

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

1. Letak Geografis Objek Penelitian

PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri beralamat di Jl. Hasanuddin No. 26 Kelurahan Dandangan Kota Kediri. Dalam pelaksanaan kegiatan operasinya PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. 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. Hasanudin No. 2, Kelurahan Kenayan, Tulungagung.

2. Sejarah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri

PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri didirikan pada tanggal 15 Maret 2004 di Jl. Hasanuddin No. 26 Kelurahan Dandangan Kota Kediri. Letak geografis PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri dapat dikatakan strategis, karena letaknya mudah dijangkau dan merupakan jalur transportasi umum maupun pribadi. Seluruh staf yang ada di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri mempunyai tugas dan tanggungjawab masing-masing.

Sedangkan PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk memulai perjalanan bisnisnya sebagai Bank Syariah pertama di Indonesia pada 1 November 1991 atau 24 Rabi'us Tsani 1412 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 1412 H, Bank Muamalat Indonesia terus berinovasi dan mengeluarkan produk-produk keuangan syariah seperti Asuransi Syariah (Asuransi Takaful), Dana Pensiun Lembaga Keuangan Muamalat (DPLK Muamalat) dan multifinance 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.⁹²

Pada 27 Oktober 1994, Bank Muamalat Indonesia mendapatkan izin sebagai Bank Devisa dan terdaftar sebagai perusahaan publik yang tidak listing di Bursa Efek Indonesia (BEI). Pada tahun 2003, Bank dengan percaya diri melakukan Penawaran

⁹² <https://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat>, Diakses pada tanggal 29 Maret 2021 pukul 18.30 WIB

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 363 kantor layanan termasuk 1 (satu) kantor cabang di Malaysia. Operasional Bank juga didukung oleh jaringan layanan yang luas berupa 1.337 unit ATM Muamalat, 120.000 jaringan ATM Bersama dan ATM Prima, 103 Mobil Kas Keliling (mobile branch) 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

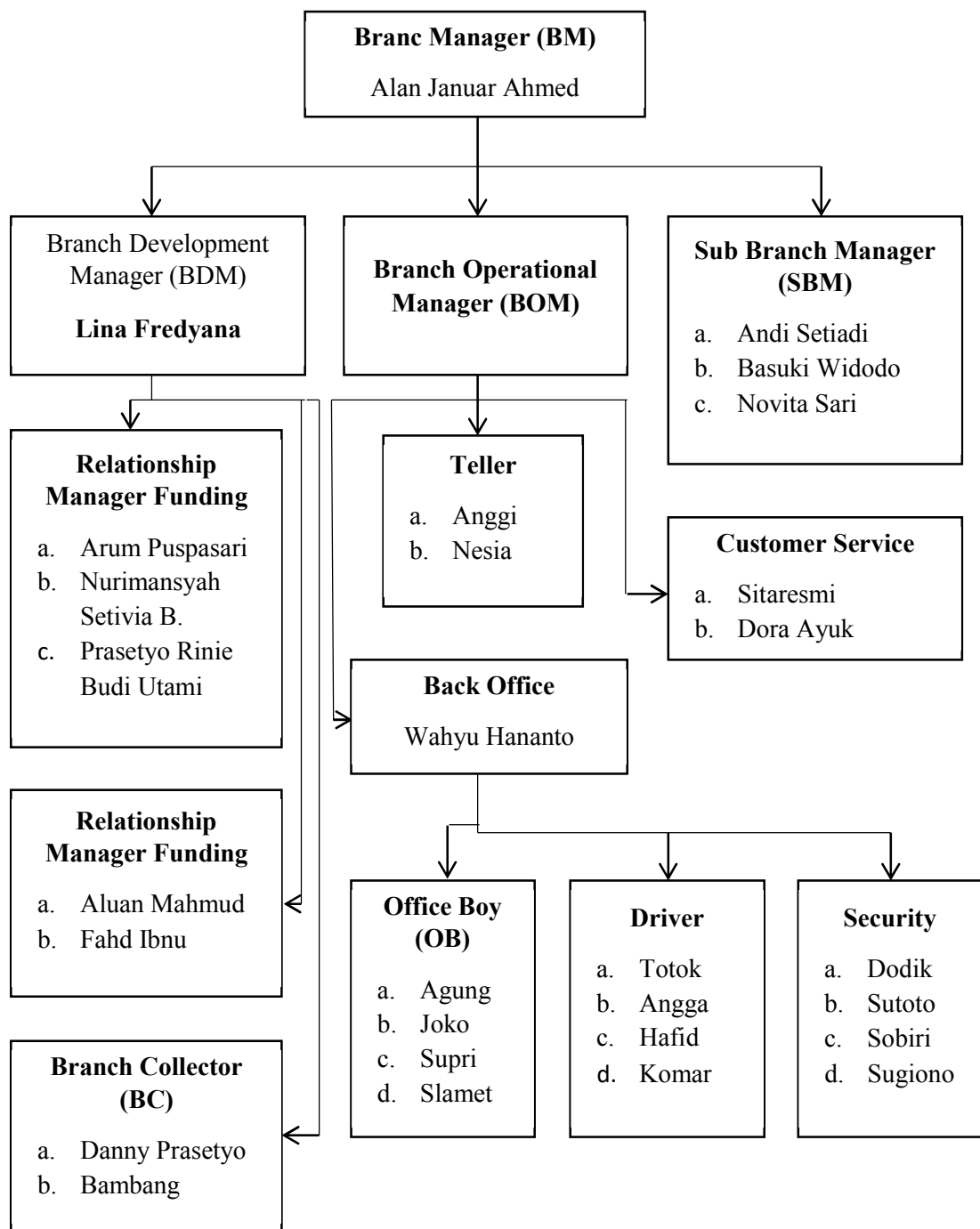
beberapa entitas anaknya dalam memberikan layanan terbaik yaitu Al-Ijarah Indonesia Finance (ALIF) yang memberikan layanan pembiayaan syariah, (DPLK Muamalat) yang memberikan layanan dana pensiun melalui Dana Pensiun Lembaga Keuangan, dan Baitulmaal Muamalat yang memberikan layanan untuk menyalurkan dana Zakat, Infak dan 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 akan terus melaju mewujudkan visi menjadi “*The Best Islamic Bank and Top 10 Bank in Indonesia with Strong Regional Presence*”⁹³

⁹³ <https://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat>, Diakses pada tanggal 29 Maret 2021 pukul 18.30 WIB

3. Struktur Organisasi PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri

Gambar 4.1
Struktur Organisasi
PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri



Sumber: Papan Struktur Organisasi PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri

4. Visi dan Misi PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri

a. Visi PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri

PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk memiliki visi yaitu *“The Best Islamic Bank and Top 10 Bank in Indonesia with Strong Regional Presence”* maksudnya ialah “Menjadi bank syariah terbaik dan termasuk dalam 10 besar bank di Indonesia dengan eksistensi yang diakui di tingkat regional”.⁹⁴

b. Misi PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri

PT. 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”.⁹⁵

5. Produk-Produk PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri

Produk dan layanan PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri adalah sebagai berikut:⁹⁶

a. Produk Tabungan atau Simpanan

1) Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah

⁹⁴ <https://www.bankmuamalat.co.id/visi-misi>, Diakses pada tanggal 29 Maret 2021 pukul 19.48 WIB

⁹⁵ <https://www.bankmuamalat.co.id/visi-misi>, Diakses pada tanggal 29 Maret 2021 pukul 19.48 WIB

⁹⁶ <https://www.bankmuamalat.co.id/produk-layanan-consumer>, Diakses pada tanggal 29 Maret 2021 pukul 19.56 WIB

- 2) Tabungan Ib Muamalat
 - 3) Tabungan iB Muamalat Dollar
 - 4) TabunganKu
 - 5) Tabungan iB Muamalat Berencana
 - 6) Tabungan iB Muamalat Prima
 - 7) Tabungan iB Muamalat Sahabat
 - 8) Tabungan iB Muamalat SimPel
- b. Produk Giro
- 1) Giro iB Muamalat *Attijary*
 - 2) Giro iB Muamalat Ultima
- c. Produk Deposito
- d. Produk Kartu *Shar-E Debit*
- 1) Kartu *Shar-E Debit Gold*
 - 2) Kartu *Shar-E Debit Reguler*
 - 3) Kartu *Shar-E Debit Arsenal*
- e. Produk Pembiayaan
- 1) KPR iB Muamalat

- 2) Pembiayaan iB Muamalat Pensiun
- 3) Pembiayaan iB Muamalat Multiguna

B. Deskripsi Data

1. Deskripsi Karakteristik Responden

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian. Dalam penelitian ini, menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada 96 responden nasabah penabung tabungan *mudharabah* yang ada di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri yang bertindak sebagai sampel. Kuesioner yang dibagikan terdiri dari 4 variabel yaitu promosi, citra perusahaan, kualitas pelayanan dan minat nasabah tabungan *mudharabah*.

a. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin responden nasabah penabung tabungan *mudharabah* yang ada di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1
Karakteristik Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Laki-laki	55	57%
2.	Perempuan	41	43%
	Total	96	100%

Sumber: Data primer penelitian diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel 4.1 di atas dijelaskan bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri yang paling mendominasi adalah nasabah laki-laki yaitu sebanyak 56 responden atau 57% sedangkan nasabah perempuan sebanyak 40 responden atau 43%.

b. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Adapun data mengenai usia responden nasabah penabung tabungan *mudharabah* yang ada di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2
Karakteristik Usia Responden

No.	Usia	Jumlah	Persentase
1.	< 20 tahun	3	3%
2.	20-29 tahun	11	12%
3.	30-39 tahun	53	55%
4.	> 40 tahun	29	30%
	Total	96	100%

Sumber: Data primer penelitian diolah tahun 2021

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.2 di atas dapat dijelaskan bahwa karakteristik responden berdasarkan usia di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri yang paling mendominasi adalah usia 30-39 tahun yaitu sebanyak 53 orang atau 55%, usia kurang dari 20 tahun sebanyak 3 responden atau

3%, usia 20-29 tahun sebanyak 11 responden atau 12%, dan usia lebih dari 40 tahun sebanyak 29 responden atau 30%.

c. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan

Adapun data mengenai pendidikan responden nasabah penabung tabungan *mudharabah* yang ada di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3
Karakteristik Pendidikan Responden

No.	Pendidikan	Jumlah	Persentase
1.	SMA	30	31%
2.	D3	15	16%
3.	S1	35	36%
4.	S2	16	17%
	Total	96	100%

Sumber: Data primer penelitian diolah tahun 2021

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.3 di atas dapat dijelaskan bahwa karakteristik responden berdasarkan pendidikan di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri yang paling mendominasi adalah pendidikan Strata 1 sebanyak 35 responden atau 36%, pendidikan SMA sebanyak 30 responden atau 31%, pendidikan D3 sebanyak 15 responden atau 16%, dan pendidikan Strata 2 sebanyak 16 responden atau 17%.

2. Deskripsi Variabel Penelitian

Pada bagian ini mendeskripsikan setiap item pernyataan yang terdapat pada kuesioner berupa hasil dari pengisian kuesioner oleh responden di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri sebanyak 96 responden yang diambil sebagai sampel. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel *independen* (bebas) dan variabel *dependen* (terikat). Variabel *independen* dalam penelitian ini adalah promosi, citra perusahaan dan kualitas pelayanan. Sedangkan variabel *dependen* dalam penelitian ini adalah minat nasabah tabungan *mudharabah*.

Di dalam kuesioner ini, terdapat item pernyataan yang menggambarkan mengenai setiap variabel yang harus diisi oleh responden. Pernyataan tersebut dapat memberikan jawaban dengan kategori: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Dari 4 variabel tersebut disusunlah kuesioner penelitian dan disebarakan kepada responden yang terdiri dari 20 pernyataan yang dibagi menjadi 4 kategori yaitu:

- a. 5 pernyataan digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel promosi (X_1)
- b. 5 pernyataan digunakan untuk mengetahui variabel pengaruh citra perusahaan (X_2)
- c. 5 pernyataan digunakan untuk mengetahui variabel pengaruh kualitas pelayanan (X_3)

- d. 5 pernyataan digunakan untuk mengetahui variabel minat nasabah tabungan *mudharabah* (Y)

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui tanggapan dari responden nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri sebagaimana dipaparkan sebagai berikut:

- a. Variabel Promosi (X_1)

Tanggapan responden tentang variabel promosi yang meliputi: periklanan ($X_{1.1}$), promosi penjualan ($X_{1.2}$), publisitas ($X_{1.3}$), dan penjualan pribadi ($X_{1.4}$). Berikut ini hasil akumulasi jawaban dari 96 responden terhadap item pernyataan variabel promosi.

- 1) Periklanan ($X_{1.1}$)

Tabel 4.4
Hasil Kuesioner Item Pernyataan $X_{1.1.1}$

Item Pernyataan	Pilihan	Skor	$X_{1.1.1}$		
			F	Total	%
PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri memiliki brosur yang sangat informati. ($X_{1.1.1}$)	SS	5	41	205	43%
	S	4	43	172	45%
	N	3	8	24	8%
	TS	2	4	8	4%
	STS	1	0	0	0%
Total			96	409	100%

Sumber: Pengolahan Data SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.4 di atas dapat dijelaskan bahwa indikator periklanan pada pernyataan pertama, 96 responden yang

menyatakan sangat setuju sebanyak 41 responden atau 43%, setuju sebanyak 43 responden atau 45%, netral sebanyak 8 responden atau 8%, tidak setuju sebanyak 4 responden atau 4%, dan sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%. Artinya, responden cenderung setuju bahwa PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri memiliki brosur yang sangat informatif.

Tabel 4.5
Hasil Kuesioner Item Pernyataan X_{1.1.2}

Item Pernyataan	Pilihan	Skor	X _{1.1.2}		
			F	Total	%
PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri memiliki iklan yang menarik. (X _{1.1.2})	SS	5	50	225	52,1%
	S	4	44	176	45,8%
	N	3	1	4	1%
	TS	2	1	2	1%
	STS	1	0	0	0%
Total			96	409	100%

Sumber: Pengolahan Data SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.5 di atas dapat dijelaskan bahwa indikator periklanan pada pernyataan kedua, 96 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 50 responden atau 52,1%, setuju sebanyak 44 responden atau 45,8%, netral sebanyak 1 responden atau 1%, tidak setuju sebanyak 1 responden atau 1%, dan sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%. Artinya, responden cenderung sangat setuju bahwa PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri memiliki iklan yang menarik.

2) Promosi Penjualan ($X_{1,2}$)

Tabel 4.6
Hasil Kuesioner Item Pernyataan $X_{1,2,1}$

Item Pernyataan	Pilihan	Skor	$X_{1,2,1}$		
			F	Total	%
Karyawan PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri memiliki kemampuan mempengaruhi nasabah untuk membeli produk. ($X_{1,2,1}$)	SS	5	38	190	40%
	S	4	52	208	54%
	N	3	5	15	5%
	TS	2	1	2	1%
	STS	1	0	0	0%
Total			96	415	100%

Sumber: Pengolahan Data SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.6 di atas dapat dijelaskan bahwa indikator promosi penjualan, 96 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 38 responden atau 40%, setuju sebanyak 52 responden atau 54%, netral sebanyak 5 responden atau 5%, tidak setuju sebanyak 2 responden atau 1%, dan sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%. Artinya, responden cenderung setuju bahwa karyawan PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri memiliki kemampuan mempengaruhi nasabah untuk membeli produk.

3) Publisitas ($X_{1,3}$)

Tabel 4.7
Hasil Kuesioner Item Pernyataan $X_{1,3,1}$

Item Pernyataan	Pilihan	Skor	$X_{1,3,1}$		
			F	Total	%

PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri memiliki informasi di media internet yang lengkap. (X _{1.3.1})	SS	5	47	235	49%
	S	4	47	188	49%
	N	3	2	6	2%
	TS	2	0	0	0%
	STS	1	0	0	0%
Total			96	429	100%

Sumber: Pengolahan Data SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.7 di atas dapat dijelaskan bahwa indikator publisitas, 96 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 47 responden atau 49%, setuju sebanyak 47 responden atau 49%, netral sebanyak 2 responden atau 2%, tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, dan sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%. Artinya, responden cenderung setuju bahwa PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri memiliki informasi di media internet yang lengkap.

4) Penjualan Pribadi (X_{1.4})

Tabel 4.8
Hasil Kuesioner Item Pernyataan X_{1.4.1}

Item Pernyataan	Pilihan	Skor	X _{1.4.1}		
			F	Total	%
Karyawan PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri memiliki kemampuan dalam menjelaskan produk dengan baik. (X _{1.4.1})	SS	5	50	225	52%
	S	4	45	180	47%
	N	3	1	3	1%
	TS	2	0	0	0%
	STS	1	0	0	0%

Total	96	408	100%
--------------	-----------	------------	-------------

Sumber: Pengolahan Data SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.8 di atas dapat dijelaskan bahwa indikator penjualan pribadi, 96 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 50 responden atau 52%, setuju sebanyak 45 responden atau 47%, netral sebanyak 1 responden atau 1%, tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, dan sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%. Artinya, responden cenderung sangat setuju bahwa Karyawan PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri memiliki kemampuan dalam menjelaskan produk dengan baik.

b. Variabel Citra Perusahaan (X_2)

Tanggapan responden tentang citra perusahaan yang meliputi: kepribadian ($X_{2.1}$), reputasi ($X_{2.2}$), nilai ($X_{2.3}$), dan identitas perusahaan ($X_{2.4}$). Berikut ini hasil akumulasi jawaban dari 96 responden terhadap item pernyataan variabel citra perusahaan.

1) Kepribadian ($X_{2.1}$)

Tabel 4.9
Hasil Kuesioner Item Pernyataan $X_{2.1.1}$

Item Pernyataan	Pilihan	Skor	$X_{2.1.1}$		
			F	Total	%
PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri adalah perusahaan	SS	5	31	155	32%
	S	4	61	244	64%

yang dapat dipercaya. (X _{2.1.1})	N	3	3	9	3%
	TS	2	1	2	1%
	STS	1	0	0	0%
Total			96	410	100%

Sumber: Pengolahan Data SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.9 di atas dapat dijelaskan bahwa indikator kepribadian, 96 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 31 responden atau 32%, setuju sebanyak 61 responden atau 64%, netral sebanyak 3 responden atau 3%, tidak setuju sebanyak 1 responden atau 1%, dan sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%. Artinya, responden cenderung setuju bahwa PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri adalah perusahaan yang dapat dipercaya.

2) Reputasi (X_{2.2})

Tabel 4.10
Hasil Kuesioner Item Pernyataan X_{2.2.1}

Item Pernyataan	Pilihan	Skor	X _{2.2.1}		
			F	Total	%
PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri memiliki reputasi yang baik di nasabah. (X _{2.2.1})	SS	5	24	120	25%
	S	4	72	288	75%
	N	3	0	0	0%
	TS	2	0	0	0%
	STS	1	0	0	0%
Total			96	408	100%

Sumber: Pengolahan Data SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.10 di atas dapat dijelaskan bahwa indikator reputasi pada pernyataan pertama, 96 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 24 responden atau 25%, setuju sebanyak 72 responden atau 75%, netral sebanyak 0 responden atau 0%, tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, dan sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%. Artinya, responden cenderung setuju bahwa PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri adalah memiliki reputasi yang baik di nasabah.

Tabel 4.11
Hasil Kuesioner Item Pernyataan X_{2.2.2}

Item Pernyataan	Pilihan	Skor	X _{2.2.2}		
			F	Total	%
PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri memiliki kinerja yang baik. (X _{2.2.2})	SS	5	26	130	27%
	S	4	69	276	72%
	N	3	1	3	1%
	TS	2	0	0	0%
	STS	1	0	0	0%
Total			96	409	100%

Sumber: Pengolahan Data SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.11 di atas dapat dijelaskan bahwa indikator reputasi pada pernyataan kedua, 96 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 26 responden atau 27%, setuju sebanyak 69 responden atau 72%, netral sebanyak 1 responden atau 1%, tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%,

dan sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%. Artinya, responden cenderung setuju bahwa PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri adalah memiliki kinerja yang baik.

3) Nilai ($X_{2,3}$)

Tabel 4.12
Hasil Kuesioner Item Pernyataan $X_{2,3,1}$

Item Pernyataan	Pilihan	Skor	$X_{2,3,1}$		
			F	Total	%
PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri memiliki kepedulian yang tinggi dengan nasabah. ($X_{2,3,1}$)	SS	5	36	180	38%
	S	4	58	232	60%
	N	3	2	6	2%
	TS	2	0	0	0%
	STS	1	0	0	0%
Total			96	418	100%

Sumber: Pengolahan Data SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.12 di atas dapat dijelaskan bahwa indikator nilai, 96 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 36 responden atau 38%, setuju sebanyak 58 responden atau 60%, netral sebanyak 2 responden atau 2%, tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, dan sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%. Artinya, responden cenderung setuju bahwa PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri adalah memiliki kepedulian yang tinggi dengan nasabah.

4) Identitas Perusahaan ($X_{2.4}$)

Tabel 4.13
Hasil Kuesioner Item Pernyataan $X_{2.4.1}$

Item Pernyataan	Pilihan	Skor	$X_{2.4.1}$		
			F	Total	%
PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri memiliki logo perusahaan yang menarik dan mudah diingat. ($X_{2.4.1}$)	SS	5	41	205	43%
	S	4	54	216	56%
	N	3	1	3	1%
	TS	2	0	0	0%
	STS	1	0	0	0%
Total			96	424	100%

Sumber: Pengolahan Data SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.13 di atas dapat dijelaskan bahwa indikator identitas perusahaan, 96 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 41 responden atau 43%, setuju sebanyak 58 responden atau 56%, netral sebanyak 1 responden atau 1%, tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, dan sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%. Artinya, responden cenderung setuju bahwa PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri memiliki logo perusahaan yang menarik dan mudah diingat.

c. Variabel Kualitas Pelayanan (X_3)

Tanggapan responden tentang kualitas pelayanan yang meliputi: keandalan ($X_{3.1}$), daya tanggap ($X_{3.2}$), jaminan ($X_{3.3}$), empati ($X_{3.4}$) dan bukti langsung ($X_{3.5}$). Berikut ini hasil

akumulasi jawaban dari 96 responden terhadap item pernyataan variabel kualitas pelayanan.

1) Keandalan ($X_{3.1}$)

Tabel 4.14
Hasil Kuesioner Item Pernyataan $X_{3.1.1}$

Item Pernyataan	Pilihan	Skor	$X_{3.1.1}$		
			F	Total	%
Karyawan PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri dapat mengatasi permasalahan nasabah dengan baik. ($X_{3.1.1}$)	SS	5	36	180	38%
	S	4	51	204	53%
	N	3	7	21	7%
	TS	2	2	4	2%
	STS	1	0	0	0%
Total			96	409	100%

Sumber: Pengolahan Data SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.14 di atas dapat dijelaskan bahwa indikator keandalan, 96 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 36 responden atau 38%, setuju sebanyak 51 responden atau 53%, netral sebanyak 7 responden atau 7%, tidak setuju sebanyak 2 responden atau 2%, dan sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%. Artinya, responden cenderung setuju bahwa karyawan PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri dapat mengatasi permasalahan nasabah dengan baik.

2) Daya Tanggap ($X_{3,2}$)

Tabel 4.15
Hasil Kuesioner Item Pernyataan $X_{3,2,1}$

Item Pernyataan	Pilihan	Skor	$X_{3,2,1}$		
			F	Total	%
Karyawan PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri sangat tanggap dalam merespon permintaan nasabah. ($X_{3,2,1}$)	SS	5	38	190	40%
	S	4	54	216	56%
	N	3	2	6	2%
	TS	2	2	4	2%
	STS	1	0	0	0%
Total			96	416	100%

Sumber: Pengolahan Data SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.15 di atas dapat dijelaskan bahwa indikator daya tanggap, 96 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 38 responden atau 40%, setuju sebanyak 54 responden atau 56%, netral sebanyak 2 responden atau 2%, tidak setuju sebanyak 2 responden atau 2%, dan sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%. Artinya, responden cenderung setuju bahwa karyawan PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri sangat tanggap dalam merespon permintaan nasabah.

3) Jaminan ($X_{3,3}$)

Tabel 4.16
Hasil Kuesioner Item Pernyataan $X_{3,3,1}$

Item Pernyataan	Pilihan	Skor	$X_{3,3,1}$		
			F	Total	%

Karyawan PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri dapat menjamin keamanan dalam bertransaksi dengan nasabah. (X _{3.3.1})	SS	5	37	185	39%
	S	4	51	204	53%
	N	3	8	24	8%
	TS	2	0	0	0%
	STS	1	0	0	0%
Total			96	413	100%

Sumber: Pengolahan Data SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.16 di atas dapat dijelaskan bahwa indikator jaminan, 96 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 37 responden atau 39%, setuju sebanyak 51 responden atau 53%, netral sebanyak 8 responden atau 8%, tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, dan sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%. Artinya, responden cenderung setuju bahwa karyawan PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri dapat menjamin keamanan dalam bertransaksi dengan nasabah.

4) Empati (X_{3.4})

Tabel 4.17
Hasil Kuesioner Item Pernyataan X_{3.4.1}

Item Pernyataan	Pilihan	Skor	X _{3.4.1}		
			F	Total	%
Karyawan PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri peduli dengan pengaduan nasabah mengenai kebutuhan informasi. (X _{3.4.1})	SS	5	40	200	42%
	S	4	55	220	57%
	N	3	1	3	1%
	TS	2	0	0	0%
	STS	1	0	0	0%

Total	96	423	100%
--------------	-----------	------------	-------------

Sumber: Pengolahan Data SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.17 di atas dapat dijelaskan bahwa indikator empati, 96 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 40 responden atau 42%, setuju sebanyak 55 responden atau 57%, netral sebanyak 1 responden atau 1%, tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, dan sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%. Artinya, responden cenderung setuju bahwa karyawan PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri peduli dengan pengaduan nasabah mengenai kebutuhan informasi.

5) Bukti Langsung ($X_{3,5}$)

Tabel 4.18
Hasil Kuesioner Item Pernyataan $X_{3,5.1}$

Item Pernyataan	Pilihan	Skor	$X_{3,5.1}$		
			F	Total	%
PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri Memiliki ruang tunggu pelayanan yang nyaman. ($X_{3,5.1}$)	SS	5	41	205	43%
	S	4	50	200	52%
	N	3	3	9	3%
	TS	2	2	4	2%
	STS	1	0	0	0%
Total			96	418	100%

Sumber: Pengolahan Data SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.18 di atas dapat dijelaskan bahwa indikator bukti langsung, 96 responden yang menyatakan sangat

setuju sebanyak 41 responden atau 43%, setuju sebanyak 50 responden atau 52%, netral sebanyak 3 responden atau 3%, tidak setuju sebanyak 2 responden atau 2%, dan sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%. Artinya, responden cenderung setuju bahwa PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri Memiliki ruang tunggu pelayanan yang nyaman.

d. Variabel Minat Menabung Tabungan *Mudharabah* (Y)

Tanggapan responden tentang minat menabung tabungan *mudharabah* yang meliputi: minat transaksional ($Y_{1.1}$), minat referensial ($Y_{1.2}$), minat preferensial ($Y_{1.3}$), dan minat eksploratif ($Y_{1.4}$). Berikut ini hasil akumulasi jawaban dari 96 responden terhadap item pernyataan variabel kualitas pelayanan.

1) Minat Transaksional ($Y_{1.1}$)

Tabel 4.19
Hasil Kuesioner Item Pernyataan $Y_{1.1.1}$

Item Pernyataan	Pilihan	Skor	$Y_{1.1.1}$		
			F	Total	%
Saya akan melakukan pengajuan tabungan <i>mudharabah</i> kembali di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri. ($Y_{1.1.1}$)	SS	5	39	195	41%
	S	4	51	204	53%
	N	3	6	18	6%
	TS	2	0	0	0%
	STS	1	0	0	0%
Total			96	417	100%

Sumber: Pengolahan Data SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.19 di atas dapat dijelaskan bahwa indikator minat transaksional, 96 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 39 responden atau 41%, setuju sebanyak 51 responden atau 53%, netral sebanyak 6 responden atau 6%, tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, dan sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%. Artinya, responden cenderung setuju bahwa responden akan melakukan pengajuan tabungan *mudharabah* kembali di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri.

2) Minat Referensial ($Y_{1.2}$)

Tabel 4.20
Hasil Kuesioner Item Pernyataan $Y_{1.2.1}$

Item Pernyataan	Pilihan	Skor	$Y_{1.2.1}$		
			F	Total	%
Saya akan melakukan rekomendasi produk tabungan <i>mudharabah</i> PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri kepada orang lain. ($Y_{1.2.1}$)	SS	5	50	250	52%
	S	4	41	164	43%
	N	3	5	15	5%
	TS	2	0	0	0%
	STS	1	0	0	0%
Total			96	429	100%

Sumber: Pengolahan Data SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.20 di atas dapat dijelaskan bahwa indikator minat referensial, 96 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 50 responden atau 52%, setuju sebanyak 41 responden atau 43%, netral sebanyak 5 responden atau 5%, tidak

setuju sebanyak 0 responden atau 0%, dan sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%. Artinya, responden cenderung sangat setuju bahwa responden akan melakukan rekomendasi produk tabungan *mudharabah* PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri kepada orang lain.

3) Minat Preferensial ($Y_{1.3}$)

Tabel 4.21
Hasil Kuesioner Item Pernyataan $Y_{1.3.1}$

Item Pernyataan	Pilihan	Skor	$Y_{1.3.1}$		
			F	Total	%
Saya akan menggunakan tabungan <i>mudharabah</i> PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri secara terus menerus. ($Y_{1.3.1}$)	SS	5	25	125	26%
	S	4	43	172	45%
	N	3	26	78	27%
	TS	2	2	4	2%
	STS	1	0	0	0%
Total			96	379	100%

Sumber: Pengolahan Data SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.21 di atas dapat dijelaskan bahwa indikator minat preferensial, 96 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 25 responden atau 26%, setuju sebanyak 43 responden atau 45%, netral sebanyak 26 responden atau 27%, tidak setuju sebanyak 2 responden atau 2%, dan sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%. Artinya, responden cenderung setuju bahwa responden akan menggunakan tabungan

mudharabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri secara terus menerus.

4) Minat Eksploratif ($Y_{1.4}$)

Tabel 4.22
Hasil Kuesioner Item Pernyataan $Y_{1.4.1}$

Item Pernyataan	Pilihan	Skor	$Y_{1.4.1}$		
			F	Total	%
Saya selalu mencari informasi mengenai produk PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri. ($Y_{1.4.1}$)	SS	5	41	205	43%
	S	4	51	204	53%
	N	3	4	12	4%
	TS	2	0	0	0%
	STS	1	0	0	0%
Total			96	421	100%

Sumber: Pengolahan Data SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.22 di atas dapat dijelaskan bahwa indikator minat eksploratif pada pernyataan pertama, 96 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 41 responden atau 43%, setuju sebanyak 51 responden atau 53%, netral sebanyak 4 responden atau 4%, tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, dan sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%. Artinya, responden cenderung setuju bahwa responden akan selalu mencari informasi mengenai produk PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri.

Tabel 4.23
Hasil Kuesioner Item Pernyataan Y_{1.4.2}

Item Pernyataan	Pilihan	Skor	Y _{1.4.2}		
			F	Total	%
Saya selalu mencari informasi untuk mendukung sifat positif dari produk PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri. (Y _{1.4.2})	SS	5	43	215	45%
	S	4	50	200	52%
	N	3	3	9	3%
	TS	2	0	0	0%
	STS	1	0	0	0%
Total			96	424	100%

Sumber: Pengolahan Data SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.23 di atas dapat dijelaskan bahwa indikator minat eksploratif pada pernyataan kedua, 96 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 43 responden atau 45%, setuju sebanyak 50 responden atau 52%, netral sebanyak 3 responden atau 3%, tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, dan sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%. Artinya, responden cenderung setuju bahwa responden akan selalu mencari informasi untuk mendukung sifat positif dari produk PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri.

C. Analisis Data

Data-data yang diperoleh dalam penelitian ini akan dianalisis dengan hipotesis yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya. Pada bagian ini akan dibahas tahap-tahap dan pengolahan data yang kemudian akan

dianalisis tentang pengaruh promosi, citra perusahaan dan kualitas pelayanan terhadap minat nasabah tabungan *mudharabah*. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri. Analisa yang digunakan dalam penelitian ini meliputi analisa variabel-variabel independen (promosi, citra perusahaan dan kualitas pelayanan) terhadap variabel dependen (minat nasabah tabungan *mudharabah*). Perhitungan variabel-variabel ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS 16.0. Berikut ini adalah pengujian data berdasarkan data yang telah diolah dengan menggunakan SPSS versi 16.0:

1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan tingkat kebenaran atau kevalidan hasil pengukuran sebuah kuesioner. Uji validitas adalah mengukur koefisien korelasi antara skor suatu pertanyaan ataupun indikator yang diuji dengan skor total pada variabelnya. Pengambilan keputusan dalam uji validitas dapat diketahui apabila:⁹⁷

- 1) Jika nilai $r_{\text{tabel}} < r_{\text{hitung}}$ maka dapat dinyatakan valid.
- 2) Jika nilai $r_{\text{tabel}} > r_{\text{hitung}}$ maka dapat dinyatakan tidak valid.

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan r_{hitung} (nilai *pearson correlation*) dengan nilai r_{tabel} untuk *degree freedom* (df) = $n - 2$ (n adalah jumlah sampel). Sampel pada penelitian di PT.

⁹⁷ Vivi Herlina, *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner ...*, hlm. 58

Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri sebanyak 96 responden dengan tingkat signifikansi 0,05. Maka r_{tabel} pada penelitian ini adalah $r(0,05; 96-2 = 94) = 0,2006$

Tabel 4.24
Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X_1)

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	R Hitung (<i>Pearson Correlation</i>)	R Tabel	Keterangan
Promosi (X_1)	$X_{1,1}$	$X_{1,1.1}$	0,593	0,200	VALID
		$X_{1,1.2}$	0,818	0,200	VALID
	$X_{1,2}$	$X_{1,2.1}$	0,680	0,200	VALID
	$X_{1,3}$	$X_{1,3.1}$	0,831	0,200	VALID
	$X_{1,4}$	$X_{1,4.1}$	0,583	0,200	VALID

Sumber: Pengolahan data SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.24 di atas dapat dijelaskan bahwa semua butir pernyataan instrumen promosi (X_1) valid. Karena semua indikator pada tabel di atas mempunyai r_{hitung} (*pearson correlation*) lebih besar dari r_{tabel} di dapat dari jumlah sampel sebesar 96 responden dengan taraf signifikan sebesar 5% diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,200. Jadi, dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan pada instrumen promosi adalah valid.

Tabel 4.25
Hasil Uji Validitas Variabel Citra Perusahaan (X_2)

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	R Hitung (<i>Pearson Correlation</i>)	R Tabel	Keterangan
----------	-----------	------------------	--	---------	------------

Citra Perusahaan (X ₂)	X _{2,1}	X _{2,1.1}	0,554	0,200	VALID
	X _{2,2}	X _{2,2.1}	0,727	0,200	VALID
		X _{2,2.2}	0,807	0,200	VALID
	X _{2,3}	X _{2,3.1}	0,806	0,200	VALID
	X _{2,4}	X _{2,4.1}	0,714	0,200	VALID

Sumber: Pengolahan data SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.25 di atas dapat dijelaskan bahwa semua butir pernyataan instrumen citra perusahaan (X₂) valid. Karena semua indikator pada tabel di atas mempunyai r_{hitung} (*pearson correlation*) lebih besar dari r_{tabel} di dapat dari jumlah sampel sebesar 96 responden dengan taraf signifikan sebesar 5% diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,200. Jadi, dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan pada instrumen citra perusahaan adalah valid.

Tabel 4.26
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X₃)

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	R Hitung (<i>Pearson Correlation</i>)	R Tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X ₃)	X _{3,1}	X _{3,1.1}	0,448	0,200	VALID
	X _{3,2}	X _{3,2.1}	0,660	0,200	VALID
	X _{3,3}	X _{3,3.1}	0,763	0,200	VALID
	X _{3,4}	X _{3,4.1}	0,768	0,200	VALID
	X _{3,5}	X _{3,5.1}	0,652	0,200	VALID

Sumber: Pengolahan data SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.26 di atas dapat dijelaskan bahwa semua butir pernyataan instrumen kualitas pelayanan (X_3) valid. Karena semua indikator pada tabel di atas mempunyai r_{hitung} (*pearson correlation*) lebih besar dari r_{tabel} di dapat dari jumlah sampel sebesar 96 responden dengan taraf signifikan sebesar 5% diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,200. Jadi, dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan pada instrumen kualitas pelayanan adalah valid.

Tabel 4.27
Hasil Uji Validitas Variabel Minat Nasabah Tabungan
Mudharabah (Y)

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	R Hitung (<i>Pearson Correlation</i>)	R Tabel	Keterangan
Minat Nasabah Tabungan <i>Mudharabah (Y)</i>	Y _{1.1}	Y _{1.1.1}	0,502	0,200	VALID
	Y _{1.2}	Y _{1.2.1}	0,659	0,200	VALID
	Y _{1.3}	Y _{1.3.1}	0,693	0,200	VALID
	Y _{1.4}	Y _{1.4.1}	0,815	0,200	VALID
		Y _{1.4.2}	0,585	0,200	VALID

Sumber: Pengolahan data SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.27 di atas dapat dijelaskan bahwa semua butir pernyataan instrumen minat nasabah tabungan *mudharabah (Y)* valid. Karena semua indikator pada tabel di atas mempunyai r_{hitung} (*pearson correlation*) lebih besar dari r_{tabel} di dapat dari jumlah sampel sebesar 96 responden dengan taraf

signifikan sebesar 5% diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,200. Jadi, dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan pada instrumen minat nasabah tabungan *mudharabah* adalah valid.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah istilah yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulang dua kali atau lebih. Ukuran tingkat reliabilitas berdasarkan koefisien *alpha* dapat diinterpretasikan sebagai berikut:⁹⁸

- 1) Nilai *Alpha Cronbach's* 0,00-0,20 artinya kurang reliabel.
- 2) Nilai *Alpha Cronbach's* 0,21-0,40 artinya agak reliabel.
- 3) Nilai *Alpha Cronbach's* 0,41-0,60 artinya cukup reliabel.
- 4) Nilai *Alpha Cronbach's* 0,61-0,80 artinya reliabel.
- 5) Nilai *Alpha Cronbach's* 0,81-1,00 artinya sangat reliabel.

Hasil pengujian reliabilitas menggunakan aplikasi SPSS 16.0 adalah sebagai berikut:

Tabel 4.28
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi (X₁)

<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Items	Keterangan
0,719	5	Reliabel

Sumber: Pengolahan data SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.28 di atas dapat dijelaskan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* 0,719 yang berarti bahwa konstruk

⁹⁸ Mansur Chadi Mursid, dkk, *Menanamkan Nilai Inovasi ...*, hlm. 67

pernyataan yang merupakan dimensi faktor promosi adalah reliabel. Karena mengacu pada kriteria pengujian, maka variabel promosi dikategorikan reliabel sebab memiliki *Cronbach's Alpha* 0,61 sampai dengan 0,80. Jadi dapat disimpulkan bahwa responden memiliki konsistensi dalam menjawab konstruk-konstruk pernyataan yang merupakan dimensi variabel promosi yang disusun dalam bentuk kuesioner.

Tabel 4.29
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Citra Perusahaan (X₂)

<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Items	Keterangan
0,759	5	Reliabel

Sumber: Pengolahan data SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.29 di atas dapat dijelaskan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* 0,759 yang berarti bahwa konstruk pernyataan yang merupakan dimensi faktor citra perusahaan adalah reliabel. Karena mengacu pada kriteria pengujian, maka variabel citra perusahaan dikategorikan reliabel sebab memiliki *Cronbach's Alpha* 0,61 sampai dengan 0,80. Jadi dapat disimpulkan bahwa responden memiliki konsistensi dalam menjawab konstruk-konstruk pernyataan yang merupakan dimensi variabel citra perusahaan yang disusun dalam bentuk kuesioner.

Tabel 4.30
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X₃)

<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Items	Keterangan
0,653	5	Reliabel

Sumber: Pengolahan data SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.30 di atas dapat dijelaskan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* 0,653 yang berarti bahwa konstruk pernyataan yang merupakan dimensi faktor kualitas pelayanan adalah reliabel. Karena mengacu pada kriteria pengujian, maka variabel kualitas pelayanan dikategorikan reliabel sebab memiliki *Cronbach's Alpha* 0,61 sampai dengan 0,80. Jadi dapat disimpulkan bahwa responden memiliki konsistensi dalam menjawab konstruk-konstruk pernyataan yang merupakan dimensi variabel kualitas pelayanan yang disusun dalam bentuk kuesioner.

Tabel 4.31
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Nasabah Tabungan
***Mudharabah* (Y)**

<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Items	Keterangan
0,652	5	Reliabel

Sumber: Pengolahan data SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.31 di atas dapat dijelaskan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* 0,652 yang berarti bahwa konstruk pernyataan yang merupakan dimensi faktor minat nasabah tabungan *mudharabah* adalah reliabel. Karena mengacu pada kriteria pengujian, maka variabel minat nasabah tabungan *mudharabah* dikategorikan reliabel sebab memiliki *Cronbach's Alpha* 0,61 sampai dengan 0,80. Jadi dapat disimpulkan bahwa responden memiliki konsistensi dalam menjawab konstruk-konstruk pernyataan yang merupakan dimensi variabel minat

nasabah tabungan *mudharabah* yang disusun dalam bentuk kuesioner.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Jika ada korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu. Dasar pengambilan keputusan pada uji multikolinearitas yaitu nilai tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 maka dikatakan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.⁹⁹

Tabel 4.32
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
1 (Constant)			
Promosi	.890	1.124	Tidak terjadi multikolinearitas
Citra Perusahaan	.949	1.054	Tidak terjadi multikolinearitas
Kualitas Pelayanan	.868	1.153	Tidak terjadi multikolinearitas

a. Dependent Variable: Minat Nasabah Tabungan Mudharabah

⁹⁹ Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif...*, hlm. 139

Sumber: Pengolahan data SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.32 di atas dapat dijelaskan bahwa hasil uji multikolinearitas variabel promosi memiliki *tolerance* sebesar 0,890 dan VIF sebesar 1,124. Variabel citra perusahaan memiliki *tolerance* sebesar 0,949 dan VIF sebesar 1,054. Variabel kualitas pelayanan memiliki *tolerance* sebesar 0,868 dan VIF sebesar 1,153. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data pada variabel tersebut tidak terdapat multikolinearitas karena nilai *tolerance* $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 .

3. Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda digunakan untuk melihat apakah terdapat pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen dalam skala pengukuran pada persamaan linear.¹⁰⁰ Dalam penelitian ini, variabel *independen* adalah promosi, citra perusahaan dan kualitas pelayanan. Sedangkan variabel *dependen* adalah minat nasabah tabungan *mudharabah*.

¹⁰⁰ *Ibid*, hlm. 140

Tabel 4.33
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients
		B
1	(Constant)	2.105
	Promosi	.228
	Citra Perusahaan	.203
	Kualitas Pelayanan	.465

a. Dependent Variable: Minat Nasabah Tabungan Mudharabah

Sumber: Pengolahan data SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.33 di atas dapat dijelaskan bahwa hasil analisis regresi linear berganda diperoleh yaitu variabel promosi sebesar 0,228, variabel citra perusahaan sebesar 0,203, dan variabel kualitas pelayanan sebesar 0,465. Sehingga model persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 2,105 + 0,228 X_1 + 0,203 X_2 + 0,465 X_3$$

Dari persamaan regresi di atas, maka dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta 2,105. artinya jika promosi (X_1), citra perusahaan (X_2), dan kualitas pelayanan (X_3) dalam keadaan konstan, maka minat nasabah tabungan *mudharabah* (Y) nilainya positif sebesar 2,105.

- b. Nilai koefisien regresi variabel promosi (X_1) bernilai positif, yaitu sebesar 0,228. Artinya bahwa setiap kenaikan promosi sebesar satu satuan, akan meningkatkan minat nasabah tabungan *mudharabah* sebesar 0,228 satu satuan. Dan sebaliknya, setiap penurunan satu satuan promosi, akan menurunkan minat nasabah tabungan *mudharabah* sebesar 0,228. Koefisien promosi bernilai positif, maka promosi mempunyai pengaruh positif terhadap minat nasabah tabungan *mudharabah*.
- c. Nilai koefisien regresi variabel citra perusahaan (X_2) bernilai positif, yaitu sebesar 0,203. Artinya bahwa setiap kenaikan citra perusahaan sebesar satu satuan, akan meningkatkan minat nasabah tabungan *mudharabah* sebesar 0,203 satu satuan. Dan sebaliknya, setiap penurunan satu satuan citra perusahaan, akan menurunkan minat nasabah tabungan *mudharabah* sebesar 0,203. Koefisien citra perusahaan bernilai positif, maka citra perusahaan mempunyai pengaruh positif terhadap minat nasabah tabungan *mudharabah*.
- d. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X_3) bernilai positif, yaitu sebesar 0,465. Artinya bahwa setiap kenaikan kualitas pelayanan sebesar satu satuan, akan meningkatkan minat nasabah tabungan *mudharabah* sebesar 0,465 satu satuan. Dan sebaliknya, setiap penurunan satu satuan kualitas pelayanan, akan menurunkan minat nasabah tabungan *mudharabah* sebesar 0,465.

Koefisien kualitas pelayanan bernilai positif, maka kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap minat nasabah tabungan *mudharabah*.

4. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial menunjukkan seberapa besar pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen.

Tabel 4.34
Hasil Uji Parsial (Uji T)

Coefficients ^a				
Model		T	Sig.	Keterangan
1	(Constant)	.835	.406	
	Promosi	2.853	.005	H ₁ diterima
	Citra Perusahaan	2.319	.023	H ₁ diterima
	Kualitas Pelayanan	5.438	.000	H ₁ diterima

a. Dependent Variable: Minat Nasabah Tabungan Mudharabah
Sumber: Pengolahan data SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.34 di atas dapat dijelaskan bahwa untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel *independen* secara parsial terhadap variabel *dependen* adalah sebagai berikut:

- 1) Pengaruh promosi terhadap minat nasabah tabungan *mudharabah* di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri.

Dari tabel 4.34 di atas, *coefficients* menunjukkan bahwa t_{hitung} promosi sebesar 2,853. sedangkan t_{tabel} bisa dihitung dan dilihat pada tabel *t-test* dengan $\alpha = 0,025$ ($0,05/2$), $df = 92$ didapat dari rumus ($df = n-k-1$, dimana n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel x). Sehingga dengan nilai $\alpha = 0,025$ dan $df = 92$ maka didapat nilai t_{tabel} sebesar 1,986.

Variabel promosi memiliki nilai sig. $0,005 < 0,05$ artinya promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah tabungan *mudharabah*. Sedangkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,853 > 1,986$). Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah tabungan *mudharabah*.

- 2) Pengaruh citra perusahaan terhadap minat nasabah tabungan *mudharabah* di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri.

Dari tabel 4.34 di atas, *coefficients* menunjukkan bahwa t_{hitung} citra perusahaan sebesar 2,319. sedangkan t_{tabel} bisa dihitung dan dilihat pada tabel *t-test* dengan $\alpha = 0,025$

(0,05/2), $df = 92$ didapat dari rumus ($df = n-k-1$, dimana n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel x). Sehingga dengan nilai $\alpha = 0,025$ dan $df = 92$ maka didapat nilai t_{tabel} sebesar 1,986.

Variabel citra perusahaan memiliki nilai sig. 0,023 $< 0,05$ artinya citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah tabungan *mudharabah*. Sedangkan nilai $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ($2,319 > 1,986$). Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa variabel citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah tabungan *mudharabah*.

- 3) Pengaruh promosi terhadap minat nasabah tabungan *mudharabah* di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri.

Dari tabel 4.34 di atas, *coefficients* menunjukkan bahwa t_{hitung} kualitas pelayanan sebesar 5,438. sedangkan t_{tabel} bisa dihitung dan dilihat pada tabel *t-test* dengan $\alpha = 0,025$ (0,05/2), $df = 92$ didapat dari rumus ($df = n-k-1$, dimana n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel x). Sehingga dengan nilai $\alpha = 0,025$ dan $df = 92$ maka didapat nilai t_{tabel} sebesar 1,986.

Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai sig. 0,000 $< 0,05$ artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif

dan signifikan terhadap minat nasabah tabungan *mudharabah*. Sedangkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,438 > 1,986$). Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah tabungan *mudharabah*.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan digunakan untuk menguji apakah ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama. Apabila tingkat signifikasinya dibawah 0,05 maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 4.35
Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^b

Model		F	Sig.	Keterangan
1	Regression	22.761	.000 ^a	H ₁ diterima
	Residual			
	Total			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Promosi

b. Dependent Variable: Minat Nasabah Tabungan Mudharabah

Sumber: Pengolahan data SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.35 di atas dapat dijelaskan bahwa hasil perhitungan diperoleh signifikansi sebesar 0,000. Dengan menggunakan tingkat signifikan sebesar 5%, maka nilai signifikansi F sebesar 0,000 menunjukkan lebih kecil dari 0,05

($0,000 < 0,05$) dan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($22,761 > 2,70$). Adapun nilai F_{tabel} berasal dari perhitungan dengan menggunakan rumus $df1 = k-1$ atau $4-1 = 3$ dan $df2 = n-k$ atau $96-4 = 92$. Pada form F_{tabel} dengan menggunakan taraf signifikan sebesar 5% didapat nilai F_{tabel} sebesar 2,70.

Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh antara promosi, citra perusahaan dan kualitas pelayanan terhadap minat nasabah dalam menggunakan tabungan *mudharabah* di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri dapat diterima.

5. Uji Koefisien Determinasi

Nilai koefisien determinasi merupakan besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel tidak bebas. Semakin tinggi koefisien determinasi, maka semakin tinggi kemampuan variabel bebas (*dependen*) dalam menjelaskan variasi perubahan pada variabel tidak bebas (*independen*). Nilai koefisien determinasi berkisar antara nol sampai dengan satu.

Dari perhitungan aplikasi SPSS 16.0 didapat nilai koefisien determinasi sebagai berikut:

Tabel 4.36
Hasil Koefisien (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square
1	.653 ^a	.426

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Promosi

b. Dependent Variable: Minat Nasabah Tabungan Mudharabah

Sumber: Pengolahan data SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.36 di atas dapat dijelaskan bahwa nilai *R Square* adalah 0,426 atau 42,6%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel-variabel *independen* yaitu promosi, citra perusahaan dan kualitas pelayanan mampu mempengaruhi variabel *dependen* yaitu minat nasabah tabungan *mudharabah* sebesar 42,6%. Sedangkan sisanya ($100\% - 42,6\% = 57,4\%$) dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Hasil tersebut memberikan makna bahwa masih terdapat variabel independen lain yang mempengaruhi minat nasabah tabungan *mudharabah*. Jadi dapat disimpulkan bahwa pengaruh promosi, citra perusahaan dan kualitas pelayanan mampu mempengaruhi minat nasabah tabungan *mudharabah* sebesar 40,7% dan variabel lain sebesar 59,3%.

6. Uji Asumsi Klasik Residual

a. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah uji untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah dimana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap.¹⁰¹ Uji glejser adalah salah satu cara untuk mendeteksi ada tidaknya gejala heteroskedastisitas dalam model regresi. Prinsip kerja uji heteroskedastisitas menggunakan uji glejser ini adalah dengan cara melakukan regresi variabel independen terhadap nilai absolute residual atau Abs_RES.

Tabel 4.37
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a		
Model	Sig.	Keterangan
1 (Constant)	.585	
Promosi	.298	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Citra Perusahaan	.326	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Kualitas Pelayanan	.695	Tidak terjadi heteroskedastisitas

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Pengolahan data SPSS 16, 2021

¹⁰¹ Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif...*, hlm. 137

Berdasarkan tabel 4.37 di atas dapat dijelaskan bahwa nilai signifikan dari masing-masing variabel adalah sebesar 0,298 untuk variabel promosi, 0,326 untuk variabel citra perusahaan dan 0,695 untuk variabel kualitas pelayanan. Dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa model persamaan regresi tidak mengalami heteroskedastisitas. Hal ini dikarenakan nilai Sig. dari masing-masing variabel lebih besar dari 0,05.

b. Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah korelasi antara anggota penelitian yang disusun menurut waktu atau tempat. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi autokorelasi.

Tabel 4.38
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	Durbin-Watson
1	2.020

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Promosi

b. Dependent Variable: Minat Nasabah Tabungan Mudharabah

Berdasarkan tabel 4.38 di atas, dapat dijelaskan bahwa nilai Durbin Watson sebesar 2,020. Dengan taraf signifikansi 5% diketahui nilai dU yaitu sebesar 1,7326 dan nilai (4-dU) adalah 2,2674. Hasil uji autokorelasi menunjukkan nilai Durbin Watson

2,020 terletak diantara dU dan $(4-dU)$ sehingga dapat ditarik kesimpulan tidak terdapat autokorelasi.

c. Uji Normalitas Data

Uji normalitas itu berfungsi untuk melihat bahwa data sampel yang digunakan itu mendekati distribusi normal. Uji normalitas dapat dilakukan dengan uji *Kolmogorov Smirnov*.

Tabel 4.39
Hasil Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
N	96
Asymp. Sig. (2-tailed)	.595
a. Test distribution is Normal.	

Sumber: Pengolahan data SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.39 di atas dapat dijelaskan bahwa dengan menggunakan metode *Kolmogorov Smirnov*, dapat dilihat dari nilai signifikansinya (*Asymp. Sig. (2-tailed)*) sebesar 0,595 lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh data dalam penelitian ini berdistribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas.