

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Profil Lembaga

a) Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar

Bank Muamalat Indonesia memulai perjalanannya sebagai Bank Syariah pertama di Indonesia pada 1 November 1991 atau 24 Rabi'us Tsani 1421 H. Pendirian Bank Muamalat Indonesia digagas oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI), Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan pengusaha Muslim yang kemudian mendapat dukungan dari Pemerintah Republik Indonesia. Sejak resmi beroperasi pada 1 Mei 1992 atau 27 Syawal 1421 H, Bank Muamalat Indonesia terus berinovasi dan mengeluarkan produk-produk keuangan syariah seperti Asuransi syariah (Asuransi tafakul), Dana Pensiun Lembaga Keuangan Muamalat (DPLK Muamalat) dan multifinance syariah syariah (Al-Ijarah Indonesia Finance) yang seluruhnya menjadi terobosan di Indonesia. Selain itu produk Bank yaitu Shar-e yang diluncurkan pada tahun 2004 juga merupakan tabungan instan pertama di Indonesia. Produk Shar-e Gold Debit Visa yang diluncurkan pada tahun 2011 tersebut mendapatkan penghargaan dari Museum Rekor Indonesia (MURI) sebagai Kartu Debit Syariah dengan teknologi chip pertama di Indonesia serta layanan e-channel seperti internet banking, mobile banking, ATM, dan cash management. Seluruh produk-produk tersebut menjadi pionir produk syariah di Indonesia dan menjadi tonggak sejarah penting di industri perbankan syariah.⁵⁸

Pada 27 Oktober 1994, Bank Muamalat Indonesia mendapatkan izin sebagai Bank Devisa dan terdaftar sebagai perusahaan publik yang tidak

⁵⁸ <https://www.bankmuamalat.co.id/>

listing di Bursa Efek Indonesia (BEI). Pada tahun 2003, Bank dengan percaya diri melakukan Penawaran Umum Terbatas (PUT) dengan Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu (HMETD) sebanyak 5 (lima) kali dan merupakan lembaga perbankan pertama di Indonesia yang mengeluarkan Sukuk Subordinasi Mudharabah. Aksi korporasi tersebut semakin menegaskan posisi Bank Muamalat Indonesia di peta industri perbankan Indonesia.

Seiring kapasitas Bank yang semakin diakui, Bank semakin melebarkan sayap dengan terus menambah jaringan Kantor cabangnya di seluruh Indonesia. Pada tahun 2009, Bank mendapatkan izin untuk membuka Kantor cabang di Kuala Lumpur, Malaysia dan menjadi bank pertama di Indonesia serta satu-satunya yang mewujudkan ekspansi bisnis di Malaysia. Hingga saat ini, Bank telah memiliki 325 Kantor layanan termasuk 1 (satu) kantor cabang di Malaysia. Operasional Bank juga didukung oleh jaringan layanan yang luas berupa 710 unit ATM Muamalat, 120.000 jaringan ATM Bersama dan ATM Prima, serta lebih dari 11.000 jaringan ATM di Malaysia melalui Malaysia *Electronic Payment* (MEPS).

Menginjak usianya yang ke-20 pada tahun 2012, Bank Muamalat Indonesia melakukan rebranding pada logo Bank untuk semakin meningkatkan awareness terhadap image sebagai Bank syariah Islami, Modern dan Profesional. Bank pun terus mewujudkan berbagai pencapaian serta prestasi yang diakui baik secara nasional maupun internasional. Hingga saat ini, Bank beroperasi bersama beberapa entitas anaknya dalam memberikan layanan terbaik yaitu Al-Ijarah Indonesia Finance (ALIF) yang memberikan layanan pembiayaan syariah, (DPLK Muamalat) yang memberikan layanan dana pensiun melalui Dana Pensiun

Lembaga Keuangan, dan Baitulmaal Muamalat yang memberikan layanan untuk menyalurkan dana Zakat, Infakdan Sedekah (ZIS).

Sejak tahun 2015, Bank Muamalat Indonesia bermetamorfosa untuk menjadi entitas yang semakin baik dan meraih pertumbuhan jangka panjang. Dengan strategi bisnis yang terarah Bank Muamalat Indonesia terus melaju mewujudkan visi menjadi “The Best Islamic Bank and Top 10 Bank in Indonesia with Strong Regional Presence”.

b) Visi dan Misi

1) Visi

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

2) Misi

Membangun lembaga keuangan syariah yang unggul dan berkesinambungan dengan penekanan pada semangat kewirausahaan berdasarkan prinsip kehati-hatian, keunggulan sumber daya manusia yang islami dan professional serta orientasi investasi yang inovatif memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan.

TABEL 4.1
Daftar Kantor Layanan Bank Muamalat

NO	Cabang	Alamat	Kota
1	BINTARO JAYA	Ruko Emerald Avenue 2 Blok EB/B No. 16-18, Bintaro Jaya, Tangerang Selatan	Tangerang
2	BUMI SERPONG DAMAI	Jl. Pahlawan Seribu Sektor IV Kav.D7 Blok RD No.73 Ruko Perkantoran BSD Serpong Tangerang 15310	Tangerang Selatan
3	CILEGON	Ruko Monalisa JL. Raya Serang Cilegon No.8 RT 001 RW 001 Kel/Kec Cibeer Cilegon Banten 42423	Cilegon
4	ROXY	Ruko Roxy Mas Blok B1 No. 7 Jl. KH. Hasyim Ashari, Jakarta Barat 10150	Jakarta Barat
5	SERANG	Jl. Ahmad Yani No. 91 Kel. Sumur Pecung Kec. Serang Kota Serang, Banten	Serang
6	ARTHALOKA	Gedung ArthaloKa Jl. Jend. Sudirman Kav.2, Kel. Karet Tengsin, Kec. Tanah Abang, Jakarta Pusat	Jakarta Pusat
7	BOGOR	Jl. Pajajaran No. 165 RT 03 RW 05 Kel. Bantarjati, Kec. Bogor Utara	Bogor

8	DEPOK	Jl. Margonda Raya No. 187 RT 002 RW 015 Kel. Kemirimuka Kec. Beji Kota Depok Jawa Barat	Depok
9	FATMAWATI	Jl. RS. Fatmawati No. 15 B-D Jaksel 12420	Jakarta Selatan
10	MUAMALAT TOWER	Muamalat Tower, Jl. Prof. Dr. Satrio Kav. 18, Jakarta	Jakarta
11	KALIMALANG	Ruko Duta Permai Plaza Blok B II No. 20-22 Jl. KH. Noer Ali (d/h Jl. Raya Kalimalang Jakasampurna - Bekasi Barat)	Bekasi
12	KARAWANG	Jl. Tuparev No. 297, Karawang Barat, Kab. Karawang, Jawa Barat	Karawang
13	KELAPA GADING	Jl. Boulevard Raya Kelapa Gading Blok LA/6 No. 34,35 Jakarta 14240	Jakarta Utara
14	RAWAMANGUN	JL. PAUS NO. 83 B-C KEL. JATI, KEC. PULO GADUNG JAKARTA TIMUR 13220	Jakarta Timur
15	DENPASAR	Jl. Teuku Umar No. 82 Denpasar, Bali	Denpasar
16	CAPEM NEGARA	Jl. Gatot Subroto no. 11, Negara, Jembrana, Bali	Jembrana
17	JEMBER	Jl. PB. Sudirman No. 35 Jember	Jember
18	CAPEM SITUBONDO	Jl. A. Yani No. 197 A Situbondo	Situbondo
19	CAPEM BANYUWANGI	Jl. Adi Sucipto No. 40 A, Banyuwangi	Banyuwangi
20	KEDIRI	Jl. Hasanuddin No. 26 Kel. Dandangan Kediri 64122	Kediri
21	CAPEM MADIUN	Jl. Kol Marhadi No. 20 Madiun	Madiun
22	CAPEM PONOROGO	Jl. Soekarno Hatta Kav 35 dan 37 Ponorogo	Ponorogo
23	CAPEM NGANJUK	JL GATOT SUBROTO NO 52 NGANJUK	Nganjuk
24	CAPEM BLITAR	Komplek Ruko Merdeka Timur Center Blok A-3 Kel. Kapanjen Lor Ke. Kapanjen Kidul Blitar	Blitar
25	CAPEM TULUNGAGUNG	JL SUPRIYADI NO 43 TULUNGAGUNG	Tulungagung
26	CAPEM LAMONGAN	JL LAMONGREJO NO 115 LAMONGAN	Lamongan
27	KUPANG	Jl. Jend. Sudirman No. 88 E-F Kupang	Kupang
28	MALANG	Jl Kertanegara No 2 Malang	Malang
29	CAPEM PASURUAN	Jl Panglima Sudirman No 34 F Pasuruan	Pasuruan
30	CAPEM PROBOLINGGO	JL. SUKARNO HATTA NO. 275 KAV 4 KEL. TISNONEGARAN PROBOLINGGO, JAWA TIMUR	Probolinggo
31	CAPEM BATU	Jl KH Agussalim Ruko Sukar Makmur Kav I No. 100 Batu Malang	Batu
32	MATARAM	Jl. Pejanggik No. 27 Cakranegara-Mataram	Mataram
33	CAPEM TALIWANG-KSB	JL. AHMAD YANI NO. 37 TALIWANG (84355)	Taliwang
34	SURABAYA	JL.RAYA DARMO 81 SURABAYA	Surabaya
35	CAPEM JOMBANG	JL. MERDEKA NO.22 JOMBANG	Jombang
36	CAPEM MOJOKERTO	JL. GAJAH MADA NO. 98 D MOJOKERTO	Mojokerto
37	BANDUNG	Jl. Buah Batu No. 276 A Bandung 40265, Kel. Cijagra Kec. Lengkong	Bandung
38	CAPEM GARUT	Jl. Ciledug No. 247 Garut, Kel. Kota Kulon, Kec. Garut Kota	Garut

39	CAPEM CIMAH	Jl. Amir Machmud No. 315 Ds. Cigugur Tengah, Kec. Cimahi, Kota Cimahi	Cimahi
40	CAPEM PURWAKARTA	Jl. RE Martadinata No. 39, Kel. Nagritengah, Kec. Purwakarta, Kota Purwakarta	Purwakarta
41	CAPEM SUBANG	Jl. Otista No. 94 Subang, Kel. Karang Anyar, Kec. Subang	Subang
42	CIANJUR	Jl. Ir. H. Djuanda No. 88, Kp. Salakopi RT 03 RW 18, Kelurahan Bojongherang, Kecamatan Cianjur, Kabupaten Cianjur	Cianjur
43	CIREBON	Jl. Siliwangi No. 60 Cirebon 45121	Cirebon
44	CAPEM KUNINGAN	Jl. Siliwangi No. 124 Kuningan 45511	Kuningan
45	CAPEM INDRAMAYU	Jl. Jend. Sudirman No. 170 Rt. 003 Rw. 007, Kel. Karanganyar, Kec. Indramayu, Kab. Indramayu	Indramayu
46	CAPEM MAJALENGKA	Jl. KH.Abdul Halim No. 81 RT/RW 03/11 Kab. Majalengka	Majalengka
47	SUKABUMI	Jl. Jend. Sudirman No. 77 Kota Sukabumi	Sukabumi
48	TASIKMALAYA	Jl. HZ. Mustofa No. 294 Kota Tasikmalaya	Tasikmalaya
49	KUDUS	Jl.Ahmad Yani No. IV/4 Kabupaten Kudus. Panjunan Kudus, Jawa Tengah	Kudus
50	CAPEM PATI	Komplek Puri Plaza No.A-8, Jl Koloner Sunandar, Pati 59111	Pati
51	PEKALONGAN	Jl. Hayam Wuruk No. 142 Pekalongan, RT 001/RW 011, Sampangan	Pekalongan
52	UPS PEMALANG	Jl. Jend. Sudirman no. 6 E Pemasang	Pemasang
53	UPS BATANG	Jl. Pangeran Diponegoro Ruko Srikandi Blok.A Nomor 3 Batang	Batang
54	PURWOKERTO	Komp. Ruko Satria Plaza Blok A5 Jl. Jend. Sudirman Purwokerto 53111	Purwokerto
55	CAPEM CILACAP	Jl. Gatot Soebroto No. 104 A - RT 05 RW 09 Kel. Sidanegara Kec Cilacap Tengah, Kab Cilacap 53223	Cilacap
56	CAPEM PURBALINGGA	JL. JEND. SUDIRMAN NO. 189, PURBALINGGA,RT 01 RW 01 KEL. BANCAR, KEC. PURBALINGGA, KAB. PURBALINGGA, PROPINSI JAWA TENGAH	Purbalingga
57	SEMARANG	Jl. Sugiyopranoto No. 102 Semarang 50246	Semarang
58	CAPEM MAGELANG	Jl. Tentara Pelajar No. 54 Ruko C, Kel. Cacaban, Kec. Magelang Tengah, Kota Magelang, Jawa Tengah	Magelang
59	CAPEM KENDAL	Jl. Soekarno Hatta No. 242 Kendal 51313	Kendal
60	CAPEM SALATIGA	Jl. Sukowati No 19 C Salatiga	Salatiga
61	CAPEM WONOSOBO	JL. RSU No. 10 Wonosobo	Wonosobo
62	SOLO	Jl. Slamet Riyadi No. 314 Solo, 57141	Surakarta
63	UPS SUKORHAJO	Jl. A. Yani No. 54 B Kartasura Sukoharjo	Sukoharjo
64	UPS BOYOLALI	Jl. Pandanaran No. 55 Kel. Siswodipuran Boyolali	Boyolali
65	UPS WONOGIRI	Jl. Achmad Yani No. 166 Kabupaten Wonogiri	Wonogiri
66	CAPEM KLATEN	Jl. Pemuda No. 295, Klaten 57412	Klaten
67	CAPEM SRAGEN	Jl. Raya Sukowati 133 Sragen	Sragen
68	CAPEM KARANGANYAR	Jl. Lawu 356 Karanganyar	Karanganyar

69	TEGAL	Ruko Gajah Mada Town Square No. 3 - 4 Jl. Gajah Mada Tegal	Tegal
70	YOGYAKARTA	Jl. Margo Utomo (P. Mangkubumi) No. 50 Yogyakarta	Yogyakarta
71	CAPEM BANTUL	Jl. Jend. Sudirman No. 40, Bantul, Yogyakarta	Bantul
72	BALIKPAPAN	Jl. Jend. Sudirman Komp. Klandasan Permai Blok A No. 6-7 Balikpapan Selatan 76112, Kaltim	Balikpapan
73	CAPEM TANAH GROGOT	Jl. RA Kartini No. 28, Kabupaten Paser, Kalimantan Timur	Balikpapan
74	BANJARMASIN	Jl. Ahmad Yani Km. 5,2 No.1 Banjarmasin-Kalimantan Selatan (KP.70249)	Banjarmasin
75	CAPEM BANJARBARU (Naik Status tgl 06 Des 2014)	JL. AHMAD YANI KM.36 BANJARBARU - KALIMANTAN SELATAN (KP.70714)	Banjarbaru
76	CAPEM BARABAI	Jl. Pangeran Muhammad Noor, Barabai, Kab. Hulu Sungai Tengah-Kalimantan Selatan	Hulu Sungai Tengah
77	PALANGKARAYA	Jl. Diponegoro No. 17 Palangkaraya 73111, Palangka Raya, Kalimantan Tengah	Palangka Raya
78	CAPEM SAMPIT	Jl. Ais Nasution No. 8 Sampit Kab. Kotawaringin Timur, Kalimantan Tengah	Kotawaringin Timur
79	CAPEM PANGKALAN BUN	Jl. P. Antasari Kab. Kotawaringin Barat, Kalimantan Tengah	Kotawaringin Barat
80	PONTIANAK	Jl. Sultan Syarif Abdurrahman no.62 A, Kel. Parit Tokaya, Kec. Pontianak Selatan, Kota Pontianak, 78121, Prop. Kalimantan Barat	Pontianak
81	SAMARINDA	Jl. Pahlawan Blok F No. 3A-B Kel. Dadi Mulya Kec. Samarinda Ulu Samarinda, 75123	Samarinda
82	CAPEM BONTANG	Jl. MT Haryono No.15 RT.29 RW.09 Kel. Api-Api Kec. Bontang Utara, Bontang 75311	Bontang
83	CAPEM SANGATTA	Jl. Yos Sudarso II No. 27 Rt. 22 Kec. Sangatta Utara, Kab. Kutai Timur 75611	Kutai Timur
84	CAPEM TARAKAN	Jl. Jend. Sudirman RT. 40 No. 23 Kel. Karang Anyar Kec. Tarakan Barat, Tarakan 77111	Tarakan
85	CAPEM BERAU	Jl. Aminuddin Kel. Bugis Kec. Tanjung Redeb Kab. Berau	Berau
86	AMBON	Jl. AM. Sangadji No. 45, Kelurahan Honipopu, Kecamatan Sirimau, Kota Ambon, Propinsi Maluku	Ambon
87	GORONTALO	Jl. Nani Wartabone No. 26, Kota Gorontalo, Propinsi Gorontalo	Gorontalo
88	CAPEM LIMBOTO	Jl. Jend. Sudirman No. 60, Kel. Kayubulan, Kec. Limboto, Kab. Gorontalo, Prov. Gtlo	Limboto
89	CAPEM BOALEMO	Jl.Husin Dj. Rahman Desa Limbato Kec. Tilamuta Kab. Boalemo	Boalemo
90	JAYAPURA	Ruko Pasific Permai Blok C no. 33 Dok II Jayapura - Papua,99114	Jayapura
91	CAPEM TIMIKA	Jl. Poros Cendrawasih Kel. Kwamki, Distrik Mimika Baru, Timika – Papua	Timika
92	CAPEM MERAUKE	Jl. Raya Mandala Bampel Distrik Merauke Kab. Merauke	Merauke
93	CAPEM ABEPURA	Jl. Raya Abepura Kel.Vim Distrik Abepura	Abepura

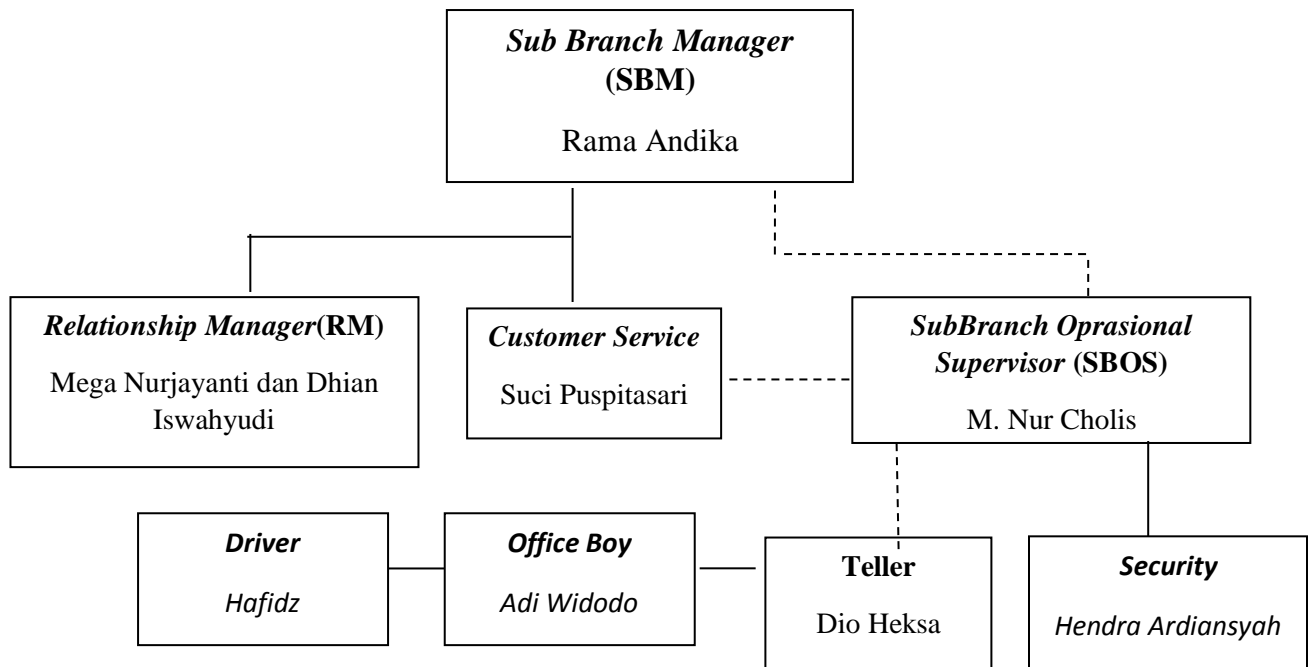
94	KENDARI	Jl.Dr. Sam Ratulangi No. 170 Kendari 93111	Kendari
95	CAPEM KOLAKA	Jl. Chairil Anwar No. 28 Kabupaten Kolaka, Provinsi Sulawesi Utara	Kolaka
96	CAPEM BAU-BAU	Plaza Umnawolio Lt.1 Jl. Yos Sudarso Bau – Bau 93711	Bau-Bau
97	CAPEM BOMBANA	Jl Yos Sudarso Kelurahan Lantawonua Kecamatan Rumbia Kabupaten Bombana	Bombana
98	CAPEM KONAWE UNAHA	Jl. Sapati Kel. Ambekairi Kec. Unaaha Kab Konawe Sultra	Konawe
99	MAKASAR	Jl. Dr. Sam Ratulangi No. 12, Kel. Kunjung Mae, Kec. Mariso Kota Makassar	Makassar
100	CAPEM PALOPO	Jl. Jend. Sudirman No. 43 Palopo Kab. Luwu, Kota Palopo	Palopo
101	CAPEM PARE-PARE	Jl. Sultan Hasanuddin Ruko Sultan Hasanuddin Petak No. 3 Pare-pare	Parepare
102	CAPEM BONE	Jl. Ahmad Yani No. 169 Kab. Bone	Bone
103	CAPEM GOWA	Jl. KH. Wahid hasyim Kompleks Ruko Balla Lompoa Plaza Blok C No 2 Sungguminasa kabupaten Gowa	Gowa
104	CAPEM MAROS	Jl. Jend. Sudirman No.18-20 Kabupaten Maros, Provinsi Sulawesi Selatan	Maros
105	MAMUJU	Jl. Urip Sumoharjo No. 53 Mamuju	Mamuju
106	MANADO	Jl. Piere Tendean No. 101 Boulevard Manado Kode Pos 95114 – Sulut	Manado
107	PALU	JL. Prof. Moh. Yamin Kompleks Perkantoran D'vatulemo No. 2-3	Palu
108	CAPEM PALU BARAT	Jl. Sis Aljufri No. 44 C, Kel. Siranindi, Kec. Palu Barat, Kota Palu Sulawesi Tengah	Palu Barat
109	CAPEM LUWUK	Jl. Urip Sumoharjo No. 30 C, Luwuk, Sulawesi Tengah	Luwuk
110	SORONG	Ruko H.Lasedi Jl.Jend Sudirman No.2a-2b Depan Pasar Bersama Sorong	Sorong
111	CAPEM AIMAS	Jl. Klamono Km.19 Depan Alun-Alun Aimas Kab. Sorong	Aimas
112	CAPEM MANOKWARI	Jl. Trikora Wosi, Depan Transito Kab. Monokwari, Prov. Papua Barat	Manokwari
113	TERNATE	Jl.Hasan Esa No.19,Kel.Takoma Ternate	Ternate
114	CAPEM LABUHA BACAN	Jl. Oesman Syah Labuha-Bacan Halmahera Selatan-Maluku Utara	Halmahera
115	CAPEM TIDORE	Jl Nusantara, Kelurahan Indonesiana, Kota Tidore Kepulauan Maluku Utara	Tidore
116	BENGKULU	Jl. S.Parman No. 62 C-D Padang Jati Kota Bengkulu	Bengkulu
117	CAPEM CURUP	Jl. Merdeka No. 732 Pasar Baru Kota Curup, Kabupaten Rejang Lebong	Rejang Lebong
118	CAPEM MANNA	Jl. Jendral Sudirman No. 81 Kota Manna Kabupaten Bengkulu Selatan	Bengkulu Selatan
119	CAPEM MAKMUR ARGA	Jl. Sutan Syahrir No. 10 Pasar Purwodadi Kota Arga Makmur Kabupaten Bengkulu Utara	Bengkulu Utara
120	JAMBI	Jl. Sultan Agung No. 01 Kel. Murni Kec. Telanai Pura, Kota Jambi	Jambi
121	CAPEM MUARA	Jl.M. YAMIN NO. 14, Kec. Pasar Muara Bungo, Kab.	Bungo

	BUNGO	Muara Bungo,Jambi	
122	LAMPUNG	Jl. Raden Intan No. 92 C-D Bandar Lampung	Bandar Lampung
123	CAPEM BANDAR JAYA	Jl. Proklamator No. 138 A Bandar Jaya, Lampung Tengah	Lampung Tengah
124	CAPEM METRO	Jl. Jend. Sudirman No. 282 B Metro	Metro
125	CAPEM PRINGSEWU	Jl. Ahmad Yani No. 189 Pringsewu	Pringsewu
126	CAPEM KOTABUMI	Jl. Jend. Sudirman No.131 Kotabumi	Lampung Utara
127	PADANG	Jl. Rasuna Said No. 107 Padang	Padang
128	CAPEM BUKITTINGGI	Jl a.yani no 99 D kelurahan benteng psr atas bukittinggi	Bukittinggi
129	CAPEM PAYAKUMBUH	Jl. Soekarno Hatta No. 87 Payakumbuh	Payakumbuh
130	CAPEM SOLOK	Jl. M.Yamin No. 87 Kel.Pasar Pandan Air Mati, Kec. Tanjung Harapan Kota Solok	Solok
131	PALEMBANG	Jl. Kapten A.Rivai Komplek Ruko Taman Mandiri – Palembang	Palembang
132	CAPEM KAYU AGUNG	Jl. Mochtar Saleh No. 169-170, Kayu Agung, Kab. Ogan Kemerling Ilir	Ogan Komerling Ilir
133	CAPEM BATURAJA	Jl. Jendral A.Yani No.324 Kel.Kemalaraja Kec.Baturaja Timur Kab.OKU	Ogan Komerling Ulu
134	CAPEM ENIM	Jl. Jend. Sudirman Talang Jawa Atas, Muara Enim 31315	Muara Enim
135	PANGKAL PINANG	Jl. Ahamd Yani Dalam Kelurahan Bukit Sari, Kecamatan Gerunggung, Kota Pangkalpinang	Pangkalpinang
136	CAPEM TANJUNG PANDAN	Jl. Jend.Sudirman No.28, Pangkal Lalang, Kota Tanjungpandan - Kab. Belitung, Prov. Kepulauan Bangka Belitung 33412	Belitung
137	CAPEM SUNGAILIAT	Komp. Ruko Permata Indah Blok B No.6-7 Jl. Jend. Sudirman No. 30, Kota Sungailiat, Kab. Bangka, Prov. Kepulauan Bangka Belitung 33215	Bangka
138	CAPEM MUNTOK	Jl. Jend. Sudirman RT 03, RW 06, Kota Muntok, Kab. Bangka Barat, Prov. Kepulauan Bangka Belitung 33311	Bangka Barat
139	CAPEM TOBOALI	Jl. Jend. Sudirman No. 58 Kota Toboali, Kab. Bangka Selatan, Prov. Kepulauan Bangka Belitung 33183	Bangka Selatan
140	CAPEM KOB A	Jl. Soekarno Hatta II, Simpang Perlang, Kec. Koba, Kab. Bangka Tengah	Bangka Tengah
141	BANDA ACEH	Jl. Tgk H.M Daud Beureueh No. 174 A-B, Banda Aceh	Banda Aceh
142	BATAM	Komp. Ruko Palm Spring BTC Blok B1 No. 20-21 Batam Kepulauan Riau	Batam
143	LANGSA	Jln. Ahmad Yani No.1-2 Kota Langsa	Langsa
144	CAPEM LHOKSEUMAWE	Jln. Merdeka No. 2-3 Kel. Simpang Empat, Kec. Banda Sakti, Kota Lhokseumawe	Lhokseumawe
145	MEDAN BALAIKOTA	Jl. Balai Kota No. 10 D-E, Medan	Medan
146	CAPEM STABAT	Jl. KH. Zainul Arifin No. 52 B-C, Stabat	Langkat
147	PADANG	Jl. Baginda Oloan / Gatot Subroto No. 08	Padang

SIDEMPUAN	Padangsidempuan 22718	Sidempuan
-----------	-----------------------	-----------

c) Struktur Organisasi

Berikut adalah struktur organisasi di Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar :



d) Produk Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar

a. Tabungan IB Hijrah

Tabungan iB Hijrah adalah tabungan nyaman untuk digunakan kebutuhan transaksi dan berbelanja dengan kartu Shar-E Debit yang berlogo Visa plus dengan manfaat berbagai *macam* program subsidi belanja di *merchant* lokal dan luar Negeri. Nikmati berbagai ragam layanan seperti *realtime* transfer/SKN/RTGS, isi ulang Prabayar, membayar tagihan listrik, tagihan kartu pasca bayar, pembelian tiket dan pembayaran ZIS (zakat, infaq, sedekah) dengan Tabungan iB Muamalat melalui mobile banking dan internet banking.

b. Giro iB Hijrah

Produk giro berbasis akad wadiah yang memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi. Merupakan sarana untuk memenuhi kebutuhan transaksi bisnis Nasabah Non-

c. Deposito iB Syariah

Deposito syariah dalam mata uang Rupiah dan US Dollar yang fleksibel dan memberikan hasil investasi yang optimal bagi Anda.

d. Kartu *Share-E Debit Gold*

Kartu *Shar-E Debit Gold* adalah kartu debit yang dapat digunakan untuk bertransaksi di dalam dan luar negeri dengan limit yang lebih tinggi. Nikmati kemudahan transaksi di seluruh ATM Bank Muamalat, ATM Prima dan ATM Bersama serta ATM dan *merchant* yang berlogo Visa dan Plus untuk transaksi di luar negeri. Nikmati beragam promo menarik untuk belanja di merchant.

e. KPR iB Muamalat

KPR Muamalat iB adalah produk pembiayaan yang akan membantu Anda untuk memiliki rumah tinggal, rumah susun, apartemen dan condotel termasuk renovasi dan pembangunan serta pengalihan (*take-over*) KPR dari bank lain dengan Dua *pilihan* akad yaitu akad murabahah (*jual-beli*) atau musyarakah mutanaqishah (kerjasama sewa)

f. Sukuk Ritel

Transaksi sukuk ritel saat ini dapat dilakukan melalui layanan *Internet Banking* Muamalat. Layanan internet banking muamalat sendiri dapat dimiliki oleh nasabah hanya dengan melakukan pembukaan rekening di Bank Muamalat, lalu melakukan registrasi di ATM Bank Muamalat dan dilanjutkan dengan melakukan aktivasi di kantor cabang Bank Muamalat terdekat. Apabila nasabah telah melakukan registrasi dan aktivasi layanan Internet Banking

Muamalat, maka nasabah sudah dapat bertransaksi Sukuk Ritel melalui Internet Banking Muamalat. Transaksi Sukuk Ritel yang dapat dilakukan melalui layanan *Internet Banking* Muamalat meliputi, pendaftaran SID (*Single Investor Identification*) dan SRE (Sub Rekening Efek), Pemesanan, & Pembayaran Sukuk Ritel.⁵⁹

B. Karakteristik Responden

Sebelum dilakukan analisis, terlebih dahulu peneliti menjelaskan mengenai *data* responden yang digunakan sebagai populasi dalam penelitian ini adalah Nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP. Blitar. Data sampel yang digunakan sebagai berikut:

1. Jenis Kelamin Responden

Data mengenai jenis kelamin responden. Adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
Laki	40	40,8%
Perempuan	58	59,2%
Total	98	100%

Sumber Pengolahan Data Primer 2020

Dari pengolahan data diatas dapat diketahui bahwa jenis kelamin responden yang dijadikan sampel yang terbanyak adalah responden perempuan sebanyak 58 responden atau 59,2%, dibandingkan dengan responden laki-laki sebanyak 40 responden atau 40,8%.

2. Usia Responden

Adapun data mengenai usia responden. Adalah sebagai berikut:

⁵⁹ <https://www.bankmuamalat.co.id/>

Tabel 4.2
Usia Responden

Usia Responden	Jumlah	Presentase((%)
< 20 Tahun	3	3,1 %
20-30Tahun	78	79,6 %
>30Tahun	17	17,3 %
Total	100	100%

Sumber Pengolahan Data Primer 2020

Dari pengolahan data diatas dapat diketahui bahwa usia responden yang terbanyak adalah usia antara 20-30 tahun yaitu sebanyak 78 responden atau 79,6 %.

C. Analisis Data

1. Deskriptif Variabel

Deskriptif variabel menjelaskan secara deskriptif mengenai variabel bebas dan variabel terikat. Berikut penjelasan secara deskriptif tanggapan responden yang terkait Variabel Kualitas Pelayanan, *E-Banking*, Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Menjadi Nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar.

a. Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)

Didalam Variabel Kualitas Pelayanan (X_1) ini terdapat lima teori yang meliputi *Tangible* (Bukti Fisik) $X_{1.1}$, kehandalan (*reability*) $X_{1.2}$, *Responsiveness* (ketanggapan) $X_{1.3}$, Jaminan dan Kepastian (*Asusransi*) $X_{1.4}$, dan Kepedulian (*empati*) $X_{1.5}$.

a) Teori *Tangible* (Bukti Fisik) ($X_{1.1}$)

Pada teori *Tangible* (Bukti Fisik) ini terdapat tiga Indikator yang meliputi : Indikator Memiliki gedung yang megah ($X_{1.1.1}$), Indikator Lahan parkir yang luas ($X_{1.1.2}$), Indikator Ruang tunggu yang memadai ($X_{1.1.3}$). Berikut Tanggapan Responden Terkait Indikator-Indikator Teori *Tangible* Pada Variabel Kualitas Pelayanan:

1) Indikator Memiliki gedung yang megah ($X_{1.1.1}$)

Tabel 4.3
Hasil Koefisien Pernyataan ($X_{1.1.1}$)

Item Pertanyaan	Keterangan	Skala	F	%	Skala x F
Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar memiliki gedung yang besar dan megah	STS	1	1	1%	1
	TS	2	3	3,1%	6
	N	3	39	39,8%	117
	S	4	40	40,8%	160
	SS	5	15	15,3%	75
Total			98	100%	359
Nilai Mean (rata-rata)					3,66
Nilai Minimum					1
Nilai Maksimum					5
Standar Deviasi					0,812

Sumber Pengolahan Data Primer 2020

Analisis:

Berdasarkan data tabel diatas menunjukkan bahwa 98 responden terhadap Indikator $X_{1.1.1}$ diatas adalah yang menjawab tidak setuju 3,1 %, netral 39,8 %, setuju 40,4% dan sangat setuju 15,3%, dengan nilai *minimum* 1 dan nilai *maksimum* 5 serta standar deviasinya 0,812. Skor *rata-rata* jawaban responden 4,66 (dibulatkan 4) mayoritas menjawab setuju.

2) Indikator Lahan Parkir Luas ($X_{1.1.2}$)

Tabel 4.4
Hasil Koesioner Pernyataan (X_{1.1.2})

Item Pertanyaan	Keterangan	Skala	F	%	Skala x F
Lahan parker di Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar cukup luas dan terjamin keamanannya	STS	1	0	0%	0
	TS	2	5	5,1%	10
	N	3	31	31,6%	93
	S	4	38	38,8%	152
	SS	5	24	24,5%	120
Total			98	100%	375
Nilai Mean (rata-rata)					3,83
Nilai Minimum					2
Nilai Maksimum					5
Standar Deviasi					0,862

Sumber Pengolahan Data Primer 2020

Analisis:

Berdasarkan data tabel diatas menunjukkan bahwa 98 responden terhadap Indikator X_{1.1.2} diatas adalah yang menjawab tidak setuju 5,1 %, netral 31,6 %, setuju 38,8% dan sangat setuju 24,5%. Dengan nilai *minimum* 2 nilai *maksimum* 5 serta standar deviasinya 0,862. Skor *rata-rata* jawaban responden 3,83 (dibulatkan 4) mayoritas menjawab setuju.

3) Indikator ruang tunggu memadai (X_{1.1.3})

Tabel 4.5
Hasil Koesioner Pernyataan (X_{1.1.3})

Item Pertanyaan	Keterangan	Skala	F	%	Skala x F
Didalam kantor Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar terdapat ruang tunggu yang memadai	STS	1	0	0%	0
	TS	2	3	3,1%	6
	N	3	35	35,7%	105
	S	4	39	39,8%	156
	SS	5	21	21,4%	105
Total			98	100%	372
Nilai Mean (rata-rata)					3,80
Nilai Minimum					2
Nilai Maksimum					5
Standarr Deviasi					0,812

Sumber Pengolahan Data Primer 2020

Analisis:

Berdasarkan data tabel diatas menunjukkan bahwa 100 responden terhadap indikator $X_{1.1.3}$ diatas adalah yang menjawab tidak setuju 3,1 %, netral 35,7 %, setuju 39,8 % dan sangat setuju 21,4 %. Dengan nilai minimum 2 nilai maksimum 5 serta standar deviasinya 0,812. Skor rata-rata jawaban responden 3,80 (dibulatkan 4) mayoritas menjawab setuju.

b) Teori *Realibility* (Kehandalan) ($X_{1.2}$)

Pada teori *Realibility* (Kehandalan) ini terdapat tiga Indikator yang meliputi : Indikator Pegawai yang tanggap ($X_{1.2.1}$), Indikator Memberi informasi yang akurat ($X_{1.2.2}$), Indikator Memiliki sarana teknologi yang canggih ($X_{1.2.3}$). Berikut Tanggapan Responden Terkait Indikator-Indikator Teori *Realibility* Pada Variabel Kualitas Pelayanan:

1) Indikator Pegawai yang tanggap ($X_{1.2.1}$)

Tabel 4.6
Hasil Koesioner Pernyataan ($X_{1.2.1}$)

Item Pertanyaan	Keterangan	Skala	F	%	Skala x F
Karyawan di Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar yang cepat tanggap dalam menangani persoalan	STS	1	0	0%	0
	TS	2	3	3,1%	6
	N	3	20	20,4%	60
	S	4	46	46,9%	184
	SS	5	29	29,6%	145

Total	98	100%	395
Nilai Mean (rata-rata)			4,03
Nilai Minimum			2
Nilai Maksimum			5
Standar Deviasi			0,792

Sumber Pengolahan Data Primer 2020

Analisis:

Berdasarkan data tabel diatas menunjukkan bahwa 98 responden terhadap Indikator ($X_{1.2.1}$) diatas adalah yang menjawab tidak setuju 3,1 %, netral 20,4 %, setuju 46,9% dan sangat setuju 29,6%. Dengan nilai *minimum* dan nilai *maksimum* 5 serta standar deviasinya 0,792. Skor *rata-rata* jawaban responden 4,03 (dibulatkan 4) mayoritas menjawab setuju.

2) Indikator Memberi informasi yang akurat ($X_{1.2.2}$)

Tabel 4.7
Hasil Koessioner Pernyataan ($X_{1.2.2}$)

Item Pertanyaan	Keterangan	Skala	F	%	Skala x F
Karyawan di Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar selalu memberikan informasi yang akurat	STS	1	1	1%	1
	TS	2	0	0%	0
	N	3	24	24,5%	72
	S	4	39	39,8%	156
	SS	5	34	34,7%	170
Total			98	100%	399
Nilai Mean (rata-rata)					4,07
Nilai Minimum					1
Nilai Maksimum					5
Standar Deviasi					0,828

Sumber Pengolahan Data Primer 2020

Analisis:

Berdasarkan data tabel diatas menunjukkan bahwa 98 responden terhadap Indikator (X_{1.2.2}) diatas adalah yang menjawab tidak setuju 0 %, netral 24 %, setuju 39% dan sangat setuju 34%. Dengan nilai *minimum* 1 dan nilai *maksimum* 5 serta standar deviasinya 0,828. Skor *rata-rata* jawaban responden 4,07 (dibulatkan 4) mayoritas menjawab setuju.

3) Indikator Memiliki sarana teknologi yang canggih (X_{1.2.3})

Tabel 4.8
Hasil Koesioner Pernyataan (X_{1.2.3})

Item Pertanyaan	Keterangan	Skala	F	%	Skala x F
Karyawan di Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar memiliki sarana teknologi yang canggih dan dapat bersaing	STS	1	1	1%	1
	TS	2	2	2%	4
	N	3	25	25,5%	75
	S	4	43	43,9%	172
	SS	5	27	27,6%	135
Total			98	100%	387
Nilai Mean (rata-rata)					3,95
Nilai Minimum					1
Nilai Maksimum					5
Standar Deviasi					0,842

Sumber Pengolahan Data Primer 2020

Analisis:

Berdasarkan data tabel diatas menunjukkan bahwa 98 responden terhadap Indikator (X_{1.2.3}) diatas adalah yang menjawab tidak setuju 2 %, netral 23,5 %, setuju 43,9 % dan sangat setuju 27,6 %. Dengan nilai *minimum* 1 dan nilai *maksimum* 5 serta standar deviasinya 0,842. Skor *rata-rata* jawaban responden 3,95 (dibulatkan 4) mayoritas menjawab setuju.

c) **Teori Responsiveness (Ketanggapan) ($X_{1.3}$)**

Pada teori *Responsiveness* (Ketanggapan) ini terdapat tiga Indikator yang meliputi : Indikator Pegawai yang penuh perhatian ($X_{1.3.1}$), Indikator Ikut serta mengatasi masalah ($X_{1.3.2}$), Membantu kelancaran dalam transaksi ($X_{1.3.3}$). Berikut Tanggapan Responden Terkait Indikator-Indikator Teori *Responsiveness* Pada Variabel Kualitas Pelayanan:

1) **Indikator Pegawai yang penuh perhatian ($X_{1.3.1}$)**

Tabel 4.9
Hasil Koesioner Pernyataan ($X_{1.3.1}$)

Item Pertanyaan	Keterangan	Skala	F	%	Skala x F
Karyawan yang berada di Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar dapat memberikan perhatian secara maksimal	STS	1	3	3,1%	3
	TS	2	4	4,1%	8
	N	3	21	21,4%	63
	S	4	40	40,8%	160
	SS	5	30	30,6%	150
Total			98	100%	384
Nilai Mean (rata-rata)					3,92
Nilai Minimum					1
Nilai Maksimum					5
Standar Deviasi					0,981

Sumber Pengolahan Data Primer 2020

Analisis:

Berdasarkan data tabel diatas menunjukkan bahwa 98 responden terhadap indikator ($X_{1.3.1}$) diatas adalah yang menjawab tidak setuju 4,1 %, netral 21,4 %, setuju 40,8 % dan sangat setuju 30,6%. Dengan nilai *minimum* 1 dan nilai *maksimum* 5 serta standar

deviasinya 0,981. Skor *rata-rata* jawaban responden 3,92 (dibulatkan 4) mayoritas menjawab setuju.

2) Indikator Ikut serta mengatasi masalah ($X_{1.3.2}$)

Tabel 4.10
Hasil Koesioner Pernyataan ($X_{1.3.2}$)

Item Pertanyaan	Keterangan	Skala	F	%	Skala x F
Karyawan yang berada di Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar ikut serta dalam mengatasi masalah sekaligus memberikan solusi kepada nasabah saat transaksi	STS	1	1	1%	1
	TS	2	5	5,1%	10
	N	3	22	22,4%	66
	S	4	32	32,7%	128
	SS	5	38	38,8%	190
Total			98	100%	395
Nilai Mean (<i>rata-rata</i>)					4,03
Nilai <i>Minimum</i>					1
Nilai <i>Maksimum</i>					5
Standar Deviasi					0,957

Sumber Pengolahan Data Primer 2020

Analisis:

Berdasarkan data tabel diatas menunjukkan bahwa 98 responden terhadap indikator ($X_{1.3.2}$) diatas adalah yang menjawab, tidak setuju 5,1% , netral 22,4 % , setuju 32,7% dan sangat setuju 38,8%. Dengan nilai *minimum* 1 dan nilai *maksimum* 5 serta standar deviasinya 0,957.Skor *rata-rata* jawaban responden 4,03 (dibulatkan 4) mayoritas menjawab setuju.

3) Membantu kelancaran dalam transaksi ($X_{1.3.3}$)

Tabel 4.11
Hasil Koesioner Pernyataan ($X_{1.3.3}$)

Item Pertanyaan	Keterangan	Skala	F	%	Skala x F
-----------------	------------	-------	---	---	-----------

Karyawan yang berada di Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar selalu membantu kelancaran transaksi	STS	1	1	1%	1
	TS	2	1	1%	2
	N	3	22	22,4%	66
	S	4	37	37,8%	148
	SS	5	37	37,8%	185
Total		98	100%	402	
Nilai Mean (rata-rata)					4,10
Nilai Minimum					1
Nilai Maksimum					5
Standar Deviasi					0,855

Sumber Pengolahan Data Primer 2020

Analisis:

Berdasarkan data tabel diatas menunjukkan bahwa 98 responden terhadap indikator ($X_{1.3.3}$) diatas adalah yang menjawab tidak setuju 1 %, netral 22,4 %, setuju 37,8 % dan sangat setuju 37,8 %. Dengan nilai *minimum* 1 dan nilai *maksimum* 5 serta standar deviasinya 0,855. Skor *rata-rata* jawaban responden 4,10 (dibulatkan 4) mayoritas menjawab setuju.

d) Teori Asuransi ($X_{1.4}$)

Pada teori Asuransi ini terdapat tiga Indikator yang meliputi : Indikator Jaminan dalam bertransaksi ($X_{1.4.1}$), Indikator Jaminan uang yang disimpan ($X_{1.4.2}$), Jaminan kehalalan dalam transaksi ($X_{1.4.3}$). Berikut Tanggapan Responden Terkait Indikator-Indikator Teori Asuransi Pada Variabel Kualitas Pelayanan:

1) Indikator Jaminan dalam bertransaksi ($X_{1.4.1}$)

Tabel 4.12
Hasil Koesioner Pernyataan ($X_{1.4.1}$)

Item Pertanyaan	Keterangan	Skala	F	%	Skala x F
Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar dapat memberikan jaminan keamanan dalam bertransaksi	STS	1	0	0%	0
	TS	2	2	2%	4
	N	3	23	23,5%	69
	S	4	41	41,8%	164
	SS	5	32	32,7%	160
Total			98	100%	397
Nilai Mean (rata-rata)					4,05
Nilai Minimum					2
Nilai Maksimum					5
Standar Deviasi					0,804

Sumber Pengolahan Data Primer 2020

Analisis:

Berdasarkan data tabel diatas menunjukkan bahwa 98 responden terhadap indikator ($X_{1.4.1}$) diatas adalah yang menjawab tidak setuju 2%, netral 23,5 %, setuju 41,8 % dan sangat setuju 32,7%. Dengan nilai *minimum* 2 dan nilai *maksimum* 5 serta standar devisiasinya 0,804. Skor *rata-rata* jawaban responden 4,05 (dibulatkan 4) mayoritas menjawab setuju.

2) Indikator Jaminan uang yang disimpan ($X_{1.4.2}$)

Tabel 4.13
Hasil Koesioner Pernyataan ($X_{1.4.2}$)

Item Pertanyaan	Keterangan	Skala	F	%	Skala x F
Bank Muamalat Indonesia.KCP Blitar dapat menjaga uang dalam bertransaksi	STS	1	0	0%	0
	TS	2	1	1%	2
	N	3	19	19,4%	57
	S	4	37	37,8%	148
	SS	5	41	41,8%	205
Total			98	100%	415
Nilai Mean (rata-rata)					4,20
Nilai Minimum					2
Nilai Maksimum					5
Standar Deviasi					0,786

Sumber Pengolahan Data Primer 2020

Analisis:

Berdasarkan data tabel diatas menunjukkan bahwa 98 responden terhadap indikator ($X_{1.4.2}$) diatas adalah yang menjawab, tidak setuju 1% , netral 19,4 % , setuju 37,4% dan sangat setuju 41,8%. Dengan nilai *minimum* 2 dan *maksimum* 5 serta standar devisiasinya 0,786. Skor *rata-rata* jawaban responden 4,20 (dibulatkan 4) mayoritas menjawab setuju.

3) Jaminan kehalalan dalam transaksi ($X_{1.4.3}$)

Tabel 4.14
Hasil Koesioner Pernyataan ($X_{1.4.3}$)

Item Pertanyaan	Keterangan	Skala	F	%	Skala x F
Bank Muamalat Indonesia.KCP Blitar dapat memberikanjaminan kehalalan dalam bertransaksi	STS	1	0	0%	0
	TS	2	1	1%	1
	N	3	24	24,5%	72
	S	4	34	34,7%	136
	SS	5	39	39,4%	195
Total			98	100%	404
Nilai Mean (rata-rata)					4,13
Nilai Minimum					2
Nilai Maksimum					5
Standar Deviasi					0,820

Sumber Pengolahan Data Primer 2020

Analisis:

Berdasarkan data tabel diatas menunjukkan bahwa 98 responden terhadap indikator ($X_{1.4.3}$) diatas adalah yang menjawab tidak setuju 1 % , netral 24,5 % , setuju 34,7 % dan sangat setuju 39,8 %. Dengan nilai *minimum* 2 dan *maksimum* 5 serta standar

devisiasinya 0,820. Skor rata-rata jawaban responden 4,13 (dibulatkan 4) mayoritas menjawab setuju.

e) **Teori Empati ($X_{1,5}$)**

Pada teori Empati ini terdapat tiga Indikator yang meliputi : Indikator Mudah melakukan komunikasi ($X_{1,5.1}$), Indikator Memahami kebutuhan Nasabah ($X_{1,5.2}$), Indikator Pelayanan yang sama tanpa dibedakan ($X_{1,5.3}$). Berikut Tanggapan Responden Terkait Indikator-Indikator Teori *Asuransi* Pada Variabel Kualitas Pelayanan:

1) **Indikator Mudah melakukan komunikasi ($X_{1,5.1}$)**

Tabel 4.15
Hasil Koesioner Pernyataan ($X_{1,5.1}$)

Item Pertanyaan	Keterangan	Skala	F	%	Skala x F
Karyawan Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar mudah diajak berkomunikasi dalam bertransaksi	STS	1	0	0%	0
	TS	2	2	2%	4
	N	3	27	27,6%	54
	S	4	30	30,6%	120
	SS	5	39	39,8%	195
Total			98	100%	373
Nilai Mean (rata-rata)					4,08
Nilai Minimum					2
Nilai Maksimum					5
Standar Deviasi					0,870

Sumber Pengolahan Data Primer 2020

Analisis:

Berdasarkan data tabel diatas menunjukkan bahwa 98 responden terhadap indikator ($X_{1,5.1}$) diatas adalah yang menjawab tidak setuju 2 %, netral 27,6 %, setuju 30,6 % dan sangat setuju 39,8%. Dengan nilai *minimum* 2 dan *maksimum* 5 serta standar

devisiasinya 0,870. Skor *rata-rata* jawaban responden 4,08 (dibulatkan 4) mayoritas menjawab setuju.

2) Indikator Memahami kebutuhan Nasabah ($X_{1.5.2}$)

Tabel 4.16
Hasil Koesioner Pernyataan ($X_{1.5.2}$)

Item Pertanyaan	Keterangan	Skala	F	%	Skala x F
Karyawan Bank Muamalat Indonesia, KCP Blitar mudah memahami kebutuhan nasabah	STS	1	0	0%	0
	TS	2	0	0%	0
	N	3	23	23,5%	69
	S	4	40	40,8%	160
	SS	5	35	35,7%	175
Total			98	100%	404
Nilai Mean (<i>rata-rata</i>)					4,12
Nilai <i>Minimum</i>					3
Nilai <i>Maksimum</i>					5
Standar Deviasi					0,763

Sumber Pengolahan Data Primer 2020

Analisis:

Berdasarkan data tabel diatas menunjukkan bahwa 98 responden terhadap indikator ($X_{1.5.2}$) diatas adalah yang menjawab, tidak setuju 0 % , netral 23,5 % , setuju 40,8% dan sangat setuju 35,7%. Dengan nilai *minimum* 3 dan *maksimum* 5 serta standar devisiasinya 0,763. Skor rata-rata jawaban responden 4,12 (dibulatkan 4) mayoritas menjawab setuju.

3) Indikator Pelayanan yang sama tanpa dibedakan ($X_{1.5.3}$)

Tabel 4.17
Hasil Koesioner Pernyataan ($X_{1.5.3}$)

Item Pertanyaan	Keterangan	Skala	F	%	Skala x F
Karyawan Bank Muamalat Indonesia.KCP	STS	1	0	0%	0
	TS	2	2	2%	4
	N	3	24	24,5%	72

Blitar tidak membeda-bedakan dalam memebrikan pelayanan terhadap nasabah	S	4	33	33,7%	132
	SS	5	39	39,8%	195
Total			98	100%	403
Nilai Mean (rata-rata)					4,11
Nilai Minimum					2
Nilai Maksimum					5
Standar Deviasi					0,848

Sumber Pengolahan Data Primer 2020

Analisis:

Berdasarkan data tabel diatas menunjukkan bahwa 98 responden terhadap indikator ($X_{1.5.3}$) diatas adalah yang menjawab tidak setuju 2 %, netral 24,5%, setuju 33,7 % dan sangat setuju 39,8 %. Dengan nilai *minimum* 2 dan *maksimum* 5 serta standar deviasinya 0,848. Skor rata-rata jawaban responden 4,11 (dibulatkan 4) mayoritas menjawab setuju.

b. Rangkuman Deskriptif (X_1)

Tabel 4.18
Rangkuman Tanggapan Responden (X_1)

No	Butir	Tanggapan Responden										Presentase
		STS		TS		N		S		SS		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	X1.1.1	1	1%	3	3,1%	39	39,8%	40	40,8%	15	15,3%	98(100%)
2	X1.1.2	0	0%	5	5,1%	31	31,6%	38	38,4%	24	24,5%	98(100%)
3	X1.1.3	0	0%	3	3,1%	35	35,7%	39	39,8%	21	21,4%	98(100%)
4	X1.2.1	0	0%	3	3,1%	20	20,4%	46	46,9%	29	29,6%	98(100%)
5	X1.2.2	1	1%	0	0%	24	24,5%	39	39,8%	34	34,7%	98(100%)
6	X1.2.3	1	1%	2	2%	25	25,5%	43	43,9%	27	27,6%	98(100%)
7	X1.3.1	3	3,1%	4	4,1%	21	21,4%	40	40,8%	30	30,6%	98(100%)
8	X1.3.2	1	1%	5	5,1%	22	22,4%	32	32,7%	38	38,8%	98(100%)
9	X1.3.3	1	1%	1	1%	22	22,4%	37	37,8%	37	37,8%	98(100%)
10	X1.4.1	0	0%	2	2%	23	23,5%	41	41,8%	32	32,7%	98(100%)
11	X1.4.2	0	0%	1	1%	19	19,4%	37	37,8%	41	41,8%	98(100%)
12	X1.4.3	0	0%	1	1%	24	24,5%	34	34,4%	39	39,8%	98(100%)

13	X1.5.1	0	0%	2	2%	27	27,6%	30	30,6%	39	39,8%	98(100%)
14	X1.5.2	0	0%	0	0%	23	23,5%	40	40,8%	35	35,7%	98(100%)
15	X1.5.3	0	0%	2	2%	24	24%	33	33,7%	39	39,8%	98(100%)

Sumber Pengolahan Data Primer 2020

Berdasarkan pada tabel 4.18 diatas dapat disimpulkan bahwa jawaban responden terhadap Indikator-Indikator kualitas pelayanan (X_1) menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan setuju mengenai pernyataan “Karyawan di Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar yang cepat tanggap dalam menangani persoalan” pada butir (X1.2.1) dalam indikator Pegawai yang tanggap dengan presentase 46,9%. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki tanggapan yang baik terkait Teori *Reability* (kehandalan) sebagai Kepuasan menjadi nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar.

c. Variabel *E-Banking* (X_2)

Didalam Variabel *E-Banking* (X_2) ini terdapat dua teori yang meliputi *Internet Banking* $X_{2.1}$, dan *SMS Banking* $X_{2.2}$.

a) Teori *Internet banking* ($X_{2.1}$)

Pada teori *Internet Banking* ini terdapat tiga Indikator yang meliputi : Indikator Cek Informasi saldo ($X_{2.1.1}$), Indikator Transfer online antar bank ($X_{2.1.2}$), Indikator Pembayaran kartu kredit, tagihan listrik , internet dll. ($X_{2.1.3}$). Berikut Tanggapan Responden Terkait Indikator-Indikator Teori *Internet Banking* Pada Variabel *E-Banking*

1) Indikator Cek Informasi saldo ($X_{2.1.1}$)

Tabel 4.19
Hasil Koesioner Pernyataan ($X_{2.1.1}$)

Item Pertanyaan	Keterangan	Skala	F	%	Skala x F
-----------------	------------	-------	---	---	-----------

Internet banking di Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar memberikan fasilitas cek informasi cek saldo	STS	1	0	0%	0
	TS	2	2	2%	4
	N	3	26	26,5%	78
	S	4	35	35,7%	140
	SS	5	35	35,7%	175
Total			98	100%	397
Nilai Mean (rata-rata)					4,05
Nilai Minimum					2
Nilai Maksimum					5
Standar Deviasi					0,842

Sumber Pengolahan Data Primer 2020

Analisis:

Berdasarkan data tabel diatas menunjukkan bahwa 98 responden terhadap indikator ($X_{2.1.1}$) diatas adalah yang menjawab tidak setuju 2 %, netral 26,5 %, setuju 35,7 % dan sangat setuju 35,7 %. Dengan nilai *minimum* 2 dan *maksimum* 5 erta standar devisiasinya 0,842. Skor *rata-rata* jawaban responden 4,05 (dibulatkan 4) mayoritas menjawab setuju.

2) Indikator Transfer *online* antar bank ($X_{2.1.2}$)

Tabel 4.20
Hasil Koesioner Pernyataan ($X_{2.1.2}$)

Item Pertanyaan	Keterangan	Skala	F	%	Skala x F
Menyediakan layanan transfer antar bank secara online secara mudah	STS	1	0	0%	0
	TS	2	3	3,1%	6
	N	3	25	25,5%	75
	S	4	35	35,7%	140
	SS	5	35	35,7%	175
Total			98	100%	396
Nilai Mean (rata-rata)					4,04
Nilai Minimum					2
Nilai Maksimum					5
Standar Deviasi					0,861

Sumber Pengolahan Data Primer 2020

Analisis:

Berdasarkan data tabel diatas menunjukkan bahwa 98 responden terhadap indikator ($X_{2.1.2}$) diatas adalah yang menjawab tidak setuju 3,1 %, netral 25,5 %, setuju 35,7 % dan sangat setuju 35,7 %. Dengan nilai *minimum* 2 dan *maksimum* 5 serta standar deviasinya 0,861. Skor *rata-rata* jawaban responden 4,04 (dibulatkan 4) mayoritas menjawab setuju.

3) Indikator Pembayaran kartu kredit, tagihan listrik , internet dll.

($X_{2.1.3}$)

Tabel 4.21
Hasil Koesioner Pernyataan ($X_{2.1.3}$)

Item Pertanyaan	Keterangan	Skala	F	%	Skala x F
Pembayaran kartu kredit dan tagihan-tagihan lain dapat diakses di Muamalat DIN	STS	1	0	0%	0
	TS	2	4	4,1%	8
	N	3	25	25,5%	75
	S	4	39	39,8%	117
	SS	5	30	30,6%	150
Total			98	100%	396
Nilai Mean (<i>rata-rata</i>)					3,97
Nilai <i>Minimum</i>					2
Nilai <i>Maksimum</i>					5
Standar Deviasi					0,855

Sumber Pengolahan Data Primer 2020

Analisis:

Berdasarkan data tabel diatas menunjukkan bahwa 98 responden terhadap indikator ($X_{2.1.3}$) diatas adalah yang menjawab tidak setuju 4,1 %, netral 25,5 %, setuju 39,8 % dan sangat setuju 30,6

%. Dengan nilai *minimum* 2 dan nilai *maksimum* 5 serta standar deviasinya 0,855. Skor *rata-rata* jawaban responden 3,97 (dibulatkan 4) mayoritas menjawab setuju.

b) Teori SMS Banking ($X_{2.2}$)

Pada teori Internet Banking ini terdapat tiga Indikator yang meliputi : Indikator Transfer antar rekening ($X_{2.2.1}$), Transaksi tanpa bantuan teller Indikator ($X_{2.2.2}$), Indikator Mengisi ulang pulsa , paket data dll ($X_{2.1.3}$). Berikut Tanggapan Responden Terkait Indikator-Indikator Teori SMS Banking pada Variabel E-Banking.

1) Indikator Transfer antar rekening ($X_{2.2.1}$)

Tabel 4.22
Hasil Koesioner Pernyataan ($X_{2.2.1}$)

Item Pertanyaan	Keterangan	Skala	F	%	Skala x F
Menyediakan kemudahan dengan layanan transfer antar bank dengan menggunakan mobile banking atau sms banking	STS	1	0	0%	0
	TS	2	3	3,1%	6
	N	3	23	23,5%	69
	S	4	41	41,8%	164
	SS	5	31	31,6%	155
Total			98	100%	394
Nilai Mean (rata-rata)					4,02
Nilai Minimum					2
Nilai Maksimum					5
Standar Deviasi					0,825

Sumber Pengolahan Data Primer 2020

Analisis:

Berdasarkan data tabel diatas menunjukkan bahwa 98 responden terhadap indikator ($X_{2.2.1}$) diatas adalah yang menjawab

tidak setuju 3,1 %, netral 23,5 %, setuju 41,8 % dan sangat setuju 31,6 %. Dengan nilai *minimum* 2 dan *maksimum* 5 serta standar deviasiya 0,825. Skor rata-rata jawaban responden 4,02 (dibulatkan 4) mayoritas menjawab setuju.

2) Indikator Transaksi tanpa bantuan teller (X_{2.2.2})

Tabel 4.23
Hasil Koesioner Pernyataan (X_{2.2.2})

Item Pertanyaan	Keterangan	Skala	F	%	Skala x F
Secara mudah bisa bertransaksi tanpa bantuan teller dan tanpa berantri	STS	1	0	0%	0
	TS	2	1	1%	2
	N	3	19	19,4%	57
	S	4	45	45,9%	180
	SS	5	33	28%	165
Total			98	100%	404
Nilai Mean (rata-rata)					4,12
Nilai Minimum					2
Nilai Maksimum					5
Standar Deviasi					0,750

Sumber Pengolahan Data Primer 2020

Analisis:

Berdasarkan data tabel diatas menunjukkan bahwa 98 responden terhadap indikator (X_{2.2.2}) diatas adalah yang menjawab tidak setuju 1 %, netral 19,4 %, setuju 45,9 % dan sangat setuju 33,7 %. Dengan nilai *minimum* 2 dan *maksimum* 5 serta standar deviasinya 0,750. Skor *rata-rata* jawaban responden 4,12 (dibulatkan 4) mayoritas menjawab setuju.

3) Indikator Mengisi ulang pulsa , paket data dll (X_{2.1.3})

Tabel 4.24
Hasil Koesioner Pernyataan (X_{2.2.3})

Item Pertanyaan	Keterangan	Skala	F	%	Skala x F
Menyediakan layanan isi ulang pulsa berbagai jenis	STS	1	0	0%	0
	TS	2	1	1%	2
	N	3	27	27,6%	81
	S	4	38	38,8%	152
	SS	5	32	32,7%	160
Total			98	100%	395
Nilai Mean (rata-rata)					4,03
Nilai Minimum					2
Nilai Maksimum					5
Standar Deviasi					0,805

Sumber Pengolahan Data Primer 2020

Analisis:

Berdasarkan data tabel diatas menunjukkan bahwa 98 responden terhadap indikator ($X_{2.1.3}$) diatas adalah yang menjawab tidak setuju 1 %, netral 27,6 %, setuju 38,8,9 % dan sangat setuju 32,7 %. Dengan nilai *minimum* 2 dan *maksimum* 5 serta standar devisiasinya 0,805. Skor *rata-rata* jawaban responden 4,03 (dibulatkan 4) mayoritas menjawab setuju.

d. Rangkuman Deskriptif (X_2)

Tabel 4.25
Rangkuman Tanggapan Responden (X_2)

No	Butir	Tanggapan Responden										Presentase
		STS		TS		N		S		SS		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	X2.1.1	0	0%	2	2%	26	26,5%	35	35,7%	35	35,7%	98(100%)
2	X2.1.2	0	0%	3	3,1%	25	25,5%	35	35,7%	35	35,7%	98(100%)
3	X2.1.3	0	0%	4	4,1%	25	25,5%	39	39,8%	30	30,3%	98(100%)
4	X2.2.1	0	0%	3	3,1%	23	23,5%	41	41,8%	31	31,6%	98(100%)
5	X2.2.2	0	0%	1	1%	19	19%	45	45,9%	33	33,7%	98(100%)
6	X2.2.3	0	0	1	1%	27	27,6%	38	38,8%	32	32,7%	98(100%)

Sumber Pengolahan Data Primer 2020

Berdasarkan pada tabel 4.25 diatas dapat disimpulkan bahwa jawaban responden terhadap Indikator-indikator *E-Banking* (X_2) menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan setuju mengenai pernyataan “Secara mudah bisa bertransaksi tanpa bantuan teller dan tanpa berantri” pada butir ($X_{2.2.2}$) dalam indikator Transaksi tanpa bantuan teller dengan presentase 45,9%. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki tanggapan yang baik terkait *SMS Banking* sebagai sebagai Kepuasan menjadi nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar.

e. Variabel Bauran Pemasaran (X_3)

Didalam Variabel Bauran Pemasaran (X_3) ini terdapat empat teori yang meliputi Produk $X_{3.1}$, Harga $X_{3.2}$, Promosi $X_{3.3}$, dan Tempat $X_{3.4}$.

a) Teori *Produk* ($X_{3.1}$)

Pada teori Produk ini terdapat tiga Indikator yang meliputi : Indikator Kualitas *produk* baik ($X_{3.1.1}$), *Produk* tabungan bervariasi ($X_{3.1.2}$), Indikator Brosur menarik ($X_{3.1.3}$). Berikut Tanggapan Responden Terkait Indikator-Indikator Teori *Produk* Pada Variabel Bauran Pemasaran

1) Indikator Kualitas *produk* baik ($X_{3.1.1}$)

Tabel 4.26

Hasil Koefisien Pernyataan ($X_{3.1.1}$)

Item Pertanyaan	Keterangan	Skala	F	%	Skala x F
-----------------	------------	-------	---	---	-----------

Produk tabungan di Muamalat Indonesia KCPBlitar memiliki kualitas yang baik	STS	1	0	0%	0
	TS	2	2	2%	4
	N	3	23	23,5%	69
	S	4	43	43,9%	172
	SS	5	30	30,6%	150
Total		98	100%	395	
Nilai Mean (rata-rata)					4,03
Nilai Minimum					2
Nilai Maksimum					5
Standar Deviasi					0,792

Sumber Pengolahan Data Primer 2020

Analisis:

Berdasarkan data tabel diatas menunjukkan bahwa 98 responden terhadap indikator ($X_{3.1.1}$) diatas adalah yang menjawab tidak setuju 2 %, netral 23,5 %, setuju 43,9 % dan sangat setuju 30,6 %. Dengan nilai *minimum* 2 dan *maksimum* 5 serta standar devisiasinya 0,792. Skor rata-rata jawaban responden 4,03 (dibulatkan 4) mayoritas menjawab setuju.

2) *Produk tabungan bervariasi* ($X_{3.1.2}$)

Tabel 4.27
Hasil Koesioner Pernyataan ($X_{3.1.2}$)

Item Pertanyaan	Keterangan	Skala	F	%	Skala x F
Produk di Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar sangat bervariasi sesuai keinginan	STS	1	0	0%	0
	TS	2	2	2%	4
	N	3	26	26,5%	78
	S	4	38	38,8%	114
	SS	5	32	32,7%	160
Total			98	100%	356
Nilai Mean (rata-rata)					4,02
Nilai Minimum					2
Nilai Maksimum					5
Standar Deviasi					0,825

Sumber Pengolahan Data Primer 2020

Analisis:

Berdasarkan data tabel diatas menunjukkan bahwa 98 responden terhadap indikator ($X_{3.1.2}$) diatas adalah yang menjawab tidak setuju 2 %, netral 26,5 %, setuju 38,8 % dan sangat setuju 32,7 %. Dengan nilai *minimum* 2 dan *maksimum* 5 serta standar deviasinya 0,825. Skor *rata-rata* jawaban responden 4,02 (dibulatkan 4) mayoritas menjawab setuju.

3) Indikator Brosur menarik ($X_{3.1.3}$)

Tabel 4.28
Hasil Koesioner Pernyataan ($X_{3.1.3}$)

Item Pertanyaan	Keterangan	Skala	F	%	Skala x F
Brosur yang disediakan di Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar sangat menarik dan mudah dipahami	STS	1	0	0%	0
	TS	2	3	3,1%	6
	N	3	29	29,6%	87
	S	4	35	35,7%	140
	SS	5	31	31,6%	155
Total			98	100%	3,88
Nilai Mean (rata-rata)					3,96
Nilai Minimum					2
Nilai Maksimum					5
Standar Deviasi					0,861

Sumber Pengolahan Data Primer 2020

Analisis:

Berdasarkan data tabel diatas menunjukkan bahwa 98 responden terhadap indikator ($X_{3.1.3}$) diatas adalah yang menjawab tidak setuju 3,1 %, netral 29,6 %, setuju 35,7 % dan sangat setuju 31,6 %. Dengan nilai *minimum* 2 dan *maksimum* 5 serta standar deviasiinya

0,861. Skor *rata-rata* jawaban responden 3,96 (dibulatkan 4) mayoritas menjawab setuju.

b) **Teori Harga (X_{3.2})**

Pada teori Harga ini terdapat tiga Indikator yang meliputi : Indikator Harga produk sesuai dengan kualitas (X_{3.2.1}), Harga yang ditawarkan terjangkau (X_{3.2.2}), Indikator Biaya Administrasi Murah (X_{3.2.3}). Berikut Tanggapan Responden Terkait Indikator-Indikator Teori Harga Pada Variabel Bauran Pemasaran:

1) **Indikator Harga produk sesuai dengan kualitas (X_{3.2.1})**

Tabel 4.29
Hasil Koesioner Pernyataan (X_{3.2.1})

Item Pertanyaan	Keterangan	Skala	F	%	Skala x F
Harga produk yang ditawarkan di Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar sesuai dengan kualitas yang diberikan	STS	1	0	0%	0
	TS	2	1	1%	2
	N	3	24	24,5%	72
	S	4	45	45,9%	180
	SS	5	28	28,6%	140
Total			98	100%	394
Nilai Mean (rata-rata)					4,02
Nilai Minimum					2
Nilai Maksimum					5
Standar Deviasi					0,760

Sumber Pengolahan Data Primer 2020

Analisis:

Berdasarkan data tabel diatas menunjukkan bahwa 98 responden terhadap indikator (X_{3.2.1}) diatas adalah yang menjawab tidak setuju 1 %, netral 24,5 %, setuju 45,9 % dan sangat setuju 28,6 %. Dengan nilai *minimum* 2 dan *maksimum* 5 serta standar deviasinya

0,760. Skor *rata-rata* jawaban responden 4,02 (dibulatkan 4) mayoritas menjawab setuju.

2) Indikator Harga yang ditawarkan terjangkau ($X_{3,2,2}$)

Tabel 4.30
Hasil Koesioner Pernyataan ($X_{3,2,2}$)

Item Pertanyaan	Keterangan	Skala	F	%	Skala x F
Bagi Hasil yang diberikan di Bank Muamalat Indonesia.KCP Blitar sesuai dengan kebutuhan	STS	1	0	0%	0
	TS	2	2	2%	4
	N	3	29	29,6%	87
	S	4	36	36,7%	144
	SS	5	31	31,6%	155
Total			98	100%	390
Nilai Mean (<i>rata-rata</i>)					3,98
Nilai <i>Minimum</i>					2
Nilai <i>Maksimum</i>					5
Standar Deviasi					0,837

Sumber Pengolahan Data Primer 2020

Analisis:

Berdasarkan data tabel diatas menunjukkan bahwa 98 responden terhadap indikator ($X_{3,2,2}$) diatas adalah yang menjawab tidak setuju 2 %, netral 29,6 %, setuju 36,7 % dan sangat setuju 31,6 %. Dengan nilai *minimum* 2 dan *maksimum* 5 serta standar deviasinya 0,837. Skor *rata-rata* jawaban responden 3,98 (dibulatkan 4) mayoritas menjawab setuju.

3) Indikator Biaya Administrasi Murah ($X_{3,2,3}$)

Tabel .31
Hasil Koesioner Pernyataan ($X_{3,2,3}$)

Item Pertanyaan	Keterangan	Skala	F	%	Skala x F
Biaya administrasi di Bank Muamalat	STS	1	0	0%	0
	TS	2	3	3,1%	6

Indonesia Blitar murah terjangkau	KCP relative dan	N	3	22	22,4%	66
		S	4	40	40,8%	160
		SS	5	33	33,7%	165
Total			98	100%	397	
Nilai Mean (rata-rata)						4,05
Nilai Minimum						2
Nilai Maksimum						5
Standar Deviasi						0,830

Sumber Pengolahan Data Primer 2020

Analisis:

Berdasarkan data tabel diatas menunjukkan bahwa 98 responden terhadap indikator ($X_{3,2,3}$) diatas adalah yang menjawab tidak setuju 3,1 %, netral 22,4 %, setuju 40,8 % dan sangat setuju 33,7 %. Dengan nilai *minimum* 2 dan *maksimum* 5 serta standar deviasinya 0,830. Skor rata-rata jawaban responden 4,05 (dibulatkan 4) mayoritas menjawab setuju.

c) **Teori Promosi ($X_{3,3}$)**

Pada teori Promosi ini terdapat tiga Indikator yang meliputi : Indikator Iklan dimedia elektronik ($X_{3,3,1}$), Logo kantor mudah dilihat ($X_{3,3,2}$), Indikator Pesan iklan mudah Dipahami ($X_{3,3,3}$). Berikut Tanggapan Responden Terkait Indikator-Indikator Teori Promosi Pada Variabel Bauran Pemasaran:

1) **Indikator Iklan dimedia elektronik ($X_{3,3,1}$)**

Tabel 4.32
Hasil Koesioner Pernyataan ($X_{3,3,1}$)

Item Pertanyaan	Keterangan	Skala	F	%	Skala x F
Bank Muamalat	STS	1	0	0%	0
Indonesia KCP	TS	2	3	3,1%	6

Blitar juga mengiklankan dimedia elektronik	N	3	28	28,6%	84
	S	4	37	37,8%	148
	SS	5	30	30,6%	150
Total			98	100%	388
Nilai Mean (rata-rata)					3,96
Nilai Minimum					2
Nilai Maksimum					5
Standar Deviasi					0,849

Sumber Pengolahan Data Primer 2020

Analisis:

Berdasarkan data tabel diatas menunjukkan bahwa 98 responden terhadap indikator ($X_{3,3,1}$) diatas adalah yang menjawab tidak setuju 3,1 %, netral 28,6 %, setuju 37,8 % dan sangat setuju 30,6 %. Dengan nilai *minimum* 2 dan *maksimum* 5 serta standar deviasinya 0,849. Skor rata-rata jawaban responden 3,96 (dibulatkan 4) mayoritas menjawab setuju.

2) Logo kantor mudah dilihat ($X_{3,3,2}$)

Tabel 4.33
Hasil Koesioner Pernyataan ($X_{3,3,2}$)

Item Pertanyaan	Keterangan	Skala	F	%	Skala x F
Logo papan yang ada di Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar mudah dilihat di jalan.	STS	1	0	0%	0
	TS	2	2	2%	4
	N	3	30	30,6%	90
	S	4	38	38,8%	152
	SS	5	28	28,6%	140
Total			98	100%	386
Nilai Mean (rata-rata)					3,94
Nilai Minimum					2
Nilai Maksimum					5
Standar Deviasi					0,823

Sumber Pengolahan Data Primer 2020

Analisis:

Berdasarkan data tabel diatas menunjukkan bahwa 98 responden terhadap indikator ($X_{3,3,2}$) diatas adalah yang menjawab tidak setuju 2 %, netral 30,6 %, setuju 38,8 % dan sangat setuju 28,6 %. Dengan nilai *minimum* 2 dan *maksimum* 5 serta standar deviasinya 0,823. Skor *rata-rata* jawaban responden 3,94 (dibulatkan 4) mayoritas menjawab setuju.

3) Indikator Pesan iklan mudah Dipahami ($X_{3,3,3}$)

Tabel 4.34
Hasil Koesioner Pernyataan ($X_{3,3,3}$)

Item Pertanyaan	Keterangan	Skala	F	%	Skala x F
Kalimat iklan pada Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar mudah dipahami	STS	1	0	0%	0
	TS	2	1	1%	6
	N	3	20	20,4%	66
	S	4	50	51%	160
	SS	5	27	27,6%	165
Total			98	100%	397
Nilai Mean (rata-rata)					4,05
Nilai Minimum					2
Nilai Maksimum					5
Standar Deviasi					0,723

Sumber Pengolahan Data Primer 2020

Analisis:

Berdasarkan data tabel diatas menunjukkan bahwa 98 responden terhadap indikator ($X_{3,3,3}$) diatas adalah yang menjawab tidak setuju 1 %, netral 20,4 %, setuju 51 % dan sangat setuju 27,6 %. Dengan nilai *minimum* 2 dan *maksimum* 5 serta standar deviasinya 0,723. Skor *rata-rata* jawaban responden 4,05 (dibulatkan 4) mayoritas menjawab setuju.

d) Teori Tempat ($X_{3,4}$)

Pada teori Tempat ini terdapat tiga Indikator yang meliputi : Indikator Tempat yang strategis ($X_{3,4.1}$), Indikator Tempat mudah dijangkau kendaraan umum ($X_{3,4.2}$), Indikator Gedung Bank Muamalat Indonesia,Tbk, KCP. Blitar layak dan memadai ($X_{3,4.3}$). Berikut Tanggapan Responden Terkait Indikator-Indikator Teori Tempat Pada Variabel Bauran Pemasaran:

1) Indikator Tempat yang strategis ($X_{3,4.1}$)

Tabel 4.35
Hasil Koesioner Pernyataan ($X_{3,4.1}$)

Item Pertanyaan	Keterangan	Skala	F	%	Skala x F
Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar berada di area sekolahan ataupun bisnis dan dekat dengan jalan utama yang strategis.	STS	1	0	0%	0
	TS	2	2	2%	4
	N	3	22	22,4%	66
	S	4	42	42,9%	168
	SS	5	32	32,7%	160
Total			98	100%	398
Nilai Mean (rata-rata)					4,06
Nilai Minimum					2
Nilai Maksimum					5
Standar Deviasi					0,797

Sumber Pengolahan Data Primer 2020

Analisis:

Berdasarkan data tabel diatas menunjukkan bahwa 98 responden terhadap indikator ($X_{3,4.1}$) diatas adalah yang menjawab tidak setuju 2 %, netral 22,4 %, setuju 42,9 % dan sangat setuju 32,7 %. Dengan nilai *minimum* 2 dan *maksimum* 5 serta standar deviasinya

0,797. Skor *rata-rata* jawaban responden 4,06 (dibulatkan 4) mayoritas menjawab setuju.

2) **Indikator Tempat mudah dijangkau kendaraan umum (X_{3.4.2})**

Tabel 4.36
Hasil Koesioner Pernyataan (X_{3.4.2})

Item Pertanyaan	Keterangan	Skala	F	%	Skala x F
Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar mudah dijangkau oleh kendaraan umum	STS	1	0	0%	0
	TS	2	3	3%	6
	N	3	23	23,5%	69
	S	4	40	40,8%	160
	SS	5	32	32,7%	160
Total			98	100%	395
Nilai Mean (<i>rata-rata</i>)					4,03
Nilai <i>Minimum</i>					2
Nilai <i>Maksimum</i>					5
Standar Deviasi					0,831

Sumber Pengolahan Data Primer 2020

Analisis:

Berdasarkan data tabel diatas menunjukkan bahwa 98 responden terhadap indikator (X_{3.4.2}) diatas adalah yang menjawab tidak setuju 3,1 %, netral 23,5 %, setuju 40,8 % dan sangat setuju 32,7 %. Dengan nilai *minimum* 2 dan *maksimum* 5 serta standar deviasinya 0,831. Skor rata-rata jawaban responden 4,03 (dibulatkan 4) mayoritas menjawab setuju.

3) **Indikator Gedung Bank Muamalat Indonesia, Tbk, KCP. Blitar layak dan memadai (X_{3.4.3})**

Tabel 4.37
Hasil Koesioner Pernyataan (X_{3.4.3})

Item Pertanyaan	Keterangan	Skala	F	%	Skala x F
-----------------	------------	-------	---	---	-----------

Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar layak dan memadai.	STS	1	0	0%	0
	TS	2	2	2%	4
	N	3	21	21,4%	63
	S	4	41	41,8%	164
	SS	5	34	34,0%	170
Total		98	100%	401	
Nilai Mean (rata-rata)					4,09
Nilai Minimum					2
Nilai Maksimum					5
Standar Deviasi					0,801

Sumber Pengolahan Data Primer 2020

Analisis:

Berdasarkan data tabel diatas menunjukkan bahwa 98 responden terhadap indikator ($X_{3,4,3}$) diatas adalah yang menjawab tidak setuju 2 %, netral 21,4 %, setuju 41,8 % dan sangat setuju 34,7 %. Dengan nilai *minimum* 2 dan *maksimum* 5 serta standar deviasinya 0,801. Skor *rata-rata* jawaban responden 4,09 (dibulatkan 4) mayoritas menjawab setuju.

f. Rangkuman Deskriptif (X_3)

Tabel 4.38
Rangkuman Tanggapan Responden (X_3)

No	Butir	Tanggapan Responden										Presentase
		STS		TS		N		S		SS		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	X3.1.1	0	0%	2	2%	23	23,5%	43	43,9%	30	30,6%	98(100%)
2	X3.1.2	0	0%	2	2%	26	26,5%	38	38,8%	32	32,7%	98(100%)
3	X3.1.3	0	0%	3	3,1%	29	29,6%	35	35,7%	31	31,6%	98(100%)
4	X3.2.1	0	0%	1	1%	24	24,5%	45	45,9%	28	28,6%	98(100%)
5	X3.2.2	0	0%	2	2%	29	29,6%	36	36,7%	31	31,6%	98(100%)
6	X3.2.3	0	0%	3	3%	22	22,4%	40	40,8%	33	33,7%	98(100%)
7	X3.3.1	0	0%	3	3,1%	28	28,6%	37	37,8%	30	30,6%	98(100%)
8	X3.3.2	0	0%	2	2%	30	30,6%	38	38,8%	28	28,6%	98(100%)
9	X3.3.3	0	0%	1	1%	20	20,4%	50	51%	27	27,6%	98(100%)
10	X3.4.1	0	0%	2	2%	22	22,4%	42	42,4%	32	32,7%	98(100%)
11	X3.4.2	0	0%	3	3,1%	23	23,5%	40	40,8%	32	32,7%	98(100%)

12	X3.4.3	0	0%	2	2%	21	21,4%	41	41,8%	34	34,7%	98(100%)
----	--------	---	----	---	----	----	-------	----	-------	----	-------	----------

Sumber Pengolahan Data Primer 2020

Berdasarkan pada tabel 4.71 diatas dapat disimpulkan bahwa jawaban responden terhadap Indikator-Indikator Bauran pemasaran menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan setuju mengenai pernyataan “Kalimat iklan pada Bank Muamalat Indonesia, Tbk, KCP.Blitar mudah dipahami” pada butir (X3.3.3) dalam indikator Pesan iklan mudah Dipahami dengan presentase 50%. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki tanggapan yang baik Promosi sebagai Kepuasan menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar.

g. Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

Didalam Variabel Kepuasan Nasabah (Y) ini terdapat tiga teori yang Harapan Y_1 , Realita Y_2 , dan Rasa Puas Y_3 .

a) Teori Harapan (Y_1)

Pada teori Harapan ini terdapat tiga Indikator yang meliputi : Indikator Pelayanan baik ($Y_{1.1}$), Indikator Ruang tunggu yang bersih ($Y_{1.2}$), Indikator Kebutuhan terpenuhi ($Y_{1.3}$).Berikut Tanggapan Responden Terkait Indikator-Indikator Teori Harapan Pada Variabel Kepuasan Nasabah :

1) Indikator Pelayanan baik ($Y_{1.1}$)

Tabel 4.39
Hasil Koesioner Pernyataan ($Y_{1.1}$)

Item Pertanyaan	Keterangan	Skala	F	%	Skala x F
-----------------	------------	-------	---	---	-----------

Keinginan saya mendapatkan pelayanan baik terpenuhi	STS	1	0	0%	0
	TS	2	2	2%	4
	N	3	20	20,4%	60
	S	4	42	42,9%	168
	SS	5	34	34,7%	170
Total			98	100%	402
Nilai Mean (rata-rata)					4,10
Nilai Minimum					2
Nilai Maksimum					5
Standar Deviasi					0,793

Sumber Pengolahan Data Primer 2020

Analisis:

Berdasarkan data tabel diatas menunjukkan bahwa 98 responden terhadap indikator ($Y_{1.1}$) diatas adalah yang menjawab tidak setuju 2 %, netral 20,4 %, setuju 42,9 % dan sangat setuju 34,7 %. Dengan nilai *minimum* 2 dan *maksimum* 5 serta standar deviasinya 0,793. Skor *rata-rata* jawaban responden 4,10 (dibulatkan 4) mayoritas menjawab setuju.

2) Indikator Ruang tunggu yang bersih ($Y_{1.2}$)

Tabel 4.40
Hasil Koersioner Pernyataan ($Y_{1.2}$)

Item Pertanyaan	Keterangan	Skala	F	%	Skala x F
Saya merasakan tempat ruang tunggu yang bersih	STS	1	0	0%	0
	TS	2	1	1%	2
	N	3	22	22,4%	66
	S	4	38	38,8%	152
	SS	5	37	37,8%	185
Total			98	100%	405
Nilai Mean (rata-rata)					4,13
Nilai Minimum					2
Nilai Maksimum					5
Standar Deviasi					0,795

Sumber Pengolahan Data Primer 2020

Analisis:

Berdasarkan data tabel diatas menunjukkan bahwa 98 responden terhadap indikator ($Y_{1.2}$) diatas adalah yang menjawab tidak setuju 1 %, netral 22,4 %, setuju 38,8% dan sangat setuju 37,8 %. Dengan nilai *minimum* 2 dan *maksimum* 5 serta standar deviasinya 0,795. Skor *rata-rata* jawaban responden 4,13 (dibulatkan 4) mayoritas menjawab setuju.

3) Indikator Kebutuhan terpenuhi ($Y_{1.3}$)

Tabel 4.41
Hasil Koesioner Pernyataan ($Y_{1.3}$)

Item Pertanyaan	Keterangan	Skala	F	%	Skala x F
Kebutuhan saya selalu terpenuhi	STS	1	0	0%	0
	TS	2	1	1%	2
	N	3	24	24,5%	72
	S	4	43	43,9%	172
	SS	5	30	30,6%	150
Total			98	100%	396
Nilai Mean (<i>rata-rata</i>)					4,04
Nilai <i>Minimum</i>					2
Nilai <i>Maksimum</i>					5
Standar Deviasi					0,772

Sumber Pengolahan Data Primer 2020

Analisis:

Berdasarkan data tabel diatas menunjukkan bahwa 98 responden terhadap indikator ($Y_{1.3}$) diatas adalah yang menjawab tidak setuju 1 %, netral 24,5 %, setuju 43,9% dan sangat setuju 30,6 %. Dengan nilai *minimum* 2 dan *maksimum* 5 serta standar deviasinya 0,772. Skor *rata-rata* jawaban responden 4,04 (dibulatkan 4) mayoritas menjawab setuju.

b) Teori Realita (Y₂)

Pada teori realita ini terdapat tiga Indikator yang meliputi : Indikator Kualitas produk baik (Y_{2.1}), Indikator Pelayanan yang tepat dan cepat (Y_{2.2}), Indikator Service dari karyawan ramah dan sopan (Y_{2.3}). Berikut Tanggapan Responden Terkait Indikator-Indikator Teori realita Pada Variabel Kepuasan Nasabah :

1) Indikator Kualitas produk baik (Y_{2.1})

Tabel 4.42
Hasil Koesioner Pernyataan (Y_{2.1})

Item Pertanyaan	Keterangan	Skala	F	%	Skala x F
Saya mendapatkan kualitas produk yang baik	STS	1	0	0%	0
	TS	2	2	2%	4
	N	3	21	21,4%	63
	S	4	39	39,8%	156
	SS	5	36	36,7%	180
Total			98	100%	403
Nilai Mean (rata-rata)					4,11
Nilai Minimum					2
Nilai Maksimum					5
Standar Deviasi					0,811

Sumber Pengolahan Data Primer 2020

Analisis:

Berdasarkan data tabel diatas menunjukkan bahwa 98 responden terhadap indikator (Y_{2.1}) diatas adalah yang menjawab tidak setuju 2 %, netral 21,4 %, setuju 39,8 % dan sangat setuju 36,7 %. Dengan nilai *minimum* 2 dan *maksimum* 5 serta standar deviasinya 0,811. Skor *rata-rata* jawaban responden 4,11 (dibulatkan 4) mayoritas menjawab setuju.

2) Indikator Pelayanan yang tepat dan cepat (Y_{2.2})

Tabel 4.43
Hasil Koesioner Pernyataan (Y_{2.2})

Item Pertanyaan	Keterangan	Skala	F	%	Skala x F
Saya mendapatkan pelayanan yang tepat dan cepat	STS	1	0	0%	0
	TS	2	1	1%	2
	N	3	20	20,4%	60
	S	4	44	44,9%	176
	SS	5	33	33,7%	165
Total			98	100%	403
Nilai Mean (rata-rata)					4,11
Nilai Minimum					2
Nilai Maksimum					5
Standar Deviasi					0,758

Sumber Pengolahan Data Primer 2020

Analisis:

Berdasarkan data tabel diatas menunjukkan bahwa 98 responden terhadap indikator (Y_{2.2}) diatas adalah yang menjawab tidak setuju 1 %, netral 20,4 %, setuju 44,9 % dan sangat setuju 33,7 %. Dengan nilai *minimum* 2 dan *maksimum* 5 serta standar deviasinya 0,758. Skor *rata-rata* jawaban responden 4,11 (dibulatkan 4) mayoritas menjawab setuju.

3) Indikator Service dari karyawan ramah dan sopan (Y_{2.3})

Tabel 4.45
Hasil Koesioner Pernyataan (Y_{2.3})

Item Pertanyaan	Keterangan	Skala	F	%	Skala x F
Saya mendapatkan service dari karyawan ramah dan sopan	STS	1	0	0%	0
	TS	2	3	3,2%	6
	N	3	24	24,5%	72
	S	4	35	35,7%	140
	SS	5	36	36,7%	180
Total			98	100%	398

Nilai Mean (<i>rata-rata</i>)	4,08
Nilai <i>Minimum</i>	2
Nilai <i>Maksimum</i>	5
Standar Deviasi	0,859

Sumber Pengolahan Data Primer 2020

Analisis:

Berdasarkan data tabel diatas menunjukkan bahwa 98 responden terhadap indikator ($Y_{2,3}$) diatas adalah yang menjawab tidak setuju 3,1 %, netral 24,5 %, setuju 35,7 % dan sangat setuju 36,7 %. Dengan nilai *minimum* 2 dan *maksimum* 5 serta standar devisiasinya 0,859. Skor *rata-rata* jawaban responden 4,06 (dibulatkan 4) mayoritas menjawab setuju

c) Teori Rasa Puas (Y_3)

Pada teori Rasa Puas ini terdapat tiga Indikator yang meliputi : Indikator Membeli ulang produk ($Y_{3,1}$), Indikator Merekomendasikan ke relasi ($Y_{3,2}$), Indikator Terpenuhi harapan ($Y_{3,3}$). Berikut Tanggapan Responden Terkait Indikator-Indikator Teori rasa puas Pada Variabel Kepuasan Nasabah :

1) Indikator Membeli ulang produk ($Y_{3,1}$)

Tabel 4.46
Hasil Koesioner Pernyataan ($Y_{3,1}$)

Item Pertanyaan	Keterangan	Skala	F	%	Skala x F
Saya melakukan pembelian ulang produk atau menabung ulang	STS	1	0	0%	0
	TS	2	1	1%	2
	N	3	23	23,5%	69
	S	4	42	42,9%	168
	SS	5	32	32,7%	160
Total			98	100%	399

Nilai Mean (rata-rata)	4,07
Nilai Minimum	2
Nilai Maksimum	5
Standar Deviasi	0,777

Sumber Pengolahan Data Primer 2020

Analisis:

Berdasarkan data tabel diatas menunjukkan bahwa 98 responden terhadap indikator ($Y_{3.1}$) diatas adalah yang menjawab tidak setuju 1 %, netral 23,5 %, setuju 42,9 % dan sangat setuju 32,7 %. Dengan nilai *minimum* 2 dan *maksimum* 5 serta standar deviasinya 0,777. Skor *rata-rata* jawaban responden 4,07 (dibulatkan 4) mayoritas menjawab setuju.

2) Indikator Merekomendasikan ke relasi ($Y_{3.2}$)

Tabel 4.47
Hasil Koesioner Pernyataan ($Y_{3.2}$)

Item Pertanyaan	Keterangan	Skala	F	%	Skala x F
Saya merekomendasikan ke relasi dan teman	STS	1	0	0%	0
	TS	2	2	2%	4
	N	3	24	24,5%	72
	S	4	41	41,8%	164
	SS	5	31	31,6%	155
Total			98	100%	395
Nilai Mean (rata-rata)					4,03
Nilai Minimum					2
Nilai Maksimum					5
Standar Deviasi					0,805

Sumber Pengolahan Data Primer 2020

Analisis:

Berdasarkan data tabel diatas menunjukkan bahwa 98 responden terhadap indikator ($Y_{3.2}$) diatas adalah yang menjawab tidak setuju 2 %, netral 24,5 %, setuju 41,8 % dan sangat setuju 31,6 %.

Dengan nilai *minimum* 2 dan *maksimum* 5 serta standar deviasinya 0,805. Skor *rata-rata* jawaban responden 4,03 (dibulatkan 4) mayoritas menjawab setuju.

3) Indikator Terpenuhi harapan (Y_{3.3})

Tabel 4.48
Hasil Koesioner Pernyataan (Y_{3.3})

Item Pertanyaan	Keterangan	Skala	F	%	Skala x F
Selalu terpenuhi harapan saya	STS	1	0	0%	0
	TS	2	2	2%	4
	N	3	18	18,4%	54
	S	4	43	43,9%	172
	SS	5	35	35,7%	175
Total			98	100%	405
Nilai Mean (rata-rata)					4,13
Nilai Minimum					2
Nilai Maksimum					5
Standar Deviasi					0,782

Sumber Pengolahan Data Primer 2020

Analisis:

Berdasarkan data tabel diatas menunjukkan bahwa 98 responden terhadap indikator (Y_{3.3}) diatas adalah yang menjawab tidak setuju 2 %, netral 18,4 %, setuju 43,9 % dan sangat setuju 35,7 %. Dengan nilai *minimum* 2 dan *maksimum* 5 serta standar deviasinya 0,782. Skor *rata-rata* jawaban responden 4,13 (dibulatkan 4) mayoritas menjawab setuju.

h. Rangkuman Deskriptif (Y)

Tabel 4.49
Rangkuman Tanggapan Responden (Y)

No	Butir	Tanggapan Responden										Presentase
		STS		TS		N		S		SS		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	Y1.1	0	0%	2	2%	20	20,4%	42	42,9%	34	34,7%	98(100%)
2	Y1.2	0	0%	1	1%	22	22,4%	38	38,8%	37	37,8%	98(100%)
3	Y1.3	0	0%	1	1%	24	24,5%	43	43,9%	30	30,6%	98(100%)
4	Y2.1	0	0%	2	2%	21	21,4%	39	39,8%	36	36,7%	98(100%)
5	Y2.2	0	0%	1	1%	20	20,4%	44	44,9%	33	33,7%	98(100%)
6	Y2.3	0	0%	3	3%	24	24,5%	35	35,7%	36	36,7%	98(100%)
7	Y3.1	0	0%	1	1%	23	23,5%	42	42,9%	32	32,7%	98(100%)
8	Y3.2	0	0%	2	2%	24	24,5%	41	41,8%	31	31,6%	98(100%)
9	Y3.3	0	0%	2	2%	18	18,4%	43	43,9%	35	35,7%	98(100%)

Sumber Pengolahan Data Primer 2020

Berdasarkan pada tabel 4.49 diatas dapat disimpulkan bahwa jawaban responden terhadap Indikator-indikator Kepuasan Nasabah menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan setuju mengenai pernyataan “Saya mendapatkan pelayanan yang tepat dan cepat” pada butir (Y2.2) dalam indikator Pelayanan yang tepat dan cepat dengan presentase 44%. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki tanggapan yang baik terkait Realita sebagai Kepuasan menjadi Nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar.

b. Uji Validitas

Uji validitas ini digunakan untuk mengetahui “apakah ada pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner yang harus dibuang/diganti karena dianggap tidak relevan”.⁶⁰ Dalam penelitian ini jumlah pertanyaan yang diberikan sebanyak 42 pertanyaan yang harus dijawab oleh 98 responden. Dari jumlah responden tersebut diketahui r_{tabel}

⁶⁰ Husein Umar, *Metodologi Penelitian untuk Skripsi dan Thesis Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hlm. 166

adalah 0,1671 ($df = n-2 = 98-2 = 96$). Suatu instrument dapat dikatakan valid apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan sebaliknya, untuk analisis menggunakan *korelasi pearson product moment* dengan SPSS versi 21.0. Jadi butir kuesioner tersebut dikatakan valid jika r_{hitung} pada *pearson correlation* lebih besar dari 0,1671. Berikut hasil dari pengujian validitas pada kuesioner yang disebarakan pada Nasabah Bak Muamalat, KCP Blitar sebagai berikut:

Tabel 4.50
Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X₁)

No	Butir Pertanyaan	Corected Item Correlation	R Tabel N= 90 Taraf Signifikansi 10%	Keterangan
1	Pertanyaan 1	0,396	0,1671	Valid
2	Pertanyaan 2	0,463	0,1671	Valid
3	Pertanyaan 3	0,612	0,1671	Valid
4	Pertanyaan 4	0,692	0,1671	Valid
5	Pertanyaan 5	0,638	0,1671	Valid
6	Pertanyaan 6	0,668	0,1671	Valid
7	Pertanyaan 7	0,633	0,1671	Valid
8	Pertanyaan 8	0,697	0,1671	Valid
9	Pertanyaan 9	0,658	0,1671	Valid
10	Pertanyaan 10	0,727	0,1671	Valid
11	Pertanyaan 11	0,694	0,1671	Valid
12	Pertanyaan 12	0,647	0,1671	Valid
13	Pertanyaan 13	0,712	0,1671	Valid
14	Pertanyaan 14	0,715	0,1671	Valid
15	Pertanyaan 15	0,755	0,1671	Valid

Sumber: Data SPSS Versi 20.0 yang sudah diolah, Agustus 2020

Berdasarkan pada tabel 4.50 diatas dapat diketahui bahwa butir pertanyaan nomer 1 sampai dengan butir pertanyaan nomer 15 dinyatakan valid. Apabila nilai *corrected item correlation* (r-hitung) lebih besar

dibandingkan dengan r-tabel. Untuk nilai r tabel dapat diketahui dari df (*degree of freedom*) = n (jumlah responden -2) yaitu (df= 98-2= 98), maka dengan nilai signifikansi 10% diperoleh r-tabel = 0,1671. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dalam penelitian ini dikatakan valid dan sudah memenuhi persyaratan validitas secara statistik serta dapat mengukur dengan tepat.

Tabel 4.51
Hasil Uji Validitas *E-Banking* (X₂)

No	Butir Pertanyaan	Corected Item Correlation	R Tabel N= 90 Taraf Signifikansi 10%	Keterangan
1	Pertanyaan 1	0,663	0,1671	Valid
2	Pertanyaan 2	0,697	0,1671	Valid
3	Pertanyaan 3	0,608	0,1671	Valid
4	Pertanyaan 4	0,667	0,1671	Valid
5	Pertanyaan 5	0,640	0,1671	Valid
6	Pertanyaan 6	0,714	0,1671	Valid

Sumber: Data SPSS Versi 20.0 yang sudah diolah, Agustus 2020

Berdasarkan pada tabel 4.51 diatas dapat diketahui bahwa butir pertanyaan nomer 1 sampai dengan butir pertanyaan nomer 6 dinyatakan valid. Apabila nilai *corrected item correlation* (r-hitung) lebih besar dibandingkan dengan r-tabel. Untuk nilai r tabel dapat diketahui dari df (*degree of freedom*) = n (jumlah responden -2) yaitu (df= 98-2= 98), maka dengan nilai signifikansi 10% diperoleh r-tabel = 0,1671. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *E-Banking* dalam penelitian ini

dikatakan valid dan sudah memenuhi persyaratan validitas secara statistik serta dapat mengukur dengan tepat.

Tabel 4.52
Hasil Uji Validitas Bauran Pemasaran (X₃)

No	Butir Pertanyaan	Corected Item Correlation	R Tabel N= 90 Taraf Signifikansi 10%	Keterangan
1	Pertanyaan 1	0,692	0,1671	Valid
2	Pertanyaan 2	0,635	0,1671	Valid
3	Pertanyaan 3	0,728	0,1671	Valid
4	Pertanyaan 4	0,638	0,1671	Valid
5	Pertanyaan 5	0,682	0,1671	Valid
6	Pertanyaan 6	0,721	0,1671	Valid
7	Pertanyaan 7	0,475	0,1671	Valid
8	Pertanyaan 8	0,622	0,1671	Valid
9	Pertanyaan 9	0,644	0,1671	Valid
10	Pertanyaan 10	0,655	0,1671	Valid
11	Pertanyaan 11	0,629	0,1671	Valid
12	Pertanyaan 12	0,623	0,1671	Valid

Sumber: Data SPSS Versi 20.0 yang sudah diolah, Agustus 2020

Berdasarkan pada tabel 4.52 diatas dapat diketahui bahwa butir pertanyaan nomer 1 sampai dengan butir pertanyaan nomer 12 dinyatakan valid. Apabila nilai *corrected item correlation* (r-hitung) lebih besar dibandingkan dengan r-tabel. Untuk nilai r tabel dapat diketahui dari df (*degree of freedom*) = n (jumlah responden -2) yaitu (df= 98-2= 98), maka dengan nilai signifikansi 10% diperoleh r-tabel = 0,1671. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Bauran Pemasaran dalam penelitian ini dikatakan valid dan sudah memenuhi persyaratan validitas secara statistik serta dapat mengukur dengan tepat.

Tabel 4.53
Hasil Uji Validitas Instrumen Kepuasan Nasabah (Y)

No	Butir Pertanyaan	Corected Item Correlation	R Tabel N= 90 Taraf Signifikansi 10%	Keterangan
1	Pertanyaan 1	0,760	0,1671	Valid
2	Pertanyaan 2	0,768	0,1671	Valid
3	Pertanyaan 3	0,828	0,1671	Valid
4	Pertanyaan 4	0,724	0,1671	Valid
5	Pertanyaan 5	0,757	0,1671	Valid
6	Pertanyaan 6	0,801	0,1671	Valid
7	Pertanyaan 7	0,714	0,1671	Valid
8	Pertanyaan 8	0,714	0,1671	Valid
9	Pertanyaan 9	1,000	0,1671	Valid

Sumber: Data SPSS Versi 20.0 yang sudah diolah, Agustus 2020

Berdasarkan pada tabel 4.53 diatas dapat diketahui bahwa butir pertanyaan nomer 1 sampai dengan butir pertanyaan nomer 9 dinyatakan valid. Apabila nilai *corrected item correlation* (r-hitung) lebih besar dibandingkan dengan r-tabel. Untuk nilai r tabel dapat diketahui dari df (*degree of freedom*) = n (jumlah responden -2) yaitu (df= 100-2= 98), maka dengan nilai signifikansi 5% diperoleh r-tabel = 0,1966. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kepuasan Nasabah dalam penelitian ini dikatakan valid dan sudah memenuhi persyaratan validitas secara statistik serta dapat mengukur dengan tepat.

c. Uji Realibilitas

Reliabilitas instrumen adalah hasil pengukuran yang dapat dipercaya. Reliabilitas instrumen diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan

uji reliabilitas dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach's* diukur berdasarkan skala *Alpha Cronbach's* 0 sampai 1.⁶¹ Variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Alpha Cronbach's* $> 0,60$.

Tabel 4.54
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,961	Sangat Reliable
E-Banking (X2)	0,950	Sangat Reliable
Bauran Pemasaran (X3)	0,963	Sangat Reliable
Kepuasan Nasabah (Y)	0,980	Sangat Reliable

umber: Data SPSS Versi 20.0 yang sudah diolah, Agustus 2020

Berdasarkan tabel 4.96 di atas, menunjukkan bahwa nilai *Alpha Cronbach's* pada variabel X_1 sebesar 0,961, X_2 sebesar 0,950, X_3 sebesar 0,963, dan Y sebesar 0,980. Karena nilai *Alpha Cronbach's* lebih besar dari 0,60 maka seluruh item pada penelitian ini dikatakan Sangat Reliabel atau terpercaya sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian.

d. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Pada uji normalitas data ini menggunakan pendekatan Kolmogorov-Smirnov. Berikut adalah hasil pengujian data pada Nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar:

Tabel 4.55
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

⁶¹ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2009), hal. 97

		Kualitas_Pelay anan	E-Banking	Bauran Pemasaran	Kepuasan_Nas abah
N		98	98	98	98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	60,09	24,23	48,19	36,80
	Std. Deviation	10,196	4,423	8,201	6,386
Most Extreme Differences	Absolute	,098	,138	,093	,120
	Positive	,082	,103	,083	,099
	Negative	-,098	-,138	-,093	-,120
Kolmogorov-Smirnov Z		,969	1,371	,917	1,189
Asymp. Sig. (2-tailed)		,304	,107	,370	,119

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data SPSS Versi 20.0 yang sudah diolah, Agustus 2020

Berdasarkan pada tabel 4.55 diatas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test diperoleh angka probabilitas atau Asymp. Sig. (2-tailed). Kriteria pengambilan keputusan dengan pedoman ini yaitu menggunakan taraf signifikansi 0,01 atau 1% sebagai berikut:

- 1) Nilai Signifikansi $< 0,01$ maka distribusi data tidak normal.
- 2) Nilai Signifikansi $> 0,01$ maka distribusi data normal.

Pada tabel 4.97 diatas menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X_1) memiliki nilai signifikansi $0,304 > 0,01$, variabel *E-Banking* (X_2) memiliki nilai signifikansi $0,107 > 0,01$, variabel Bauran Pemasaran(X_3) memiliki nilai signifikansi $0,370 > 0,01$, dan pada variabel Kepuasan Nasabah

(Y) memiliki signifikansi $0,119 > 0,01$. Maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel yang sudah diuji dinyatakan berdistribusi normal.

2) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mendeteksi adanya korelasi antar variabel bebas yang ditunjukkan dengan melihat nilai *Tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Jika nilai *Tolerance* lebih dari 0,10 dan VIF kurang dari 10 maka data dinyatakan bebas dari multikolinieritas.

Tabel 4.56
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,530	1,366	,388	,699		
	Kualitas_Pelayanan	,274	,051	,438	5,375	,180	5,555
	E-Banking	,164	,157	,113	1,644	,102	9,852
	Bauran Pemasaran	,328	,081	,421	4,059	,111	9,022

a. Dependent Variable: Kepuasan_Nasabah

Sumber: Data SPSS Versi 20.0 yang sudah diolah, Agustus 2020

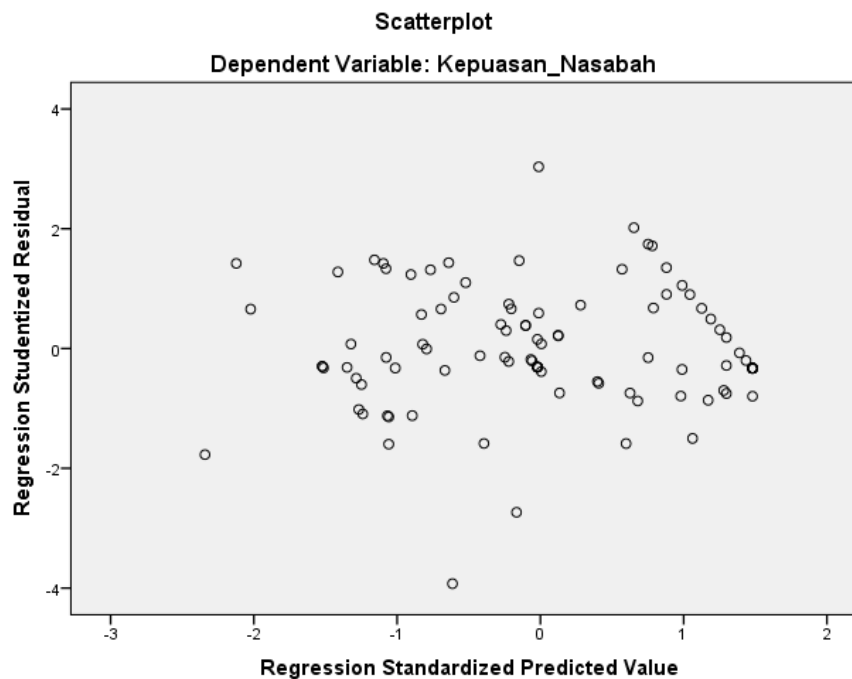
Berdasarkan pada tabel 4.98 diatas dapat diketahui bahwa nilai VIF pada variabel Kualitas Pelayanan sebesar 5,555 dengan nilai *tolerance* 0,180, pada variabel *E-Banking* sebesar 9,852 dengan nilai *tolerance* 0,102, dan pada variabel

Bauran Pemasaran sebesar 9,022 dengan nilai *tolerance* 0,000. Maka dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel bebas tidak terjadi multikolinieritas, karena nilai $VIF < 10$ dan nilai *Tolerance* $> 0,10$.

3) Uji heterokesdastisitas

Uji heterokesdastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk mendekteksi ada tidaknya heterokesdastisitas dengan pola titik-titik pada *Scatterplots* dapat dilihat dari bantuan software SPSS versi 20.0.

Gambar 4.1
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data SPSS Versi 20.0 yang sudah diolah, Agustus 2020

Pada gambar 4.1 *Scatterplots* diatas dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar secara acak dengan pola yang tidak jelas, diatas, dibawah maupun disekitar angka 0. maka dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak terjadi masalah heteroskedastisitas, sehingga model ini layak dipakai untuk Kepuasan Menjadi Nasabah Di Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar berdasarkan variabel Kualitas Pelayanan, *E Banking*, dan Bauran Pemasaran.

4) Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel independen yaitu Kualitas Pelayanan (X_1), *E-Banking* (X_2), Bauran Pemasaran (X_3) terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Menjadi Nasabah (Y). Berdasarkan regresi linier berganda diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.57
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	,530	1,366		,388	,699
	Kualitas_Pelayanan	,274	,051	,438	5,375	,000
	E-Banking	,164	,157	,113	1,644	,000
	Bauran Pemasaran	,328	,081	,421	4,059	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Nasabah

Sumber: Data SPSS Versi 20.0 yang sudah diolah, Agustus 2020

Berdasarkan tabel 4.57 di atas maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 \text{ Atau}$$

$$Y = 0,530 + 0,274X_1 + 0,164X_2 + 0,328X_3$$

- 1) Apabila nilai variabel yang terdiri dari Kualitas Pelayanan, E-Banking, Bauran Pemasaran memiliki nilai konstanta tetap sebesar 0,530 dengan mempunyai nilai 0 atau tidak ada, maka Kepuasan Menjadi Nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar nilainya positif sebesar 0,530 satuan. Karena nilai konstantanya bernilai positif artinya Kepuasan Menjadi Nasabah tidak akan mengalami penurunan apabila Kualitas Pelayanan, *E-Banking*, Bauran Pemasaran dalam keadaan konstanta tetap.
- 2) Koefisien regresi X_1 (Kualitas Pelayanan) sebesar 0,274 artinya setiap kenaikan 1 satuan pada variabel Kualitas Pelayanan akan meningkatkan kepuasan Nasabah sebesar 0,274. Sebaliknya jika terjadi penurunan 1 satuan pada variabel Kualitas Pelayanan maka kepuasan nasabah akan turun sebesar 0,274 satuan dengan anggapan bahwa variabel lain nilainya tetap.
- 3) Koefisien regresi X_2 (*E-Banking*) sebesar 0,164 artinya setiap kenaikan 1 satuan pada variabel E-Banking akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,164. Sebaliknya jika terjadi penurunan 1 satuan pada variabel *E-Banking* maka kepuasan nasabah akan turun sebesar 0,164 satuan dengan anggapan bahwa variabel lain nilainya tetap.
- 4) Koefisien regresi X_3 (Bauran pemasaran) sebesar 0,328 artinya setiap kenaikan 1 satuan pada variabel Bauran Pemasaran akan meningkatkan kepuasan nasabah

sebesar 0,328. Sebaliknya jika terjadi penurunan 1 satuan pada variabel Bauran Pemasaran maka kepuasan nasabah akan turun sebesar 0,328 satuan dengan anggapan bahwa variabel lain nilainya tetap.

- 5) Tanda (+) dan (-) dari nilai koefisien regresi menyatakan bahwa bukan termasuk tanda aljabar, melainkan arah hubungan antar variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Untuk tanda (+) menunjukkan arah hubungan yang searah sedangkan tanda (-) menunjukkan arah hubungan yang berbanding terbalik antar variabel independen dengan variabel dependen.
- 6) Dari hasil regresi diatas dapat disimpulkan bahwa variabel Bauran Pemasaran memiliki pengaruh lebih besar dibandingkan Kualitas Pelayanan dan *E-Banking*. Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien beta Religiusitas X_3 sebesar 0,328 yang lebih besar dari nilai koefisien Kualitas Pelayanan X_1 sebesar 0,174 dan *E-Banking* X_2 sebesar 0,164.

5) UJI T (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial independen terhadap variabel dependen, dimana nilai Signifikansi < 10% dan t hitung > t tabel, maka uji t (parsial) dikatakan signifikan, dan begitu juga sebaliknya.

Tabel 4.58
Hasil Uji T Parsial

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,530	1,366		,388	,699

Kualitas_Pelayanan	,274	,051	,438	5,375	,000
E-Banking	,164	,157	,113	1,644	,000
Bauran Pemasaran	,328	,081	,421	4,059	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Nasabah

Sumber: Data SPSS Versi 20.0 yang sudah diolah, Agustus 2020

Langkah-langkah pengujian Uji T sebagai berikut:

1) Variabel Kualitas Pelayanan

a) Merumuskan hipotesis

H_0 = Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh positif secara signifikan terhadap Kepuasan Menjadi Nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar.

H_1 = Kualitas Pelayanan berpengaruh positif secara signifikan terhadap Kepuasan Menjadi Nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar.

b) Menentukan T hitung

Dari tabel 4.58 diatas dapat diketahui bahwa t-hitung sebesar 5,375.

c) Menentukan T tabel

$T_{tabel} = 1,661$

d) Kriteria Pengujian

Dengan t-hitung:

(a) Jika $t_{tabel} > t_{hitung}$ atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima

(b) Jika $t_{tabel} < t_{hitung}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak

Dengan probabilitas:

(a) Jika probabilitas $> 0,1$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

(b) Jika probabilitas $< 0,1$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

e) Kesimpulan

Berdasarkan pada tabel 4.58 diatas dapat peroleh bahwa t-hitung untuk variabel Kualitas Pelayananana 5,375 sedangkan untuk t-tabel dengan taraf signifikansi 10% diperoleh nilai 1,661. Perbandingan keduanya untuk t-hitung $>$ t-tabel diperoleh nilai sebesar $5,375 > 1,661$, sedangkan nilai probabilitas (Sig.) sebesar $0,000 < 0,1$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Jadi kesimpulannya bahwa Kualitasa Pelayananana berpengaruh positif secara signifikan terhadap Kepuasan menjadi nasabah di Bank Muamalat Indonesia,Tbk.KCP Blitar.

2) Variabel *E-Banking*

a) Merumuskan hipotesis

$H_0 = E-Banking$ Tidak berpengaruh positif secara signifikan terhadap Kepuasan menjadi Nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar.

$H_1 = E-Banking$ berpengaruh positif secara signifikan terhadap Kepuasan menjadi Nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar.

b) Menentukan T hitung

Dari tabel 4.58 diatas dapat diketahui bahwa t-hitung sebesar 1,664.

c) Menentukan T tabel

Ttabel= 1,661

d) Kriteria Pengujian

Dengan t-hitung:

- (a) Jika $t\text{-tabel} > t\text{-hitung}$ atau $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ maka H_0 diterima
- (b) Jika $t\text{-tabel} < t\text{-hitung}$ atau $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ maka H_0 ditolak

Dengan probabilitas:

- (a) Jika probabilitas $> 0,1$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak
- (b) Jika probabilitas $< 0,1$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

e) Kesimpulan

Berdasarkan pada tabel 4.58 diatas dapat peroleh bahwa t-hitung untuk variabel E-Banking sebesar 1,664 sedangkan untuk t-tabel dengan taraf signifikansi 10% diperoleh nilai 1,661. Perbandingan keduanya untuk t-hitung $> t\text{-tabel}$ diperoleh nilai sebesar $1,664 > 1,661$, sedangkan nilai probabilitas (Sig.) sebesar $0,000 < 0,01$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Jadi kesimpulannya bahwa E-Banking berpengaruh positif secara signifikan terhadap Kepuasan menjadi Nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar.

3) Variabel Bauran Pemasaran

Merumuskan hipotesis

H_0 = Bauran Pemasaran tidak berpengaruh positif secara signifikan terhadap Kepuasan menjadi Nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar

H1 = Bauran Pemasaran berpengaruh positif secara signifikan terhadap Kepuasan menjadi Nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar.

a) Menentukan T hitung

Dari tabel 4.58 diatas dapat diketahui bahwa t-hitung sebesar 4,059.

b) Menentukan T tabel

Ttabel= 1,661

c) Kriteria Pengujian

Dengan t-hitung:

(a) Jika $t\text{-tabel} > t\text{-hitung}$ atau $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ maka H0 diterima

(b) Jika $t\text{-tabel} < t\text{-hitung}$ atau $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ maka H0 ditolak

Dengan probabilitas:

(a) Jika probabilitas $> 0,1$ maka H0 diterima dan H1 ditolak

(b) Jika probabilitas $< 0,1$ maka H0 ditolak dan H1 diterima

d) Kesimpulan

Berdasarkan pada tabel 4.58 diatas dapat peroleh bahwa t-hitung untuk variabel Bauran Pemasaran sebesar 4,059 sedangkan untuk t-tabel dengan taraf signifikansi 10% diperoleh nilai 1,661. Perbandingan keduanya untuk $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ diperoleh nilai sebesar $4,059 > 1,661$, sedangkan nilai probabilitas (Sig.) sebesar $0,000 < 0,1$, maka H0 ditolak dan H1 diterima. Jadi kesimpulannya bahwa Bauran Pemasaran berpengaruh positif secara

signifikan terhadap Kepuasan menjadi Nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar.

6) UJI F (Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama.

Tabel 4.59
Hasil Uji F (Uji Simultan)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	3511,481	3	1170,494	247,563	,000 ^b
Residual	444,437	94	4,728		
Total	3955,918	97			

a. Dependent Variable: Kepuasan_Nasabah

b. Predictors: (Constant), Bauran Pemasaran, Kualitas_Pelayanan, E-Banking

Sumber: Data SPSS Versi 20.0 yang sudah diolah, Agustus 2020

a) Merumuskan hipotesis

H_0 = Kualitas Pelayanan, *E-Banking*, Bauran Pemasaran secara bersama-sama tidak berpengaruh positif secara signifikan terhadap Kepuasan menjadi Nasabah di Bank Muamalat KCP Blitar

H_1 = Kualitas Pelayanan, *E-Banking*, Bauran Pemasaran secara bersama-sama berpengaruh positif secara signifikan terhadap Kepuasan menjadi Nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar.

b) Menentukan F hitung

Dari tabel 4.59 diatas dapat diketahui bahwa F-hitung sebesar 247,563.

c) Menentukan F tabel

$$F_{\text{tabel}} = 2,14$$

d) Kriteria Pengujian

Dengan t-hitung:

(a) Jika $F_{\text{tabel}} > F_{\text{hitung}}$ atau $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima

(b) Jika $F_{\text{tabel}} < F_{\text{hitung}}$ atau $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak

Dengan probabilitas:

(a) Jika probabilitas $> 0,1$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

(b) Jika probabilitas $< 0,1$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

e) Kesimpulan

Berdasarkan pada tabel 4.59 diatas dapat peroleh bahwa t-hitung untuk variabel Kualitas Pelayanan, E-Banking dan Bauran Pemasaran sebesar 247,563 sedangkan untuk t-tabel dengan taraf signifikansi 10% diperoleh nilai 2,14. Perbandingan keduanya untuk $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ diperoleh nilai sebesar $247,563 > 2,14$, sedangkan nilai probabilitas (Sig.) sebesar $0,000 < 0,01$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Jadi kesimpulannya bahwa Kualitas Pelayanan, E-Banking, Bauran Pemasaran secara bersama-sama berpengaruh positif secara signifikan terhadap Kepuasan menjadi Nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCP Blitar.

7) Uji Koefisien Determinasi (R Square)

Pengujian ini memberikan interpretasi terhadap koefisien korelasi antar variabel. Berdasarkan tabel diatas hasil *Model Summary* maka didapatkan sebagai berikut :

Tabel 4.60
Koefisien Determinasi (R Square)

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,942 ^a	,888	,884	2,174

a. Predictors: (Constant), Bauran Pemasaran, Kualitas_Pelayanan, E-Banking

b. Dependent Variable: Kepuasan_Nasabah

Sumber: Data SPSS Versi 20.0 yang sudah diolah, Agustus 2020

Berdasarkan tabel 4.60 hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat dari angka *Adjusted R Square* sebesar 0,884 artinya 8,84% sebagai variabel dependen (Kepuasan menjadi nasabah) dan dijelaskan oleh variabel independen yang terdiri Kualitas Pelayanan, *E-Banking*, Bauran Pemasaran. Sedangkan sisanya sebesar (100% - 8,84% = 91,16%) dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

D. Analisis Koesioner

1. Hubungan antara Indikator-Indikator terhadap teori
 - a) *Kualitas Pelayanan (X₁)*

1) *Hubungan Antara Indikator-Indikator Kualitas Pelayanan terhadap Teori Tangible (Bukti Fisik)*

Correlations					
	X1.1.1	X1.1.2	X1.1.3	Y1	
X1.1.1	Pearson Correlation	1	,653**	,677**	,342**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,001
	N	98	98	98	98
X1.1.2	Pearson Correlation	,653**	1	,641**	,449**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	98	98	98	98
X1.1.3	Pearson Correlation	,677**	,641**	1	,577**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	98	98	98	98
Y1	Pearson Correlation	,342**	,449**	,577**	1
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	
	N	98	98	98	98

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dari tabel Korelasi diatas dijelaskan hubungan antara indikator-indikator Kualitas pelayanan terhadap teori Tangible (Bukti Fisik) diurutkan dari yang terbesar ke yang terkecil yaitu:

- a) Indikator X1.1.3 yaitu “Memiliki gedung megah” sebesar 0,577
- b) Indikator X1.1.2 yaitu “Lahan parkir luas” sebesar 0,449
- c) indikator X1.1.1 yaitu “Ruang tunggu memadai” sebesar 0,342

2) *Hubungan Antara Indikator-Indikator Kualitas Pelayanan terhadap Teori Realibility (Kehandalan)*

Correlations

		X1.2.1	X1.2.2	X1.2.3	Y2
X1.2.1	Pearson Correlation	1	,782**	,713**	,749**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	98	98	98	98
X1.2.2	Pearson Correlation	,782**	1	,715**	,664**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	98	98	98	98
X1.2.3	Pearson Correlation	,713**	,715**	1	,658**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	98	98	98	98
Y2	Pearson Correlation	,749**	,664**	,658**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	98	98	98	98

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dari tabel Korelasi diatas dijelaskan hubungan antara indikator-indikator Kualitas pelayanan terhadap teori Realibility (Kehandalan) diurutkan dari yang terbesar ke yang terkecil yaitu:

- a) Indikator X1.2.1 yaitu “Pegawai yang tanggap” sebesar 0,749
 - b) Indikator X1.2.2 yaitu “Memberi informasi yang akurat” sebesar 0,664
 - c) indikator X1.2.3 yaitu “Memiliki teknologi canggih” sebesar 0,658
- 3) *Hubungan Antara Indikator-Indikator Kualitas Pelayanan terhadap Teori Responsivennes (Ketanggapan)*

Correlations

		X1.3.1	X1.3.2	X1.3.3	Y3
X1.3.1	Pearson Correlation	1	,782**	,735**	,684**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	98	98	98	98
X1.3.2	Pearson Correlation	,782**	1	,777**	,732**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000

	N	98	98	98	98
	Pearson Correlation	,735**	,777**	1	,641**
X1.3.3	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	98	98	98	98
	Pearson Correlation	,684**	,732**	,641**	1
Y3	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	98	98	98	98

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dari tabel Korelasi diatas dijelaskan hubungan antara indikator-indikator Kualitas pelayanan terhadap teori Responsivennes (Ketanggapan) diurutkan dari yang terbesar ke yang terkecil yaitu:

- a) Indikator X1.3.2 yaitu “Pegawai penuh perhatian” sebesar 0,732
 - b) Indikator X1.3.1 yaitu “Ikut serta mengatasi maslah” sebesar 0,684
 - c) indikator X1.3.3 yaitu “Membantu kelancaran transaksi” sebesar 0,641
- 4) *Hubungan Antara Indikator-Indikator Kualitas Pelayanan terhadap Teori Asuransi*

		X1.4.2	X1.4.1	X1.4.3	Y4
	Pearson Correlation	1	,685**	,725**	,694**
X1.4.1	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	98	98	98	98
	Pearson Correlation	,685**	1	,599**	,727**
X1.4.2	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	98	98	98	98
	Pearson Correlation	,725**	,599**	1	,647**
X1.4.3	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	98	98	98	98
Y4	Pearson Correlation	,694**	,727**	,647**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	

N	98	98	98	98
---	----	----	----	----

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dari tabel Korelasi diatas dijelaskan hubungan antara indikator-indikator Kualitas pelayanan terhadap teori Asuransi diurutkan dari yang terbesar ke yang terkecil yaitu:

- a) Indikator X1.4.2 yaitu “Jaminan dalam transaksi” sebesar 0,727
- b) Indikator X1.4.1 yaitu “Jaminan uang yang disimpan” sebesar 0,694
- c) indikator X1.4.3 yaitu “Jaminan kehalalan dalam transaksi” sebesar 0,647

5) *Hubungan Antara Indikator-Indikator Kualitas Pelayanan terhadap Teori Kepedulian (empati)*

		Correlations			
		X1.5.1	X1.5.2	X1.5.3	Y5
X1.5.1	Pearson Correlation	1	,823**	,812**	,752**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	98	98	98	98
X1.5.2	Pearson Correlation	,823**	1	,807**	,742**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	98	98	98	98
X1.5.3	Pearson Correlation	,812**	,807**	1	,782**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	98	98	98	98
Y5	Pearson Correlation	,752**	,742**	,782**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	98	98	98	98

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dari tabel Korelasi diatas dijelaskan hubungan antara indikator-indikator Kualitas pelayanan terhadap teori Kepedulian (empati) diurutkan dari yang terbesar ke yang terkecil yaitu:

- a) Indikator X1.5.3 yaitu “Pelayanan sama tanpa dibedakan” sebesar 0,782
- b) Indikator X1.5.1 yaitu “mudah melakukan komunikasi” sebesar 0,752
- c) indikator X1.5.2 yaitu “Memahami kebutuhan Nasabah” sebesar 0,742

b) *E-Banking (X₂)*

1) *Hubungan Antara Indikator-Indikator E-Banking terhadap Teori Internet Banking*

Correlations					
		X2.1.1	X2.1.2	X2.1.3	Y1
X2.1.1	Pearson Correlation	1	,808**	,776**	,714**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	98	98	98	98
X2.1.2	Pearson Correlation	,808**	1	,744**	,715**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	98	98	98	98
X2.1.3	Pearson Correlation	,776**	,744**	1	,704**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	98	98	98	98
Y1	Pearson Correlation	,714**	,715**	,704**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	98	98	98	98

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dari tabel Korelasi diatas dijelaskan hubungan antara indikator-indikator *E-Banking* terhadap teori Internet Banking diurutkan dari yang terbesar ke yang terkecil yaitu:

- a) Indikator X2.1.2 yaitu “Transfer online antar bank” sebesar 0,715
- b) Indikator X2.1.1 yaitu “Cek informasi saldo” sebesar 0,714
- c) indikator X2.1.3 yaitu “Pembayaran kartu kredit, tagihan listrik, internet” sebesar 0,742
- 2) *Hubungan Antara Indikator-Indikator E-Banking terhadap Teori SMS Banking*

Correlations				
	X2.2.1	X2.2.2	X2.2.3	Y2
Pearson Correlation	1	,696**	,744**	,768**
X2.2.1 Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
N	98	98	98	98
Pearson Correlation	,696**	1	,779**	,808**
X2.2.2 Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
N	98	98	98	98
Pearson Correlation	,744**	,779**	1	,768**
X2.2.3 Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
N	98	98	98	98
Pearson Correlation	,768**	,808**	,768**	1
Y2 Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
N	98	98	98	98

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dari tabel Korelasi diatas dijelaskan hubungan antara indikator-indikator *E-Banking* terhadap teori *SMS Banking* diurutkan dari yang terbesar ke yang terkecil yaitu:

- a) Indikator X2.2.2 yaitu “Transaksi tanpa bantuan teller” sebesar 0,808
- b) Indikator X2.2.1 yaitu “Transfer antar rekening” sebesar 0,768
- c) indikator X2.2.3 yaitu “Mengisi ulang paket data dan lain-lain” sebesar 0,768

c) *Bauran pemasaran (X₃)*

1) *Hubungan Antara Indikator-Indikator Bauran pemasaran terhadap Teori Produk*

Correlations					
	X3.1.1	X3.1.2	X3.1.3	Y1	
	Pearson Correlation	1	,804**	,697**	,684**
X3.1.1	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	98	98	98	98
	Pearson Correlation	,804**	1	,684**	,675**
X3.1.2	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	98	98	98	98
	Pearson Correlation	,697**	,684**	1	,656**
X3.1.3	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	98	98	98	98
	Pearson Correlation	,684**	,675**	,656**	1
Y1	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	98	98	98	98

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dari tabel Korelasi diatas dijelaskan hubungan antara indikator-indikator Bauran pemasaran terhadap teori produk diurutkan dari yang terbesar ke yang terkecil yaitu:

- a) Indikator X3.1.1 yaitu “Kualitas Produk” sebesar 0,684
- b) Indikator X3.1.2 yaitu “Produk tabungan bervariasi sebesar 0,675
- c) indikator X3.1.3 yaitu “Browsur menarik” sebesar 0,656

2) *Hubungan Antara Indikator-Indikator Bauran pemasaran terhadap Teori Harga*

Correlations					
	X3.2.1	X3.2.2	X3.2.3	Y2	
	Pearson Correlation	1	,698**	,702**	,609**
X3.2.1	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	98	98	98	98

	Pearson Correlation	,698**	1	,788**	,779**
X3.2.2	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	98	98	98	98
	Pearson Correlation	,702**	,788**	1	,778**
X3.2.3	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	98	98	98	98
	Pearson Correlation	,609**	,779**	,778**	1
Y2	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	98	98	98	98

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dari tabel Korelasi diatas dijelaskan hubungan antara indikator-indikator Bauran pemasaran terhadap teori harga diurutkan dari yang terbesar ke yang terkecil yaitu:

- a) Indikator X3.2.2 yaitu “Harga yang ditawarkan terjangkau sebesar 0,779’
- b) Indikator X3.2.3 yaitu “Biaya administrasi terjangkau” sebesar 0,778
- c) indikator X3.2.1 yaitu “Harga sesuai kualitas” sebesar 0,609

3) Hubungan Antara Indikator-Indikator Bauran pemasaran terhadap Teori promosi

	X3.3.1	X3.3.2	X3.3.3	Y3
Pearson Correlation	1	,779**	,642**	,475**
X3.3.1 Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
N	98	98	98	98
Pearson Correlation	,779**	1	,750**	,622**
X3.3.2 Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
N	98	98	98	98
Pearson Correlation	,642**	,750**	1	,644**
X3.3.3 Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
N	98	98	98	98

	Pearson Correlation	,475**	,622**	,644**	1
Y3	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	98	98	98	98

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dari tabel Korelasi diatas dijelaskan hubungan antara indikator-indikator Bauran pemasaran terhadap teori promosi diurutkan dari yang terbesar ke yang terkecil yaitu:

- a) Indikator X3.3.3 yaitu “Pesan iklan mudah dipahami “sebesar 0,622
- b) Indikator X3.3.2 yaitu “Logo mudah dilihat” sebesar 0,622
- c) indikator X3.3.1 yaitu “Iklan media elektronik” sebesar 0,375

4) *Hubungan Antara Indikator-Indikator Bauran pemasaran terhadap Teori Tempat*

		X3.4.1	X3.4.2	X3.4.3	Y4
	Pearson Correlation	1	,713**	,734**	,704**
X3.4.1	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	98	98	98	98
	Pearson Correlation	,713**	1	,724**	,631**
X3.4.2	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	98	98	98	98
	Pearson Correlation	,734**	,724**	1	,683**
X3.4.3	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	98	98	98	98
	Pearson Correlation	,704**	,631**	,683**	1
Y4	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	98	98	98	98

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dari tabel Korelasi diatas dijelaskan hubungan antara indikator-indikator Bauran pemasaran terhadap teori tempat diurutkan dari yang terbesar ke yang terkecil yaitu:

- a) Indikator X3.4.1 yaitu “Tempat strategis “sebesar 0,704
 - b) Indikator X3.4.3 yaitu “Mudah dijangkau kendaraan umum” sebesar 0,683
 - c) indikator X3.4.2 yaitu “Gedung layak memadai” sebesar 0,631
- d) *Kepuasan Nasabah (Y)*
- 1) *Hubungan Antara Indikator-Indikator Kepuasan Nasabah terhadap Teori Harapan*

Correlations					
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1
Y1.1	Pearson Correlation	1	,764**	,852**	,752**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	98	98	98	98
Y1.2	Pearson Correlation	,764**	1	,814**	,761**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	98	98	98	98
Y1.3	Pearson Correlation	,852**	,814**	1	,767**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	98	98	98	98
Y1	Pearson Correlation	,752**	,761**	,767**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	98	98	98	98

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dari tabel Korelasi diatas dijelaskan hubungan antara indikator-indikator kepuasan nasabah terhadap teori harapan diurutkan dari yang terbesar ke yang terkecil yaitu:

- a) Indikator Y1.3 yaitu “Kebutuhan terpenuhi “sebesar 0,767
- b) Indikator Y1.2 yaitu “ruang tunggu bersih” sebesar 0,761
- c) indikator Y1.1 yaitu “pelayanan baik” sebesar 0,752

2) *Hubungan Antara Indikator-Indikator Kepuasan Nasabah terhadap Teori Realita*

		Correlations			
		Y2.1	Y2.2	Y2.3	Y2
Y2.1	Pearson Correlation	1	,784**	,774**	,740**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	98	98	98	98
Y2.2	Pearson Correlation	,784**	1	,860**	,722**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	98	98	98	98
Y2.3	Pearson Correlation	,774**	,860**	1	,797**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	98	98	98	98
Y2	Pearson Correlation	,740**	,722**	,797**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	98	98	98	98

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dari tabel Korelasi diatas dijelaskan hubungan antara indikator-indikator kepuasan nasabah terhadap teori realita diurutkan dari yang terbesar ke yang terkecil yaitu:

- Indikator Y2.3 yaitu “service dari karyawan yang ramah dan sopan” sebesar 0,797
- Indikator Y2.1 yaitu “Kualitas produk baik” sebesar 0,740
- indikator Y2.2 yaitu “Pelayanan tepat dan cepat” sebesar 0,722

3) *Hubungan Antara Indikator-Indikator Kepuasan Nasabah terhadap Teori Rasa Puas*

		Correlations			
		Y3.1	Y3.2	Y3.3	Y3
Y3.1	Pearson Correlation	1	,672**	,714**	,775**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000

	N	98	98	98	98
	Pearson Correlation	,672**	1	,714**	,722**
Y3.2	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	98	98	98	98
	Pearson Correlation	,714**	,714**	1	,760**
Y3.3	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	98	98	98	98
	Pearson Correlation	,775**	,722**	,760**	1
Y3	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	98	98	98	98

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dari tabel Korelasi diatas dijelaskan hubungan antara indikator-indikator kepuasan nasabah terhadap teori rasa puas diurutkan dari yang terbesar ke yang terkecil yaitu:

- a) Indikator Y3.1 yaitu “membeli ulang produk “sebesar 0,775
- b) Indikator Y3.3 yaitu “terpenuhi harapan” sebesar 0,760
- c) indikator Y3.2 yaitu “merekendasikan ke relasi”sebesar 0,722

2. Hubungan antara Teori-Teori Terhadap Variabel

a. Hubungan Teori-Teori Kualitas Pelayan Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)

		Correlations					
		X1.1_total	X1.2_total	X1.3_total	X1.4_total	X1.5_total	X1_total
	Pearson Correlation	1	,669**	,570**	,551**	,562**	,747**
X1.1_total	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	98	98	98	98	98	98
	Pearson Correlation	,669**	1	,873**	,817**	,839**	,944**
X1.2_total	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	98	98	98	98	98	98
X1.3_total	Pearson Correlation	,570**	,873**	1	,804**	,831**	,922**

	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	98	98	98	98	98	98
	Pearson Correlation	,551**	,817**	,804**	1	,889**	,911**
X1.4_total	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	98	98	98	98	98	98
	Pearson Correlation	,562**	,839**	,831**	,889**	1	,927**
X1.5_total	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	98	98	98	98	98	98
	Pearson Correlation	,747**	,944**	,922**	,911**	,927**	1
X1_total	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	98	98	98	98	98	98

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel korelasi bivariat diatas menunjukkan hubungan teori-teori kualitas pelayanan terhadap variabel kualitas pelayanan diurutkan dari yang terbesar ke yang terkecil sebagai berikut:

- Teori *Realibility* (kehandalan) Sebesar 0,944
- Teori Kepedulian (*Empati*) Sebesar 0,927
- Teori *Responsivennes* (ketanggapan) Sebesar 0,922
- Teori *Asuransi* sebesar 0,911
- Teori *Tangible* (Bukti fisik) sebesar 0,747

b. Hubungan Teori-Teori E-Banking Terhadap Variabel E-Banking (X₂)

	X2.1_total	X2.2_total	X2_total
Pearson Correlation	1	,913**	,980**
X2.1_total Sig. (2-tailed)		,000	,000
N	98	98	98
Pearson Correlation	,913**	1	,976**
X2.2_total Sig. (2-tailed)	,000		,000
N	98	98	98
X2_total Pearson Correlation	,980**	,976**	1

Sig. (2-tailed)	,000	,000	
N	98	98	98

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel korelasi bivariat diatas menunjukkan hubungan teori-teori *E-Banking* terhadap variabel *E-Banking* diurutkan dari yang terbesar ke yang terkecil sebagai berikut:

- a) Teori *Internet Banking* Sebesar 0,980
- b) Teori *SMS Banking* Sebesar 0,976

c. Hubungan Teori-Teori Bauran Pemasaran Terhadap Variabel Bauran Pemasaran (X_3)

		Correlations				
		X3.1_total	X3.2_total	X3.3_total	X3.4_total	X3_total
X3.1_total	Pearson Correlation	1	,887**	,805**	,834**	,947**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	98	98	98	98	98
X3.2_total	Pearson Correlation	,887**	1	,793**	,768**	,925**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	98	98	98	98	98
X3.3_total	Pearson Correlation	,805**	,793**	1	,862**	,927**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	98	98	98	98	98
X3.4_total	Pearson Correlation	,834**	,768**	,862**	1	,929**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	98	98	98	98	98
X3_total	Pearson Correlation	,947**	,925**	,927**	,929**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	98	98	98	98	98

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel korelasi bivariat diatas menunjukkan hubungan teori-teori Bauran pemasaran terhadap variabel bauran pemasaran diurutkan dari yang terbesar ke yang terkecil sebagai berikut:

- a) Teori *Produk* Sebesar 0,947

- b) Teori Tempat Sebesar 0,929
- c) Teori Promosi Sebesar 0,927
- d) Teori Harga sebesar 0,925

4) *Hubungan Teori-Teori Kepuasan nasabah Terhadap Variabel Kepuasan Nasabah (Y)*

		Correlations			
		Y.1_total	Y.2_total	Y.3_total	Y_total
Y.1_total	Pearson Correlation	1	,909**	,904**	,967**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	98	98	98	98
Y.2_total	Pearson Correlation	,909**	1	,920**	,973**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	98	98	98	98
Y.3_total	Pearson Correlation	,904**	,920**	1	,969**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	98	98	98	98
Y_total	Pearson Correlation	,967**	,973**	,969**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	98	98	98	98

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel korelasi bivariat diatas menunjukkan hubungan teori-teori Kepuasan Nasabah terhadap variabel Kepuasan Nasabah diurutkan dari yang terbesar ke yang terkecil sebagai berikut:

- a) Teori Realita Sebesar 0,973
- b) Teori Rasa *Puas* Sebesar 0,969
- c) Teori Harapan Sebesar 0,967