BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah singkat Bank Muamalat Indonesia

Bank Muamalat Indonesia 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.

Bank Muamalat Indonesia 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.

Bank Muamalat Indonesia juga memiliki tabungan instan yaitu 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*.

Bank Muamalat Indonesia terus menambah jaringan kantor cabangnya di seluruh Indonesia. Tahun 2009, Bank Muamalat Indonesia 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. Bank Muamalat Indonesia telah memiliki 325 kantor layanan termasuk 1 kantor cabang di Malaysia. Operasional Bank Muamalat Indonesia juga didukung oleh jaringan layanan yang luas berupa 710 unit ATM Muamalat, 120.000 jaringan ATM Bersama dan ATM Prima, serta lebih dari 11.000 jaringan ATM di Malaysia melalui *Malaysia Electronic Payment* (MEPS).

Bank Muamalat Indonesia membuka kantor cabang pembantu di wilayah Blitar sejak pada tanggal 30 April 2010. Gedung pertama berada di Jalan Cepaka No. 26 Kota Blitar, selanjutnya pada tanggal 15 Agustus tahun 2015, Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Blitar pindah di Jalan Ahmad Yani kompleks Ruko Merdeka Timur Center (MTC) Blok H kelurahan Kepanjenlor Kecamatan Kepanjenkidul Kota Blitar

Tahun 2015 Bank Muamalat Indonesia bermetamorfosa untuk menjadi entitas yang semakin baik dan meraih pertumbuhan jangka panjang. 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*".[164]

[164] http://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat.html (diakses pada tanggal 22 Februari 2018, pukul 17.00 WIB).

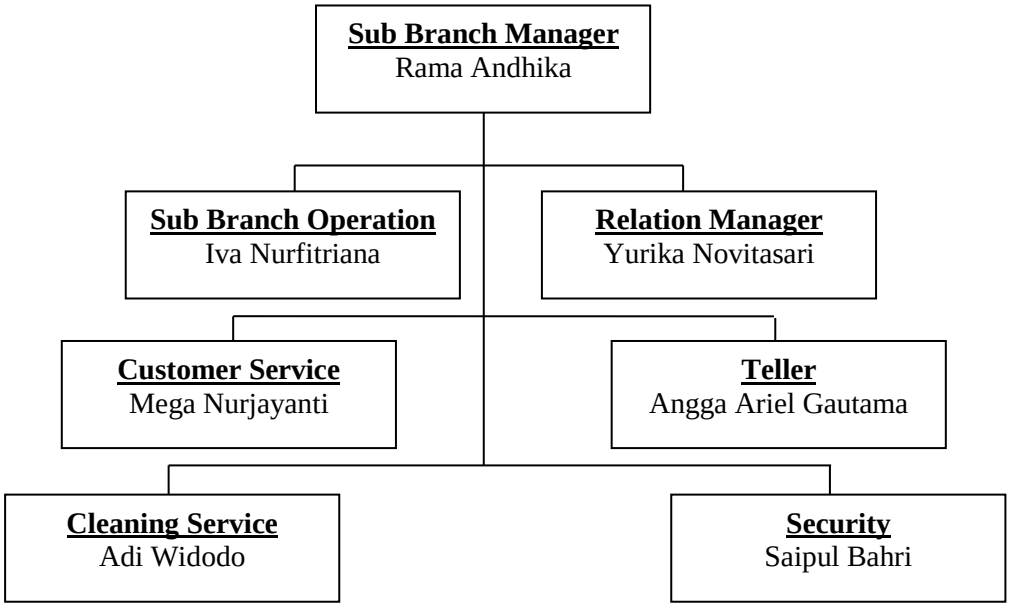
2. Visi dan Misi Bank Muamalat Indonesia

Visi Bank Muamalat Indonesia adalah menjadi bank syariah terbaik dan termasuk dalam 10 besar bank di Indonesia dengan eksistensi yang diakui di tingkat regional, sedangkan misi Bank Muamalat Indonesia adalah 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.

3. Struktur Organisasi Lembaga

Struktur organisasi Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar, sebagai berikut:

Gambar 4.1
Struktur Organisasi Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar



Sumber: Data *intern* Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar, 2018.

4. *Job Discription* Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar

a. *Sub Branch Manager*

SUB Branch Manager adalah seorang pemimpin dan pengawasan kegiatan Bank Muamalat sehari-hari sesuai dengan kebijaksanaan umum yang telah disetujui dewan komisaris dalam Rapat Umum Pemegan Saham (RUPS).

SUB Branch Manager Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Blitar bertugas merencanakan, mengkoordinir dan mensupervisi seluruh kegiatan cabang pembantu yang meliputi kegiatan operasional, bisnis badan pengembangan cabang pembantu, guna menjamin tercapainya target anggaran cabang pembantu baik secara kuantitatif maupun kualitatif.

b. *Sub Branch Operation*

SUB Branch Operation pada Bank Muamalat bertugas memiliki aktivitas utama mengawasi dan memeriksa kegiatan operasional pada suatu kantor cabang pembantu yang harus dipertanggung jawabkan kepada *SUB Branch Manager* serta membantu memperkenalkan, menjelaskan dan menawarkan produk Bank Muamalat.

c. *Relation Manager*

Relationship Manager pada Bank Muamalat bertugas untuk memperkenalkan, menjelaskan dan menawarkan produk penamaan dana di Bank Muamalat Indonesia, mengenai keuntungan dan

keistimewaan serta persyaratan dari produk tersebut kepada calon nasabah maupun nasabah baik secara langsung maupun melalui telepon guna memastikan calon nasabah mengerti tentang produk tersebut dan prosedur pengajuan permohonannya.

d. *Customer Service*

Customer Service pada bertugas memberikan informasi kepada nasabah mengenai produk dan layanan Bank Muamalat Indonesia serta memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi nasabah terkait dengan produk dan layanan Bank Muamalat.

e. Teller

Teller pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Blitar bertugas melayani transaksi tunai maupun non tunai, dalam mata uang rupiah dan valuta asing.

f. *Cleaning Service*

Cleaning Service bertugas memelihara kekayaan kantor dan membantu kegiatan pegawai yang lain.

g. *Security*

Security bertugas untuk siap siaga terhadap situasi kantor, memantau keluar masuk nasabah ke kantor, *menfull (*mengeluarkan dan memasukan uang dari khasanah bersama teller dan pejabat bank), pengawalan penyetoran uang ke Bank Indonesia, serta membantu *customer service* dalam penjualan *shar-e*.

5. Produk Tabungan IB Muamalat Haji dan Umrah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar

Tabungan IB Muamalat Haji dan Umrah adalah salah satu produk tabungan dari Bank Muamalat. Tabungan IB Muamalat Haji dan Umrah berfungsi untuk mewujudkan niat nasabah menunaikan ibadah haji atau umrah. Produk ini dapat membantu nasabah untuk merencanakan ibadah haji atau umrah sesuai dengan kemampuan keuangan nasabah. Tabungan IB Muamalat Haji dan Umrah memiliki keutamaan dapat merencanakan jadwal waktu keberangkatan haji atau umrah dengan setoran tetap tiap bulan.

Fitur Tabungan IB Muamalat Haji dan Umrah, sebagai berikut:

a. Jenis Rekening

Rekening perorangan dan dapat diperuntukkan atas nama anak (dibawah 17 tahun), tersedia dalam pilihan mata uang IDR atau USD.

b. Akad

Wadiah Yad Dhamanah adalah akad penitipan dana dari nasabah sebagai pemilik dana, kepada bank selaku penyimpan dana.

c. Syarat Pembukaan Rekening

Persyaratan untuk Warga Negara Indonesia (WNI) adalah foto copy kartu identitas (KTP atau SIM dan NPWP), sedangkan persyaratan untuk Warga Negara Asing (WNA) adalah kartu izin tinggal terbatas (KITAS) atau kartu izin tinggal tetap (KITAP),

Paspor, Surat Referensi dan *Tax Registration*, selanjutnya mengisi formulir pembukaan yang sudah disediakan.

d. Setoran Awal Minimum

Rp. 50.000,- atau USD 20.

e. Saldo Minimum

Rp. 50.000,- atau USD 5.

f. Biaya Administrasi

Gratis

g. Biaya Penutupan Rekening

Rp 50.000,-/USD 5, apabila rekening ditutup sebelum keberangkatan haji atau umrah.

h. Pendebetan Rekening

Penarikan hanya dapat dilakukan untuk keperluan pembayaran biaya ibadah haji atau umrah.

Keuntungan dari Tabungan IB Muamalat Haji dan Umrah, sebagai berikut:

a. Praktis, nasabah sekeluarga tidak perlu membawa uang tunai berlebihan, sebagai pemilik Tabungan IB Muamalat Haji dan Umrah nasabah akan memperoleh kartu Shar-E Gold yang dapat digunakan untuk bertransaksi di seluruh tepat yang menerima kartu VISA.

b. Menenangkan, dana nasabah dikelola secara syariah sehingga memberi ketenangan batin dalam menjalankan ibadah haji di tanah suci.

c. Fleksibel, nasabah dapat memilih jangka waktu dan jumlah setoran sesuai paket yang tersedia.
d. Menguntungkan, nasabah dimungkinkan mendapatkan bonus serta souvenir haji.
e. Terjamin, bank online dengan Sistem Komputerisasi Haji Terpadu (SISKOHAT) Kementerian Agama untuk memperoleh kepastian mendapatkan kuota atau posi keberangkatan ibadah haji.
f. Ringan, tidak dikenakan biaya administrasi maupun biaya pemindahan dana ke rekening Tabungan IB Muamalat Haji dan Umrah.
g. Tambahan bonusnya, nasabah akan mendapatkan berbagai souvenir eksklusif serta perlengkapan haji dan program bonus atas dana simpanan yang disimpan serta kesempatan berumrah gratis setiap bulannya.

Proses pendaftaran haji nasabah Tabungan IB Muamalat Haji dan Umrah di Kementerian Agama, sebagai berikut:

a. Nasabah calon jamaah ibadah haji membuka rekening Tabungan IB Muamalat Haji dan Umrah di Bank Muamalat.
b. Nasabah calon jamaah haji menentukan jumlah setoran yang akan dipilih.
c. Nasabah jika menggunakan *standing instruction* (SI), saldo tabungan nasabah secara otomatis akan terpotong sesuai jumlah setoran yang diplih.

d. Saldo nasabah calon jamaah haji jika telah mencukupi nilai nominal sebesar Rp 25.000.000,- nasabah calon jamaah haji bisa melakukan pendaftaran haji di kantor Kementerian Agama wilayah setempat (sesuai KTP nasabah calon jamaah haji) dengan memenuhi persyaratan yang ditentukan oleh Kementerian Agama.

e. Petugas kantor Kementerian Agama melakukan registrasi data nasabah calon jamaah haji di Sistem Komputerisasi Haji Terpadu (SISKOHAT).

f. Nasabah calon jamaah haji setelah melakukan registrasi, maka nasabah calon jamaah haji mendapatkan lembar surat pendaftaran pergi haji (SPPH) yang sudah ditanda-tangani pejabat Kementerian Agama.

g. Nasabah calon jamaah haji membawa surat pendaftaran pergi haji (SPPH) ke Bank Muamalat untuk mendapatkan nomor porsi haji.

h. Nasabah calon jamaah haji memasuki masa tunggu keberangkatan ibadah haji sesuai dengan regulasi Kementerian Agama.[165]

B. Deskripsi Responden

Peneliti akan menjelaskan mengenai data-data responden yang digunakan sebagai sampel yang diambil dari nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Blitar, sebagai berikut:

[165] Brosur Bank Muamalat Indonesia.

1. Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Prosentase (%)
Laki-Laki	42	42%
Perempuan	58	58%
Total	100	100%

Sumber: Data kuesioner diolah, 2018.

Tabel 4.1, menunjukkan bahwa jenis kelamin nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar yang diambil sebagai responden. Data di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah berjenis kelamin perempuan sebanyak 58 orang atau 58% dan berjenis kelamin laki-laki sebanyak 42 orang atau 42%.

Keterangan tersebut dapat diambil kesimpulan, nasabah produk Tabungan IB Muamalat Haji dan Umrah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar yang diambil sebagai responden mayoritas adalah perempuan, hal ini karena perempuanlah yang memiliki populasi penduduk lebih banyak dibandingkan laki-laki di Indonesia serta minat nasabah perempuan juga lebih banyak dibandingkan laki-laki dalam menabung, oleh karena itu dengan menabung Tabungan IB Muamalat Haji dan Umrah berfungsi untuk mewujudkan niat nasabah menunaikan ibadah haji.

2. Deskripsi Responden berdasarkan Usia

Tabel 4.2
Usia Responden

Usia (dalam tahun)	Jumlah	Prosentase (%)
Kurang dari 20	6	6%
21-30	9	9%
31-40	21	21%
41-50	23	23%
Lebih dari 51	41	41%
Total	100	100%

Sumber: Data kuesioner diolah, 2018.

Tabel 4.2, menunjukkan bahwa usia responden terbanyak adalah usia lebih dari 51 tahun, yaitu sebanyak 41 orang atau 41%. Usia tersebut, termasuk usia ketika seseorang ingin mewujudkan niat untuk menunaikan ibadah haji dan menyempurnakan rukun Islam yang ke 5 dengan cara menabung serta memesan porsi keberangkan ibadah haji melalui tabungan IB Muamalat Haji dan Umrah. Usia responden terendah adalah kurang dari 20 tahun, yaitu 6 orang atau 6%. Usia tersebut, termasuk usia ketika seseorang masih mempelajari mengenai agama, usia masih menjadi pelajar atau mahasiswa.

3. Deskripsi Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel 4.3
Pendidikan Terakhir Responden

Pendidikan Terakhir	Jumlah	Prosentase (%)
SD	26	26%
SMP	17	17%
SMA	36	36%
Sarjana	20	20%
Lainnya	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Data kuesioner diolah, 2018.

Tabel 4.3, menunjukkan bahwa pendidikan terakhir responden terbanyak adalah SMA, yaitu sebanyak 36 atau 36%. Pendidikan terakhir selanjutnya adalah SD, yaitu 26 orang atau 26%. Pendidikan terakhir selanjutnya adalah Sarjana, yaitu sebanyak 20 orang atau 20% dan pendidikan terakhir yang paling sedikit adalah SMP, yaitu sebanyak 17 orang atau 17%. Kesimpulan dari keterangan di atas adalah mayoritas pendidikan terakhir nasabah yang menggunakan IB Muamalat Haji dan Umrah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar adalah SMA, karena mayoritas nasabah lama yang masih menunggu tahun keberangkatan ibadah haji sesuai dengan nomer pendaftaran pemesanan porsi ibadah haji.

4. Deskripsi Responden berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.4
Pekerjaan Responden

Pekerjaan Responden	Jumlah	Prosentase (%)
PNS	5	5%
TNI/POLRI	0	0%
Wiraswasta	59	59%
Ibu rumah Tangga	26	26%
Pelajar/Mahasiswa	8	8%
Lainnya	2	2%
Total	100	100%

Sumber: Data kuesioner diolah, 2018.

Tabel 4.4, menunjukkan bahwa pekerjaan responden terbanyak adalah sebagai wiraswasta, yaitu 59 orang atau 59%. Pekerjaan responden selanjutnya adalah sebagai ibu rumah tangga, yaitu 26 orang atau 26%. Pekerjaan responden selanjutnya adalah sebagai pelajar atau mahasiswa sebanyak 8 orang atau 8%. Pekerjaan responden selanjutnya

adalah sebagai PNS sebanyak 5 orang atau 5%. Pekerjaan responden selanjutnya adalah sebagai lainnya yaitu responden sebagai pensiunan sebanyak 2 orang atau 2%. Pekerjaan responden terendah adalah sebagai TNI atau POLRI, yaitu 0 orang atau 0%.

Kesimpulan dari keterangan di atas adalah sebagian besar nasabah produk Tabungan IB Muamalat Haji dan Umrah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar berprofesi sebagai wiraswasta karena letak Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar di pusat kota, memungkinkan nasabah untuk menabung serta memesan porsi keberangkatan haji di bank tersebut.

C. Deskripsi Data

Kuesioner atau angket yang akan peneliti sebarkan kepada 100 responden terdiri dari 36 pernyataan tentang bauran pemasaran dan keputusan nasabah dalam memilih, yang terbagi menjadi 9 variabel yaitu antara lain:

1. 4 soal untuk variabel produk
2. 4 soal untuk variabel harga
3. 4 soal untuk variabel promosi
4. 4 soal untuk variabel tempat
5. 4 soal untuk variabel orang
6. 4 soal untuk variabel bukti fisik
7. 4 soal untuk variabel proses
8. 4 soal untuk variabel *customer service*
9. 4 soal untuk variabel keputusan nasabah memilih

Hasil penelitian dapat diketahui gambaran suatu tanggapan dari nasabah menabung di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar. Berikut adalah gambaran yang diperoleh:

Tabel 4.5

Variabel Produk

No	Bobot	Skor	Jumlah	Prosentase
1	Sangat Setuju	5	83	20,75%
2	Setuju	4	187	46,75%
3	Netral	3	125	31,25%
4	Tidak Setuju	2	4	1%
5	Sangat Tidak Setuju	1	1	0,25%

Sumber: Data kuesioner diolah, 2018.

Tabel 4.5, menunjukkan bahwa dari 100 responden yang ditemui saat dilapangan. Peneliti berhasil mendapatkan data bahwa responden memilih pendapat sangat setuju terkait dengan produk berjumlah 83 atau 20,75%, 187 atau 46,75% memilih setuju, 125 atau 31,25% memilih netral, 4 atau 1% memilih tidak setuju, dan 1 atau 0,25% memilih sangat tidak setuju.

Tabel 4.6

Variabel Harga

No	Bobot	Skor	Jumlah	Prosentase
1	Sangat Setuju	5	79	19,75%
2	Setuju	4	115	28,75%
3	Netral	3	187	46,75%
4	Tidak Setuju	2	19	4,75%
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%

Sumber: Data kuesioner diolah, 2018.

Tabel 4.6, menunjukkan bahwa dari 100 responden yang ditemui saat dilapangan. Peneliti berhasil mendapatkan data bahwa responden memilih pendapat sangat setuju terkait dengan harga berjumlah 79 atau 19,75%, 115 atau 28,75% memilih setuju, 187 atau 46,75% memilih netral, 19 atau 4,75% memilih tidak setuju, 0 atau 0% memilih sangat tidak setuju.

Tabel 4.7

Variabel Tempat

No	Bobot	Skor	Jumlah	Prosentase
1	Sangat Setuju	5	58	14,5%
2	Setuju	4	133	33,25%
3	Netral	3	165	41,25%
4	Tidak Setuju	2	44	11%
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%

Sumber: Data kuesioner diolah, 2018.

Tabel 4.7, menunjukkan bahwa dari 100 responden yang ditemui saat dilapangan. Peneliti berhasil mendapatkan data bahwa responden memilih pendapat sangat setuju terkait dengan tempat berjumlah 58 atau 14,5%, 133 atau 33,25% memilih setuju, 165 orang atau 41,25% memilih netral, 44 atau 11% memilih tidak setuju, 0 atau 0% memilih sangat tidak setuju.

Tabel 4.8

Variabel Promosi

No	Bobot	Skor	Jumlah	Prosentase
1	Sangat Setuju	5	95	23,75%
2	Setuju	4	166	41,5%
3	Netral	3	116	29%
4	Tidak Setuju	2	23	5,75%
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%

Sumber: Data kuesioner diolah, 2018.

Tabel 4.8, menunjukkan bahwa dari 100 responden yang ditemui saat dilapangan. Peneliti berhasil mendapatkan data bahwa responden memilih pendapat sangat setuju terkait dengan promosi berjumlah 95 atau 23,75%, 166 atau 41,5% memilih setuju, 116 atau 29% memilih netral, 23 atau 5,75,% memilih tidak setuju, 0 atau 0% memilih sangat tidak setuju.

Tabel 4.9

Variabel Orang

No	Bobot	Skor	Jumlah	Prosentase
1	Sangat Setuju	5	158	39,5%
2	Setuju	4	149	37,25%
3	Netral	3	87	21,75%
4	Tidak Setuju	2	6	1,5%
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%

Sumber: Data kuesioner diolah, 2018.

Tabel 4.9, menunjukkan bahwa dari 100 responden yang ditemui saat dilapangan. Peneliti berhasil mendapatkan data bahwa responden memilih pendapat sangat setuju terkait dengan orang berjumlah 158 atau 39,5%, 149 atau 37,25% memilih setuju, 87 atau 21,75% memilih netral, 6 atau 1,5% memilih tidak setuju, 0 atau 0% memilih sangat tidak setuju.

Tabel 4.10

Variabel Bukti Fisik

No	Bobot	Skor	Jumlah	Prosentase
1	Sangat Setuju	5	87	21,75%
2	Setuju	4	138	34,5%
3	Netral	3	165	41,25%
4	Tidak Setuju	2	10	2,5%
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%

Sumber: Data kuesioner diolah, 2018.

Tabel 4.10, menunjukkan bahwa dari 100 responden yang ditemui saat dilapangan. Peneliti berhasil mendapatkan data bahwa responden memilih pendapat sangat setuju terkait dengan bukti fisik berjumlah 87 atau 21,75% memilih sangat setuju, 138 atau 34,5% memilih setuju, 165 atau 41,25% memilih netral, 10 atau 2,5% memilih tidak setuju, 0 atau 0% memilih sangat tidak setuju.

Tabel 4.11

Variabel Proses

No	Bobot	Skor	Jumlah	Prosentase
1	Sangat Setuju	5	111	27,75%
2	Setuju	4	173	43,25%
3	Netral	3	107	26,75%
4	Tidak Setuju	2	9	2,25%
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%

Sumber: Data kuesioner diolah, 2018.

Tabel 4.11, menunjukkan bahwa dari 100 responden yang ditemui saat dilapangan. Peneliti berhasil mendapatkan data bahwa responden memilih pendapat sangat setuju terkait dengan proses berjumlah 111 atau 27,75%, 173 atau 43,25% memilih setuju, 107 atau 26,75% memilih netral, 9 atau 2,25% memilih tidak setuju, 0 atau 0% memilih sangat tidak setuju.

Tabel 4.12

Variabel *Customer Service*

No	Bobot	Skor	Jumlah	Prosentase
1	Sangat Setuju	5	191	47,75%
2	Setuju	4	115	28,75%
3	Netral	3	92	23%
4	Tidak Setuju	2	2	0,5%
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%

Sumber: Data kuesioner diolah, 2018.

Tabel 4.12, menunjukkan bahwa dari 100 responden yang ditemui saat dilapangan. Peneliti berhasil mendapatkan data bahwa responden memilih pendapat sangat setuju terkait dengan *customer service* berjumlah 191 atau 47,75%, 115 atau 28,75% memilih setuju, 92 atau 23% memilih netral, 2 atau 0,5% memilih tidak setuju, 0 atau 0% memilih sangat tidak setuju.

Tabel 4.13

Variabel Keputusan Memilih

No	Bobot	Skor	Jumlah	Prosentase
1	Sangat Setuju	5	73	18,25%
2	Setuju	4	193	48,25%
3	Netral	3	134	33,5%
4	Tidak Setuju	2	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%

Sumber: Data kuesioner diolah, 2018.

Tabel 4.13, menunjukkan bahwa dari 100 responden yang ditemui saat dilapangan. Peneliti berhasil mendapatkan data bahwa responden memilih pendapat sangat setuju terkait dengan keputusan memilih berjumlah 73 atau 18,25%, 193 atau 48,25% memilih setuju, 134 atau 33,5% memilih netral, 0 atau 0% memilih tidak setuju, 0 atau 0% memilih sangat tidak setuju.

D. Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Data dikatakan valid apabila r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dan apabila r positif nilai signifikansi lebih kecil dari tingkat kesalahan 10%. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 100 responden. Uji validitas dalam penelitian ini dianalisis dengan menggunakan df (*degree of freedom*) dengan rumus df = n-2, n = jumlah sampel, jadi df yang digunakan adalah 100-2 = 98. Taraf kesalahan sebesar 10%, maka r_{tabel} adalah 0,1654. Hasil dari uji validitas dari kuesioner penelitian, sebagai berikut:

Tabel 4.14

Hasil Uji Validitas Produk

No. Item	Nilai Sig.	R-Hitung	R-Tabel	Keterangan
Pro1	0,000	0,821	0,1654	Valid
Pro2	0,000	0,838	0,1654	Valid
Pro3	0,000	0,871	0,1654	Valid
Pro4	0,000	0,839	0,1654	Valid

Sumber: Data primer, diolah SPSS 16, 2018.

Tabel 4.14, menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} dari semua indikator variabel produk lebih besar dari r_{tabel} yaitu (Pro1) 0,821 > 0,1654, (Pro2) 0,838 > 0,1654, (Pro3) 0,871 > 0,1654, (Pro4) 0,839 > 0,1654 dan dapat dilihat dari semua nilai signifikansi yang menunjukkan angka 0,000 kurang dari 0,1, oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari produk yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

Tabel 4.15

Hasil Uji Validitas Harga

No. Item	Nilai Sig.	R-Hitung	R-Tabel	Keterangan
Har1	0,000	0,952	0,1654	Valid
Har2	0,000	0,921	0,1654	Valid
Har3	0,000	0,951	0,1654	Valid
Har4	0,000	0,879	0,1654	Valid

Sumber: Data primer, diolah SPSS 16, 2018.

Tabel 4.15, menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} dari semua indikator variabel harga lebih besar dari r_{tabel} yaitu (Har1) 0,952 > 0,1654, (Har2) 0,921> 0,1654, (Har3) 0,951 > 0,1654, (Har4) 0,879 > 0,1654 dan dapat dilihat dari semua nilai signifikansi yang menunjukkan angka 0,000 kurang dari 0,1, oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari harga yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

Tabel 4.16

Hasil Uji Validitas Tempat

No. Item	Nilai Sig.	R-Hitung	R-Tabel	Keterangan
Tem1	0,000	0,898	0,1654	Valid
Tem2	0,000	0,892	0,1654	Valid
Tem3	0,000	0,878	0,1654	Valid
Tem4	0,000	0,871	0,1654	Valid

Sumber: Data primer, diolah SPSS 16, 2018.

Tabel 4.16, menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} dari semua indikator variabel tempat lebih besar dari r_{tabel} yaitu (Tem1) 0,898 > 0,1654, (Tem2) 0,892 > 0,1654, (Tem3) 0,878 > 0,1654, (Tem4) 0,871 > 0,1654 dan dapat dilihat dari semua nilai signifikansi yang menunjukkan angka 0,000 kurang dari 0,1, oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari tempat yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

Tabel 4.17

Hasil Uji Validitas Promosi

No. Item	Nilai Sig.	R-Hitung	R-Tabel	Keterangan
Pro1	0,000	0,892	0,1654	Valid
Pro2	0,000	0,873	0,1654	Valid
Pro3	0,000	0,853	0,1654	Valid
Pro4	0,000	0,905	0,1654	Valid

Sumber: Data primer, diolah SPSS 16, 2018.

Tabel 4.17, menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} dari semua indikator variabel promosi lebih besar dari r_{tabel} yaitu (Pro1) 0,892 > 0,1654, (Pro2) 0,873 > 0,1654, (Pro3) 0,853 > 0,1654, (Pro4) 0,905 > 0,1654 dan dapat dilihat dari semua nilai signifikansi yang menunjukkan angka 0,000 kurang dari 0,1, oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari promosi yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

Tabel 4.18

Hasil Uji Validitas Orang

No. Item	Nilai Sig.	R-Hitung	R-Tabel	Keterangan
Ora1	0,000	0,806	0,1654	Valid
Ora2	0,000	0,884	0,1654	Valid
Ora3	0,000	0,851	0,1654	Valid
Ora4	0,000	0,915	0,1654	Valid

Sumber: Data primer, diolah SPSS 16, 2018.

Tabel 4.18, menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} dari semua indikator variabel orang lebih besar dari r_{tabel} yaitu (Ora1) 0,806 > 0,1654, (Ora2) 0,884 > 0,1654, (Ora3) 0,851 > 0,1654, (Ora4) 0,915 > 0,1654 dan dapat dilihat dari semua nilai signifikansi yang menunjukkan angka 0,000 kurang dari 0,1, oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari orang yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

Tabel 4.19

Hasil Uji Validitas Bukti Fisik

No. Item	Nilai Sig.	R-Hitung	R-Tabel	Keterangan
Bf1	0,000	0,894	0,1654	Valid
Bf2	0,000	0,868	0,1654	Valid
Bf3	0,000	0,874	0,1654	Valid
Bf4	0,000	0,870	0,1654	Valid

Sumber: Data primer, diolah SPSS 16, 2018.

Tabel 4.19, menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} dari semua indikator variabel bukti fisik lebih besar dari r_{tabel} yaitu (Bf1) 0,894 > 0,1654, (Bf2) 0,868 > 0,1654, (Bf3) 0,874 > 0,1654, (Bf4) 0,870 > 0,1654 dan dapat dilihat dari semua nilai signifikansi yang menunjukkan angka 0,000 kurang dari 0,1, oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari bukti fisik yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

Tabel 4.20

Hasil Uji Validitas Proses

No. Item	Nilai Sig.	R-Hitung	R-Tabel	Keterangan
Prc1	0,000	0,901	0,1654	Valid
Prc2	0,000	0,920	0,1654	Valid
Prc3	0,000	0,939	0,1654	Valid
Prc4	0,000	0,876	0,1654	Valid

Sumber: Data primer, diolah SPSS 16, 2018.

Tabel 4.20, menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} dari semua indikator variabel proses lebih besar dari r_{tabel} yaitu (Prc1) 0,901 > 0,1654, (Prc2) 0,920 > 0,1654, (Prc 3) 0,939 > 0,1654, (Prc 4) 0,876 > 0,1654 dan dapat dilihat dari semua nilai signifikansi yang menunjukkan angka 0,000 kurang dari 0,1, oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari proses yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

Tabel 4.21

Hasil Uji Validitas *Customer Service*

No. Item	Nilai Sig.	R-Hitung	R-Tabel	Keterangan
Cs1	0,000	0,900	0,1654	Valid
Cs2	0,000	0,911	0,1654	Valid
Cs3	0,000	0,868	0,1654	Valid
Cs4	0,000	0,921	0,1654	Valid

Sumber: Data primer, diolah SPSS 16, 2018.

Tabel 4.21, menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} dari semua indikator variabel *customer service* lebih besar dari r_{tabel} yaitu (Cs1) 0,900> 0,1654, (Cs2) 0,911 > 0,1654, (Cs3) 0,868 > 0,1654, (Cs4) 0,921 > 0,1654 dan dapat dilihat dari semua nilai signifikansi yang menunjukkan angka 0,000 kurang dari 0,1, oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari *customer service* yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

Tabel 4.22

Hasil Uji Validitas Keputusan Nasabah Memilih

No. Item	Nilai Sig.	R-Hitung	R-Tabel	Keterangan
Kep1	0,000	0,925	0,1654	Valid
Kep2	0,000	0,920	0,1654	Valid
Kep3	0,000	0,902	0,1654	Valid
Kep4	0,000	0,874	0,1654	Valid

Sumber: Data primer, diolah SPSS 16, 2018.

Tabel 4.22, menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} dari semua indikator variabel keputusan nasabah memilih lebih besar dari r_{tabel} yaitu (Kep1) 0,925 > 0,1654, (Kep2) 0,920 > 0,1654, (Kep3) 0,902 > 0,1654, (Kep4) 0,874 > 0,1654 dan dapat dilihat dari semua nilai signifikansi yang menunjukkan angka 0,000 kurang dari 0,1, oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari keputusan nasabah memilih yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

2. Uji Reabilitas

Uji reabilitas dalam penelitian dilakukan karena untuk mengetahui keandalan instrumen berkaitan dengan kestabilan dan taraf kepercayaan terhadap instrumen tersebut serta untuk mengukur kecenderungan jawaban. Penentuan tingkat reliabilitas suatu instrumen penelitian dapat diterima bila:

a. Nilai Cronbach's Alpha 0,00 s.d. 0,20, berarti kurang reliable.
b. Nilai Cronbach's Alpha 0,21 s.d. 0,40, berarti agak reliable.
c. Nilai Cronbach's Alpha 0,42 s.d. 0,60, berarti cukup reliable.
d. Nilai Cronbach's Alpha ch 0,61 s.d. 0,80, berarti reliable.
e. Nilai Cronbach's Alpha 0,81 s.d. 1,00, berarti sangat reliable

Tabel 4.23

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	*Cronbach's Alpha*	Keterangan
Produk	0,861	Reliable
Harga	0,944	Reliable
Tempat	0,907	Reliable
Promosi	0,902	Reliable
Orang	0,887	Reliable
Bukti Fisik	0,899	Reliable
Proses	0,930	Reliable
Customer Service	0,921	Reliable
Keputusan Nasabah Memilih	0,926	Reliable

Sumber: Data primer, diolah SPSS 16, 2018.

Tabel 4.23, menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* variabel produk yaitu 0,861, harga yaitu 0,944, tempat yaitu 0,907, promosi yaitu 0,902, orang yaitu 0,887, bukti fisik yaitu 0,899, proses yaitu 0,930, *customer service* yaitu 0,921, dan keputusan nasabah memilih yaitu 0,926. Kesimpulannya dari semua variabel dinyatakan memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,61 artinya semua variabel dinyatakan reliable dan penelitian ini memiliki hasil pengukuran yang konsisten.

3. Analisis Multinormal

Analisis Multinormal dari data faktor-faktor bauran pemasaran yang dipertimbangkan nasabah dalam memilih produk Tabungan IB Muamalat Haji dan Umrah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar adalah sebagai berikut:

H_0 = Data berdistribusi normal multivariate

H_1 = Data tidak berdistribusi normal multivariate

Daerah kritis = Tolak H_0 jika $t < 0,5$

Tabel 4.24

Hasil Uji Multivariate Normal

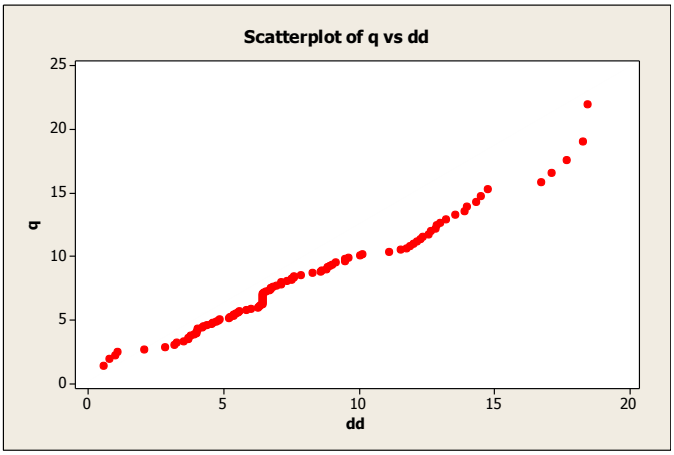
Data Display	
T	**0,560000**
Distribusi Data Multinormal	

Sumber: Output Minitab, Data diolah dari kuesioner, 2018.

Tabel 4.24, menunjukkan bahwa pengujian uji normalitas secara multivariate di atas diperoleh hasil bahwa kedelapan variabel di atas distribusi data multinormal yaitu dapat dilihat dari nilai t = 0,560000 yang berarti t > 0,5, menunjukkan bahwa 56% data berdistribusi normal parametric sehingga dapat dikatakan bahwa berdistribusi normal.

Gambar 4.2

Plot Multinormal



Sumber: Output Minitab, data diolah dari Kuesioner, 2018.

Gambar 4.2, menunjukkan bahwa kecenderungan garis tersebut membentuk garis linier dan membentuk distribusi data multivariat normal.

4. Analisis Faktor

a. Menentukan variabel yang akan dianalisis

Langkah dalam analisis faktor, hal pertama yang harus dilakukan adalah menilai variabel mana yang layak untuk dimasukkan dalam analisis selanjutnya. Analisis tersebut menggunakan statistik *Kaiser-Mayer Olkin* (KMO) *and Barlett's Test* dan uji *Anti-Image Matrics.* Nilai MSA > 0,5 maka indikator tersebut layak untuk digunakan dalam analisis faktor dan sebaliknya jika nilai MSA < 0,5 maka indikator tersebut tidak layak.

Tabel 4.25

Nilai KMO (*Kaiser-Mayer Olkin*)

Nilai KMO	Rekomendasi
≥ 0,90	Baik sekali
≥ 0,80	Baik
≥ 0,70	Sedang
≥ 0,60	Cukup
≥ 0,50	Kurang
< 0,50	Kurang bisa diterima

Sumber: Subhash Sharma, *Applied Multivariate Technique, First Edition* and Sons, Inc, Toronto, hal. 10.[166]

Anti-image menyediakan informasi ini untuk menyeleksi indikator mana yang layak. Proses ini apabila ada lebih dari satu faktor yang tidak memenuhi nilai minimum MSA maka dikeluarkan indikator dengan nilai yang paling kecil dahulu, setelah dilakukan pengujian dengan bantuan *sofeware* SPSS, maka diperoleh hasil dari uji *KMO and Barlett's Test* seperti pada tabel berikut :

[166] https://www.slideshare.net/ListianaRetnowati/analisisfaktor.html, (diakses pada tanggal 08 April 2018, pukul 15.00 WIB).

Tabel 4.26

Hasil Uji KMO *and Barlett's Test*

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.749
Bartlett's Test of Sphericity	Sig.	.000

Sumber: Data primer diolah hasil output SPSS 16, 2018.

Hasil *output* angka pada *KMO and Barlett's Test* dan *Measure of Sampling Adequacy* adalah 0,749 dengan tingkat signifikansi 0,000, karena angka *KMO and Barlett's Test* lebih besar dari 0,5 dan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka variabel dan sampel yang ada sudah dapat dianalisis dengan analisis faktor.

Tabel 4.27

Measures of Sampling Adequacy

Anti-image Matrices									
		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8
Anti-image Correlation	X1	.815[a]	-.188	-.194	-.362	-.186	-.111	.037	.000
	X2	-.188	.705[a]	-.464	.136	-.033	-.353	-.126	.202
	X3	-.194	-.464	.756[a]	-.274	.062	-.072	.080	.060
	X4	-.362	.136	-.274	.747[a]	.044	-.033	-.105	-.035
	X5	-.186	-.033	.062	.044	.703[a]	.049	-.364	-.357
	X6	-.111	-.353	-.072	-.033	.049	.804[a]	-.139	-.275
	X7	.037	-.126	.080	-.105	-.364	-.139	.766[a]	-.214
	X8	.000	.202	.060	-.035	-.357	-.275	-.214	.675[a]
a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)									

Sumber: Data primer, diolah SPSS 16, 2018.

Uji bagian diagonal matriks MSA *(Measure of Sampling Adequacy)* berkisar 0 sampai 1 dengan kriteria:

1) MSA = 1, variabel tersebut dapat diprediksi tanpa kesalahan oleh variabel lain.

2) MSA > 0,5, variabel masih bisa diprediksi dan bisa dianalisis lebih lanjut.

3) MSA < 0,5, variabel tidak bisa diprediksi dan tidak bisa dianalisis lebih lanjut atau harus dikeluarkan dari variabel lainnya.

Kesimpulan untuk uji bagian diagonal matriks MSA pada tabel 4.27 di atas yaitu semua variabel lebih dari 0,5 maka variabel masih bisa diprediksi dan bisa dianalisis lebih lanjut.

b. Estimasi *communalities*

Communalities adalah jumlah varian dari suatu variabel mula-mula yang bisa dijelaskan oleh faktor yang ada. Ketentuan dalam *estimasi communalities* yaitu bahwa semakin besar *communalities* sebuah variabel, berarti semakin erat hubungannya dengan faktor yang terbentuk. Berikut adalah tabel yang menunjukkan nilai *communalities* dari variabel-variabel yang diujikan di dalam penelitian ini :

Tabel 4.28

Hasil Uji Communaties

Communalities		
Variabel	Initial	Extraction
X1	1.000	.630
X2	1.000	.660
X3	1.000	.741
X4	1.000	.426
X5	1.000	.678
X6	1.000	.540
X7	1.000	.640
X8	1.000	.684
Extraction Method: Principal Component Analysis.		

Sumber: Data primer diolah hasil output SPSS 16, 2018.

Tabel 4.28 menunjukkan bahwa hasil uji *communaties* analisis faktor ini menggunakan ekstraksi Principal Component Analysis sehingga korelasi untuk semua variabel bernilai sama yaitu 1. Berikut hasil nilai *communalities extraction,* sebagai berikut:

1) Variabel X1 (produk) nilai *communalitiesnya* 0,630, ini berarti sekitar 63% varians bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.
2) Variabel X2 (harga) nilai *communalitiesnya* 0,660, ini berarti sekitar 60% varians bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.
3) Variabel X3 (tempat) nilai *communalitiesnya* 0,741, ini berarti sekitar 74,1% varians bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.
4) Variabel X4 (promosi) nilai *communalitiesnya* 0,426, ini berarti sekitar 42,6% varians bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.
5) Variabel X5 (orang) nilai *communalitiesnya* 0,678, ini berarti sekitar 67,8% varians bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.
6) Variabel X6 (bukti fisik) nilai *communalitiesnya* 0,540, ini berarti sekitar 54% varians bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.
7) Variabel X7 (proses) nilai *communalitiesnya* 0,640, ini berarti sekitar 64% varians bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.
8) Variabel X8 (*customer service*) nilai *communalitiesnya* 0,684, ini berarti sekitar 68,4% varians bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.

c. Penentuan jumlah faktor

Proses selanjutnya dari analisis faktor adalah melakukan ekstraksi. Ekstraksi dilakukan terhadap sekumpulan variabel yang ada

dan telah melalui pengujian seperti yang telah dilakukan dalam pemilihan variabel yang telah dibahas sebelumnya.

Penelitian ini penentuan jumlah faktor didasarkan pada nilai *eigenvalue* dengan kriteria bahwa angka *eigenvalue* < 1 tidak digunakan dalam menghitung jumlah faktor yang terbentuk. Penentuan jumlah faktor tersebut dapat dilihat pada tabel *Total Variance Explained* dari program SPSS.

Tabel 4.29

Hasil *Total Variance Explained*

Total Variance Explained					
Component	Initial Eigenvalues		Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3.163	39.538	2.837	35.460	35.460
2	1.835	22.941	2.162	27.020	62.479
3	.831	10.388			
4	.591	7.383			
5	.516	6.452			
6	.424	5.297			
7	.357	4.468			
8	.283	3.532			
Extraction Method: Principal Component Analysis.					

Sumber: Data primer diolah hasil output SPSS 16, 2018.

Tabel 4.29, menunjukkan bahwa delapan variabel yang dimasukkan kedalam dua faktor terbentuk. Hasil tersebut dapat diketahui dengan pembentukan jumlah faktor dalam analisis faktor jika *eigenvalue* < 1, maka tidak dapat digunakan dalam pembentukan faktor. Tabel 4.29 terlihat bahwa ada delapan faktor terbentuk, terdiri dari faktor 1 angka *eigenvalue* > 1 dan faktor 2 angka *eigenvalue* > 1. Angka pada faktor 3 < 1, yakni 0,831, sehingga proses *factoring*

berhenti pada dua faktor saja, jadi hasil reduksi delapan variabel yang ada diperoleh dua faktor.

Hasil *output* pada tabel *Total Variance Explained* terlihat bahwa nilai *variance* faktor pertama 39,538%, faktor kedua 22,941%, kedua faktor tersebut dapat menjelaskan 62,479% variabilitas delapan variabel tersebut.

d. Pembentukan faktor

Proses setelah dilakukan ekstraksi, maka akan terbentuk satu atau beberapa faktor yang berisi sejumlah variabel. Proses rotasi dilakukan untuk mempermudah penempatan variabel yang ada ke faktor yang terbentuk. Penelitian ini, rotasi menggunakan metode *Varimax* (bagian dari *Orthogonal*). Metode tersebut merupakan sebuah metode rotasi *Orthogonal* yang memimumkan jumlah variabel dengan muatan yang tinggi pada sebuah faktor, sehingga meningkatkan kemampuan tafsir dari faktor tersebut.

Proses setelah terbentuk faktor, maka tahap selanjutnya adalah menginterpretasikan faktor yang terbentuk. penelitian ini akan dilakukan interpretasi terhadap dua faktor yang terbentuk mereduksi dari delapan variabel bauran pemasaran yang dipertimbangkan nasabah dalam memilih produk Tabungan IB Muamalat Haji dan Umrah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar.

Interpretasi ini didasarkan pada nilai *loading* menunjukkan besar korelasi antara suatu variabel dengan faktor 1 dan faktor 2. Penelitian

ini maka harus dilakukan rotasi faktor. Rotasi faktor ini bertujuan untuk mendapatkan tampilan data yang jelas dari nilai *loading* untuk masing-masing variabel pada faktor yang ada.

Nilai *loading* untuk masing-masing variabel terhadap faktor dapat dilihat pada tabel *Rotated Component Matrix* yang diolah melalui *software* SPSS sebagai berikut:

Tabel 4.30

Hasil *Rotated Componen Matrix*

Rotated Component Matrix[a]		
Variabel	Component	
	1	2
X1	.772	.184
X2	.812	.015
X3	.853	-.117
X4	.641	.120
X5	.095	.818
X6	.629	.379
X7	.192	.776
X8	-.029	.827
Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.		
a. Rotation converged in 3 iterations.		

Sumber: Data primer diolah hasil output SPSS 16, 2018.

Berikut adalah hasil dari faktor yang kemudian diperoleh beberapa variabel yang mendominasi masing-masing faktor dengan hasil sebagai berikut :

F1 = 0,772X1+0,812X2+0,853X3+0,641X4+0,629X6

F2 = 0,818X5+0,776X7+0,827X8

1) Faktor pertama, faktor ini merupakan faktor yang memiliki pengaruh terbesar yaitu dengan *eigenvalue* 3,163 dan mampu menjelaskan *variance total* sebesar 39,538% :
   a) X1 (produk), karena variabel ini memiliki *loading* terbesar pada komponen 1 yaitu 0,772, maka variabel ini masuk ke dalam faktor 1.
   b) X2 (harga), karena variabel ini memiliki *loading* terbesar pada komponen 1 yaitu 0,812, maka variabel ini masuk ke dalam faktor 1.
   c) X3 (tempat), karena variabel ini memiliki *loading* terbesar pada komponen 1 yaitu 0,853, maka variabel ini masuk ke dalam faktor 1.
   d) X4 (promosi), karena variabel ini memiliki *loading* terbesar pada komponen 1 yaitu 0,641, maka variabel ini masuk ke dalam faktor 1.
   e) X6 (bukti fisik), karena variabel ini memiliki *loading* terbesar pada komponen 1 yaitu 0,629, maka variabel ini masuk ke dalam faktor 1.
2) Faktor kedua, faktor ini merupakan faktor yang memiliki pengaruh terbesar yaitu dengan *eigenvalue* 1,835 dan mampu menjelaskan *variance total* sebesar 22,941% :

a) X5 (orang), karena variabel ini memiliki *loading* terbesar pada komponen 2 yaitu 0,818, maka variabel ini masuk ke dalam faktor 2.

b) X7 (proses), karena variabel ini memiliki *loading* terbesar pada komponen 2 yaitu 0,776, maka variabel ini masuk ke dalam faktor 2.

c) X8 (*customer service*), karena variabel ini memiliki *loading* terbesar pada komponen 2 yaitu 0,827, maka variabel ini masuk ke dalam faktor 2.

e. Penamaan faktor

Proses setelah mendapatkan 2 faktor yang terbentuk dari 8 variabel, langkah berikutnya adalah memberi nama pada 2 faktor tersebut. Penamaan faktor ini tergantung pada nama-nama faktor yang menjadi atau mendominasi pada suatu kelompok faktor tersebut.

1) Faktor pertama terdiri dari produk, harga, tempat, promosi, dan bukti fisik, faktor ini dinamakan faktor metode dan alat-alat penawaran sesuai dengan pendapat Albert Frey dalam buku karya Amar Jyoti berjudul *Marketing Management* menyatakan bahwa variabel bauran pemasaran dikelompokkan menjadi dua bagian:

a) Metode dan alat-alat (*the methods and tools*), terdiri dari saluran distribusi, penjualan, iklan, dan promosi penjualan.

b) Penawaran (*the offering*), terdiri dari produk, pengepakan, jasa, merek, dan harga.[167]

2) Faktor kedua terdiri dari orang, proses, dan *customer service*, faktor ini dinamakan faktor pelayanan prima sesuai dengan buku yang berjudul *service excellent* menyatakan pelayanan prima (*service excellent*) adalah pelayanan yang memenuhi standar kepuasan pelanggan karena erat kaitannya dengan pelayanan dan kualitas. Kualitas yang berhubungan dengan proses, produk, barang dan jasa, manusia, dan lingkungan yang memenuhi harapan.[168]

Penamaan faktor di atas belum tentu tepat, karena sulitnya untuk melakukan generalisasi variabel yang ada, namun sebuah faktor haruslah diberi nama yang sebisa mungkin mencerminkan isi dari faktor tersebut.

f. Interpretasi hasil

Hasil penelitian ini diketahui bahwa kedelapan variabel yang diteliti, dengan proses *factoring* bisa direduksi menjadi 2 faktor yaitu faktor metode dan alat-alat penawaran dan faktor pelayanan prima.

1) Faktor 1, terdiri atas produk, harga, tempat, promosi, bukti fisik, faktor tersebut dapat dinamakan faktor metode dan alat-alat penawaran.

---

[167] Amar Jyoti, *Marketing Management*, (India: Gennext Publication, 2010), hal. 19.

[168] Freddy Rangkuti, *Customer Care Excellence*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2017), hal. 56.

Cara untuk meningkatkan pemasaran dalam bauran pemasaran yang dipertimbangkan nasabah dalam memilih produk Tabungan IB Muamalat Haji dan Umrah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar yaitu dengan meningkatkan kualitas dari jasa yang berupa produk, harga, tempat, promosi, bukti fisik agar nasabah memilih produk Tabungan IB Muamalat Haji dan Umrah.

Interpretasi variabel, karena kecenderungan produk dengan nilai 0,772, harga dengan nilai 0,812, tempat dengan nilai 0,853, promosi dengan nilai 0,641, bukti fisik dengan nilai 0,629 adalah positif dapat disimpulkan bahwa nasabah semakin memahami mengenai jasa yang ditawarkan oleh bank, berarti nasabah akan semakin memilih produk Tabungan IB Muamalat Haji dan Umrah.

2) Faktor 2, terdiri atas orang, proses, *customer service*, faktor tersebut dapat dinamakan faktor pelayanan prima.

Cara untuk meningkatkan pemasaran dalam bauran pemasaran yang dipertimbangkan nasabah dalam memilih produk Tabungan IB Muamalat Haji dan Umrah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar yaitu dengan meningkatkan kualitas dari jasa yang berupa pelayanan karyawan bank dalam membantu memenuhi kebutuhan nasabah, yang berupa orang, proses, *customer service* agar nasabah lebih memilih produk Tabungan IB Muamalat Haji dan Umrah.

Interpretasi variabel, karena kecenderungan orang dengan nilai 0,818, proses dengan nilai 0,818, *customer service* dengan nilai 0,827 adalah positif dapat disimpulkan bahwa karyawan semakin baik dalam melayani kebutuhan nasabah maka nasabah akan lebih memilih produk Tabungan IB Muamalat Haji dan Umrah.

5. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi yang memiliki satu variabel dependen dan lebih dari satu variabel independen. Model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 F_1 + \beta_2 F_2 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan nasabah memilih sebagai variabel dependen

β_0 = Konstanta

β_1, β_2 = Koefisien regresi variabel independen

F_1 = Faktor metode dan alat-alat penawaran sebagai variabel independen

F_2 = Faktor pelayanan prima sebagai variabel independen

e = *error term* (variabel pengganggu) atau residual

Tabel 4.31

Hasil Uji Linier Berganda

Coefficients[a]			
Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	15.390	.222
	F1	.787	.223
	F2	1.020	.223
a. Dependent Variable: Y1			

Sumber: Output SPSS 16,0, data primer diolah, 2018.

Hasil tabel 4.31, menunjukkan bahwa model persamaan regresi yang digunakan adalah:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 F_1 + \beta_2 F_2 + e$$

atau

Keputusan memilih = 15,390+0,787 F_1+1,020 F_2+10%

Persamaan regresi di atas dapat disimpulkan bahwa F_2 yaitu faktor pelayanan prima adalah faktor yang paling dipertimbangkan dalam nasabah dalam memilih produk Tabungan IB Muamalat Haji dan Umrah karena faktor pelayanan prima memiliki nilai regresi paling besar dibandingkan dengan F_1 yaitu faktor metode dan alat-alat penawaran, sebesar 1,020.

a. Uji Determinasi (R-Square)

Tabel 4.32

Hasil Uji Determinasi (R-Square)

Model Summary[b]		
Model	Adjusted R Square	Durbin-Watson
1	.240	1.856
a. Predictors: (Constant), F2, F1		
b. Dependent Variable: Y1		

Sumber: Output SPSS 16,0, data primer diolah, 2018.

Tabel 4.32, menunjukkan bahwa nilai Adjusted R-Square sebesar 0,240 artinya 24% menunjukkan bahwa faktor metode dan alat-alat penawaran dan faktor pelayanan prima berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk IB Muamalat Haji dan Umrah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar, dan sisanya (100%-24%=76%) dijelaskan oleh faktor yang lain di luar model.

b. Uji Hipotesis

1) Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada salah satu antara faktor metode dan alat-alat penawaran dan faktor pelayanan prima yang berpengaruh terhadap nasabah dalam memilih produk IB Muamalat Haji dan Umrah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar.

H_0 = $\beta_1 = \beta_2 = 0$ (X_1 dan X_2 tidak mempengaruhi Y)

H_1 = paling tidak ada salah satu variabel, $\beta \neq 0$

Daerah kritis = Tolak H_0 jika signifikansi < 0,1

Tabel 4.33

Hasil Uji F

ANOVA[b]					
Model		Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	164.193	82.097	16.604	.000[a]
	Residual	479.597	4.944		
	Total	643.790			
a. Predictors: (Constant), F2, F1					
b. Dependent Variable: Y1					

Sumber: Output SPSS 16,0, data primer diolah, 2018.

Tabel 4.33, menunjukkan bahwa uji Anova atau F test didapat nilai F hitung sebesar 16,604 dengan signifikansi 0,000 kurang dari 0,1 yang artinya tolak H_0 yang dapat disimpulkan bahwa model regresi dapat digunakan untuk memprediksi faktor metode dan alat-alat penawaran dan faktor pelayanan prima secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk IB Muamalat Haji dan Umrah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar.

2) Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Tujuan uji t untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen mempengaruhi variable dependen secara signifikan.

a) H_0 : faktor metode dan alat-alat penawaran tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah

H_1 : faktor metode dan alat-alat penawaran berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah

b) H_0 : faktor pelayanan prima tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah

H_1 : faktor pelayanan prima berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah

Daerah kritis = Tolak H_0 jika signifikansi < 0,1

Tabel 4. 34

Hasil Uji t

Coefficients[a]		
Model		Sig.
1	(Constant)	.000
	F1	.001
	F2	.000
a. Dependent Variable: Y1		

Sumber: Output SPSS 16,0, data primer diolah, 2018.

Tabel 4.34, di atas dapat disimpulakan bahwa:

Faktor 1 = Nilai signifikansi faktor metode dan alat-alat penawaran (F1) adalah 0,001 < 0.1, tolak H_0 yang artinya faktor metode dan alat-alat penawaran berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk Tabungan IB Muamalat Haji dan Umrah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar.

Faktor 2 = Nilai signifikansi faktor pelayanan prima (F2) adalah 0,000 < 0.1, tolak H_0 yang artinya faktor pelayanan bank berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk Tabungan IB Muamalat Haji dan Umrah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar.

6. Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang digunakan untuk mengecek apakah data penelitian berditribusi normal dari populasi. Berikut adalah uji

normalitas residual menggunakan *One-Sample Kolmogorov-smirnov test.*

Tabel 4.35

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters[a]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.20100274
Kolmogorov-Smirnov Z		1.197
Asymp. Sig. (2-tailed)		.114
a. Test distribution is Normal.		

Sumber: Output SPSS 16,0, data primer diolah, 2018.

Tabel 4.35, *One-Sample Kolmogorov-smirnov test* di atas menunjukkan bahwa n (jumlah data sampel) yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100. Nilai Asymp. Sig. (2-tailed) 0,114 maka dapat diambil kesimpulan bahwa sig. variabel > 0,1, sehingga disimpulkan bahwa data penelitian tersebut telah memenuhi asumsi distribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinealitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik, seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Cara untuk mengetahui ada tidaknya masalah multikolinealitas di dalam model regresi yaitu dapat dilihat dengan 2 cara:

1) Nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) tidak lebih dari 10, maka model regresi bebas dari multikolinieritas.
2) Nilai *tolerance* > 0,1

Tabel 4.36

Hasil Uji Multikolinealitas

Coefficients[a]			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	F1	1.000	1.000
	F2	1.000	1.000
a. Dependent Variable: Y1			

Sumber: Output SPSS 16,0, data primer diolah, 2018.

Tabel 4.36, menunjukkan bahwa nilai VIF untuk faktor metode dan alat-alat penawaran (F_1) = 1,000 dan faktor pelayanan prima (F_2) = 1,000. Nilai VIF dari kedua variabel tersebut kurang dari 10,00. Nilai *tolerance* kedua faktor tersebut lebih dari 0,1, yakni faktor metode dan alat-alat penawaran (F_1) = 1,000, faktor pelayanan prima (F_2) = 1,000, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kedua variabel di atas bebas dari multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedasitas menguji terjadinya perbedaan variabel residual suatu periode pengamatan keperiode pengamatan lainnya. Cara untuk memprediksi ada atau tidaknya heteroskedasitas pada suatu model dapat dilihat dengan model gletser dan juga pola gambar *scatterplot.*

1) Model gletser

Tabel 4. 37

Hasil Uji Heteroskedasitas

Coefficients[a]		
Model		Sig.
1	(Constant)	.000
	F1	.175
	F2	.121
a. Dependent Variable: abs_Yres		

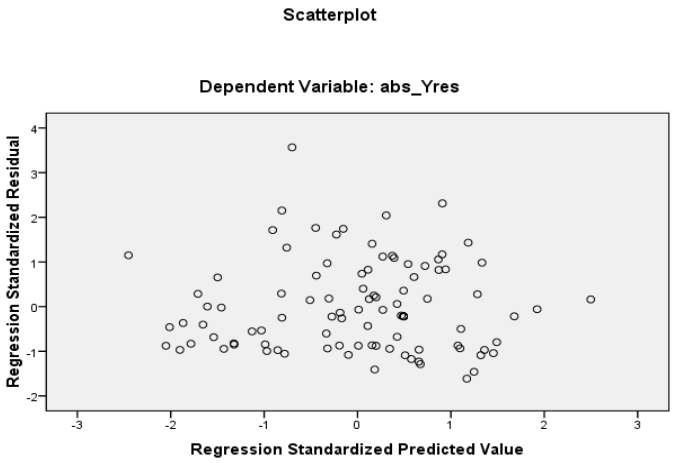
Sumber: Output SPSS 16,0, data primer diolah, 2018.

Tabel 4.37, menunjukkan bahwa nilai signifikan untuk faktor metode dan alat-alat penawaran (F_1) = 0,175 dan faktor pelayanan prima (F_2) = 0,121. Kedua faktor tersebut nilai signifikan lebih besar dari α (0,1), maka dapat disimpulkan kedua faktor tersebut tidak terjadi heteroskedasitas.

2) Pola *scatterplot*

Gambar 4.3

Hasil Uji Heteroskedasitas



Sumber: Output SPSS 16,0, data primer diolah, 2018.

Gambar 4.3, menunjukkan bahwa titik-titik digambar menyebar dan tidak membentuk pola maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedasitas.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji menguji apakah model regresi linier berganda ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya), jika terjadi autokorelasi, maka dinamakan ada masalah autokorelasi. Cara yang digunakan untuk mendeteksi adanya autokorelasi dalam regresi linier berganda dengan uji Durbin Watson (DW), model regresi dinyatakan tidak terjadi autokorelasi, jika:

$$d_u < d < 4 - d_u$$

Tabel 4.38

Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary[b]	
Model	Durbin-Watson
1	1.856
a. Predictors: (Constant), F2, F1	
b. Dependent Variable: Y1	

Sumber: Output SPSS 16,0, data primer diolah, 2018.

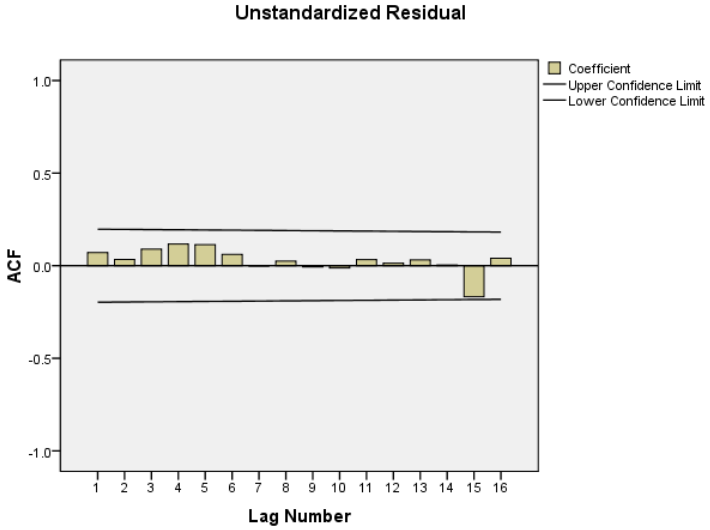
Tabel 4.38, menunjukkan bahwa nilai DW_{hitung} = 1,856 lebih besar dari pada batas atas 1,72 dengan n = 100, k = 2 dan lebih kecil dari pada $4 – d_u = 4 – 1,72 = 2,28$, atau :

$d_u < d < 4 - d_u = 1,72 < 1,856 < 4 - 1,72 = 1,72 < 1,856 < 2,28$

Kesimpulannya, maka persamaan regresi di atas tidak terjadi autokorelasi.

Gambar 4.4

Hasil Uji Plot *Auto Carellation Function*



Gambar 4.4, menunjukkan bahwa plot *autocorellation function* di atas tidak melewati garis linier, asumsi faktor metode dan alat-alat penawaran (F_1) dan faktor pelayanan prima (F_2) terpenuhi dan tidak terjadi autokorelasi.