

BAB V

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Uji Kualitas dan Instrumen Data

1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

1) Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan rumus *Korelasi Product Moment* atau pertanyaan/pernyataan. Dinyatakan valid jika mempunyai jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada taraf $\alpha = 5\%$ atau nilai signifikan harus $> 0,05$. Dari hasil analisis diperoleh nilai korelasi antara skor item dan skor total. Kemudian, nilai dibandingkan dengan nilai r tabel. Nilai r tabel untuk *degree of freedom* (df) = n-k, dimana n adalah jumlah sampel dan k adalah konstruk.

Pada penelitian ini besarnya df dapat dihitung $100-2 = 98$ dengan $\alpha = 5\%$ sehingga diperoleh nilai r tabel sebesar 0,1966 dengan jumlah sampel total keseluruhan 100 responden.

Tabel 5.1
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	R pearson correlation	R table	Signifikan	Kesimpulan
Religiusitas	R1	0,527	0,1966	0,000	Valid
	R2	0,631		0,000	Valid
	R3	0,583		0,000	Valid
	R4	0,768		0,000	Valid
	R5	0,695		0,000	Valid
Kualitas pelayanan	PE1	0,789	0,1966	0,000	Valid
	PE2	0,693		0,000	Valid
	PE3	0,676		0,000	Valid
	PE4	0,545		0,000	Valid
	PE5	0,501		0,000	Valid
Kualitas produk	PR1	0,619	0,1966	0,000	Valid
	PR2	0,602		0,000	Valid
	PR3	0,644		0,000	Valid
	PR4	0,593		0,000	Valid
	PR5	0,694		0,000	Valid
Keputusan nasabah	KN1	0,758	0,1966	0,000	Valid
	KN2	0,639		0,000	Valid
	KN3	0,650		0,000	Valid
	KN4	0,691		0,000	Valid
	KN5	0,660		0,000	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 5.1 dari hasil pengolahan data uji validitas variabel religiusitas, kualitas pelayanan, kualitas produk dan keputusan nasabah diketahui masing-masing item memiliki jika $r_{hitung} > r_{table}$ dan signifikan dengan nilai $> 0,05$. Dengan demikian masing-masing item pertanyaan/pernyataan di kuisioner untuk variabel religiusitas, kualitas pelayanan, kualitas produk dan keputusan nasabah dinyatakan valid.

2) Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas untuk mengukur nilai yang ada pada variabel kuisioner sehingga dapat menghasilkan data yang konsisten dengan

menggunakan alat uji statistik SPSS versi 16.0, dapat dikatakan reliable apabila *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,6.

Tabel 5.2
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Kesimpulan
Religiusitas	0,642	Reliabel
Kualitaspelayanan	0,645	Reliabel
Kualitas produk	0,616	Reliabel
Kualitas nasabah	0,709	Reliabel

Sumber : Data primer diolah, 2017

Pada tabel 5.2 dari hasil pengujian dapat diperoleh bahwa nilai perhitungan koefisien *Cronbach's Alpha* dari keempat variabel diatas $> 0,60$. Maka dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan/ Pernyataan variabel religiusitas, kualitas pelayanan, kualitas produk dan keputusan nasabah dapat dikatakan reliable.

B. Hasil Penelitian

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui kondisi data yang digunakan dalam penelitian ini. Hal ini dilakukan agar diperoleh model analisis yang tepat untuk dipergunakan dalam penelitian ini. Adapun uji asumsi klasik yang dilakukan meliputi uji normalitas data secara statistik, uji heteroskedastisitas, uji multikolinieritas, dan uji autokorelasi.

1) Uji Normalitas

Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual mempunyai

distribusi normal atau tidak. Dengan menggunakan alat bantu SPSS 16 tes normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji *one sample kolmogrov-smirnov test* dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

Sig > 0,05, maka data berdistribusi normal

Sig < 0,05, maka data tidak berdistribusi normal

Berdasarkan hasil pengujian normalitas dalam penelitian ini dapat terlihat pada tabel 5.3:

Tabel 5.3
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
Kolmogorov-Smirnov Z	0,777
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,582

Sumber : Data primer diolah, 2017

Hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* pada tabel 5.3 menunjukkan nilai *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0.777 dengan nilai probabilitas signifikan (*Asymp. Sig*) sebesar 0.582. Karena nilai p atau *Asymp. Sig* > 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa data residual terdistribusi secara normal. Dengan kata lain, model regresi penelitian ini terdistribusi normal.

2) Uji Multikolerasi

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinieritas, yaitu adanya hubungan linier antar variabel independen dalam model regresi. Hasil analisis dapat dilihat pada tabel 5.4:

Tabel 5.4
Uji Multikolinearitas

Model	Tolerance	VIF	Kesimpulan
Religiusitas	0,762	1.312	Non Multikolinearitas
Pelayanan	0,843	1.186	Non Multikolinearitas
Produk	0,807	1.239	Non Multikolinearitas

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan hasil uji pada tabel 5.4 terlihat bahwa menunjukkan semua nilai VIF dari semua variabel independen dalam penelitian ini mempunyai nilai tolerance $\geq 0,1$ dan nilai VIF ≤ 10 . Maka dapat dikatakan berarti data terbebas dari multikolinearitas.

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu ke pengamatan yang lain. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas. Hasil analisis dapat diliha pada tabel 5.5:

Tabel 5.5
Uji Heteroskedastisitas

Model	Sig.
1	
(Constant)	0,031
LNreligiusitas	0,375
LNpelayanan	0,073
LNProduk	0,988

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Dikatakan tidak terkena heteroskedastisitas apabila nilai signifikannya lebih besar dari 0,05. Hasil penelitian berdasarkan tabel diatas diperoleh hasil signifikan karena < 0.05 , maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda ini untuk melihat pengaruh antara variabel dependen dengan variabel independen, membuktikan adanya hubungan positif atau negatif pada variabel religiusitas, kualitas pelayanan dan kualitas produk secara parsial dan simultan terhadap keputusan nasabah bertransaksi di Bank NTB kota Mataram, berikut merupakan hasil analisis statistik menggunakan SPSS versi 16.

Tabel 5.6
Analisis Data SPSS

Model	Unstandardized Coefficients	T hitung	Signifikan	Keterangan
	B			
(Constant)	7.938	3.176	0,002	Signifikan
Religiusitas	0,072	0,714	0,477	Tidak Signifikan
Pelayanan	0,222	2.224	0,029	Signifikan
Produk	0,308	2.923	0,004	Signifikan

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Dari tabel 5.6 diatas dapat dilihat hasil persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,072 X_1 + 0,222 X_2 + 0,308 X_3$$

Hasil persamaan diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

$a = 7.938$ merupakan nilai konstan. Jika nilai X_1 , X_2 dan X_3 merupakan 0 maka nilai keputusan nasabah bertransaksi di Bank NTB kota Mataram adalah sebesar 7.938.

$b_1 = 0,072$ artinya variabel religiusitas memiliki pengaruh positif terhadap keputusan nasabah bertransaksi di Bank NTB kota Mataram.

$b_2 = 0,222$ artinya variabel pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan nasabah bertransaksi di Bank NTB kota Mataram.

$b_3 = 0,308$ artinya variabel produk memiliki pengaruh positif terhadap keputusan nasabah bertransaksi di Bank NTB kota Mataram.

1) Uji T

Uji T dilakukan untuk melihat pengaruh variabel independen yaitu religiusitas, kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap variabel dependen yaitu keputusan nasabah bertransaksi di Bank NTB kota Mataram secara parsial. Untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah bertransaksi di Bank NTB kota Mataram Hasil uji t dapat dilihat dengan membandingkan t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} , dimana $df = (100-2) = 98$ dengan tingkat signifikan 5% yaitu sebesar 1,606 jadi jika t_{hitung} lebih besar dari t_{table} maka variabel independen terhadap variabel dependen memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial.

Berikut hasil yang didapat pada tabel 5.6, maka dapat dijelaskan bahwa:

a. Uji t terhadap variabel manfaat religiusitas

Pada hipotesis ini diduga bahwa variabel religiusitas memiliki pengaruh positif terhadap keputusan nasabah bertransaksi di Bank NTB kota Mataram. Dimana hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_1) dapat dijelaskan sebagai berikut:

H_0 : Religiusitas tidak memiliki tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah bertransaksi di Bank NTB kota Mataram

H_{a1} : Religiusitas memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan nasabah bertransaksi di Bank NTB kota Mataram

Berdasarkan tabel 5.6, dapat dilihat hasil nilai t_{hitung} pada variabel religiusitas sebesar 0,714 lebih kecil dari t_{tabel} yang nilainya $(100-2) 1,606$ dan nilai probabilitas pada variabel religiusitas memiliki nilai tidak signifikan sebesar 0,477 lebih besar 0,05. Maka, H_0 diterima dan H_{a1} ditolak. artinya variabel religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah bertransaksi di Bank NTB kota Mataram.

b. Uji t terhadap variabel kualitas pelayanan

Pada hipotesis ini diduga bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan nasabah bertransaksi

di Bank NTB kota Mataram. Dimana hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_{a2}) dapat dijelaskan sebagai berikut:

H_0 : Kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah bertransaksi di Bank NTB kota Mataram.

H_{a2} : Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah bertransaksi di Bank NTB kota Mataram.

Berdasarkan tabel 5.6, dapat dilihat hasil nilai t_{hitung} pada variabel kualitas pelayanan sebesar 2.224 lebih besar dari t_{tabel} yang nilainya $(100-2) 1,606$ dan nilai probabilitas pada variabel kualitas pelayanan memiliki nilai signifikan sebesar 0,029 lebih kecil dari 0,05. Maka, H_0 ditolak dan H_{a2} dapat diterima. Artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah bertransaksi di Bank NTB kota Mataram.

c. Uji t terhadap variabel kualitas produk

Pada hipotesis ini diduga bahwa variabel kualitas produk pengaruh positif terhadap terhadap keputusan nasabah bertransaksi di Bank NTB kota Mataram. Dimana hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_{a3}) dapat dijelaskan sebagai berikut:

H_0 : Kualitas produk tidak memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah bertransaksi di Bank NTB kota Mataram.

H_{a3} : Kualitas produk penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap keputusan nasabah bertransaksi di Bank NTB kota Mataram.

Berdasarkan tabel 5.6, dapat dilihat hasil nilai t_{hitung} pada variabel kualitas produksi sebesar 2.923 lebih besar dari t_{tabel} yang nilainya $(100-2) 1,606$ dan nilai probabilitas pada variabel kualitas produk memiliki nilai signifikan sebesar 0,004 kurang dari 0,05. Maka H_0 ditolak dan H_{a3} dapat diterima. Artinya variabel kualitas produk secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan nasabah bertransaksi di Bank NTB kota Mataram.

2) Uji F

Uji F ini dilakukan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel independen yaitu manfaat, resiko, kemudahan mempengaruhi variabel dependen yaitu kepercayaan yang dilakukan secara bersama-sama atau serempak.

Tabel 5.7
Hasil Analisis Uji F

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	69.228	3	23.076	8.440	0,000
	Residual	262.482	96	2.734		
	Total	331.710	99			

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Dari hasil analisis uji F pada tabel 5.7 diatas dapat dilihat bahwa probabilitasnya sebesar 0,000 maka signifikan karena nilainya lebih kecil dari 0,05. Jadi, dapat disimpulkan bahwa secara simultan

terdapat pengaruh signifikan antara variabel religiusitas, kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan nasabah bertransaksi di Bank NTB kota Mataram.

3) Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi ini tujuannya untuk melihat kecocokan model atau seberapa besar variabel dependen berpengaruh terhadap variabel independen dari hasil regresi yang ada. Dimana koefisien determinasi yaitu antara 0 dan 1. Apabila nilai R^2 mendekati angka 1 maka akan semakin kuat pengaruh variabel dependen terhadap variabel independen dan sebaliknya apabila nilai R^2 mendekati angka 0 maka variabel dependen terhadap variabel independen memiliki pengaruh yang lemah.

Tabel 5.8
Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,457 ^a	0,209	0,184	1,654	2,174

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Dari tabel 5.8 diatas dapat dilihat bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0, 209 atau sebesar 20% artinya pengaruh religiusitas, kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan nasabah bertransaksi di Bank NTB kota Mataram adalah sebesar 20%. Dari 100%, sedangkan sisanya sebesar 80% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Dalam hasil analisis

koefisien determinasi dapat dilihat bahwa nilai koefisien korelasi senilai 0,457 lebih besar dari 0,05 maka hubungan variabel independen dengan variabel dependen memiliki hubungan yang lemah, dimana $R < 0,05$.

Hal ini bisa saja disebabkan oleh adanya variabel lain yang harus dimasukkan di dalam penelitian ini seperti promosi, pengetahuan, lokasi dan lain-lain agar variabel memiliki hubungan yang kuat.

C. Pembahasan

Tujuan dari penelitian ini untuk melihat pengaruh independen yaitu religiusitas, kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap variabel dependen yaitu keputusan nasabah bertransaksi di Bank NTB kota Mataram. Dapat diinterpretasikan faktor-faktor religiusitas, kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan nasabah bertransaksi di Bank NTB kota Mataram.

1. Pengaruh religiusitas terhadap keputusan nasabah bertransaksi di Bank NTB kota Mataram

Dari hasil uji hipotesis didapat hasil nilai koefisien variabel manfaat sebesar 0,072 dengan nilai probabilitas 0,477. Nilai probabilitas pada variabel religiusitas lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_{a1} ditolak maka variabel religiusitas memiliki pengaruh yang positif namun tidak signifikan terhadap keputusan nasabah bertransaksi di Bank NTB kota Mataram.

Penelitian ini dilakukan pada nasabah yang bertransaksi atau yang menggunakan produk dan jasa yang ada di perbankan Bank NTB khususnya nasabah yang ada di kota Mataram. Ketika melakukan penelitian ditemukan beberapa hasil bahwa variabel religiusitas memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan nasabah bertransaksi Bank NTB kota mataram. Hal ini dikarenakan antara lain:

1. Responden tidak mempertimbangkan dari sisi religiusitas. Melainkan hanya sebagai alat teknis dan lebih mementingkan kualitas pelayanan yang diberikan karyawan bank dan produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan.
2. PT Bank NTB belum selesai dikonversi, namun sudah dalam proses dikonversi menjadi PT Bank NTB Syariah. Menurut direktur utama bapak Komari Subakir, untuk pelaksanaan konversi PT Bank NTB Syariah ditargetkan selesai agustus 2018.

Dalam penelitian ini menggunakan variabel religiusitas karena sebagian besar dari masyarakat yang ada di provinsi NTB adalah muslim sebanyak 96% dan sudah mengetahui bahwa bank syariah sesuai dengan prinsip Islam. Dengan begitu dapat dikatakan bahwa religiusitas memberikan pengaruh yang positif terhadap adanya pelaksanaan dikonversinya PT Bank NTB berbasis syariah secara penuh dan meninggalkan unsur konvensional.

Dan ketika peneliti melakukan penelitian di lapangan secara langsung melalui penyebaran kuisioner dan wawancara dengan nasabah

adanya informasi PT Bank NTB yang dikonversi berbasis syariah. Dimana sebagian besarnya sudah mengetahui hal tersebut dan ada juga yang belum mengetahui informasi dikonversinya PT Bank NTB. Nasabah meresponnya dengan baik dengan dikonversi PT Bank NTB menjadi syariah, karena Bank NTB merupakan bank milik daerah NTB dan sebagian besar masyarakatnya muslim.

Dan setelah peneliti mengajukan pertanyaan kepada responden tentang bagaimana setelah PT Bank NTB resmi dikonversi menjadi syariah apakah akan tetap menjadi nasabah di PT Bank NTB Syariah. Responden meresponnya dengan sangat baik, walaupun sudah diresmikan nantinya jadi PT Bank NTB Syariah akan selalu menggunakan bank milik daerah sendiri. Karena dibalik adanya dikonversi PT Bank NTB menjadi syariah ada alasannya dan sudah direncanakan matang-matang oleh pemerintah daerah bagaimana prospek kedepannya.

Sesuai dengan penelitian yang dilakukan Faisal yang menunjukkan bahwa menunjukkan variabel religiusitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat mahasiswa ekonomi dan perbankan islam UMY untuk menjadi nasabah di bank syariah (Muhammad Faisal, 2016).

2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah bertransaksi di Bank NTB kota Mataram

Dari hasil uji hipotesis didapat hasil nilai koefisien variabel kualitas pelayanan sebesar 0,222 dengan nilai probabilitas 0,029. Nilai probabilitas pada variabel resiko lebih kecil dari 0,05 signifikan pada

tingkat 5%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_{a2} diterima maka variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah bertransaksi di Bank NTB kota Mataram.

Dan ketika peneliti melakukan penelitian di lapangan secara langsung melalui penyebaran kuisioner dan wawancara dengan nasabah PT Bank NTB mengenai dengan kualitas pelayanan baik pelayanan yang diberikan oleh pihak karyawan bank maupun dari pelayanan fasilitas gedung, tempat ruang tunggu, kebersihan dan pelayanan lainnya demi kenyamanan nasabah. Dimana nasabah mengatakan bahwa pelayanan yang diberikan oleh pihak PT Bank NTB sudah sesuai dengan prosedur dan kenyamanan bagi nasabahnya.

Jika Bank NTB terus meningkatkan kualitas pelayanan maka akan berdampak positif bagi masyarakat terhadap peningkatan keputusan nasabah bertransaksi atau menggunakan produk dan jasa di PT Bank NTB. Bagi sebagian peneliti dan praktisi pedoman bahwa mutu layanan mendorong terciptanya perilaku pelanggan (nasabah) yang diharapkan oleh perusahaan. Karena mutu layanan merupakan instrument penting yang akan membuat pelanggan (nasabah) berperilaku positif, seperti perilaku untuk mempromosikan (merefereasikan) produk perusahaan kepada pihak lain.

Sesuai dengan penelitian yang dilakukan Malinda Kusuma Waradi yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pengaruh positif dan

signifikan terhadap terhadap minat masyarakat pulau Lombok menabung di perbankan syariah (Malinda Kusuma Waradi, 2015).

3. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan nasabah bertransaksi di Bank NTB kota Mataram

Dari hasil uji hipotesis didapat hasil nilai koefisien variabel kualitas produk sebesar 0,308 dengan nilai probabilitas 0,004. Nilai probabilitas pada variabel kualitas produk lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima maka variabel kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan nasabah bertransaksi di Bank NTB kota Mataram.

Dan ketika peneliti melakukan penelitian di lapangan secara langsung melalui penyebaran kuisisioner dan wawancara dengan nasabah Bank NTB mengenai kualitas produk yang ada dan ditawarkan kepada nasabah sudah sesuai dengan kebutuhan nasabah.

Dimana kebanyakan responden yang saya temukan di lapangan merupakan profesi sebagian besar adalah PNS dan sebagiannya adalah pegawai swasta dan wiraswasta yang sudah lama menjadi nasabah di Bank NTB untuk melakukan pengambilan gaji dan melakukan pembiayaan lainnya seperti menabung, melakukan peminjaman, membayar kredit dan lainnya. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan Dedy Trisnadi dan Ngadino Surip (2013) yang menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung nasabah secara parsial.