

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Umum Bank Muamalat

1. Sejarah Singkat Bank Muamalat

PT Bank Muamalat Indonesia Tbk (“Bank Muamalat Indonesia”) memulai perjalanan bisnisnya sebagai Bank Syariah pertama di Indonesia pada 1 November 1991 atau 24 Rabi’us Tsani 1412 H. Pendirian Bank Muamalat Indonesia digagas oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI), Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan pengusaha muslim yang kemudian mendapat dukungan dari Pemerintah Republik Indonesia. 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).

Bank Muamalat Kantor Cabang Banjarmasin pertama kali beroperasi di Jl A. Yani km. 6 pada tahun 2003, dan sekarang beroperasi di Jl A. Yani km 5,2 Banjarmasin. Bank Muamalat Kantor Cabang Banjarmasin ini memiliki lantai bertingkat 3. Lantai dasar terdiri dari unit pelayanan, teller, *customer servise*, dan ruangan *back office*, serta ruangan bagian *unit support* pembiayaan (USP).

Lantai tengah terdiri dari ruangan bagian marketing finance, ruang rapat dan ruangan branch manager. Sementara lantai teratas terdiri dari ruangan *marketing funding*, mushalla, dan dapur umum, serta toilet yang tersedia di setiap lantai. Selain itu, di halaman depan Bank Muamalat Kantor Cabang Banjarmasin juga terdapat sebuah mesin ATM (*authomatic Teller Machine*) dan di bagian samping terdapat terdapat pos penjagaan.

Bank Muamalat Kantor Cabang Banjarmasin juga telah membuka 5 cabang pembantu, yaitu di Kayutangi, Banjarbaru, Martapura, Barabai, dan Kandangan, serta direncanakan pada tahun mendatang akan membuka cabang kas lainnya di Banjarmasin.

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*”.

2. Visi dan Misi Bank Muamalat

Visi :

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

Misi :¹

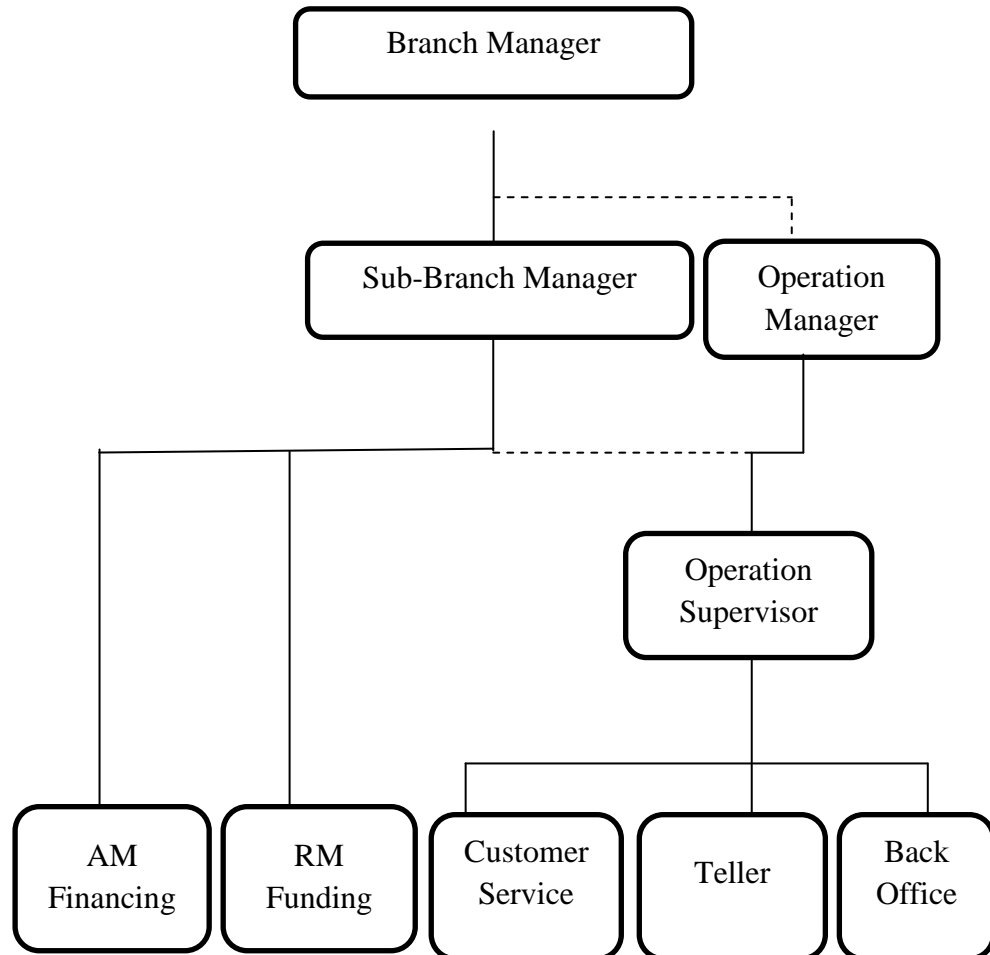
“Membangun lembaga keuangan syariah yang unggul dan berkesinambungan dengan penekanan pada semangat kewirausahaan berdasarkan prinsip kehati-hatian, keunggulan sumber daya manusia yang islami dan professional serta orientasi investasi yang inovatif, untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan”

3. Struktur Organisasi dan *Job Description*

Adapun struktur organisasi pada Bank Muamalat Kantor Cabang Banjarmasin dapat dilihat di bawah ini:

¹<http://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat>, diakses pada : selasa, 03 februari 2018 *back office*, pukul : 11.05 WITA

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Bank Muamalat KC Banjarmasin



Sumber dari Bank Muamalat KC Banjarmasin 2018.

Untuk memberikan gambaran yang jelas dan tegas mengenai pola hubungan kerja, wewenang, serta tanggung jawab dalam suatu lembaga atau organisasi, maka biasanya disusun dan diatur dalam struktur organisasi. Adapun struktur organisasi Bank Muamalat Kantor Cabang Banjarmasin, adalah sebagai berikut:

Adapun uraian tugas pada masing-masing bagian pada Bank Muamalat Kantor Cabang Banjarmasin sebagai berikut:

- 1) *Branch Manager*, bertanggung jawab atas jalannya kegiatan operasional maupun financial cabang, memberikan bimbingan dan motivasi pada seluruh karyawan, menyelesaikan segala permasalahan yang muncul di cabang yang dipimpin, serta membina hubungan yang baik dengan instansi terkait.
- 2) *Sub Branch Manager*, mengadministrasi pekerjaan-pekerjaan pimpinan, serta membantu pekerjaan peminancabang.
- 3) *Operation Officer*, bertanggung jawab terhadap kelancaran rutinitas operasional cabang secara umum yang terkait dengan layanan yang diberikan oleh *teller* kepada nasabah maupun non-nasabah, baik yang datang secara langsung maupun melalui telepon, serta bertanggung jawab terhadap kelancaran kegiatan operasional cabang yang terkait dengan *Back Office*, *Branch Office*, *Support* Pembiayaan, termasuk diantaranya pendokumentasian, melakukan analisa dan penyajian laporan-laporan pendukung, serta memastikan semua kegiatan operasional telah dilaksanakan tepat waktu, akurat, dan sesuai dengan kebijakan dan prosedur perusahaan.
- 4) *Personalia*, bertanggung jawab atas proses rekrutmen, penempatan, pengembangan, pemeliharaan, penggunaan karyawan, pemberian gaji karyawan, dan kompensasi, serta lainnya pada karyawan.

Seain itu, personalia juga menetapkan kebijakan perusahaan dan menyelesaikan masalah-masalah yang berkaitan dengan kepersonalian.

- 5) Bagian Operasi, melakukan pembukuan atas transaksi tabungan, giro, dan deposito. Bertanggung jawab atas transaksi transfer, kliring, inkaso, dan jasa perbankan lainnya, serta melakukan laporan mingguan atau bulanan tentang likuiditas bank kepada Bank Indonesia.
- 6) Bagian Saran *Logistic*, bertanggung jawab atas pengadaan barang atau perlengkapan kantor dan bertanggung jawab atas transaksi kas kecil.
- 7) Bagian Operasional Pembiayaan, melakukan pembukuan atas transaksi yang ada kaitannya dengan pembiayaan dan mengidentifikasi status nasabah lancar, kurang lancar, serta macet.
- 8) *Unit Support* Pembiayaan, membantu atau memperlancar proses pembiayaan para nasabah dalam hal pengadministrasian yang diajukan oleh RMF, melakukan fungsi hukum, melakukan pemeriksaan, penyidikan, dan sekaligus menilai barang yang akan dijadikan jaminan pembiayaan, mengumpulkan data-data terkait pembiayaan, dan pengolahannya dalam bentuk laporan.
- 9) *Marketing (Financing and Funding)*, bertanggung jawab atas penyaluran pembiayaan, serta menjaga pembiayaan yang teralirkan

agar tetap lancar, serta berusaha mencari sebanyak mungkin deposit-deposit yang berpotensi.

10) *Customer Services*, memberikan informasi kepada nasabah mengenai produk dan layanan bank, memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi nasabah terkait dengan produk dan layanan bank, serta menjaga hubungan bank dengan nasabah.

11) *Teller*, melayani transaksi tunai maupun non-tunai, baik dalam mata uang rupiah maupun valuta asing, serta membuat laporan kas harian.

4. Produk Bank Muamalat Indonesia (BMI)

Produk yang ditawarkan oleh BMI sangatlah banyak dapat diklasifikasikan dua bagian besar. Bagian yang pertama berupa pendanaan dan bagian yang kedua pembiayaan. Produk pendanaan meliputi, sebagai berikut :

1. Giro terbagi dua bagian
 - a. Giro *Attijari* IB
 - b. Giro ULTIMA IB
2. Tabungan, meliputi :
 - a. Tabungan
 - b. Tabungan Dollar
 - c. Tabungan Haji Arafah
 - d. Tabungan Umrah
 - e. TabunganKu
 - f. Tabungan IB Rencana

g. Tabungan IB Prima

3. Deposito meliputi :

a. Deposito Mudharabah

b. Deposito FULINVES

Kemudian produk kedua yaitu produk pembiayaan, terbagi sebagai berikut:

1. Pembiayaan konsumen, meliputi

a. Pembiayaan KPR IB

b. Auto

c. Pembiayaan Umrah

d. Pembiayaan Anggota Koperasi

2. Pembiayaan Modal Kerja, meliputi :

a. Pembiayaan Modal Kerja

b. Pembiayaan LKM Syariah

c. Pembiayaan Rekening Koran Syariah

3. Pembiayaan Investasi, meliputi

a. Pembiayaan Investasi

b. Pembiayaan Hunian Syariah Bisnis

4. Sindikasi²

² Wawancara dengan Muhammad Nizar, Accounting Manager PT Bank Muamalat Indonesia (BMI) Cabang Banjarmasin, Wawancara Pribadi Banjarmasin 16 April 2018.

B. Data Penelitian

1. Karakteristik Responden

Data yang disimpulkan dalam penelitian ini dilakukan dengan pengisian koesioner secara langsung dan tidak langsung melalui perantara Marketing yang ditujukan kepada Bank Muamalat Kantor Cabang Banjarmasin yang sudah mempunyai rekening tabungan iB muamalat haji dan umrah dan yang mau membuka rekening tabungan iB muamalat haji dan umrah sebagai responden. Jumlah koesioner yang diperoleh merupakan sesuatu yang paling penting untuk mengetahui karakteristik responden yang menjadi sampel dari penelitian ini.

a) Jenis Kelamin Responden

Data yang diperoleh melalui penyebaran angket memperlihatkan bahwa responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini seluruhnya terdiri dari laki-laki dan perempuan, yaitu laki-laki sebanyak 44 orang dan perempuan sebanyak 40 orang. Untuk itu dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Sampel	persentase
1	Laki-laki	44 orang	52%
2	Perempuan	40 orang	48%
	Jumlah	84 orang	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2018 (Data Diolah)

b) Usia Responden

Data yang diperoleh melalui penyebaran angket memperlihatkan bahwa responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini seluruhnya terdiri dari usia 15-24 tahun sebanyak 3 orang, usia 25-34 tahun sebanyak 40 orang, dan usia 35-55 tahun ada 41 orang. Untuk itu dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Sampel	persentase
1	15-24	3 orang	3%
2	25-34	40 orang	48%
3	35-55	41 orang	49%
	Jumlah	84 orang	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2018 (Data Diolah)

2. Analisis Deskripsi Variabel

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penghisian kuesioner oleh responden, maka gambaran mengenai pengaruh pelayanan, mutu dan promosi terhadap loyalitas nasabah pengguna produk tabungan iB muamalat haji dan umrah pada Bank Muamalat Kantor Cabang Banjarmasin dapat dilihat dari variabel pelayanan (X1), mutu (X2), promosi (X3), dan loyalitas nasabah (Y) sebagai berikut:

a) Penjelasan responden terhadap variabel pelayanan (X1)

1) Bukti Fisik/Nyata (*Tangibles*)

Tabel 4.3. Hasil jawaban responden terhadap indikator Bukti Fisik/Nyata dengan pertanyaan karyawan Bank Muamalat kantor cabang Banjarmasin memberikan pelayanan dengan ramah, dapat dilihat dari tabel berikut ini:

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentasi
1	Sangat setuju	12	14%
2	Setuju	69	82%
3	Ragu-ragu	3	4%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Total	84	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2018 (Data Diolah)

Dari hasil diatas dapat diketahui responden lebih banyak menyatakan setuju karyawan Bank Muamalat kantor cabang Banjarmasin memberikan pelayanan dengan ramah, disusul dengan sangat setuju dan ragu-ragu. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan Bank Muamalat Kantor Cabang Banjarmasin memberikan pelayanan dengan ramah.

2) Keandalan (*Reability*)

Tabel 4.4. Hasil jawaban responden terhadap indikator keandalan dengan pertanyaan karyawan Bank Muamalat Kantor Cabang Banjarmasin menyelesaikan tugas secara tepat waktu,dapat dilihat dari tabel berikut ini:

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentasi
1	Sangat setuju	11	13%
2	Setuju	66	79%
3	Ragu-ragu	6	7%
4	Tidak Setuju	1	1%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total			100%

Sumber: Hasil Penelitian 2018 (Data Diolah)

Dari hasil diatas dapat diketahui responden lebih banyak menyatakan setuju karyawan Bank Muamalat Kantor Cabang Banjarmasin menyelesaikan tugas secara tepat waktu, disusul dengan sangat setuju dan ragu-ragu. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan Bank Muamalat Kantor Cabang Banjarmasin menyelesaikan tugas secara tepat waktu.

3) Empati (*Empathy*)

Tabel 4.5. Hasil jawaban responden terhadap indikator empati dengan pertanyaan karyawan Bank Muamalat kantor cabang

Banjarmasin memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti ,dapat dilihat dari tabel berikut ini:

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentasi
1	Sangat setuju	12	14%
2	Setuju	66	79%
3	Ragu-ragu	6	7%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total			100%

Sumber: Hasil Penelitian 2018 (Data Diolah)

Dari hasil diatas dapat diketahui responden lebih banyak menyatakan setuju karyawan Bank Muamalat kantor cabang Banjarmasin memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti, disusul dengan sangat setuju dan ragu-ragu. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan Bank Muamalat kantor cabang Banjarmasin memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti nasabah.

4) Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Tabel 4.6. Hasil jawaban responden terhadap indikator daya tanggap dengan pertanyaan tata ruang Bank Muamalat kantor cabang Banjarmasin memudahkan nasabah, dapat dilihat dari tabel berikut ini:

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentasi
1	Sangat setuju	7	8%
2	Setuju	75	89%
3	Ragu-ragu	2	3%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total			100%

Sumber: Hasil Penelitian 2018 (Data Diolah)

Dari hasil diatas dapat diketahui responden lebih banyak menyatakan setuju tata ruang Bank Muamalat kantor cabang Banjarmasin memudahkan nasabah, disusul dengan sangat setuju dan ragu-ragu. Hal ini menunjukkan bahwa tata ruang Bank Muamalat kantor cabang Banjarmasin memudahkan nasabah.

Dari penjelasan diatas, berikut tabel rekapitulasi variabel pelayanan (X1):

Tabel 4.7. Jumlah dan presentase jawaban responden terhadap variabel pelayanan

No	Indikator	Indikator										Total	
		STS		TS		R		S		SS		JLH	(%)
		JLH	(%)	JLH	(%)	JLH	(%)	JLH	(%)	JLH	(%)		
1	Tingkah Laku (<i>Action</i>)	0	-	0	-	3	4	69	82	12	14	84	100
2	Kehandalan (<i>Reability</i>)	0	-	1	1	6	7	66	79	11	13	84	100
3	Daya Tanggap (<i>Response venees</i>)	0	-	0	-	6	7	66	79	12	14	84	100
4	Bukti Fisik/Nyata (<i>Tangibles</i>)	0	-	0	-	2	3	75	89	7	8	84	100

b) Penjelasan responden terhadap variabel mutu (X2)

1) Kesesuaian

Tabel 4.8. Hasil jawaban responden terhadap indikator kesesuaian dengan pertanyaan produk tabungan iB muamalat haji dan umrah sesuai dengan kebutuhan nasabah, dapat dilihat dari tabel berikut ini:

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentasi
1	Sangat setuju	9	11%
2	Setuju	72	86%
3	Ragu-ragu	3	3%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total			100%

Sumber: Hasil Penelitian 2018 (Data Diolah)

Dari hasil diatas dapat diketahui responden lebih banyak menyatakan setuju produk tabungan iB muamalat haji dan umrah sesuai dengan kebutuhan nasabah, disusul dengan sangat setuju dan ragu-ragu. Hal ini menunjukkan bahwa produk tabungan iB muamalat haji dan umrah sesuai dengan kebutuhan nasabah.

2) Daya Tahan

Tabel 4.9. Hasil jawaban responden terhadap indikator daya tahan dengan pertanyaan produk tabungan iB muamalat haji dan umrah masih bertahan sejak awal Bank Muamalat berdiri sampai sekarang, dapat dilihat dari tabel berikut ini:

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentasi
1	Sangat setuju	8	9%
2	Setuju	72	86%
3	Ragu-ragu	4	5%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total			100%

Sumber: Hasil Penelitian 2018 (Data Diolah)

Dari hasil diatas dapat diketahui responden lebih banyak menyatakan setuju produk tabungan iB muamalat haji dan umrah masih bertahan sejak awal Bank Muamalat berdiri sampai sekarang, disusul dengan sangat setuju dan ragu-ragu. Hal ini menunjukkan bahwa produk tabungan iB muamalat haji dan umrah

termasuk produk yang diminati oleh nasabah sehingga produk tersebut masih bertahan sampai sekarang.

3) Keandalan

Tabel 4.10. Hasil jawaban responden terhadap indikator keandalan dengan pertanyaan Produk tabungan iB muamalat haji dan umrah dilengkapi dengan fitur kartu Shar-E debit Gold, tidak dikenakan biaya administrasi, hadiah seru, dapat dilihat dari tabel berikut ini:

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentasi
1	Sangat setuju	9	11%
2	Setuju	71	84%
3	Ragu-ragu	4	5%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total			100%

Sumber: Hasil Penelitian 2018 (Data Diolah)

Dari hasil diatas dapat diketahui responden lebih banyak menyatakan setuju produk tabungan iB muamalat haji dan umrah dilengkapi dengan fitur kartu Shar-E debit Gold, tidak dikenakan biaya administrasi, hadiah seru, disusul dengan sangat setuju dan ragu-ragu. Hal ini menunjukkan bahwa produk tabungan iB muamalat haji dan umrah dilengkapi dengan berbagai fitur yang dapat memudahkan nasabah yang ingin melaksanakan ibadah haji.

Tabel 4.11. Jumlah dan presentase jawaban responden terhadap variabel

mutu

No	Indikator	Indikator										Total	
		STS		TS		R		S		SS		JLH	(%)
		JLH	(%)	JLH	(%)	JLH	(%)	JLH	(%)	JLH	(%)		
1	Kesuaian	0	-	0	-	3	3	72	86	9	11	84	100
2	Daya Tahan	0	-	0	-	4	5	72	86	8	9	84	100
3	Keandalan	0	-	0	-	4	5	71	84	9	11	84	100

c) Penjelasan responden terhadap variabel promosi (X3)

1) Periklanan melalui spanduk

Tabel 4.12. Hasil jawaban responden terhadap indikator Periklanan melalui spanduk dengan pertanyaan promosi yang ditawarkan tabungan iB muamalat haji dan umrah menarik, dapat dilihat dari tabel berikut ini:

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentasi
1	Sangat setuju	4	5%
2	Setuju	78	93%
3	Ragu-ragu	2	2%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total			100%

Sumber: Hasil Penelitian 2018 (Data Diolah)

Dari hasil diatas dapat diketahui responden lebih banyak menyatakan setuju promosi yang ditawarkan tabungan iB muamalat haji dan umrah menarik, disusul dengan sangat setuju dan ragu-ragu. Hal ini menunjukkan bahwa promosi yang ditawarkan oleh produk tabungan iB muamalat haji dan umrah menarik.

2) Promosi penjualan melalui pemberian hadiah

Tabel 4.13. Hasil jawaban responden terhadap indikator Promosi penjualan melalui pemberian hadiah dengan pertanyaan

promosi yang dilakukan melalui media cetak dan elektronik, dapat dilihat dari tabel berikut ini:

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentasi
1	Sangat setuju	6	7%
2	Setuju	74	88%
3	Ragu-ragu	4	5%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total			100%

Sumber: Hasil Penelitian 2018 (Data Diolah)

Dari hasil diatas dapat diketahui responden lebih banyak menyatakan setuju promosi yang dilakukan melalui media cetak dan elektronik, disusul dengan sangat setuju dan ragu-ragu. Hal ini menunjukkan bahwa Bank Muamalat tidak hanya melakukan promosi dari mulut ke mulut namun jua melakukan promosi yang dilakukan melalui media cetak dan elektronik untuk menarik minat nasabah.

3) *Personal selling* dalam memberikan informasi yang detail

Tabel 4.14. Hasil jawaban responden terhadap indikator *Personal selling* dalam memberikan informasi yang detail dengan pertanyaan Bank muamalat Kantor Cabang Banjarmasin menyediakan informasi pada setiap kantor terkait produk tabungan iB muamalat haji dan umrah, dapat dilihat dari tabel berikut ini:

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentasi
1	Sangat setuju	9	11%
2	Setuju	72	86%
3	Ragu-ragu	3	3%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total			100%

Sumber: Hasil Penelitian 2018 (Data Diolah)

Dari hasil diatas dapat diketahui responden lebih banyak menyatakan setuju Bank muamalat Kantor Cabang Banjarmasin menyediakan informasi pada setiap kantor terkait produk tabungan iB muamalat haji dan umrah, disusul dengan sangat setuju dan ragu-ragu. Hal ini menunjukkan bahwa Bank muamalat Kantor Cabang Banjarmasin menyediakan informasi pada setiap kantor terkait produk tabungan tabungan iB muamalat haji dan umrah.

Tabel 4.15. Jumlah dan presentase jawaban responden terhadap variabel Promosi.

No	Indikator	Indikator										Total	
		STS		TS		R		S		SS		JLH	(%)
		JLH	(%)	JLH	(%)	JLH	(%)	JLH	(%)	JLH	(%)		
1	Periklanan melalui spanduk	0	-	0	-	2	2	78	93	4	5	84	100
2	Promosi Penjualan melalui pemberian hadiah	0	-	0	-	4	5	74	88	6	7	84	100
3	<i>Personal Sellig</i> dalam memberikan informasi yang detail	0	-	0	-	3	3	72	86	9	11	84	100

d) Penjelasan responden terhadap variabel loyalitas nasabah (Y)

1) Melakukan pembelian secara teratur

Tabel 4.16. Hasil jawaban responden terhadap indikator melakukan pembelian secara teratur dengan pertanyaan saya/nasabah melakukan pembayaran angsuran produk tabungan iB

Muamalat Haji dan Umrah secara teratur, dapat dilihat dari tabel berikut ini:

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentasi
1	Sangat setuju	9	11%
2	Setuju	72	86%
3	Ragu-ragu	3	3%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total		84	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2018 (Data Diolah)

Dari hasil diatas dapat diketahui responden lebih banyak menyatakan setuju nasabah melakukan pembayaran angsuran produk tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah secara teratur, disusul dengan sangat setuju dan ragu-ragu. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah kenal dengan produk tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah.

2) Membeli diluar lini produk/jasa

Tabel4.17. Hasil jawaban responden terhadap indikator membeli diluar lini produk/jasa dengan pertanyaan saya/nasabah menggunakan produk lainnya yang ditawarkan Bank Muamalat selain produk tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah,dapat dilihat dari tabel berikut ini:

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentasi
1	Sangat setuju	4	5%
2	Setuju	76	90%
3	Ragu-ragu	4	5%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total		84	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2018 (Data Diolah)

Dari hasil diatas dapat diketahui responden lebih banyak menyatakan setuju saya nasabah menggunakan produk lainnya yang ditawarkan Bank

Muamalat tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah, disusul dengan sangat setuju dan ragu-ragu. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah mencari informasi tentang produk tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah.

3) Merekomendasikan produk lain

Tabel 4.18. Hasil jawaban responden terhadap indikator merekomendasikan produk lain dengan pertanyaan saya/nasabah merekomendasikan produk selain tabungan iB Muamalat Haji dan umrah yang ada di Bank Muamalat Kantor Cabang Banjarmasin, dapat dilihat dari tabel berikut ini:

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentasi
1	Sangat setuju	9	11%
2	Setuju	72	86%
3	Ragu-ragu	3	3%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total		84	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2018 (Data Diolah)

Dari hasil diatas dapat diketahui responden lebih banyak menyatakan setuju saya/nasabah merekomendasikan produk selain tabungan iB Muamalat Haji dan umrah yang ada di Bank Muamalat Kantor Cabang Banjarmasin, disusul dengan sangat setuju dan ragu-ragu. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah membuka rekening tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah untuk keperluan haji/umrah.

4) Menunjukkan kekebalan dari daya tarik pesaing

Tabel 4.19. Hasil jawaban responden terhadap menunjukkan kekebalan dari daya tarik pesaing dengan pertanyaan saya/nasabah tidak akan tertarik terhadap produk sejenis yang ditawarkan bank lain karena, dapat dilihat dari tabel berikut ini:

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentasi
1	Sangat setuju	5	6%
2	Setuju	76	90%
3	Ragu-ragu	3	4%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total		84	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2018 (Data Diolah)

Dari hasil diatas dapat diketahui responden lebih banyak menyatakan setuju dengan pertanyaan saya/nasabah tidak akan tertarik terhadap produk sejenis yang ditawarkan bank lain disusul dengan sangat setuju dan ragu-ragu. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah membuka rekening tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah karena prosedurnya mudah.

Tabel 4.20. Jumlah dan presentase jawaban responden terhadap variabel loyalitas nasabah

No	Indikator	Indikator										Total	
		STS		TS		R		S		SS		JLH	(%)
		JLH	(%)	JLH	(%)	JLH	(%)	JLH	(%)	JLH	(%)		
1	Melakukan pembelian secara teratur	-		-		3	3	72	86	9	11	84	100
2	Membeli diluar lini produk/jasa	-		-		4	5	76	90	4	5	84	100
3	Merekomenda sikan produk lain	-		-		3	3	72	86	9	11	84	100
4	Menunjukkan kekebalan dari daya tarik pesaing	-		-		3	4	76	90	5	6	84	100

C. Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reabilitas

Uji validitas dan reabilitas digunakan untuk menguji data yang menggunakan daftar pertanyaan atau koesioner yang diisi oleh respond en tersebut layak atau belum pertanyaan-pertanyaan tersebut digunakan untuk mengambil data.

a. Uji Validitas

Tujuan uji Validitas secara umum adalah untuk mengetahui apakah angket yang digunakan benar-benar valid untuk mengukur variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini uji validitas menggunakan korelasi-korelasi Pearson yaitu salah satu rumus yang dapat digunakan untuk melakukan uji data dengan program SPSS 22.

Tabel 4.21 Hasil uji validitas

Variabel	Pertanyaan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
Pelayanan (X1)	1	0,249	0,18	Valid
	2	0,308	0,18	Valid
	3	0,554	0,18	Valid
	4	0,597	0,18	Valid
Mutu (X2)	5	0,661	0,18	Valid
	6	0,621	0,18	Valid
	7	0,726	0,18	Valid
Promosi (X3)	8	0,570	0,18	Valid
	9	0,658	0,18	Valid
	10	0,588	0,18	Valid
Loyalitas Nasabah (Y)	11	0,399	0,18	Valid
	12	0,396	0,18	Valid
	13	0,577	0,18	Valid
	14	0,557	0,18	Valid

Sumber: Hasil Penelitian 2018 (Data Diolah)

Uji validitas disini dilakukan dengan cara membandingkan r hitung (nilai pearson correlation) dengan r tabel (didapat dari tabel r). Jika nilai positif dan $> r$ tabel, maka item dapat dikatakan valid. Jika r hitung $< r$ tabel, maka item dinyatakan tidak valid.³ r tabel dicari pada signifikansi 0,05 dengan uji satu arah dan $N = 84/df=82$, maka didapat nilai r tabel adalah 0,18. Item pertanyaan semua variabel bisa dikatakan valid karena $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ seperti yang disyaratkan.

b. Uji reabilitas

Uji reabilitas digunakan untuk mengetahui keajengan atau konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner. Maksudnya apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali. Metode yang sering digunakan (seperti skala likert 1-5) adalah Crobach Alpha. Uji reabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas, dimana item yang masuk pengujian adalah item yang valid saja. Untuk menentukan apakah instrumen reabel atau tidak dengan menggunakan batasan 0,6. Menurut Sekaran (1992), reabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 adalah baik.⁴

Tabel 4.22 Hasil uji reabilitas

Variabel	Pertanyaan	Crobach' Alpha	Keterangan
Pelayanan (X1)	1	0,873	Reliabel
	2	0,872	Reliabel
	3	0,855	Reliabel

³Duwi Priyatno, *SPSS 22 : Pengolah Daata Terpraktis* (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2014), hlm. 55.

⁴*Ibid*, hlm. 64.

	4	0,852	Reliabel
Mutu (X2)	5	0,849	Reliabel
	6	0,851	Reliabel
	7	0,845	Reliabel
Promosi (X3)	8	0,855	Reliabel
	9	0,850	Reliabel
	10	0,853	Reliabel
Loyalitas Nasabah (Y)	11	0,863	Reliabel
	12	0,862	Reliabel
	13	0,854	Reliabel
	14	0,855	Reliabel

Sumber: Hasil Penelitian 2018 (Data Diolah)

Dari uji reabilitas diatas dapat diketahui bahwa semua angka nilai Crobach's Alpha untuk masing-masing pertanyaan pada kolom lebih besar dari 0,60 dan bernilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa data yang diuji dapat dikatakan reabel karena melebihi dari nilai 0,60 dan bersifat positif.

D. Uji Asumsi Klasik

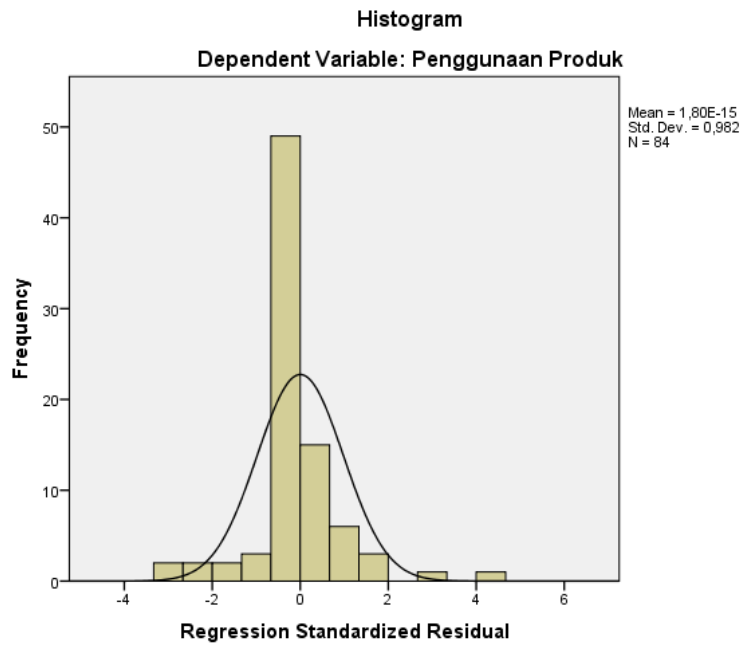
Uji asumsi klasik dibutuhkan untuk mengetahui sah atau tidaknya suatu model regresi yang akan dipakai sebagai penjelas bagi pengaruh antar variabel, adalah sebagai berikut:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Cara mendeteksi dengan menggunakan *histogram regression residual* yakni distribusi data dengan berbentuk lonceng dan juga melihat pada

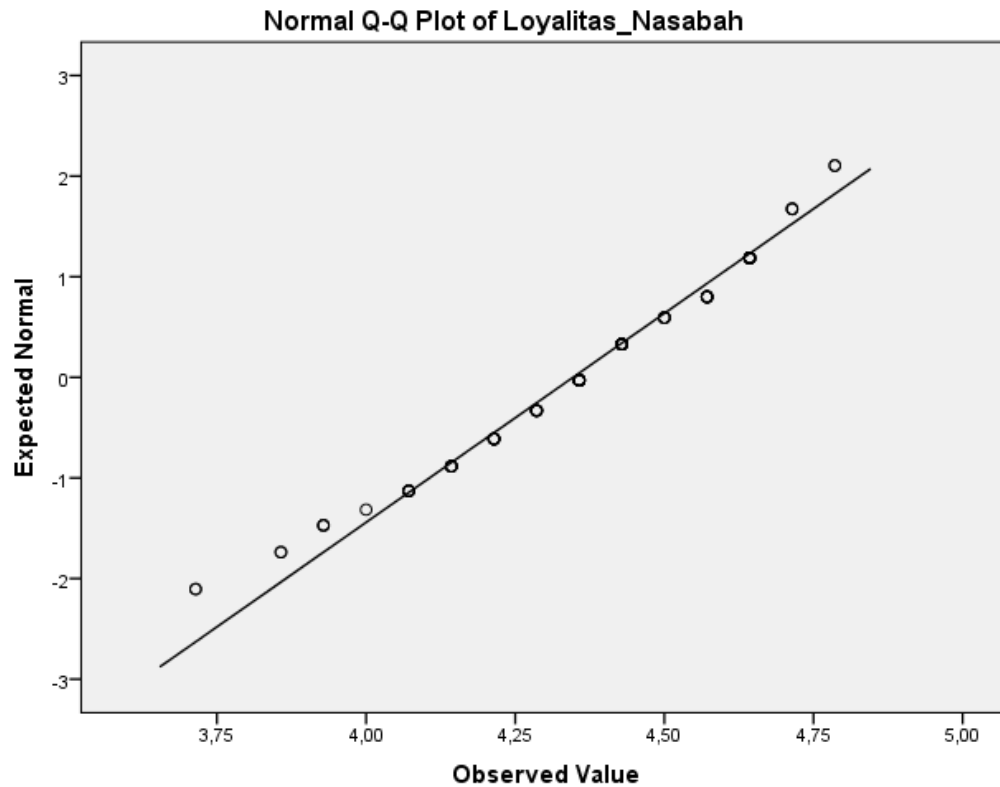
diagram normal *P- Plot regression standardized* dengan bantuan SPSS 22 for windows yang dihasilkan gambar sebagai berikut:

Gambar 4.2 Hasil uji normalitas dalam bentuk histogram



Sumber: Hasil Penelitian 2018 (Data Diolah)

Gambar 4.3. Hasil Uji Normalitas dalam bentuk Plot



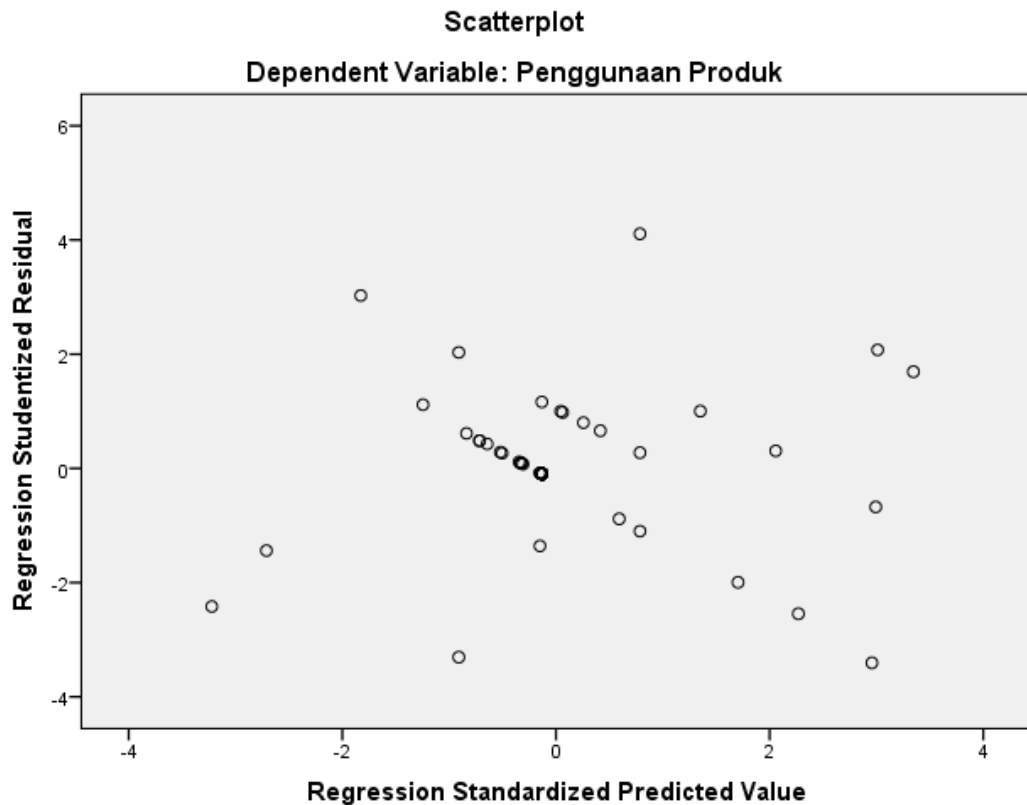
Sumber: Hasil Penelitian 2018 (Data Diolah)

Melihat dari histogram menunjukkan bahwa gambar 4.2 diatas berbentuk lonceng dan juga pada grafik (gambar 4.3) terlihat titik-titik menyebar disekitar garis diagonal serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa model regresi layak dipakai karena memnuhi asumsi normalitas.

2. Uji heteroskedastesitas

Dalam uji ini regresi yang baik adalah yang homoskedastesitas atau tidak terjadi heteroskedastesitas karena data *cross section* memiliki data yang mewakili berbagai ukuran (keci, sedang, dan besar). Berikut hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan *SPSS 22 for windows*:

Gambar 4.4 hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Hasil Penelitian 2018 (Data Diolah)

Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa titik-titik yang acak diatas tidak menunjukkan pola apapun sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi ini.

3. Uji Multikolinearitas

Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearitas antar variabel, salah satu caranya adalah dengan melihat dari nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Jika nilai VIF tidak lebih dari 10, maka model tidak terdapat multikolinearitas. Hal ini menunjukkan tidak terjadinya gejala multikolinearitas artinya tidak adanya hubungan antar

variabel bebas. Setelah melalui perhitungan *SPSS 22for windows*, nilai VIF dapat dilihat dari tabel sebagai berikut:

Tabel 4.23. Hasil Uji Multikorelasi

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Pelayanan	,800	1,250
	Mutu	,493	2,029
	Promosi	,568	1,761

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber : Hasil Penelitian 2018 (Data Diolah)

Dari Tabel diatas, terlihat pada bagian Coefficient untuk variabel pilihan pelayanan, mutu, promosi terhadap penggunaan produk tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah menunjukkan angka VIF < 10 sebesar (1,250), (2,029), dan (1,761) sehingga tidak terjadi gejala multikolinearitas artinya tidak adanya hubungan antar variabel bebas.

E. Analisis regresi linear berganda

Untuk mengetahui pengaruh variabel pelayanan (X1), mutu (X2), promosi (X3) terhadap loyalitas nasabah terhadap pengguna produk tabungan iB muamalat haji dan umrah (Y) digunakan analisis regresi linear berganda dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana:

Y = loyalitas nasabah terhadap pengguna produk tabungan iB muamalat

haji dan umrah

a = Konstanta

X1 = pelayanan

X2 = mutu

X3 = promosi

B1,b2,b3 = koefisien korelasi

e = Error

Berdasarkan data yang diperoleh maka dapat dilakukan perhitungan regresi linear berganda dengan menggunakan *SPSS 22 for windows*. Berikut hasil perhitungan regresi linear berganda pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.24. Hasil Uji Regresi linear berganda

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,701 ^a	,491	,472	,799

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

b. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber : Hasil Penelitian 2018 (Data Diolah)

Pada tabel dapat dilihat bahwa koefisien korelasi R antara keputusan penggunaan produk tabungan iB muamalat haji dan umrah (pelayanan, mutu, promosi) sebesar 0,701 dengan *R Squer* 0,472. Hal ini berarti besarnya pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah sebesar 47,2% dan besarnya variabel lain yang mempengaruhi variabel Y adalah (100% - 47,2% = 52,8%), sedangkan sisanya 52,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model yang digunakan dalam penelitian ini sebagaimana pada tabel dibawah:

Tabel 4.25 Hasil uji regresi linear berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	6,552	1,431		4,579	,000
	Pelayanan	-,150	,069	-,193	-2,165	,033
	Mutu	,286	,124	,262	2,307	,024
	Promosi	,708	,137	,548	5,183	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber : Hasil Penelitian 2018 (Data Diolah)

Berdasarkan hasil perhitungan tabel diatas dapat disusun persamaan regresi linier berganda antara variabel bebas (*independent variabel*) dengan variabel terikat (*dependent variable*) memasukkan koefiens regresi linear berganda ke dalam bentuk persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 6,552 + (-0,150)X_1 + 0,286X_2 + 0,708X_3$$

a. Konstanta

Nilai konstanta sebesar 6,552 menyatakan bahwa jika tidak ada kenaikan dari variabel pelayanan (X1), mutu (X2), promosi (X3), maka nilai loyalitas nasabah (Y) adalah 6,552.

b. Pelayanan (X1)

Koefisien regresi variabel X1 sebesar (-0,150), yang artinya jika variabel pelayanan mengalami kenaikan satu satuan, maka loyalitas nasabah terhadap pengguna produk tabungan iB muamalat haji dan umrah akan mengalami kenaikan sebesar (-0,150) dengan satu satuan dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.

c. Mutu

Koefisien regresi variabel X2 sebesar 0,286 yang artinya jika variabel mutu mengalami kenaikan satu satuan, maka pengaruh pelayanan, mutu dan promosi terhadap loyalitas nasabah terhadap pengguna produk tabungan iB muamalat haji dan umrah akan mengalami kenaikan dengan satu satuan sebesar 0,286 dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.

d. Promosi

Koefisien regresi variabel X3 sebesar 0,708 yang artinya jika variabel promosi mengalami kenaikan satu satuan, maka pengaruh pelayanan, mutu dan promosi terhadap loyalitas nasabah terhadap pengguna produk tabungan iB muamalat haji dan umrah akan mengalami kenaikan dengan satu satuan sebesar 0,708 dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.

4. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk membuktikan apakah data yang diperoleh mendukung atau tidak terhadap hipotesis yang telah diajukan. Dalam penelitian ini ada delapan hipotesis yang diajukan dan diuji dengan analisis regresi linear berganda.

1. Hipotesis Parsial

H_0 :Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan terhadap loyalitas nasabah terhadap pengguna produk tabungan iB muamalat haji dan umrah.

H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan terhadap loyalitas nasabah terhadap pengguna produk tabungan iB muamalat haji dan umrah.

H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara mutu terhadap loyalitas nasabah terhadap pengguna produk tabungan iB muamalat haji dan umrah.

H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan antara mutu terhadap loyalitas nasabah terhadap pengguna produk tabungan iB muamalat haji dan umrah.

H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap loyalitas nasabah terhadap pengguna produk tabungan iB muamalat haji dan umrah.

H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap loyalitas nasabah terhadap pengguna produk tabungan iB muamalat haji dan umrah.

2. Hipotesis Simultan

H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan, mutu dan promosi terhadap loyalitas nasabah terhadap pengguna produk tabungan iB muamalat haji dan umrah.

H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan, mutu dan promosi terhadap loyalitas nasabah terhadap pengguna produk tabungan iB muamalat haji dan umrah.

a. Uji F (Uji Simultan)

Hasil uji f dapat dilihat pada output anova dari analisis regresi linear berganda. Dalam penelitian ini digunakan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$). Dengan tingkat keyakinan 95% pada ($\alpha = 5\%$), dan tingkat keyakinan 95% pada $\alpha = 5\%$ df1 (jumlah variabel-1) atau $4 - 1 = 3$, dan df2 ($n - k - 1$) atau $84 - 3 - 1 = 80$ (n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel bebas), maka dapat dilihat nilai F tabel adalah 2,72.

Untuk menguji hipotesis apakah diterima atau ditolak adalah dengan membandingkan nilai f_{hitung} dengan f_{tabel} . Jika $f_{hitung} < f_{tabel}$, maka H_0 diterima, dan jika $f_{hitung} > f_{tabel}$, maka H_0 ditolak.

Tabel 4.26. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	49,294	3	16,431	25,761	,000 ^b
	Residual	51,027	80	,638		
	Total	100,321	83			

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

b. Predictors: (Constant), Promosi, Pelayanan, Mutu

Sumber : Hasil Penelitian 2018 (Data Diolah)

Berdasarkan tabel 4.23. diatas nilai f_{hitung} sebesar 25,761 dimana nilai ini lebih besar dari f_{tabel} sebesar 2,72 ($25,761 > 2,72$). Sehingga H_0 dalam penelitian ini ditolak dan secara otomatis H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan, mutu dan promosi terhadap pengaruh pelayanan, mutu dan promosi terhadap loyalitas nasabah terhadap pengguna produk tabungan iB muamalat haji dan umrah dengan kata lain secara bersama-sama variabel yang terdiri atas pelayanan (X1), mutu (X2), promosi (X3) berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah terhadap pengguna

produk tabungan iB muamalat haji dan umrah (Y) pada Bank Muamalat Kantor Cabang Banjarmasin.

b. Uji t (Uji Signifikan Parsial)

Uji t digunakan untuk variabel bebas (X) yang terdiri dari pelayanan (X1), mutu (X2), promosi (X3) terhadap variabel terikat loyalitas nasabah terhadap pengguna produk tabungan iB muamalat haji dan umrah (Y). Uji ini menetapkan *level of significant (a)* sebesar 5%. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. pelayanan

H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan terhadap loyalitas nasabah terhadap pengguna produk tabungan iB muamalat haji dan umrah.

H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan terhadap loyalitas nasabah terhadap pengguna produk tabungan iB muamalat haji dan umrah.

2. Mutu

H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara mutu terhadap loyalitas nasabah terhadap pengguna produk tabungan iB muamalat haji dan umrah.

H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan antara mutu terhadap loyalitas nasabah terhadap pengguna produk tabungan iB muamalat haji dan umrah.

3. Promosi

H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap loyalitas nasabah terhadap pengguna produk tabungan iB muamalat haji dan umrah.

H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap loyalitas nasabah terhadap pengguna produk tabungan iB muamalat haji dan umrah.

Tabel 4.27. Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,552	1,431		4,579	,000
	Pelayanan	-,150	,069	-,193	-2,165	,033
	Mutu	,286	,124	,262	2,307	,024
	Promosi	,708	,137	,548	5,183	,000

a. Dependent Variable: loyalitas nasabah

Sumber : Hasil Penelitian 2018 (Data Diolah)

Tabel diatas menunjukkan hasil uji t yang bertujuan menguji pengaruh variabel *independent*, yaitu pelayanan (X1), mutu (X2), promosi (X3) terhadap loyalitas nasabah terhadap pengguna produk tabungan iB muamalat haji dan umrah pada Bank Muamalat Kantor Cabang Banjarmasin. Berdasarkan hasil uji t diatas, maka dapat ditarik kesimpulan:

1. Pelayanan (X1)

Hasil uji t dalam tabel 4.28. menunjukkan nilai koefisien bernilai positif dan variabel pelayanan diperoleh tingkat signifikansi 0,033 lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dikatakan bahwa pelayanan berpengaruh

positif secara signifikan terhadap loyalitas nasabah terhadap pengguna produk tabungan iB muamalat haji dan umrah.

2. Mutu

Tabel 4.28. menunjukkan nilai koefisien bernilai positif dan variabel mutu diperoleh tingkat signifikansi 0,024 lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dikatakan bahwa mutu berpengaruh positif secara signifikan terhadap loyalitas nasabah terhadap pengguna produk tabungan iB muamalat haji dan umrah.

3. Promosi

Tabel 4.28. menunjukkan nilai koefisien bernilai positif dan variabel promosi diperoleh tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dikatakan bahwa pelayanan berpengaruh positif secara signifikan terhadap loyalitas nasabah terhadap pengguna produk tabungan iB muamalat haji dan umrah.

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan dengan uji t maka dapat dikatakan semua variabel X berpengaruh terhadap penggunaan produk tabungan iB muamalat haji dan umrah. Variabel yang paling kuat adalah variabel promosi (X3). Hal ini dapat dilihat dari hasil nilai *significance* terendah sebesar 0,000. Ini berarti variabel yang berkaitan dengan indikator promosi (X3) yang paling mempengaruhi loyalitas nasabah terhadap pengguna produk tabungan iB muamalat haji dan umrah pada Bank Muamalat Kantor Cabang Banjarmasin dalam hal ini telah sukses memasarkan produk tabungan iB muamalat haji dan umrah, dan nasabah memandang bahwa produk tabungan iB muamalat haji dan

umrah dapat memudahkan dan sesuai dengan keinginan nasabah yang ingin melaksanakan ibadah haji dan umrah.