

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Bank Muamalat Indonesia

PT Bank Muamalat Indonesia Tbk didirikan pada 24 *Rabiul Tsani* 1412 H atau 1 November 1991, diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Pemerintah Indonesia yang kegiatannya dioperasikan pada 27 Syawal 1412 H atau 1 Mei 1992. Dengan dukungan nyata dari eksponen Ikatan Cendekiawan Muslim se-Indonesia (ICMI) dan beberapa pengusaha muslim, pendirian Bank Muamalat juga menerima dukungan masyarakat, terbukti dari komitmen pembelian saham Perseroan senilai Rp.84 Miliar pada saat penandatanganan akta pendirian Perseroan. Selanjutnya, pada acara silaturahmi peringatan pendirian tersebut di Istana Bogor, diperoleh tambahan komitmen dari masyarakat Jawa Barat yang turut menanam modal senilai Rp.106 Miliar.¹

Pada tanggal 27 Oktober 1994, hanya dua tahun setelah didirikan, Bank Muamalat berhasil menyandang predikat sebagai Bank Devisa. Pangkuan ini semakin memperkokoh posisi Perseroan sebagai bank syariah pertama dan terkemuka di Indonesia dengan beragam jasa dan produk.

¹Sejarah Bank Muamalat KCU Kediri diakses dalam <https://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat> diakses pada 18 Agustus 2020

Pada akhir tahun 90-an, Indonesia dilanda krisis moneter yang merugikan sebagian besar perekonomian Asia Tenggara. Sektor perbankan nasional tergulung oleh kredit macet di segmen korporasi. Bank Muamalat pun terimbas dampak krisis. Di tahun 1998, rasio pembiayaan macet (NPF) mencapai lebih dari 60%. Perseroan mencatat rugi sebesar Rp. 105 Miliar. Ekuitas mencapai titik terendah, yaitu Rp. 39,3 Miliar, kurang dari sepertiga modal setoran awal.²

Dalam upaya memperkuat permodalannya, Bank Muamalat mencari pemodal yang potensial, dan dianggapi secara positif oleh Islamic Development Bank (IDB) yang berkedudukan di Jeddah, Arab Saudi. Pada RUPS tanggal 21 Juni 1999 IDB secara resmi menjadi salah satu pemegang saham Bank Muamalat. Oleh karenanya, kurun waktu antara tahun 1999 dan 2002 merupakan masa-masa yang penuh tantangan sekaligus keberhasilan bagi Bank Muamalat.³ Dalam kurun waktu tersebut, Bank Muamalat berhasil membalikan kondisi dari rugi menjadi laba berkat upaya dan dedikasi setiap Kru Muamalat, ditunjang oleh kepemimpinan yang kuat strategi pengembangan usaha yang tepat, serta ketaatan terhadap pelaksanaan perbankan syariah secara murni.

Melalui masa-masa sulit ini, Bank Muamalat berhasil bangkit dari keterpurukan. Diawali dari pengangkatan kepengurusan baru dimana seluruh anggota Direksi diangkat dari dalam tubuh Muamalat. Bank

²Sejarah Bank Muamalat dalam <https://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat>

³*Ibid*

Muamalat kemudian menggelar rencana kerja lima tahun dengan penekanan pada :

- a. Tidak mengandalkan setoran modal tambahan dari para pemegang saham,
- b. Tidak melakukan PHK satu pun terhadap sumber daya insani yang ada, dan dalam hal pemangkasan biaya, tidak memotong hak Kru Muamalat sedikitpun,
- c. Pemulihan kepercayaan dan rasa percaya diri Kru Muamalat menjadi prioritas utama di tahun pertama kepengurusan Direksi baru,
- d. Peletakan landasan usaha baru dengan menegakkan disiplin kerja Muamalat menjadi agenda utama di tahun kedua,
- e. Pembangunan tonggak-tonggak usaha dengan menciptakan serta menumbuhkan peluang usaha menjadi sasaran Bank Muamalat pada tahun ketiga dan seterusnya, yang akhirnya membawa Bank kita, dengan rahmat Allah RabbulIzzati, ke era pertumbuhan baru memasuki tahun 2004 dan seterusnya.⁴

Saat ini Bank Muamalat memberikan layanan bagi lebih dari 2,5 juta nasabah melalui 275 gerai yang tersebar di 33 provinsi di Indonesia. jaringan BMI didukung pula oleh aliansi melalui lebih dari 4000 KANTOR POS online/SOPP diseluruh Indonesia, 32.000 ATM, serta 95.000 merchant debit. BMI saat ini juga merupakan

⁴*Ibid*

satu-satunya bank syariah yang telah membuka cabang luar negeri, yaitu di Kuala Lumpur, Malaysia. Untuk meningkatkan aksesibilitas nasabah di Malaysia, kerjasama dijalankan dengan jaringan Malaysia Electronic Payment System (MEPS) sehingga layanan BMI dapat diakses di lebih dari 2000 ATM di Malaysia. Sebagai Bank Pertama Murni Syariah, bank muamalat berkomitmen untuk menghadirkan layanan perbankan yang tidak hanya comply terhadap syariah, namun juga kompetitif dan aksesibel bagi masyarakat hingga pelosok nusantara.

Komitmen tersebut diapresiasi oleh pemerintah, media massa, lembaga nasional dan internasional serta masyarakat luas melalui lebih dari 70 award bergengsi yang diterima oleh BMI dalam 5 tahun terakhir. Penghargaan yang diterima antara lain sebagai Best Islamic Bank di Indonesia 2009 oleh Islamic Finance News (Kuala Lumpur), sebagai Best Islamic Financial Institution in Indonesia 2009 oleh Global Finance (New York) serta sebagai The Best Islamic Finance House in Indonesia 2009 oleh Alpha South East Asia (Hong Kong).⁵

Pada tahun 2012, Bank Muamalat Indonesia melakukan rebranding pada logo Bank untuk meningkatkan awareness terhadap image sebagai Bank Syariah Islami, Modern, dan Profesional.

⁵*Ibid*

2. Visi dan Misi BMI

1. Visi BMI

“Menjadi bank syariah terbaik dan termasuk dalam 10 besar bank di Indonesia dengan eksistensi yang diakui di tingkat regional”.

2. Misi BMI

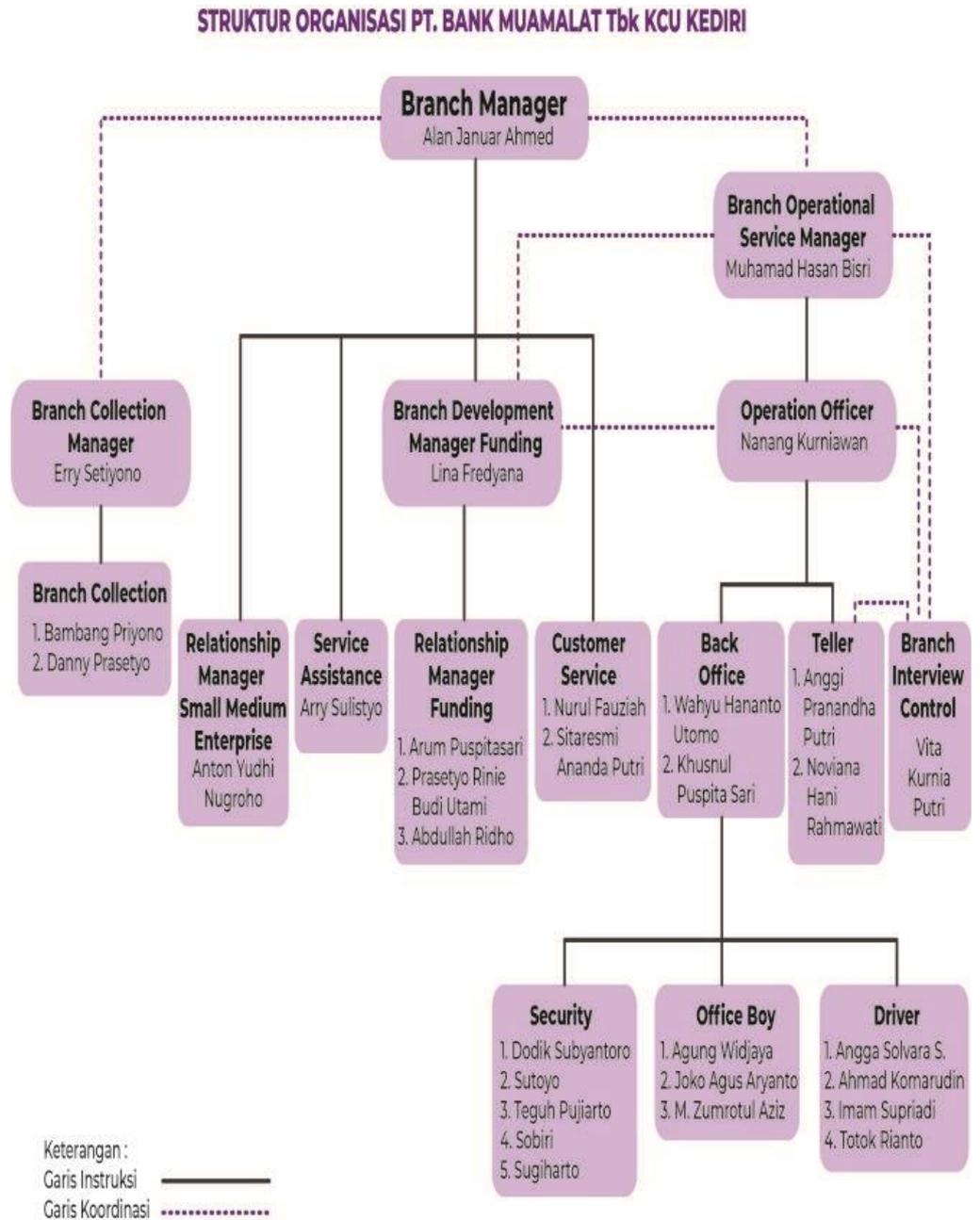
Membangun Lembaga Keuangan Syariah yang unggul dan berkesinambungan dengan penekanan pada semangat kewirausahaan berdasarkan prinsip kehati-hatian, keunggulan sumberdaya manusia yang Islami dan profesional serta orientasi investasi yang inovatif, untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan.⁶

3. Struktur Organisasi BMI

Struktur organisasi merupakan suatu lembaga 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.

⁶ Visi dan misi Bank Muamalat KCU Kediri dalam <https://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat>

Gambar 4.1
Struktur Organisasi BMI



Sumber : Data Intern PT Bank Muamalat Indonesia Tbk. KCU Kediri

4. Produk- produk Bank Muamalat Indonesia KCU Kediri

BMI dalam menawarkan dan memasarkan produk kemasyarakatan, BMI menggunakan prinsip-prinsip syariah. Prinsip utama Bank Muamalat sebagai bank syariah adalah pada tata cara atau ketentuan pemberian imbalan yang dilakukan dengan sistem bagi hasil. Dengan demikian, realisasi imbalan yang diterima nasabah akan berbeda setiap bulannya tergantung pendapatan investasi yang dilakukan bank pada bulan tersebut.

Macam-macam produk yang ada di BMI: ⁷

1. Produk Penghimpun Dana
 - a) Giro Wadiah
 - 1) Giro Muamalat Attijary I
 - 2) Giro Muamalat Ultima IB
 - b) Tabungan
 - a. Tabungan Muamalat
 - b. Tabungan Muamalat Dollar
 - c. Tabungan Haji Arafah
 - d. Tabungan Haji Arafah Plus
 - e. Tabungan Muamalat Umroh
 - f. Tabungan Ku
 - g. Tabungan IB Muamalat Rencana
 - h. Tabungan Muamalat Prima IB

⁷Produk Bank Muamalat KCU Kediri diakses dalam <https://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat>

- i. Tabungan Muamalat Wisata
- c) Deposito
 - a. Deposito Mudharabah
 - b. Deposito Fulinves
- 2. Produk Pembiayaan
 - a. Pembiayaan Konsumen
 - b. KPR Muamalat IB
 - c. Auto muamalat
 - d. Pembiayaan Modal Kerja
 - e. Pembiayaan Investasi
 - 1. Pembiayaan Investasi
 - 2. Pembiayaan Hunian Syariah Bisnis

B. Profil Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah BMI. Adapun jumlah responden yang ditentukan sebagai sampel adalah sebanyak 80 orang/nasabah dengan teknik *Accidental Sampling* (menentukan sampel secara kebetulan) dikarenakan tidak diketahuinya jumlah populasi secara jelas.

C. Deskripsi Responden

Untuk mempermudah dalam mengidentifikasi responden dalam penelitian ini (nasabah BMI), maka diperlukan gambaran mengenai karakteristik responden. Adapun gambaran karakteristik responden adalah sebagai berikut:

a. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Dari hasil penelitian yang di lakukan oleh peneliti di peroleh data responden yang menggunakan jasa BMI .adalah berjenis kelamin laki laki dan perempuan, dengan data yang di olah sebagai berikut :

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
Di BMI

No.	JenisKelamin	Jumlah	Persentase (%)
1.	Laki- laki	34	42 %
2.	Perempuan	46	57 %
Total		80	100%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2020

Dari tabel 4.1 diatas menunjukkan bahwa responden dengan jenis kelamin laki-laki lebih sedikit dari pada responden dengan jenis kelamin perempuan. Responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 34 orang responden atau 42 % dan responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 46 orang responden atau 57 %.

b. Karakteristik Berdasarkan Umur

Dari hasil penelitian yang di lakukan oleh peneliti di peroleh data responden yang menggunakan jasa BMI adalah berjenis kelamin laki laki dan perempuan dengan beberapa umur yang sudah di olah dalam tabel berikut ini :

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Umur
Di BMI

No.	Umur	Jumlah	Persentase (%)
1.	20 - 30 tahun	26	32.5 %
2.	31 - 40 tahun	35	43.8 %
3.	41 - 50 tahun	15	18.8 %
4.	Lebih dari 50 tahun	4	5.0 %
	Total	80	100%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2020

Dari tabel 4.2 diatas menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan umur di dominasi oleh responden dengan umur 31-40 tahun. Dimana umur 31-40 tahun sebanyak 35 orang atau 43.8 %, umur 20-30 tahun sebanyak 26 orang atau 32.5 %, umur 41-50 tahun sebanyak 15 orang atau 18.8%, dan sisanya 5.0 % atau 4 orang responden adalah umur lebih dari 50 tahun.

c. Karakteristik Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Dari hasil penelitian yang di lakukan oleh peneliti di peroleh data responden yang menggunakan jasa BMI adalah berjenis kelamin laki laki dan perempuan dengan berbagai tingkat pendidikan yaitu : SD, SMP, Diploma maupun Sarjana. Di sajikan dalam data sebagai berikut sebagaimana data yang sudah di olah terlebih dahulu :

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Di BMI

No.	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase (%)
1.	SD	9	11.2 %
2.	SMP	11	13.8 %
3.	SMA	13	16.2 %
4.	Diploma	11	13.8 %
5.	Sarjana	36	45.0 %
	Total	80	100 %

Sumber : Data Primer yang diolah, 2020

Dari data tabel 4.3 diatas menunjukkan bahwa karakteristik pendidikan didominasi oleh responden dengan pendidikan terakhir sarjana sebanyak 36 orang atau 45.0 %, pendidikan SMA sebanyak 25 orang atau 16.2%, SMP sebanyak 11 orang atau 13.8%, diploma sebanyak 11 orang atau 13.8 %, sedangkan sisanya sebanyak 11,2% atau 9 orang adalah responden dengan pendidikan terakhir SD.

d. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

Dari hasil penelitian yang di lakukan oleh peneliti di peroleh data responden yang menggunakan jasa BMI adalah berjenis kelamin laki laki dan perempuan. Dengan berbagai macam pekerjaan yaitu PNS, Pegawai Swasta, Wiraswasta, dan Petani sehari hari sebagai sumber penghasilannya. Di olah dalam data sebagai berikut :

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan
Di BMI

No.	Jenis Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
1.	PNS	39	48.8 %
2.	Pegawai Swasta	23	28.8 %
3.	Wiraswasta	11	13.8 %
4.	Petani	7	8.8 %
	Total	80	100 %

Sumber : Data Primer yang diolah, 2020

Dari tabel 4.4 diatas menunjukkan bahwa karakteristik berdasarkan jenis pekerjaan responden didominasi oleh PNS. Dimana nasabah dengan pekerjaan PNS sebanyak 39 orang atau 48.8 %, nasabah dengan pekerjaan pegawai swasta sebanyak 23 orang atau 28.8 %, dan sebanyak 11 orang atau 13.8 % dengan pekerjaan wiraswasta, sedangkan sisanya sebanyak 8.8 % atau 7 orang adalah responden dengan pekerjaan petani.

e. Karakteristik Berdasarkan Jumlah Pendapatan

Dari hasil penelitian yang di lakukan oleh peneliti di peroleh data responden yang menggunakan jasa BMI adalah berjenis kelamin laki laki dan perempuan. Dengan berbagai jumlah pendapatannya yang di peroleh dari pekerjaannya sebagaimana data yang sudah di olah sebagai berikut :

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pendapatan Di BMI

No.	Jumlah Pendapatan	Jumlah	Persentase (%)
1.	<1.000.000	9	11.2 %
2.	2.500.000-5.000.000	28	35.0 %
3.	1.000.000-2.500.000	25	31.2 %
4.	>5.000.000	18	22.5 %
	Total	80	100 %

Sumber : Data Primer yang diolah, 2020

Dari tabel 4.5 diatas menunjukkan bahwa karakteristik berdasarkan jumlah pendapatan responden didominasi oleh 2.500.000-5.000.000. Dimana nasabah yang berpendapatan 2.500.000-5.000.000 sebanyak 28 orang atau 35.0 %, nasabah dengan pendapatan 1.000.000-2.500.000 sebanyak 25 orang atau 31.2 %, dan sebanyak 18 orang atau 22.5 % berpendapatan >5.000.000, sedangkan sisanya sebanyak 9 orang atau 11.2 % adalah responden berpendapatan <1.000.000.

f. Karakteristik Berdasarkan Lama Bertahan Menjadi Nasabah di Bank Muamalat

Dari hasil penelitian yang di lakukan oleh peneliti di peroleh data responden yang menggunakan jasa BMI adalah berjenis kelamin laki laki dan perempuan sebagaimana Lamanya responden tersebut menggunakan jasa BMI. Di sajikan dalam data yang di olah sebagai berikut :

Tabel 4.6
Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Bertahan
Di BMI

No.	Lama Bertahan	Jumlah	Persentase (%)
1.	Kurang dari 1 tahun	8	10.0 %
2.	1 tahun	24	30.0 %
3.	2 tahun	19	23.8 %
4.	3 tahun	29	36.2 %
	Total	80	100 %

Sumber : Data Primer yang diolah, 2020

Dari tabel diatas 4.6 menunjukkan bahwa karakteristik berdasarkan waktu lama bertahan menjadi nasabah didominasi selama 3 tahun. Dimana nasabah yang bertahan selama 3 tahun sebanyak 29 orang atau 36.2 %, nasabah yang bertahan selama 1 tahun sebanyak 24 orang atau 30.0 %, dan sebanyak 19 orang atau 23.8 % mampu bertahan selama 2 tahun, sedangkan sisanya sebanyak 10.0 % atau 8 orang bertahan kurang dari 1 tahun.

D. Deskripsi Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini terdiri dari 2 variabel bebas yaitu kualitas produk (X1), nilai Islam (X2) serta 1 variabel terikat yaitu kepuasan nasabah (Y) diBMI. Data- data tersebut diperoleh dari hasil angket yang telah disebarakan oleh peneliti. Hasil kuisisioner ini merupakan penelitian dari responden berdasarkan apa yang mereka rasakan atau alami selama menjadi nasabah diBMI. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut :

a. Variabel Kualitas Produk (X1)

Pada variabel kualitas produk (X1) terdapat 8 (delapan) pertanyaan yang terdiri dari : performa produk-produk BMI keistimewaan bahwa produk-produk Bank Muamalat Kediri sudah terjamin karena sudah ada sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI), produk Bank Muamalat Kediri sangat sesuai antara isi dan tampilannya, produk yang dimiliki Bank Muamalat Kediri sangat handal karena dengan sistem bagi hasil, bahwa produk Bank Muamalat Kediri selalu dipantau oleh Dewan Pengawas Syariah, Bank Muamalat Kediri mampu memberikan pelayanan yang cepat, bahwa produk Bank Muamalat Kediri sangat bagus.

Berikut hasil akumulasi dari variabel kualitas produk (X1) :

Tabel 4.7
Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X1)
Di BMI

Kategori	Skor	Jumlah pertanyaan dari responden								total	Persen
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8		
Sangat setuju	5	50	49	54	50	45	43	46	32	369	3,69 %
Setuju	4	1	8	9	10	16	17	16	20	97	9,7 %
Ragu ragu	3	4	1	1	3	1	2	5	11	28	2,8 %
Tidak setuju	2	-	1	-	-	1	-	-	1	3	1,1 %
Sangat tidak setuju	1	25	21	16	17	17	43	13	16	168	1,68 %

Sumber : Data Primer yang diolah, 2020

Berdasarkan keterangan tabel 4.7 menunjukkan bahwa dari 80 responden, mayoritas responden yang menyatakan jawaban sangat setuju

yaitu sebanyak 369 jawaban atau 3,69 % terhadap item atau pernyataan dari variabel kualitas produk, terdapat juga jawaban setuju sejumlah 97 jawaban atau 9,7 %, jawaban ragu- ragu sejumlah 28 jawaban atau 2,8 %, jawaban tidak setuju sejumlah 3 jawaban atau 1,1 %, dan jawaban sangat tidak setuju sejumlah 168 jawaban atau 1,68 % terhadap item atau pernyataan dari variabel kualitas produk.

b. Variabel Nilai Islam (X2)

Pada variabel nilai Islam (X2) terdapat 5 (Lima) pertanyaan yang terdiri dari : Bank Muamalat Kediri menerapkan prinsip keadilan kesederajatan, dan kententraman dengan cara diberlakukannya system bagi hasil (Profit and Loss Sharing),

Berikut hasil akumulasi dari variabel nilai Islam (X2) :

Tabel 4.8
Deskripsi Variabel nilai Islam (X2)
Di BMI

Kategori	Skor	Jumlah pertanyaan dari responden					Total	Persen
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5		
Sangat setuju	5	58	62	63	56	60	299	2.99 %
Setuju	4	10	7	10	13	12	52	0.52 %
Ragu ragu	3	-	-	-	1	-	1	0.01 %
Tidak setuju	2	-	-	-	-	-	0	0 %
Sangat tidak setuju	1	12	11	7	10	8	48	0.48 %

Sumber : Data Primer yang diolah, 2020

Berdasarkan keterangan tabel 4.8 menunjukkan bahwa dari 80 responden, mayoritas responden yang menyatakan jawaban sangat setuju yaitu sebanyak 299 jawaban atau 2.99 % terhadap item atau pernyataan

dari variabel nilai islam, terdapat juga jawaban setuju sejumlah 52 jawaban atau 0.52 %, jawaban ragu- ragu sejumlah 1 jawaban atau 0.01 %, jawaban tidak setuju sejumlah 0 jawaban atau 0 %, dan jawaban sangat tidak setuju sejumlah 48 jawaban atau 0.48 % terhadap item atau pernyataan dari variabel nilai Islam.

c. Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

Pada variabel kepuasan nasabah (Y) terdapat 5 (Lima) pertanyaan yang terdiri dari : kehandalan, daya tanggap, jaminan , empati dan produk produk fisik yang ada di BMI. Berikut hasil akumulasi dari variabel nilai islam (Y) :

Tabel 4.9
Deskripsi Variabel Kepuasan Nasabah (Y)
Di BMI

Kategori	Skor	Jumlah pertanyaan dari responden					Total	Persen
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5		
Sangat setuju	5	46	47	47	46	47	233	2.33 %
Setuju	4	11	18	22	15	17	83	0.83 %
Ragu ragu	3	1	1	3	3	2	10	0.1 %
Tidak setuju	2	-	-	-	-	-	0	0 %
Sangat tidak setuju	1	22	14	8	16	14	74	0.74%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2020

Berdasarkan keterangan tabel 4.9 menunjukkan bahwa dari 80 responden, mayoritas responden yang menyatakan jawaban sangat setuju yaitu sebanyak 233 jawaban atau 2.33 % terhadap item atau pernyataan dari variabel kepuasan nasabah, terdapat juga jawaban setuju sejumlah 83 jawaban atau 0.83 %, jawaban ragu- ragu sejumlah 10 jawaban atau 0.1 %,

jawaban tidak setuju sejumlah 0 jawaban atau 0 %, dan jawaban sangat tidak setuju sejumlah 74 jawaban atau 0.74 % terhadap item atau pernyataan dari variabel kepuasan nasabah.

E. Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas ini digunakan untuk mengetahui apakah ada pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner yang harus dibuang atau diganti karena dianggap tidak relevan.⁸ Sebuah instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkap sebuah data yang diperoleh dari variabel yang diteliti secara tepat.

Dalam penelitian ini kriteria dari validitas variabel kualitas produk, nilai Islam dan kepuasan nasabah di BMI yaitu koefisien korelasi masing- masing pertanyaan sama atau lebih besar dari 0,2199 maka butir instrumen tersebut dinyatakan valid.

Berikut ini hasil dari pengujian validitas pada kuisisioner yang di sebarakan pada sebagai BMI berikut :

⁸ Husein Umar, *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi Dan Thesis Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hal. 166

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Instrumen
Di BMI

Variabel	No item	Person Corellation	r tabel	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	X1.1	0,751	0,2199	Valid
	X1.2	0,752	0,2199	Valid
	X1.3	0,803	0,2199	Valid
	X1.4	0,778	0,2199	Valid
	X1.5	0,759	0,2199	Valid
	X1.6	0,702	0,2199	Valid
	X1.7	0,569	0,2199	Valid
	X1.8	0,415	0,2199	Valid
Nilai Islam (X2)	X2.1	0,788	0,2199	Valid
	X2.2	0,854	0,2199	Valid
	X2.3	0,696	0,2199	Valid
	X2.4	0,763	0,2199	Valid
	X2.5	0,612	0,2199	Valid
Kepuasan Nasabah (Y)	Y.1	0,667	0,2199	Valid
	Y.2	0,889	0,2199	Valid
	Y.3	0,868	0,2199	Valid
	Y.4	0,842	0,2199	Valid
	Y.5	0,691	0,2199	valid

Sumber : Data Primer yang di olah, 2020

Berdasarkan uji validitas diatas dapat diketahui bahwa seluruh item pernyataan kuesioner pada Bank Muamalat KCU Kediri yang terdiri dari 18 pernyataan, mempunyai nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,2199)

sesuai dengan dasar pengambilan keputusan tersebut maka item pernyataan kuesioner di BMI dapat dikatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji ini digunakan untuk menguji reliabel atau tidaknya instrumen penelitian. Untuk mengetahui hal tersebut, dilakukan uji reliabilitas dengan metode *Alpha Cronbach's*. Kriteria *cronbach's alpha* yaitu “apabila *cronbach's alpha* > 0,80 maka instrumen penelitian tersebut reliabel dan sebaliknya apabila *cronbach's alpha* < 0,80 maka instrumen tersebut tidak reliabel”.⁹

Berikut ini hasil dari pengujian reliabilitas pada kuisisioner yang disebarakan pada nasabah di BMI sebanyak 80 responden :

Tabel 4.11
Hasil Uji Reliabilitas
Di BMI

Variabel	Cronch Alpha	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,835	Sangat Reliabel
Nilai Islam (X2)	0,799	Sangat Reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	0,847	Sangat Reliabel

Sumber : Data Primer yang di olah, 2020

Berdasarkan hasil analisis diatas 4.11 menunjukkan bahwa *cronbach's alpha* hitung untuk variabel kualitas produk sebesar $0,835 > 0,81$, *cronbach's alpha* hitung untuk variabel nilai islam sebesar $0,799 > 0,81$, dan *cronbach's alpha* hitung untuk variabel kepuasan nasabah sebesar

⁹ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*, hal. 178

0,847 > 0,81. Maka dapat disimpulkan bahwa angket ini bersifat sangat reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas data dengan “*Kolmogorov-Smirnov*”, asumsi data dikatakan normal, jika variabel memiliki nilai signifikan lebih dari 0,05”.¹⁰ Berikut adalah hasil pengujian dengan *Kolmogorov-Smirnov*:

Tabel 4.12
Hasil Uji Normalitas One – Sample Kolmogrov- Smirnov
Di BMI

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test				
		kualitas produk	nilai islam	kepuasan nasabah
N		80	80	80
Normal Parameters ^a	Mean	34.01	23.11	21.74
	Std. Deviation	5.302	2.614	3.437
Most Extreme Differences	Absolute	.164	.252	.181
	Positive	.129	.235	.171
	Negative	-.164	-.252	-.181
Kolmogorov-Smirnov Z		1.467	2.257	1.617
Asymp. Sig. (2-tailed)		.129	.225	.115

a. Test distribution is Normal.

Sumber : Data Primer yang di olah, 2020

Berdasarkan tabel diatas 4.12, dapat diketahui bahwa sig. data untuk kualitas produk 0,129 maka lebih besar dari 0,05 ($0,129 > 0,05$) sehingga data berdistribusi normal. Sig. data untuk nilai islam adalah 0,225 maka lebih besar dari 0,05 ($0,225 > 0,05$) sehingga data

¹⁰Husein Umar, *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi Dan Thesis Bisnis...*, hal. 181

berdistribusi normal. Dan Sig. data untuk kepuasan nasabah adalah 0,115 maka lebih besar dari 0,05 ($0,115 > 0,05$) sehingga data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui gejala korelasi antar variabel bebas yang digunakan dengan korelasi yang signifikan antar variabel.¹¹ Uji *Multikolinieritas* bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model Regresi yang baik, seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka terdapat masalah *multikolinieritas*. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya *multikolinieritas* di dalam model regresi antara lain dapat dilihat dari *VIF* (Variance Inflation Faktor) dan *Tolerance*. Jika tabel nilai pada tabel $VIF < 10$ maka tidak terjadi multikolinieritas dan sebaliknya jika nilai pada tabel $VIF > 10$ maka terjadi multikolinieritas.

Berikut ini hasil uji multikolinieritas masing masing variabel pada BMI:

¹¹*Ibid* , hal 117

Tabel 4.13
Hasil Uji Multikoloneritas
Di BMI

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	kualitas produk	.990	1.010
	nilai islam	.990	1.010

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

Sumber : Data primer yang di olah 2020

Berdasarkan dari tabel 4.13 diatas dapat diketahui hasil uji multikolineritas pada BMI untuk kualitas produk dengan VIF sebesar 1,010 dan *tolerance* sebesar 0,990, dan variabel nilai islam dengan VIF sebesar 1,010 dan *tolerance* sebesar 0,990.

c. Uji Heteroskedastisitas

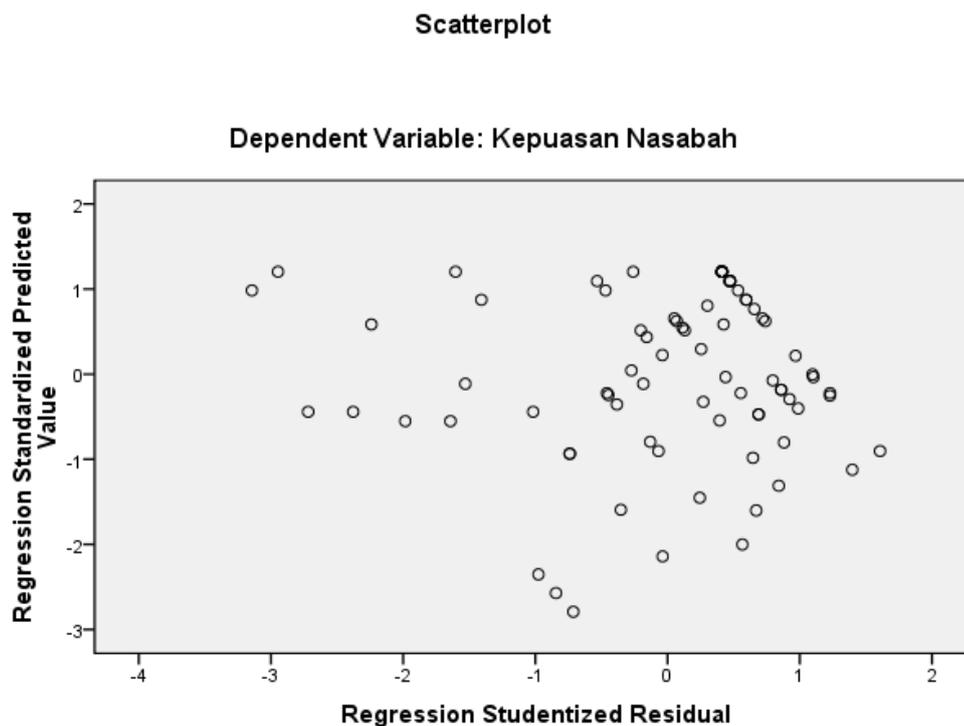
Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Serta untuk mendeteksi ada atau tidaknya masalah heteroskedastisitas dengan media grafik, apabila grafik membentuk pola khusus maka model terdapat heteroskedastisitas.

Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya *heteroskedastisitas* yaitu dengan menggunakan Grafik Plot (dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada Grafik Scatterplot).

Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengidentifikasi telah terjadi *Heterokedastisitas*.

Adapun hasil uji statistik heteroskedastisitas yang diperoleh dari di BMI sebagai berikut :

Gambar 4.1
Hasil Heteroskedastisitas
Di BMI



Berdasarkan uji heteroskedastisitas gambar 4.1 diatas, dapat diketahui bahwa pada pola Scatterplot pada BMI tidak terjadi heteroskedastisitas, hal ini ditunjukkan oleh titik-titik data yang tidak mempunyai pola tertentu yang teratur serta menyebar disekitar angka nol

dan tidak megumpul hanya diatas atau bawah saja. Sehingga model regresi layak untuk di pakai.

3. Uji Regresi Lininer Berganda

Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini bertujuan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel independen dan variabel dependen, untuk mendapatkan tingkat akurasi dan dapat mengetahui pengaruh signifikan atau tidak.

Dan digunakan untuk mengetahui pola hubungan antara variabel *independen* yaitu kualitas produk (X1) dan nilai (X2), dengan variabel *dependennya* yaitu kepuasan nasabah (Y).

Hasil uji regresi linier berganda dalam penelitian ini dapat dilihat dalam tabel dibawah ini:

Tabel 4.14
Hasil Regresi Linier Berganda
Di BMI

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.068	3.576		1.137	.259
	kualitas produk	.186	.065	.287	2.877	.005
	nilai islam	.491	.131	.373	3.747	.000

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

Sumber : Data Primer yang di olah, 2020

Berdasarkan tabel 4.14 diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

$$\text{Kepuasan Nasabah} = 4,068 + 0,186 X_1 + 0,491 X_2 + e$$

Dari model persamaan regresi linier berganda tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta sebesar 4,068 menyatakan bahwa apabila variabel kualitas produk, dan nilai Islam tidak ada, jika variable X_1 , X_2 dalam keadaan konstan (tetap/tidak ada perubahan) maka koefisien kepuasan nasabah sebesar 4,068 satu satuan di BMI.
- b. Koefisien regresi X_1 (kualitas produk) sebesar 0,186 artinya bahwa setiap kenaikan satu satuan kualitas produk maka akan meningkatkan kepuasan nasabah 0,186 satu satuan. Dan sebaliknya, setiap penurunan satu satuan kualitas produk, akan menurunkan kepuasan nasabah sebesar 0,186 satu satuan BMI.
- c. Koefisien regresi X_2 (nilai Islam) sebesar 0,491 artinya bahwa setiap kenaikan satu satuan nilai Islam maka akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,491 satu satuan. Dan sebaliknya, setiap penurunan satu satuan nilai Islam, akan menurunkan kepuasan nasabah sebesar 0,491 satu satuan di BMI.

4. Uji Hipotesis

a. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji apakah pernyataan dalam hipotesis itu benar. Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individual dalam

menerangkan variabel dependen, pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05. Atau dengan melihat nilai t_{hitung} dan t_{tabel} . Dimana jika nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka uji regresi dinyatakan signifikan. Dari uji t di dapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.15
Hasil uji t
Di BMI

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.068	3.576		1.137	.259
	kualitas produk	.186	.065	.287	2.877	.005
	nilai islam	.491	.131	.373	3.747	.000

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

Sumber : Data Primer yang di olah, 2020

Diketahui bahwa t_{tabel} untuk $df = n - k = 80 - 3 = 77$ dengan signifikansi 5% (0,05) adalah $t_{tabel} = 1,66488$. Untuk mengetahui 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 H_1 dapat diterima, dan sebaliknya $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_1 ditolak.

1. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah di BMI

H_0 = Ada pengaruh tidak signifikan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah.

H_1 = Ada pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan hasil dari analisis regresi secara parsial variabel kualitas produk memiliki nilai t_{hitung} lebih besar t_{tabel} ($2,877 > 1,664$) maka H_0 di tolak dan H_1 diterima.

Dan diketahui juga nilai sig. $0,005 < 0,05$. Maka hipotesa 1 teruji sehingga kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di BMI.

2. Pengaruh nilai Islam terhadap kepuasan nasabah di BMI

H_0 = Ada pengaruh tidak signifikan nilai Islam terhadap kepuasan nasabah

H_1 = Ada pengaruh yang signifikan nilai Islam terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan hasil dari analisis regresi secara parsial variabel pengetahuan produk memiliki nilai t_{hitung} lebih besar t_{tabel} ($3,747 > 1,664$) maka H_0 di tolak dan H_1 diterima. Dan diketahui juga nilai sig. $0,000 < 0,05$. Maka hipotesa 1 teruji sehingga nilai Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap kepuasan nasabah di BMI.

b. Uji F

Uji F atau uji koefisien regresi f dilakukan untuk mengetahui apakah secara bersama-sama variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Uji F ini dilakukan untuk melihat pengaruh secara simultan atau secara bersama- sama antara variabel kualitas produk, dan nilai islam terhadap kepuasan nasabah di BMI. Pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05 dari uji F didapatkan hasil sebagai berikut :

Tabel 4.16
Hasil Uji F
Di BMI

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	226.769	2	113.385	12.354	.000 ^a
	Residual	706.718	77	9.178		
	Total	933.488	79			

a. Predictors: (Constant), Nilai Islam, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : Data Primer yang di olah, 2020

Berdasarkan dari hasil tabel ANOVA diatas diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 12,354 dan F_{tabel} sebesar 3,12 Sehingga dapat diketahui bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ (12,354 > 3,12). Dan nilai dari sig. (0,000) lebih kecil dari taraf signifikan ($\alpha = 0,05$) Maka hasil menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan terima H_1 , artinya variabel kualitas produk, dan nilai Islam secara bersama- sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah diBMI.

5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis ini untuk mengetahui sebesar besar sumbangan atau kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. nilai koefisien

determinasi R^2 adalah nol dan satu, jika koefisien nya determinasi sama dengan nol, maka variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. jika koefisien nya mendekati angka satu maka variabel akan berpengaruh sempurna terhadap variabel dependen.

Tabel 4.17
Hasil Koefisien Determinasi (R^2)
Di BMI

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.493 ^a	.243	.223	3.030

a. Predictors: (Constant), Nilai Islam, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : Data primer yang di olah, 2020

Berdasarkan tabel 4.17 diketahui *Adjusted R Square* sebesar 0,223 atau 24%. Hal ini berarti bahwa variabel- variabel bebas yaitu kualitas produk, dan nilai Islam mampu menjelaskan variabel terikat yaitu kepuasan nasabahBMI. Sedangkan sisanya sebesar (100% - 24% = 76 %) dijelaskan oleh variabel lain.