

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Profile BMT Dinar Amanu Tulungagung

1. Profile Lembaga Keuangan Syariah

Nama Lembaga : BMT DINAR AMANU
Badan Hukum : BH.NO.188.2/34/4.24.75/2002
Alamat : Jl. Raya Sumberagung Ds. Panjerejo Kec.
Rejotangan Kab. Tulungagung Jawa Timur
Kode Pos : 66293
No. Telp : (0355)7150600

2. Kondisi Geografis

Secara geografis BMT Dinar Amanu merupakan wilayah dataran rendah yang terletak di Jl. Raya Sumberagung Panjerejo Kecamatan Rejotangan Kabupaten Tulungagung bagian timur. Secara geografis, BMT Dinar Amanu terletak di daerah perumahan dan pertokoan serta dekat dengan pasar tradisional. Letak BMT Dinar Amanu berada diantara empat desa lain yang juga masih termasuk dalam wilayah kecamatan Rejotangan.

Batas-batas wilayah tersebut antara lain adalah:

Utara : Desa Kalangan kecamatan Ngunut
Selatan : Desa Tenggong kecamatan Rejotangan
Timur : Desa Karang Sari kecamatan Rejotangan

Barat : Desa Kacangan kecamatan Ngunut

Kantor BMT Dinar Amanu beralamat di Jl. Raya Sumberagung Panjerejo kecamatan Rejotangan kabupaten Tulungagung. Dengan kondisi kantor yang nyaman, ruangan AC, peralatan dan perlengkapan yang modern. Terdapat dua unit komputer, mesin penghitung uang, mesin print, telepon, televisi, dan halaman parkir yang luas.

3. Sejarah Berdirinya BMT Dinar Amanu Tulungagung

Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) merupakan lembaga keuangan mikro syariah yang didirikan dengan maksud untuk memfasilitasi masyarakat bawah yang tidak terjangkau oleh pelayanan bank syariah dan BPR syariah. BMT sebagai lembaga keuangan alternatif yang didirikan oleh, dari, dan untuk masyarakat telah memberikan harapan baru bagi pengembangan ekonomi masyarakat menengah ke bawah. Sama seperti halnya bank syariah, peran dari BMT juga sebagai media intermediasi antara pihak yang kelebihan dana dengan pihak yang kekurangan dana yang bersifat sederhana dan sesuai dengan prinsip syariah.

BMT Dinar Amanu merupakan salah satu lembaga keuangan mikro syariah yang masih konsisten hingga saat ini. BMT Dinar Amanu merupakan reorganisasi dari Kopsyah Amanu yang didirikan pada tahun 2002 lalu. Karena sistem operasional Kopsyah Amanu tidak bisa berjalan maksimal, maka lembaga tersebut kemudian dipindahalihkan kepada tiga orang badan pendiri yaitu: Drs. H. Maryoto Birowo; Drs. H. Supardi, MM; H.

Nyadin, M.AP. Semenjak itu, kopsyah Amanu diganti dengan BMT Dinar Amanu dengan melakukan berbagai perbaikan sistem operasional. Dengan menggunakan badan hukum yang lama yaitu BH.NO.188.2/34/4.24.75/2002, sehingga pada tanggal 7 juli 2009 merupakan awal lahirnya BMT Dinar Amanu Tulungagung.

4. Struktur Organisasi BMT Dinar Amanu

BMT Dinar Amanu merupakan Lembaga Keuangan Syariah (LKS) dengan ruang lingkup mikro sesuai prinsip syariah. Yang dimaksud prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum islam antara pihak BMT atau pihak bank dengan pihak lainnya untuk pembiayaan usaha maupun kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah atau ajaran islam dikenal dengan sistem bagi hasil dan dikelola dengan badan pengurus seperti dibawah ini.

Badan pendiri BMT :

1. Drs. H. Maryoto Birowo
2. Drs. H. Supardi, MM
3. H. Nyadin, M.AP

Ketua : Drs. H. Supardi, MM

Manajer umum : H. Nyadin, M.AP

Manajer pelaksana : Mamik Priyatno, S.Pd

Marketing : Febriana Yusnia Ristanti, S.Sy

Teller : Indah Niv Farida, S.Sy

Akunting : Anjarsari, S.Sy

5. Visi dan Misi BMT Dinar Amanu

a. Visi BMT Dinar Amanu

Visi BMT adalah terwujudkan kualitas anggota BMT pada khususnya dan masyarakat pada umumnya yang selamat, damai dan sejahtera sehingga mampu berperan sebagai wakil-pengabd Allah memakmurkan kehidupan ummat manusia.

b. Misi BMT Dinar Amanu

Misi BMT adalah membangun dan mengembangkan tatanan perekonomian yang maju, berkembang, terpercaya, aman, nyaman, transparan, dan berkehati-hatian berlandaskan syariah dan ridho Allah SWT.

6. Produk-Produk di BMT Dinar Amanu

Produk pembiayaan di BMT Dinar Amanu ada 5 jenis pembiayaan yaitu sebagai berikut:

1. Pembiayaan Musyarokah

Yaitu pembiayaan dengan akad syirkah atau kerjasama antara BMT dengan anggota atau nasabah yang memiliki usaha dengan ketentuan modal sebagian (tidak seluruhnya) dari BMT. Pola ini disebut juga penyertaan modal, dimana hasil keuntungan dibagi sesuai dengan kesepakatan antar BMT dengan nasabah atau anggota.

2. Pembiayaan Mudharabah

Yaitu pembiayaan dengan akad syirkah atau kerjasama antara BMT dengan anggota atau nasabah yang memiliki usaha dengan ketentuan modal seluruhnya dari BMT hasil keuntungan usaha dibagi sesuai dengan kesepakatan.

3. Pembiayaan Murabahah

Yaitu sistem pembiayaan dengan akad jual beli, dimana nasabah membutuhkan barang (sarana) usaha dan BMT menyediakan barangnya, kemudian nasabah membelinya di BMT dengan pembayaran dibelakang dan jatuh tempo. Besarnya harga dan lamanya waktu pembayaran ditentukan berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak.

4. Pembiayaan Bai' Bitsaman Ajil

Yaitu sistem pembiayaan dengan akad jual beli, dimana nasabah membutuhkan barang dan BMT menyediakan barangnya. Kemudian nasabah membeli di BMT dengan pembayaran diangsur. Mengenai besarnya angsuran dan lamanya pembayaran ditentukan berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak.

5. Pembiayaan Qordul Hasan

Yaitu pembiayaan kebajikan yakni pembiayaan dari BMT kepada nasabah atau anggotanya tanpa dikenakan jasa atau bagi hasil. Pinjaman ini diberikan dalam keadaan tertentu misalnya untuk orang miskin, orang sakit, untuk *fii sabili lillah*, biaya sekolah dan untuk dakwah.

6. Tabungan

Yaitu simpanan dari pihak ketiga yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet, giro dan alat-alat lainnya yang dapat dipersamakan dengan itu. Selain itu tabungan juga dapat diartikan sebagai pendapatan suatu masyarakat yang tidak dibelanjakan dan hanya disimpan sebagai cadangan yang digunakan untuk berjaga juga dalam jangka pendek.

Produk penghimpunan dana atau macam-macam tabungan di BMT :

1. Simpanan pokok, yaitu simpanan yang dibayarkan sekali ketika masuk anggota baru BMT.
2. Simpanan wajib, yaitu simpanan yang wajib dibayarkan tiap bulan atau setiap mengangsur pembiayaan.
3. Simpanan pokok khusus (saham), yaitu simpanan yang dibayarkan untuk modal awal dan pemupukan modal BMT, simpanan ini tidak bisa diambil kecuali dalam keadaan tertentu. Simpanan ini akan memperoleh deviden (Pembagian SHU) tiap tahun.
4. Simpanan sukarela dengan pola mudharabah ada 2 macam:
 - a. Simpanan mudharabah biasa yaitu simpanan anggota BMT yang jumlahnya tidak terbatas, dapat diambil swaktu-waktu serta jumlah pengembaliannya tidak dibatasi.
 - b. Simpanan Mudharabah Berjangka (deposito), yaitu simpanan anggota BMT yang jumlahnya tertentu dan jangka waktu

pengambilannya ditentukan pula sesuai kesepakatan antara penabung dengan pihak BMT, misalnya jangka 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan dan seterusnya.

5. Simpanan Investasi Khusus, yakni simpanan khusus bagi perorangan/kolektif jangka waktu minimal 5 tahun dan akan memperoleh bagi hasil khusus yang dapat diambil tiap bulan.
6. Simpanan Haji, yakni simpanan khusus bagi perorangan yang telah mempunyai niat untuk menunaikan ibadah haji. Insyaallah dengan menyetor Rp. 500.000,- tiap bulan penabung akan menunaikan ibadah haji.
7. Simpanan Pensiun, yakni simpanan khusus bagi perorangan yang bisa diambil jika yang bersangkutan telah pensiun.
8. Penghimpunan Saham
Modal sangat diperlukan dalam sebuah usaha, lebih-lebih bagi lembaga keuangan. Ketersediaan modal sendiri sangat menentukan kokohnya BMT.

B. Deskripsi Responden

Data deskriptif responden digunakan untuk menggambarkan keadaan atau kondisi responden yang dapat memberikan informasi tambahan untuk memahami hasil – hasil penelitian. Penyajian data deskriptif penelitian

ini bertujuan agar dapat dilihat profil dari data penelitian tersebut dan hubungan antar variabel yang digunakan dalam penelitian. Dalam hal ini peneliti membagi karakteristik responden menjadi 2 bagian :

a. **Jenis Kelamin**

Adapun data mengenai jenis kelamin nasabah BMT yang diambil sebagai responden adalah sebagai berikut :

Diagram 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



Sumber : Data dari penelitian

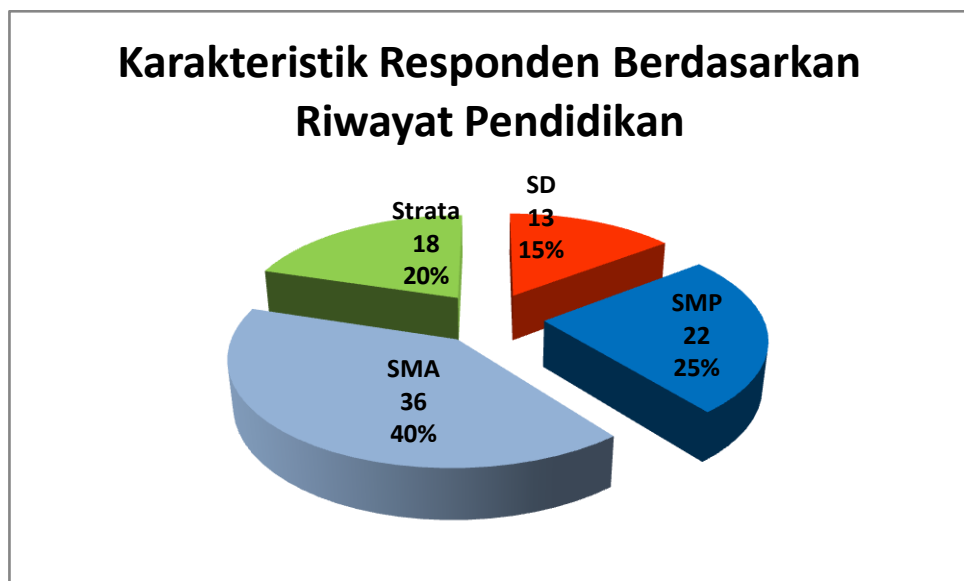
Dari data diatas, jumlah responden yang diteliti berjumlah 89 untuk responden laki-laki berjumlah 51 atau sebesar 57% dan reponden perempuan berjumlah 38 atau 43%.

b. Riwayat Pendidikan

Data mengenai riwayat pendidikan nasabah BMT yang diambil sebagai responden adalah sebagai berikut :

Diagram 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Riwayat Pendidikan



Sumber : Data dari penelitian

Dari data diatas, jumlah responden yang diteliti berjumlah 89 untuk responden. Peneliti menemukan 13 responden yang riwayat pendidikan sampai SD atau 15%, 22 responden yang riwayat pendidikan sampai SMP atau 25%, 36 responden riwayat pendidikan sampai SMA atau 40%, dan 18 responden yang riwayat pendidikan sampai S1/S2 atau 20%.

C. Deskripsi Variabel

1. Kualitas pelayanan (X1)

Kualitas pelayanan dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan 5 indikator yang diubah menjadi 10 pernyataan. Indikator variabel kualitas pelayanan adalah assurance (jaminan), tangibles (bukti nyata), reability (keandalan), empathy (perhatian), responsive (daya tanggap). Data yang terkumpul dari jawaban responden tentang kualitas pelayanan dapat dijelaskan secara rinci pada setiap itemnya, sehingga untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.1

Data Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

ITEM	SKOR JAWABAN									
	1		2		3		4		5	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1. Saya percaya pihak BMT selalu menjaga kerahasiaan setiap nasabahnya.	-	-	-	-	17	19,1	46	51,7	26	29,2
2. Saya merasa karyawan BMT dalam melayani anggotanya selalu sopan dan berpenampilan rapi serta menutup aurat.	-	-	1	1,1	20	22,5	38	42,7	30	33,7
3. Saya percaya karyawan BMT selalu teliti dan profesional dalam melayani transaksi.	1	1,1	12	13,5	20	22,5	40	44,9	16	18
4. Saya merasa karyawan BMT bersungguh-sungguh dalam melayani nasabah.	2	2,2	16	18	22	24,7	36	40,4	13	14,6

5. Karyawan BMT selalu perhatian dan cepat tanggap dalam melayani nasabah.	-	-	10	11,2	40	44,9	32	36	7	7,9
6. Karyawan BMT selalu ramah tamah, tersenyum serta mengucapkan terimakasih pada saat melayani.	-	-	5	5,6	47	52,8	32	36	5	5,6
7. Karyawan BMT mempunyai pengetahuan yang cukup dalam menjawab komplain dari nasabah.	-	-	17	19,1	-	-	57	64	15	16,9
8. Karyawan BMT selalu bertanggung jawab atas kritik dan saran dari anggotanya yang komplain.	-	-	3	3,4	35	39,3	37	41,6	14	15,7

Sumber : Data hasil SPSS, 2017

2. Citra Perusahaan (X2)

Citra perusahaan dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan 4 indikator yang diubah menjadi 8 pernyataan. Indikator variabel citra perusahaan adalah *personality*, *Reputation*, *Value* dan *Corporate*. Data yang terkumpul dari jawaban responden tentang citra perusahaan dapat dijelaskan secara rinci pada setiap itemnya, sehingga untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.2

Data Deskriptif Variabel Citra Perusahaan (X2)

ITEM	SKOR JAWABAN									
	1		2		3		4		5	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1. BMT dapat dipercaya dan bertanggung jawab dalam menjalankan bisnisnya.	-	-	-	-	16	18	60	67,4	13	14,6
2. Dana <i>baitul maal</i> digunakan untuk beramal dan membantu yang tidak mampu.	-	-	7	7,9	17	19,1	57	64	8	9
3. Saya yakin produk dari BMT dapat menjadi solusi dari masalah saya.	-	-	-	-	21	23,6	57	64	11	12,4
4. Saya puas dengan pelayanan jasa yang diberikan BMT.	-	-	-	-	54	60,7	31	34,8	4	4,5
5. Pihak BMT selalu peduli terhadap nasabahnya.	2	2,2	13	14,6	37	41,6	25	28,1	12	13,5
6. Karyawan BMT cepat tanggap terhadap permintaan maupun keluhan nasabah	-	-	-	-	59	66,3	24	27	6	6,7
7. Produk dari BMT bertujuan untuk muamalah	-	-	24	27	32	36	30	33,7	3	3,4
8. Saya percaya BMT menjalankan bisnisny dengan berdasarkan syari'ah islam	-	-	-	-	50	56,2	30	33,7	9	10,1

Sumber : Data hasil SPSS, 2017

3. Lokasi (X3)

Lokasi dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan 8 indikator yang diubah menjadi 8 pernyataan. Indikator variabel lokasi adalah akses, visibilitas, lalu lintas (*traffic*), fasilitas parkir, ekspansi, lingkungan, kompetisi, peraturan pemerintah. Data yang terkumpul dari

jawaban responden tentang lokasi dapat dijelaskan secara rinci pada setiap itemnya, sehingga untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.3
Data Deskriptif Variabel Lokasi (X3)

ITEM	SKOR JAWABAN									
	1		2		3		4		5	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1. Lokasi ke BMT yang mudah dijangkau dengan sarana transportasi	-	-	-	-	11	12,4	62	69,7	16	18
2. Lokasi BMT yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal	-	-	-	-	28	31,5	48	53,9	13	14,6
3. Lokasi BMT berada di daerah yang ramai	-	-	-	-	35	39,3	38	42,7	16	18
4. BMT memiliki tempat parkir yang luas dan aman	-	-	4	4,5	24	27	55	61,8	6	6,7
5. BMT memiliki kantor yang cukup luas	2	2,2	-	-	30	33,7	44	49,4	13	14,6
6. Lingkungan di sekitar kantor yang mendukung kegiatan BMT	-	-	-	-	33	37,1	43	48,3	13	14,6
7. Lokasi BMT yang jauh dari pesaing	1	1,1	-	-	17	19,1	63	70,8	8	9
8. Penempatan lokasi kantor BMT yang sesuai dengan ketentuan peraturan pemerintah	-	-	2	2,2	9	10,1	60	67,4	18	20,2

Sumber : Data hasil SPSS,2017

4. Loyalitas Nasabah (Y)

Loyalitas nasabah dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan 4 indikator yang diubah menjadi 8 pernyataan. Indikator variabel loyalitas nasabah adalah kesediaan untuk menggunakan jasa

secara berulang, menyebarkan informasi positif pada pihak lain, membeli diluar lini produk/jasa, kekebalan daya tarik pesaing. Data yang terkumpul dari jawaban responden tentang loyalitas nasabah dapat dijelaskan secara rinci pada setiap itemnya, sehingga untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.4

Data Deskriptif Variabel Loyalitas Nasabah (Y)

ITEM	SKOR JAWABAN									
	1		2		3		4		5	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1. Saya ingin menggunakan produk/jasa di BMT secara terus - menerus atau berlangganan.	-	-	-	-	35	39,3	48	53,9	6	6,7
2. Saya puas dengan kualitas produk/jasa yang di berikan BMT	-	-	4	4,5	30	33,7	40	44,9	15	16,9
3. Saya memberitahukan/ menyarankan perusahaan kepada keluarga/saudara untuk menjadi nasabah BMT	11	12,4	27	30,3	23	25,8	20	22,5	8	9
4. Saya memberitahukan/ menyarankan perusahaan kepada teman dan rekan-rekan untuk menjadi nasabah BMT	6	6,7	33	37,1	24	27	17	19,1	9	10,1
5. Saya mengetahui macam-macam produk/jasa yang ada di BMT.	-	-	14	15,7	42	47,2	27	30,3	6	6,7
6. Saya ingin menggunakan produk/jasa lainnya yang di miliki BMT	-	-	7	7,9	55	61,8	24	27	3	3,4

7. Saya yakin produk/jasa di BMT lebih unggul dibandingkan produk dari perusahaan lainnya.	-	-	-	-	20	22,5	55	61,8	14	15,7
8. Saya percaya dengan jasa BMT dan tidak tertarik dengan tawaran jasa dari perusahaan lainnya.	-	-	7	7,9	57	64	19	21,3	6	6,7

Sumber : Data hasil SPSS, 2017

D. Analisis Data

1. Uji Validitas

Setelah data terkumpul, maka langkah selanjutnya adalah analisis data. Terlebih dahulu dilakukan uji Validitas instrument, dimana pengujian ini untuk mengetahui valid atau layak tidaknya instrument yang digunakan peneliti dalam penelitian ini. Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan program SPSS. Sedangkan hasil ujinya dapat disajikan dalam tabel berikut ini :

Tabel 4.5

Hasil Uji Validitas

Variabel	No. Item	Corrected Item-Total Correlation	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	1.	,389	Valid
	2.	,475	Valid
	3.	,421	Valid
	4.	,577	Valid
	5.	,651	Valid
	6.	,651	Valid

	7.	,461	Valid
	8.	,583	Valid
Ctra Perusahaan (X2)	1.	,412	Valid
	2.	,575	Valid
	3.	,622	Valid
	4.	,693	Valid
	5.	,505	Valid
	6.	,479	Valid
	7.	,368	Valid
	8.	,515	Valid
Lokasi (X3)	1.	,520	Valid
	2.	,551	Valid
	3.	,611	Valid
	4.	,656	Valid
	5.	,563	Valid
	6.	,498	Valid
	7.	,603	Valid
	8.	,464	Valid
Loyalitas Nasabah (Y)	1.	,602	Valid
	2.	,689	Valid
	3.	,729	Valid
	4.	,780	Valid
	5.	,620	Valid
	6.	,598	Valid
	7.	,514	Valid
	8.	,627	Valid

Sumber : Data hasil SPSS, 2017

Berdasarkan tabel diatas, seluruh item adalah valid karena nilai *Corrected Item- Total Correlation* lebih besar dibandingkan 0,3. Dalam

penelitian ini berarti semua item dalam instrumen memenuhi persyaratan validitas atau shahih secara statistik serta dapat mengukur dengan tepat dan cermat.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas instrumen diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan skala *Alpha Cronbach's* 0 sampai dengan 1. Berikut hasil dari pengujian reliabilitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.6

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach
Kualitas Pelayanan (X1)	0,804
Citra Perusahaan (X2)	0,808
Lokasi (X3)	0,830
Loyalitas Nasabah (Y)	0,873

Sumber : Data hasil SPSS, 2017

Berdasarkan tabel di atas, nilai Alpha Cronbach untuk masing-masing variabel di atas adalah >0,8. Maka dapat disimpulkan bahwa data bersifat sangat reliabel.

3. Uji Normalitas

Uji ini dimaksudkan untuk mengetahui normal tidaknya data yang diperoleh. Salah satu cara untuk mengecek kenormalitasan adalah berdasarkan tabel uji normalitas berikut ini :

Tabel 4.7

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		89
Normal	Mean	0E-7
Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	2,08868287
Most Extreme Differences	Absolute	,111
	Positive	,082
	Negative	-,111
Kolmogorov-Smirnov Z		1,043
Asymp. Sig. (2-tailed)		,227

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Data hasil SPSS, 2017

Tabel diatas menunjukkan bahwa data tersebut berdistribusi normal, ini dapat dilihat dari uji Kolomogorov-Smirnov keempat variabel mempunyai nilai signifikan atau Asymp. Sig. (2-tailed) > 0,05.

4. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi klasik digunakan untuk mengetahui kelayakan dari suatu model regresi. Sebelum melakukan analisis regresi dilakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu. Dalam penelitian ini, uji asumsi klasik yang digunakan antara lain :

a. Uji Multikolinearitas

Uji asumsi dasar ini diterapkan untuk analisis regresi yang terdiri dari dua atau lebih variabel dimana akan diukur tingkat asosiasi (keberatan) hubungan atau pengaruh antar variabel melalui besaran koefisien korelasi.

Deteksi Multikolinearitas yang sering digunakan dalam SPSS yaitu dengan melihat nilai Variance Inflation Factors (VIF) dan tolerance. Jika angka tolerance di atas 0,1 dan $VIF < 10$ dikatakan tidak terdapat gejala multikolinearitas.

Tabel 4.8

Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Kualitas_Pelayanan	,580	1,724
Citra_Perusahaan	,670	1,492
Lokasi	,772	1,296

a. Dependent Variable : Loyalitas_Nasabah

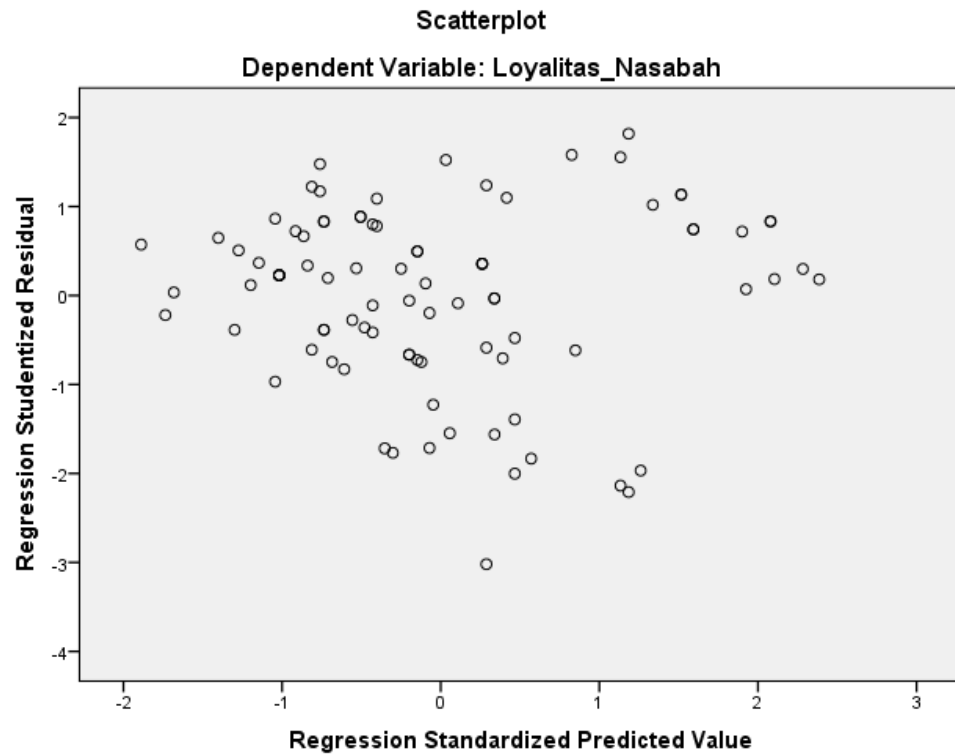
Sumber : Data hasil SPSS, 2017

Tabel diatas menunjukkan bahwa hasil uji multikolinearitas untuk variabel kualitas pelayanan dengan VIF sebesar 1,724 dan tolerance sebesar 0,580 , variabel citra perusahaan dengan VIF sebesar 1,492 dan tolerance 0,670 , variabel lokasi dengan VIF sebesar 1,296 dan tolerance 0,772. Artinya bahwa data tersebut tidak terdapat gejala multikolinearitas, karena angka tolerance diatas 0,1 dan VIF <10.

b. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas terjadi jika pada scatterplot titik-titik hasil pengolahan data antara ZPRED dan SREID menyebar dibawah maupun diatas titik origin (angka 0) pada sumbu Y dan titik mempunyai pola yang teratur.

Heteroskedastisitas terjadi jika pada scatterplot titik-titiknya mempunyai pola yang teratur baik menyempit, melebar maupun gelombang.

Gambar 4.1**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Dalam penelitian berdasarkan gambar 4.1 diatas menunjukkan hasil output SPSS gambar scatterplot didapatkan titik-titik menyebar dibawah dan diatas sumbu Y dan tidak mempunyai pola yang teratur, sehingga dapat disimpulkan bahwa gambar diatas menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

5. Uji Regresi Linear Berganda

Analisisregresi linear berganda digunakan untuk menguji pengaruh antara dua atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 4.9
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-11,598	2,260		-5,131	,000
1 Kualitas_Pelayanan	,896	,080	,684	11,148	,000
Citra_Perusahaan	,270	,066	,233	4,089	,000
Lokasi	,160	,071	,119	2,244	,027

a. Dependent Variable: Loyalitas_Nasabah

Sumber : Data hasil SPSS, 2017

Dari output diatas (*Coefficient*), digunakan untuk menggambarkan persamaan regresi berikut ini $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$ atau $Y = -11,598 + 0,896X_1 + 0,270 X_2 + 0,160 X_3$.

Keterangan dari tabel diatas adalah :

- a) Konstanta sebesar -11,598 artinya jika variabel kualitas pelayanan(X_1), citra perusahaan(X_2) dan lokasi(X_3) dalam keadaan tetap atau sama dengan 0 (nol), maka loyalitas nasabah(Y) mengalami penurunan sebesar-11,598.
- b) Koefisien regresi X_1 sebesar 0,896 menunjukkan peningkatan1 satuan kualitas pelayanan akan meningkatkan loyalitas nasabah sebesar 0,896. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara kualitas

pelayanan dengan loyalitas nasabah, semakin baik faktor kualitas pelayanan maka semakin meningkat loyalitas nasabah.

- c) Koefisien regresi X_2 sebesar 0,270 menunjukkan peningkatan 1 satuan citra perusahaan akan meningkatkan loyalitas nasabah sebesar 0,270. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara citra perusahaan dengan loyalitas nasabah, semakin baik faktor citra perusahaan maka semakin meningkat loyalitas nasabah.
- d) Koefisien regresi X_3 sebesar 0,160 menunjukkan peningkatan 1 satuan lokasi akan meningkatkan loyalitas nasabah sebesar 0,160. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara lokasi dengan loyalitas nasabah, semakin baik faktor lokasi maka semakin meningkat loyalitas nasabah.

6. Uji Hipotesis

a. Uji t

Tujuan dari pengujian ini adalah untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.

Tabel 4.10**Hasil Uji t****Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-11,598	2,260		-5,131	,000
1 Kualitas_Pelayanan	,896	,080	,684	11,148	,000
Citra_Perusahaan	,270	,066	,233	4,089	,000
Lokasi	,160	,071	,119	2,244	,027

a. Dependent Variable: Loyalitas_Nasabah

Sumber : Data hasil SPSS, 2017

Berdasarkan tabel diatas dengan menggunakan Uji t yang dilihat dari tabel

Coefficients, dapat dilihat :

- a) Kualitas Pelayanan = t hitung 11,148 dan signifikansi 0,000
- b) Citra Perusahaan = t hitung 4,089 dan signifikansi 0,000
- c) Lokasi = t hitung 2,244 dan signifikansi 0,027

Dengan nilai signifikansi tersebut, maka secara parsial kualitas pelayanan, citra perusahaan dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan signifikansi $< 0,05$. Dengan melihat koefisien regresi, terlihat bahwa variabel kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang paling besar terhadap loyalitas nasabah dibandingkan variabel citra perusahaan dan lokasi. Hal ini dapat ditunjukkan di tabel *Coefficients* pada kolom *Unstandardized coefficients B*, yakni Nilai

Koefisien Regresi dari variabel Kualitas Pelayanan paling besar yaitu 0,896.

b. Uji f

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel – variabel independen secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi variabel dependen.

Tabel 4.11

Hasil Uji f

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1684,181	3	561,394	124,296	,000 ^b
Residual	383,908	85	4,517		
Total	2068,090	88			

a. Dependent Variable: Loyalitas_Nasabah

b. Predictors: (Constant), Lokasi, Citra_Perusahaan, Kualitas_Pelayanan

Sumber : Data hasil SPSS, 2017

Berdasarkan Uji dari Tabel ANOVA diatas, dapat diketahui bahwa, secara bersama-sama (simultan) variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Hal ini dapat dilihat dan dibuktikan dengan nilai F sebesar 124,296 dengan probabilitas **0,000^b**. Karena probabilitas kurang dari batas probabilitas yakni **0,05** atau **5%**. Maka secara bersama-sama (simultan) kualitas pelayanan, citra perusahaan dan lokasi mempengaruhi loyalitas nasabah di BMT Dinar Amanu Tulungagung.

7. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian Koefisien Determinasi tujuannya adalah untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel-variabel dependen.

Tabel 4.12

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,902 ^a	,814	,808	2,12522

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Citra_Perusahaan, Kualitas_Pelayanan

b. Dependent Variable: Loyalitas_Nasabah

Sumber : Data hasil SPSS, 2017

Nilai R Square atau koefisien determinasi berkisaran antara 0 sampai 1. Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa angka koefisien determinasi adalah 0,814 atau 81,4%. Sehingga dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan, citra perusahaan dan lokasi memberikan kontribusi terhadap loyalitas nasabah sebesar 81,4%. Sisanya 18,6% dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel penelitian.