

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

1. Sejarah Bank Syariah Mandiri

Kehadiran BSM sejak awal tahun 1999, sesungguhnya merupakan hikmah sekaligus berkah pasca krisis ekonomi dan moneter 1997-1998. Sebagaimana diketahui krisis ekonomi dan moneter sejak Juli 1997, yang disusul dengan krisis multi dimensi termasuk di panggung politik nasional, telah menimbulkan beragam dampak negatif yang sangat hebat terhadap seluruh sendi kehidupan masyarakat, tidak terkecuali dunia usaha. Dalam kondisi tersenut, industri perbankan nasional yang didominasi oleh bank-bank konvensional mengalami krisis luar biasa. Pemerintah akhirnya mengambil tindakan dengan merestrukturisasi dan merekapitulasi sebagian bank-bank di Indonesia.

Salah satu bank konvensional PT. Bank Susila Bakti (BSB) yang dimiliki oleh Yayasan Kesejahteraan Pegawai (YKP) PT Bank Dagang Negara dan PT Mahkota Prestasi juga terkena dampak krisis. BSB berusaha keluar dari situasi tersebut dengan melakukan upaya *merger* dengan beberapa bank lain serta mengundang investor asing.

Pada saat bersamaan, pemerintah melakukan Penggabungan (*merger*) empat bank (Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim, dan Bapindo) menjadi satu bank baru bernama PT Bank Mandiri (Persero) pada

tanggal 31 Juli 1999. Kebijakan penggabungan tersebut juga menempatkan dan menetapkan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. Sebagai pemilik mayoritas baru BSB.

Sebagai tindak lanjut dari keputusan *merger*, Bank Mandiri melakukan konsolidasi serta membentuk Tim Pengembangan Perbankan Syariah. Pembentukan tim ini bertujuan untuk mengembangkan layanan perbankan syariah di kelompok perusahaan Bank Mandiri, sebagai respon atas diberlakukannya UU No. 10 tahun 1998, yang memberi peluang bank umum untuk melayani transaksi syariah (*dual banking system*). Tim Pengembangan Perbankan Syariah memandang bahwa pemberlakuan UU tersebut merupakan momentum yang tepat untuk melakukan konversi PT Bank Susila Bakti dari bank konvensional menjadi bank syariah. Oleh karenanya, Tim Pengembangan Perbankan Syariah segera mempersiapkan sistem dan infrastrukturnya, sehingga kegiatan usaha BSB berubah dari bank konvensional menjadi bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan nama PT Bank Syariah Mandiri sebagaimana tercantum dalam Akta Notaris: Sutjipto, SH, No. 23 tanggal 8 September 1999.

Perubahan kegiatan usaha BSB menjadi bank umumsyariah dikukuhkan oleh gubernur Bank Indonesia melalui SK Gubernur BI. No. 1/24/KEP.BI/1999, 25 Oktober 1999. Selanjutnya, melalui Surat Keputusan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/1999, BI menyetujui perubahan nama menjadi PT. Bank Syariah Mandiri. Menyusul pengukuhan dan pengakuan legal tersebut, PT Bank Syariah Mandiri secara

resmi mulai beroperasi sejak Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999.

PT. Bank Syariah Mandiri hadir, tampil dan tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani, yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmoni antara idealisme usaha dan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri dalam upaya kiprahnya di perbankan Indonesia. BSM hadir untuk bersama membangun Indonesia menuju Indonesia yang lebih baik.

Untuk mempermudah pelayanan kepada masyarakat, Bank Syariah Mandiri memiliki beberapa kantor cabang. Salah satu kantor cabang pembantu di wilayah Tulungagung berada di Ngunut. Pada tanggal 1 September 2011 telah dibuka secara resmi pengoperasian berdirinya Bank Syariah Mandiri Cabang Pembantu Ngunut yang beralamat kantor di Jl. Raya Ngunut II No. 56, Desa Ngunut, Kec. Ngunut, Kab. Tulungagung, Jawa Timur, dengan nomor telp. (0355) 395000.

2. Visi dan Misi Bank Syariah Mandiri

a. Visi

- 1) Bank Syariah Terdepan: Menjadi bank syariah yang selalu unggul di antara pelaku industri perbankan syariah di Indonesia pada segmen *consumer, micro, SME, commercial, dan corporate*.
- 2) Bank Syariah Modern: Menjadi bank syariah dengan sistem layanan dan teknologi mutakhir yang melampaui harapan nasabah.

b. Misi

- 1) Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industri yang berkesinambungan.
- 2) Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah.
- 3) Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel.
- 4) Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal.
- 5) Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.
- 6) Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.¹

3. Produk Tabungan Bank Syariah Mandiri KCP Ngunut Tulungagung

Dalam menawarkan dan memasarkan produk ke masyarakat, Bank Syariah Mandiri KCP Ngunut Tulungagung menggunakan prinsip-prinsip syariah. Prinsip utama Bank Syariah Mandiri sebagai bank syariah adalah pada tata cara pemberian imbalan yang dilakukan dengan sistem bagi hasil. Dengan demikian, realisasi imbalan yang diterima nasabah akan berbeda setiap bulannya tergantung pada pendapatan hasil investasi yang dilakukan pada bulan tersebut.

Macam-macam produk tabungan yang ada di Bank Syariah Mandiri KCP Ngunut Tulungagung antara lain:²

a. Tabungan BSM

2016 ⁷¹ <http://www.syariahmandiri.co.id/category/info-perusahaan/visi-dan-misi/akses> 2 April

⁷² Brosur Edaran Bank Syariah Mandiri

Tabungan dalam mata uang rupiah yang penarikannya dan setorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam kas buka di konter BSM atau melalui ATM.

b. Tabungan Investa cendekia

Tabungan berjangka untuk keperluan uang pendidikan dengan jumlah setoran bulanan tetap (*installment*) dan dilengkapi dengan perlindungan asuransi.

c. Tabungan Berencana

Tabungan berjangka yang memberikan nisbah bagi hasil berjenjang serta kepastian pencapaian target dana yang telah ditetapkan.

d. Tabungan Simpatik

Tabungan berdasarkan prinsip wadiah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat berdasarkan syarat-syarat yang disepakati.

e. TabunganKu

TabunganKu merupakan tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

f. BSM Deposito

Investasi berjangka waktu tertentu dalam mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip *Mudharabah Muthlaqah*.

g. BSM Giro

Sarana penyimpanan dana dalam mata uang rupiah untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip *wadiah yad dhamanah*.

B. Deskripsi Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah tabungan Bank Syariah Mandiri KCP Ngunut Tulungagung. Adapun jumlah sampel yang ditentukan sebagai sampel adalah sebanyak 100 nasabah dengan teknik *simple random sampling*. Setiap responden diberikan angket untuk memberikan jawaban setiap pernyataan yang telah disediakan.

Untuk mempermudah dalam mengidentifikasi responden dalam penelitian ini maka diperlukan gambaran karakteristik responden sebagai berikut:

1. Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin responden nasabah tabungan Bank Syariah Mandiri KCP Ngunut Tulungagung adalah sebagai berikut :

Tabel 4.1
JenisKelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-laki	48	48.0	48.0	48.0
Perempuan	52	52.0	52.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 16.0, 2016

Berdasarkan tabel 4.1 di atas dapat diketahui tentang jenis kelamin responden nasabah tabungan Bank Syariah Mandiri KCP Ngunut Tulungagung yang diambil sebagai responden, yang menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah perempuan yaitu sebanyak 52 orang (52%)

sedangkan sisanya adalah responden laki-laki sebanyak 48 orang (48%). Hal ini menunjukkan bahwa nasabah perempuan yang paling banyak memiliki tabungan di Bank Syariah Mandiri KCP Ngunut Tulungagung.

2. Deskripsi responden berdasarkan usia

Adapun data mengenai usia responden nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Ngunut Tulungagung adalah sebagai berikut :

Tabel 4.2

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<20	7	7.0	7.0	7.0
	21-30	37	37.0	37.0	44.0
	31-40	26	26.0	26.0	70.0
	41-50	23	23.0	23.0	93.0
	>50	7	7.0	7.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: data primer yang diolah dengan SPSS 16.0, 2016

Berdasarkan tabel 4.2 di atas, diketahui bahwa responden nasabah tabungan Bank Syariah Mandiri KCP Ngunut Tulungagung yang diambil sebagai responden sebagian besar berusia 21-30 tahun. Tabel tersebut memberikan informasi bahwa mayoritas responden berusia 21-30 tahun sebanyak 37 orang, sedangkan yang berusia kurang dari 20 tahun sebanyak 7 orang, 31-40 tahun sebanyak 26 orang, 41-50 tahun sebanyak 23 orang, dan lebih dari 50 tahun sebanyak 7 orang.

3. Pendidikan Terakhir Responden

Adapun data mengenai tingkat pendidikan terakhir responden nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Ngunut Tulungagung adalah sebagai berikut :

Tabel 4.3
Pendidikan Terakhir

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD	2	2.0	2.0	2.0
	SMP	8	8.0	8.0	10.0
	SMA	46	46.0	46.0	56.0
	D3	6	6.0	6.0	62.0
	S1	35	35.0	35.0	97.0
	S2	3	3.0	3.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: data primer yang diolah dengan SPSS 16.0, 2016

Berdasarkan tabel 4.3 di atas dapat diketahui bahwa responden nasabah tabungan Bank Syariah Mandiri KCP Ngunut Tulungagung yang diambil sebagai responden sebagian besar berpendidikan terakhir SMA. Berdasarkan tabel tersebut, memberikan informasi bahwa mayoritas responden berpendidikan terakhir SMA sebanyak 46, berpendidikan SD sebanyak 2 orang, berpendidikan SMP sebanyak 8 orang, berpendidikan D3 sebanyak 6 orang, berpendidikan S1 sebanyak 35 orang, dan berpendidikan S2 sebanyak 3 orang.

4. Jenis Pekerjaan Responden

Adapun data mengenai jenis pekerjaan responden nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Ngunut Tulungagung adalah sebagai berikut :

Tabel 4.4
Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pelajar	12	12.0	12.0	12.0
Pegawai Swasta	19	19.0	19.0	31.0
Pegawai Negeri	15	15.0	15.0	46.0
Wiraswasta	39	39.0	39.0	85.0
BUMN	1	1.0	1.0	86.0
Lainnya	14	14.0	14.0	100.0
	100	100.0	100.0	

Sumber: data primer yang diolah dengan SPSS 16.0, 2016

Berdasarkan tabel 4.4 di atas dapat dijelaskan bahwa sebagian besar dari pekerjaan responden adalah wiraswasta dengan jumlah 39 orang, pelajar berjumlah 12 orang, pegawai swasta 19 orang, pegawai negeri 15 orang, BUMN 1 orang, dan lainnya 14 orang.

5. Pendapatan Responden

Adapun data mengenai pendapatan perbulan responden nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Ngunut Tulungagung adalah sebagai berikut :

Tabel 4.5
Pendapatan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < 1 juta	24	24.0	24.0	24.0
1 juta - 2 juta	33	33.0	33.0	57.0
2 juta - 3 juta	22	22.0	22.0	79.0
3 juta - 4 juta	12	12.0	12.0	91.0
> 4 juta	9	9.0	9.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber : data primer yang diolah dengan SPSS 16.0, 2016

Berdasarkan tabel 4.5 di atas dapat diketahui bahwa responden nasabah tabungan Bank Syariah Mandiri KCP Ngunut Tulungagung yang

diambil sebagai responden memiliki pendapatan kurang dari 1 juta sebanyak 24 orang, pendapatan 1 juta - 2 juta sebanyak 33 orang, pendapatan 2 juta – 3 juta sebanyak 22 orang, pendapatan lebih dari 4 juta sebanyak 9 orang.

C. Deskripsi Variabel

Dari kuesioner yang telah peneliti sebarakan kepada responden yang terdiri dari 24 pernyataan dan dibagi dalam 4 kategori yaitu :

1. 6 soal digunakan untuk mengetahui persepsi nasabah yang diukur dari variabel persepsi (X_1).
2. 6 soal digunakan untuk mengetahui citra merek yang diukur dari variabel citra merek (X_2).
3. 6 soal digunakan untuk mengetahui periklanan yang diukur dari variabel periklanan (X_3).
4. 6 soal digunakan untuk mengetahui minat menabung nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Ngunut Tulungagung (Y).

Sedangkan hasil jawaban yang peneliti peroleh dari responden sebagaimana yang dipaparkan dalam tabel berikut:

1. Persepsi (X_1)

Tabel 4.6
Frekuensi Jawaban Angket Variabel Persepsi

No.	Bobot	Skor	Jumlah	Prosentase
1.	Sangat setuju	5	132	22%
2.	Setuju	4	372	62%
3.	Netral	3	87	14,5%
4.	Tidak setuju	2	9	1,5%
5.	Sangat tidak setuju	1	-	-

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Data pada tabel di atas menunjukkan bahwa untuk variabel persepsi nasabah yang diwakili oleh 6 item pernyataan menyatakan 22% responden menyatakan sangat setuju, sedangkan 62% menyatakan setuju, 14,5% menyatakan netral, 1,5% menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

2. Citra Merek (X_2)

Tabel 4.7
Frekuensi Jawaban Angket Variabel Citra Merek

No.	Bobot	Skor	Jumlah	Prosentase
1.	Sangat setuju	5	129	21,5%
2.	Setuju	4	374	62,3%
3.	Netral	3	88	14,7%
4.	Tidak setuju	2	9	1,5%
5.	Sangat tidak setuju	1	-	-

Sumber: data primer yang diolah, 2016

Data pada tabel di atas menunjukkan bahwa untuk variabel citra merek yang diwakili oleh 6 item pernyataan menyatakan 21,5% responden menyatakan sangat setuju, sedangkan 62,3% menyatakan setuju, 14,7% menyatakan netral, 1,5% menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

3. Periklanan (X_3)

Tabel 4.8
Frekuensi Jawaban Angket Variabel Periklanan

No.	Bobot	Skor	Jumlah	Prosentase
1	Sangat setuju	5	55	3,8%
2	Setuju	4	375	62,5%
3	Netral	3	147	34,5%
4	Tidak setuju	2	23	9,2%
5	Sangat tidak setuju	1	-	-

Sumber: data primer yang diolah, 2016

Data pada tabel di atas menunjukkan bahwa untuk variabel persiklanan yang diwakili oleh 6 item pernyataan menyatakan 3,8% responden menyatakan sangat setuju, sedangkan 62,5% menyatakan setuju, 34,5% menyatakan netral, 9,2% menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

4. Minat Menabung Nasabah (Y)

Tabel 4.9
Frekuensi Jawaban Angket Variabel Minat Menabung

No.	Bobot	Skor	Jumlah	Prosentase
1	Sangat setuju	5	93	15,5%
2	Setuju	4	371	61,8%
3	Netral	3	116	19,4%
4	Tidak setuju	2	20	3,3%
5	Sangat tidak setuju	1	-	-

Sumber: data primer yang diolah, 2016

Data pada tabel di atas menunjukkan bahwa untuk variabel minat menabung yang diwakili oleh 6 item pernyataan menyatakan 15,5% responden menyatakan sangat setuju, sedangkan 61,8% menyatakan setuju, 19,4% menyatakan netral, 3,3% menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

D. Analisis Data

1. Uji Instrumen Data

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya item-item kuesioner dengan menggunakan metode korelasi produk momen.

Hasil pengujian validitas instrumen dapat diketahui pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.10
Hasil Uji validitas

Variabel	No. Item	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Keterangan
Persepsi (X1)	X1.1	0,418	Valid
	X1.2	0,403	Valid
	X1.3	0,476	Valid
	X1.4	0,503	Valid
	X1.5	0,551	Valid
	X1.6	0,432	Valid
Citra Merek (X2)	X2.1	0,337	Valid
	X2.2	0,437	Valid
	X2.3	0,454	Valid
	X2.4	0,405	Valid
	X2.5	0,505	Valid
	X2.6	0,527	Valid
Periklanan (X3)	X3.1	0,469	Valid
	X3.2	0,504	Valid
	X3.3	0,499	Valid
	X3.4	0,346	Valid
	X3.5	0,631	Valid
	X3.6	0,501	Valid
Minat Menabung (Y)	X4.1	0,529	Valid
	X4.2	0,480	Valid
	X4.3	0,512	Valid
	X4.4	0,446	Valid
	X4.5	0,506	Valid
	X4.6	0,461	Valid

Sumber: data primer yang diolah dengan SPSS 16.0, 2016

Berdasarkan tabel 4.10 di atas, dapat diketahui bahwa masing-masing item memiliki nilai *Corrected Item-Total Correlation* yang melebihi 0,3. Menurut Sugiyono, jika nilai *Corrected Item-total Correlation* lebih besar daripada r standar (0,3) maka seluruh item pernyataan merupakan valid.³ Dengan demikian dapat diketahui bahwa item-item pernyataan pada instrumen penelitian dapat mengukur apa

³ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0...*, hlm.96

yang ingin diukur dalam penelitian ini, antara lain persepsi, citra merek, periklanan, dan minat menabung nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Ngunut Tulungagung.

b. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas instrumen dalam suatu penelitian dilakukan karena keterandalan instrumen berkaitan dengan keajekan dan taraf kepercayaan terhadap instrumen penelitian tersebut. Triton (2006) menyatakan jika skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan reng yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai alpha Cronbach 0,00 s.d 0,20 berarti kurang reliabel.
- 2) Nilai alpha Cronbach 0,21 s.d 0,40 berarti agak reliabel.
- 3) Nilai alpha Cronbach 0,41 s.d 0,60 berarti cukup reliabel.
- 4) Nilai alpha Cronbach 0,61 s.d 0,80 berarti reliabel.
- 5) Nilai alpha Cronbach 0,81 s.d 1,00 berarti sangat reliabel.

Tabel 4.11
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Alpha Cronbach's</i>	Keterangan
X ₁ (Persepsi)	0,725	Reliabel
X ₂ (Citra Merek)	0,712	Reliabel
X ₃ (Periklanan)	0,748	Reliabel
Y (Minat Menabung)	0,750	Reliabel

Sumber: data primer yang diolah dengan SPSS 16.0, 2016

Berdasarkan data reliabilitas pada tabel 4.11, nilai *Alpha Cronbach's* untuk masing-masing variabel di atas 0,6 yang berarti reliabel. Dengan demikian instrumen penelitian tersebut memiliki hasil pengukuran yang konsisten.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

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

Tabel 4.12
Hasil Uji *Kolmogrov-Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	X1	X2	X3	Y	
N	100	100	100	100	
Normal Parameters ^a	Mean	24.27	24.22	22.62	23.37
	Std. Deviation	2.502	2.476	2.632	2.665
Most Extreme Differences	Absolute	.123	.105	.107	.096
	Positive	.123	.095	.100	.096
	Negative	-.117	-.105	-.107	-.078
Kolmogorov-Smirnov Z	1.230	1.046	1.074	.964	
Asymp. Sig. (2-tailed)	.097	.224	.199	.311	
a. Test distribution is Normal.					

Sumber: data primer diolah dengan SPSS16.0, 2016

Dari tabel 4.12, maka diperoleh angka probabilitas atau *Asym. Sig. (2-tailed)*. Nilai ini dibandingkan dengan 0,05 (dalam kasus ini menggunakan taraf signifikansi atau $\alpha = 5\%$) untuk pengambilan keputusan dengan pedoman:

- 1) Nilai Sig. atau Signifikansi atau nilai probabilitas $< 0,05$, distribusi data adalah tidak normal.
- 2) Nilai Sig. atau Signifikansi atau nilai probabilitas $> 0,05$, distribusi data adalah normal.

Jadi kesimpulan dari pernyataan di atas bahwa Nilai Sig. atau Signifikansi pada tabel 4.13 adalah Normal, karena Nilai Sig. atau Signifikansi atau probabilitas $> 0,05$.

Setelah pengujian menggunakan pendekatan *Kolmogrov-Smirnov* diketahui, maka dilakukan uji normalitas dengan menggunakan pendekatan *Normal P-P Plots*. Pada uji normalitas data menggunakan *Normal P-P Plot*, data pada variabel yang digunakan dinyatakan terdistribusi normal. Suatu variabel dikatakan normal jika gambar distribusi dengan titik-titik data yang menyebar di sekitar garis diagonal dan penyebaran titik-titik data searah mengikuti garis diagonal.

b. Uji Multikolinieritas

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

Tabel 4.13
Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Persepsi	.677	1.476
	CitraMerek	.699	1.431
	Periklanan	.697	1.435

a. Dependent Variable: MinatMenabung

Sumber: data primer yang diolah dengan SPSS 16.0, 2016

Berdasarkan tabel 4.13, diketahui bahwa nilai VIF adalah 1,476 (persepsi), 1,431 (citra merek), dan 1,435 (periklanan). Hasil ini berarti

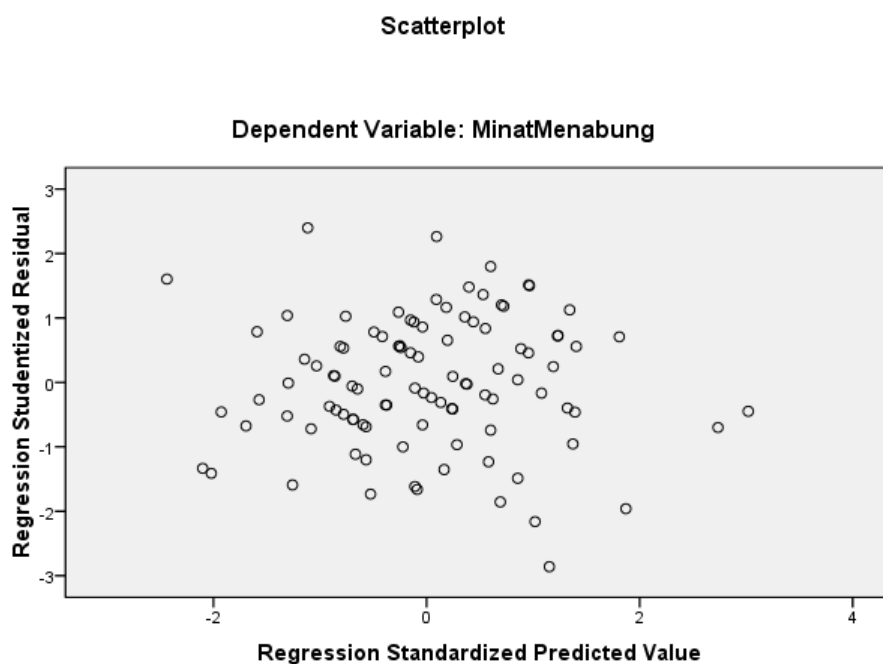
variabel terbebas dari asumsi klasik multikolinieritas, karena hasilnya lebih kecil dari 10.

c. Uji Heteroskedastisitas

Untuk mendeteksi ada tidaknya heterokedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar *Scatterplot* model tersebut. Tidak terdapat heterokedastisitas jika:

- 1) Penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola
- 2) Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0
- 3) Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau dibawah saja.⁴

Gambar 4.1
Uji Heteroskedastisitas



Sumber: data primer yang diolah dengan SPSS 16.0, 2016

⁴ Agus Eko, *Aplikasi Statistik..*, hlm. 79-80

Dari *Scatterplots* di atas dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar dengan pola yang tidak jelas di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka model regresi tidak terjadi masalah heterokedastisitas.

3. Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 4.14
Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.342	2.335		1.003	.318
Persepsi	.368	.097	.346	3.799	.000
CitraMerek	.275	.096	.256	2.858	.005
Periklanan	.240	.091	.237	2.640	.010

a. Dependent Variable: MinatMenabung

Sumber: data primer yang diolah dengan SPSS 16.0, 2016

Output di atas (*Coefficient*), digunakan untuk menggambarkan persamaan regresi berikut ini $Y = 2,342 + 0,368 (X_1) + 0,275 (X_2) + 0,240 (X_3)$ atau Minat menabung = 2,342 + 0,368 (persepsi) + 0,275 (citra merek) + 0,240 (periklanan).

Keterangan dari tabel 4.16 adalah:

- a) Konstanta sebesar 2,342 menyatakan bahwa jika tidak ada variabel persepsi, citra merek, dan periklanan maka minat menabung sebesar 2,342.

- b) Koefisien regresi X_1 sebesar 0,368 menunjukkan peningkatan 1 satuan persepsi nasabah akan meningkatkan minat menabung sebesar 0,368. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara persepsi nasabah dengan minat menabung, semakin baik faktor persepsi nasabah maka semakin meningkat minat menabung.
- c) Koefisien regresi X_2 sebesar 0,275 menunjukkan peningkatan 1 satuan citra merek akan meningkatkan minat menabung sebesar 0,275. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara citra merek dengan minat menabung, semakin baik faktor citra merek maka semakin meningkat minat menabung.
- d) Koefisien regresi X_3 sebesar 0,240 menunjukkan peningkatan 1 satuan periklanan akan meningkatkan minat menabung sebesar 0,240. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara periklanan dengan minat menabung, semakin baik faktor periklanan maka semakin meningkat minat menabung.

4. Uji Hipotesis

a. Uji T (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen, dimana jika nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka uji regresi dikatakan signifikan. Atau dengan melihat angka signifikasinya. Jika nilai sig. lebih kecil dari 0,05 maka secara parsial

atau sendiri-sendiri variabel independen mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Berdasarkan tabel 4.14 di atas, dapat dirumuskan sebagai berikut:

- 1) Untuk rumusan masalah yang pertama dengan hipotesis yang berbunyi “Persepsi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Ngunut Tulungagung”.

Dengan ketentuan:

H_0 : Tidak ada pengaruh persepsi terhadap minat menabung nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Ngunut Tulungagung.

H_1 : Ada pengaruh persepsi terhadap minat menabung nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Ngunut Tulungagung.

Dalam tabel *Coefficient* diperoleh nilai Sig. sebesar 0,000 dibandingkan dengan taraf signifikan ($\alpha = 5\%$) 0,05 maka:

$$\begin{array}{l} \text{Sig.} \quad \alpha \\ 0,000 < 0,05 \end{array}$$

Karena nilai Sig. $< \alpha$ maka disimpulkan untuk menolak H_0 yang berarti variabel persepsi berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung nasabah (cara lainnya dengan membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel}). Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,799 > 1,984$ maka disimpulkan untuk menolak H_0 , artinya variabel persepsi nasabah berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah.

- 2) Untuk rumusan masalah yang kedua dengan hipotesis yang berbunyi “Citra merek berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Ngunut Tulungagung”.

Dengan ketentuan:

H_0 : Tidak ada pengaruh dari citra merek terhadap minat menabung nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Ngunut Tulungagung.

H_2 : Ada pengaruh citra merek terhadap minat menabung nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Ngunut Tulungagung.

Dalam tabel *Coefficient* diperoleh nilai Sig. sebesar 0,005 dibandingkan dengan taraf signifikan ($\alpha = 5\%$) 0,05 maka:

Sig. α

0,005 < 0,05

Karena nilai Sig. < α maka disimpulkan untuk menolak H_0 yang berarti variabel citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung nasabah (cara lainnya dengan membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel}). Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,858 > 1,984$ maka disimpulkan untuk menolak H_0 , artinya variabel citra merek berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah.

- 3) Untuk rumusan masalah yang ketiga dengan hipotesis yang berbunyi “Periklanan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Ngunut Tulungagung”.

Dengan ketentuan:

H_0 : Tidak ada pengaruh dari periklanan terhadap minat menabung nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Ngunut Tulungagung.

H_3 : Ada pengaruh periklanan terhadap minat menabung nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Ngunut Tulungagung.

Dalam tabel *Coefficient* diperoleh nilai Sig. sebesar 0,010 dibandingkan dengan taraf signifikan ($\alpha = 5\%$) 0,05 maka:

$$\text{Sig.} \quad \alpha$$

$$0,010 < 0,05$$

Karena nilai $\text{Sig.} < \alpha$ maka disimpulkan untuk menolak H_0 yang berarti variabel citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung nasabah (cara lainnya dengan membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel}). Jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ yaitu $2,640 > 1,984$ maka disimpulkan untuk menolak H_0 , artinya variabel periklanan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah.

b. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama. Dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.15
Hasil Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	324.950	3	108.317	27.483	.000 ^a
Residual	378.360	96	3.941		

Total	703.310	99		
-------	---------	----	--	--

a. Predictors: (Constant), Periklanan, CitraMerek,Persepsi

b. Dependent Variable: MinatMenabung

Sumber: data primer yang diolah dengan SPSS 16.0, 2016

Berdasarkan tabel ANOVA di atas dapat diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 27,483 dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan demikian karena nilai $0,000 < \alpha (0,05)$, berarti menolak H_0 . Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan sebaliknya. F_{tabel} dapat dicari pada tabel statistik pada signifikansi 0,05 dimana df_1 sebesar 3, dan $df_2 = n-k$ atau $100-4 = 96$ (k adalah jumlah variabel). Didapat F_{tabel} adalah 2,70 sehingga dapat disimpulkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ berarti menolak H_0 dan menerima H_4 .

Disimpulkan bahwa hipotesis (H_4) yang berbunyi “Persepsi, citra merek, dan periklanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Ngunut Tulungagung” diterima. Artinya persepsi, citra merek, dan periklanan berpengaruh simultan terhadap minat menabung nasabah.

5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar pronsentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Rumus koefisien determinasi yaitu:

$$\text{Rumus: } R^2 = r^2 \times 100\%$$

R^2 = Koefisien Determinasi

R = Koefisien Korelasi

Tabel 4.16
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.680 ^a	.462	.445	1.985

a. Predictors: (Constant), Periklanan, CitraMerek, Persepsi

Sumber: data primer yang diolah dengan SPSS 16.0, 2016

Keterangan:

- a. Angka $R = 0,680$ menunjukkan bahwa hubungan atau korelasi kuat, Hubungan variabel X_1 , X_2 , dan X_3 (persepsi, citra merek, periklanan) dan variabel Y yaitu minat menabung nasabah.
- b. Angka Adjusted R Square atau koefisien determinasi menunjukkan besar pengaruh antara variabel persepsi, citra merek, dan periklanan (X_1 , X_2 , X_3) terhadap variabel minat menabung nasabah (Y) yang diperoleh adalah 0,485. Artinya minat menabung nasabah dapat dijelaskan oleh persepsi, citra merek, dan periklanan sebesar 44,5%. Hal ini menunjukkan tingkat pengaruh yang cukup tinggi. Sedangkan sisanya 55,5% (100% - 44,5%) dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.