

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Letak Geografis Objek Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri yang terletak di Jl. Hasanuddin No. 26 Kelurahan Dandangan Kota Kediri.

Dalam pelaksanaan kegiatan operasinya PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri memiliki dua kantor cabang pembantu, yaitu di Kabupaten Blitar yang beralamat di Jl. Cempaka No. 26 Blitar dan di Kabupaten Tulungagung yang beralamat di Jl. Supriadi, Kelurahan Tamanan, Tulungagung

2. Sejarah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri

PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri didirikan pada tanggal 15 Maret 2004 di Jl. Hasanudin No 26 Kediri. Letak geografis Bank Muamalat di Kediri bisa dikatakan strategis, krena letaknya mudah dijangkau dan merupakan jalur transportasi umum maupun pribadi, seluruh staf yang ada di Bank Muamalat Kediri mempunyai tugas dan tanggungjawab masing-masing.

Sedangkan PT Bank Muamalat Indonesia Tbk memulai perjalanan bisnisnya sebagai Bank Syariah pertama di Indonesia pada 1 November 1991 atau 24 Rabi'us Tsani 1412 H. Pendirian Bank Muamalat Indonesia digagas oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI), Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan pengusaha muslim yang kemudian mendapat dukungan dari Pemerintah Republik Indonesia. Sejak resmi beroperasi pada 1 Mei 1992 atau 27 Syawal 1412 H, Bank Muamalat Indonesia terus berinovasi dan mengeluarkan produk-produk keuangan syariah seperti Asuransi Syariah (Asuransi Takaful), Dana Pensiun Lembaga Keuangan Muamalat (DPLK Muamalat) dan *multifinance syariah* (Al-Ijarah Indonesia Finance) yang seluruhnya menjadi terobosan di Indonesia. Selain itu produk Bank yaitu Shar-e yang diluncurkan pada tahun 2004 juga merupakan tabungan instan pertama di Indonesia. Produk Shar-e Gold Debit Visa yang diluncurkan pada tahun 2011 tersebut mendapatkan penghargaan dari Museum Rekor Indonesia (MURI) sebagai Kartu Debit Syariah dengan teknologi chip pertama di Indonesia serta layanan *e-channel* seperti *internet banking*, *mobile banking*, ATM, dan *cash management*. Seluruh produk-produk tersebut menjadi pionir produk syariah di Indonesia dan menjadi tonggak sejarah penting di industri perbankan syariah.

Pada 27 Oktober 1994, Bank Muamalat Indonesia mendapatkan izin sebagai Bank Devisa dan terdaftar sebagai

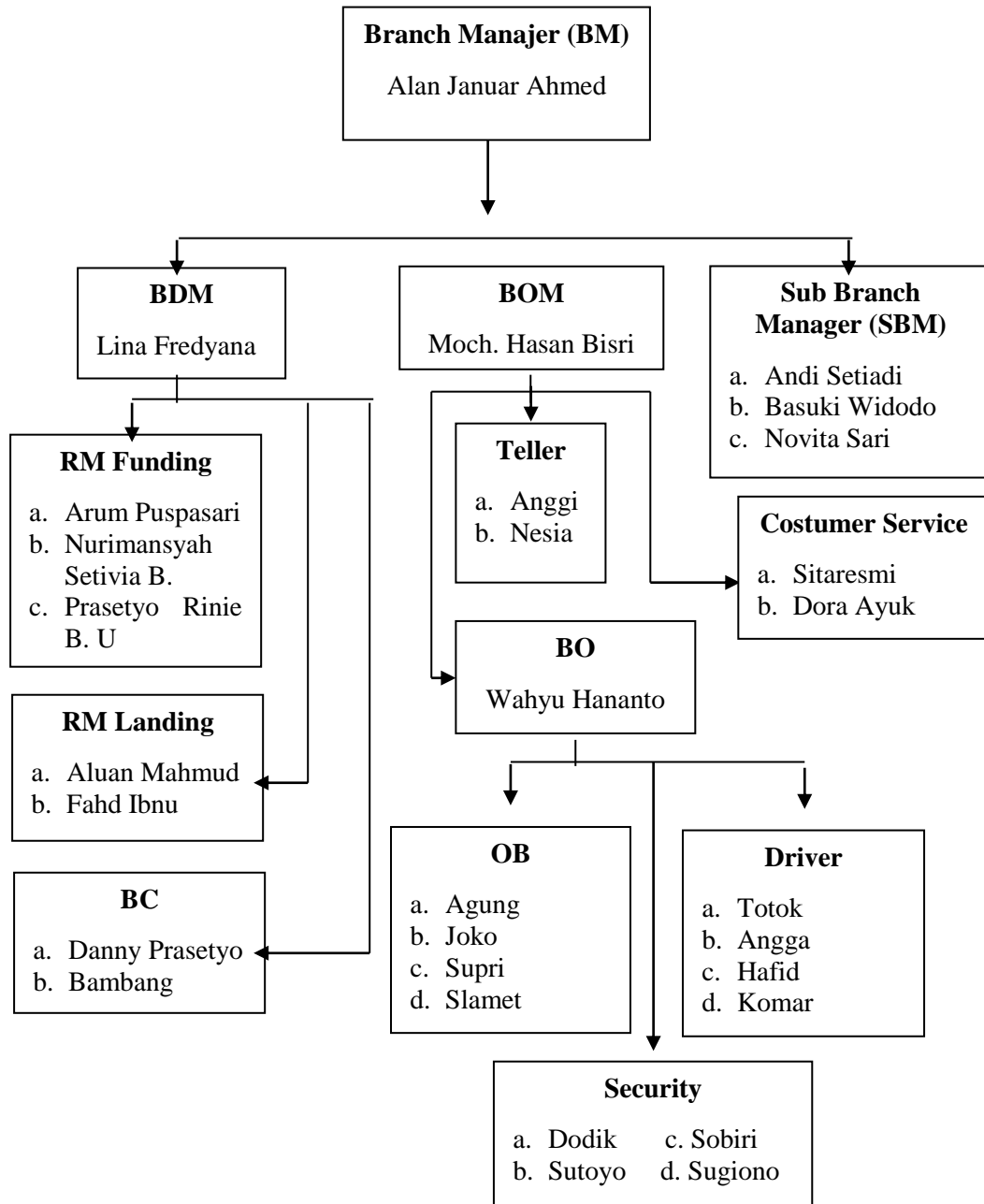
perusahaan publik yang tidak listing di Bursa Efek Indonesia (BEI). Pada tahun 2003, Bank dengan percaya diri melakukan Penawaran Umum Terbatas (PUT) dengan Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu (HMETD) sebanyak 5 (lima) kali dan merupakan lembaga perbankan pertama di Indonesia yang mengeluarkan Sukuk Subordinasi Mudharabah. Aksi korporasi tersebut semakin menegaskan posisi Bank Muamalat Indonesia di peta industri perbankan Indonesia.

Seiring kapasitas Bank yang semakin diakui, Bank semakin melebarkan sayap dengan terus menambah jaringan kantor cabangnya di seluruh Indonesia. Pada tahun 2009, Bank mendapatkan izin untuk membuka kantor cabang di Kuala Lumpur, Malaysia dan menjadi bank pertama di Indonesia serta satu-satunya yang mewujudkan ekspansi bisnis di Malaysia. Hingga saat ini, Bank telah memiliki 363 kantor layanan termasuk 1 (satu) kantor cabang di Malaysia. Operasional Bank juga didukung oleh jaringan layanan yang luas berupa 1.337 unit ATM Muamalat, 120.000 jaringan ATM Bersama dan ATM Prima, 103 Mobil Kas Keliling (*mobile branch*) serta lebih dari 11.000 jaringan ATM di Malaysia melalui *Malaysia Electronic Payment* (MEPS). Dengan strategi bisnis yang terarah Bank Muamalat Indonesia akan terus melaju mewujudkan visi menjadi “*The Best Islamic Bank and Top 10 Bank in Indonesia with Strong Regional Presence*”.¹

¹ <http://www.bankmuamalat.co.id> , diakses pada 22 Oktober 2017 Pada pukul 13.33 wib

3. Struktur Organisasi PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri

Gambar 4.1
Struktur organisasi BMI Kediri



4. Visi dan Misi Bank Muamalat

PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk memiliki visi yaitu *“The Best Islamic Bank and Top 10 Bank in Indonesia with Strong Regional Presence”* maksudnya : "Menjadi bank syariah terbaik dan termasuk dalam 10 besar bank di Indonesia dengan eksistensi yang diakui di tingkat regional". Untuk mencapai visi tersebut Bank Muamalat Indonesia Tbk memiliki misi yaitu “Membangun lembaga keuangan syariah yang unggul dan berkesinambungan dengan penekanan pada semangat kewirausahaan berdasarkan prinsip kehati-hatian, keunggulan sumber daya manusia yang islami dan professional serta orientasi investasi yang inovatif, untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan.”²

B. Produk Dan Layanan Bank Muamalat³

1. Tabungan
 - a. Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah
 - b. Tabungan iB Muamalat
 - c. Tabungan iB Muamalat Dollar
 - d. TabunganKu
 - e. Tabungan iB Muamalat Rencana
 - f. Tabungan iB Muamalat Prima

² <http://www.bankmuamalat.co.id/visi-misi>, diakses pada tanggal 29 Oktober 2017

³ <http://www.bankmuamalat.co.id/produk-layanan-consumer>, diakses pada tanggal 29 Oktober 2017

- g. Tabungan iB Muamalat Sahabat
- h. Tabungan iB Muamalat SimPel
- 2. Giro
 - a. Giro iB Muamalat Attijary
 - b. Giro iB Muamalat Ultima
- 3. Deposito
 - a. Deposito Mudharabah iB Muamalat
- 4. Kartu Shar-E Debit
 - a. Kartu Shar-E Debit Gold
 - b. Kartu Shar-E Debit Reguler
 - c. Kartu Shar-E Debit Arsenal
- 5. Pembiayaan
 - a. KPR iB Muamalat
 - b. Pembiayaan iB Muamalat Pensiun
 - c. Pembiayaan iB Muamalat Multiguna

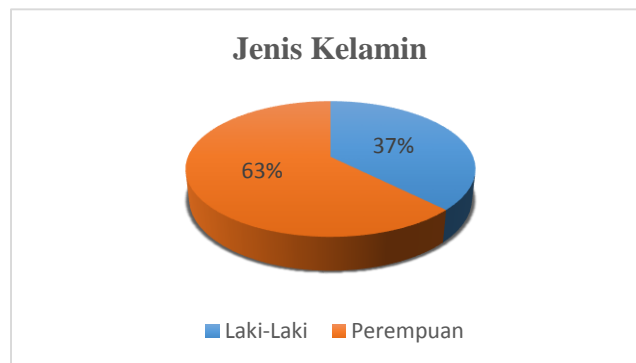
C. Karakteristik Responden

Sebelum dilakukan analisis, terlebih dahulu penulis akan menjelaskan mengenai data-data 96 responden yang digunakan sebagai sampel yang diambil responden nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri berikut ini:

1. Jenis Kelamin Responden

Adapun data mengenai jenis kelamin responden nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri adalah sebagai berikut:

Gambar 4.2



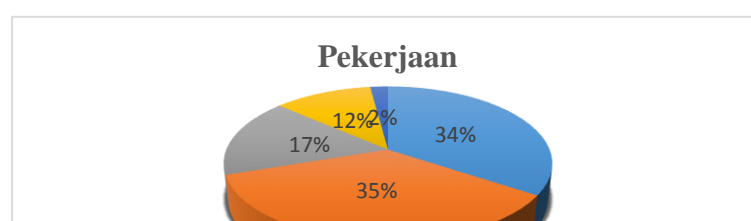
Sumber: data primer diolah, 2017

Berdasarkan keterangan pada gambar 4.2 diatas, dapat diketahui tentang jenis kelamin responden nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri yang diambil sebagai responden, yang menunjukkan bahwa jumlah responden perempuan lebih banyak yaitu 63% atau 60 responden, sedangkan jumlah responden laki-laki yaitu 37% atau 36 responden.

2. Pekerjaan Responden

Adapun data mengenai pekerjaan responden nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri adalah sebagai berikut:

Gambar 4.3



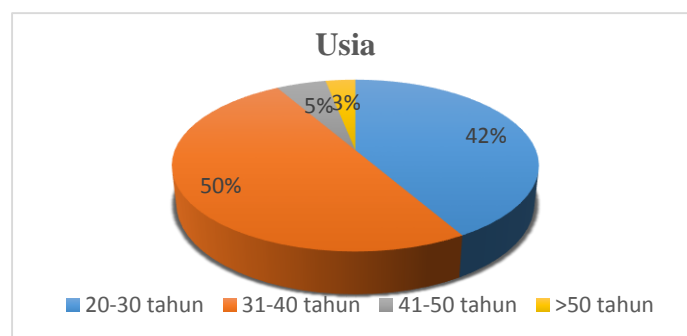
Sumber: data primer yang diolah tahun 2017

Berdasarkan keterangan pada gambar 4.3 dapat dijelaskan bahwa pekerjaan responden nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Kediri yang diambil sebagai responden, yang menunjukkan bahwa jumlah wiraswasta lebih banyak yaitu sebesar 35% atau 34 responden, karyawan/pegawai sebesar 34% atau 33 responden, dosen/pengajar sebesar 17% atau 16 responden, pelajar/mahasiswa sebesar 12% atau 11 responden, dan lain-lain sebesar 2% atau 2 responden.

3. Usia Responden

Adapun data mengenai usia responden nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri adalah sebagai berikut:

Gambar 4.4



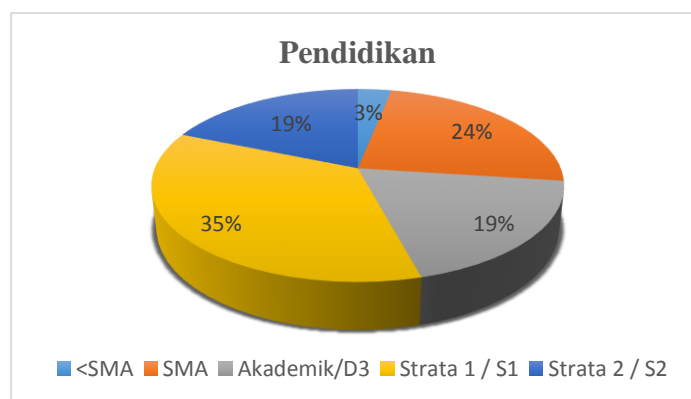
Sumber: data primer yang diolah tahun 2017

Berdasarkan keterangan pada gambar 4.4 dapat dijelaskan bahwa usia responden nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri yang diambil sebagai responden, yang menunjukkan bahwa jumlah usia 31-40 tahun lebih banyak yaitu sebesar 50% atau 48 responden, usia 20-30 tahun sebesar 42% atau 40 responden, usia 41-50 sebesar 5% atau 5 responden dan usia lebih dari 50 tahun sebesar 3% atau 3 responden.

4. Pendidikan Responden

Adapun data mengenai pendidikan nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri adalah sebagai berikut:

Gambar 4.5



Sumber: data primer yang diolah tahun 2017

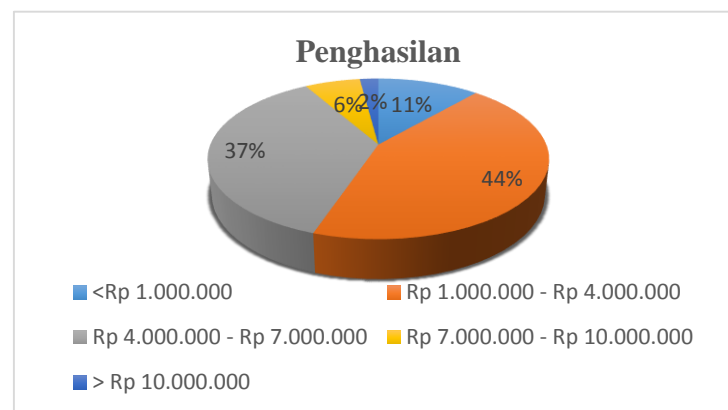
Berdasarkan keterangan pada gambar 4.5 dapat dijelaskan bahwa pendidikan responden nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri yang diambil sebagai responden, yang menunjukkan bahwa jumlah pendidikan Strata 1 / S1 lebih banyak yaitu sebesar 35% atau 34 responden, Strata 2/ S2 dan Akademik/D3

memiliki jumlah yang sama yaitu sebesar 19% atau masing-masing 18 responden, SMA sebesar 24% atau 23 responden, dan dibawah SMA sebesar 3% atau 3 responden.

5. Penghasilan Responden

Adapun data mengenai penghasilan perbulan nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri adalah sebagai berikut:

Gambar 4.6



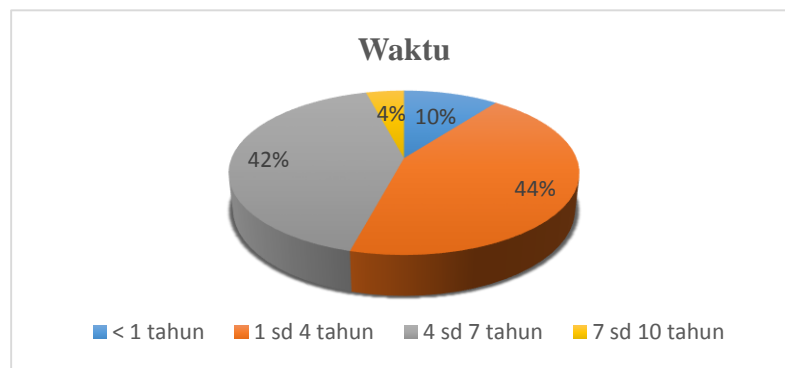
Sumber: data primer diolah, 2017

Berdasarkan keterangan pada gambar 4.6 dapat dijelaskan bahwa penghasilan perbulan responden nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri yang diambil sebagai responden, yang menunjukkan bahwa penghasilan kurang dari Rp 1.000.000 sebesar 11% atau 11 responden, Rp 1.000.000 sd Rp 4.000.000 sebesar 44% atau 42 responden, Rp 4.000.000 sd Rp Rp 7.000.000 sebesar 37% atau 35 responden, Rp 7.000.000 sd Rp 10.000.000 sebesar 6% atau 6 responden, dan penghasilan yang lebih dari Rp 10.000.000 sebesar 2% atau 2 responden.

6. Lamanya Responden menjadi Nasabah

Adapun data mengenai lamanya responden menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri adalah sebagai berikut:

Gambar 4.7



Sumber: data primer yang diolah tahun 2017

Berdasarkan keterangan pada gambar 4.7 dapat dijelaskan bahwa lama responden menjadi nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri yang diambil sebagai responden, yang menunjukkan bahwa kurang dari 1 tahun sebesar 10% atau 10 responden, lama 1 sd. 4 tahun sebesar 44% atau 42 responden, lama 4 sd. 7 tahun sebesar 42% atau 40 responden, dan lama 7 sd. 10 tahun sebesar 4% atau 4 responden.

D. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Variabel Penelitian

Angket telah peneliti sebarkan kepada responden yang terdiri atas 34 item pernyataan dan dibagi dalam 4 kategori yaitu:

- a. 10 (sepuluh) pernyataan digunakan untuk mengukur pelayanan (X1)

- b. 10 (sepuluh) pernyataan digunakan untuk mengukur fasilitas (X2)
- c. 8 (delapan) pernyataan digunakan untuk mengukur promosi (X3)
- d. 8 (delapan) pernyataan digunakan untuk mengukur loyalitas nasabah (Y)

Hasil yang diperoleh dari jawaban responden sebagaimana akan dipaparkan pada tabel berikut ini:

a. Variabel Pelayanan (X1)

Tanggapan responden tentang pelayanan yang meliputi: *Tangibles* (fisik), *Reliability* (Kehandalan), *Responsiveness* (ketanggapan), *Assurance* (jaminan), *Empathy* (empati) adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1

Jawaban	Jumlah	Presentase
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Tidak Setuju	0	0%
Netral	33	3%
Setuju	344	36%
Sangat Setuju	583	61%
Total	960	100%

Sumber: data primer diolah, 2017

Data pada tabel di atas menunjukkan bahwa untuk variabel pelayanan yang diwakili oleh 10 item pertanyaan sebanyak 3% responden menyatakan netral, sedangkan 36% menyatakan setuju, dan 61% menyatakan sangat setuju.

b. Variable Fasilitas (X2)

Tanggapan responden tentang fasilitas yang meliputi: ATM, M-Banking, E-Banking, Kredit Komersial dan Kredit Konsumsi adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2

Jawaban	Jumlah	Presentase
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Tidak Setuju	0	0%
Netral	26	3%
Setuju	408	42%
Sangat Setuju	526	55%
Total	960	100%

Sumber: data primer diolah, 2017

Data pada tabel di atas menunjukkan bahwa untuk variabel pelayanan yang diwakili oleh 10 item pertanyaan sebanyak 3% responden menyatakan netral, sedangkan 42% menyatakan setuju, dan 55% menyatakan sangat setuju.

c. Variabel Promosi (X3)

Tanggapan responden tentang promosi meliputi: *personal selling*, *mass selling*, *sales promotion*, dan periklanan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3

Jawaban	Jumlah	Presentase
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Tidak Setuju	0	0%
Netral	7	1%
Setuju	301	39%
Sangat Setuju	460	60%
Total	768	100%

Sumber: data primer diolah, 2017

Data pada tabel di atas menunjukkan bahwa untuk variabel pelayanan yang diwakili oleh 8 item pertanyaan sebanyak 1% responden menyatakan netral, sedangkan 39% menyatakan setuju, dan 60% menyatakan sangat setuju.

d. Variable Loyalitas Nasabah

Tanggapan responden tentang loyalitas nasabah meliputi: Melakukan pembelian secara teratur, Membeli produk/jasa lain yang dimiliki perusahaan, Merekomendasikan produk lain dan Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4

Jawaban	Jumlah	Presentase
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Tidak Setuju	0	0%
Netral	8	1%
Setuju	284	37%
Sangat Setuju	476	62%
Total	768	100%

Sumber: data primer diolah, 2017

Data pada tabel di atas menunjukkan bahwa untuk variabel pelayanan yang diwakili oleh 8 item pertanyaan sebanyak 1% responden menyatakan netral, sedangkan 37% menyatakan setuju, dan 62% menyatakan sangat setuju.

E. Analisis Data

Penelitian ini didasarkan pada data angket yang disebar di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri kepada responden sehingga dapat dilakukan analisis atas data yang diperoleh, yaitu meliputi analisis variabel-variabel independen berupa pelayanan, fasilitas dan promosi terhadap variabel dependen berupa loyalitas nasabah. Perhitungan variabel-variabelnya dilakukan dengan menggunakan komputer melalui program SPSS 16.0. Berikut ini deskripsi statistik berdasarkan data yang telah diolah dengan menggunakan SPSS 16.0.

1. Uji Validitas dan Reabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas dimaksud untuk mengetahui seberapa cermat suatu test atau pengujian melakukan fungsi ukurannya. Suatu instrumen pengukur dikatakan valid apabila instrument tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur atau dapat memberikan hasil sesuai dengan yang diharapkan peneliti.⁴

Berikut adalah hasil dari pengujian validasi pada kuesioner yang disebar pada nasabah Bank Muamalat Kediri:

Tabel 4.5

Uji Validitas Instrumen Variabel Pelayanan

Nomor item	Corrected Item- Total Correlation	Keterangan
P1	0,563	Valid

⁴ Husein Umar, *Research Methods in Finance and Banking*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000), hal. 135

P2	0,587	Valid
P3	0,583	Valid
P4	0,475	Valid
P5	0,571	Valid
P6	0,609	Valid
P7	0,466	Valid
P8	0,445	Valid
P9	0,600	Valid
P10	0,571	Valid

Tabel 4.6

Uji Validitas Instrumen Variabel Fasilitas

Nomor item	Corrected Item- Total Correlation	Keterangan
P11	0,597	Valid
P12	0,383	Valid
P13	0,658	Valid
P14	0,651	Valid
P15	0,674	Valid
P16	0,562	Valid
P17	0,587	Valid
P18	0,570	Valid
P19	0,523	Valid
P20	0,442	Valid

Tabel 4.7

Uji Validitas Instrumen Variabel Promosi

Nomor item	Corrected Item- Total Correlation	Keterangan
P21	0,492	Valid
P22	0,649	Valid
P23	0,575	Valid
P24	0,459	Valid
P25	0,507	Valid
P26	0,592	Valid
P27	0,562	Valid
P28	0,445	Valid

Tabel 4.8

Uji Validitas Instrumen Variabel Loyalitas Nasabah

Nomor item	Corrected Item- Total Correlation	Keterangan
P29	0,391	Valid
P30	0,647	Valid
P31	0,710	Valid
P32	0,669	Valid
P33	0,715	Valid
P34	0,633	Valid
P35	0,609	Valid
P36	0,704	Valid

Berdasarkan tabel-tabel diatas,seluruh item pertanyaan atau pernyataan dari variabel X_1 (Pelayanan), variabel X_2 (Fasilitas), X_3 (Promosi) dan Y (Loyalitas Nasabah) adalah valid karena nilai Corrected Item-total Correlation lebih besar

dibanding 0,2, maka dapat dikatakan bahwa construct diatas merupakan construct yang kuat.

b. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas instrumen dalam suatu penelitian dilakukan karena keterandalan instrumen berkaitan dengan keajekan dan taraf kepercayaan terhadap instrumen penelitian tersebut. Dalam penentuan tingkat reliabilitas suatu instrumen penelitian dapat diterima bila memiliki koefesien alpha lebih besar dari 0,60 seperti yang dikemukakan oleh Nugroho dan Suyuthi.⁵

Adapun hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.9

Uji Reliablilitas Variabel Pelayanan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.727	10

⁵ Agus Eko Sujianto, Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0, (Jakarta: Prestasi pustaka publisitas, 2009), hal 104

Tabel 4.10

Uji Reliabilitas Variabel Fasilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.766	10

Tabel 4.11

Uji Reliabilitas Variabel Promosi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.638	8

Tabel 4.12

Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.773	8

Berdasarkan tabel diatas, nilai Cronbach's Alpha untuk variabel pelayanan (X_1) sebesar 0,668, untuk variabel fasilitas (X_2) sebesar 0,770, untuk variable promosi (X_3) sebesar 0,707 dan untuk variabel loyalitas nasabah (Y) sebesar 0,773, maka dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0.60 ($\alpha > 0.60$), sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel X_1 , X_2 , X_3 dan Y adalah reliabel.

2. Uji Normalitas Data

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Adapun uji normalitas sebagai berikut:

Tabel 4.13

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.62886449
Most Extreme Differences	Absolute	.080
	Positive	.043
	Negative	-.080
Kolmogorov-Smirnov Z		.783
Asymp. Sig. (2-tailed)		.572
a. Test distribution is Normal.		

Sumber: Data primer diolah, 2017

Berdasarkan tabel *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* diperoleh angka *Asymp.sig (2-tailed)* sebesar 0,572. Nilai ini dibandingkan dengan 0,05 (menggunakan taraf signifikan atau $\alpha = 5$ untuk pengambilan keputusan dengan pedoman:

- a. Nilai sig. atau signifikansi $< 0,05$, distribusi data tidak normal
- b. Nilai sig. atau signifikansi $> 0,05$ distribusi data adalah normal

Pada data ini bahwa nilai Asymp.sig (2-tailed) sebesar 0,572 sehingga dapat dikatakan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi secara normal karena memiliki nilai signifikan lebih dari 0,05.

3. Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan hasil pengujian segala penyimpangan klasik terhadap data penelitian dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Uji Multikolinieritas

Pengujian multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui apakah antara variabel bebas terdapat hubungan. Cara yang dipakai untuk mendeteksi gejala multikolinieritas adalah dengan melihat VIF (Variance Inflation Factor) dan nilai tolerance nya. Jika VIF (< 10) kurang dari 10 dan nilai tolerancenya (> 10) lebih dari 0.10, maka tidak terjadi multikolonieritas.

Berikut hasil uji multikolonieritas masing-masing variabel:

Tabel 4.14

		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Pelayanan	.754	1.327
	Fasilitas	.491	2.036
	Promosi	.556	1.797

a. Dependent Variable: Loyalitas

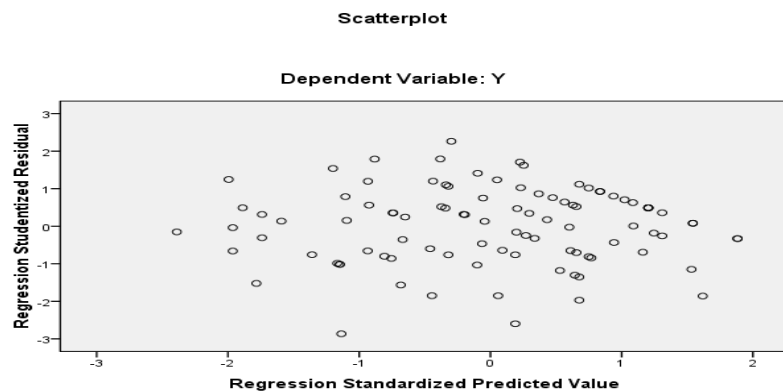
Sumber: data primer diolah, 2017

Berdasarkan dari hasil pengujian Coefficients yang telah diolah di atas ini dapat diketahui bahwa nilai VIF adalah: 1,327 (variabel pelayanan), 2,036 (variabel fasilitas) dan 1,797 (variabel promosi). Hasil ini berarti variabel terbebas dari asumsi klasik multikolineaitas, karena hasilnya lebih kecil dari 10.

b. Uji Heteroskedasitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians. Adapun hasil uji statistik heteroskedastisitas yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 4.8



Sumber: data primer diolah, 2017

Dari grafik scatterplot terlihat bahwa titik-titik tidak membentuk pola tertentu. Hal ini dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 4.15

Model		Coefficients ^a		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	.615	3.251	
	Pelayanan	.330	.067	.382
	Fasilitas	.287	.079	.345
	Promosi	.227	.100	.204

a. Dependent Variable: Loyalitas

Sumber: data primer diolah, 2017

Dari tabel diatas diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,615 + 0,330 X_1 + 0,287 X_2 + 0,227 X_3$$

$$\text{Atau loyalitas nasabah} = 0,615 + 0,330 (\text{pelayanan}) + 0,287 (\text{fasilitas}) + 0,227 (\text{promosi})$$

Keterangan:

- Nilai konstanta sebesar 0,615 menyatakan bahwa jika tidak ada pelayanan, fasilitas dan promosi maka loyalitas nasabah bernilai 0,615
- Koefisien regresi X_1 , sebesar 0,330 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 model X_1 , pelayanan akan meningkatkan loyalitas nasabah sebesar 0,330. Dan sebaliknya, jika pelayanan menurunkan 1 model X_1 , maka minat nasabah akan turun 0,330.

- c. Koefisien regresi X_2 , sebesar 0,287 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 kegiatan X_2 , fasilitas akan meningkatkan loyalitas nasabah sebesar 0,287. Dan sebaliknya, jika fasilitas menurunkan 1 kegiatan X_2 , maka loyalitas nasabah akan turun 0,287.
- d. Koefisien regresi X_3 , sebesar 0,227 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 kegiatan X_3 , promosi akan meningkatkan loyalitas nasabah sebesar 0,227. Dan sebaliknya, jika promosi menurunkan 1 kegiatan X_3 , maka loyalitas nasabah akan turun 0,227.

5. Uji Hipotesis

a. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, dimana jika nilai t hitung lebih besar daripada 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. Hasilnya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.16

		Coefficients ^a		
		Standardized Coefficients		
Model		Beta	T	Sig.
1	(Constant)		.189	.855
	Pelayanan	.382	4.944	.000
	Fasilitas	.345	3.608	.001
	Promosi	.204	2.269	.026

a. Dependent Variable: Loyalitas

Sumber: data primer diolah, 2017

Dari Tabel diatas terlihat bahawa hasil analisis SPSS diperoleh t hitung untuk variabel pelayanan (X1) sebesar 4,944 dengan tingkat sig. 0.00 (lebih kecil dari taraf signifikan 0.05), t hitung untuk variabel fasilitas sebesar 3,608 dengan tingkat sig. 0.000 (lebih kecil dari taraf signifikan 0.05), t hitung untuk variabel promosi sebesar 2,269 dengan tingkat sig. 0.000 (lebih kecil dari taraf signifikan 0.05) sehingga dapat dikatakan variabel fasilitas secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas nasabah dengan taraf t tabel sebesar 1,986. Hal ini sekaligus menunjukkan bahwa:

- a) Hipotesa 1 (H₁) yang berbunyi “Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Kantor Cabang Kediri” dapat diterima.

b) Hipotesa 2 (H_2) yang berbunyi “Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Kantor Cabang Kediri” dapat diterima.

c) Hipotesa 3 (H_3) yang berbunyi “Promosi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Kantor Cabang Kediri” dapat diterima.

b. Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Uji simultan atau uji F adalah uji statistik yang digunakan untuk menilai apakah uji regresi yang dilakukan mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak, dimana jika nilai F hitung lebih besar daripada F tabel maka uji regresi dikatakan signifikan. Atau dengan melihat angka signifikasinya. Jika nilai sig. lebih kecil dari 0.05 maka secara simultan atau bersama-sama pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah signifikan. Berdasarkan uji SPSS diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.17

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	358.446	3	119.482	43.611	.000 ^a
	Residual	252.054	92	2.740		
	Total	610.500	95			

a. Predictors: (Constant), Promosi, Pelayanan, Fasilitas

b. Dependent Variable: Loyalitas

Sumber: data primer diolah, 2017

Dari uji Anova atau uji F didapat F hitung sebesar 43,611 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.000 (kurang dari 0,05), hasil uji statistik menunjukkan bahwa variabel independen (pelayanan, fasilitas dan promosi) secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri.

Hal ini menunjukkan bahwa model regresi dapat digunakan untuk memprediksi loyalitas nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri. Atau dengan kata lain hipotesa 4 (H_4) yang berbunyi “Pelayanan, Fasilitas dan Promosi secara bersama- sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri”, dapat diterima.

6. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi memiliki fungsi untuk mengetahui besarnya variasi variabel independen dalam menerangkan variabel dependen atau untuk menjelaskan sejauh mana kemampuan variabel independen (pelayanan, fasilitas dan promosi) terhadap variabel dependen (loyalitas nasabah).

Dari hasil perhitungan melalui SPSS dapatkan nilai koefisien determinasi sebagai berikut :

Tabel 4.18

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.766 ^a	.587	.574	1.655

a. Predictors: (Constant), Promosi, Pelayanan, Fasilitas

b. Dependent Variable: Loyalitas

Sumber: data primer diolah, 2017

Angka R sebesar 0,766 menunjukkan bahwa korelasi / hubungan antara Pelayanan, Fasilitas dan Promosi adalah kuat. Angka R square atau Koefisien Determinasi adalah 0,587. Hal ini berarti 58,7% variasi dari loyalitas nasabah bisa dijelaskan oleh variasi dari Pelayanan, Fasilitas dan Promosi. Sedangkan sisanya (100% - 58,7% = 41,3%) dijelaskan oleh sebab-sebab lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.