

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

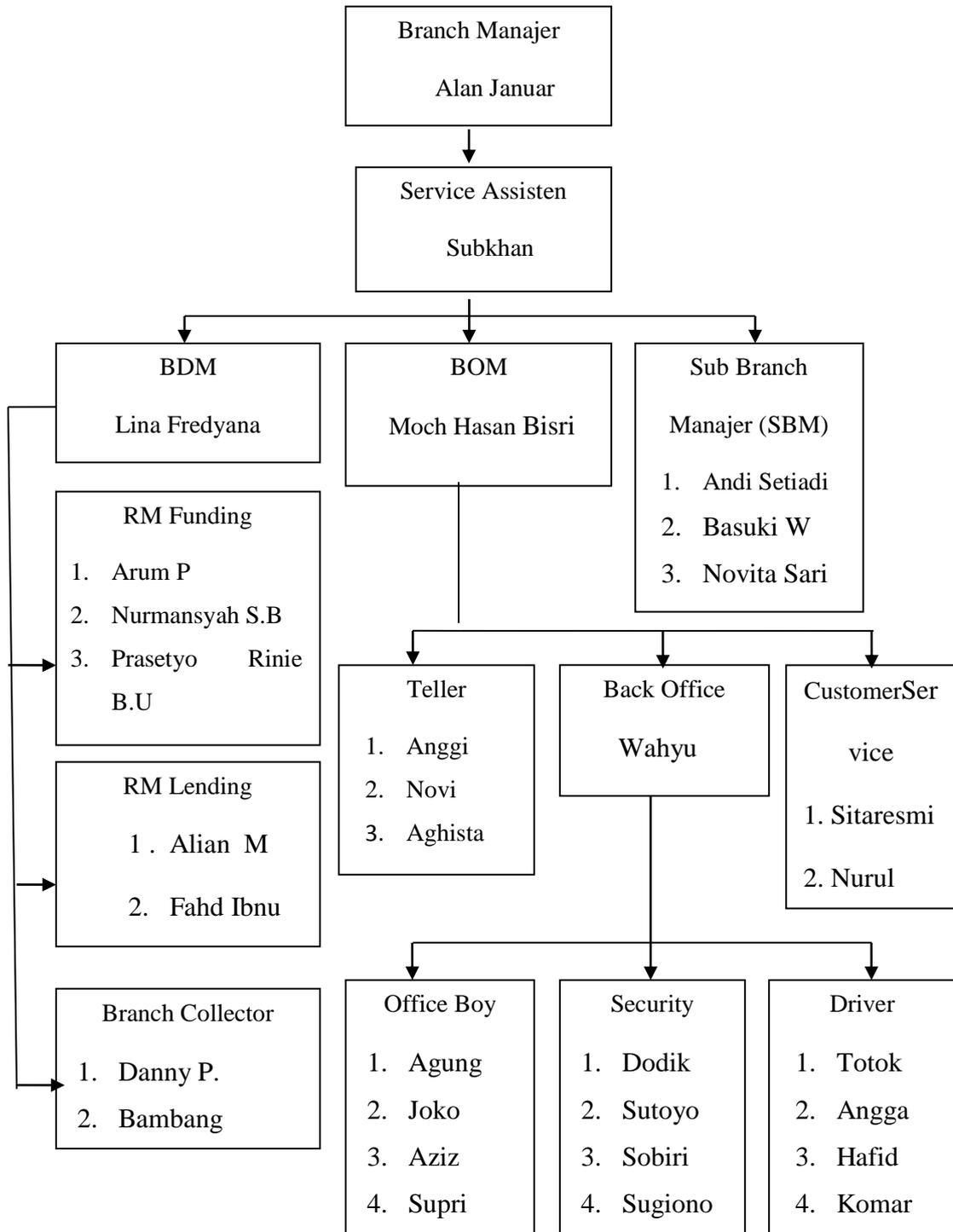
1. Letak Geografis Objek Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi di PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri yang terletak di Jl. Hasanuddin No. 26 Kelurahan Dandangan Kota Kediri. Dalam pelaksanaan kegiatan operasinya PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri memiliki dua kantor cabang pembantu, yaitu di Kabupaten Blitar yang beralamat di Jl. Cempaka No. 26 Blitar dan di Kabupaten Tulungagung yang beralamat di Jl. Supriadi, Kelurahan Tamanan, Tulungagung .

B. Struktur Organisasi PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri

Berikut merupakan struktur organisasi di PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri:

Gambar 4.1
Struktur Organisasi Bank Muamalat Indonesia
Kantor Cabang Kediri



C. Visi dan Misi Bank Muamalat

PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk memiliki visi yaitu “The Best Islamic Bank and Top 10 Bank in Indonesia with Strong Regional Presence” maksudnya : "Menjadi bank syariah terbaik dan termasuk dalam 10 besar bank di Indonesia dengan eksistensi yang diakui di tingkat regional". Untuk mencapai visi tersebut Bank Muamalat Indonesia Tbk memiliki misi yaitu “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, untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan.”

D. Produk Dan Layanan Bank Muamalat

a. Produk Tabungan

1. 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* local dan luar negeri.

2. Tabungan iB Hijrah Haji

PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. merupakan salah satu Bank Penerima Setoran Biaya Penyelenggara Ibadah Haji (BPSBPIH), yang terdaftar di SISKOHAT Kementerian Agama Republik Indonesia. Produk Tabungan iB Hijrah Haji menawarkan solusi lengkap perjalanan ibadah yang berkomitmen memfasilitasi nasabah untuk berhijrah dan selalu menjadi lebih baik.

2. Tabungan iB Hijrah Valas

Tabungan iB Hijrah Valas merupakan Tabungan syariah dalam denominasi valuta asing US Dollar (USD) dan Singapore Dollar (SGD) yang ditunjukkan untuk melayani kebutuhan transaksi dan investasi yang lebih beragam, khususnya yang melibatkan mata uang USD dan SGD.

3. Tabunganku

TabunganKu adalah tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan.

4. Tabungan iB Hijrah Rencana

Tabungan iB Hijrah Rencana adalah solusi perencanaan keuangan yang tepat untuk mewujudkan rencana dan impian dimasa depan dengan lebih baik sesuai prinsip syariah.

5. Tabungan iB Hijrah Prima

Tabungan iB Hijrah Prima adalah tabungan untuk memenuhi kebutuhan transaksi bisnis sekaligus investasi dengan aman dan menguntungkan. Tabungan iB Muamalat Prima dilengkapi dengan fasilitas Shar-E Debit Gold yang dapat digunakan diseluruh Jaringan Visa.

6. Tabungan iB Simpel

Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel) iB adalah tabungan untuk siswa dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik untuk mendorong budaya menabung sejak dini.

b. Produk Pembiayaan

1) 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).

2) Pembiayaan iB Muamalat Pensiun

iB Muamalat Pensiun merupakan produk pembiayaan yang membantu anda untuk memenuhi kebutuhan di hari tua dengan

sederet keuntungan dan memenuhi prinsip syariah yang menenangkan. Produk ini memfasilitasi pensiunan untuk kepemilikan dan renovasi rumah tinggal, pembelian kendaraan, biaya pendidikan anak, biaya pernikahan anak dan umroh. Termasuk take over pembiayaan pensiun dari bank lain. Dua pilihan yaitu akad murabahah (jual-beli) atau ijarah multijasa.

3) Pembiayaan iB Muamalat Multiguna

iB Muamalat Multiguna merupakan produk pembiayaan yang membantu anda untuk memenuhi kebutuhan barang jasa konsumtif seperti bahan bangunan untuk renovasi rumah, kepemilikan sepeda motor, biaya pendidikan, biaya pernikahan dan perlengkapan rumah.

a. Giro

a. Giro iB Hijrah Antijary

Produk giro berbasis akad wadiah yang memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi. Merupakan sarana untuk memenuhi kebutuhan transaksi bisnis Nasabah Non-perorangan yang didukung oleh fasilitas Cash Management.

b. Giro iB Hijrah Ultima

Produk giro berbasis akad wadiah yang memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi dan merupakan sarana untuk memnuhi kebutuhan transaksi bisnis Nasabah Non- Perorangan yang didukung oleh fasilitas Cash Management.

b. Muamalat Prioritas

1.Solusi Keuangan Syariah

2.Layanan Personal dan Keamanan Akses

3.Layanan Istimewa dan Keamanan Akses

4.Program Loyalti dan Apresiasi.

c. Kartu Shar- E Debit

1. Kartu Shar- E Debit Reguler GPN

Kartu Shar-E Debit Reguler GPN adalah kartu debit yang dapat digunakan untuk bertransaksi di ATM Bank Muamalat, ATM Prima dan ATM Bersama serta di toko/*merchant* di dalam negeri.

2. Kartu Shar- E Debit Classic

Kartu Shar-E Debit Classic adalah kartu debit yang dapat digunakan untuk bertransaksi di dalam dan luar negeri.

3. Kartu Shar-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.

4. Kartu Shar- E Debit Ihram

Kartu Shar-E Debit IHRAM adalah kartu debit yang dapat digunakan untuk melakukan transaksi di dalam dan luar negeri dengan program khusus untuk transaksi di Arab Saudi.

5. Kartu Shar- E Debit Prioritas

Kartu Shar-E Debit Prioritas adalah kartu debit khusus Nasabah prioritas yang dapat digunakan untuk melakukan transaksi di dalam dan luar negeri.

d. Deposito

1) Deposito iB Hijrah

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

E. Karakteristik Responden

Sebelum dilakukan analisis, terlebih dahulu penulis akan menjelaskan mengenai data-data 97 responden yang digunakan sebagai

sampel yang diambil responden nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri berikut ini:

1. Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase %
1	Laki- laki	64	66%
2	Perempuan	33	34%
Total		97	100%

Sumber : Data Primer yang diolah Tahun 2020

Berdasarkan keterangan pada table 4.1 dapat dijelaskan bahwa jenis kelamin responden nasabah PT Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri yang diambil sebagai responden, yang menunjukkan bahwa jumlah responden laki- laki lebih banyak yaitu 66% atau 64 responden, sedangkan jumlah responden perempuan 34% atau 33 responden.

2. Jenis Pekerjaan Responden

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	persentase %
1	PNS	21	22%
2	Pedagang	24	25%
3	Pensiunan	13	13%
4	Ibu Rumah tangga	12	12%
5	Mahasiswa	18	19%
6	Lain- lainnya	9	9%
Total		97	100%

Sumber : Data Primer yang diolah Tahun 2020

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.2 dapat dijelaskan bahwa pekerjaan responden nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri yang diambil sebagai responden, yang menunjukkan bahwa jumlah pedagang lebih banyak yaitu 25% atau 24 responden, jumlah pekerjaan PNS yaitu 22% atau 21 responden, mahasiswa 19% atau 18 responden, jumlah pekerjaan pensiunan 13% atau 13 responden, jumlah pekerjaan ibu rumah tangga yaitu sebesar 12% atau 12 responden, dan lain-lainnya yaitu sebesar 9% atau 9 responden.

3. Usia Responden

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Responden

No	Usia	Jumlah	Persentase %
1	17-20 Tahun	20	21%
2	20-30 Tahun	23	24%
3	31-40 Tahun	28	29%
4	>40 Tahun	26	27%
Total		97	100%

Sumber : Data Primer yang diolah Tahun 2020

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.3 dapat dijelaskan bahwa usia responden nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Kediri yang diambil sebagai responden, yang menunjukkan bahwa jumlah usia 31-40 tahun yaitu 29% atau 28 responden, jumlah usia 20-30 tahun yaitu 24% atau 23 responden, jumlah usia > 40 tahun yaitu 27% atau 26 responden, jumlah usia 17-20 tahun lebih banyak yaitu 21% atau 20 responden.

4. Pendidikan Responden

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase %
1	Tidak Sekolah	0	0%
2	SD/ MI	9	9%
3	SMP/ MTS	22	23%
4	SMA/ MAN	25	26%
5	Diploma	20	21%
6	S1/ S2/S3	21	22%
Total		97	100%

Sumber : Data Primer yang diolah Tahun 2020

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.4 dapat dijelaskan bahwa pendidikan responden nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri yang diambil sebagai responden, yang menunjukkan bahwa jumlah pendidikan SMA/MAN lebih banyak yaitu sebesar 26% atau 25 responden, SMP/MTS jumlah pendidikan yaitu 23% atau 22 responden, jumlah pendidikan Diploma yaitu 21% atau 20 responden, jumlah pendidikan S1/S2/S3 yaitu 22% atau 21 responden, SD/MI yaitu 9% atau 9 responden, dan jumlah pendidikan tidak sekolah yaitu 0% atau 0 responden.

F. Deskripsi Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan variabel dependen (minat Nasabah menabung) dengan variabel independen yang terdiri dari pelayanan, promosi, dan persepsi nasabah. Analisis deskriptif dilakukan untuk mengetahui gambaran dari data. Data yang digunakan dalam penelitian ini

merupakan data kategorik berskala likert dengan jumlah kategori untuk setiap indikator sebanyak lima. Berikut frekuensi masing-masing variabel indikator:

Tabel 4.5
(Frekuensi Pengisian Angket per Variabel)

Variabel	Indikator	Frekuensi									
		1	%	2	%	3	%	4	%	5	%
Pelayanan	X1.1	0	0%	0	0%	1	1%	56	58%	40	41%
	X2.2	0	0%	0	0%	1	1%	57	59%	39	40%
	X3.3	0	0%	0	0%	2	2%	52	54%	43	44%
	X4.4	0	0%	0	0%	1	1%	55	57%	41	42%
	X5.5	0	0%	0	0%	3	3%	55	57%	39	40%
	X6.6	0	0%	0	0%	0	0%	56	58%	41	42%
Promosi	X2.1	0	0%	0	0%	2	2%	54	56%	41	42%
	X2.2	0	0%	0	0%	2	2%	55	57%	40	41%
	X2.3	0	0%	0	0%	3	3%	50	52%	44	45%
	X2.4	0	0%	0	0%	2	2%	54	56%	41	42%
	X2.5	0	0%	0	0%	4	4%	54	56%	39	40%
	X2.6	0	0%	0	0%	0	0%	54	56%	43	44%
Persepsi Nasabah	X3.1	0	0%	3	3%	4	4%	47	48%	43	44%
	X3.2	0	0%	4	4%	7	7%	46	47%	40	41%
	X3.3	0	0%	2	2%	2	2%	42	43%	51	53%
	X3.4	0	0%	2	2%	6	6%	43	44%	46	47%
	X3.5	0	0%	2	2%	2	2%	49	51%	44	45%
	X3.6	0	0%	3	3%	4	4%	47	48%	43	44%
Minat Nasabah Menabung	Y1	0	0%	0	0%	11	11%	48	49%	38	39%
	Y2	0	0%	0	0%	15	15%	48	49%	34	35%
	Y3	0	0%	2	2%	13	13%	56	58%	26	27%
	Y4	0	0%	2	2%	16	16%	55	57%	24	25%
	Y5	0	0%	0	0%	9	9%	56	58%	32	33%
	Y6	0	0%	0	0%	10	10%	59	61%	28	29%
Jumlah per kategori		0	0%	20	21%	120	124%	1248	1287%	940	969%
Total		2328									

Sumber : Data Primer yang diolah Tahun 2020

Secara deskriptif, berdasarkan tabel 4.7 diketahui dari 81 orang responden terdapat 0% responden memilih kategori 1 (sangat tidak setuju), 21% memilih kategori 2 (kurang setuju), 124% memilih kategori 3 (netral), 1287% memilih kategori 4 (sangat setuju) dan 969% memilih kategori 5 (setuju). Kategori yang paling banyak dipilih oleh responden adalah kategori 4 (sangat setuju) dan kategori 5 (setuju). Hal ini menunjukkan banyaknya nasabah sangat puas dengan pelayanan, promosi, dan persepsi nasabah terhadap minat nasabah menabung di PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri.

Tabel 4.6

(Nilai Mean, Standar Deviasi dan Koefisien Kemiringan Skewness)

Descriptive Statistics					
	N	Mean	Std. Deviation	Skewness	
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error
X1	97	4.40	.514	.169	.245
X2	97	4.39	.511	.211	.245
X3	97	4.42	.537	-.097	.245
X4	97	4.41	.515	.128	.245
X5	97	4.37	.546	-.055	.245
X6	97	4.42	.497	.318	.245
X.1	97	4.40	.533	-.018	.245
X1.2	97	4.39	.531	.021	.245
X1.3	97	4.42	.556	-.244	.245
X1.4	97	4.40	.533	-.018	.245
X1.5	97	4.36	.562	-.145	.245
X1.6	97	4.44	.499	.232	.245
X2.1	97	4.34	.705	-1.139	.245
X2.2	97	4.26	.768	-1.044	.245

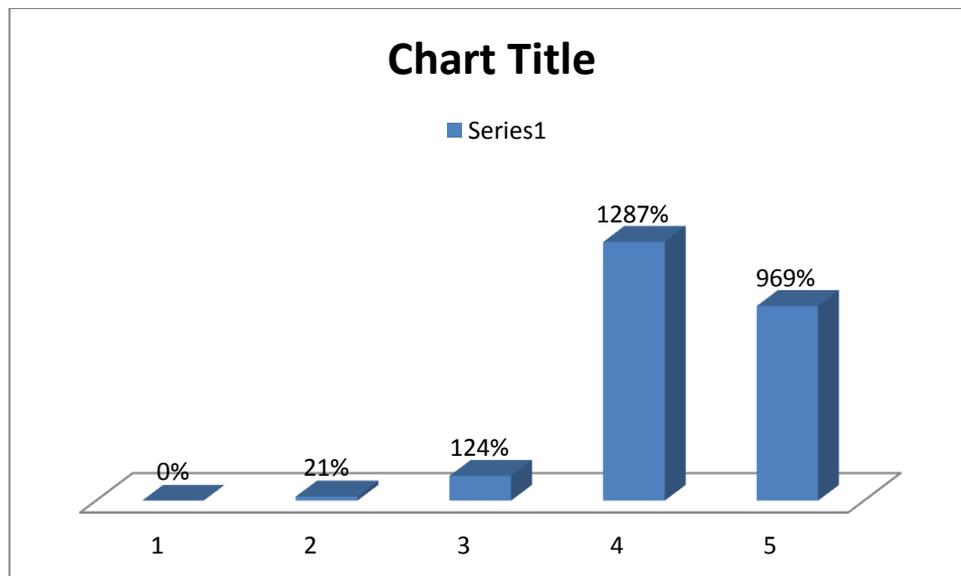
X2.3	97	4.46	.646	-1.280	.245
X2.4	97	4.37	.697	-1.033	.245
X2.5	97	4.39	.638	-1.055	.245
X2.6	97	4.34	.705	-1.139	.245
Y1	97	4.28	.657	-.364	.245
Y2	97	4.20	.687	-.274	.245
Y3	97	4.09	.693	-.508	.245
Y4	97	4.04	.706	-.421	.245
Y5	97	4.24	.609	-.169	.245
Y6	97	4.19	.601	-.094	.245
Valid N (listwise)	97				

Sumber : Data Primer yang diolah Tahun 2020

Berdasarkan tabel 4.6 diketahui Nilai mean, standar deviasi dan koefisien kemencengan (skewness) yang merupakan hasil analisis deskriptif data dapat disimpulkan bahwa distribusi data memiliki bentuk menceng kiri jika dibandingkan dengan distribusi normal. Hal ini disebabkan karena frekuensi kategori yang merupakan jawaban responden memiliki nilai yang tinggi pada kategori besar yaitu pada kategori 4 dan 5 yang masing-masing dipilih oleh responden sebanyak 1287% dan 969%.

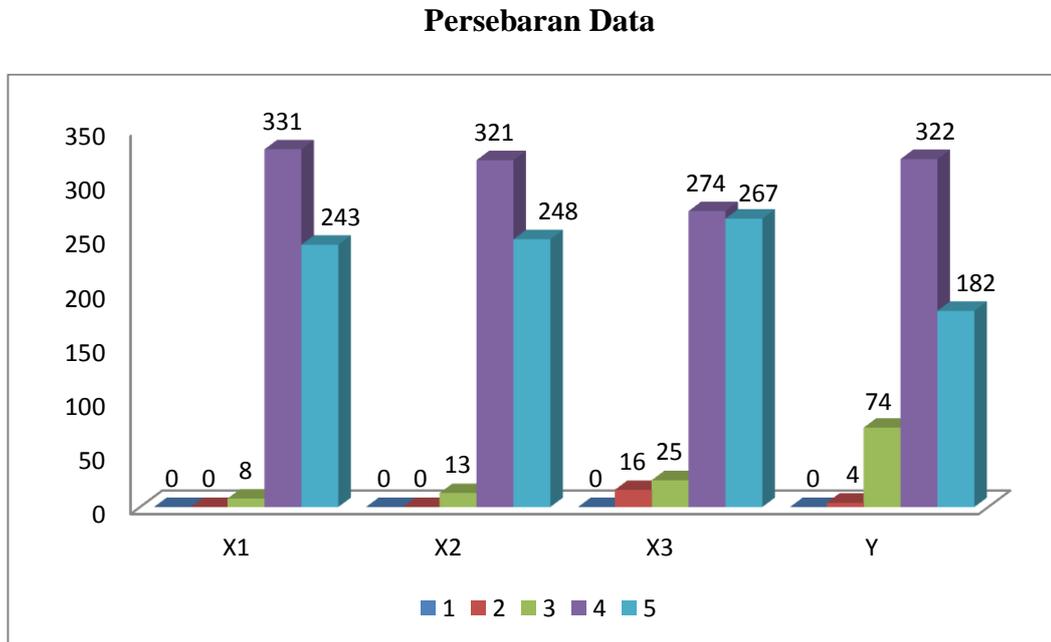
Berikut ini diagram batang persebaran data pilihan responden:

Gambar 4.2 Persebaran Pilihan Responden



Sumber : Data Primer yang diolah Tahun 2020

Dari diagram di atas dapat diketahui dari 97 orang responden terdapat 0% responden memilih kategori 1 (sangat tidak setuju), 21% memilih kategori 2 (tidak setuju), 124% memilih kategori 3 (kurang setuju), 1287% memilih kategori 4 (sangat setuju) dan 969% memilih kategori 5 (setuju). Kategori yang paling banyak dipilih oleh responden adalah setuju dan sangat setuju.

Gambar 4.3 Persebaran Data Responden

Sumber : Data Primer yang diolah Tahun 2020

Berdasarkan gambar di atas, diketahui variabel Pelayanan (X1) kategori yang banyak dipilih oleh responden adalah kategori 4 (setuju) dengan jumlah 331 responden. Variabel Promosi (X2) kategori yang banyak dipilih oleh responden adalah kategori 4 (setuju) dengan jumlah 321 responden. Variabel Persepsi Nasabah (X3) kategori yang banyak dipilih oleh responden adalah kategori 4 (setuju) dengan jumlah 274 responden. Variabel Minat Nasabah Menabung (Y) kategori yang banyak dipilih oleh responden adalah kategori 4 (setuju) dengan jumlah 322 responden. Dengan demikian, dari ke empat variabel rata-rata memilih kategori 4 (setuju).

G. Analisis Data

Penelitian ini didasarkan pada data angket yang disebar di PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri kepada responden sehingga dapat dilakukan analisis atas data yang diperoleh, yaitu meliputi analisis variabel-variabel independen berupa pelayanan, promosi, dan persepsi nasabah terhadap variabel dependen berupa minat nasabah menabung. Perhitungan variabelnya dilakukan dengan menggunakan komputer melalui program SPSS 16.0. Berikut ini deskripsi statistik berdasarkan data yang telah diolah dengan menggunakan SPSS 16.0.

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas dimaksud untuk mengetahui seberapa cermat suatu test atau pengujian melakukan fungsi ukurannya. Suatu instrumen pengukur dikatakan valid apabila instrument tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur atau dapat memberikan hasil sesuai dengan yang diharapkan peneliti. Berikut adalah hasil dari pengujian validitas pada kuesioner yang disebar pada nasabah Bank Muamalat Kediri:

Hasil uji bisa dikatakan valid apabila r hitung lebih besar dari r tabel (r hitung $>$ r tabel) dengan tingkat signifikansi 0,05. Sedangkan rumus untuk mencari r tabel pada uji validitas adalah $df = n-2$ dimana n merupakan jumlah sampel yaitu 97 . Dalam penelitian ini didapat df

= 95, sehingga r tabel adalah 0,1996 . Adapun hasil pengujian validitasnya adalah sebagai berikut :

Tabel 4.7
(Hasil Uji Validitas per Variabel)

Item-Total Statistics				
Variabel	r Hitung	r Tabel	Kondisi	Keterangan
X1.1	0,618	0,1996	r hitung > r tabel	Valid
X1.2	0,703	0,1996	r hitung > r tabel	Valid
X1.3	0,626	0,1996	r hitung > r tabel	Valid
X1.4	0,609	0,1996	r hitung > r tabel	Valid
X1.5	0,461	0,1996	r hitung > r tabel	Valid
X1.6	0,598	0,1996	r hitung > r tabel	Valid
X2.1	0,652	0,1996	r hitung > r tabel	Valid
X2.2	0,731	0,1996	r hitung > r tabel	Valid
X2.3	0,703	0,1996	r hitung > r tabel	Valid
X2.4	0,652	0,1996	r hitung > r tabel	Valid
X2.5	0,514	0,1996	r hitung > r tabel	Valid
X2.6	0,530	0,1996	r hitung > r tabel	Valid
X3.1	0,468	0,1996	r hitung > r tabel	Valid
X3.2	0,730	0,1996	r hitung > r tabel	Valid
X3.3	0,624	0,1996	r hitung > r tabel	Valid
X3.4	0,771	0,1996	r hitung > r tabel	Valid
X3.5	0,612	0,1996	r hitung > r tabel	Valid
X3.6	0,711	0,1996	r hitung > r tabel	Valid
Y1	0, 671	0,1996	r hitung > r tabel	Valid
Y2	0, 758	0,1996	r hitung > r tabel	Valid

Item-Total Statistics

Variabel	r Hitung	r Tabel	Kondisi	Keterangan
X1.1	0,618	0,1996	r hitung > r tabel	Valid
X1.2	0,703	0,1996	r hitung > r tabel	Valid
X1.3	0,626	0,1996	r hitung > r tabel	Valid
X1.4	0,609	0,1996	r hitung > r tabel	Valid
Y3	0, 588	0,1996	r hitung > r tabel	Valid
Y4	0, 463	0,1996	r hitung > r tabel	Valid
Y5	0,674	0,1996	r hitung > r tabel	Valid
Y6	0,635	0,1996	r hitung > r tabel	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah Tahun 2020

Berdasarkan pengujian pada tabel uji validitas di atas, diketahui bahwa nilai r hitung dari semua item pada variabel pelayanan, promosi, dan persepsi nasabah terhadap minat nasabah menabung. Oleh karena itu dapat dijelaskan bahwa semua indikator dari variabel pelayanan, promosi, dan persepsi nasabah terhadap minat nasabah menabung yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan cara untuk menguji konsistensi alat ukur, apakah hasilnya tetap konsisten jika pengukuran diulang. Uji reliabilitas yang banyak digunakan pada suatu penelitian yaitu menggunakan metode Cronbach Alpha. Reliabilitas instrumen adalah hasil pengukuran yang

dapat dipercaya. Reliabilitas instrumen diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Menurut Triton, jika skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan rentang yang sama, maka ukuran kemandapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1. Nilai alpha Cronbach 0,00 s.d 0,20 berarti kurang reliabel.
2. Nilai alpha Cronbach 0,21 s.d 0,40 berarti agak reliabel.
3. Nilai alpha Cronbach 0,42 s.d 0,60 berarti cukup reliabel.
4. Nilai alpha Cronbach 0,61 s.d 0,80 berarti reliabel.
5. Nilai alpha Cronbach 0,81 s.d 1,00 berarti sangat reliabel.

1. Pelayanan

Tabel 4.8

Hasil Uji Reliabilitas *Pelayanan*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.830	.831	6

Sumber :Data Primer diolah Tahun 2020

Berdasarkan *Reliability Statistic* di atas, menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* hitung untuk variabel *pelayanan* (X1) adalah sebesar 0,830 lebih besar dari pada 0,60. Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *Alph Cronbach's* > dari 0,60. Jadi variabel *pelayanan* (X1) dikatakan sangat reliabel.

2. Promosi

Tabel 4.9

Hasil Uji Reliabilitas *Promosi*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.847	.847	6

Sumber :Data Primer diolah Tahun 2020

Berdasarkan *Reliability Statistic* di atas, menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* hitung untuk variabel *Promosi* (X2) adalah sebesar 0,847 lebih besar dari pada 0,60. Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *Alpha Cronbach's* > dari 0,60. Jadi variabel *Promosi* (X2) dikatakan sangat reliabel.

3. Persepsi Nasabah

Tabel 4.10

Hasil Uji Reliabilitas *Persepsi Nasabah*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.859	.859	6

Sumber :Data Primer diolah Tahun 2020

Berdasarkan *Reliability Statistic* di atas, menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* hitung untuk variabel *Persepsi*

Nasabah (X3) adalah sebesar 0,859 lebih besar dari pada 0,60. Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *Alpha Cronbach's* > dari 0,60. Jadi variabel Persepsi Nasabah (X3) dikatakan sangat reliabel.

4. Minat Nasabah Menabung

Tabel 4.11

Hasil Uji Reliabilitas *Minat Nasabah Menabung*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.849	6

Sumber :Data Primer diolah Tahun 2020

Berdasarkan *Reliability Statistic* di atas, menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* hitung untuk variabel *Minat Nasabah Menabung*(Y) adalah sebesar 0,849 lebih besar dari pada 0,60. Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *Alpha Cronbach's* > dari 0,60. Jadi variabel *Minat Nasabah Menabung*(Y) dikatakan sangat reliabel.

Maka dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0.60 ($\alpha > 0.60$), sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel pelayanan, promosi, dan persepsi nasabah terhadap minat nasabah menabung adalah sangat reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Normalitas Residual

Uji normalitas residual dengan Kolmogrov-Smirnov, asumsi data dikatakan normal, jika variabel memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05. Berikut adalah hasil pengujian dengan menggunakan pendekatan Kolmogrov-Smirnov:

Tabel 4.12

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		97
Normal	Mean	.0000000
Parameters ^a	Std. Deviation	2.69783881
Most Extreme	Absolute	.074
Differences	Positive	.074
	Negative	-.071
Kolmogorov-Smirnov Z		.726
Asymp. Sig. (2-tailed)		.668
a. Test distribution is Normal.		

Sumber: Data Primer yang diolah Tahun 2020

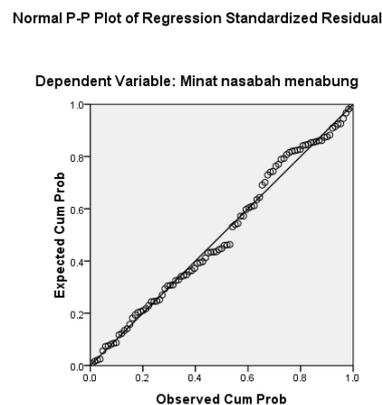
Dari tabel One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test diperoleh angka probabilitas atau Asmp. Sig. (2-tailed). Nilai ini dibandingkan dengan 0.05 (dalam kasus ini menggunakan taraf signifikansi atau $\alpha=5\%$) untuk pengambilan keputusan dengan pedoman :

1. Nilai Sig. atau signifikansi atau nilai probabilitas < 0.05 distribusi data adalah tidak normal.

2. Nilai Sig. atau signifikansi atau nilai probabilitas > 0.05 , distribusi data adalah normal.

Dari hasil output SPSS pada tabel 4.12 di atas One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test di atas dapat diketahui hasil nilai 97 signifikansi pada Asmp. Sig. (2-tailed) adalah 0,668. Karena signifikansi lebih dari 0,05 ($0,668 > 0,05$), maka model regresi ini berdistribusi normal, sehingga memenuhi asumsi normalitas. Setelah pengujian menggunakan pendekatan One-Sample Kolmogrov-Smirnov diketahui, maka dilakukan uji normalitas dengan menggunakan pendekatan Normal P-Plots. Berikut adalah hasil ujinya:

Gambar 4.4
Normal P-P Plot of Regression
Standardized Residual



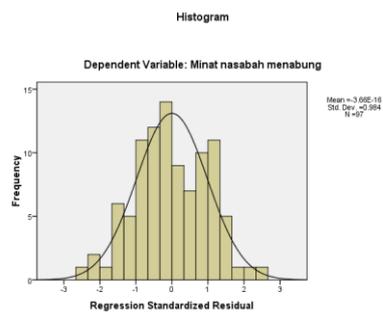
Sumber: Data Primer yang diolah Tahun 2020

Pada uji normalitas residual menggunakan pendekatan Normal P-Plots, data pada variabel yang digunakan dinyatakan berdistribusi

normal. Suatu variabel dikatakan normal jika gambar distribusi dengan titik- titik data yang menyebar di sekitar garis diagonal dan penyebaran titik-titik data searah mengikuti garis diagonal. Agar lebih dapat dipercaya juga disajikan histogram yang membuktikan data berdistribusi normal.

Gambar 4.5

Grafik Histogram Normalitas.



Sumber : Data Primer di olah tahun 2020

Mempelihatkan bahwa data berdistribusi normal. Hal ini memenuhi asumsi normalitas karena histogram berbentuk menyerupai lonceng dan simetris.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mendeteksi adanya multikolinieritas, dikatakan adanya multikolinieritas jika nilai Variance Inflation Factor (VIF) tidak lebih dari 10 maka model tebebas dari multikolinieritas.

Tabel 4.13
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	5.336	4.513		1.182	.240		
Pelayanan	.253	.123	.195	2.058	.042	.981	1.019
Promosi	.270	.118	.220	2.288	.024	.955	1.047
Persepsi nasabah	.224	.089	.240	2.519	.013	.970	1.031

a. Dependent Variabel: Minat
nasabah menabung

Sumber : Data Primer di olah tahun 2020

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa hasil uji multikolinearitas untuk variabel pelayanan(X1) dengan nilai VIF sebesar 1,019 dan tolerance sebesar 0,981. Variabel promosi (X2) dengan nilai VIF sebesar 1,047 dan tolerance sebesar 0,955. Dan variabel persepsi nasabah dengan nilai VIF sebesar 1,031 dan tolerance sebesar 0,970. Dengan demikian data tersebut terbebas dari multikolinearitas karena nilai tolerance di atas 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10.

c. Uji Heteroskedastisitas

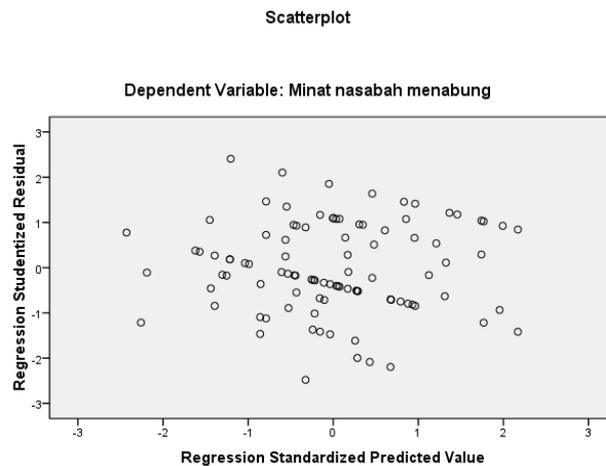
Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar Scatterplot model tersebut. Tidak terdapat heteroskedastisitas apabila:

1. Penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola
2. Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0
3. Tiik-titik data tidak menumpul hanya di atas atau di bawah saja.

Hasil uji heterokedastisitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji heterokedastisitas dengan menggunakan uji glejser adalah sebagai berikut :

- 1) Jika nilai signifikan (Sig.) lebih besar dari 0,05 maka kesimpulannya adalah tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.
- 2) Jika nilai signifikan (Sig.) lebih kecil dari 0,05 maka kesimpulannya adalah terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

Gambar 4.6**Hasil Uji heteroskedastisitas**

Sumber : Data Primer di olah tahun 2020

Berdasarkan gambar 4.6 hasil penelitian menunjukkan bahwa gambar scatterplot penyebaran titik- titiknya tidak berpola, titik- titik data menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0 dan titik- titik data tidak mengumpul hanya di atas ataupun di bawah saja. Maka dapat di simpulkan bahwa penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas. Selain dengan pola scatterplot uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melakukan uji glejser.

Berikut ini merupakan hasil output dari uji glejser:

Tabel 4.14
Hasil Uji Glejser

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1.255	2.495		-.503	.616
Pelayanan	-.004	.068	-.006	-.056	.955
Promosi	.096	.065	.153	1.472	.144
Persepsi nasabah	.040	.049	.083	.805	.423

a. Dependent Variabel:

AbsRES1

Sumber : Data Primer di olah tahun 2020

Berdasarkan output tabel 4.14 di atas diketahui nilai signifikan (Sig.) untuk variabel pelayanan (X1) adalah 0,955. Nilai signifikan (Sig.) untuk variabel promosi (X2) adalah 0,144. Sementara nilai signifikan (Sig.) untuk variabel persepsi nasabah (X3) adalah 0,423. Karena nilai signifikan ketiga variabel di atas lebih besar dari 0,05 maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji glejser dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

d. Uji Autokorelasi

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui suatu model apakah antara variabel pengganggu masing-masing variabel bebas saling mempengaruhi. Prasyarat yang harus terpenuhi adalah tidak adanya autokorelasi dalam model regresi. Metode pengujian yang sering

digunakan adalah pengujian uji Durbin-Watson (Uji DW). Dasar pengambilan keputusannya adalah :

- 1) Angka D-W di bawah -2 berarti ada autokorelasi positif.
- 2) Angka D-W diantara -2 sampai +2 tidak terdapat autokorelasi.
- 3) Angka D-W di atas 2 terdapat autokorelasi negatif.

Tabel 4.15

Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.423 ^a	.179	.152	2.741	1.903

a. Predictors: (Constant), Persepsi nasabah, Pelayanan, Promosi

b. Dependent Variabel: Minat nasabah menabung

Sumber : Data Primer di olah tahun 2020

Dari tabel 4.15 di atas menunjukkan bahwa nilai Durbin-Watson adalah 1,903 yang berarti di antara -2 dan +2, maka dapat disimpulkan bahwa penelitian tidak terjadi autokorelasi dengan kata lain penelitian ini layak untuk digunakan.

3. Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 4.16

Hasil Uji Regresi Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	5.336	4.513		1.182	.240		
Pelayanan	.253	.123	.195	2.058	.042	.981	1.019
Promosi	.270	.118	.220	2.288	.024	.955	1.047
Persepsi nasabah	.224	.089	.240	2.519	.013	.970	1.031

a. Dependent Variabel: Minat nasabah menabung

Sumber: Data Primer yang diolah Tahun 2020

Berdasarkan output tabel di atas digunakan untuk menggambarkan persamaan regresi berikut ini $Y = 5,336 + 0,253 (X1) + 0,270(X2) + 0,224 (X3) + e$

Keterangan dari tabel 4.16 adalah :

- Konstanta sebesar 5,336 yang artinya jika variabel pelayanan (X1), promosi (X2), dan persepsi nasabah (X3) dalam keadaan tetap atau sama dengan 0 (nol), maka minat nasabah menabung (Y) mengalami peningkatan sebesar 5,336.
- Koefisien regresi X1 sebesar 0,253 menunjukkan peningkatan 1 skala dalam jawaban responden, maka pelayanan akan meningkatkan

minat nasabah menabung sebesar 0,253. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara pelayanan terhadap minat nasabah menabung,

c. Koefisien regresi X2 sebesar 0,270 menunjukkan peningkatan 1skala dalam jawaban responden, maka promosi akan meningkatkan minat nasabah menabung sebesar 0,270. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara promosi terhadap minat nasabah menabung,

d. Koefisien regresi X3 sebesar 0,224 hal ini menunjukkan peningkatan 1skala dalam jawaban responden, maka persepsi nasabah akan mengalami meningkatkan minat nasabah menabung nilainya sebesar 0,224. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara persepsi nasabah terhadap minat nasabah menabung.

e. Dari hasil regresi diatas dapat disimpulkan bahwa variabel promosi memiliki pengaruh lebih besar dibandingkan dengan pelayanan dan persepsi nasabah. Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien beta promosi (X2) sebesar 0,270 yang lebih besar dari nilai koefisien pelayanan (X1) sebesar 0,253 dan persepsi nasabah (X3) sebesar 0,224.

4. Uji Hipotesis

a. Uji t (Secara Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, dimana jika nilai t hitung lebih besar daripada t tabel maka uji regresi dikatakan signifikan. Atau dengan melihat angka

signifikasinya. Jika nilai sig. lebih kecil dari 0.05 maka secara parsial atau sendiri-sendiri variabel independen mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Adapun prosedurnya sebagai berikut:

1. Variabel pelayanan, promosi, dan persepsi nasabah terhadap minat nasabah menabung:

a. H_0 : tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel pelayanan terhadap minat nasabah menabung.

H_a : terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel pelayanan terhadap minat nasabah menabung.

b. H_0 : tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel promosi terhadap minat nasabah menabung.

H_a : terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel promosi terhadap minat nasabah menabung.

c. H_0 : tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel persepsi nasabah terhadap minat nasabah menabung.

H_a : terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel persepsi nasabah terhadap minat nasabah menabung.

Tabel 4.17Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	5.336	4.513		1.182	.240		
Pelayanan	.253	.123	.195	2.058	.042	.981	1.019
Promosi	.270	.118	.220	2.288	.024	.955	1.047
Persepsi nasabah	.224	.089	.240	2.519	.013	.970	1.031

a. Dependent Variabel: Minat nasabah menabung

Sumber :Data Primer yang diolah Tahun 2020

Diketahui bahwa $t_{tabel}(\alpha/2, n-k-1)$, maka $(df) = n - k - 1 = 97 - 3 - 1 = 93$ dengan signifikansi 5% adalah $t_{tabel} 1,98580$. Untuk mengetahui hipotesis apakah hipotesis yang diajukan adalah signifikan atau tidak, maka perlu membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} . Dimana jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka hipotesis 1 dapat diterima, dan sebaliknya jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka hipotesis 1 tidak dapat diterima.

1) Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} 2,058 dan Sig. variabel pelayanan 0,042.

= $t_{hitung} 2,058 > t_{tabel} 1,98580$ dan nilai Sig. $0,042 < 0,05$.

Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya variabel pelayanan berpengaruh positif dan signifikan

terhadap minat nasabah menabung di PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri.

- 2) Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai t hitung 2,288 dan Sig. variabel pelayanan 0,024.

$$= t \text{ hitung } 2,288 > t \text{ tabel } 1,98580 \text{ dan nilai Sig. } 0,024 < 0,05.$$

Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menabung di PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri.

- 3) Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai t hitung 2,519 dan Sig. variabel persepsi nasabah 0,013.

$$= t \text{ hitung } 2,519 > t \text{ tabel } 1,98580 \text{ dan nilai Sig. } 0,013 < 0,05.$$

Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya variabel persepsi nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menabung di PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri.

- 4) Membuat kesimpulan Berdasarkan pada tabel 4.17 diatas dapat diperoleh bahwa t-hitung untuk variabel persepsi nasabah sebesar 2,519 sedangkan untuk t-tabel dengan taraf signifikansi 5% diperoleh nilai 1,98580. Perbandingan keduanya untuk t-hitung $>$ t-tabel diperoleh nilai sebesar $2,058 > 1,98580$, sedangkan nilai probabilitas (Sig.) sebesar $0,013 < 0,05$, maka H_0 ditolak, H_1 diterima. Jadi kesimpulannya bahwa persepsi nasabah berpengaruh positif secara

signifikan terhadap minat nasabah menabung di PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri.

b. Uji F (Secara Simultan)

uji F atau Uji simultan adalah uji statistik yang digunakan untuk menilai apakah uji regresi yang dilakukan mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak, dimana jika nilai F hitung lebih besar daripada F tabel maka uji regresi dikatakan signifikan. Atau dengan melihat angka signifikasinya. Jika nilai sig. lebih kecil dari 0.05 maka secara simultan atau bersama-sama pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah signifikan. Berdasarkan uji SPSS diperoleh hasil sebagai berikut

Tabel 4.18

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	152.187	3	50.729	6.752	.000 ^a
Residual	698.720	93	7.513		
Total	850.907	96			

a. Predictors: (Constant), Persepsi nasabah, Pelayanan, Promosi

b. Dependent Variabel: Minat nasabah menabung

Sumber :Data Primer yang diolah Tahun 2020

Pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$. Adapun prosedurnya sebagai berikut:

H0 : tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel pelayanan, promosi, dan persepsi nasabah terhadap minat nasabah menabung.

Ha : terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel pelayanan, promosi, dan persepsi nasabah terhadap minat nasabah menabung.

Dalam tabel 4.18 diatas diperoleh F tabel ($df = n-k$), maka $df = n - k = 97-3 = 94$ adalah F tabel dan F hitung sebesar 6,752 dan F tabel sebesar 2,70 maka dapat disimpulkan $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ $6,752 > 2,70$ dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 dibandingkan dengan taraf signifikan ($\alpha = 5\%$) 0,05 maka nilai pada tabel 4.18 diperoleh nilai sig. sebesar 0,000 dibandingkan dengan taraf signifikansi ($\alpha = 5\%$) 0,05 maka $\text{sig} < \alpha = 0,000 < 0,05$.

5. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi memiliki fungsi untuk mengetahui besarnya variasi variabel independen dalam menerangkan variabel dependen atau untuk menjelaskan sejauh mana kemampuan variabel independen (pelayanan, promosi dan persepsi nasabah) terhadap variabel dependen (minat nasabah menabung). Dari hasil perhitungan melalui SPSS dapatkan nilai koefisien determinasi sebagai berikut

Tabel 4.19

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.423 ^a	.179	.152	2.741

a. Predictors: (Constant), Persepsi nasabah, Pelayanan, Promosi

b. Dependent Variable: Minat nasabah menabung

Sumber : Data Primer yang diolah Tahun 2020

Berdasarkan tabel 4.19 bahwa hasil uji koefisien determinasi di atas diketahui nilai R Square sebesar 0,179. Hal tersebut menunjukkan bahwa 17,9% variabel dependen (minat nasabah menabung) dijelaskan oleh variabel independen yang terdiri dari pelayanan, promosi dan persepsi nasabah. Sedangkan sisanya $100\% - 17,9\%$, hasilnya sebesar 82,1% dijelaskan oleh variabel lain dimana tidak diteliti dalam penelitian ini.

