

## BAB IV

### LAPORAN PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

#### A. Penyajian Data

##### 1. Sejarah singkat PT. Bank Muamalat Tbk.

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. Produk Bank Muamalat 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, BMI 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.

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 619 unit ATM Muamalat, 120.000 jaringan ATM Bersama dan ATM Prima, serta 55 unit Mobil kas keliling serta jaringan ATM di Malaysia melalui Malaysia *Electronic Payment* (MEPS).

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), (DPLK Muamalat) dan Baitulmaal Muamalat

## 2. Visi dan Misi

### a. Visi Bank Muamalat Indonesia

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

b. Misi Bank Muamalat Indonesia

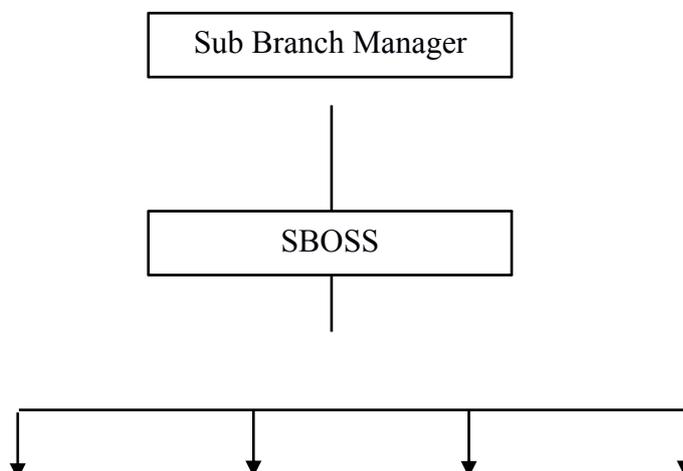
Membangun lembaga keuangan syariah yang unggul dan berkesinambungan dengan penekanan pada semangat kewirausahaan berdasarkan prinsip kehati-hatian, keunggulan sumber daya manusia yang islami dan professional serta orientasi investasi yang inovatif, untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan.

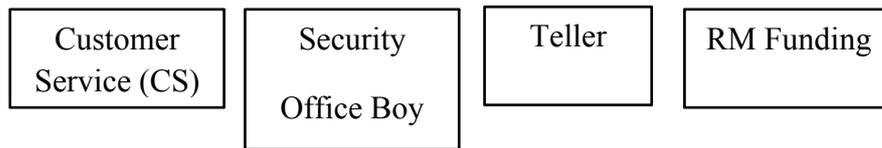
3. Stuktur Organisasi

Untuk memberikan gambaran yang jelas dan tegas mengenai pola hubungan kerja wewenang serta tanggung jawab dalam organisasi, maka disusun dan diatur dalam struktur oraganisasi. Adapun struktur organisasi pada Bank Muamalat KCP Barabai dapat dilihat dari gambar berikut:

**Gambar 4.1**

**Struktur Organisasi PT Bank Muamalat KCP Barabai**





Sumber: PT Bank Muamalat KCP Barabai, 2022

#### 4. Deskripsi Jabatan

##### a. *Sub Branch Manager*

Tujuan dan tanggungjawab dari jabatan adalah sebagai berikut:

##### 1) Tujuan utama

Memimpin dan bertanggung jawab terhadap pencapaian kinerja dan pengelolaan bisnis, serta segala aktivitas kegiatan operasional kantor cabang pembantu (*Sub Branch*), terutama dalam hal kegiatan sales, dan operasional, sehingga dapat mencapai target sesuai dengan kebijakan dan strategi yang telah ditetapkan, dalam rangka memberikan kontribusi dan keuntungan yang maksimal.

##### 2) Tanggung jawab utama

a) Memastikan tercapainya target bisnis kantor cabang pembantu sesuai dengan rencana dan strategi yang telah ditetapkan.

b) Melakukan *cost control* atas semua biaya operasi dan administrasi di kantor cabang pembantu (*Sub Branch*) agar dapat efisiensi dan efektif.

- c) Melakukan pengawasan terhadap kegiatan operasional (penjualan, pelayanan dan operasional) di kantor cabang pembantu (*sub branch*).

b. SBOSS (*Sub Branch Operation Service Supervisor*)

1) Tujuan utama

Mensupervisi, mengkoordinir dan memonitor serta mengarahkan seluruh kegiatan operasional cabang dalam rangka memastikan pelaksanaan operasional Branch telah berjalan dengan baik sesuai peraturan dan prosedur yang telah digariskan oleh perusahaan maupun Bank Indonesia.

2) Tanggung jawab utama

- a) Mensupervisi, mengkoordinir dan memonitor terhadap bidang operasional, *branch/ATM Appearance* Kantor Cabang, Kantor Cabang Pembantu, Kantor Kas dan *Mobile Branch* dalam rangka menjamin pelaksanaan operasional.
- b) Melakukan koordinasi kepada *Region Operations Manager* terkait *issue* operasional, persetujuan *reversal*, *user ID*, cuti, pengajuan mutasi dan rekrutmen.
- c) Mengkoordinir dan memonitoring tindak lanjut atas prinsip pengenalan nasabah (*Know Your Customer*) dan Anti

Pencucian Uang (APU-PPT) sebagai *Customer Identification Officer* sesuai dengan ketentuan.

- d) Melakukan pengawasan likuiditas dan pengendalian atas biaya-biaya operasional sesuai dengan ketentuan dan anggaran yang ditetapkan dalam rangka pencapaian target perusahaan.
- e) Melakukan *Approval* transaksi terhadap seluruh kegiatan operasional perbankan di bawah supervisinya.
- f) Melaksanakan fungsi control, tindak lanjut dan eskalasi yang efektif terhadap standarisasi layanan.
- g) Menjadi *alternate Branch Operation Manager* saat cuti dimana tidak ada *Operation Officer*, dan petugas *frontliner* yang berhalangan hadir.
- h) Memastikan akurasi data laporan keuangan cabang di bawah supervisinya melalui pembuatan *proofsheet* bulan.

c. Teller

1) Tujuan utama

Melayani nasabah dalam bertransaksi baik penarikan, setoran, pemindah bukuan, transfer antar bank baik secara tunai dan non tunai serta melakukan *cash management* terhadap ketersediaan

uang tunai pada *vault* dan ATM guna mendukung kelancaran operasional bisnis dan pelayanan prima kepada nasabah.

2) Tanggungjawab utama

- a) Melakukan pembukuan transaksi baik penarikan, setoran, pemindah bukuan, transfer antar bank baik secara tunai dan non tunai, biaya *petty cash*, biaya layanan nasabah dan layanan perbankan lainnya sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- b) Melakukan cash management terhadap ketersediaan uang tunai di kas teller, *vault* dan ATM.
- c) Memastikan kesesuaian antara tiket transaksi dan sistem sudah diproses dengan baik dan benar sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- d) Memastikan semua perlengkapan *Teller* berfungsi dengan baik agar tidak ada kendala dalam pelayanan terhadap nasabah.
- e) Menjaga penampilan fisik dan area kerja (meja teller, baju, ID *Card*) sesuai dengan standar yang berlaku.
- f) Menghitung, memverifikasi dan mengidentifikasi uang, slip dan tanda tangan sesuai dengan ketentuan yang berlaku agar meminimalisir risiko operasional.

g) Menjalankan fungsi petugas *frontliners* lainnya sebagai *alternate* saat *frontliner* lainnya berhalangan hadir di kantor cabang, cabang pembantu, kas atau *Mobile Branch*.

d. Customer Service

1) Tujuan utama

Melakukan penawaran produk kepada nasabah serta memberikan pelayanan yang excellent dan melakukan pengadministrasian, pendokumentasian dan kegiatan yang berkaitan dengan transaksi pelayanan kepada nasabah.

2) Tanggung Jawab Utama

- a) Mengenalkan dan menawarkan produk Bank Muamalat dengan baik dan benar.
- b) Memastikan seluruh hak dan kewajiban nasabah atas produk Bank Muamalat yang dipilih, telah diketahui dan dipahami.
- c) Menerima hingga menyelesaikan atas keluhan/pengaduan nasabah dengan baik dan benar, pengadministrasian dokumentasinya.
- d) Mengelola seluruh aktivitas pembukaan, penutupan rekening, manajemen kartu ATM dan penyimpanan dokumen dalam tempat terkunci dan aman.

- e) Mengelola seluruh aktivitas yang berkaitan dengan penerimaan BPIH oleh nasabah calon haji termasuk pelimpahannya.
  - f) Menjalankan ketentuan tentang *Know Your Customer (KYC)*, pengkinian data nasabah, *complain tracking*.
- e. RM Funding
- 1) Tujuan utama  
  
Menjalankan aktifitas pencapaian target bisnis produk *Funding* di Kantor Cabang dengan mengacu pada prosedur yang berlaku, guna memberikan kontribusi dan keuntungan yang maksimal bagi Bank Muamalat Indonesia.
  - 2) Tanggungjawab Utama
    - a) Menjalankan aktifitas pencapaian target bisnis produk *Funding* di Kantor Cabang dengan mengacu pada prosedur yang berlaku.
    - b) Menjalankan proses penjualan produk *funding* kepada nasabah berupa kunjungan atau melalui telepon, seperti tabungan, deposito, Giro, *bancassurance*, *wealth management*, *e-channel*, *mobile banking* dan porsi haji regular.
    - c) Memproses pengajuan nasabah produk *funding* dengan mengacu pada prosedur yang berlaku.

- d) Membina relasi dan memberikan pelayanan yang baik dengan nasabah produk *funding* di bawah tanggungjawabnya.
  - e) Mencatat setiap aktifitas pencapaian target bisnis *Funding* yang dijalankannya, pada sistem dan prosedur yang berlaku.
- f. Bagian kebersihan dan keamanan kantor
- 1) *Office Boy*, bertugas menjaga kebersihan kantor untuk kenyamanan karyawan dan nasabah, membantu yang lain ketika dibutuhkan.
  - 2) *Security*, bertugas untuk menjaga keamanan kantor, serta selalu siap untuk menghadapi situasi yang terjadi.
  - 3) *Driver*, bertanggung jawab dalam hal transportasi, mengantar dan menjemput karyawan ketika diperlukan dan juga memelihara kendaraan kantor.
5. Deskripsi identitas responden
- a. Identitas responden berdasarkan umur

**Tabel 4.1.**  
**Umur Responden**

No	Umur	Frekuensi	Persentase (%)
1	20-29 Tahun	8	8.1
2	30-39 Tahun	35	35.4
3	40-49 Tahun	42	42.4
4	50-59 Tahun	14	14.1
	Jumlah	99	100.0

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 4.1. dapat diketahui bahwa dari 99 responden yang memiliki umur antara 20-29 tahun sebanyak 8 orang atau 8,1%, umur responden antara 30-39 tahun sebanyak 35 orang atau 35,4%, umur responden antara 40-49 tahun sebanyak 42 orang atau 42,4% dan umur responden antara 50-59 tahun sebanyak 14 orang atau 14,1%.

b. Identitas responden berdasarkan jenis kelamin

**Tabel 4.2.**  
**Jenis Kelamin Responden**

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Pria	54	54.5
2	Wanita	45	45.5
	Jumlah	99	100.0

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 4.2. dapat diketahui bahwa dari 99 responden yang berjenis kelamin pria yaitu sebanyak 54 orang atau 54,5% dan yang berjenis kelamin wanita sebanyak 45 orang atau 45,5%.

c. Identitas responden berdasarkan pendidikan

**Tabel 4.3.**  
**Pendidikan Responden**

No	Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Tamat SLTA	29	29.3
2	Tamat D3	20	20.2
3	Tamat S1	33	33.3
4	Lain-lain	17	17.2
	Jumlah	99	100.0

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 4.3. dapat diketahui bahwa dari 99 responden yang tamat SLTA sebanyak 29 orang atau 29,3%, yang tamat D3 sebanyak 20 orang atau 20,2%, yang tamat S1 sebanyak 33 orang atau 33,3% dan yang lain-lain atau tamat SD, SMP sebanyak 17 orang atau 17,2%.

## B. Laporan Penelitian

### 1. Deskripsi variabel penelitian

Sugiyono (2017:35) mendefinisikan analisis statistik deskriptif adalah analisis yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri atau variabel bebas) tanpa membuat perbandingan variabel itu sendiri dan mencari hubungan dengan variabel lain. Deskripsi variabel penelitian digunakan untuk mengetahui jawaban responden terhadap variabel kualitas pelayanan *customer service* dan loyalitas nasabah.

a. Kualitas Pelayanan *Customer Service* (X)

**Tabel 4.4.**  
**Pegawai *Customer Service* di Bank Muamalat Indonesia KCP Barabai  
 Selalu Berpenampilan Menarik**

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat setuju	28	28.28
2	Setuju	32	32.32
3	Netral	24	24.24
4	Tidak setuju	12	12.12
5	Sangat tidak setuju	3	3.03
	Jumlah	99	100.0

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.4. dapat diketahui bahwa dari 99 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 28 orang atau 28,28%, yang menjawab setuju sebanyak 32 orang atau 32,32%, yang menjawab netral sebanyak 24 orang atau 24,24%, yang menjawab tidak setuju sebanyak 12 orang atau 12,12% dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 3 orang atau 3,03%. Dengan demikian dapat diinterpretasikan bahwa pegawai *Customer Service* di Bank Muamalat Indonesia KCP Barabai selalu berpenampilan menarik.

**Tabel 4.5.**  
**Pegawai *Customer Service* di Bank Muamalat Indonesia KCP  
 Barabai Memiliki Keterampilan Dalam Mengerjakan Tugasnya**

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat setuju	31	31.31
2	Setuju	29	29.29
3	Netral	24	24.24
4	Tidak setuju	8	8.08
5	Sangat tidak setuju	7	7.07
	Jumlah	99	100.0

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.5. dapat diketahui bahwa dari 99 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 31 orang atau 31,31%, yang menjawab setuju sebanyak 29 orang atau 29,29%, yang menjawab netral sebanyak 24 orang atau 24,24%, yang menjawab tidak setuju sebanyak 8 orang atau 8,08% dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 7 orang atau 7,07%. Dengan demikian dapat diinterpretasikan bahwa pegawai *Customer Service* di Bank Muamalat Indonesia KCP Barabai memiliki keterampilan dalam mengerjakan tugasnya.

**Tabel 4.6.**  
**Pegawai *Customer Service* di Bank Muamalat Indonesia KCP Barabai Cepat dalam Menanggapi Keluhan dari Konsumen**

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat setuju	27	27.27
2	Setuju	37	37.37
3	Netral	20	20.20
4	Tidak setuju	12	12.12
5	Sangat tidak setuju	3	3.03
	Jumlah	99	100.0

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.6. dapat diketahui bahwa dari 99 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 27 orang atau 27,27%, yang menjawab setuju sebanyak 37 orang atau 37,37%, yang menjawab netral sebanyak 20 orang atau 20,20%, yang menjawab tidak setuju sebanyak 12 orang atau 12,12% dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 3 orang atau 3,03%. Dengan demikian dapat diinterpretasikan bahwa pegawai *Customer Service* di Bank

Muamalat Indonesia KCP Barabai cepat dalam menanggapi keluhan dari konsumen.

**Tabel 4.7.**  
**Pegawai *Customer Service* di Bank Muamalat Indonesia KCP Barabai dapat Memastikan Bahwa Setiap Kebutuhan Nasabah Terpenuhi**

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat setuju	24	24.24
2	Setuju	33	33.33
3	Netral	25	25.25
4	Tidak setuju	13	13.13
5	Sangat tidak setuju	4	4.04
	Jumlah	99	100.0

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.7. dapat diketahui bahwa dari 99 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 24 orang atau 24,24%, yang menjawab setuju sebanyak 33 orang atau 33,33%, yang menjawab netral sebanyak 25 orang atau 25,25%, yang menjawab tidak setuju sebanyak 13 orang atau 13,13% dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 4 orang atau 4,04%. Dengan demikian dapat diinterpretasikan bahwa pegawai *Customer Service* di Bank Muamalat Indonesia KCP Barabai dapat memastikan bahwa setiap kebutuhan nasabah dapat terpenuhi.

**Tabel 4.8.**  
**Pegawai *Customer Service* di Bank Muamalat Indonesia KCP Barabai Selalu Ramah dalam Melayani Nasabah**

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat setuju	30	30.30
2	Setuju	28	28.28
3	Netral	27	27.27
4	Tidak setuju	7	7.07
5	Sangat tidak setuju	7	7.07
	Jumlah	99	100.0

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.8. dapat diketahui bahwa dari 99 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 30 orang atau 30,30%, yang menjawab setuju sebanyak 28 orang atau 28,28%, yang menjawab netral sebanyak 27 orang atau 27,27%, yang menjawab tidak setuju sebanyak 7 orang atau 7,07% dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 7 orang atau 7,07%. Dengan demikian dapat diinterpretasikan bahwa pegawai *Customer Service* di Bank Muamalat Indonesia KCP Barabai selalu ramah dalam melayani nasabah.

b. Loyalitas Nasabah (Y)

**Tabel 4.9.**  
**Transaksi Secara Berulang**

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat setuju	36	36.36
2	Setuju	27	27.27
3	Netral	23	23.23
4	Tidak setuju	7	7.07
5	Sangat tidak setuju	6	6.06
	Jumlah	99	100.0

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.9. dapat diketahui bahwa dari 99 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 36 orang atau 36,36%, yang menjawab setuju sebanyak 27 orang atau 27,27%, yang menjawab netral sebanyak 23 orang atau 23,23%, yang menjawab tidak setuju sebanyak 7 orang atau 7,07% dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 6 orang atau 6,06%. Dengan demikian dapat diinterpretasikan bahwa nasabah melakukan transaksi setiap bulan di Bank Muamalat Indonesia KCP Barabai.

**Tabel 4.10.**  
**Rekomendasi**

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat setuju	22	22.22
2	Setuju	40	40.40
3	Netral	21	21.21
4	Tidak setuju	13	13.13
5	Sangat tidak setuju	3	3.03
	Jumlah	99	100.0

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.10. dapat diketahui bahwa dari 99 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 22 orang atau 22,22%, yang menjawab setuju sebanyak 40 orang atau 40,40%, yang menjawab netral sebanyak 21 orang atau 21,21%, yang menjawab tidak setuju sebanyak 13 orang atau 13,13% dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 3 orang atau 3,03%. Dengan demikian

dapat diinterpretasikan bahwa nasabah menyarankan kepada orang lain untuk bertransaksi di Bank Muamalat Indonesia KCP Barabai.

**Tabel 4.11.**  
**Menambah Jumlah Tabungan**

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat setuju	33	33.33
2	Setuju	35	35.35
3	Netral	16	16.16
4	Tidak setuju	9	9.09
5	Sangat tidak setuju	6	6.06
	Jumlah	99	100.0

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.11. dapat diketahui bahwa dari 99 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 33 orang atau 33,33%, yang menjawab setuju sebanyak 35 orang atau 35,35%, yang menjawab netral sebanyak 16 orang atau 16,16%, yang menjawab tidak setuju sebanyak 9 orang atau 9,09% dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 6 orang atau 6,06%. Dengan demikian dapat diinterpretasikan bahwa nasabah menabung di Bank Muamalat Indonesia KCP Barabai secara terus menerus.

**Tabel 4.12.**  
**Menceritakan Hal Positif**

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat setuju	32	32.32
2	Setuju	31	31.31
3	Netral	25	25.25
4	Tidak setuju	7	7.07
5	Sangat tidak setuju	4	4.04
	Jumlah	99	100.0

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.12. dapat diketahui bahwa dari 99 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 32 orang atau 32,32%, yang menjawab setuju sebanyak 31 orang atau 31,31%, yang menjawab netral sebanyak 25 orang atau 25,25%, yang menjawab tidak setuju sebanyak 7 orang atau 7,07% dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 4 orang atau 4,04%. Dengan demikian dapat diinterpretasikan bahwa nasabah menginformasikan kepada orang lain bahwa Bank Muamalat Indonesia KCP Barabai memberikan beragam keuntungan dan kemudahan bertransaksi.

**Tabel 4.13.**  
**Kesediaan Menerima Kebijakan Bank**

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat setuju	31	31.31
2	Setuju	37	37.37
3	Netral	15	15.15
4	Tidak setuju	10	10.10
5	Sangat tidak setuju	6	6.06
	Jumlah	99	100.0

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.13. dapat diketahui bahwa dari 99 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 31 orang atau 31,31%, yang menjawab setuju sebanyak 37 orang atau 37,37%, yang menjawab netral sebanyak 15 orang atau 15,15%, yang menjawab tidak setuju sebanyak 10 orang atau 10,10% dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 6 orang atau 6,06%. Dengan demikian dapat diinterpretasikan bahwa nasabah menerima kebijakan yang berlaku di Bank Muamalat Indonesia KCP Barabai.

## 2. Uji Instrumen Data

### a. Uji Validitas

Uji validitas pada penelitian ini menggunakan korelasi *Product Moment*, jika hasil pengamatan  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka kuesioner valid atau sah. Adapun hasil perhitungan dengan bantuan program *SPSS (Statistical Package for Social Science) Versi 23.0* adalah sebagai berikut :

#### 1) Uji validitas variabel kualitas pelayanan *Customer Service (X)*

**Tabel 4.14**  
**Uji validitas variabel kualitas pelayanan *customer service* (X)**

Butir	r hitung	r tabel	Keterangan
X1	0.792	0.201	Valid
X2	0.779	0.201	Valid
X3	0.673	0.201	Valid
X4	0.737	0.201	Valid
X5	0.748	0.201	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Dari tabel 4.14. dapat diketahui semua r hitung dari pernyataan X1 sampai dengan X5 (*Corected Item Total Correlation*) > angka r tabel ( $df = n - k - 1 = 99 - 2 - 1 = 96$ ) = 0,201 sehingga semua data valid.

2) Uji validitas variabel loyalitas nasabah (Y)

**Tabel 4.15.**  
**Uji Validitas Variabel Loyalitas Nasabah (Y)**

Butir	r hitung	r tabel	Keterangan
Y1	0.843	0,201	Valid
Y2	0.828	0,201	Valid
Y3	0.839	0,201	Valid
Y4	0.789	0,201	Valid
Y5	0.884	0,201	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Dari tabel 4.15. dapat diketahui semua r hitung dari pernyataan Y1 sampai dengan Y5 (*Corected Item Total Correlation*) > angka r tabel ( $df = n - k - 1 = 99 - 2 - 1 = 96$ ) = 0,201 sehingga semua data valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengukuran tersebut tanpa bias dan menjamin pengukuran yang konsisten lintas waktu dan lintas beragam item dalam instrumen (Sekaran, 2016). Suatu variabel dikatakan reliabel apabila memberikan nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,70$  (Ghozali, 2018). Berdasarkan perhitungan dengan program *SPSS Versi 23.0* masing-masing variabel nilai alpha nampak pada tabel di bawah ini, maka kuesioner dalam penelitian ini adalah konsisten atau reliabel.

**Tabel 4.16**  
**Uji Reliabilitas Data**

<b>NO</b>	<b>Variabel</b>	<b>Alpha Cronbach</b>	<b>Keterangan</b>
1	Kualitas <i>Customer Service</i>	0,897 $>$ 0,7	Reliabel
2	Loyalitas Nasabah	0,939 $>$ 0,7	Reliabel

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji multikoloniaritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi, maka terdapat problem multikolinieritas. Regresi yang terbebas dari problem multikolinieritas apabila nilai VIF  $< 10$  dan nilai tolerance  $> 0,10$ , maka data tersebut tidak ada multikolinieritas.

**Tabel 4.17.**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.694	1.006		1.683	.095		
Customer Service	.932	.053	.873	17.623	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

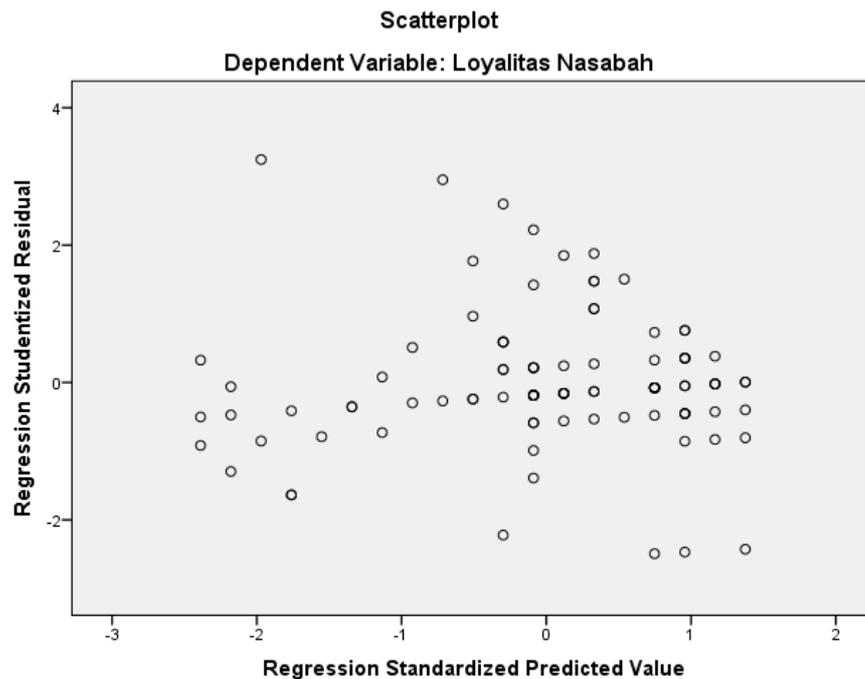
Sumber : Data sekunder yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.17 di atas, diketahui bahwa nilai tolerance untuk variabel kualitas pelayanan *customer services* (X) sebesar 1,000 > 0,10 dan nilai VIF sebesar 1,000 < 10. Berdasarkan hasil nilai tolerance dan VIF tersebut, maka disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini bertujuan untuk mengetahui varian variabel dalam model sama (konstan) atau tidak, jika tidak maka terdapat heteroskedastisitas. Pengujian heteroskedastisitas dengan grafik *Scatterplot* ditetapkan titik-titik yang terbentuk harus menyebar secara acak, yaitu tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y, bila terpenuhi maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil grafik *Scatterplot* dapat dilihat pada gambar 4.2. seperti di bawah ini:

**Gambar 4.2.**  
**Grafik Scatterplot**



Sumber: diolah penulis, 2022

Gambar 4.2. menunjukkan titik-titik yang terbentuk menyebar secara acak dan tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y, hal ini disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai.

c. Uji Autokorelasi

Pengujian autokorelasi dengan *Durbin-Watson* dilakukan dengan membandingkan nilai *Durbin-Watson* yang terbentuk dari hasil perhitungan dibandingkan dengan nilai tabel, bila nilai *Durbin-Watson* terletak antara -2 dengan +2 maka dapat disimpulkan tidak terjadi autokorelasi dan model regresi layak untuk digunakan. Hasil uji

autokorelasi dengan *Durbin-Watson* pada penelitian ini dapat dilihat tabel di bawah :

**Tabel 4.18**  
***Durbin-Watson Statistik***  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.873 <sup>a</sup>	.762	.760	2.503	1.952

a. Predictors: (Constant), Customer Service

b. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber: diolah penulis, 2022

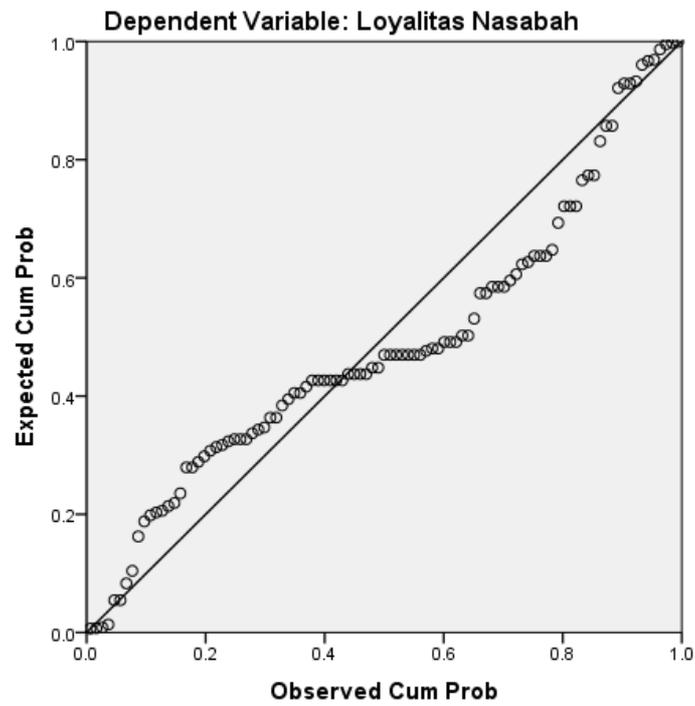
Hasil tabel 4.18. diperoleh nilai *Durbin-Watson* sebesar 1,952. Karena nilai *Durbin-Watson* hitung berkisar antara -2 dengan +2, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi diindikasikan tidak terdapat masalah autokorelasi yang serius, sehingga model regresi layak digunakan.

d. Uji Normalitas

Hasil uji Normalitas dengan *Normal P-P of Regression Standardized Residual* sebagai berikut:

**Gambar 4.3.**

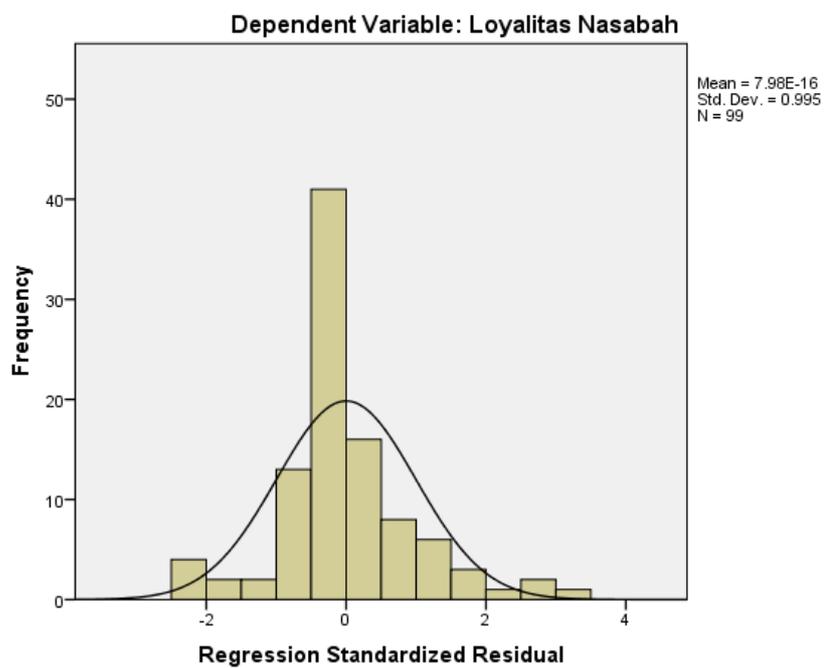
***Normal P-P of Regression Standardized Residual***



Sumber: diolah penulis, 2022

**Gambar 4.4.**

### Grafik Histogram



Sumber: diolah penulis, 2022

Berdasarkan grafik histogram disimpulkan bahwa gambar histogram memberikan pola distribusi yang mendekati normal. Sedangkan pada gambar *normal probability plot* terlihat titik-titik penyebar di sekitar garis diagonal, serta penyebaran mengikuti arah garis diagonal. Berdasarkan grafik tersebut maka modal regresi layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas.

#### 4. Analisis Regresi Linier Sederhana

**Tabel 4.19**  
**Analisis Regresi Linier Sederhana**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.694	1.006		1.683	.095		
Customer Service	.932	.053	.873	17.623	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2022

Berdasarkan hasil perhitungan program *SPSS Versi 23.0* diperoleh hasil sebagai berikut :

$$Y = 1,694 + 0,932 X + e$$

Keterangan :

- Nilai konstanta  $a = 1,694$  positif, hal ini berarti jika kualitas pelayanan *customer service* dianggap konstan atau tetap, maka loyalitas nasabah akan meningkat sebesar 1,694.
- kualitas pelayanan *Customer Service* (X) dari perhitungan regresi linier berganda didapat nilai koefisien 0,932 positif. Hal ini berarti setiap ada

kenaikan kualitas pelayanan *customer service* sebesar 1% maka loyalitas nasabah semakin meningkat sebesar 93,2%.

## 5. Uji Hipotesis t-test

**Tabel 4.20.**  
**Pengujian Hipotesis t-test**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1							
	(Constant)	1.694	1.006		1.683	.095	
	Customer Service	.932	.053	.873	17.623	.000	1.000 1.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2022

Berdasarkan hasil *SPSS Versi 23.0* diperoleh pengujian hipotesis t-test sebagai berikut:

- a. Uji hipotesis kualitas pelayanan *customer service* terhadap loyalitas nasabah ( $H_1$ )

Hipotesis dalam penelitian ini yang diajukan adalah sebagai berikut:

$H_0$  : Tidak ada kualitas pelayanan *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah penabung di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Barabai

$H_1$  : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah penabung di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Barabai

Berdasarkan perhitungan program *SPSS Versi 23.0* diketahui angka signifikansi dari kualitas pelayanan *customer service* (X)

terhadap loyalitas nasabah (Y) sebesar  $0,000 < \alpha = 0,05$  sehingga signifikan. Sedangkan angka  $t \text{ test} = 17,623 > t \text{ tabel} = 1,661$  ( $df = n-k-1 = 99-2-1 = 96$ ,  $\alpha = 0,05$ , uji satu pihak). Dengan demikian maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima berarti kualitas pelayanan *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah penabung di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Barabai terbukti.

Semakin kualitas pelayanan *customer service* di dalam melayani dan membantu nasabah, maka semakin meningkat loyalitas nasabah penabung pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Barabai. Beriringan dengan teori prinsip Islam yaitu saling tolong menolong dalam hal kebaikan, pelayanan berdasarkan perspektif Islam memberikan ajaran Islam mengenai akhlak dan etika yang baik. Hasil penelitian ini mendukung hasil dari penelitian yang telah dilakukan oleh Utami (2021) dan Jayengsari (2021) yaitu *customer service* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

## **6. Koefisien Determinasi**

Untuk mencari besarnya variasi variabel loyalitas nasabah yang dipengaruhi oleh variasi variabel kualitas pelayanan *customer service* (X) dapat diketahui dari besarnya koefisien determinasi. Nilai koefisien determinasi dapat diketahui dari besarnya nilai *Adjusted R Square* dari model regresi sederhana.

**Tabel 4.21.**  
**Koefisien Determinasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.873 <sup>a</sup>	.762	.760	2.503	1.952

a. Predictors: (Constant), Customer Service

b. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan hasil perhitungan program *SPSS Versi 23.0* diperoleh nilai *R Square* ( $R^2$ ) sebesar 0,762 yang berarti bahwa 76,2% variasi variabel loyalitas nasabah penabung dipengaruhi oleh variasi variabel kualitas pelayanan *customer service* (X). Sedangkan sisanya 23,8% variasi variabel loyalitas nasabah dipengaruhi oleh variasi variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

