

BAB IV

HASIL DAN PENELITIAN

A. Profil Bank Muamalat

1. Sejarah Bank Muamalat

PT Bank Muamalat Indonesia Tbk (“Bank Muamalat Indonesia”) memulai perjalanannya 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 325 kantor layanan termasuk 1 (satu) kantor cabang di Malaysia. Operasional Bank 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).

Menginjak usianya yang ke-20 pada tahun 2012, Bank Muamalat Indonesia melakukan rebranding pada logo Bank untuk

semakin meningkatkan awareness terhadap image sebagai Bank syariah Islami, Modern dan Profesional. Bank pun terus mewujudkan berbagai pencapaian serta prestasi yang diakui baik secara nasional maupun internasional. Hingga saat ini, Bank beroperasi bersama beberapa entitas anaknya dalam memberikan layanan terbaik yaitu Al-Ijarah Indonesia Finance (ALIF) yang memberikan layanan pembiayaan syariah, (DPLK Muamalat) yang memberikan layanan dana pensiun melalui Dana Pensiun Lembaga Keuangan, dan Baitulmaal Muamalat yang memberikan layanan untuk menyalurkan dana Zakat, Infakdan Sedekah (ZIS).

Sejak tahun 2015, Bank Muamalat Indonesia bermetamorfosa untuk menjadi entitas yang semakin baik dan meraih pertumbuhan jangka panjang. 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”*. (<http://www.bankmuamalat.co.id>)

2. Visi dan Misi Bank Muamalat

a. Visi Bank Muamalat

Menjadi bank syariah terbaik dan termasuk dalam 10 besar bank di Indonesia dengan eksistensi yang diakui di tingkat regional.

b. Misi Bank Muamalat

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. Tabungan Haji Bank Muamalat

Untuk bisa berangkat haji jamaah harus membuka tabungan haji terlebih dahulu di Bank Penerima Setoran Biaya Penyelenggara Haji (BPSBIH) sebagai persyaratan yang ditentukan oleh Kementerian Agama.

Bank Muamalat Sebagai bank umum syariah pertama di Indonesia, sejak tahun 1999 Bank Muamalat selalu mendapat kepercayaan dari Kementerian Agama menjadi salah satu BPS BPIH (Bank Penerima Setoran Biaya Penyelenggara Ibadah Haji). Karenanya, profesionalitas Bank Muamalat dalam mengantarkan nasabah-nasabahnya untuk bisa berangkat beribadah haji dan umrah tentu tak perlu diragukan lagi.

Dengan Bank Muamalat tabungan haji dapat memudahkan calon jamaah haji dalam penyelenggaraan biaya ibadah haji baik haji reguler maupun haji khusus (haji plus). (<http://www.bankmuamalat.co.id>)

a. Keuntungan

1) Praktis

Anda sekeluarga tak perlu membawa uang tunai berlebihan. Sebagai pemilik Tabungan Muamalat iB Haji dan Umrah, Anda akan memperoleh kartu Shar-E Gold* yang dapat Anda gunakan bertransaksi di seluruh tempat yang menerima kartu VISA.

2) Menenangkan

Dana nasabah dikelola secara syariah sehingga memberi ketenangan batin dalam menjalankan ibadah haji di tanah suci.

3) Fleksibel

Anda dapat memilih jangka waktu dan jumlah setoran, sesuai paket yang tersedia.

4) Menguntungkan

Dimungkinkan memperoleh bonus serta souvenir haji.

5) Terjamin

Bank online dengan SISKOHAT Kementerian Agama untuk memperoleh kepastian mendapatkan kuota / porsi keberangkatan ibadah haji.

6) Lebih ringan

Tidak dikenakan biaya administrasi maupun biaya pemindahan dana ke rekening Tabungan IB Muamalat Haji & Umrah.

7) Lebih banyak bonusnya

Anda akan mendapatkan souvenir eksklusif serta perlengkapan haji.

8) Lebih seru hadiahnya

Mendapatkan bonus atas dana simpanan yang disimpan serta kesempatan untuk berumrah gratis setiap bulannya. Siapa tahu anda pemenang berikutnya.

b. Persyaratan

- 1) Fotokopi kartu Identitas (KTP/SIM untuk WNI dan KIMS/KITAS atau A Paspas untuk WNA serta surat-surat referensi)
- 2) Mengisi formulir pembukaan
- 3) NPWP atau surat-surat kepengurusan NPWP
- 4) Setoran awal Rp. 50.000,-
- 5) Setoran minimal via counter Rp. 50.000,-
- 6) Saldo minimal Rp. 50.000,-
- 7) Biaya penutupan gratis jika telah tercapai setoran lunas BPIH, Rp. 50.000,- jika belum tercapai setoran lunas BPIH
- 8) Biaya administrasi gratis

4. Gambaran Umum Responden

a. Jenis Kelamin

Pengumpulan data yang dilakukan melalui kuesioner atau angket berdasarkan jenis kelamin pada 100 responden, diperoleh hasil seperti tabel berikut :

Tabel 4.1 Jenis Kelamin

Kelompok Usia	Frekuensi	Persentase
Pria	57	57%
Wanita	43	43%
Jumlah	100	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat diketahui proporsi yang mengisi kuesioner atau angket, dari 100 responden diketahui

jumlah pria sebanyak 57% responden atau 57 responden sedangkan untuk jumlah wanita sebanyak 43% atau 43 responden.

b. Kelompok Usia

Pengumpulan data melalui kuesioner atau angket berdasarkan kelompok usia pada 100 responden, diperoleh hasil sebagai berikut

Tabel 4.2 Kelompok Usia

Kelompok Usia	Frekuensi	Persentase
20-29	17	17%
30-39	52	52%
40-49	18	18%
50-59	10	10%
<50	3	3%
Jumlah	100	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat diketahui proporsi yang mengisi kuesioner atau angket, dari 100 responden diketahui jumlah responden yang berusia 20-29 sebanyak 17% responden atau 17 responden, sedangkan responden yang berusia 30-39 sebanyak 52% atau 52 responden, kelompok usia 40-49 sebanyak 18% atau 18 responden, kemudian kelompok usia 50-59 sebanyak 10% atau 10 responden, dan untuk kelompok usia >59 sebanyak 3% atau 3 responden.

c. Pekerjaan

Pengumpulan data melalui kuesioner atau angket berdasarkan pekerjaan pada 100 responden, diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.3 Kelompok Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
PNS	27	27%
Wiraswasta	25	25%
Pegawai Swasta	14	14%
Pelajar/Mahasiswa	4	4%
Ibu Rumah Tangga	9	9%
Lain-lain	21	21%
Jumlah	100	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat diketahui proporsi yang mengisi kuesioner atau angket, dari 100 responden diketahui jumlah responden yang bekerja sebagai PNS sebanyak 27% responden atau 27 responden, sedangkan responden yang bekerja sebagai Wiraswasta sebanyak 25% atau 25 responden, kelompok pekerjaan sebagai Pegawai Swasta sebanyak 14% atau 14 responden, kemudian kelompok pekerjaan sebagai Pelajar atau Mahasiswa sebanyak 4% atau 4 responden, untuk kelompok pekerjaan sebagai Ibu Rumah Tangga sebanyak 9% atau 9 responden dan kelompok yang lain-lain sebanyak 21% atau 21 orang.

d. Pendidikan Terakhir

Pengumpulan data melalui kuesioner atau angket berdasarkan pendidikan terakhir pada 100 responden, diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.4 Kelompok Pendidikan Terakhir Responden

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentasi
SD	0	0%
SLTP	5	5%
SLTA	24	24%
Perguruan Tinggi	71	71%
Jumlah	100	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer

Berdasarkan Tabel 4.4 dapat diketahui proporsi yang mengisi kuesioner atau angket, dari 100 responden diketahui jumlah responden yang memiliki pendidikan terakhir SD sebanyak 0% responden atau 0 responden, sedangkan responden yang memiliki pendidikan terakhir SLTP sebanyak 5% atau 5 responden, kelompok pendidikan terakhir SLTA sebanyak 24% atau 24 responden, kemudian kelompok pendidikan terakhir Perguruan Tinggi sebanyak 71% atau 71 responden.

e. Penghasilan Total Rata-rata Sebulan

Pengumpulan data melalui kuesioner atau angket berdasarkan penghasilan rata-rata sebulan pada 100 responden, diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.5 Kelompok Penghasilan Rata-rata Sebulan**Responden**

Penghasilan Total Rata-rata Sebulan	Frekuensi	Persentase
Rp.<250.000	1	1%
Rp.250.000 - < Rp.500.000	4	4%
Rp.500.000	16	16%
Rp.1.000.000 - < Rp.2.500.000	34	34%
Rp.2.500.000 - < Rp.5.000.000	31	31%
Rp.< 5.000.000	14	14%
Jumlah	100	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer

Berdasarkan Tabel 4.5 dapat diketahui proporsi yang mengisi kuesioner atau angket, dari 100 responden diketahui jumlah responden yang memiliki penghasilan Rp.<250.000 sebulan sebanyak 1% responden atau 1 responden, sedangkan responden yang memiliki penghasilan Rp.250.000 - < Rp.500.000 sebulan sebanyak 4% atau 4 responden, kelompok responden dengan penghasilan Rp.500.000 sebanyak 16% atau 16 responden, kemudian kelompok responden dengan penghasilan Rp.1.000.000 - < Rp.2.500.000 sebulan sebanyak 34% atau 34 responden, untuk kelompok responden dengan penghasilan Rp.2.500.000 - < Rp.5.000.000 sebulan sebanyak 31% atau 31 responden dan kelompok responden dengan penghasilan Rp.> 5.000.000 sebanyak 14% atau 14 orang.

B. Hasil Uji Keabsahan Data

1. Uji Validitas dan Realibilitas

Untuk mengetahui apakah skala yang digunakan merupakan skala yang tepat, maka disini peneliti melakukan uji validitas dan uji reliabilitas dalam pengukuran data. Uji ini dilakukan supaya bisa mengetahui apakah data yang dikumpulkan dari penggunaan instrumen merupakan data yang konsisten atau akurasi. Pada uji validitas disini menggunakan rumus statistik korelasi *product moment* dari *Pearson*. Uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan r hitung dengan r tabel, dimana $df = n - 2$, pada hal ini n merupakan jumlah sampel atau responden. Pada pengukuran kepercayaan nasabah tabungan haji jumlah sampel (n) = 100, maka besarnya $df = 100 - 2 = 98$, dengan $\alpha 0,05$ maka didapat r tabel = 0,196. Pengambilan keputusan dilakukan jika hasil r -hitung positif dan r -hitung lebih besar dari r tabel maka butir tersebut valid. Sebaliknya jika r -hitung lebih besar dari r -tabel maka butir tersebut tidak valid. Sedangkan untuk uji reliabilitas digunakan *Cronbach Alpha*. Adapun hasil uji yang diperoleh sebagai berikut:

1. Variabel X1 (Kualitas Produk)

a) Validitas

Dengan menggunakan responden sebanyak 100 dengan $df = 100 - 2 = 98$ maka r -tabel didapatkan sebanyak 0,196. Butir

pernyataan dikatakan valid apabila didapatkan $r\text{-tabel} > r\text{-hitung}$. Hasil olah data dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.6

No. Kuesioner	r-hitung	r-tabel	Keterangan
P1	0,746	0,196	Valid
P2	0,581	0,196	Valid
P3	0,761	0,196	Valid
P4	0,594	0,196	Valid
P5	0,609	0,196	Valid
P6	0,535	0,196	Valid
P7	0,478	0,196	Valid
P8	0,503	0,196	Valid
P9	0,649	0,196	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas yang telah dilakukan dari data kualitas produk maka didapatkan r-tabel dengan rumus $r_{\text{tabel}} = N-2$, maka nilai $r_{\text{tabel}} = 0,196$, sedangkan r_{hitung} bergerak dari 0,478 sampai 0,761. Hal tersebut menunjukkan bahwa semua pernyataan pada kuisisioner kualitas produk dikatakan valid.

b) Reliabilitas

Gambar 4.1

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,782	9

Sumber : Hasil Output Regresi

Dikatakan reliabel jika *Cronbach Alpha* > 0,60, dimana berdasarkan hasil output diatas dapat kita ketahui bahwa *Cronbach Alpha* = 0,782, karena *Cronbach Alpha* > 0,60 maka

dapat disimpulkan untuk variabel kualitas produk dikatakan reliabel.

2. Variabel X2 (Kualitas layanan)

a) Validitas

Tabel 4.7

No. Kuesioner	r-hitung	r-tabel	Keterangan
P1	0,630	0,196	Valid
P2	0,567	0,196	Valid
P3	0,693	0,196	Valid
P4	0,379	0,196	Valid
P5	0,569	0,196	Valid
P6	0,640	0,196	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas yang telah dilakukan dari data kualitas layanan maka didapatkan r-tabel dengan rumus $r_{\text{tabel}} = \frac{1}{\sqrt{N-2}}$, maka nilai $r_{\text{tabel}} = 0,196$, sedangkan r_{hitung} bergerak dari 0,379 sampai 0,693. Hal tersebut menunjukkan bahwa semua pernyataan pada kuisisioner kualitas layanan dikatakan valid.

b) Reliabilitas

Gambar 4.2

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,614	6

Sumber : Hasil Output Regresi

Dikatakan reliabel jika *Cronbach Alpha* > 0,60, dimana berdasarkan hasil output diatas dapat kita ketahui bahwa *Cronbach Alpha* = 0,614 karena *Cronbach Alpha* > 0,60 maka dapat disimpulkan untuk variabel kualitas layanan dikatakan reliabel.

3. Variabel X3 (Citra Perusahaan)

a) Validitas

Tabel 4.8

No. Kuesioner	multir-hitung	r-tabel	Keterangan
P1	0,729	0,196	Valid
P2	0,711	0,196	Valid
P3	0,495	0,196	Valid
P4	0,375	0,196	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas yang telah dilakukan dari data kualitas layanan maka didapatkan r-tabel dengan rumus $r\text{-tabel} = \frac{N-2}{N}$, maka nilai r-tabel = 0,916, sedangkan r-hitung bergerak dari 0,375 sampai 0,792. Hal tersebut menunjukkan bahwa semua pernyataan pada kuesioner dikatakan valid.

b) Reliabilitas

Gambar 4.3

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,610	4

Sumber : Hasil Output Regresi

Dikatakan reliabel jika *Cronbach Alpha* > 0,60, dimana berdasarkan hasil output diatas dapat kita ketahui bahwa *Cronbach Alpha* = 0,610 karena *Cronbach Alpha* > 0,60 maka dapat disimpulkan untuk variabel citra perusahaan dikatakan reliabel

4. Variabel X4 (Kepercayaan Nasabah)

a) Validitas

Tabel 4.9

No. Kuesioner	r-hitung	r-tabel	Keterangan
P1	0,525	0,196	Valid
P2	0,612	0,196	Valid
P3	0,666	0,196	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas yang telah dilakukan dari data kualitas layanan maka didapatkan r-tabel dengan rumus $r_{\text{tabel}} = N-2$, maka nilai $r_{\text{tabel}} = 0,196$, sedangkan r_{hitung} bergerak dari 0,525 sampai 0,666. Hal tersebut menunjukkan bahwa semua pernyataan pada kuisisioner kepercayaan nasabah dikatakan valid.

b) Reliabilitas

Gambar 4.4

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,606	3

Sumber : Hasil Output Regresi

Dikatakan reliabel jika *Cronbach Alpha* > 0,60, dimana berdasarkan hasil output diatas dapat kita ketahui bahwa *Cronbach Alpha* = 0,606, karena *Cronbach Alpha* > 0,60 maka dapat disimpulkan untuk variabel kepercayaan nasabah dikatakan reliabel.

C. Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Linearitas

1) Kualitas Produk

Gambar 4.5

		ANOVA Table					
			Sum of	df	Mean	F	Sig.
			Squares		Square		
k.nas	Between Groups	(Combined)	9,921	11	,902	1,086	,382
abah		Linearity	,252	1	,252	,303	,584
*		Deviation from Linearity	9,670	10	,967	1,164	,326
k.pro	Within Groups		73,119	88	,831		
duk	Total		83,040	99			

Sumber : Hasil Output Regresi

Kaidah yang digunakan dalam uji linearitas ini jika $F_{linierity}$ memiliki nilai $p > 0.05$ dan pada $F_{deviation\ from\ linearity}$ memiliki nilai $0,326 > 0.05$ maka berdasarkan Gambar 4.5 diatas dapat dikatakan kedua variabel yang dikorelasikan yaitu variabel kualitas produk dengan kepercayaan nasabah dapat dikatakan linier.

2) Kualitas Layanan

Gambar 4.6

		ANOVA Table					
			Sum of	Df	Mean	F	Sig.
			Squares		Square		
k.nas	Between Groups	(Combined)	11,977	6	1,996	2,612	,022
abah		Linearity	2,060	1	2,060	2,696	,104
*		Deviation from Linearity	9,917	5	1,983	2,596	,330
k.lay	Within Groups		71,063	93	,764		
anan	Total		83,040	99			

Sumber : Hasil Output Regresi

Kaidah yang digunakan dalam uji linearitas ini jika $F_{linierity}$ memiliki nilai $p > 0.05$ dan pada $F_{deviation\ from\ linearity}$ memiliki nilai $0,330 > 0.05$ maka berdasarkan Gambar 4.6 diatas dapat dikatakan kedua variabel yang dikorelasikan yaitu variabel kualitas layanan dengan kepercayaan nasabah dapat dikatakan linier.

3) Citra Perusahaan

Gambar 4.7

		ANOVA Table					
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
k.nasabah * citra.perusahaan		(Combined)	7,362	4	1,841	2,311	,063
	Between Groups	Linearity	2,404	1	2,404	3,018	,086
		Deviation from Linearity	4,958	3	1,653	2,075	,109
	Within Groups		75,678	95	,797		
Total			83,040	99			

Sumber : Hasil Output Regresi

Kaidah yang digunakan dalam uji linearitas ini jika $F_{linierity}$ memiliki nilai $p > 0.05$ dan pada $F_{deviation\ from\ linearity}$ memiliki nilai $0,109 > 0.05$ maka berdasarkan Gambar 4.7 diatas dapat dikatakan kedua variabel yang dikorelasikan yaitu variabel citra perusahaan dengan kepercayaan nasabah dapat dikatakan linier.

4) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk memastikan apakah tidak ada sebaran perbedaan skor pada *sample* dan populasinya sehingga dapat kita

ketahui bahwa populasi data terdistribusi dengan normal. Uji normalitas ini menggunakan teknik *one sample Kolmogorov-smirnov* (Priyatno, 2008).

Kaidah yang digunakan dalam uji normalitas yaitu jika nilai sig (p) > 0.05 berarti tidak ada perbedaan sebaran skor pada sampel dan populasinya maka sebaran data tersebut normal, sedangkan jika nilai sig (p) < 0.05 maka sebaran data tersebut tidak normal. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel berikut :

Gambar 4.8

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.99030430
Most Extreme Differences	Absolute	.107
	Positive	.107
	Negative	-.076
Kolmogorov-Smirnov Z		.107
Asymp. Sig. (2-tailed)		.070 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber : Hasil Output Regresi

Hasil uji normalitas tersaji pada tabel menunjukkan bahwa variabel yang diteliti memiliki $KS-Z = 0,107$ dengan nilai sig (p) = 0.070 ($p > 0.05$) yang berarti normal, Artinya hasil yang diperoleh dapat digeneralisasikan pada populasi.

5) Uji Multikoleniaritas

Gambar 4.9

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
(Constant)	9.016	1.649		5.468	.000		
K.Produk	-.100	.039	-.269	-2.558	.012	.817	1.224
K.Layanan	.005	.064	.007	.071	.944	.847	1.181
Citra.perusahaan	.295	.089	.326	3.303	.001	.928	1.078

a. Dependent Variable: Keper.nasabah

Sumber : Hasil Output Regresi

Berdasarkan Gambar 4.9 dapat kita ketahui bahwa dari hasil uji *Variance Inflation Factor* (VIF) pada hasil output SPSS tabel *coefficients*, masing-masing variabel independen memiliki VIF kurang dari 10 dan nilai Tolerance lebih dari 0,1. Oleh karena itu dapat kita nyatakan model regresi linear berganda tidak terdapat *multikoleniaritas* antara variabel dependen dengan variabel independen yang lain sehingga dapat digunakan pada penelitian.

6) Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah homokedastisitas.

Gambar 4.10

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
(Constant)	7.630	1.466		5.203	.000
K.Produk	-.012	.035	-.037	-.331	.741
K.Layanan	.072	.059	.134	1.224	.224
Citra.perusahaan	.115	.083	.146	1.385	.169

a. Dependent Variable: Kepercayaan.nasabah

Sumber : Hasil Output Regresi

Berdasarkan hasil tabel diatas dari ketiga variabel independen (kualitas produk, kualitas layanan dan citra perusahaan) diperoleh hasil Sig. > 5%. Karena nilai sig. > 5% maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat heterokedastisitas.

2. Uji Regresi Linier Berganda

Gambar 4.11

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
(Constant)	9.016	1.649		5.468	.000
K.Produk	.100	.039	.269	2.558	.012
K.Layanan	.005	.064	.007	.071	.944
Citra.perusahaan	.295	.089	.326	3.303	.001

a. Dependent Variable: Keper.nasabah

Sumber : Hasil Output Regresi

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda pada gambar diatas diketahui persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 9,016 + 0,100X_1 + 0,05X_2 + 0,295X_3 + e$$

Dimana :

Y = Kepercayaan Nasabah

X1 = Kualitas Produk

X2 = Kualitas Layanan

X3 = Citra Perusahaan

Dari persamaan linier berganda diatas dapat diketahui apabila nilai kualitas produk, kualitas layanan dan citra perusahaan sama dengan konstan, maka kepercayaan nasabah dalam menggunakan tabungan haji pada Bank Muamalat akan naik menjadi 9,016.

Besarnya koefisien dari masing-masing variabel independen diketahui sebagai berikut :

1. Kualitas produk memiliki koefisien sebesar 0,100, ini berarti hasil analisis dari variabel kualitas produk menunjukkan nilai positif sehingga dalam pengaruhnya terhadap kepercayaan nasabah bergerak kearah positif berarti arahnya searah sehingga dapat disimpulkan bahwa apabila variabel kualitas produk semakin tinggi maka variabel kepercayaan nasabah juga akan semakin tinggi, namun apabila variabel kualitas produk semakin buruk maka variabel kepercayaan nasabah semakin turun. Kualitas produk memiliki nilai koefisien sebesar 0,100 apabila kualitas layanan dan citra perusahaan konstan, maka setiap satu kali kenaikan kualitas produk maka akan menaikkan

kepercayaan nasabah dalam menggunakan tabungan haji sebesar 0,100 atau 1%.

2. Kualitas layanan memiliki koefisien sebesar 0,05, ini berarti hasil analisis dari variabel kualitas layanan menunjukkan nilai positif sehingga dalam pengaruhnya terhadap kepercayaan nasabah bergerak kearah positif berarti arahnya searah sehingga dapat disimpulkan bahwa apabila variabel kualitas layanan semakin tinggi maka variabel kepercayaan nasabah juga akan semakin tinggi, namun apabila variabel kualitas layanan semakin turun maka variabel kepercayaan nasabah juga akan semakin turun. Kualitas layanan memiliki koefisien sebesar 0,05, ini berarti apabila kualitas produk dan citra perusahaan konstan, maka setiap satu kali kenaikan kualitas layanan maka akan menaikkan kepercayaan nasabah dalam menggunakan tabungan haji sebesar 0,05 atau 5%
3. Citra perusahaan memiliki koefisien sebesar 0,295, ini berarti hasil analisis dari variabel citra perusahaan menunjukkan nilai positif sehingga dalam pengaruhnya terhadap kepercayaan nasabah bergerak kearah positif berarti arahnya searah sehingga dapat disimpulkan bahwa apabila variabel citra perusahaan semakin bagus maka variabel kepercayaan nasabah juga akan semakin bagus, namun apabila variabel citra perusahaan turun maka variabel kepercayaan nasabah akan turun. Citra Perusahaan memiliki koefisien sebesar 0,295, ini berarti apabila

produk dan kualitas layanan konstan, maka setiap satu kali kenaikan citra perusahaan maka akan menaikkan kepercayaan nasabah dalam menggunakan tabungan haji sebesar 0,295 atau 29,5%.

Dari persamaan diatas menunjukkan bahwa variabel citra perusahaan merupakan variabel yang paling mempengaruhi secara signifikan yaitu sebesar 0,295 atau 29,5%.

3. Uji Koefisien Determinasi

Dari hasil pengolahan data yang ada maka dapat dilihat pada Gambar 4.12 hasil dari uji koefisien determinasi.

Gambar 4.12

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.365 ^a	.133	.106	1.006

a. Predictors: (Constant), Citra.perusahaan, K.Layanan, K.Produk

b. Dependent Variable: Keper.nasabah

Sumber : Hasil Output Regresi

Dari penelitian diatas maka dapat disimpulkan bahwa variable kualitas prouk (X1) , kualitas layanan (X2) dan citra perusahaan (X3) terhadap kepercayaan nasabah (Y) hanya mampu memprediksi sebesar 13,3% dan sebanyak 86,7% ditentukan oleh variabel yang tidak diteliti oleh peneliti.

4. Uji Hipotesis

a. Uji Simultan (F)

Gambar 4.13

ANOVA ^a						
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	14.910	3	4.970	4.914	.003 ^b
	Residual	97.090	96	1.011		
	Total	112.000	99			

a. Dependent Variable: Keper.nasabah

b. Predictors: (Constant), Citra.perusahaan, K.Layanan, K.Produk

Sumber : Hasil Output Regresi

Pada Gambar 4.13 dalam model ANOVA dapat kita peroleh F hitung bernilai 4,970. Dengan tingkat signifikansi sebesar 5% dan $df_1 = 3$ dan $df_2 = 96$, dan nilai $F_{tabel} = 2,70$. Maka nilai F_{hitung} (4,914) > nilai F_{tabel} (2,70). Selain itu nilai signifikansi yang dihasilkan dari uji regresi berganda adalah 0,000 atau < 0,05. Dari hasil di atas maka dapat peneliti simpulkan bahwa ketiga variabel independen yaitu kualitas produk, kualitas layanan dan citra perusahaan dengan signifikan memberikan kontribusi yang besar terhadap variabel kepercayaan nasabah dalam menggunakan tabungan haji.

b. Uji Partial (t)

Gambar 4.14

Model	Coefficients ^a							
	Unstandardized		Standardized		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	Coefficients	Std. Error	Beta	Coefficients				
B	Std. Error	Beta				Toleran ce	VIF	
(Constant)	9.016	1.649			5.468	.000		
K.Produk	.100	.039	.269		2.558	.012	.817	1.224
K.Layanan	.005	.064	.007		.071	.944	.847	1.181
Citra.perusahaan	.295	.089	.326		3.303	.001	.928	1.078

a. Dependent Variable: Keper.nasabah

Sumber :Hasil Output Regresi

Berdasarkan Gambar 4.14, untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial (individual) terhadap variabel dependen adalah sebagai berikut :

a. Menguji signifikansi variabel kualitas produk (X1)

Terlihat bahwa t_{hitung} koefisien kualitas produk adalah 2,558, sedangkan t_{tabel} bisa dihitung pada tabel t-test, dengan $\alpha = 0,05$ dan $df = 96$ didapat 1,984. Nilai df didapat dari $df = n - k - 1$ dimana $n =$ jumlah sampel dan $k =$ jumlah variabel independen. Variabel kualitas produk memiliki $p\text{-value}$ $0,012 < 0,05$ artinya signifikan, sedangkan t_{hitung} (2,558) $>$ t_{tabel} (1,984), maka H_a diterima dan H_o ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien kualitas produk secara

parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan nasabah dalam menggunakan tabungan haji. Artinya semakin tinggi kualitas produk maka semakin tinggi kepercayaan nasabah dalam menggunakan tabungan haji, sebaliknya semakin rendah kualitas produk maka semakin rendah kepercayaan nasabah dalam menggunakan tabungan haji. Hal ini diperkuat oleh hasil tabulasi data yang mayoritas berpendapat setuju dengan presentase 35% - 50% dan sangat setuju dengan presentase 35% - 60%. Dari hasil uji yang peneliti lakukan mendukung dan memperkuat penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rachmad Hidayat (2006) dan Dedy Trisnadi dan Ngadino Surip (2013) yang membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Adapun hasil wawancara langsung yang dilakukan peneliti terhadap beberapa responden untuk memperkuat keakuratan kuesioner sebagai berikut :

- 1) Penuturan beberapa nasabah yang mengatakan bahwa secara keseluruhan nasabah merasakan sesuai dengan pernyataan yang tertera di kuesioner.
- 2) Responden menuturkan bahwa merasakan kepuasan terhadap kualitas produk yang ditawarkan Bank Muamalat dan berpendapat setuju terhadap semua pernyataan dikuesioner terkait kualitas produk. Responden merasakan hal yang sesuai dengan pernyataan yang ada pada kuesioner yang diisi.

- 3) Responden merasa dibantu dalam perencanaan keuangan dalam berhaji dan terjamin dibantu pelayanannya sampai mengurus ke SISKOHAT
 - 4) Responden merasa puas dengan penawaran dan yang hasil diberikan kepada nasabah oleh Bank Muamalat.
- b. Menguji signifikansi variabel kualitas layanan (X2)

Terlihat bahwa t_{hitung} koefisien kualitas layanan adalah 0,071, sedangkan t_{tabel} bisa dihitung pada tabel t-test, dengan $\alpha = 0,05$ dan $df = 96$ didapat 1,984. Nilai df didapat dari $df = n - k - 1$ dimana $n =$ jumlah sampel dan $k =$ jumlah variabel independen.

Variabel kualitas layanan memiliki *p-value* 0,944 > 0,05 artinya tidak signifikan, sedangkan t_{hitung} (0,071) < t_{tabel} (1,984), maka H_a ditolak dan H_o diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien kualitas layanan secara parsial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kepercayaan nasabah dalam menggunakan tabungan haji. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah menggunakan tabungan haji tidak dipengaruhi oleh baik buruknya kualitas layanan yang diberikan oleh Bank Muamalat. Dari hasil uji yang peneliti lakukan mendukung dan memperkuat penelitian sebelumnya yang dilakukan Deby Meigy Arzena (2015) yang menyatakan bahwa kepuasan atas kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Ini menunjukkan bahwa nasabah tidak menaruh perhatian besar pada dimensi kualitas layanan namun lebih mementingkan faktor yang

lain. Namun berdasarkan tabulasi data kualitas layanan menunjukkan pengaruh yang signifikan mayoritas responden berpendapat setuju dan sangat setuju dengan persentase 35%-65% sedangkan tidak setuju dengan presentase 15%-20%, ini menunjukkan semakin bagus kualitas layanan Bank Muamalat tidak secara otomatis mempengaruhi kepercayaan nasabah dalam menggunakan tabungan haji. Adapun setelah dilakukan konfirmasi mendalam antara peneliti terhadap responden maka didapatkan informasi :

- 1) Informasi utama yang didapat dari responden yaitu perlengkapan administrasi dalam membuka tabungan haji terlalu banyak dan responden merasa kewalahan dalam melengkapi persyaratan administrasi tersebut.
- 2) Responden menuturkan bahwa nasabah menunggu lama untuk antrian menuju Customer Service dikarenakan jumlah Customer Service hanya satu orang, menurut tuturan mereka seharusnya di Kota Mataram ini Customer Service berjumlah dua sampai tiga karyawan kalau dilihat dari banyak jumlahnya nasabah pada Bank Muamalat tersebut, supaya para nasabah yang antri tidak terlalu lama menunggu giliran.
- 3) Responden mengatakan bahwa Bank Muamalat sebenarnya sudah melakukan kinerja dengan kualitas layanan yang baik dan sesuai dengan pernyataan pada kuesioner, hanya saja responden tidak terlalu menaruh perhatian besar terhadap

indikator kualitas layanan dikarenakan responden merasa sudah sangat percaya terhadap kualitas produk dan citra perusahaan bank sehingga untuk kualitas layanan tidak terlalu berpengaruh terhadap kepercayaan dalam menggunakan tabungan haji di Bank Muamalat ini.

4) Faktor utama yang dilihat responden untuk memilih tabungan haji di Bank Muamalat yaitu kualitas produk dan citra perusahaan.

c. Menguji signifikansi citra perusahaan (X3)

Terlihat bahwa t_{hitung} koefisien citra perusahaan adalah 3,303, sedangkan t_{tabel} bisa dihitung pada tabel t-test, dengan $\alpha = 0,05$ dan $df = 96$ didapat 1,984. Nilai df didapat dari $df = n - k - 1$ dimana $n =$ jumlah sampel dan $k =$ jumlah variabel independen.

Variabel citra perusahaan memiliki $p\text{-value} 0,01 < 0,05$ artinya signifikan, sedangkan $t_{hitung} (3,303) > t_{tabel} (1,984)$, maka H_a diterima dan H_o ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien citra perusahaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan nasabah dalam menggunakan tabungan haji.

Artinya semakin tinggi citra perusahaan maka semakin tinggi kepercayaan nasabah dalam menggunakan tabungan haji, sebaliknya semakin rendah citra perusahaan maka semakin rendah kepercayaan nasabah dalam menggunakan tabungan haji. Hal ini diperkuat oleh hasil tabulasi data yang mayoritas

berpendapat setuju dengan presentase 40% - 60% dan sangat setuju dengan presentase 30% - 60%. Dari hasil uji yang peneliti lakukan mendukung dan memperkuat penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Neneng Fajriyah (2013) yang menyatakan bahwa Reputasi atau Citra Perusahaan berpengaruh signifikan secara parsial dengan keputusan nasabah dalam menggunakan tabungan haji. Selain itu hasil hipotesis diatas diperkuat juga oleh konfirmasi peneliti terhadap responden .:

- 1) Responden merasa percaya terhadap Bank Muamalat karena menurut mereka Bank Muamalat menjalankan operasionalnya dengan syariah.
- 2) Responden merasa terjamin keamanannya dalam bertransaksi di Bank Muamalat.
- 3) Responden merasakan sesuai dengan pernyataan yang tertera dikuesioner.
- 4) Responden mengatakan bahwa hampir semua pernyataan yang ada dikuesioner dirasa sesuai dengan apa yang dilaksanakan oleh Bank Muamalat termasuk indikator citra perusahaan, sehingga nasabah akan percaya terhadap bank tersebut