

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Sejarah Bank Muamalat Indonesia

Perkembangan bank-bank syariah di negara-negara Islam pada abad 19 memberi pengaruh terhadap Indonesia. Pada awal 1980-an, diskusi mengenai bank syariah sebagai pilar ekonomi Islam mulai dilakukan. Beberapa uji coba pada skala yang relatif terbatas telah diwujudkan seperti Baitut Tamwil Salman Bandung dan Koperasi Ridho Gusti Jakarta. Akan tetapi prakarsa lebih khusus untuk mendirikan Bank Islam di Indonesia baru dilakukan pada tahun 1990 berdasarkan keputusan dalam Lokakarya Musyawarah Nasional (Munas) IV MUI pada bulan Agustus 1990 di Jakarta. Berdasarkan amanat Munas IV MUI, dibentuklah kelompok kerja untuk mendirikan bank Islam di Indonesia.¹

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

¹Muhammad Syafi’I Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek* (Jakarta : Gema Isnani, 2001), 25.

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.

Ketika pada akhir tahun 90-an, Indonesia dilanda krisis moneter yang memporak porandakan sebagian besar perekonomian Asia Tenggara. Sektor perbankan nasional pun tergulung oleh kredit macet. Bank Muamalat pun sedikit terkena dampak krisis tersebut. Di tahun 1998, rasio pembiayaan macet (NPL) mencapai lebih dari 60%, Perseroan mencatat rugi sebesar Rp 105 miliar. Ekuitas mencapai titik terendah yaitu Rp 39,3 miliar. Di samping itu Bank Muamalat berupaya memperkuat permodalannya dengan mendapatkan pemodal potensial dan ditanggapi secara positif oleh Islamic Development Bank (IDB) yang berkedudukan di Jeddah, Arab Saudi. Pada RUPS tanggal 21 Juni 1999 resmi menjadi salah satu pemegang saham di Bank Muamalat Indonesia.

Pada kurun waktu 1999 dan 2002 merupakan masa-masa yang penuh tantangan dan keberhasilan bagi Bank Muamalat Indonesia, karena mampu membalikkan kondisi dari rugi menjadi laba berkat kru bank, kepemimpinan yang kuat, strategi pengembangan usaha yang tepat dan ketaatan terhadap pelaksanaan perbankan syariah secara murni. Pada tahun 2003, bank dengan percaya diri menawarkan Penawaran Umum Terbatas (PUT) dengan Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu (HMETD) sebanyak 5 kali dan merupakan

lembaga perbankan pertama di Indonesia yang mengeluarkan Sukuk Subordinasi Mudharabah.

Bank Muamalat Indonesia terus melakukan inovasi dan mengeluarkan produk-produk keuangan syariah antara lain Asuransi Syariah, Dana Pensiun Lembaga Keuangan Muamalat (DPLK Muamalat) dan Multifinance Syariah (Al-Ijarah Indonesia Finance/ALIF) serta Baitul maal Muamalat yang memberikan layanan untuk menyalurkan dana Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS)yang menjadi terobosan di Indonesia. Selain itu, pada tahun 2004 adanya peluncuran produk bank yaitu Shar-e, merupakan tabungan instan pertama di Indonesia.

Pada tahun 2012, Bank Muamalat Indonesia melakukan rebranding pada logo Bank untuk meningkatkan awareness terhadap image sebagai Bank Syariah Islami, Modern, dan Profesional. Sejak tahun 2015, Bank Muamalat Indonesia bermetamorfosa untuk menjadi entitas yang semakin baik dan meraih perumbuhan jangka panjang serta dengan strategi bisnis yang terarah Bank Muamalat Indonesia akan terus melaju mewujudkan visinya.

Saat ini dengan semakin canggihnya teknologi dan dengan mudahnya jaringan internet yang ada, Bank Muamalat mengeluarkan aplikasi terbaru. Aplikasi ini digunakan untuk menyempurnakan aplikasi mobile banking yang dimiliki Bank Muamalat, yang disebut dengan Muamalat DIN. Aplikasi ini mulai dikenalkan kepada masyarakat luas mulai November 2019.

Perkembangan Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri cukup signifikan. Keberadaan Bank Muamalat di Kediri mulai tahun 2010 sampai saat ini memiliki 6 kantor cabang pembantu terdiri dari Capem Tulungagung, Capem Nganjuk, Capem Blitar, Capem Magetan, Capem Madiun, dan Capem Ponorogo.

B. Visi dan Misi Bank Muamalat Indonesia

Visi :

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

Misi :

“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”

Motto :

“Pertama Murni Syariah”

C. Produk Bank Muamalat Indonesia

1. Produk Funding

a. Tabungan

1) Tabungan Muamalat

Yaitu tabungan syari'ah dalam mata uang rupiah yang akan meringankan transaksi keuangan nasabah, memberikan akses

yang mudah, serta manfaat yang luas. Tabungan Muamalat ini berbasis akad mudharabah dan akad wadiah. Tabungan Muamalat saat ini hadir dengan dua pilihan kartu ATM/Debit yaitu Shar-E Regular dan Shar-E Gold.

2) Giro Muamalat Ultima iB

Yaitu produk giro berbasis akad mudharabah yang memberikan kemudahan bertransaksi dan bagi hasil yang kompetitif. Sarana bagi nasabah perorangan dan non-perorangan untuk memenuhi kebutuhan transaksi bisnis sekaligus memberikan imbal hasil yang optimal.

3) Tabungan Haji Arafah

Yaitu tabungan dengan akad wadiah (titipan) dalam mata uang rupiah yang dikhususkan bagi Anda masyarakat muslim Indonesia yang berencana menunaikan ibadah haji.

4) Tabungan Haji Arafah Plus

Tabungan Haji Arafah Plus, adalah tabungan dalam bentuk mata uang Rupiah yang dikhususkan bagi masyarakat muslim Indonesia yang berencana menunaikan ibadah Haji secara reguler maupun plus.

5) Tabungan Muamalat Umroh

Tabungan Muamalat Umroh, adalah tabungan berencana dalam mata uang rupiah yang akan membantu mewujudkan impian untuk berangkat beribadah umroh.

6) TabunganKu

Tabungan syariah dalam mata uang Rupiah yang sangat terjangkau bagi semua kalangan masyarakat serta bebas biaya administrasi.

7) Tabungan iB Muamalat Wisata

Tabungan ini merupakan sebuah tabungan rencana yang didesain untuk memenuhi keinginan nasabah yang memiliki rencana untuk berwisata sehingga nasabah dapat merencanakan keinginannya tersebut sesuai dengan kemampuannya.

8) Tabungan iB Muamalat Prima

Tabungan yang didesain bagi nasabah yang ingin mendapatkan Bagi Hasil yang tinggi bahkan setara dengan deposito.

b. Giro

1) Giro Muamalat Attijarah iB

Produk giro berbasis akad wadiah yang memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam berinteraksi. Merupakan sarana untuk memenuhi kebutuhan transaksi bisnis Nasabah perorangan maupun non-perorangan.

2) Giro Muamalat Ultima iB

Produk giro berbasis akad mudharabah yang memberikan kemudahan bertransaksi dan bagi hasil yang kompetitif. Sarana bagi nasabah perorangan dan non-perorangan untuk memenuhi

kebutuhan transaksi bisnis sekaligus memeberikan imbal balik yang optimal.

c. Deposito

1) Deposito Mudharabah

Deposito syariah dalam mata uang Rupiah dan US Dollaryang fleksibeldan memberikan hasil investasi yang optimal.

2) Deposito Fulinves

Deposito syariah dalam mata uang Rupiah dan US Dollar yang fleksibeldan memberikan hasil investasi yang optimal serta perlindungan asuransi jiwa gratis.

2. Produk Financing

a. Konsumen

1) KPR Muamalat iB

KPR Muamalat iB adalah produk pembiayaan yang akan membantu untuk memiliki rumah (ready stock/bekas), apartemen, ruko, rukan, kios, maupun pengalihan *take-over* KPR dari bank lain.

2) Auto Muamalat

Auto Muamalat adalah produk pembiayaan yang akan membantu untuk memiliki kendaraan bermotor. Produk ini adalah kerjasama Bank Muamalat dengan Al-Ijarah Indonesia Finance(ALIF).

3) Pembiayaan Anggota Koperasi

Pembiayaan konsumtif yang diperuntukkan bagi beragam jenis pembelian konsumtif kepada karyawan / guru / PNS (selaku end user) melalui koperasi.

b. Modal Kerja

1) Pembiayaan Modal Kerja

Pembiayaan Modal Kerja adalah produk pembiayaan yang akan membantu kebutuhan modal kerja usaha anda sehingga kelancaran operasional dan rencana pengembangan usaha anda akan terjamin.

2) Pembiayaan LKM Syariah

Pembiayaan Moda Keraja Lembaga Keuangan Mikro (LKM) Syariah adalah produk pembiayaan yang ditujukan untuk LKM Syariah (BPRS/BMT/Koperasi) yang hendak meningkatkan pendapatan dengan memperbesar portofolio pembiayaannya kepada Nasabah atau anggotanya (end-user).

3) Pembiayaan Rekening Koran

Pembiayaan Rekenig Koran adalah produk pembiayaan khusus modal kerja yang akan meringankan usaha dalam mencairkan dan melunasi pembiayaan sesuai kebutuhan dan kemampuan.

c. Investasi

1) Pembiayaan Investasi

Pembiayaan Investasi adalah produk pembiayaan yang akan membantu kebutuhan investasi usaha sehingga mendukung rencana ekspansi yang telah disusun.

2) Pembiayaan Hunian Syariah Bisnis

Pembiayaan Hunian Syariah Bisnis adalah produk pembiayaan yang akan membantu usaha untuk membeli, membangun ataupun merenovasi property maupun pengalihan take-over pembiayaan property dari bank lain untuk kebutuhan bisnis.

3. Aplikasi Mandiri

a. ATM

Layanan ATM 24 jam yang memudahkan jasa Nasabah dalam melakukan penarikan dana tunai, pemindahan bukuan, transfer antar bank, cek saldo, pembayaran Zakat-Infaq-Sedekah (ZIS) dan tagihan telepon. Untuk penarikan tunai, kartu ATM Muamalat dapat digunakan diseluruh ATM Muamalat, ATM BCA/Prima, ATM Bersama secara bebas biaya diseluruh Indonesia. Kartu ATM Muamalat juga dapat dipakai untuk bertransaksi diseluruh merchant Debit BCA.

b. SalaMuamalat

SalaMuamalat merupakan layanan phone banking 24 jam dan call center yang dapat diakses melalui nomor telepon(021) 251 1616

dan 0807 1 MUAMALAT. SalaMuamalat memberikan kemudahan kepada nasabah, setiap saat dan dimanapun nasabah berada untuk memperoleh informasi mengenai produk, saldo dan informasi transaksi, pemindah bukuan antar rekening, pembayaran serta mengubah PIN.

c. *Internet Banking*

Internet Banking Muamalat adalah salah satu layanan elektronik yang disediakan Bank Muamalat dengan menggunakan media internet untuk kemudahan nasabah melakukan transaksi keuangan pribadi maupun bisnis.

d. *Mobile Banking*

Mobile Banking Muamalat adalah salah satu fitur aplikasi Muamalat Mobile, fitur lainnya adalah *Internet Banking* Muamalat, info lokasi ATM/cabang, info produk, SalaMuamalat 1500016 (*call center*), arah kiblat, jadwal salat, registrasi *Mobile Banking* dan pengaturan bahasa. Muamalat Mobile dirancang untuk melayani transaksi finansial dan nonfinansial secara *real time* yang dapat beroperasi selama 24 jam.

e. Muamalat DIN (*Digital Islamic Network*)

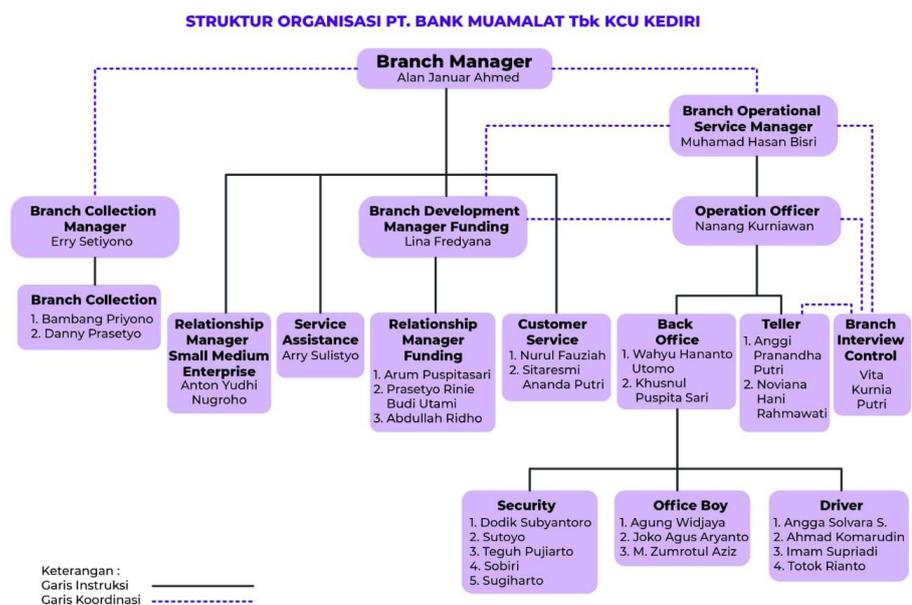
Muamalat DIN adalah aplikasi layanan *mobile banking* Bank Muamalat yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja oleh seluruh penggunanya baik Nasabah maupun non Nasabah.

D. Struktur Organisasi

Struktur tertinggi PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Utama Kediri dipegang oleh pemimpin cabang (*Branch Manager*) dan membawahi bagian Operational Manager untuk mengkoordinasi bagian di bawahnya agar aktivitas kerjasama dapat tercapai sesuai dengan tujuan yang diharapkan oleh PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Utama Kediri.

Berikut struktur organisasi Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Utama Kediri:

Gambar 4.1
Struktur Organisasi Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri



Sumber: *Data Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri*

Berikut adalah job desk setiap jabatan kepegawaian:

1. *Branch Manager*

Branch manager merupakan pimpinan kantor cabang yang bertanggung jawab atas pencapaian dan kinerja cabang dengan

melakukan perencanaan, monitoring dan evaluasi fungsi dan pencapaian sales, covering area dan pengelolaan customer untuk memenuhi target penjualan yang ditetapkan perusahaan.

2. *Branch Collecting Manager*

Tugasnya adalah untuk membantu bank dalam pembiayaan macet.

3. *Operating Manager*

Sesuai dengan nama jabatannya, pada jabatan Operational Manager memiliki tugas utama atas seluruh aktivitas operasional perusahaan.

4. *Operation Officer*

Seorang processor atau biasanya disebut entry data processing bertugas untuk memasukkan atau mendata setiap transaksi yang masuk dan yang keluar, artinya seorang processor bertugas untuk melakukan administrasi informasi dan transaksi dan bertanggungjawab sebagai server.

5. *Relationship Manager Funding*

Coord of Funding merupakan marketing funding yang ditunjuk sebagai penanggung jawab atas semua kinerja *Relationship Manager* atau *marketing funding*.

6. *Coord Of Financing*

Coord of Financing merupakan marketing pembiayaan yang ditunjuk sebagai penanggung jawab atas semua kinerja *Account*

Manager atau marketing landing. Tugas dan wewenang *coord of financing* adalah:

- a. Bertanggung jawab pada *Branch manager* tentang kinerja marketing pembiayaan dalam mencapai target yang telah ditentukan.
- b. Menjadi jembatan untuk memudahkan koordinasi antara account manager dengan Branch manager.

7. *Relationship Manager Financing*

Relationship manager funding merupakan marketing funding/pendanaan. Seorang *marketing funding* mempunyai tanggung jawab pada *coord of funding* untuk pencapaian target bidang usaha funding (pendanaan), harus berorientasi pada target pendanaan yang ditetapkan, memperkenalkan, mempromosikan, memasarkan produk perbankan, dan memperluas jaringan atau relasi antar perbankan atau dengan dunia diluar.

8. *Back Office*

Adapun tugas dari *Back office* pada suatu bank adalah sebagai pendukung dari bagian *Front Office (Office Departemen, Marketing, termasuk Teller dan juga Costumer Services)*. Selain itu secara umum tugas back office adalah melanjutkan (*follow up*) atas suatu transaksi bank yang dilakukan nasabah pada front office. Tugas Back Office secara umum adalah:

- a. Membuat Voucher Input Transaktion (debit / kredit).

- b. Membuat laporan data transaksi.
- c. Melaksanakan transaksi inkaso dan kliring.
- d. Accounting.
- e. Controlling.
- f. I.T.System.

9. *Customer Service*

Secara umum tugas dari customer Service meliputi, perantara antara bank dengan nasabah, menjadi pusat informasi mengenai produk dan jasa bank, melayani pembukaan dan penutupan rekening nasabah, melayani nasabah dalam hal pelayanan jasa-jasa produk bank seperti transfer, inkaso, pemindah bukuan antar rekening nasabah.

10. *Teller*

Tugas seorang *teller* adalah memberikan layanan perbankan bagi nasabah dan atau calon nasabah di sebuah bank. Tugas dan wewenang *teller* meliputi, seorang *Teller* yang baik harus datang tepat waktu sesuai jam masuk, harus bersikap ramah, menjaga penampilan berbusana sesuai standar bank, jika ada nasabah ingin setor/tarik tunai maka teller wajib menghitung uang, bertanggungjawab terhadap kesesuaian antara jumlah kas di sistem dengan kas di terminalnya.

11. *Security*

Bertugas mengawasi seluruh wilayah bank mulai radius lokasi bank sampai dengan pintu masuk dan ruangan dalam bank. Selain keamanan juga bertugas sebagai front office yaitu membuka pintu,

menyambut dan memberi salam, menanyakan keperluan nasabah, dan memberikan petunjuk dan arahan dengan baik jika nasabah memerlukan pertanyaan dan informasi.

12. *Office Boy*

Tugas *office boy* adalah bertanggung jawab atas kebersihan dan kerapian kantor dan sekitarnya. Namun tak jarang *office boy* juga membantu dan melaksanakan tugas-tugas yang diberikan oleh staff umum.

13. *Driver*

Tugas seorang *driver* bank yaitu memastikan mobil dalam keadaan bersih pada pagi hari sebelum digunakan dan sore hari selesai digunakan, merawat mesin mobil, memperbaiki dan menangani sendiri jika ada kerusakan kecil dar kendaraan dengan dikoordinasikan ke bagian Administrasi.

E. Profil dan Karakteristik Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri. Adapun jumlah sampel yang ditentukan sebagai responden adalah 111 mahasiswa dengan teknik sampel random sampling. Setiap responden diberikan angket untuk memberikan jawaban atas pernyataan yang telah disediakan yang diukur dengan menggunakan skala likert.

Sebelum dilakukan analisis, peneliti terlebih dahulu akan menjelaskan mengenai data-data responden yang digunakan sebagai populasi yang diambil dari nasabah Bank Muamalat.

1. Jenis Kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin responden dari nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis Kelamin Responden	Jumlah	Prosentase
1	Laki-laki	31	28%
2	Perempuan	80	72%
Total		111	100%

Sumber: Tabel identitas Responden

Berdasarkan pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa responden yang berjenis kelamin perempuan lebih besar daripada laki-laki. Hal ini dibuktikan dengan jumlah responden perempuan sebanyak 80 (delapan puluh) orang atau 72%. Sedangkan laki-laki yaitu sebanyak 31 (tiga puluh satu) orang atau sebesar 28%.

2. Usia Responden

Adapun data mengenai usia responden dari nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri sebagai berikut:

Tabel 4.2
Usia Responden

No	Usia Responden	Jumlah	Prosentase
1	16 - 20tahun	15	14%
2	21 – 30 tahun	83	75%
3	31 – 40 tahun	14	13%
4	>41tahun	-	
Total		111	100%

Sumber: Tabel Identitas Responden

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa usia responden paling banyak adalah 21 – 30 tahun sebanyak 83 (delapan puluh tiga) orang atau sebesar 75% yang menunjukkan bahwa yang menggunakan mobile banking dari 111 responden adalah usia generasi milenial. Sedangkan untuk usia mulai dibawah 20 tahun atau mulai usia 18 tahun yaitu sebanyak 15 (lima belas) orang atau sebanyak 14%. Dan untuk usia 31 – 40 tahun yang menggunakan produk dan layanan mandiri Bank Muamalat sebanyak 14 (empat belas) orang atau sebesar 13%.

3. Pendidikan Terakhir

Adapun data mengenai pendidikan terakhir nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3
Tabel Pendidikan Terakhir Responden

No	Pendidikan Terakhir Responden	Jumlah	Prosentase
1.	SD	-	-
2.	SMP	1	1%
3.	SMA/SMK/MA	91	82%
4.	Diploma	5	5%
5.	Sarjana	14	13%
Total		111	100%

Sumber: Tabel Pendidikan Terakhir Responden

Hasil menyebar angket ke responden, peneliti mendapatkan data berdasarkan tabel 4.3, sebanyak 1 lulusan Sekolah Menengah Pertama dari 111 responden yang berarti 1% orang yang menggunakan produk atau layanan mandiri Kantor Cabang Kediri dengan lulusan SMP. Sebanyak 91 (Sembilan puluh satu) orang atau sebesar 82% lulusan Sekolah Menengah Atas. Untuk lulusan Diploma ada sebanyak 5 (lima) orang yang berarti 5% dari 111 responden. Sedangkan lulusan Sarjana sebanyak 14 (empat belas) orang atau sebesar 13% dari keseluruhan responden yang mengisi angket peneliti.

4. Pekerjaan

Adapun data mengenai pekerjaan nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4
Tabel Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan Responden	Jumlah	Prosentase
1.	PNS/TNI	11	10%
2.	Pegawai Swasta	13	12%
3.	Wiraswasta	5	5%
4.	Buruh/Petani	-	-
5.	Pelajar/Mahasiswa	81	73%
6.	Freelance	1	1%
Total		111	100%

Sumber: Tabel Pekerjaan Responden

Dari tabel 4.4 menjelaskan bahwa sebanyak 11 (sebelas) nasabah dari 111 responden bekerja sebagai Pegawai Negeri Sipil/Tentara Nasional Indonesia. Pegawai swasta memiliki kedudukan kedua terbesar yaitu sebanyak 13 (tiga belas) nasabah atau sebesar 12%. Sebagai seorang wiraswasta ke lima orang ini sangat terbantu dengan

menggunakan produk atau layanan yang disediakan Bank Muamalat. Sebanyak 5% wiraswasta telah ikut mengisi kuesioner peneliti. Beberapa hari melakukan penelitian, peneliti tidak berkesempatan menemui nasabah yang berprofesi sebagai buruh/tani. Untuk pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa menduduki peringkat pertama yang menggunakan layanan mobile banking. Sebanyak 81 (delapan puluh satu) nasabah atau sebesar 73% peneliti berkesempatan meneliti nasabah yang masih sebagai mahasiswa. Dan untuk yang terakhir seorang nasabah yang berprofesi sebagai freelance juga menggunakan mobile banking bank muamalat untuk membantu beliau melakukan transaksi secara aman dan cepat.

5. Lama Menggunakan Layanan Mandiri

Adapun data mengenai sudah berapa lama nasabah Bank Muamalat menggunakan menggunakan layanan mandiri ATM, *Internet Banking*, *Mobile Banking*, sebagai berikut:

Tabel 4.5
Lama Responden Menggunakan Layanan Mandiri

No	Lama Responden Menggunakan Mobile Banking	Jumlah	Prosentase
1.	1 – 6 bulan	58	52%
2.	7 – 12 bulan	18	16%
3.	1 – 3 tahun	27	24%
4.	>3tahun	8	7%
Total		111	100%

Sumber: Tabel Lama Menggunakan Layanan Mandiri

Berdasarkan tabel 4.5 dapat diketahui bahwa pengguna layanan mandiri Bank Muamalat paling banyak yaitu pada 1 – 6 bulan yaitu sebanyak 58 (lima puluh delapan) nasabah atau sebesar 52%. Kemudian

pada bulan ke 7 – 12 bulan dengan persentase 16% atau sebanyak 18 (delapan belas). 1 – 3 tahun pengguna layanan mandiri sebanyak 27 (dua puluh tujuh) nasabah dari 111 responden, > 3 tahun sebanyak 8 (delapan) nasabah atau sebesar 7%.

F. Deskripsi Data Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari *Marketing Mix* dan *Self Service Technology* sebagai variabel bebas dan *Loyalitas Nasabah* sebagai variabel terikat. Data-data tersebut diperoleh dari hasil angket yang telah disebar oleh peneliti. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Indikator Produk

Tabel 4.6
(Hasil Kuesioner Pertanyaan X1.1.1)

Item Pertanyaan	Pilihan Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
Produk-produk yang ada di Bank Muamalat mempunyai keunggulan dibandingkan dengan bank syariah lain	Sangat Setuju	4	40	36%	160
	Setuju	3	69	62%	207
	Tidak Setuju	2	2	2%	4
	Sangat Tidak Setuju	1	-	0%	0
Jumlah				100%	371
Rata-Rata Skor					3,3

Sumber: Data Primer yang telah diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.6 diketahui dari 111 responden, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 40 responden atau 36%, sedangkan yang menyatakan setuju sebanyak 69 responden atau sebesar 62%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 2 responden

atau sebesar 2%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0%. Hal ini menunjukkan bahwa responden cenderung setuju dengan keunggulan produk dan layanan mandiri Bank Muamalat yang melayani lebih baik dari pada bank lain.

2. Indikator Lokasi

Tabel 4.7
(Hasil Kuesioner Pertanyaan X1.2.1)

Item Pertanyaan	Pilihan Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
Jarak antara rumah saya dan Bank Muamalat Kediri dekat	Sangat Setuju	4	30	27%	120
	Setuju	3	65	59%	195
	Tidak Setuju	2	16	14%	32
	Sangat Tidak Setuju	1	-	0%	0
Jumlah				100%	347
Rata-Rata Skor					3,1

Sumber: Data Primer yang telah diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.7 diketahui dari 111 responden, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 30 responden atau 27%, sedangkan yang menyatakan setuju sebanyak 65 responden atau sebesar 59%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 16 responden atau sebesar 14%, dan yang menyatakan sangat tidak puas sebesar 0%. Hal ini menunjukkan bahwa responden cenderung setuju dengan lokasi kantor Bank Muamalat Kediri yang tidak jauh dari tempat tinggal.

3. Indikator Harga

Tabel 4.8
(Hasil Kuesioner Pertanyaan X1.3.1)

Item Pertanyaan	Pilihan Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
Biaya yang dikeluarkan nasabah untuk pembukaan rekening sama dengan bank lain	Sangat Setuju	4	50	45%	200
	Setuju	3	57	51%	171
	Tidak Setuju	2	4	8%	8
	Sangat Tidak Setuju	1	-	0%	0
Jumlah				100%	379
Rata-Rata Skor					3,4

Sumber: Data Primer yang telah diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.8 diketahui dari 111 responden, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 50 responden atau 45%, sedangkan yang menyatakan setuju sebanyak 57 responden atau sebesar 51%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 4 responden atau sebesar 8%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0%. Hal ini menunjukkan bahwa responden cenderung setuju dengan biaya pembukaan rekening pada produk Bank Muamalat sama dengan bank lain.

4. Indikator Promosi

Tabel 4.9
(Hasil Kuesioner Pertanyaan X1.4.1)

Item Pertanyaan	Pilihan Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
Pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan	Sangat Setuju	4	40	36%	160
	Setuju	3	69	62%	207
	Tidak Setuju	2	2	2%	4
	Sangat Tidak Setuju	1	-	0%	0
Jumlah				100%	386
Rata-Rata Skor					3,5

Sumber: Data Primer yang telah diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.9 diketahui dari 111 responden, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 54 responden atau 49%, sedangkan yang menyatakan setuju sebanyak 56 responden atau sebesar 50%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 2 responden atau sebesar 1%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0%. Hal ini menunjukkan bahwa responden cenderung setuju bahwa apa yang dijanjikan saat promosi sesuai dengan kenyataan layanan yang ada.

5. Indikator *Perceived Control*

Tabel 4.10
(Hasil Kuesioner Pertanyaan X2.1.1)

Item Pertanyaan	Pilihan Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase (%)	Total Skor
Kepuasan layanan mandiri (<i>mobile</i>)	Sangat Setuju	4	47	42%	188
	Setuju	3	61	55%	183

<i>banking, internet banking, ATM, SalaMuamalat)</i>	Tidak Setuju	2	3	3%	6
	Sangat Tidak Setuju	1	-	-	-
Jumlah			111	100%	377
Rata-Rata Skor					3,4

Sumber: Data Primer yang telah diolah, 2020

Berdasarkan pada tabel 4.10 diketahui bahwa dari 111 responden, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 47 responden atau sebesar 42%, kemudian yang menyatakan merasa setuju sebanyak 61 responden atau sebesar 55%, sedangkan nilai yang menyatakan tidak setuju sebanyak 3 responden atau sebesar 3%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0 atau tidak ada. Dapat disimpulkan bahwa responden cenderung setuju dan merasa puas dengan layanan mandiri Bank Muamalat.

Tabel 4.11

(Hasil Kuesioner Pertanyaan X2.1.2)

Item Pertanyaan	Pilihan Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase (%)	Total Skor
Memberikan pilihan transaksi yang beragam	Sangat Setuju	4	43	39%	172
	Setuju	3	66	59%	198
	Tidak Setuju	2	2	2%	4
	Sangat Tidak Setuju	1	-	0%	0%
Jumlah			111	100%	374
Rata-Rata Skor					3,7

Sumber: Data Primer yang telah diolah, 2020

Berdasarkan pada tabel 4.11 diatas diketahui bahwa dari 111 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 43 responden atau

sebesar 39%. Sedangkan nilai yang menyatakan setuju sebanyak 66 responden atau sebesar 59%, untuk nilai yang menyatakan tidak setuju sebanyak 2 responden atau sebesar 2%, sedangkan untuk sangat tidak puas sebanyak 0 nilai dari responden. Hal ini menunjukkan bahwa responden cenderung setuju dengan pilihan produk maupun layanan mandiri yang diberikan Bank Muamalat.

Tabel 4.12
(Hasil Kuesioner Pertanyaan X2.1.3)

Item Pertanyaan	Pilihan Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase (%)	Total Skor
Mudah dipahami dan memproses dengan cepat	Sangat Setuju	4	49	44%	196
	Setuju	3	58	52%	174
	Tidak Setuju	2	4	4%	8
	Sangat Tidak Setuju	1	-	0%	0
Jumlah			111		378
Rata-Rata Skor					3,4

Sumber: Data Primer yang telah diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.12 dapat diketahui bahwa dari 111 responden, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 49 responden atau sebesar 44%, kemudian yang menyatakan setuju sebanyak 58 responden atau sebesar 52%, untuk yang menyatakan tidak setuju sebanyak 4 responden atau sebesar 4%, sedangkan yang menyatakan sangat tidak puas sebanyak 0. Hal ini berarti responden cenderung setuju dengan layanan mandiri Bank Muamalat yang mudah dipahami dan memproses dengan cepat.

6. Indikator *Performance*

Tabel 4.13
(Hasil Kuesioner Pertanyaan X2.2.1)

Item Pertanyaan	Pilihan Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
Dapat diakses dengan cepat	Sangat Setuju	4	55	50%	220
	Setuju	3	57	49%	162
	Tidak Setuju	2	2	1%	4
	Sangat Tidak Setuju	1	-	0%	0
Jumlah			111	100%	386
Rata-Rata Skor					3,5

Sumber: Data Primer yang telah diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.13 diketahui bahwa dari 111 responden, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 55 responden atau sebesar 50%, kemudian yang menyatakan setuju sebanyak 54 responden atau sebesar 49%, sedangkan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 2 responden atau sebesar 1%, dan dari 111 responden tidak ada yang merasa sangat tidak puas dengan kecepatan akses aplikasi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden cenderung sangat setuju dengan akses kecepatan yang diterapkan oleh Bank Muamalat layanan mandiri terutama aplikasi *mobile banking* Bank Muamalat.

Tabel 4.14
(Hasil Kuesioner Pertanyaan X2.2.2)

Item Pertanyaan	Pilihan Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase (%)	Total Skor
Tampilan aplikasi jelas, menarik, dan informative	Sangat Setuju	4	42	38%	168
	Setuju	3	69	62%	207
	Tidak Setuju	2	-	0%	0
	Sangat Tidak Setuju	1	-	0%	0
Jumlah			111	100%	375
Rata-Rata Skor					3,4

Sumber: Data Primer yang telah diolah, 2020

Berdasarkan pada tabel 4.14 diketahui dari 111 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 42 responden atau sebesar 38%. Sedangkan sisanya sebesar 68% atau sebanyak 69 responden memilih setuju, sedangkan tidak ada yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju atau sebesar 0%. Dapat disimpulkan bahwa nasabah Bank Muamalat yang menggunakan layanan mandiri merasa setuju dengan tampilan aplikasi yang jelas, menarik, dan informative.

Tabel 4.15
(Hasil Kuesioner Pertanyaan X2.2.3)

Item Pertanyaan	Pilihan Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
Adanya layanan <i>contact center</i>	Sangat Setuju	4	43	39%	172
	Setuju	3	68	61%	204
	Tidak Setuju	2	-	0%	0
	Sangat Tidak	1	-	0%	0

	Setuju			
Jumlah		111	100%	376
Rata-Rata Skor				3,4

Sumber: Data Primer yang telah diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.15 diketahui dari 111 responden, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 43 responden atau 39%, kemudian yang menyatakan setuju sebanyak 68 responden atau sebanyak 61%. Untuk pernyataan tidak setuju dan sangat tidak setuju sebanyak 0%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa responden cenderung puas dengan adanya layanan *contact center*.

7. Indikator *Convenience*

Tabel 4.16
(Hasil Kuesioner Pertanyaan X2.3.1)

Item Pertanyaan	Pilihan Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
Dapat digunakan 24 jam	Sangat Setuju	4	62	56%	248
	Setuju	3	46	41%	138
	Tidak Setuju	2	3	3%	6
	Sangat Tidak Setuju	1		0%	0
Jumlah			111	100%	392
Rata-Rata Skor					3,5

Sumber: Data Primer yang telah diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.16 diketahui dari 111 responden, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 62 responden atau 56%, sedangkan yang menyatakan setuju sebanyak 46 responden atau sebesar 41%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 3 responden atau sebesar 3%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0%. Hal ini menunjukkan

bahwa responden cenderung setuju dengan layanan mandiri Bank Muamalat yang dapat digunakan 24jam.

Tabel 4.17
(Hasil Kuesioner Pertanyaan X2.3.2)

Item Pertanyaan	Pilihan Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
Dapat digunakan dimanapun	Sangat Setuju	4	60	54%	240
	Setuju	3	47	42%	141
	Tidak Setuju	2	4	4%	8
	Sangat Tidak Setuju	1	-	0%	0
Jumlah			111	100%	389
Rata-Rata Skor					3,5

Sumber: Data Primer yang telah diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.17 diketahui dari 111 responden, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 60 responden atau 54%, sedangkan yang menyatakan setuju sebanyak 47 responden atau sebesar 42%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 4 responden atau sebesar 4%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0%. Hal ini menunjukkan bahwa responden cenderung sangat setuju dengan layanan mandiri Bank Muamalat yang dapat digunakan dimana saja.

Tabel 4.18
(Hasil Kuesioner Pertanyaan X2.3.3)

Item Pertanyaan	Pilihan Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
Transaksi tepat waktu	Sangat Setuju	4	56	50%	224

	Setuju	3	53	48%	159
	Tidak Setuju	2	2	2%	4
	Sangat Tidak Setuju	1	-	0%	0
Jumlah			111		387
Rata-Rata Skor					3,5

Sumber: Data Primer yang telah diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.18 diketahui dari 111 responden, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 56 responden atau 50%, sedangkan yang menyatakan setuju sebanyak 53 responden atau sebesar 48%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 2 responden atau sebesar 2%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0%. Hal ini menunjukkan bahwa responden cenderung puas dengan layanan mandiri Bank Muamalat yang memberikan layanan transaksi tepat waktu.

8. Indikator *Effeciency*

Tabel 4.19
(Hasil Kuesioner Pertanyaan X2.4.1)

Item Pertanyaan	Pilihan Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
Aplikasi mudah digunakan ketika pertama kali	Sangat Setuju	4	40	36%	160
	Setuju	3	69	62%	207
	Tidak Setuju	2	2	2%	4
	Sangat Tidak Setuju	1	-	0%	0
Jumlah			111	100%	371
Rata-Rata Skor					3,34

Sumber: Data Primer yang telah diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.19 diatas diketahui dari 111 responden, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 40 responden atau 36%, sedangkan yang menyatakan setuju sebanyak 69 responden atau sebesar 62%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 2 responden atau sebesar 2%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0%. Hal ini menunjukkan bahwa responden cenderung setuju dengan layanan mandiri Bank Muamalat yang mudah digunakan ketika pertama kali.

Tabel 4.20
(Hasil Kuesioner Pertanyaan X2.4.2)

Item Pertanyaan	Pilihan Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
Tidak perlu mengantri	Sangat Setuju	4	70	63%	280
	Setuju	3	41	37%	123
	Tidak Setuju	2	-	0%	0
	Sangat Tidak Setuju	1	-	0%	0
Jumlah			111	100%	403
Rata-Rata Skor					3,6

Sumber: Data Primer yang telah diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.20 diketahui dari 111 responden, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 70 responden atau 63%, sedangkan yang menyatakan setuju sebanyak 41 responden atau sebesar 37%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 0 responden atau sebesar 0%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0%. Hal ini menunjukkan bahwa responden cenderung sangat setuju dengan layanan mandiri

Bank Muamalat yang memudahkan nasabah dalam bertransaksi dengan tidak mengantri.

9. Indikator *Repeat Purchase*

Tabel 4.21
(Hasil Kuesioner Pertanyaan Y1.1.1)

Item Pertanyaan	Pilihan Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
Menggunakan layanan mandiri (<i>mobile banking</i> , ATM, Internet banking, SalaMuamalat) secara berulang	Sangat Setuju	4	47	42%	188
	Setuju	3	60	54%	180
	Tidak Setuju	2	4	4%	8
	Sangat Tidak Setuju	1	-	0%	0
Jumlah				100%	376
Rata-Rata Skor					3,4

Sumber: Data Primer yang telah diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.21 diketahui dari 111 responden, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 47 responden atau 42%, sedangkan yang menyatakan setuju sebanyak 60 responden atau sebesar 54%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 4 responden atau sebesar 4%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0%. Hal ini menunjukkan bahwa responden cenderung puas dengan layanan mandiri dan responden yang merupakan nasabah Bank Muamalat menggunakan layanan mandiri terutama *mobile banking* Muamalat secara berulang.

10. Indikator *Retention*

Tabel 4.22
(Hasil Kuesioner Pertanyaan Y1.2.1)

Item Pertanyaan	Pilihan Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
Hanya menggunakan layanan mandiri Muamalat	Sangat Setuju	4	54	49%	216
	Setuju	3	50	45%	150
	Tidak Setuju	2	7	6%	14
	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Jumlah				100%	380
Rata-Rata Skor					3,3

Sumber: Data Primer yang telah diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.22 diketahui dari 111 responden, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 54 responden atau 49%, sedangkan yang menyatakan setuju sebanyak 50 responden atau sebesar 45%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 7 responden atau sebesar 6%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0%. Hal ini menunjukkan bahwa responden cenderung setuju dengan layanan mandiri terutama aplikasi *mobile banking* Bank Muamalat dan hanya menggunakan aplikasi ini selain aplikasi dari bank lain.

11. Indikator *Refalls*

Tabel 4.23
(Hasil Kuesioner Pertanyaan Y1.3.1)

Item Pertanyaan	Pilihan Jawaban	Skor	Frekuensi	35Persentase	Total Skor
Berminat merekomendasikan	Sangat Setuju	4	44	40%	176
	Setuju	3	65	59%	195
	Tidak Setuju	2	1	1%	2
	Sangat Tidak Setuju	1	-	0%	0
Jumlah				100%	373
Rata-Rata Skor					3,4

Sumber: Data Primer yang telah diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.23 diketahui dari 111 responden, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 44 responden atau 40%, sedangkan yang menyatakan setuju sebanyak 65 responden atau sebesar 59%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 2 responden atau sebesar 1%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0%. Hal ini menunjukkan bahwa responden cenderung setuju dengan layanan mandiri terutama aplikasi *mobile banking* bank muamalat dan responden berminat merekomendasikan kepada teman, saudara, kolega dan yang lainnya.

Tabel 4.24
(Hasil Kuesioner Pertanyaan Y1.3.2)

Item Pertanyaan	Pilihan Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
Melakukan pertimbangan khusus untuk menikmati	Sangat Setuju	4	60	54%	240
	Setuju	3	45	41%	135

layanan bank lain	Tidak Setuju	2	6	5%	12
	Sangat Tidak Setuju	1	-	0%	0
Jumlah				100%	387
Rata-Rata Skor					3,5

Sumber: Data Primer yang telah diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.24 diketahui dari 111 responden, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 60 responden atau 54%, sedangkan yang menyatakan setuju sebanyak 45 responden atau sebesar 41%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 6 responden atau sebesar 5%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0%. Hal ini menunjukkan bahwa responden cenderung setuju bahwa layanan mandiri memiliki kelebihan sehingga melakukan pertimbangan jika ingin menikmati layanan bank lain.

Tabel 4.25
(Hasil Kuesioner Pertanyaan Y1.3.3)

Item Pertanyaan	Pilihan Jawaban	Skor	Frekuensi	Persentase	Total Skor
Telah memenuhi harapan	Sangat Setuju	4	40	36%	160
	Setuju	3	70	63%	210
	Tidak Setuju	2	1	1%	2
	Sangat Tidak Setuju	1	-	0%	0
Jumlah				100%	372
Rata-Rata Skor					3,4

Sumber: Data Primer yang telah diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.25 diketahui dari 111 responden, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 40 responden atau 36%, sedangkan yang menyatakan setuju sebanyak 70 responden atau sebesar 63%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 responden atau sebesar 1%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 0%. Hal ini menunjukkan bahwa responden cenderung setuju dengan layanan mandiri bank muamalat yang telah memenuhi harapan nasabah untuk melakukan transaksi secara cepat, aman, dan mudah.

G. Uji Validitas dan Reabilitas

1. Uji Validitas

Tabel 4.26
Hasil Uji Validitas

Variabel	Butir Pertanyaan	Corrected Item- Total Correlation	Keterangan
<i>Marketing Mix</i>	Pertanyaan 1	.331	Valid
	Pertanyaan 2	.326	Valid
	Pertanyaan 3	.465	Valid
	Pertanyaan 4	.573	Valid
<i>Self Service Technology</i>	Pertanyaan 5	.487	Valid
	Pertanyaan 6	.503	Valid
	Pertanyaan 7	.359	Valid
	Pertanyaan 8	.362	Valid
	Pertanyaan 9	.447	Valid
	Pertanyaan 10	.507	Valid
	Pertanyaan 11	.338	Valid
	Pertanyaan 12	.483	Valid
	Pertanyaan 13	.471	Valid
	Pertanyaan 14	.473	Valid
	Pertanyaan 15	.345	Valid
Loyalitas Nasabah	Pertanyaan 16	.565	Valid
	Pertanyaan 17	.454	Valid
	Pertanyaan 18	.592	Valid
	Pertanyaan 19	.516	Valid
	Pertanyaan 20	1.000	Valid

Sumber: Data Primer, 2020.

Berdasarkan pada tabel diatas diketahui bahwa seluruh item pertanyaan dari variabel *Marketing Mix* (X_1), *Self Service Technology* (X_2), dan Loyalitas Nasabah (Y) adalah valid. Hal ini diketahui karena r_{hitung} pada *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar daripada r_{tabel} yaitu 0,1555.

2. Uji Reabilitas

Uji reabilitas digunakan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reabilitas dengan menggunakan skala *Alpha Cronbach's* sampai dengan 1. Tabel berikut ini adalah hasil dari pengujian reabilitas dapat dilihat dibawah ini:

Tabel 4.27
Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Alpha Cronbach's	Keterangan
<i>Marketing Mix</i>	0,678	Reliable
<i>Self Service Technology</i>	0,91	Reliable
Loyalitas Nasabah	0,822	Reliable

Sumber: *Output SPSS 16.0*, Tahun 2020

Berdasarkan pada tabel 4.27 dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *Alpha Cronbach's* yang lebih besar dari 60% jika dijadikan bentuk persen. Menurut Nunally, hal tersebut menunjukkan bahwa instrumen tersebut dinyatakan *Reliable*. Dengan demikian, hasil dari penelitian ini memiliki hasil pengukuran yang konsisten.

H. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Gambar 4.2
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	Unstandardized Residual	Unstandardized Residual
N		111	111	111
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000	.0000000	.0000000
	Std. Deviation	1.69029503	1.80665768	1.59027034
Most Extreme Differences	Absolute	.088	.075	.057
	Positive	.046	.066	.040
	Negative	-.088	-.075	-.057
Kolmogorov-Smirnov Z		.929	.791	.604
Asymp. Sig. (2-tailed)		.355	.559	.859
a. Test distribution is Normal.				

Sumber: *Output SPSS 16.0*, Tahun 2020

Berdasarkan gambar 4.2 dapat dilihat bahwa nilai signifikasinya lebih besar dari 0,05 yaitu ($0,355 > 0,05$), ($0,559 > 0,05$), ($0,859 > 0,05$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Pengujian ini dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Untuk menguji hal tersebut dapat dilakukan dengan uji multikolinieritas dengan menggunakan Variave Inflation Factor (VIF). Bila nilai VIF > 10 maka terjadi multikolinieritas. Bila nilai VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinieritas.

Gambar 4.3
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.592	1.401		1.136	.259		
Marketing Mix	.626	.112	.475	5.603	.000	.634	1.576
SST	.165	.044	.317	3.743	.000	.634	1.576

a. Dependent Variable: Loyalitas

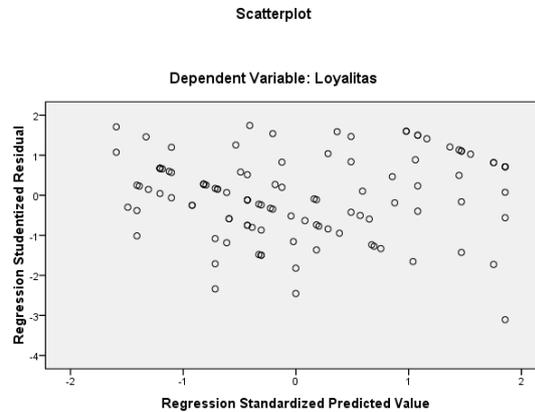
Sumber: SPSS 16.0, Tahun 2020

Berdasarkan gambar 4.3, diketahui bahwa nilai VIF X_1 (Pemasaran) sebesar 1.576 dan X_2 (*Self Service Technology*) sebesar 1.576. Dengan demikian kedua variabel di atas terbebas dari masalah multikolinieritas dikarenakan nilai VIF pada kedua variabel tersebut kurang dari 10. Maka, data penelitian ini dikatakan layak untuk dipakai.

3. Uji Heteroskedastisitas

Hasil dari pengujian Heteroskedastisitas dapat diamati pada gambar *Scatterplot* berikut:

Gambar 4.4
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: SPSS 16.0, Tahun 2020

Berdasarkan pola di gambar 4.4 hasil Uji Heteroskedastisitas *scatterplot* diatas terlihat titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Dan hal ini membuktikan tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model ini layak untuk dipakai.

I. Uji Regresi Linier Berganda

Gambar 4.5
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.592	1.401		1.136	.259		
Marketing Mix	.626	.112	.475	5.603	.000	.634	1.576
SST	.165	.044	.317	3.743	.000	.634	1.576

a. Dependent Variable: Loyalitas

Sumber: SPSS 16.0, Tahun 2020

Berdasarkan hasil uji diatas gambar 4.4, maka dapat dikembangkan sebuah model persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 1,592 + (0,626X_1) + (0,165X_2)$$

$$Y = 1,592 + 0,626X_1 + 0,165X_2$$

Atau $Y = 1,592 + 0,626$ (Marketing Mix) + $0,165$ (*Self Service Technology*) Berdasarkan pada persamaan diatas, maka dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 1,592 menyatakan bahwa variabel *Marketing Mix* (X_1) dan *Self Service Technology* (X_2) dalam keadaan konstan (tetap) maka Loyalitas Nasabah sebesar 1,592.
2. Koefisien regresi X_1 (Marketing Mix) sebesar 0,626 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda positif) 1 satuan pada variabel Marketing Mix maka meningkatkan loyalitas nasabah sebesar 0,626. Sebaliknya, jika variabel *Marketing Mix* mengalami penurunan sebesar 1 satuan maka loyalitas nasabah juga akan mengalami penurunan sebesar 1 satuan. Dengan hal tersebut, maka loyalitas yang akan dilakukan oleh nasabah diprediksi akan mengalami perurunan sebesar 0,626. Dengan asumsi variabel independen nilai lainnya tetap.
3. Koefisien regresi X_2 (*Self Service Technology*) sebesar 0,165 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda positif) 1 satuan pada variabel *Self Service Technology* maka meningkatkan loyalitas nasabah sebesar 0,165. Sebaliknya, jika variabel *Self Service*

Technology mengalami penurunan sebesar 1 satuan maka loyalitas nasabah juga akan mengalami penurunan sebesar 1 satuan. Dengan hal tersebut, maka loyalitas nasabah yang akan dilakukan oleh nasabah diprediksi akan mengalami penurunan sebesar 0,165. Dengan asumsi variabel independen nilai lainnya tetap.

4. Tanda positif (+) menandakan arah hubungan yang searah. Sedangkan tanda negatif (-) menunjukkan arah yang berbanding terbalik antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).

J. Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel Independen terhadap variabel dependen secara parsial, uji t dilakukan dengan cara membandingkan nilai thitung dengan ttabel dengan tingkat signifikansi 0,05 (5%). Adapun hasil dari uji t tersebut sebagai berikut :

Gambar 4.6
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.592	1.401		1.136	.259
Marketing Mix	.626	.112	.475	5.603	.000
SST	.165	.044	.317	3.743	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas

Sumber: SPSS 16.0, Tahun 2020

a. Variabel X_1 (*Marketing Mix*)

1) Merumusan Hipotesis

H_0 : *Marketing Mix* tidak mempengaruhi secara parsial terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat.

H_1 : *Marketing Mix* mempengaruhi secara parsial terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat.

2) Pengambilan keputusan menggunakan dua cara:

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

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

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

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

Berdasarkan hasil uji t di atas diperoleh nilai t_{tabel} variabel *Marketing Mix* sebesar 5.603 (diperoleh dengan cara mencari nilai $df = n - k - 1 = 111 - 2 - 1 = 108$, dan nilai $\alpha = 5\%$ dibagi menjadi dua yaitu $5\% / 2 = 0,025$) dan nilai t_{hitung} sebesar 5.603. Karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $5.603 > 1,982$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak, yang berarti bahwa *marketing mix* secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Serta berdasarkan signifikansi t sebesar 0,000 yang lebih kecil dari nilai α sebesar 0,05. Maka $0,000 < 0,05$, dengan demikian H_0 ditolak.

b. Variabel X_2 (*SelfService Technology*)

1) Merumusan Hipotesis

H_0 : *SelfService Technology* tidak mempengaruhi secara parsial terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat.

H_1 : *Self Service Technology* mempengaruhi secara parsial terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat.

2) Pengambilan keputusan menggunakan dua cara:

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

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

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

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

Berdasarkan hasil uji t diatas diperoleh nilai t_{tabel} variabel *Self Service Technology* sebesar 1,982 (diperoleh dengan cara mencari nilai $df = n - k - 1 = 111 - 2 - 1 = 108$ dan nilai $\alpha = 5\%$ dibagi menjadi dua yaitu $5\% / 2 = 0,025$) dan nilai t_{hitung} sebesar 6.548. Karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,743 > 1,982$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak, yang berarti bahwa pemasaran secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Serta berdasarkan signifikansi t sebesar 0,000 yang lebih kecil dari nilai α sebesar 0,05. Maka $0,000 < 0,05$, dengan demikian H_0 ditolak.

2. Uji Simultan (Uji f)

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

Gambar 4.7
Hasil Uji Simultan (Uji f)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	287.292	2	143.646	55.768	.000 ^a
	Residual	278.186	108	2.576		
	Total	565.477	110			

a. Predictors: (Constant), SST, Pemasaran

b. Dependent Variable: Loyalitas

Sumber: SPSS 16.0, Tahun 2020

Berdasarkan gambar 4.6 berikut langkah-langkah pengujian:

a. Perumusan Hipotesis

H_0 : *Marketing Mix* dan *Self Service Technology* secara bersama-sama tidak memengaruhi secara simultan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat.

H_1 : *Marketing Mix* dan *Selfservice Technology* secara bersama-sama mempengaruhi secara simultan terhadap secara simultan terhadap Looyalitas Nasabah Bank Muamalat.

b. Pengambilan keputusan menggunakan dua cara:

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

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

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

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

Berdasarkan tabel di atas, didapat nilai F_{hitung} sebesar 55,768 dan F_{tabel} sebesar 3,09.

$$\begin{aligned}
 F_{\text{tabel}} &= F(k; n- k) \\
 &= F (2; 111 - 2) \\
 &= F (2; 109) \\
 &= 3,09
 \end{aligned}$$

maka $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ yaitu $54,357 > 3,09$. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel independen yaitu *Marketing Mix* dan *Selfservice Technology* berpengaruh signifikan secara simultan (bersama-sama) terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat. Serta berdasarkan signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari nilai α 0,05, maka $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa *Marketing Mix* dan *Selfservice Technology* berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri.

K. Uji Determinasi

Gambar 4.8
Hasil Uji Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.713 ^a	.508	.499	1.605	2.232

a. Predictors: (Constant), x2, x1

b. Dependent Variable: y

Sumber: SPSS 16.0, Tahun 2020

Berdasarkan gambar 4.7 angka *R Square* atau koefisien determinasi adalah 0,508 (berasal dari $0,713 \times 0,713$). Nilai *R Square* berkisar antara

0–1. Nugroho dalam Sujianto menyatakan, untuk regresi linier berganda sebaiknya menggunakan *R Square* yang sudah disesuaikan atau tertulis *Adjusted R Square*, karena disesuaikan dengan jumlah variabel independen yang digunakan.

Angka *Adjusted R Square* adalah 0,508 artinya 51% variabel terikat loyalitas nasabah dijelaskan oleh variabel *Marketing Mix* dan *selfservice technology* dan sisanya 49% (100%-51%) dijelaskan oleh variabel lain di luar variabel yang digunakan dalam model.