

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Sejarah Bank Syariah Indonesia

Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, memilikipotensi untuk menjadi yang terdepan dalam industri keuangan syariaah. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap halal matter serta dukungn stake holder yang kuat, merupakan faktor penting dalam pengembangan ekosistem industri halal di Indonesia. Termasuk di dalamnya adalah Bank Syariah.

PT Bank Syariah Indonesia Tbk (selanjutnya disebut BSI) resmi beroperasi pada 1 Februari 2021. BSI merupakan bank syariah terbesar di Indonesia hasil penggabungan (merger) tiga bank syariah dari Himpunan Bank Milik Negara (Himbara), yaitu: PT Bank BRI Syariah (BRIS), PT Bank Syariah Mandiri (BSM), dan PT Bank BNI Syariah (BNIS). Terobosan kebijakan pemerintah untuk melakukan merger tiga bank syariah ini diharapkan dapat memberikanpilihan lembaga keuangan baru bagi masyarakat sekaligus mampu mendorong perekonomian nasional.

Sebelumnya, Kementerian Badan Usaha Milik Negara (BUMN) pada tanggal 12 Oktober 2020 mengumumkan secara resmi bahwa telah dimulai proses *merger* tiga bank umum syariah anak usaha bank BUMN dan ditargetkan selesai pada bulan Februari 2021. Beberapa pertimbangan yang mendorong proses merger disampaikan Menteri BUMN Erick Thohir, antara lain pemerintah melihat bahwa penetrasi perbankan syariah di Indonesia sangat jauh ketinggalan dibandingkan dengan bank konvensional. Di samping itu, pemerintah melihat peluang bahwa merger ini bisa membuktikan sebagai negara dengan mayoritas muslim punya bank syariah kuat secara fundamental. Bahkan, Presiden Joko Widodo mempertegas lagi bahwa

pembentukan bank syariah merupakan salah satu upaya pemerintah untuk memperkuat industri keuangan syariah di Indonesia.

Salah satu visi yang diemban BSI adalah menjadi bank syariah berskala dunia, yaitu target untuk masuk dalam peringkat 10 besar bank syariah dunia dengan nilai kapitalisasi besar pada 2025. Pencapaian target tersebut menjadi tantangan yang besar karena Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat total aset perbankan syariah, mencakup bank umum syariah (BUS) dan unit usaha syariah (UUS) per November 2020 hanya 3,97% dari total aset bank umum. Selain itu, nilai pembiayaan Syariah BUS dan UUS baru 2,49% dari total pembiayaan bank umum. Tingkat inklusi keuangan syariah pada 2019 pun turun 200 bps dari semula 11,1% pada 2016 menjadi tinggal 9,10%. Sebaliknya, tingkat inklusi keuangan perbankan konvensional justru meningkat dari 65,6% pada 2016 menjadi 75,28% pada 2019.

Tujuan penggabungan bank syariah yaitu untuk mendorong bank syariah lebih besar sehingga dapat masuk ke pasar global dan menjadi katalis pertumbuhan ekonomi syariah di Indonesia. Selain itu, *merger* bank syariah dinilai dapat lebih efisien dalam penggalangan dana, operasional, dan belanja. Melalui *merger* bank syariah ini diharapkan perbankan syariah terus tumbuh dan menjadi energi baru untuk ekonomi nasional dan akan menjadi bank BUMN yang sejajar dengan bank BUMN lainnya sehingga bermanfaat dari sisi kebijakan dan transformasi bank.

Tercatat per Desember 2020 aset BSI sudah mencapai Rp239,56 triliun. Aset sebesar itu menempatkan BSI sebagai bank terbesar ke-7 di Indonesia dari sisi aset. Aset bank berkode saham BRIS itu berada di bawah PT Bank CIMB Niaga Tbk (Rp281,7 triliun) dan di atas PT Bank Panin Tbk (Rp216,59 triliun) per September 2020. Aset yang sangat besar ini dapat mengungkit kemampuan lebih besar dalam mendukung pembiayaan ekonomi. Di samping itu, diharapkan dapat menjadi akselerator bagi pengembangan ekonomi syariah di Indonesia.

Setelah BSI diresmikan operasionalnya oleh Presiden Joko Widodo, harga saham BRIS pada sesi perdagangan kemarin ditutup menguat 14,8% ke

level Rp2.800 per unit dan membentuk kapitalisasi pasar bank tersebut sebesar Rp27,4 triliun. Kapitalisasi BRIS merupakan yang tertinggi di kelompok bank syariah. Sejak pembukaan perdagangan saham tahun ini, saham BRIS sudah mencatatkan kenaikan 24,4%. Hal ini menunjukkan bahwa hadirnya BSI sebagai hasil merger 3 Bank Syariah BUMN ternyata mendapat sambutan baik dari masyarakat, baik pelaku usaha maupun investor sebagaimana dicatat oleh bursa saham.

Kalangan pengusaha pun memberikan komentar yang positif terhadap BSI. Direktur PT Anugerah Mega Investama Hans Kwee optimistis bahwa eksistensi bank syariah baru tersebut akan berkontribusi positif terhadap proses penguatan ekonomi Indonesia yang tengah diterjang pandemi.

Ditegaskan bahwa BSI akan mendapat *size* yang sangat besar, baik dari sisi aset, kantor cabang, maupun sumber daya manusia yang sangat berkualitas. Banyak hal yang BSI dapat lakukan untuk pemulihan ekonomi nasional. Potensi penggalangan dana dari BSI akan lebih baik dengan saluran global yang mumpuni untuk menggalang dana murah nonkonvensional guna membiayai berbagai proyek strategis.

Direktur Eksekutif Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS) Ventje Rahardjo berharap BSI dapat menjadi penggerak utama dalam literasi pengembangan ekosistem ekonomi dan keuangan syariah Indonesia. BSI dapat berperan besar dalam meningkatkan pengembangan ekosistem halal yang sudah dirintis oleh ketiga bank syariah sebelum *merger*. Ventje juga meyakini bahwa BSI memiliki kapasitas memperkuat kapabilitas dan jangkauan pembiayaan *wholesale*, baik di dalam maupun luar negeri.

Sementara itu, Direktur Utama Bank Syariah Indonesia Hery Gunardi memastikan bahwapilar-pilar yang mendukung BSI dalam memberikan produk yang bersaing didukung dengan layanan prima, yaitu produk yang inovatif, jaringan yang luas, SDM yang kompeten, sistem TI yang andal, serta permodalan yang kuat. Berdasarkan capaian awal dan optimisme dari berbagai pihak maka kehadiran BSI menjadi sebuah harapan yang bisa

memberikan kontribusi besar dalam mendukung pembangunan ekonomi dan peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Merger ini juga diharapkan mampu meningkatkan pangsa pasar ekonomi syariah di Indonesia yang saat ini baru mencapai 9,68% dan kontribusi perbankan syariah baru sekitar 6,81%. Hal ini sangat ironis mengingat populasi muslim mencapai sekitar 229 juta jiwa dari total 270 juta penduduk Indonesia, sehingga sudah saatnya potensi ekonomi dan keuangan syariah perlu terus ditingkatkan agar tumbuh dan berkembang menjadi besar.

B. Visi Misi Bank Syariah Indonesia

Visi:

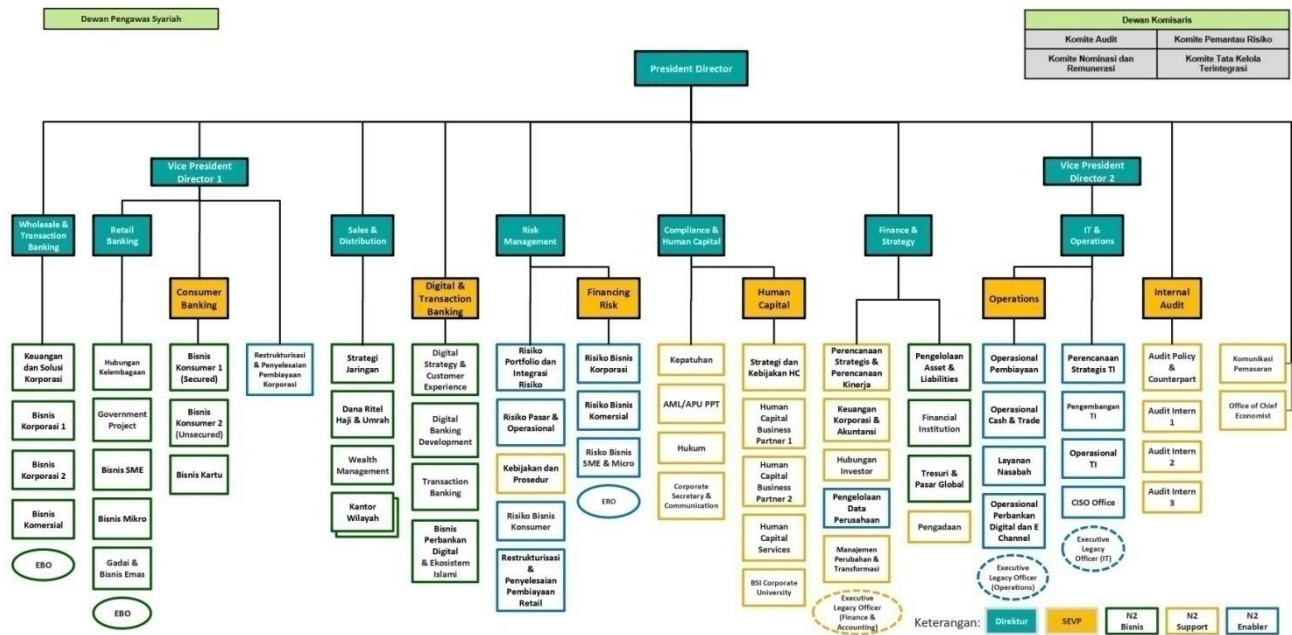
Top 10 Global Islamic Bank

Misi:

1. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia
Melayani >20 juta nasabah dan minimal top 5 bank berdasarkan asset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025
2. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham
Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB > 2)
3. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia
Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.

C. Struktur Organisasi

Gambar 4.1
Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia



Sumber: *Data Bank Syariah Indonesia*

D. Profil dan Karakteristik Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung. Adapun jumlah sampel yang ditentukan sebagai responden adalah 50 nasabah dengan teknik sampel random sampling. Setiap responden diberikan angket untuk memberikan jawaban atas pernyataan yang telah disediakan yang diukur dengan menggunakan skala likerts.

Sebelum dilakukan analisis, peneliti terlebih dahulu akan menjelaskan mengenai data-data responden yang digunakan sebagai populasi yang diambil dari nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung.

1) Jenis Kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin responden dari nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Prosentase
1	Laki-laki	13	26%
2	Perempuan	37	74%
Total		50	100%

Sumber: Tabel Identitas Responden

Berdasarkan pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa responden yang berjenis kelamin perempuan lebih besar daripada laki-laki. Hal ini dibuktikan dengan jumlah responden perempuan sebanyak 37 (Tiga Puluh Tujuh) orang atau 74%. Sedangkan laki-laki yaitu sebanyak 13 (Tiga Belas) orang atau sebesar 26%.

2) Usia Responden

Adapun data mengenai usia responden dari nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung sebagai berikut:

Tabel 4.2
Usia Responden

No	Usia Responden	Jumlah	Prosentase
1	17 – 20 Tahun	9	18%
2	21 – 30 Tahun	25	50%
3	31 – 40 Tahun	16	32%
4	>41 Tahun	-	-
Total		50	100%

Sumber: Tabel Identitas Responden

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa usia responden paling banyak adalah 21 – 30 tahun sebanyak 25 (Dua puluh lima) orang atau sebesar 50% yang menunjukkan pada rentang usia ini banyak yang menggunakan produk Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung. Sedangkan untuk usia mulai dibawah 20 tahun atau mulai usia 17 tahun yaitu sebanyak 9 (Sembilan) orang atau sebanyak 18%. Dan untuk usia 31

– 40 tahun yang menggunakan produk Bank Syariah KCP Tulungagung sebanyak 16 (Enam Belas) orang atau sebesar 32%

3) LamaMenjadi Nasabah

Adapun data mengenai lama menggunakan produk responden dari nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung sebagai berikut:

Tabel 4.3

Lama Menggunakan Produk Responden

No	Lama Menggunakan Produk Responden	Jumlah	Prosentase
1	< 6 Bulan	19	38%
2	6 – 12 Bulan	15	30%
3	1 – 3 Tahun	11	22%
4	> 3 Tahun	5	10%
Total		50	100%

Sumber: Tabel Identitas Responden

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa pengguna produk Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung paling banyak yaitu pada kurang dari 6 bulan yaitu sebanyak 19 (Sembilan Belas) nasabah atau sebesar 38%. Kemudian pada bulan ke 6 – 12 bulan dengan persentase 30% atau sebanyak 15 (Lima Belas). 1 – 3 tahun pengguna produk sebanyak 11 (Sebelas) nasabah atau 22%, lebih dari 3 tahun sebanyak 5 (Lima) nasabah atau sebesar 10%.

E. Deskripsi Data Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari *Marketing Mix* sebagai variable bebas dan *Loyalitas Nasabah* sebagai variable terikat. Data-data tersebut diperoleh dari hasil kuesioner atau angket yang telah disebar oleh peneliti. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Indikator Promosi

Tabel 4.4
Hasil Kuesioner Pertanyaan X1.1

Item Pertanyaan	Pilihan Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
Saya mengetahui Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung dari iklan atau brosur atau Sosial Media	Sangat Setuju	5	12	24%	60
	Setuju	4	17	34%	68
	Ragu-ragu	3	4	8%	12
	Tidak Setuju	2	16	32%	32
	Sangat Tidak Setuju	1	1	2%	1
Jumlah				100%	173
Rata-rata Skor					3,46

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.4 diketahui dari 50 responden, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 12 responden atau 24%, sedangkan yang menyatakan setuju sebanyak 17 responden atau sebesar 34%, yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 4 responden atau sebesar 8%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 16 responden atau sebesar 32%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 2% atau 1 responden. Hal ini menunjukkan bahwa responden cenderung setuju menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung dikarenakan promosi dari iklan atau brosur atau Sosial Media.

Tabel 4.5
Hasil Kuesioner Pertanyaan X1.2

Item Pertanyaan	Pilihan Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
Saya tertarik menggunakan produk Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung karena adanya kesan baik yang diberitakan oleh media	Sangat Setuju	5	12	24%	60
	Setuju	4	23	46%	92
	Ragu-ragu	3	11	22%	33
	Tidak Setuju	2	4	8%	8
	Sangat Tidak Setuju	1	-	0%	0
Jumlah				100%	193
Rata-rata Skor					3,86

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.5 diketahui dari 50 responden, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 12 responden atau 24%, sedangkan yang menyatakan setuju sebanyak 23 responden atau sebesar 46%, yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 11 responden atau sebesar 22%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 4 responden atau sebesar 8%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0%. Hal ini menunjukkan bahwa responden cenderung setuju menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung dikarenakan adanya kesan baik yang diberitakan oleh media.

Tabel 4.6
Hasil Kuesioner Pertanyaan X1.3

Item Pertanyaan	Pilihan Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
Saya memilih produk Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung karena adanya kupon/hadiah langsung	Sangat Setuju	5	2	4%	10
	Setuju	4	14	28%	56
	Ragu-ragu	3	20	40%	60
	Tidak Setuju	2	12	24%	24
	Sangat Tidak Setuju	1	2	4%	2
Jumlah				100%	152
Rata-rata Skor					3,04

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.6 diketahui dari 50 responden, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 2 responden atau 4%, sedangkan yang menyatakan setuju sebanyak 14 responden atau sebesar 28%, yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 20 responden atau sebesar 40%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 12 responden atau sebesar 24%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 4% atau 2 responden. Hal ini menunjukkan bahwa responden cenderung ragu-ragu menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung dikarenakan adanya kupon/hadiah langsung.

Tabel 4.7
Hasil Kuesioner Pertanyaan X1.4

Item Pertanyaan	Pilihan Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
Saya tertarik produk Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung karena pubilitas yang dilakukan oleh bank melalui kegiatan pameran, event, serta kegiatan lain yang dilakukan bank	Sangat Setuju	5	6	12%	30
	Setuju	4	22	44%	88
	Ragu-ragu	3	14	28%	42
	Tidak Setuju	2	7	14%	14
	Sangat Tidak Setuju	1	1	2%	1
Jumlah				100%	175
Rata-rata Skor					3,5

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.7 diketahui dari 50 responden, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 6 responden atau 12%, sedangkan yang menyatakan setuju sebanyak 22 responden atau sebesar 44%, yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 14 responden atau sebesar 28%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 7 responden atau sebesar 14%, dan yan menyatakan sangat tidak setuju sebesar 2% atau 1 responden. Hal ini menunjukkan bahwa responden cenderung setuju menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung dikarenakan pubilitas yang dilakukan oleh bank melalui kegiatan pameran, event, serta kegiatan lain yang dilakukan bank.

Tabel 4.8
Hasil Kuesioner Pertanyaan X1.5

Item Pertanyaan	Pilihan Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
Saya memilih produk Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung karena mendapatkan informasi dari keluarga, kerabat terdekat, sahabat/teman, tetangga, atau lainnya	Sangat Setuju	5	16	32%	80
	Setuju	4	24	48%	96
	Ragu-ragu	3	9	18%	27
	Tidak Setuju	2	1	2%	2
	Sangat Tidak Setuju	1	-	0%	0
Jumlah				100%	205
Rata-rata Skor					4,1

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.8 diketahui dari 50 responden, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 6 responden atau 16%, sedangkan yang menyatakan setuju sebanyak 24 responden atau sebesar 48%, yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 9 responden atau sebesar 18%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 responden atau sebesar 2%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0%. Hal ini menunjukkan bahwa responden cenderung setuju menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung dikarenakan mendapatkan informasi dari keluarga, kerabat terdekat, sahabat/teman, tetangga, atau lainnya.

2. Indikator Produk

Tabel 4.9

Hasil Kuesioner Pertanyaan X2.1

Item Pertanyaan	Pilihan Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung memiliki fasilitas E-Banking, Mobile Banking, dan SMS Banking	Sangat Setuju	5	13	26%	65
	Setuju	4	25	50%	100
	Ragu-ragu	3	10	20%	30
	Tidak Setuju	2	2	4%	4
	Sangat Tidak Setuju	1	-	0%	-
Jumlah				100%	199
Rata-rata Skor					3,98

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.9 diketahui dari 50 responden, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 13 responden atau 26%, sedangkan yang menyatakan setuju sebanyak 25 responden atau sebesar 50%, yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 10 responden atau sebesar 20%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 2 responden atau sebesar 4%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0%. Hal ini menunjukkan bahwa responden cenderung setuju terhadap Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung memiliki fasilitas E- Banking, Mobile Banking, dan SMS Banking.

Tabel 4.10
Hasil Kuesioner Pertanyaan X2.2

Item Pertanyaan	Pilihan Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
Produk di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung sesuai dengan ketentuan syariah	Sangat Setuju	5	11	22%	55
	Setuju	4	32	64%	128
	Ragu-ragu	3	7	14%	21
	Tidak Setuju	2	-	0%	-
	Sangat Tidak Setuju	1	-	0%	-
Jumlah				100%	204
Rata-rata Skor					4,08

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.10 diketahui dari 50 responden, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 11 responden atau 22%, sedangkan yang menyatakan setuju sebanyak 32 responden atau sebesar 64%, yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 7 responden atau sebesar 14%, yang menyatakan tidak setuju tidak ada responden yang memilih, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0%. Hal ini menunjukkan bahwa responden cenderung setuju terhadap Produk di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung sesuai dengan ketentuan syariah.

Tabel 4.11
Hasil Kuesioner Pertanyaan X2.3

Item Pertanyaan	Pilihan Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
Produk yang ditawarkan di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung sesuai dengan kebutuhan nasabah.	Sangat Setuju	5	3	6%	15
	Setuju	4	28	56%	112
	Ragu-ragu	3	19	38%	57
	Tidak Setuju	2	-	0%	-
	Sangat Tidak Setuju	1	-	0%	-
Jumlah				100%	184
Rata-rata Skor					3,68

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.11 diketahui dari 50 responden, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 3 responden atau 6%, sedangkan yang menyatakan setuju sebanyak 28 responden atau sebesar 56%, yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 19 responden atau sebesar 38%, yang menyatakan tidak setuju tidak ada responden yang memilih, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0%. Hal ini menunjukkan bahwa responden cenderung setuju terhadap Produk yang ditawarkan di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung sesuai dengan kebutuhan nasabah.

Tabel 4.12
Hasil Kuesioner Pertanyaan X2.4

Item Pertanyaan	Pilihan Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
Produk yang ditawarkan di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung dapat mendorong nasabah untuk menggunakan produk yang ditawarkan	Sangat Setuju	5	3	6%	15
	Setuju	4	22	44%	88
	Ragu-ragu	3	21	42%	63
	Tidak Setuju	2	4	8%	8
	Sangat Tidak Setuju	1	-	0%	-
Jumlah				100%	174
Rata-rata Skor					3,48

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.12 diketahui dari 50 responden, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 3 responden atau 6%, sedangkan yang menyatakan setuju sebanyak 22 responden atau sebesar 44%, yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 21 responden atau sebesar 42%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 4 responden atau 8%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0%. Hal ini menunjukkan bahwa responden cenderung setuju terhadap Produk yang ditawarkan di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung dapat mendorong nasabah untuk menggunakan produk yang ditawarkan.

Tabel 4.13
Hasil Kuesioner Pertanyaan X2.5

Item Pertanyaan	Pilihan Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
Dalam memberikan informasi tentang produk secara tepat, lengkap, dan tanggap (Resiko / keunggulan / biaya / dll)	Sangat Setuju	5	8	16%	40
	Setuju	4	35	70%	140
	Ragu-ragu	3	7	14%	21
	Tidak Setuju	2	-	0%	-
	Sangat Tidak Setuju	1	-	0%	-
Jumlah				100%	201
Rata-rata Skor					4,02

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.13 diketahui dari 50 responden, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 8 responden atau 16%, sedangkan yang menyatakan setuju sebanyak 35 responden atau sebesar 70%, yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 7 responden atau sebesar 14%, yang menyatakan tidak setuju tidak ada responden yang memilih, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0%. Hal ini menunjukkan bahwa responden cenderung setuju terhadap dalam memberikan informasi tentang produk secara tepat, lengkap, dan tanggap (Resiko / keunggulan / biaya / dll).

Tabel 4.14
Hasil Kuesioner Pertanyaan X2.6

Item Pertanyaan	Pilihan Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
Mudah, aman, dan cepat dalam melakukan transaksi baik melalui teller maupun M-Banking	Sangat Setuju	5	9	18%	45
	Setuju	4	34	68%	136
	Ragu-ragu	3	7	14%	21
	Tidak Setuju	2	-	0%	-
	Sangat Tidak Setuju	1	-	0%	-
Jumlah				100%	202
Rata-rata Skor					4,04

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.14 diketahui dari 50 responden, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 9 responden atau 18%, sedangkan yang menyatakan setuju sebanyak 34 responden atau sebesar 68%, yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 7 responden atau sebesar 14%, yang menyatakan tidak setuju tidak ada responden yang memilih, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0%. Hal ini menunjukkan bahwa responden cenderung setujuterhadap mudah, aman, dan cepat dalam melakukan transaksi baik melalui teller maupun M-Banking.

3. Indikator Harga

Tabel 4.15

Hasil Kuesioner Pertanyaan X3.1

Item Pertanyaan	Pilihan Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
Biaya yang dikeluarkan nasabah untuk pembukaan rekening tabungan sama dengan bank lain	Sangat Setuju	5	3	6%	15
	Setuju	4	15	30%	60
	Ragu-ragu	3	23	46%	69
	Tidak Setuju	2	9	18%	18
	Sangat Tidak Setuju	1	-	0%	-
Jumlah				100%	162
Rata-rata Skor					3,24

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.15 diketahui dari 50 responden, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 3 responden atau 6%, sedangkan yang menyatakan setuju sebanyak 15 responden atau sebesar 30%, yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 23 responden atau sebesar 46%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 9 responden yang atau 18%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0%. Hal ini menunjukkan bahwa responden cenderung ragu-ragu terhadap Biaya yang dikeluarkan nasabah untuk pembukaan rekening tabungan sama dengan bank lain.

Tabel 4.16
Hasil Kuesioner Pertanyaan X3.2

Item Pertanyaan	Pilihan Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
Biaya administrasi yang tidak membebani nasabah	Sangat Setuju	5	16	32%	80
	Setuju	4	27	54%	108
	Ragu-ragu	3	7	14%	21
	Tidak Setuju	2	-	0%	-
	Sangat Tidak Setuju	1	-	0%	-
Jumlah				100%	209
Rata-rata Skor					4,18

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.16 diketahui dari 50 responden, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 16 responden atau 32%, sedangkan yang menyatakan setuju sebanyak 27 responden atau sebesar 54%, yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 7 responden atau sebesar 14%, yang menyatakan tidak setuju tidak ada responden yang memilih, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0%. Hal ini menunjukkan bahwa responden cenderung setuju terhadap Biaya administrasi yang tidak membebani nasabah.

4. Indikator Tempat

Tabel 4.17

Hasil Kuesioner Pertanyaan X4.1

Item Pertanyaan	Pilihan Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
Penampilan gedung Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung menarik, nyaman, bersih, serta aman	Sangat Setuju	5	19	38%	95
	Setuju	4	26	52%	104
	Ragu-ragu	3	5	10%	15
	Tidak Setuju	2	-	0%	-
	Sangat Tidak Setuju	1	-	0%	-
Jumlah				100%	214
Rata-rata Skor					4,28

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.17 diketahui dari 50 responden, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 19 responden atau 38%, sedangkan yang menyatakan setuju sebanyak 26 responden atau sebesar 52%, yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 5 responden atau sebesar 10%, yang menyatakan tidak setuju tidak ada responden yang memilih, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0%. Hal ini menunjukkan bahwa responden cenderung setuju terhadap Penampilan gedung Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung menarik, nyaman, bersih, serta aman.

Tabel 4.18
Hasil Kuesioner Pertanyaan X4.2

Item Pertanyaan	Pilihan Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
Fasilitas penunjang dan sarana di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung memadai (parkir, ruang tunggu, mesin ATM, dll)	Sangat Setuju	5	15	30%	75
	Setuju	4	28	56%	112
	Ragu-ragu	3	7	14%	21
	Tidak Setuju	2	-	0%	-
	Sangat Tidak Setuju	1	-	0%	-
Jumlah				100%	208
Rata-rata Skor					4,16

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.18 diketahui dari 50 responden, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 15 responden atau 30%, sedangkan yang menyatakan setuju sebanyak 28 responden atau sebesar 56%, yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 7 responden atau sebesar 14%, yang menyatakan tidak setuju tidak ada responden yang memilih, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0%. Hal ini menunjukkan bahwa responden cenderung setuju terhadap Fasilitas penunjang dan sarana di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung memadai (parkir, ruang tunggu, mesin ATM, dll).

Tabel 4.19
Hasil Kuesioner Pertanyaan X4.3

Item Pertanyaan	Pilihan Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
Lokasi Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung strategis dan mudah dijangkau	Sangat Setuju	5	13	26%	65
	Setuju	4	29	58%	116
	Ragu-ragu	3	8	16%	24
	Tidak Setuju	2	-	0%	-
	Sangat Tidak Setuju	1	-	0%	-
Jumlah				100%	205
Rata-rata Skor					4,1

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.19 diketahui dari 50 responden, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 13 responden atau 26%, sedangkan yang menyatakan setuju sebanyak 29 responden atau sebesar 58%, yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 8 responden atau sebesar 16%, yang menyatakan tidak setuju tidak ada responden yang memilih, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0%. Hal ini menunjukkan bahwa responden cenderung setuju terhadap Lokasi Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung strategis dan mudah dijangkau.

5. Indikator Loyalitas

Tabel 4.20

Hasil Kuesioner Pertanyaan Y.1

Item Pertanyaan	Pilihan Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
Saya menggunakan produk di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung karena menurut saya adalah pilihan yang tepat	Sangat Setuju	5	15	30%	65
	Setuju	4	28	56%	112
	Ragu-ragu	3	6	12%	18
	Tidak Setuju	2	1	2%	2
	Sangat Tidak Setuju	1	-	0%	-
Jumlah				100%	197
Rata-rata Skor					3,94

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.20 diketahui dari 50 responden, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 15 responden atau 30%, sedangkan yang menyatakan setuju sebanyak 28 responden atau sebesar 56%, yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 6 responden atau sebesar 12%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 responden atau sebesar 2%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0%. Hal ini menunjukkan bahwa responden cenderung setuju terhadap loyalitas menggunakan produk di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung karena pilihan yang tepat.

Tabel 4.21
Hasil Kuesioner Pertanyaan Y.2

Item Pertanyaan	Pilihan Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
Citra Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung sangat baik sehingga saya mengerti	Sangat Setuju	5	8	16%	40
	Setuju	4	27	54%	108
	Ragu-ragu	3	14	28%	42
	Tidak Setuju	2	1	2%	2
	Sangat Tidak Setuju	1	-	0%	-
Jumlah				100%	192
Rata-rata Skor					3,84

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.21 diketahui dari 50 responden, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 8 responden atau 16%, sedangkan yang menyatakan setuju sebanyak 27 responden atau sebesar 54%, yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 14 responden atau sebesar 28%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 responden atau sebesar 2%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0%. Hal ini menunjukkan bahwa responden cenderung setuju terhadap loyalitas sebab Citra Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung sangat baik sehingga mengerti.

Tabel 4.22
Hasil Kuesioner Pertanyaan Y.3

Item Pertanyaan	Pilihan Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
Saya merekomendasikan menggunakan produk di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung kepada keluarga, tetangga, teman, dan lain-lainnya	Sangat Setuju	5	7	14%	35
	Setuju	4	20	40%	80
	Ragu-ragu	3	16	32%	48
	Tidak Setuju	2	7	14%	14
	Sangat Tidak Setuju	1	-	0%	-
Jumlah				100%	177
Rata-rata Skor					3,54

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.22 diketahui dari 50 responden, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 7 responden atau 14%, sedangkan yang menyatakan setuju sebanyak 20 responden atau sebesar 40%, yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 16 responden atau sebesar 32%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 7 responden atau sebesar 14%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0%. Hal ini menunjukkan bahwa responden cenderung setuju terhadap loyalitas dengan merekomendasikan menggunakan produk di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung kepada keluarga, tetangga, teman, dan lain-lainnya.

Tabel 4.23
Hasil Kuesioner Pertanyaan Y.4

Item Pertanyaan	Pilihan Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
Saya merasa puas menggunakan produk di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung karena sesuai dengan yang saya harapkan	Sangat Setuju	5	13	26%	65
	Setuju	4	35	70%	140
	Ragu-ragu	3	2	4%	6
	Tidak Setuju	2	-	0%	-
	Sangat Tidak Setuju	1	-	0%	-
Jumlah				100%	211
Rata-rata Skor					4,22

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.23 diketahui dari 50 responden, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 13 responden atau 26%, sedangkan yang menyatakan setuju sebanyak 35 responden atau sebesar 70%, yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 2 responden atau sebesar 4%, yang menyatakan tidak setuju tidak ada responden yang memilih, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0%. Hal ini menunjukkan bahwa responden cenderung setuju loyalitas dengan merasa puas menggunakan produk di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung karena sesuai dengan yang saya harapkan.

F. Uji Instrument

1. Uji Validitas

Tabel 4.24
Hasil Uji Validitas

Variabel	Butir Pertanyaan	Pearson Correlation	Keterangan
Promosi (Promotion)	Pertanyaan 1	,447	Valid
	Pertanyaan 2	,561	Valid
	Pertanyaan 3	,519	Valid
	Pertanyaan 4	,292	Valid
	Pertanyaan 5	,346	Valid
Produk (Product)	Pertanyaan 6	,581	Valid
	Pertanyaan 7	,422	Valid
	Pertanyaan 8	,329	Valid
	Pertanyaan 9	,428	Valid
	Pertanyaan 10	,518	Valid
	Pertanyaan 11	,322	Valid
Harga (Price)	Pertanyaan 12	,396	Valid
	Pertanyaan 13	,562	Valid
Tempat (Place)	Pertanyaan 14	,342	Valid
	Pertanyaan 15	,274	Valid
	Pertanyaan 16	,357	Valid
Loyalitas	Pertanyaan 17	,358	Valid
	Pertanyaan 18	,284	Valid
	Pertanyaan 19	,398	Valid
	Pertanyaan 20	,464	Valid

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2022

Berdasarkan pada tabel diatas diketahui bahwa seluruh butir pertanyaan dari variabel Promosi (X1), Produk (X2), Harga (X3),

Tempat (X4) dan Loyalitas Nasabah (Y) adalah valid. Hal ini diketahui karena r hitung pada *Pearson Correlation* lebih besar daripada r tabel yaitu 0,2787.

2. Uji Reliabilitas

Pada prinsipnya uji reliabilitas digunakan untuk menguji data yang kita peroleh sebagai misal hasil dari kuesioner yang kita bagikan. Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Teknik yang digunakan dalam pengukuran reliabilitas ini adalah teknik *cronbach alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0,6.

Hasil uji reliabilitas yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.25
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach'h Alpha	Keterangan
Promosi	0,719	Realibel
Produk	0,714	Realibel
Harga	0,712	Realibel
Tempat	0,723	Realibel
Loyalitas	0,721	Realibel

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.25 di atas, diketahui bahwa nilai cronbach's alpha lebih besar dari 0,6. Maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut reliabel untuk pengukuran dan penelitian selanjutnya.

G. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dalam penelitian dilakukan bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini variabel independennya adalah Promosi (X1),

Produk (X2), Harga (X3), dan Tempat (X4) sedangkan variabel dependennya adalah Loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung (Y). Adapun hasil uji regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

Tabel 4.26
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,176	3,213		1,611	,114
	Promosi	-,054	,110	-,080	-,491	,626
	Produk	,347	,151	,393	2,302	,026
	Harga	-,079	,233	-,053	-,338	,737
	Tempat	,323	,172	,255	1,881	,067

a. Dependent Variable: Loyalitas

Sumber: Output SPSS 23.0, 2022

Berdasarkan hasil di atas tabel 4.26, maka dapat dikembangkan sebuah model persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

$$Y = 5,176 + (-0,054X_1) + 0,347X_2 + (-0,079X_3) + 0,323X_4$$

Berdasarkan pada persamaan diatas, maka dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Konstanta sebesar 5,176 menyatakan bahwa variabel Promosi(X1), Produk(X2), Harga (X3), dan Tempat (X4) dalam keadaan konstan (tetap) maka Loyalitas Nasabah sebesar 5,176.
- 2) Nilai koefisien regresi variabel Promosi (X1) sebesar -0,054 menunjukkan bahwa setiap penurunan satu satuan promosi akan menurunkan loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung sebesar -0,054. Karena koefisien promosi bernilai negatif, maka promosi mempunyai pengaruh negatif terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung.
- 3) Nilai koefisien regresi variabel Produk (X2) sebesar 0,347 menyatakan bahwa setiap kenaikan satu satuan variabel produk (semakin tinggi kualitas produk yang dilakukan bank syariah) maka akan meningkatkan variabel Y (loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung) sebesar 0,347.

- 4) Nilai koefisien regresi variabel Harga (X3) sebesar -0,079 menunjukkan bahwa setiap penurunan satu satuan harga akan menurunkan loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung sebesar -0,079. Karena koefisien promosi bernilai negatif, maka harga mempunyai pengaruh negatif terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung.
- 5) Nilai koefisien regresi variabel Tempat (X4) sebesar 0,323 menyatakan bahwa setiap kenaikan satu satuan variabel temooat (semakin tinggi kualitas tempat yang dilakukan bank syariah) maka akan meningkatkan variabel Y (loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung) sebesar 0,323.
- 6) Tanda positif (+) menandakan arah hubungan yang searah. Sedangkan tanda negatif (-) menunjukkan arah yang berbanding terbalik antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).
- 7) Dari hasil uji regresi di atas menunjukkan bahwa variabel produk (X2) memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung (Y) dibandingkan dengan promosi (X1), harga (X3), dan tempat (X4).

H. Uji Hipotesis

1. Uji T

Uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Kriterianya adalah jika $\text{sig.} < 0.1$ atau $= 0.1$ maka variabel bebas secara individual mempengaruhi variabel dependen.

- 1) Apabila $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak ada pengaruh.
- 2) Apabila $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya terdapat pengaruh.
- 3) Jika $\text{Sig.} > 0,05$ maka H_0 diterima
- 4) Jika $\text{Sig.} < 0,05$ maka H_0 ditolak

Diketahui bahwa $t\text{-tabel}$ untuk $df = n - k - 1$ (dimana n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel) maka $df = 50 - 4 - 1$ df

= 45 dengan signifikansi 0,025 (5% atau $0,1/2 = 0,05$) sehingga diperoleh nilai t-tabel sebesar 2,0141

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel Independen terhadap variabel dependen secara parsial, uji t dilakukan dengan cara membandingkan nilai thitung dengan ttabel Adapun hasil dari uji t tersebut sebagai berikut :

Tabel 4.27

Hasil T test

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,176	3,213		1,611	,114
	Promosi	-,054	,110	-,080	-,491	,626
	Produk	,347	,151	,393	2,302	,026
	Harga	-,079	,233	-,053	-,338	,737
	Tempat	,323	,172	,255	1,881	,067

a. Dependent Variable: Loyalitas

Sumber: Output SPSS 23.0 , 2022

1) Variabel Promosi

Pengaruh promosi terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung. dengan ketentuan:

H0 : Tidak terdapat promosi terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung.

H1 : Terdapat promosi terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung.

Dari tabel 4.28 dapat diketahui bahwa nilai t-hitung $-0,491 < t$ -tabel 2,0141 dan memiliki nilai signifikan $0,626 > 0,05$. Artinya variabel promosi tidak berpengaruh (Negatif) dan tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung. Atau dengan kata lain H0 diterima dan H1 ditolak.

2) Variabel Produk

Pengaruh produk terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung. dengan ketentuan:

H0 : Tidak terdapat produk terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung.

H1 : Terdapat produk terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung.

Dari tabel 4.28 dapat diketahui bahwa nilai t-hitung 2,302 > t-tabel 2,0141 dan memiliki nilai signifikan 0,026 < 0,05. Artinya variabel produk berpengaruh (Positif) dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung. Atau dengan kata lain H1 diterima dan H0 ditolak.

3) Variabel Harga

Pengaruh harga terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung. dengan ketentuan:

H0 : Tidak terdapat harga terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung.

H1 : Terdapat harga terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung.

Dari tabel 4.28 dapat diketahui bahwa nilai t-hitung -0,338 < t-tabel 2,0141 dan memiliki nilai signifikan 0,737 > 0,05. Artinya variabel harga tidak berpengaruh (Negatif) dan tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung. Atau dengan kata lain H0 diterima dan H1 ditolak.

4) Variabel Tempat

Pengaruh tempat terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung. dengan ketentuan:

H0 : Tidak terdapat tempat terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung.

H1 : Terdapat tempat terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung.

Dari tabel 4.28 dapat diketahui bahwa nilai t-hitung 1,881 < t-tabel 2,0141 dan memiliki nilai signifikan 0,067 >0,05. Artinya variabel tempat tidak berpengaruh (Positif) dan tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung. Atau dengan kata lain H0 diterima dan H1 ditolak.

2. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terkait. Berikut adalah hasil dari pengujian uji F:

Tabel 4.28

Hasil F test

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	33,607	4	8,402	2,953	,030 ^b
	Residual	128,013	45	2,845		
	Total	161,620	49			

a. Dependent Variable: Loyalitas
b. Predictors: (Constant), Tempat, Harga, Promosi, Produk

Sumber: Output SPSS 23.0 , 2022

Berdasarkan gambar 4.28 berikut langkah-langkah pengujian:

a Perumusan Hipotesis

H0: Promosi, Produk, Harga, dan Tempat secara bersama-sama tidak memengaruhi secara simultan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung.

H1: Promosi, Produk, Harga, dan Tempat secara bersama-sama mempengaruhi secara simultan terhadap secara simultan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung.

b Pengambilan keputusan menggunakan dua cara:

Cara 1: Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak

Cara 2: Jika $Sig. > 0,05$ maka H_0 diterima

Jika $Sig. < 0,05$ maka H_0 ditolak

Berdasarkan tabel di atas, didapat nilai F_{hitung} sebesar 2,953 dan F_{tabel} sebesar 2,81.

Pada tingkat signifikan $\alpha = 5\%$ atau 0,05 dengan $df_1 = k-1$ ($4-1=3$) serta $df_2 = n-k$ ($50-4=46$) didapat nilai F_{tabel} sebesar 2,81.

maka $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $2,953 > 2,81$. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel independen yaitu promosi, produk, harga, dan tempat berpengaruh signifikan secara simultan (bersama-sama) terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung. Serta berdasarkan signifikansi sebesar 0,030 yang lebih kecil dari nilai α 0,05, maka $0,030 < 0,05$ yang berarti bahwa promosi, produk, harga, dan tempat berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung.

3. Uji Koefisien Determinan

Tabel 4.29

Hasil Uji Koefisien Determinan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,456 ^a	,208	,138	1,687

a. Predictors: (Constant), Tempat, Harga, Promosi, Produk

Sumber: Output SPSS 23.0, 2022

Berdasarkan tabel 4.29 hasil output model summary adalah:

- 1) Angka R menunjukkan korelasi atau hubungan antara variabel independen (Promosi, Produk, Harga, dan Tempat) terhadap

variabel dependen yaitu Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung.

- 2) Angka R Square atau koefisien determinasi adalah 0,208.
- 3) Adjusted R Square digunakan jika jumlah variabel independen lebih dari satu. Nilai Adjust R Square pada model ini adalah 0,138, hal ini berarti 13,8% variabel Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung bisa dijelaskan variabel keragaman Promosi, Produk, Harga, dan Tempat. Sedangkan sisanya ($1 - 0,138 = 0,862$) atau 86,2% dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain atau variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.
- 4) Std. Error Estimate sebesar 1,687, semakin kecil Std. Error of the Estimate akan membuat regresi semakin tepat dalam memprediksi variabel dependen.

I. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel 4.30
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,61632874
Most Extreme Differences	Absolute	,086
	Positive	,065
	Negative	-,086
Test Statistic		,086
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Output SPSS 23.0, 2022

Berdasarkan hasil *Kolmogorov-Smirnov Test* pada residual yang telah dilakukan menggunakan program pengolah data dan diperoleh nilai signifikansi residual sebesar 0,200.

Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa semua variabel dan variabel penelitian mempunyai nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 pada ($\text{sig} > 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa semua data variabel penelitian berdistribusi normal.

2. Uji Multokolinieritas

Pengujian ini dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Untuk menguji hal tersebut dapat dilakukan dengan uji multikolinieritas dengan menggunakan Variave Inflation Factor (VIF). Bila nilai VIF > 10 maka terjadi multikolinieritas. Bila nilai VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinieritas.

Tabel 4.31

Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Promosi	,667	1,500
	Produk	,603	1,658
	Harga	,729	1,372
	Tempat	,959	1,042

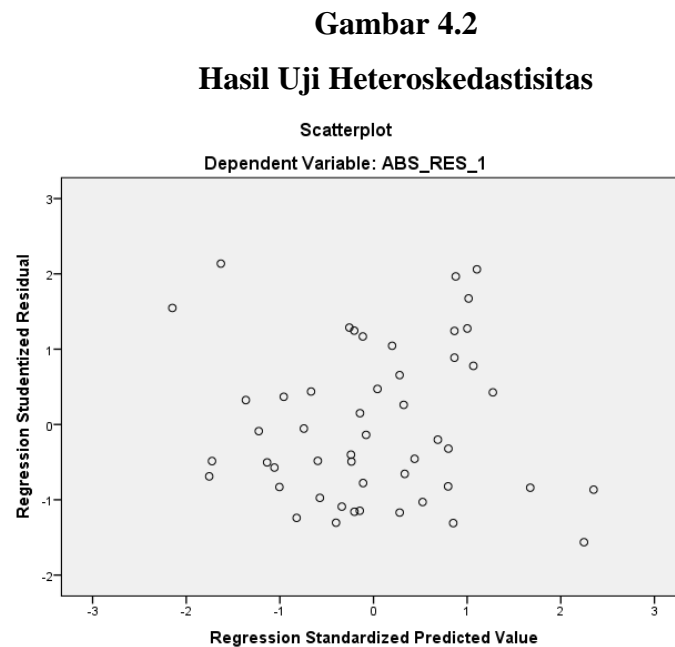
a. Dependent Variable: Loyalitas

Sumber: Output SPSS 23.0, 2022

Berdasarkan tabel 4.32, diketahui bahwa nilai VIF Promosi (X1) sebesar 1,500; Produk (X2) sebesar 1,658; Harga (X3) sebesar 1,372; dan Tempat (X4) sebesar 1,042. Dengan demikian keempat variabel diatas terbebas dari masalah multikolinieritas dikarenakan nilai VIF pada kedua variabel tersebut kurang dari 10. Maka, data penelitian ini dikatakan layak untuk dipakai.

3. Uji Heteroskedastisitas

Hasil dari pengujian Heteroskedastisitas dapat diamati pada gambar *Scatterplot* berikut:



Sumber: Output SPSS 23.0 , 2022

Berdasarkan hasil uji pada gambar 4.32 terlihat bahwa:

- a. Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau sekitar angka 0
- b. Titik-titik tidak mengumpul pada satu tempat
- c. Penyebaran titik-titik tidak membentuk pola bergelombang
- d. Penyebaran titik-titik data tidak berpola

Dan hal ini membuktikan tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model ini layak untuk dipakai.