalah reliabel. Karena nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,909 seperti yang dikemukakan Sekaran, jika reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 adalah baik. Jadi responden menunjukkan kestabilan dan konsistensi dalam menjawab pernyataan dari variabel keputusan nasabah pembiayaan (Y).

2. Hasil Uji Normalitas

Tujuan dilakukannya uji normalitas terhadap serangkaian data adalah untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Bila data berdistribusi normal, maka dapat digunakan uji statistik berjenis parametrik. Sedangkan bila data tidak berdistribusi normal, maka digunakan untuk menguji normalitas data. Metode yang digunakan dalam menguji

,

normalitas adalah uji Kolmogrov-Smirnov. Jika nilai signifikan dari hasil uji Kolmogrov-Smirnov > 0,05, maka terdistribusi normal dan sebaliknya.

Tabel 4.21
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		86
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.18892192
Most Extreme Differences	Absolute	.102
	Positive	.086
	Negative	-.102
Kolmogorov-Smirnov Z		.948
Asymp. Sig. (2-tailed)		.330

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel *One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test* diperoleh nilai *Asymp.Sig (2-tailed)* sebesar 0,330. Kemudian nilai *Asymp.Sig (2-tailed)* itu akan dibandingkan dengan 0,05 atau taraf signifikan 5% untuk mengambil keputusan. Dari hasil uji normalitas dengan tabel *One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test* diperoleh nilai 0,330 yang lebih besar dari 0,05. Sehingga dari data tersebut dapat dilihat jika nilai *Asymp.Sig (2-tailed)* lebih besar dari 0,05 maka semua variabel yaitu kualitas produk (X1), citra merek (X2), komunikasi lisan (X3) dan keputusan nasabah pembiayaan (Y) berdistribusi normal.

,

3. Hasil Uji Asumi Klasik

a. Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi dapat dilihat dari nilai toleransi dan lawannya serta *variance inflation factor* (VIF). Jadi nilai toleransi yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (VIF = 1/*Tolerance*). [4] Kriteria yang digunakan adalah :

1) Jika nilai VIF disekitar angka 1-10, maka dikatakan tidak terdapat masalah multikolinieritas.
2) Jika nilai Tolerance ≥ 0.10, maka dikatakan tidak terdapat masalah multikolinieritas.

Tabel 4.22

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.676	2.801		2.740	.008		
	kualitas produk	.165	.062	.252	2.639	.010	.737	1.356
	citra merek	.171	.063	.276	2.717	.008	.649	1.540
	word of mouth	.388	.115	.319	3.385	.001	.758	1.320

[4] Ajat Rukajat, *Pendekatan Penelitian Kuantitatif*, ((Yogyakarta: Deepublish, 2018) hal. 15

,

a. Dependent Variable: keputusan nasabah pembiayaan

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel *Coefficients* dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk (X1) memperoleh nilai VIF 1,356 dan nilai *Tolerance* sebesar 0,737, variabel citra merek (X2) memperoleh nilai VIF 1,540 dan nilai *Tolerance* sebesar 0,649, variabel komunikasi lisan *(word of mouth)* (X3) memperoleh nilai VIF 1,320 dan nilai *Tolerance* sebesar 0,758. Dari ketiga variabel tersebut, nilai VIF kurang dari 10,00 (<10,00) dan nilai *Tolerance* lebih dari 0,10 (< 0,10), sehingga dapat disimpulkan jika ketiga variabel tersebut tidak terjadi multikolinearitas.

b. Hasil Uji Autokorelasi

Tujuan uji autokorelasi yaitu untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi berganda ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka terjadi autokorelasi. Model regresi yang baik adalah bebas dari autokorelasi.[5]

Menurut Singgih, untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi, melalui metode tabel Durbin-Watson yang dapat dilakukan melalui program SPSS, dimana secara umum dapat diambil patokan yaitu:

1) Jika D-W dibawah -2, berarti autokorelasi positif.

[5] Masyhuri Machfudz, *Metode Penelitian Ekonomi*, (Malang: Genius Media, 2014), hal. 136

,

2) Jika D-W diatas +2, berarti autokorelasi negatif.

3) Jika D-W diantara -2 sampai dengan +2, berarti tidak ada autokorelasi.

Tabel 4.23
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.671[a]	.450	.430	1.229	1.309

a. Predictors: (Constant), word of mouth, kualitas produk, citra merek

b. Dependent Variable: keputusan nasabah pembiayaan

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.23 diatas, didapatkan nilai Durbin-Watson sebesar 1,309 . Dari hasil tersebut dapat diketahui jika angka Durbin-Watson diantara -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi, sehingga ketiga variabel yaitu kualitas produk (X1), citra merek (X2), komunikasi lisan (*word of mouth)* (X3) tidak ada aukorelasi atau regresi tersebut bebas autokorelasi.

c. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas diuji dengan menggunakan metode grafik.

Dasar kriterianya dalam pengambilan keputusan yaitu:

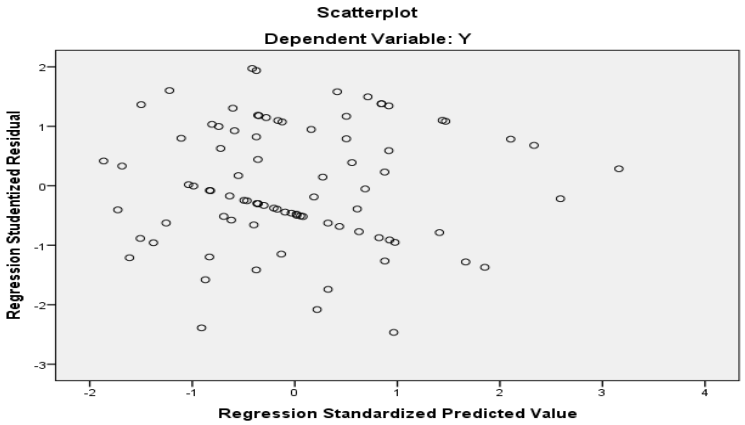
1) Jika ada pola tertentu, seperti tititk-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur, maka terjadi heteroskedastisitas.

,

2) Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumby Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Berdasarkan uji heteroskedastisitas dengan menggunakan SPSS 21.0 sebagai berikut :

Gambar 4.2
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Dari pola gambar scatterplot model diatas, maka model tersebut tidak terdapat heteroskedastisitas karena penyebaran titik-titik tidak berpola, titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y.

4. Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Regresi berganda merupakan pengembangan dari regresi linier sederhana yaitu sama-sama alat yang dapat digunakan untuk melakukan

,

prediksi permintaan dimasa yang akan datang, berdasarkan data masa lalu atau untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas (*independent*) terhadap suatu variabel tidak bebas (*dependent*). Perbedaan penerapan metode ini hanya terletak pada jumlah variabel bebas yang digunakan. Penerapan metode regresi berganda jumlah variabel bebas yang digunakan lebih dari satu yang mempengaruhi satu variabel tidak bebas

Berdasarkan uji analisis regresi berganda dengan menggunakan SPSS 21.0 sebagai berikut :

Tabel 4.24
Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.676	2.801		2.740	.008		
	kualitas produk	.165	.062	.252	2.639	.010	.737	1.356
	citra merek	.171	.063	.276	2.717	.008	.649	1.540
	word of mouth	.388	.115	.319	3.385	.001	.758	1.320

a. Dependent Variable: keputusan nasabah pembiayaan

Sumber: Data primer yang diolah,2020

Berdasarkan tabel 4.29 diatas, dapat diketahui persamaan regresi linier berganda yaitu:

$$Y = 7{,}676 + 0{,}165\ (X1) + 0{,}171\ (X2) + 0{,}388\ (X3)$$

Dari persamaan regresi linier berganda tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

,

a. Konstanta α = 7,676

Konstanta sebesar 7,767 artinya apabila skor variabel kualitas produk, citra merek dan komunikasi lisan (*word of mouth)* adalah 0 / tidak ada, maka keputusan nasabah mengambil pembiayaan murabahah sebesar 7,676 atau semakin meningkat sebesar 7,676.

b. Koefisien regresi X1 = 0,165

Variabel kualitas produk (X1) sebesar 0,165 merupakan nilai yang positif menunjukkan adanya hubungan yang positif antara kualitas produk dengan keputusan nasabah mengambil pembiayaan murabahah di Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung. Artinya setiap kenaikan 1 satuan unit kualitas produk, maka akan menaikkan keputusan nasabah mengambil pembiayaan murabahah sebesar 0,165. Sebaliknya apabila mengalami penurunan 1 satuan unit kualitas produk, maka keputusan nasabah mengambil pembiayaan murabahah diprediksi mengalami penurunan sebesar 0,165, dengan anggapan X2 dan X3 tetap.

c. Koefisien regresi X2 = 0,171

Variabel citra merek (X2) sebesar 0,171 merupakan nilai yang positif menunjukkan adanya hubungan yang positif antara citra merek dengan keputusan nasabah mengambil pembiayaan murabahah di Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung. Artinya setiap kenaikan 1 satuan unit citra merek, maka akan menaikkan keputusan nasabah mengambil pembiayaan murabahah sebesar 0,171. Sebaliknya apabila mengalami

,

penurunan 1 satuan unit citra merek, maka keputusan nasabah mengambil pembiayaan murabahah diprediksi mengalami penurunan sebesar 0,171, dengan anggapan X1 dan X3 tetap.

d. Koefisien regresi X3 = 0,388

Variabel komunikasi lisan (*word of mouth)* (X3) sebesar 0,388 merupakan nilai yang positif menunjukkan adanya hubungan yang positif antara *word of mouth* dengan keputusan nasabah mengambil pembiayaan murabahah di Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung. Artinya setiap kenaikan 1 satuan unit komunikasi lisan (*word of mouth)*, maka akan menaikkan keputusan nasabah mengambil pembiayaan murabahah sebesar 0,388. Sebaliknya apabila mengalami penurunan 1 satuan unit komunikasi lisan (*word of mouth)*, maka keputusan nasabah mengambil pembiayaan murabahah diprediksi mengalami penurunan sebesar 0,388, dengan anggapan X1 dan X2 tetap.

5. Hasil Uji Hipotesis

a. Hasil Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji T)

Uji T pada dasarnya digunakan untuk mengetahui tingkat signifikan koefisien reghresi. Jika suatu koefisien regresi signifikan menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen.

,

Berdasarkan dari hasil uji T dengan menggunakan program SPSS.21.0 sebagai berikut :

Tabel 4.25
Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji T)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.676	2.801		2.740	.008		
	kualitas produk	.165	.062	.252	2.639	.010	.737	1.356
	citra merek	.171	.063	.276	2.717	.008	.649	1.540
	word of mouth	.388	.115	.319	3.385	.001	.758	1.320

a. Dependent Variable: keputusan nasabah pembiayaan

Sumber: Data Primer yang diolah, 2020

Berdasarkan dari hasil uji T dengan menggunakan program SPSS.21.0 dapat dijelaskan sebagai berikut :

1) Variabel Kualitas Produk

Berdasarkan output SPSS 21.0 pada tabel 4.26 diatas, diketahui T hitung sebesar 2,639 dan T tabel dengan tingkat signifikan sebesar 5%, df = n-k (86-3), maka diperoleh T tabel sebesar 1,987. Dengan demikian, dibandingkan T hitung dengan T tabel dapat diperoleh kesimpulan bahwa T hitung > T tabel (2,639 > 1,987) dan nilai signifikansi 0,010 < 0,05, maka menolak H_0. Nilai T positif

,

menunjukkan bahwa kualitas produk (X1) mempunyai hubungan yang searah dengan keputusan nasabah mengambil pembiayaan *murabahah* (Y). Dapat disimpulkan jika secara parsial atau individu, variabel kualitas produk (X1) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah mangambil pembiayaan *murabahah* di Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung.

2) Variabel Citra Merek

Berdasarkan output SPSS 21.0 pada tabel 4.26 diatas, diketahui T hitung sebesar 2,717 dan T tabel dengan tingkat signifikan sebesar 5%, df = n-k (86-3), maka diperoleh T tabel sebesar 1,987. Dengan demikian, dibandingkan T hitung dengan T tabel dapat diperoleh kesimpulan bahwa T hitung > T tabel (2,717 > 1,987) dan nilai signifikansi 0,008 < 0,05, maka menolak H_0. Nilai T positif menunjukkan bahwa citra merek (X2) mempunyai hubungan yang searah dengan keputusan nasabah mengambil pembiayaan *murabahah* (Y). Dapat disimpulkan jika secara parsial atau individu, variabel citra merek (X2) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah mangambil pembiayaan *murabahah* di Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung.

3) Variabel Komunikasi Lisan

Berdasarkan output SPSS 21.0 pada tabel 4.26 diatas, diketahui T hitung sebesar 3,385 dan T tabel dengan tingkat signifikan sebesar

,

5%, df = n-k (86-3), maka diperoleh T tabel sebesar 1,987. Dengan demikian, dibandingkan T hitung dengan T tabel dapat diperoleh kesimpulan bahwa T hitung > T tabel (3,385 > 1,987) dan nilai signifikansi 0,001 < 0,05, maka menolah H_0. Nilai T positif menunjukkan bahwa komunikasi lisan (*word of mouth)* (X3) mempunyai hubungan yang searah dengan keputusan nasabah mengambil pembiayaan *murabahah* (Y). Dapat disimpulkan jika secara parsial atau individu, variabel komunikasi lisan (X3) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah mangambil pembiayaan *murabahah* di Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung.

b. Hasil Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-sama (Uji F)

Uji keberartian model regresi atau uji F yaitu pengujian terhadap variabel independen secara bersama (simultan) yang ditujukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara bersama-sama dapat berpengaruh terhadap variabel dependen.

Berdasarkan dari hasil uji F dengan menggunakan program SPSS.21.0 sebagai berikut :

,

Tabel. 4.26
Hasil Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	332.791	3	110.930	22.335	.000[b]
	Residual	407.267	82	4.967		
	Total	740.058	85			

a. Dependent Variable: keputusan nasabah pembiayaan

b. Predictors: (Constant), word of mouth, kualitas produk, citra merek

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan ouput SPSS 21.0 pada tabel 4.27 diatas diketahui F hitung sebesar 22,335 dan F tabel pada tingkat signifikansi 5% atau 0,05 dengan kebebasan df 1 = k (3) dan df2 = N-k (86-3 = 83), maka diperoleh F tabel sebesar 2,71. Dengan membandingkan antara F hitung dengan F tabel dapat diperoleh bahwa F hitung > F tabel (22,335 > 2,71) dan nilai signifikansi yang diperoleh 0,000 < 0,05, maka menolak H_0. Artinya secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas produk (X1), citra merek (X2) dan komunikasi lisan (X3) terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan murabahah di Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung.

6. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah suatu ukuran untuk mengetahui kesesuaian atau ketepatan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dalam suatu persamaan regresi. Deengan kata lain, koefisien determinasi menunjukkan kemampuan variabel X (X1, X2,

,

X3.....Xn) yang merupakan variabel bebas, menerangkan atau menjelaskan variabel Y yang merupakan variabel terikat.[6]

Berdasarkan dari hasil uji koefisien determinasi dengan menggunakan program SPSS.21.0 sebagai berikut :

Tabel 4.27
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.671[a]	.450	.430	1.229

a. Predictors: (Constant), word of mouth, kualitas produk, citra merek

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Dari hasil Output SPSS 21.0 diatas, dapat diketahui bahwa nilai *R Square* atau koefisien determinasi adalah 0,45 artinya 45% (0,45 x 100%) variabel dependen keputusan nasabah mengambil pembiayaan dijelaskan oleh variabel independen yang terdiri dari kualitas produk, citra merek, komunikasi lisan dan sisanya 55% dijelaskan oleh variabel lain di luar variabel yang digunakan.

[6] Suharyadi dan Purwanto, *Statistika : Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), hal. 217