

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Bank Muamalat Indonesia KCP Tulungagung

Berdirinya Bank Muamalat Indonesia KCP Tulungagung tidak terlepas dari sejarah berdirinya BMI pertama kali di Indonesia. PT Bank Muamalat Indonesia Tbk merupakan Bank Syariah pertama yang berdiri pada 24 Rabiul Tsani 1412 H atau 1 Nopember 1991, diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Pemerintah Indonesia dan memulai kegiatan operasinya pada 27 Syawal 1412 H atau 1 Mei 1992. Dengan dukungan nyata dari eksponen Ikatan Cendekiawan Muslim se Indonesia (ICMI) dan beberapa pengusaha muslim yang kemudian mendapat dukungan dari Pemerintah Republik Indonesia, sehingga pada 1 Mei 1992 atau 27 Syawal 1412 H, Bank Muamalat Indonesia secara resmi beroperasi sebagai bank yang menjalankan usahanya berdasarkan prinsip syariah pertama di Indonesia. Dua tahun setelahnya, tepatnya pada 27 Oktober 1994, BMI memperoleh izin sebagai Bank Devisa setelah setahun sebelumnya terdaftar sebagai perusahaan publik yang tidak listing di Bursa Efek Indonesia (BEI).¹³¹

Bank Muamalat Indonesia terus berinovasi dan mengeluarkan produk-produk keuangan Syariah seperti asuransi syariah (takaful), dana pensiun Lembaga keuangan muamalat (DPLK Muamalat) dan *multifinance*

¹³¹ Profil PT. Bank Muamalat Indonesia, diakses dari <https://www.bankmuamalat.co.id> pada hari Senin 4 Oktober 2021 Pukul 19.48 WIB

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*.

Pada tanggal 27 Oktober 1994, hanya dua tahun setelah didirikan Bank Muamalat berhasil menyanggah predikat sebagai Bank Devisa. Pengakuan ini semakin memperkuat posisi Perseroan sebagai Bank Syari'ah pertama dan terkemuka di Indonesia dengan beragam jasa maupun produk yang harus dikembangkan. Pada akhir tahun 90an, Indonesia dilanda krisis moneter yang memporak porandakan sebagian besar perekonomian Asia Tenggara. Sektor Perbankan nasional tergulung oleh kredit macet di segmen korporasi. Bank Muamalat pun terimbas dampak krisis, di Tahun 1998.

BMI saat ini juga merupakan satu-satunya bank syari'ah yang telah membuka cabang luar negeri yaitu di Kuala Lumpur dan Malaysia. Untuk meningkatkan aksesibilitas nasabah di Malaysia, kerjasama dijalankan dengan jaringan Malaysia Electronic Payment System (MEPS). Sebagai Bank Pertama Murni Syari'ah, Bank Muamalat berkomitmen untuk menghadirkan layanan perbankan yang tidak hanya comply terhadap

syari'ah, namun juga kompetitif dan aksesibel bagi masyarakat hingga pelosok dunia.

BMI melakukan rebranding pada logo Bank untuk semakin meningkatkan awarness terhadap image sebagai Bank Syariah Islami, Modern dan Profesional. Bank pun terus merealisasikan berbagai pencapaian serta prestasi yang diakui, baik secara nasional maupun internasional. Kini, dalam memberikan layanan terbaiknya, BMI beroperasi bersama beberapa entitas anaknya 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).

Bank Muamalat Indonesia tidak pernah berhenti untuk berkembang dan 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*".¹³²

Dalam rangka memperluas jaringan, Bank Muamalat Indonesia membuka kantor cabang di seluruh Indonesia. Salah satunya kantor cabang yang didirikan di Kota Kediri. Kediri merupakan pusat karisidenan yang terdiri dari Kabupaten Tulungagung, Nganjuk, Trenggalek, Blitar dan

¹³² *Ibid.*

Kediri. Dalam kegiatan operasionalnya, PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Kantor Cabang Kediri memiliki salah satu kantor cabang pembantu yang terletak di Kabupaten Tulungagung.

Bank Muamalat Indonesia KCP Tulungagung berdiri mulai tahun 2010 yang kegiatan operasionalnya terletak di Jl. Supriadi, Tamanan, Kec. Tulungagung sampai dengan tahun 2019. Dan pada tahun 2019 sampai dengan sekarang kegiatan operasional Bank Muamalat KCP Tulungagung terletak di Ruko Panglima Sudirman Jl. Hasanudin No. 2, Kenayan Kec. Tulungagung Kab. Tulungagung.

2. Visi dan Misi Bank Muamalat Indonesia KCP Tulungagung

Visi : "Menjadi bank syariah utama di Indonesia, dominan di pasar spiritual, dan dikagumi di pasar rasional."

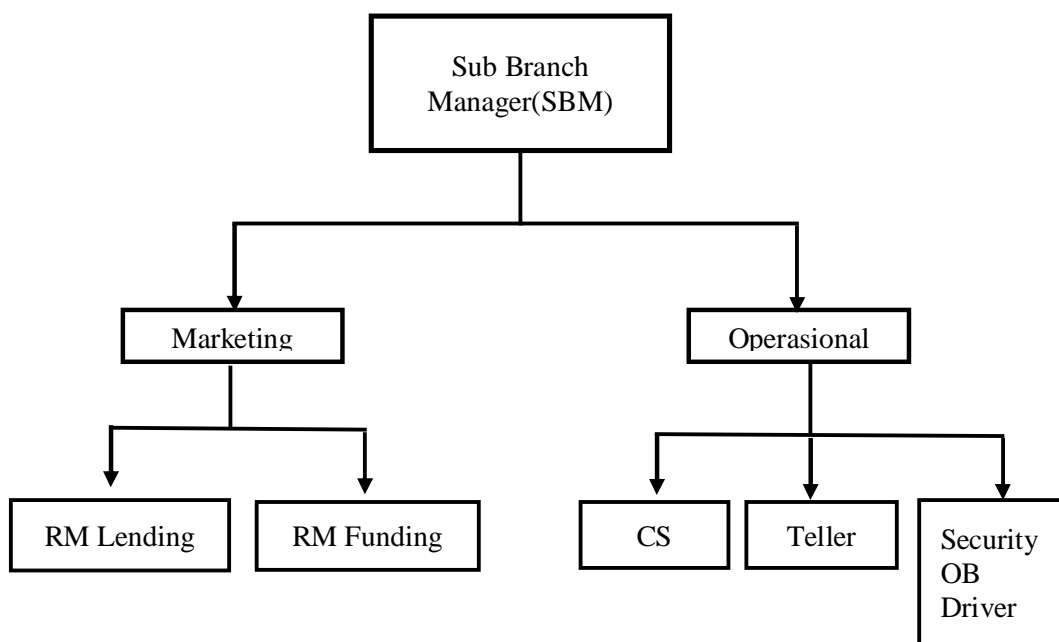
Misi : Menjadi ROLE MODEL Lembaga Keuangan Syariah dunia dengan penekanan pada semangat kewirausahaan, keunggulan manajemen dan orientasi investasi yang inovatif untuk memaksimalkan nilai bagi stakeholder.

3. Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan suatu hubungan fungsional sekaligus yang mengatur tanggung jawab dan kewenangan setiap personil di dalam melakukan tugas atau pekerjaan yang akan dikerjakan sekaligus menunjukkan ketegasan dan batas tanggung jawab masing-masing personil. Dengan demikian setiap personil memiliki tanggung jawab yang berbeda. Berdasarkan fungsi tersebut, suatu organisasi akan berjalan dengan

struktur organisasi yang telah ada, sedangkan baik buruknya tata laksana operasional bank tergantung pada struktur organisasi.

Struktur Organisasi Bank Muamalat Indonesia KCP Tulungagung



Job Description:

| No | Jabatan | Jobdes |
|----|------------------------------|---|
| 1 | Sub Brand Manager | Koordinasi kegiatan operasional |
| 2 | Customer Service | Melayani nasabah pembukaan rekening dan produk perbankan lainnya <i>Handle complain</i> terhadap permasalahan nasabah Melakukan kegiatan rutin harian (<i>salles call</i> , admin arsip) |
| 3 | Teller | Menerima dan mengeluarkan dana dari nasabah yang melakukan transaksi di Bank Muamalat Pengecekan terkait brankas uang |
| 4 | Relationship Manajer Funding | Memenuhi target KPI aktifitas perusahaan |

| | | |
|---|---------------------------|--|
| | | Complain handle untuk nasabah administrasi aktivitas terkait deposito |
| 5 | Supervisi Brand Operation | Melakukan otorisasi kegiatan operasional yang dilakukan oleh CS dan Teller |
| 6 | Security | Memastikan keamanan kantor |
| 7 | Driver | Memastikan kondisi kendaraan operasional siap digunakan |
| 8 | Office Boy | Memastikan perlengkapan perkantoran terpenuhi dan memastikan kantor dalam keadaan bersih |

B. Deskripsi Data Responden

Untuk mempermudah pengidentifikasian responden dalam penelitian ini, maka diperlukan gambaran mengenai karakteristik responden. Data responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah Jenis kelamin nasabah, umur nasabah, dan pekerjaan nasabah. Adapun gambaran karakteristik responden adalah sebagai berikut:

1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Responden yang menggunakan jasa Bank Muamalat adalah nasabah yang jenis kelamin laki-laki dan perempuan. Jumlah responden perempuan lebih banyak dibandingkan dengan jenis kelamin laki-laki

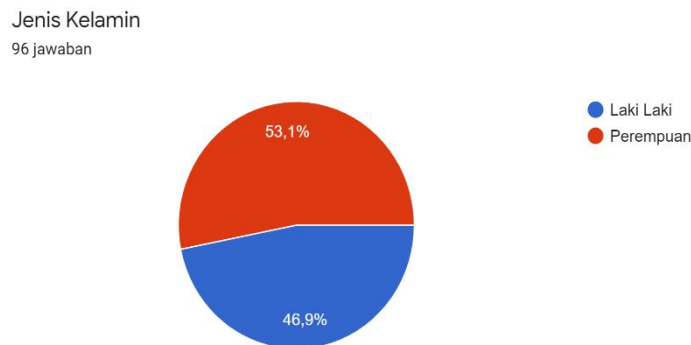
Tabel 4.1
Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

| No | Jenis Kelamin | Jumlah | Persentase |
|-------|---------------|--------|------------|
| 1 | Laki-laki | 45 | 46,9% |
| 2 | Perempuan | 51 | 53,1% |
| Total | | 96 | 100% |

Sumber: Data primer diolah, 2021

Untuk lebih jelasnya presentase frekuensi jenis kelamin divisualisasikan dalam bentuk diagram lingkaran pada gambar 4.1

Gambar 4.1



Dari tabel 4.1 dapat diketahui bahwa dari 96 responden, jumlah responden yang berjenis kelamin laki-laki adalah 45 responden atau 46,9%, sedangkan yang berjenis kelamin perempuan adalah 51 responden atau 53,1%. Data tersebut menunjukkan bahwa yang sering bertransaksi di Bank Muamalat adalah nasabah yang berjenis kelamin perempuan.

2. Karakteristik berdasarkan Umur

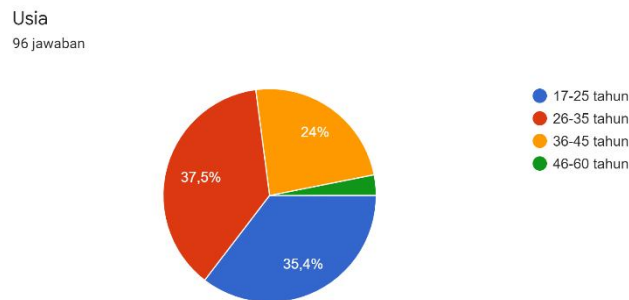
Tabel 4.2
Karakteristik responden berdasarkan usia

| No | Umur | Jumlah | Persentase |
|-------|-------|--------|------------|
| 1 | 17-25 | 34 | 35,4% |
| 2 | 26-35 | 36 | 37,5% |
| 3 | 36-45 | 23 | 24% |
| 4 | 46-60 | 3 | 3,1% |
| Total | | 96 | 100% |

Sumber: Data primer diolah, 2021

Untuk lebih jelasnya presentase frekuensi usia divisualisasikan dalam bentuk diagram lingkaran pada gambar 4.2

Gambar 4.2



Dari tabel 4.2 dapat diketahui bahwa dari 96 responden, jumlah responden yang berumur 17-25 tahun sebanyak 34 responden atau 35,4%, 26- 35 tahun sebanyak 36 responden atau 37,5%, 36-45 tahun sebanyak 23 responden atau 24%, dan 46-60 tahun sebanyak 3 responden atau 3,1%. Data tersebut menjelaskan bahwa nasabah yang sering bertransaksi dan menggunakan jasa di Bank Muamalat adalah nasabah yang berumur 26-35 tahun.

3. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

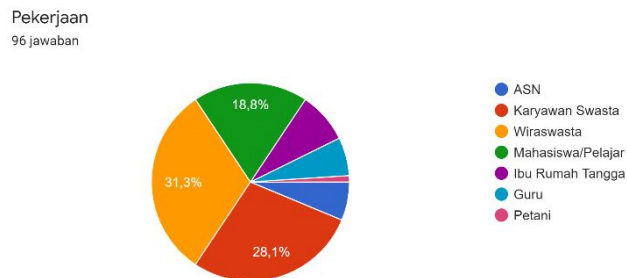
Tabel 4.3
Karakteristik berdasarkan pekerjaan

| No | Pekerjaan | Jumlah | Persentase |
|-------|-------------------|--------|------------|
| 1 | ASN | 6 | 6,3% |
| 2 | Karyawan Swasta | 27 | 28,1% |
| 3 | Wiraswasta | 30 | 31,3% |
| 4 | Mahasiswa/Pelajar | 18 | 18,8% |
| 5 | Ibu Rumah Tangga | 8 | 8,3% |
| 6 | Lainnya | 7 | 7,2% |
| Total | | 96 | 100% |

Sumber: Data primer diolah, 2021

Untuk lebih jelasnya presentase frekuensi pekerjaan divisualisasikan dalam bentuk diagram lingkaran pada gambar 4.3

Gambar 4.3



Dari tabel 4.3 dapat diketahui bahwa dari 96 responden, jumlah responden yang mempunyai pekerjaan ASN sebanyak 6 responden atau 6,3%, karyawan swasta sebanyak 27 responden atau 28,1%, wiraswasta sebanyak 30 responden atau 31,3%, mahasiswa/pelajar sebanyak 18 responden atau 18,8%, ibu rumah tangga sebanyak 8 responden atau 8,3%, dan lainnya sebanyak 7 responden atau 7,2%. Data tersebut menjelaskan bahwa nasabah yang sering bertransaksi dan menggunakan jasa di Bank Muamalat adalah nasabah yang mempunyai pekerjaan sebagai wiraswasta.

4. Karakteristik Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

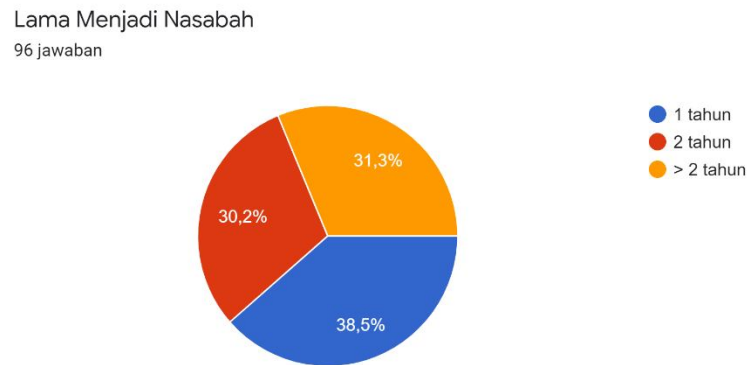
Tabel 4.4
Karakteristik berdasarkan lama menjadi nasabah

| No | Lama Menjadi Nasabah | Jumlah | Persentase |
|-------|----------------------|--------|------------|
| 1 | 1 tahun | 37 | 38,5% |
| 2 | 2 tahun | 29 | 30,2% |
| 3 | >2 tahun | 30 | 31,3% |
| Total | | 96 | 100% |

Sumber: Data primer diolah, 2021

Untuk lebih jelasnya presentase frekuensi lama menjadi nasabah divisualisasikan dalam bentuk diagram lingkaran pada gambar 4.4

Gambar 4.4



Dari tabel 4.4 dapat diketahui bahwa dari 96 responden, jumlah responden yang lama menjadi nasabah 1 tahun sebanyak 37 responden atau 38,5%, 2 tahun sebanyak 29 responden atau 30,2%, dan >2 tahun sebanyak 30 responden atau 31,3%. Data tersebut menjelaskan bahwa nasabah yang sering bertransaksi dan menggunakan jasa di Bank Muamalat adalah nasabah yang lama menjadi nasabah 1 tahun.

C. Analisis Data

Setelah terkumpul semua data yang diperoleh peneliti dari berbagai sumber, selanjutnya akan dianalisis sesuai dengan hipotesis yang sudah dikemukakan pada bab sebelumnya. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner dengan menganalisis variabel-variabel independent (kualitas pelayanan, CRM, dan citra perusahaan) terhadap variabel dependen (loyalitas nasabah). Perhitungan variabel-variabel ini

dilakukan dengan menggunakan program SPSS 26. Berikut data *statistic* berdasarkan data yang telah diolah menggunakan SPSS 26.

1. Pengujian Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan Langkah untuk mengetahui instrumen yang digunakan untuk penelitian apakah sudah benar valid atau belum. Jika nilai positif dan $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka butir item dapat dinyatakan valid, akan tetapi jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka butir item dinyatakan tidak valid.¹³³ Untuk *degree of freedom* (df) = n-2 atau (df) = 96-2 = 94, maka diperoleh nilai sebesar 0,201.

Tabel 4.5
Uji Validitas Instrumen Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

| No Item | R Hitung (<i>Pearson Correlation</i>) | R table | Keterangan |
|----------------|---|---------|------------|
| X1.1 | 0,532 | 0,201 | Valid |
| X1.2 | 0,570 | 0,201 | Valid |
| <i>S</i> X1.3 | 0,628 | 0,201 | Valid |
| X1.4 | 0,539 | 0,201 | Valid |
| <i>u</i> X1.5 | 0,569 | 0,201 | Valid |
| X1.6 | 0,653 | 0,201 | Valid |
| <i>m</i> X1.7 | 0,603 | 0,201 | Valid |
| X1.8 | 0,549 | 0,201 | Valid |
| <i>b</i> X1.9 | 0,599 | 0,201 | Valid |
| X1.10 | 0,588 | 0,201 | Valid |
| <i>e</i> X1.11 | 0,597 | 0,201 | Valid |
| X1.12 | 0,525 | 0,201 | Valid |
| <i>r</i> X1.13 | 0,546 | 0,201 | Valid |

Sumber: Pengolahan data SPSS 26, 2021

¹³³ Dwi Priyatno, *SPSS panduan mudah olah data,....* hal. 24

Berdasarkan tabel 4.5 diperoleh bahwa semua butir soal kualitas pelayanan (X1) valid karena r_{hitung} (*pearson correlation*) lebih besar dari r_{tabel} . Diperoleh dari jumlah sampel sebesar 96 responden dengan taraf signifikansi sebesar 5% dan diperoleh r_{tabel} sebesar 0,201. Jadi dapat disimpulkan bahwa semua butir item soal pada instrument kualitas pelayanan adalah **valid**.

Tabel 4.6
Uji Validitas Instrumen Variabel CRM (X2)

| No Item | R Hitung (<i>Pearson Correlation</i>) | R table | Keterangan |
|---------|--|---------|------------|
| X2.1 | 0,673 | 0,201 | Valid |
| X2.2 | 0,694 | 0,201 | Valid |
| X2.3 | 0,689 | 0,201 | Valid |
| X2.4 | 0,657 | 0,201 | Valid |
| X2.5 | 0,719 | 0,201 | Valid |
| X2.6 | 0,675 | 0,201 | Valid |
| X2.7 | 0,707 | 0,201 | Valid |
| X2.8 | 0,643 | 0,201 | Valid |
| X2.9 | 0,725 | 0,201 | Valid |
| X2.10 | 0,650 | 0,201 | Valid |
| X2.11 | 0,736 | 0,201 | Valid |

Sumber: Pengolahan data SPSS 26, 2021

Berdasarkan tabel 4.6 diperoleh bahwa semua butir soal *customer relationship management* (X2) valid karena r_{hitung} (*pearson correlation*) lebih besar dari r_{tabel} . Diperoleh dari jumlah sampel sebesar 96 responden dengan taraf signifikansi sebesar 5% dan diperoleh r_{tabel} sebesar 0,201. Jadi dapat disimpulkan bahwa semua butir item soal pada instrument *customer relationship management* adalah **valid**

Tabel 4.7
Uji Validitas Instrumen Variabel Citra Perusahaan (X3)

| No Item | R Hitung (<i>Pearson Correlation</i>) | R tabel | Keterangan |
|---------|--|---------|------------|
| X3.1 | 0,597 | 0,201 | Valid |
| X3.2 | 0,537 | 0,201 | Valid |
| X3.3 | 0,674 | 0,201 | Valid |
| X3.4 | 0,724 | 0,201 | Valid |
| X3.5 | 0,696 | 0,201 | Valid |
| X3.6 | 0,664 | 0,201 | Valid |
| X3.7 | 0,675 | 0,201 | Valid |
| X3.8 | 0,671 | 0,201 | Valid |

Sumber: Pengolahan data SPSS 26, 2021

Berdasarkan tabel 4.7 diperoleh bahwa semua butir soal citra perusahaan (X3) valid karena r_{hitung} (*pearson correlation*) lebih besar dari r_{tabel} . Diperoleh dari jumlah sampel sebesar 96 responden dengan taraf signifikansi sebesar 5% dan diperoleh r_{tabel} sebesar 0,201. Jadi dapat disimpulkan bahwa semua butir item soal pada instrument citra perusahaan adalah **valid**

Tabel 4.8
Uji Validitas Instrumen Variabel Loyalitas Nasabah (Y)

| No Item | R Hitung (<i>Pearson Correlation</i>) | R table | Keterangan |
|---------|--|---------|------------|
| Y1 | 0,743 | 0,201 | Valid |
| Y2 | 0,771 | 0,201 | Valid |
| Y3 | 0,771 | 0,201 | Valid |
| Y4 | 0,709 | 0,201 | Valid |

Sumber: Pengolahan data SPSS 26, 2021

Berdasarkan tabel 4.8 diperoleh bahwa semua butir soal loyalitas nasabah (Y) valid karena r_{hitung} (*pearson correlation*) lebih besar dari r_{tabel} . Diperoleh dari jumlah sampel sebesar 96 responden dengan taraf signifikansi sebesar 5% dan diperoleh r_{tabel} sebesar 0,201. Jadi dapat

disimpulkan bahwa semua butir item soal pada instrument loyalitas nasabah adalah **valid**.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk melihat apakah kuesioner memiliki konsistensi jika pengukuran dilakukan dengan kuesioner tersebut dilakukan secara berulang dasar pengambilan uji reliabilitas *Cronbach alpha*. Kuesioner dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach alpha* $> 0,60$

Tabel 4.9
Uji Reliabilitas

| Variabel | Alpha Cronbach |
|-------------------------|-----------------------|
| Kualitas Pelayanan (X1) | 0,832 |
| CRM (X2) | 0,891 |
| Citra Perusahaan (X3) | 0,806 |
| Loyalitas Nasabah (Y) | 0,737 |

Sumber: Pengolahan data SPSS 26, 2021

Berdasarkan tabel 4.9, nilai Cronbach's Alpha untuk variabel kualitas pelayana (X1) sebesar 0,832; untuk variabel penerapan CRM (X2) sebesar 0,891; untuk variabel citra perusahaan (X3) sebesar 0,806; dan untuk variabel loyalitas nasabah (Y) sebesar 0,780, 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 X1,X2, X3 dan Y adalah **reliabel**.

2. Analisis Data

a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah model regresi terdapat korelasi antar variabel independent (bebas). Untuk mengetahui model regresi bebas multikolinieritas, yaitu memiliki nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) kurang dari 10 dan mempunyai angka *tolerance* lebih dari 0,1 maka model dikatakan bebas multikolinieritas. Pengujian multikolinieritas dapat dilihat pada tabel 4.10 dibawah:

Tabel 4.10
Hasil Uji Multikolinieritas

| Variabel | Tolerance | VIF |
|--------------------|------------------|------------|
| Kualitas Pelayanan | 0.366 | 2.734 |
| CRM | 0.268 | 3.737 |
| Citra Perusahaan | 0.216 | 4.632 |

Sumber: Hasil output pengolahan data SPSS 26, 2021

Berdasarkan tabel 4.10 hasil uji multikolinieritas diketahui bahwa nilai *tolerance* ketiga variabel lebih dari 0,1 dan VIF kurang dari 10. Nilai VIF kualitas pelayanan adalah 2,734 kurang dari 10 ($2,734 < 10$), variabel *customer relationship management* adalah 3,737 kurang dari 10 ($3,737 < 10$), dan variabel citra perusahaan adalah 4,632 kurang dari 10 ($4,632 < 10$). Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah multikolinieritas pada model regresi karena nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,1.

b. Regresi Linier Berganda

1) Pembentukan Model

Uji ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh secara parsial antara variabel dependen dengan variabel independent. Hasil analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel 4.11 dibawah ini:

Tabel 4.11
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

| Model | Unstandardized Coefficients |
|--------------------|-----------------------------|
| | B |
| (Constant) | 1.862 |
| Kualitas Pelayanan | .141 |
| CRM | -.058 |
| Citra Perusahaan | .305 |

Berdasarkan tabel 4.11 diperoleh persamaan regresi berikut :

$$Y = 1,862 + 0,141 X_1 + (-0,058) X_2 + 0,305 X_3 + e$$

Dengan Keterangan:

- a) Nilai konstanta positif sebesar 1,862, Jika variabel Kualitas Pelayanan, CRM, dan Citra Perusahaan dalam keadaan konstan atau tetap, maka loyalitas nasabah Bank Muamalat Tulungagung nilainya positif sebesar 1,862.
- b) Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X1) sebesar 0,141, yang berarti jika variabel independen lainnya nilainya tetap dan kualitas pelayanan (X1) mengalami kenaikan satu satuan, maka loyalitas nasabah Bank Muamalat KCP Tulungagung mengalami peningkatan sebesar 0,141. Koefisien bernilai positif maka terjadi

hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan loyalitas nasabah Bank Muamalat Tulungagung.

- c) Koefisien regresi variabel CRM (X2) sebesar -0,058, artinya jika variabel independen lainnya nilainya tetap dan CRM mengalami kenaikan satu satuan, maka loyalitas nasabah Bank Muamalat Indonesia mengalami penurunan sebesar 0,058. Koefisien bernilai negatif maka terjadi hubungan negatif antara *customer relationship management* dengan loyalitas nasabah Bank Muamalat KCP Tulungagung.
- d) Koefisien regresi variabel citra perusahaan (X3) sebesar 0,305, artinya jika variabel independen lainnya nilainya tetap dan citra perusahaan mengalami kenaikan satu satuan, maka loyalitas nasabah Bank Muamalat KCP Tulungagung mengalami peningkatan sebesar 0,305. Koefisien berniali positif maka terjadi hubungan positif antara citra perusahaan dengan loyalitas nasabah Bank Muamalat KCP Tulungagung.

2) Kebaikan Model

Pengujian koefisien determinasi merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui kemampuan variabel independent terhadap variabel dependen. Besarnya koefisien determinasi dapat dilihat pada *Adjusted R Square* . Adapun hasil uji koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada tabel 4.12:

Tabel 4.12
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

| R square | Adjusted R Square |
|----------|-------------------|
| 0.477 | 0.453 |

Sumber: Hasil output pengolahan data SPSS 26, 2021

Berdasarkan hasil uji pada tabel 4.12 nilai R^2 adalah 0,477 atau 47,7% artinya presentase sumbangan pengaruh variabel kualitas pelayanan, customer relationship management, dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat KCP Tulungagung sebesar 47,7%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini.

3) Uji F (Uji Simultan)

Signifikansi model regresi secara simultan diuji dengan melihat nilai signifikansi, dimana jika nilai signifikansi dibawah 0,05 maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Pengambilan keputusan dilakukan dengan kriteria:

- a) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat.
- b) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima H_1 ditolak, artinya tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat.

Hasil Uji F dapat dilihat pada tabel 4.13 dibawah ini:

Tabel 4.13
Hasil Uji Simultan (Uji F)

| F hitung | F tabel | Signifikansi |
|----------|---------|--------------|
| 12.385 | 2.703 | 0.000 |

Sumber: Hasil output pengolahan data SPSS 26, 2021

Dari tabel 4.13 diatas diperoleh nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang artinya hipotesis 3 teruji, yaitu kualitas pelayanan, *customer relationship management*, dan citra perusahaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat KCP Tulungagung. Sedangkan jika dilihat dari F tabel, nilai Fhitung diperoleh 12,385 dan Ftabel diperoleh 2,703 artinya $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($12,385 > 2,703$ maka H_0 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan, *customer relationship management*, dan citra perusahaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat KCP Tulungagung.

4) Uji T (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah variabel kualitas pelayanan, *customer relationship management*, dan citra perusahaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas Bnak Muamalat Indonesia KCP Tulungagung.

Penentuan hipotesis dengan kriteria pengujian dari nilai t_{hitung} dan t_{tabel} :

- a) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak
- b) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima

Kriteria pengujian, dengan taraf signifikansi 0,05

- a) Jika nilai signifikansi kurang dari sama dengan 0,05 maka H_0 ditolak H_1 diterima artinya terjadi pengaruh secara signifikan antara variabel X dengan Variabel Y.
- b) Jika signifikansi lebih dari 0,05 maka H_0 diterima H_1 ditolak artinya tidak ada pengaruh secara signifikan antara variabel X dengan variabel Y.

Hasil Uji t dapat dilihat pada tabel 4.14 dibawah ini:

Tabel 4.14
Hasil Uji Parsial (Uji t)

| Variabel | t tabel | t hitung | Sig. |
|----------------------------------|---------|----------|-------|
| Kualitas Pelayanan | 1.986 | 2.306 | 0.386 |
| Customer Relationship Management | 1.986 | -0.860 | 0.024 |
| Citra Perusahaan | 1.986 | 2.693 | 0.009 |

Sumber: Hasil output pengolahan data SPSS 26, 2021

Keterangan:

- a) Nilai koefisien dari variabel kualitas pelayanan (X_1) adalah 0,141 dengan nilai signifikansi 0,024. Dimana signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,024 < 0,05$) dan nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ $2,306 \geq 1,986$, maka H_0 ditolak H_1 diterima, yang berarti bahwa variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat KCP Tulungagung.
- b) Nilai koefisien dari variabel *customer relationship management* (X_2) adalah -0,058 dengan nilai signifikansi 0,393. Dimana signifikansi lebih besar dari 0,05 ($0,393 > 0,05$) dan nilai $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ $-0,860 \leq 1,986$ maka H_0 diterima H_1 ditolak, artinya bahwa

variabel *customer relationship management* secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat KCP Tulungagung.

- c) Nilai koefisien dari variabel citra perusahaan (X3) adalah 0,302 dengan nilai signifikansi 0,009. Dimana signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,009 < 0,05$) dan nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ $2,693 \geq 1,986$ maka H_0 ditolak H_1 diterima, artinya bahwa variabel citra perusahaan secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah Bnk Muamalat KCP Tulungagung.

5) Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas Data

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Dengan menggunakan uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* dengan pengambilan keputusan jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka nilai residual berdistribusi normal.

Hasil Uji Normalitas dapat dilihat pada tabel 4.15 dibawah ini:

Tabel 4.15
Hasil Uji Normalitas

| <i>Asymp.sig 2-tailed</i> | Taraf signifikansi |
|---------------------------|--------------------|
| 0.182 | 0.05 |

Sumber: Hasil output pengolahan data SPSS 26, 2021

Berdasarkan tabel 4.15 hasil uji normalitas dengan *one-sample kolmogoro-smirnov* diketahui nilai signifikansi (*Asymp.sig 2-tailed*) sebesar 0,182 yang artinya lebih besar dari taraf signifikan

5% atau 0,05 ($0,182 > 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

b) Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi tidak terjadi ketidaksamaan varian dari residual pengamatan satu ke pengamatan yang lain. Dalam penelitian ini, penguji menggunakan uji *Glejser*, dimana jika nilai signifikansi dengan absolut residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heterokedastisitas. Hasil uji heterokedastisitas dapat dilihat pada tabel 4.16 berikut:

Tabel 4.16
Hasil Uji Heterokedastisitas

| Coefficients ^a | |
|---------------------------|------|
| Model | Sig. |
| (Constant) | .184 |
| Kualitas Pelayanan | .959 |
| CRM | .969 |
| Citra Perusahaan | .651 |

a. Dependent Variable: Abs_RES

Berdasarkan tabel 4.16 hasil uji heterokedastisitas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi ketiga variabel lebih dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heterokedastisitas pada model regresi.

c) Uji Autokorelasi

Tujuan dari uji autokorelasi adalah untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu

dengan variabel sebelumnya. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi masalah autokorelasi dengan menggunakan metode Durbin Watson dengan ketentuan $DU < DW < 4-DU$ artinya, tidak terjadi autokorelasi, $DW < DL$ atau $DW > 4-DL$ artinya, terjadi autokorelasi, dan $DL > DW < DU$ atau $4-DU < DW < 4-DL$ artinya, tidak ada kepastian

Hasil uji autokorelasi dapat dilihat pada tabel 4.11

Tabel 4.11
Hasil Uji Autokorelasi

| Model | Durbin-Watson |
|-------|---------------|
| 1 | 1,792 |

Berdasarkan output pada tabel 4.11, dapat diketahui bahwa nilai Durbin Watson sebesar 1,792. Jika dilihat dari tabel DW dengan jumlah $k=3$ dan jumlah sampel 96, maka dapat diketahui nilai DL sebesar 1,6039 dan nilai DU sebesar 1,7326 sehingga nilai $4-DU$ sebesar 2,2674. Maka nilai DW terletak antara $DU < DW < 4-DU$ ($1,7326 < 1,792 < 2,2674$), yang berarti tidak terjadi autokorelasi.

D. Deskripsi Variabel Penelitian

Kuesioner yang telah disebarakan peneliti kepada responden terdiri dari 36 soal dan 4 variabel yaitu:

1. 13 soal untuk variabel kualitas pelayanan (X1)
2. 11 soal untuk variabel *customer relationship management* (X2)

3. 8 soal untuk variabel citra perusahaan (X3)
4. 4 soal untuk loyalitas nasabah (Y)