

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Profil Lembaga**

##### 1. Sejarah Berdirinya KOPSYAH BMT Muamalah Tulungagung<sup>1</sup>

BMT adalah milik masyarakat yang didirikan oleh masyarakat, dikelola oleh masyarakat dan harus bermanfaat oleh masyarakat, sehingga keberadaanya akan selalu dikontrol dan diawasi oleh masyarakat. Pendirian BMT diawali dengan pembentukan Panitia Persiapan Pembentukan BMT (P3B) yang bertugas mensosialisasikan BMT kepada tokoh – tokoh masyarakat, mempersiapkan pengurus dan pengelola serta mencari dukungan modal awal dengan keanggotaan BMT berjumlah minimal 20 orang.

BMT adalah lembaga ekonomi keuangan mikro syariah yang orientasinya pada profit *oriented* dan *non profit* yang didirikan oleh beberapa alumni STAIN Tulungagung pada rapat pembentukan koperasi yang diselenggarakan pada tanggal 15 Juli 1998 yaitu Bapak Nyadien, Bapak Ahmad Thohir, Bapak M. Agus Salim dan juga pihak-pihak lainnya seperti Bapak Muh. Isa Anshori dan Lyssa Sutiningsih, yang kemudian disahkan oleh Kepala Kantor Departemen Koperasi Pengusaha Kecil dan Menengah Kabupaten Tulungagung No.02/II/KDK.13/18/VIII/1998 pada tanggal 28 Agustus 1998, dengan nama koperasi Baitul Maal Wa Tamwil (KBMT

---

<sup>1</sup> RAT BMT Muamalah, 2016

Muamalah) yang beralamat di Jl. HR. Fatah Kios No. 33 Tulungagung yang kemudian sekarang bernama Kopsyah BMT Muamalah yang beralamat di Jl. MT Haryono IV/06 Tulungagung. Seperti yang dipaparkan oleh salah satu pengurus di Kopsyah BMT Muamalah Bpk H.S sebagai berikut :  
Sebenarnya dulu Kopsyah BMT Muamalah menjadi satu dengan BMT Pahlawan pusat pada tahun 1998 yang beralamat di Jl. HR. Fatah Kios No. 33 atau depan pasar Ngemplak Tulungagung. Kemudian Kopsyah BMT Muamalah mulai berdiri sendiri dan mencari tempat baru untuk menjalankan operasionalnya yang bertempat di Jl. MT Haryono IV/06 Tulungagung hingga sampai sekarang ini.

Kopsyah BMT Muamalah yang sekarang beralamat di Jl. MT Haryono IV/06 Tulungagung, yang sebelumnya beralamat di Jl. HR. Fatah Kios No. 33 Tulungagung ini mengembangkan usahanya pada sector keuangan dan sosial. Usaha ini seperti usaha perbankan yakni menghimpun dana anggota dan calon anggota (nasabah) serta menyalurkan kepada sector ekonomi yang halal dan menguntungkan. Usaha menghimpun serta menyalurkan atau pembiayaan pada Kopsyah BMT Muamalah adalah simpanan *murabahah*, tabungan, deposito dan *rahn*. Sedangkan untuk produk pembiayaan adalah *ba'i bitsaman ajil* dan *qordul hasan*.

2. Asas KOPSYAH BMT Muamalah Tulungagung<sup>2</sup>

BMT ini mengikuti gerakan BMT berazaskan “masyarakat yang *salaam* : penuh keselamatan, kedamaian dan kesejahteraan”.

3. Visi dan Misi KOPSYAH BMT Muamalah Tulungagung<sup>3</sup>

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 umat manusia.

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

4. Tujuan KOPSYAH BMT Muamalah Tulungagung<sup>4</sup>

BMT bertujuan mewujudkan kehidupan anggota, keluarga dan masyarakat di sekitar BMT yang selamat, damai dan sejahtera melalui pengelolaan BMT yang sesuai dengan prinsip-prinsip dasar insan BMT.

5. Susunan Pengawas, Pengelola dan Pengurus<sup>5</sup>

Adapun susunan kelembagaan BMT Muamalah Tulungagung adalah sebagai berikut :

---

<sup>2</sup> *Ibid.*, Hal. 14

<sup>3</sup> *Ibid.*, Hal. 14

<sup>4</sup> *Ibid.*, Hal. 14

<sup>5</sup> *Ibid.*, Hal. 19

Tabel 4.2

## Susunan Pengawas BMT Muamalah Tulungagung

No	Nama	Alamat	Jabatan
1.	Achmad Tohir, M.Ag	Tulungagung	Pengawas
2.	M. Agus Salim, M.Pd	Blitar	Pengawas
3.	Nurul Amin, M.Ag	Tulungagung	Pengawas

Sumber: diolah dari RAT BMT Muamalah

Tabel 4.3

## Susunan Pengelola BMT Muamalah Tulungagung

No	Nama	Alamat	Jabatan
1.	Agung Hariyadi	Tulungagung	Manager
2.	Nurul Khusnaeni, SE	Tulungagung	Kasir
3.	Khairunisyah	Tulungagung	Marketing
4.	Linda Tety Suciawanty	Tulungagung	Marketing

Sumber: diolah dari RAT BMT Muamalah

Tabel 4.4

## Susunan Pengurus BMT Muamalah Tulungagung

No	Nama	Alamat	Jabatan
1.	H. Nyadin, M.AP	Tulungagung	Ketua
2.	Hasan Sultoni, M.Sy	Tulungagung	Sekretaris
3.	Heni Suparyatin. SE	Tulungagung	Bendahara

Sumber: diolah dari RAT BMT Muamalah

#### 6. Bidang Usaha KOPSYAH BMT Muamalah Tulungagung

Sebagai mitra pengusaha kecil, KOPSYAH BMT Muamalah Tulungagung bertekad membantu mengurangi kemiskinan dengan meningkatkan ekonomi mereka. Salah satu cara KOPSYAH BMT

Muamalah Tulungagung untuk merealisasikan usaha ini adalah dengan bidang usaha pembiayaan.

Kegiatan pembiayaan merupakan salah satu produk KOPSYAH BMT Muamalah Tulungagung. Pembiayaan BMT adalah pemberian modal atau menyediakan barang yang dibutuhkan untuk keperluan usaha para pengusaha kecil agar usaha mereka semakin berkembang. Jadi yang dibiayai BMT adalah usahanya bukan orangnya. Oleh sebab itu dalam setiap pembiayaan berarti telah terjadi akad kerjasama (*syirkah*) antara BMT (sebagai pemilik modal) dengan pengusaha kecil (sebagai pemakai modal) untuk bersama –sama mengembangkan usaha. Sebagai lembaga keuangan syariah, tentu saja BMT memakai system yang sesuai syariah Islam. Dalam kerjasama inilah akan diperoleh bagian pendapatan.

Adapun jenis – jenis pembiayaan yang dilakukan BMT antara lain :

- a. Pembiayaan *Bai'Bitsaman Ajil* adalah system pembiayaan dengan akad jual beli , dimana nasabah membutuhkan barang (alat sarana usaha) dan BMT menyediakan barangnya. Kemudian nasabah membelinya di BMT dengan pembayaran diangsur. Mengenai besarnya angsuran dan lamanya pembayaran ditentukan berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak.
- b. Pembiayaan *Qordul Hasan* adalah pembiayaan yang tidak memungut bagi hasil kepada nasabah (peminjam) walau untuk usaha dan ada hasilnya. Dan jika bangkrut yang bersangkutan

akan dibebaskan dari pinjaman. Contoh : untuk pembelian obat, untuk memberi modal bagi orang yang tidak mampu.

#### 7. Pengelolaan Zakat, Infaq, Shodaqoh dan Wakaf

Sebagaimana dijelaskan dimuka bahwa kegiatan Baitul Maal BMT adalah mengumpulkan zakat, infaq, sodaqoh dan hibah dari para Aghniya; dan menyalurkannya kepada golongan 8 asnaf serta anak – anak yatim piatu dan kaum dhuafa' lainnya. Dasar pelaksanaan program ini adalah Undang-undang RI nomor 38 tahun 1999 tentang pengelolaan zakat, dimana dengan UU tersebut BMT secara legal dapat berperan sebagai Lembaga Amil Zakat (LAZ) yang berfungsi pengumpul, pengelola sekaligus penyalur zakat, infaq, shodaqoh, hibah dan sejenis. Tujuan program ZIS ini adalah dilaksanakan semata – mata untuk :

Pertama :

Meminta hak dari para fakir miskin pada harta orang kaya sebagaimana firman Allah : *”Dan pada harta mereka terdapat hak orang miskin yang meminta dan yang tidak berkecukupan ( tetapi tidak meminta)”*. (QS. Al.Dzariat [51] : 19 )”*Jika mereka bakhilmakahartaitu akan dikalungkan di hari kiamat“ ( QS. Ali Imron [3]: 180 )”*

Kedua :

Penyaluran ZIS secara efektif dan tepat guna sesuai sasaran . Konsep pengelolaan ZIS yang ingin dikembangkan KOPSYAH BMT Muamalah Tulungagung adalah bagaimana ZIS itu dapat memerdekakan kaum miskin .

Untuk itu orang yang diberi dana semakin hari harus semakin mandiri hingga akhirnya lahir muzaqqi – muzaqqi baru, bukan sebaliknya semakin diberi ZIS semakin abadi gelar kemiskinannya.

Ketiga :

Untuk mengikis kesenjangan sosial yang semakin hari semakin menganga antara si kaya dan si miskin . Rasulullah SAW bersabda :  
“*Bukanlah golonganku, orang ( besar ) yang tidak belas kasih pada orang kecil dan orang ( Kecil ) yang tidak menghargai orang besar*” (HR. Anas).

## **B. Profil Responden**

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah pembiayaan BMT Muamalah Tulungagung. Adapun jumlah sampel yang ditentukan sebagai sampel adalah sebanyak 78 nasabah dengan teknik *sample random sampling*. Setiap responden diberikan angket untuk memberikan jawaban atas pernyataan yang telah disediakan yang diukur dengan menggunakan *skala likert*.

## **C. Karakteristik Responden**

Sebelum dilakukan analisis, terlebih dahulu peneliti menjelaskan mengenai data-data responden yang digunakan sebagai populasi yang diambil dari nasabah pembiayaan BMT Muamalah Tulungagung.

### **1. Jenis Kelamin Responden**

Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner yang diberikan kepada 78 responden, dapat diketahui bahwa presentase jenis kelamin adalah sebagai berikut :

Tabel 4.5

**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Prosentase
1	Laki-laki	42	54%
2	Perempuan	36	46%
	Total	78	100%

Sumber : Data angket diolah, 2017

Berdasarkan tabel jenis kelamin di atas dengan total 78 nasabah pembiayaan *ba'i bitsaman ajil* yang menjadi responden, diketahui bahwa 54% adalah nasabah pembiayaan *ba'i bitsaman ajil* dengan jenis kelamin laki-laki dan 46% adalah nasabah pembiayaan *ba'i bitsaman ajil* perempuan, presentase tersebut menunjukkan bahwa nasabah pembiayaan *ba'i bitsaman ajil* di BMT Muamalah Tulungagung adalah didominasi oleh nasabah laki-laki meskipun berbanding sedikit dengan nasabah perempuan.

## 2. Usia Responden

Adapun data mengenai usia responden dari nasabah pembiayaan BMT Muamalah Tulungagung adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6

**Usia Responden**

No	Usia Responden	Jumlah	Prosentase
1	20 – 25 tahun	6	7,7%
2	26 – 30 tahun	19	24,3%
3	31 – 35 tahun	10	12,8%
4	36 – 40 tahun	18	23,1%
5	>41 tahun	25	32,1%

<b>Total</b>	<b>78</b>	<b>100%</b>
--------------	-----------	-------------

Sumber : Data angket diolah, 2017

Berdasarkan tabel karakteristik usia responden nasabah pembiayaan dapat diketahui bahwa, sebagian besar nasabah pengguna produk pembiayaan *ba'i bitsaman ajil* adalah mereka yang berada pada range usia >41 tahun yaitu sebanyak 25 orang dengan tingkat presentase 32,1%, diikuti usia 26-30 tahun yaitu sebanyak 19 orang dengan tingkat presentase 24,3% yang tidak jauh berbeda dengan range usia 36-40 tahun yaitu sebanyak 18 orang dengan tingkat presentase 23,1%, kemudian usia 31-35 tahun yaitu sebanyak 10 orang dengan tingkat presentase 12,8%, dan yang terakhir pada range usia 20-25 tahun yaitu sebanyak 6 orang dengan tingkat presentase 7,7%.

### 3. Pendidikan Terakhir Responden

Adapun data mengenai pendidikan terakhir responden dari nasabah pembiayaan BMT Pahlawan Tulungagung adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.7**

#### **Pendidikan Terakhir Responden**

<b>No</b>	<b>Pendidikan Terakhir Responden</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Prosentase</b>
1	SD	6	7,7%
2	SMP	15	19,2%
3	SMA	48	61,6%
4	S1	9	11,5%
5	S2	-	-
<b>Total</b>		<b>78</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data angket diolah, 2017

Dari tabel 4.7 diketahui bahwa, karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir pada nasabah pembiayaan di BMT Muamalah Tulungagung didominasi oleh responden lulusan SMA. Dimana nasabah tabungan lulusan SMA yang menjadi responden dalam penelitian ini sebanyak 48 orang atau 61,6%, lulusan SMP sebanyak 15 orang atau 19,2%, lulusan S1 sebanyak 9 orang atau %, lulusan SD sebanyak 6 orang atau 7,7% sedangkan sisanya untuk lulusan S2 peneliti tidak menemukan responden yang lulusan S2. Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir ini menunjukkan bahwa BMT Muamalah Tulungagung diminati dari berbagai kalangan, dari kalangan menengah keatas sampai kalangan menengah kebawah.

#### 4. Pekerjaan Responden

Adapun data mengenai pekerjaan responden dari nasabah pembiayaan BMT Muamalah Tulungagung adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.8**

#### **Pekerjaan Responden**

<b>No</b>	<b>Pekerjaan Responden</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Prosentase</b>
1	Pegawai Swasta	21	27%
2	Ibu Rumah Tangga	7	8,9%
3	PNS	11	14,1%
4	Wiraswasta	39	50%
	Total	78	100%

Sumber : Data angket diolah, 2017

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa responden yang pekerjaannya sebagai wiraswasta memiliki jumlah terbesar yakni sebesar 39 responden (50%). Hal itu terjadi karena nasabah terbanyak dari BMT Muamalah Tulungagung adalah nasabah yang berprofesi sebagai pedagang, petani maupun peternak diwilayah Tulungagung dan sekitarnya. Dan pegawai swasta berada di urutan kedua yaitu sebesar 21 responden (27%), dan pegawai negeri berada pada urutan ketiga yakni berjumlah 11 responden (14,1%), sedangkan yang berada pada urutan terendah adalah ibu rumah tangga sebanyak 7 orang responden (8,9%).

#### 5. Pendapatan Responden

Adapun data mengenai pendapatan responden dari nasabah pembiayaan BMT Muamalah Tulungagung adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.9**

#### **Pendapatan Responden**

<b>No</b>	<b>Pendapatan Responden</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Prosentase</b>
1	<1 juta	8	10,3%
2	1 s/d 3 juta	37	47,4%
3	3 s/d 5 juta	23	29,5%
4	>5 juta	10	12,8%
	Total	78	100%

Sumber : Data angket diolah, 2017

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa responden yang pendapatannya sebesar 1 sampai dengan 3 juta memiliki jumlah terbanyak yaitu sebesar 37 responden atau 47,4%. Dan pendapatan 3 – 5 juta berada

diurutan kedua yaitu sebesar 23 responden (29,5%). Pendapatan >5 juta berada diposisi ke 3 dengan total responden 10 (12,8%) sedangkan yang terkecil berjumlah 8 responden (10,3%).

#### D. Deskripsi Data

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari *Corporate Image*, *Corporate Reputation* dan Kualitas Pelayanan sebagai variabel bebas dan Kepercayaan sebagai variabel terikat. Data variabel-variabel tersebut diperoleh dari hasil angket yang telah disebar oleh peneliti. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar berikut:

**Tabel 4.9**

**Data Deskripsi Variabel *Corporate Image* ( $X_1$ )**

Indikator / Item	Skor Jawaban				
	5	4	3	2	1
<b>1. <i>Personality</i> (sikap)</b>					
<b>a.</b> Karyawan BMT Muamalah menghormati kepentingan nasabah	20	20	35	3	0
<b>b.</b> Karyawan BMT Muamalah selalu ramah, senyum dan salam	11	18	39	10	0
<b>2. <i>Value</i> (budaya perusahaan)</b>					
<b>a.</b> Karyawan BMT Muamalah cepat tanggap terhadap keluhan nasabah.	19	31	28	0	0
<b>b.</b> BMT Muamalah selalu peduli terhadap nasabah	15	21	40	2	0
<b>3. <i>Corporate Identity</i> (Identitas Perusahaan)</b>					
<b>a.</b> Warna pada logo BMT Muamalah cukup menarik	12	25	38	3	0
<b>b.</b> Logo atau simbol BMT Muamalah mudah diingat oleh nasabah	19	31	28	0	0
<b>4. <i>Likeability</i> (Perhatian karyawan secara personal).</b>					
<b>a.</b> Karyawan BMT Muamalah memberikan perhatian secara	15	21	40	2	0

invidual terhadap nasabah					
b. Karyawan BMT Muamalah memberikan perhatian terhadap segala keluhan nasabah	12	25	38	3	0
<b>Total F</b>	<b>123</b>	<b>192</b>	<b>286</b>	<b>23</b>	<b>0</b>
<b>Total %</b>	<b>19,7%</b>	<b>30,8%</b>	<b>45,8%</b>	<b>3,7%</b>	<b>0</b>

Sumber: Data primer, 2017

Pada tabel 4.9 dapat diketahui bahwa, dari 78 responden nasabah pembiayaan *ba'i bitsaman ajil* jawaban yang tertinggi menyatakan netral terhadap *corporate image* atau citra perusahaan yang dimiliki BMT Muamalah Tulungagung. Dimana jawaban netral sebanyak 286 butir atau 45,8% anggota, jawaban yang sangat setuju sebanyak 123 butir atau 19,7% anggota, jawaban setuju 192 butir atau 30,8%, tidak setuju 23 butir atau 3,7%. Dengan tanggapan netral pada setiap item pertanyaan yang diajukan pada variabel *Corporate image* menunjukkan bahwa *Corporate image* yang dimiliki BMT Muamalah Tulungagung selama ini kurang memenuhi sikap, budaya perusahaan, identitas perusahaan, perhatian karyawan secara personal oleh lembaga sehingga mendapatkan tanggapan positif dari nasabah.

**Tabel 4.10**

**Data Deskripsi Variabel *Corporate Reputation* (X<sub>2</sub>)**

Indikator / Item	Skor Jawaban				
	5	4	3	2	1
<b>1. Kinerja perusahaan</b>					
a. BMT Muamalah menggunakan kartu angsuran untuk mencatat angsuran nasabah	13	44	21	0	0
b. BMT Muamalah menggunakan blanko pengajuan pembiayaan pada setiap nasabah akan melakukan	3	46	29	0	0

pembiayaan					
2. Kemudahan mengenal nama perusahaan					
a. Saya mendapatkan informasi mengenai BMT Muamalah melalui teman saya atau surat kabar.	7	41	30	0	0
b. Bidang pemasaran BMT Muamalah membantu memperjelas Informasi yang dibutuhkan nasabah	11	48	19	0	0
3. Kondisi lingkungan kantor					
a. BMT Muamalah berdekatan dengan tempat ibadah sehingga nasabah tidak kebingungan mencari tempat ibadah ketika berada di BMT	23	48	7	0	0
b. Lokasi BMT Muamalah mudah untuk ditemukan	18	60	0	0	0
4. Bangunan kantor terawat					
a. Tingkat kebersihan BMT Muamalah membuat nasabah nyaman	7	57	14	0	0
b. Bangunan BMT Muamalah terawat dengan baik	11	56	11	0	0
<b>Total F</b>	<b>93</b>	<b>400</b>	<b>131</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Total %</b>	<b>14,9%</b>	<b>64,1%</b>	<b>21%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>

Sumber: Data primer, 2017

Pada tabel 4.10 dapat diketahui bahwa, dari 78 responden nasabah pembiayaan *ba'i bitsaman ajil* jawaban yang tertinggi menyatakan setuju terhadap *corporate reputation* atau reputasi perusahaan yang dimiliki BMT Muamalah Tulungagung. Dimana jawaban setuju sebanyak 400 butir atau 64,1% anggota, jawaban yang sangat setuju sebanyak 93 butir atau 14,9% anggota, jawaban netral 131 butir atau 21%. Dengan tanggapan setuju pada setiap item pertanyaan yang diajukan pada variabel *Corporate reputation* menunjukkan bahwa *Corporate reputation* yang dimiliki BMT Muamalah Tulungagung selama ini sudah memenuhi tanggung jawabnya sebagai lembaga yang mempunyai kinerja perusahaan yang baik, kemudahan dalam mengenal nama

perusahaan serta kondisi lingkungan kantor dan bangunan kantor yang terawat sehingga mendapatkan tanggapan positif dari nasabah.

**Tabel 4.11**

**Data Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>3</sub>)**

Indikator / Item	Skor Jawaban				
	5	4	3	2	1
<b>1. Taingable (Bukti fisik)</b>					
a. Fasilitas dan tingkat kebersihan BMT Muamalah membuat nasabah nyaman dalam bertransaksi	1	56	21	0	0
<b>2. Reliability (Kehandalan)</b>					
a. Karyawan mempunyai pengetahuan yang memadai tentang produk yang ditawarkan.	5	58	15	0	0
b. Saya mendapatkan informasi mengenai BMT Muamalah melalui teman saya atau surat kabar.	13	42	14	9	0
<b>3. Responsiveness (Daya Tanggap)</b>					
a. Bidangpemasaran BMT Muamalah membantu memperjelas Informasi yang dibutuhkan nasabah	1	29	34	13	1
b. BMT Muamalah berdekatan dengan tempat ibadah sehingga nasabah tidak kebingungan mencari tempat ibadah ketika berada di BMT	4	33	40	1	0
<b>4. Assurance (Jaminan Kepastian)</b>					
a. Lokasi BMT Muamalah mudah untuk ditemukan	6	44	21	6	1
<b>5. Emphaty (Empati)</b>					
a. Tingkat kebersihan BMT Muamalah membuat nasabah nyaman	8	46	19	5	0
b. Bangunan BMT Muamalah terawat dengan baik	12	43	20	3	0
<b>Total F</b>	<b>50</b>	<b>351</b>	<b>184</b>	<b>37</b>	<b>2</b>
<b>Total %</b>	<b>8%</b>	<b>56,2%</b>	<b>29,6%</b>	<b>5,9%</b>	<b>0,3%</b>

Sumber: Data primer, 2017

Pada tabel 4.11 dapat diketahui bahwa, dari 78 responden nasabah pembiayaan *ba'i bitsaman ajil* jawaban yang tertinggi menyatakan setuju terhadap kualitas pelayanan yang dimiliki BMT Muamalah Tulungagung. Dimana jawaban setuju sebanyak 351 butir atau 56,2% anggota, jawaban yang sangat setuju sebanyak 50 butir atau 8% anggota, jawaban netral 184 butir atau 29,6% anggota, jawaban tidak setuju 37 butir atau 5,9% anggota dan sangat tidak setuju 2 butir atau 0,3% . Dengan tanggapan setuju pada setiap item pertanyaan yang diajukan pada variabel kualitas pelayanan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang dimiliki BMT Muamalah Tulungagung selama ini sudah memenuhi tanggung jawabnya sebagai lembaga yang mempunyai bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan kepastian, dan empati sehingga mendapatkan tanggapan positif dari nasabah.

**Tabel 4.12**

**Data Deskripsi Variabel Kepercayaan (Y)**

Indikator / Item	Skor Jawaban				
	5	4	3	2	1
1. Kinerja sesuai harapan nasabah					
a. Karyawan BMT Muamalah selalu bekerja sesuai dengan baik.	24	50	4	0	0
b. Karyawan BMT Muamalah mempunyai tanggungjawab sosial dalam masyarakat.	29	45	4	0	0
2. Kepercayaan telah mengerjakan sesuai standar					
a. Karyawan BMT Muamalah bekerja dengan cepat dan tanggap pada nasabah.	31	47	0	0	0
b. BMT Muamalah bekerja sesuai dengan prosedur SOP.	15	37	26	0	0
3. Kepercayaan bahwa pelayanan					

konsisten					
a. Karyawan BMT Muamalah bekerja dengan konsisten pada job nya masing – masing.	20	47	11	0	0
b. Karyawan BMT Muamalah selalu siap untuk melayani nasabah jika diperlukan.	4	49	23	2	0
4. Kepercayaan perusahaan bertahan lama					
a. BMT Muamalah merupakan lembaga yang telah dipercaya masyarakat sejak lama.	12	40	24	2	0
b. BMT Muamalah merupakan lembaga yang mempunyai tanggungjawab sosial dalam masyarakat.	17	46	14	1	0
<b>Total F</b>	<b>152</b>	<b>361</b>	<b>106</b>	<b>5</b>	<b>0</b>
<b>Total %</b>	<b>24,4%</b>	<b>57,9%</b>	<b>16,9%</b>	<b>0,8%</b>	<b>0%</b>

Sumber: Data primer, 2017

Pada tabel 4.12 dapat diketahui bahwa, dari 78 responden nasabah pembiayaan *ba'i bitsaman ajil* jawaban yang tertinggi menyatakan setuju terhadap kepercayaan kepada BMT Muamalah Tulungagung. Dimana jawaban setuju sebanyak 361 butir atau 57,9% anggota, jawaban yang sangat setuju sebanyak 152 butir atau 24,4% anggota, jawaban netral 106 butir atau 16,9% anggota, jawaban tidak setuju 5 butir atau 0,8% anggota. Dengan tanggapan setuju pada setiap item pertanyaan yang diajukan pada variabel kepercayaan menunjukkan bahwa kepercayaan kepada BMT Muamalah Tulungagung ini menunjukkan bahwa selama ini sudah memenuhi tanggung jawabnya sebagai lembaga yang mempunyai kinerja yang sesuai dengan harapan nasabah, kepercayaan telah mengerjakan sesuai standar, kepercayaan bahwa pelayanannya

konsisten dan kepercayaan terhadap perusahaan bertahan lama sehingga mendapatkan tanggapan positif dari nasabah.

## E. Uji Validitas dan Reliabilitas

### 1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan analisis untuk mengukur valid atau tidaknya butir-butir kuisioner menggunakan metode *Pearson's Product Moment Correlation*. Suatu data dapat dikatakan valid ketika  $r_{hitung}$  lebih besar dari pada  $r_{tabel}$ . Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 78 responden. Dari jumlah responden tersebut, dapat diketahui besarnya  $r_{tabel}$  adalah 0,223 ( $df = n-2 = 78-2 = 76$ ) dengan taraf kesalahan sebesar 5%. Jadi, data dikatakan valid ketika nilai  $r_{hitung}$  pada *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari 0,223. Berikut hasil uji validitas dari masing-masing variabel :

**Tabel 4.13**

### Keputusan Uji Validitas

Variabel	Butir Pernyataan	Corrected Item-Total Correlation	r tabel	Keterangan
<i>Corporate image</i> (X1)	Pernyataan 1	0,624	0,223	Valid
	Pernyataan 2	0,678	0,223	Valid
	Pernyataan 3	0,599	0,223	Valid
	Pernyataan 4	0,600	0,223	Valid
	Pernyataan 5	0,434	0,223	Valid
	Pernyataan 6	0,599	0,223	Valid
	Pernyataan 7	0,600	0,223	Valid
	Pernyataan 8	0,434	0,223	Valid
<i>Corporate Reputation</i> (X2)	Pernyataan 1	0,395	0,223	Valid
	Pernyataan 2	0,318	0,223	Valid
	Pernyataan 3	0,388	0,223	Valid

	Pernyataan 4	0,408	0,223	Valid
	Pernyataan 5	0,394	0,223	Valid
	Pernyataan 6	0,351	0,223	Valid
	Pernyataan 7	0,353	0,223	Valid
	Pernyataan 8	0,384	0,223	Valid
Kualitas Pelayanan (X3)	Pernyataan 1	0,530	0,223	Valid
	Pernyataan 2	0,363	0,223	Valid
	Pernyataan 3	0,616	0,223	Valid
	Pernyataan 4	0,488	0,223	Valid
	Pernyataan 5	0,323	0,223	Valid
	Pernyataan 6	0,582	0,223	Valid
	Pernyataan 7	0,418	0,223	Valid
	Pernyataan 8	0,367	0,223	Valid
Kepercayaan (Y)	Pernyataan 1	0,386	0,223	Valid
	Pernyataan 2	0,415	0,223	Valid
	Pernyataan 3	0,418	0,223	Valid
	Pernyataan 4	0,531	0,223	Valid
	Pernyataan 5	0,336	0,223	Valid
	Pernyataan 6	0,349	0,223	Valid
	Pernyataan 7	0,431	0,223	Valid
	Pernyataan 8	0,336	0,223	Valid

Berdasarkan tabel-tabel di atas, dapat diketahui bahwa seluruh item pernyataan dari instrument *Corporate image* (X1), *Corporate Reputation* (X2), Kualitas Pelayanan (X3) dan Kepercayaan (Y) adalah valid. Hal tersebut dapat diketahui berdasarkan nilai  $r_{hitung}$  pada *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari  $r_{tabel}$  yaitu 0,223.

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas instrumen dipergunakan 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 4.14**

**Hasil uji reliabilitas variabel**

<b>Reliability Statistics</b>			
<b>Variabel</b>	<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>Cronbach's Alpha Based on Standardized Items</b>	<b>Keterangan</b>
<i>Corporate image</i>	,840	,839	Reliable
<i>Corporate reputation</i>	,682	,684	Reliable
Kualitas pelayanan	,758	,760	Reliable
Kepercayaan	,707	,711	Reliable

*Sumber: Output SPSS 21, data primer, 2017*

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* yang lebih besar dari daripada 0,60. Menurut Triton, hal ini menunjukkan bahwa instrument dinyatakan *Reliable*. Dengan demikian, instrument penelitian tersebut memiliki hasil pengukuran yang konsisten.

#### **F. Uji Asumsi Klasik**

Untuk meyakinkan bahwa persamaan garis regresi yang diperoleh adalah linier dan dapat dipergunakan (valid) untuk mencari peramalan, maka akan dilakukan pengujian normalitas data, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas.

## 1. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang digunakan untuk mengukur apakah data memiliki distribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini uji normalitas data menggunakan pendekatan *Kolmogrov-Smirnov*, hasil pengujiannya dapat diketahui dari gambar di tabel di bawah ini:

**Tabel 4.15**

### Hasil Uji Normalitas

		One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		X1	X2	X3	Y
N		78	78	78	78
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	29,55	31,15	31,51	32,45
	Std. Deviation	4,509	2,439	2,532	2,854
Most Extreme Differences	Absolute	,151	,143	,148	,152
	Positive	,151	,143	,148	,152
	Negative	-,087	-,122	-,119	-,086
Kolmogorov-Smirnov Z		1,336	1,267	1,307	1,344
Asymp. Sig. (2-tailed)		,056	,081	,066	,054

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Output SPSS 21, data primer, 2017

Dari tabel tersebut, 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:

- Jika nilai signifikansi  $> 0,05$ , maka data tersebut berdistribusi normal
- Jika nilai signifikansi  $< 0,05$ , maka data tersebut tidak berdistribusi normal

Tabel 4.16

## Keputusan Uji Normalitas Data

Variabel	Nilai <i>Asym. Sig. (2-tailed)</i>	Taraf Signifikansi	Keputusan
<i>Corporate Image (X<sub>1</sub>)</i>	1,336	0,05	Normal
<i>Corporate Reputation (X<sub>2</sub>)</i>	1,267	0,05	Normal
Kualitas Pelayanan (X <sub>3</sub> )	1,307	0,05	Normal
kepercayaan(Y)	1,344	0,05	Normal

Sumber: Data Primer, 2017

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa seluruh data berdistribusi normal. Hal ini dapat diketahui dari nilai *Asym. Sig. (2-tailed)* semua variabel adalah lebih besar dari pada 0,05 atau 5%.

## 2. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas timbul akibat adanya kausal antara dua variabel bebas atau lebih atau adanya kenyataan bahwa dua variabel penjelas atau lebih bersama-sama dipengaruhi oleh variabel ketiga yang berada diluar model, untuk mendeteksi adanya multikolinieritas, Nugroho menyatakan jika nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* tidak lebih dari 10 maka model terbebas dari uji multikolinieritas. Hasil pengujian multikolinieritas dapat diketahui pada gambar di bawah ini:

Tabel 4.17

## Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	X1	,989	1,011
	X2	,081	9,360
	X3	,081	9,358

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Output SPSS 21, data primer, 2017

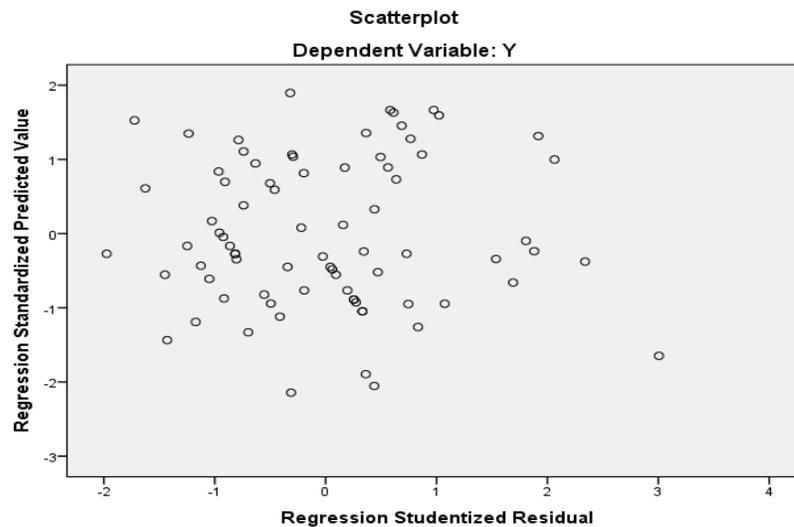
Berdasarkan *Coefficients* di atas, diketahui bahwa nilai *VIF* adalah 1,011 (X1 atau CI), 9,360 (X2 atau CR), 9,358 (X3 atau KP). dengan demikian, tiga variabel tersebut bebas dari masalah *multikolinieritas* dikarenakan *VIF* pada ketiga variabel tersebut kurang dari 10, maka data penelitian ini dikatakan layak untuk dipakai.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar *Scatterplot* model tersebut. Tidak terdapat heteroskedastisitas jika: (1) penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola; (2) titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0; (3) titik-titik data tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja. Hasil dari pengujian heteroskedastisitas dapat diamati pada gambar *Scatterplot* berikut :

**Gambar 4.18**

**Hasil Uji Heteroskedastisitas**



*Sumber: Output SPSS 21, data primer, 2017*

Berdasarkan pola gambar *Scatterplot* di atas terlihat titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik di atas maupun bawah angka 0 pada Sumbu Y. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model ini layak untuk dipakai.

**G. Uji Regresi Linier Berganda**

Regresi berganda seringkali digunakan untuk mengatasi permasalahan analisis regresi yang mengakibatkan hubungan dari dua atau lebih variabel bebas. Hasil dari pengujian Regresi Linier Berganda adalah sebagai berikut:

Tabel 4.19

## Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15,441	4,142		3,727	,000
	X1	,066	,067	,104	,986	,327
	X2	,398	,430	,340	,925	,358
	X3	,085	,415	,075	,204	,839

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Output SPSS 21, Data Primer, 2017

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

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

$$Y = 15,441 + 0,066X_1 + 0,398X_2 + 0,085X_3$$

$$Y = 15,441 + 0,066X_1 + 0,398 X_2 + 0,085X_3$$

$$\text{Atau } Y = 15,441 + 0,066 (\text{CI}) + 0,398(\text{CR}) + 0,085(\text{KP})$$

Berdasarkan persamaan di atas, maka dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 15,441 menyatakan bahwa jika variabel *Corporate Image* ( $X_1$ ), *Corporate Reputation* ( $X_2$ ), dan Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ) dalam keadaan konstan (tetap) maka *Corporate Image* sebesar 15,441.
2. Koefisien regresi  $X_1$  (*Corporate Image*) sebesar 0,066 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda positif) 1 satuan pada variabel *Corporate Image*, akan meningkatkan nilai kepercayaan sebesar 0,066 dan sebaliknya,

jika variabel *Corporate Image* menurun 1 satuan, maka kepercayaan mengalami penurunan sebesar 0,066. Dengan asumsi variabel independen nilai lainnya tetap.

3. Koefisien regresi  $X_2$  (*corporate reputation*) sebesar 0,398 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda positif) 1 satuan pada variabel *corporate reputation* meningkatkan nilai kepercayaan sebesar 0,398, dan sebaliknya, jika variabel *corporate reputation* mengalami penurunan 1 satuan, maka kepercayaan juga mengalami penurunan sebesar 1 satuan, maka minat menjadi anggota juga diprediksi mengalami penurunan sebesar 0,398. Dengan asumsi variabel independen nilai lainnya tetap.
4. Koefisien regresi  $X_3$  (Kualitas Pelayanan) sebesar 0,085, menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda positif) 1 satuan pada variabel kualitas pelayanan akan meningkatkan nilai kepercayaan sebesar 0,085, dan sebaliknya, jika variabel kualitas pelayanan mengalami penurunan 1 satuan, maka kepercayaan juga mengalami penurunan sebesar 1 satuan, maka minat menjadi anggota juga diprediksi mengalami penurunan sebesar 0,085. Dengan asumsi variabel independen nilai lainnya tetap.
5. Tanda (+) menandakan arah hubungan yang searah, sedangkan tanda (-) menunjukkan arah yang berbanding terbalik antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).

## H. Uji Hipotesis

### 1. Uji Individu (Uji-T)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial variable bebas terhadap variable terikat. Pengujian ini yaitu dengan membandingkan nilai probabilitas atau (sig-t) dengan taraf signifikansi 0,05. Jika  $\text{Sig.} < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_a$ . Cara lainnya dengan membandingkan nilai  $t_{\text{hitung}}$  dengan  $t_{\text{table}}$ . Jika  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{table}}$  maka disimpulkan menolak  $H_0$ .

**Tabel 4.20**

### Hasil Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15,441	4,142		3,727	,000
	X1	,066	,067	,104	,986	,327
	X2	,398	,430	,340	,925	,358
	X3	,085	,415	,075	,204	,839

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Output SPSS 21, Data Primer, 2017

Langkah-langkah pengujian Uji t sebagai berikut:

#### a. Variabel X1 (*Corporate Image*)

##### 1) Merumusan Hipotesis

$H_0$  : *Corporate Image* tidak mempengaruhi secara parsial terhadap kepercayaan masyarakat pada pembiayaan *Bai' Bitsaman Ajil* di BMT Muamalah Tulungagung

Ha : *Corporate Image* mempengaruhi secara parsial terhadap terhadap kepercayaan masyarakat pada pembiayaan *Bai' Bitsaman Ajil* di BMT Muamalah Tulungagung

2) Pengambilan keputusan menggunakan dua cara:

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

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

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

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

Berdasarkan hasil uji t di atas diperoleh nilai  $t_{tabel}$  variabel *Corporate Image* sebesar 1,664 (diperoleh dengan cara mencari nilai  $df = n - 1 = 78 - 1 = 77$ , dan nilai  $\alpha = 5\%$  dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 0,986. Karena nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  yaitu  $0,986 < 1,664$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima, yang berarti bahwa *Corporate Image* secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepercayaan masyarakat. Serta berdasarkan signifikansi t sebesar 0,327 yang lebih besar dari nilai  $\alpha$  sebesar 0,05. Maka  $0,327 > 0,05$ , dengan demikian  $H_0$  diterima.

b. Variabel  $X_2$  (*Corporate Reputation*)

1) Merumusan Hipotesis

$H_0$  : *Corporate Reputation* tidak mempengaruhi secara parsial terhadap kepercayaan masyarakat pada pembiayaan *Bai' Bitsaman Ajil* di BMT Muamalah Tulungagung

$H_a$  : *Corporate Reputation* mempengaruhi secara parsial terhadap terhadap kepercayaan masyarakat pada pembiayaan *Bai' Bitsaman Ajil* di BMT Muamalah Tulungagung

2) Pengambilan keputusan menggunakan dua cara:

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

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

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

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

Berdasarkan hasil uji t di atas diperoleh nilai  $t_{tabel}$  variabel *Corporate Reputation* sebesar 1,664 (diperoleh dengan cara mencari nilai  $df = n - 1 = 78 - 1 = 77$ , dan nilai  $\alpha = 5$  dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 0,925. Karena nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  yaitu  $0,925 < 1,664$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima, yang berarti bahwa *Corporate Reputation* secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepercayaan masyarakat. Serta berdasarkan signifikansi t sebesar 0,273 yang lebih besar dari nilai  $\alpha$  sebesar 0,05. Maka  $0,358 > 0,05$ , dengan demikian  $H_0$  diterima.

c. Variabel  $X_3$  (Kualitas Pelayanan)

1) Merumusan Hipotesis

$H_0$  : Kualitas pelayanan tidak mempengaruhi secara parsial terhadap kepercayaan masyarakat pada pembiayaan *Bai' Bitsaman Ajil* di BMT Muamalah Tulungagung

$H_a$  : Kualitas pelayanan mempengaruhi secara parsial terhadap terhadap kepercayaan masyarakat pada pembiayaan *Bai' Bitsaman Ajil* di BMT Muamalah Tulungagung

2) Pengambilan keputusan menggunakan dua cara:

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

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

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

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

Berdasarkan hasil uji t di atas diperoleh nilai  $t_{tabel}$  variabel kualitas pelayanan sebesar 1,664 (diperoleh dengan cara mencari nilai  $df = n - 1 = 78 - 1 = 77$ , dan nilai  $\alpha = 5\%$  dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 0,204. Karena nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  yaitu  $0,204 < 1,991$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima yang berarti bahwa kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepercayaan masyarakat. Serta berdasarkan signifikansi t sebesar 0,839 yang

lebih besar dari nilai  $\alpha$  sebesar 0,05. Maka  $0,839 > 0,05$ , dengan demikian  $H_0$  diterima.

## 2. Uji F

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

**Tabel 4.21**

### Hasil Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	119,090	3	39,697	5,780	,001 <sup>b</sup>
	Residual	508,205	74	6,868		
	Total	627,295	77			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Sumber: Output SPSS 21, Data Primer, 2017

Langkah-langkah pengujian:

### a. Perumusan Hipotesis

$H_0$  : *Corporate Image, Corporate Reputation, dan Kualitas Pelayanan* secara bersama-sama tidak mempengaruhi secara simultan terhadap kepercayaan masyarakat pada pembiayaan *Bai' Bitsaman Ajil* di BMT Muamalah Tulungagung

$H_a$  : *Corporate Image, Corporate Reputation, dan Kualitas Pelayanan* secara bersama-sama mempengaruhi secara simultan terhadap

kepercayaan masyarakat pada pembiayaan *Bai' Bitsaman Ajil* di  
BMT Muamalah 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 4.24 di atas, didapat nilai  $F_{hitung}$  sebesar 5,780 dan  $F_{tabel}$  sebesar 2,73, ( $V1 = k = 3$ ,  $V2 = n-k-1 = 78-3-1 = 74$ ), maka  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $5,780 > 2,73$ . Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel independen yaitu *Corporate Image*, *Corporate Reputation*, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan secara simultan (bersama-sama) terhadap kepercayaan. Serta berdasarkan signifikansi sebesar 0,001 yang lebih kecil dari nilai  $\alpha 0,05$ , maka  $0,001 < 0,05$  yang berarti bahwa *Corporate Image*, *Corporate Reputation*, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan secara simultan (bersama-sama) terhadap kepercayaan.

### 3. Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*)

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel *Corporate Image*. Nilai koefisien determinasi antara 0 dan 1. Nilai  $R^2$  yang mendekati satu berarti variabel independent penelitian memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel *Corporate Image*.

**Tabel 4.22**

#### Hasil Koefisien Determinasi

##### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.426 <sup>a</sup>	.181	.148	2.635

a. Predictors: (Constant), kualitas pelayanan, corporate image, corporate reputation

Sumber: Output SPSS 21, Data Primer, 2017

Dalam tabel di atas angka *R Square* atau koefisien determinasi adalah 0,181 (berasal dari  $0,426 \times 0,426$ ). Nilai *R Square* berkisar antara 0 – 1. Nugroho dalam Sujianto menyatakan, untuk regresi linier berganda sebaiknya menggunakan *R Square* yang sudah disesuaikan atau tertulis *Adjusted R Square*, karena disesuaikan dengan jumlah variabel independen yang digunakan.

Angka *Adjusted R Square* adalah 0,148 artinya 14,8% variabel terikat kepercayaan dijelaskan oleh variabel *Corporate Image*, *Corporate*

*Reputation*, kualitas pelayanan dan sisanya 85,2% (100% - 14,8%) dijelaskan oleh variabel lain di luar variabel yang digunakan dalam model regresi yang dianalisis.