

BAB IV

LAPORAN PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Sejarah Bank Syariah Indonesia

Pada tahun 2019, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) telah menyusun rencana aksi pengembangan keuangan syariah dengan mendorong bank syariah dan unit usaha syariah milik negara untuk melakukan merger bank. Diantaranya adalah PT Bank Syariah Mandiri, PT Bank BNI Syariah, PT Bank BRI Syariah, Unit Usaha Syariah, PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk.

Pada 2 Juli 2020, Menteri BUMN Erick Thohir berencana melakukan merger terhadap bank syariah milik negara yaitu BRI Syariah, BNI Syariah, BTN Syariah dan Mandiri Syariah, namun pada oktober 2020 pemerintah resmi mengumumkan rencana merger ketiga bank syariah dari tiga bank milik negara tersebut. Bank-bank itu yaitu Mandiri Syariah, BNI Syariah dan BRI Syariah yang ditetapkan dengan nama PT Bank Syariah Indonesia Tbk pada 11 Desember 2021 dan diresmikan OJK pada 27 Januari 2021 dengan surat terbit nomor SR-3/PB.1/2021.

Industri perbankan di Indonesia mencatat sejarah baru dengan hadirnya PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) yang secara resmi lahir pada 1 Februari 2021 atau 19 Jumadil Akhir 1442 H. Presiden Joko

Widodo secara langsung meresmikan bank syariah terbesar di Indonesia tersebut di Istana Negara.

BSI merupakan bank hasil merger antara PT Bank BRI syariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BNI Syariah. Pada 27 Januari 2021, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) resmi menerbitkan surat persetujuan merger melalui surat Nomor SR-3/PB.1/2021. Selain itu, Presiden Joko Widodo meresmikan kehadiran BSI pada 1 Februari 2021.

Komposisi pemegang saham BSI adalah: PT Bank Mandiri (Persero) Tbk 50,83%, PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk 24,85%, PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk 17,25%. Sisanya adalah pemegang saham yang masing-masing di bawah 5%.

Penggabungan ini menggabungkan kekuatan dari ketiga bank syariah tersebut sehingga memberikan layanan yang lebih komprehensif, cakupan yang lebih luas, dan kapasitas permodalan yang lebih baik. BSI termotivasi untuk bersaing secara global, didukung oleh sinergi dengan perusahaan dan keterlibatan pemerintah melalui Kementerian BUMN.

Tujuan BSI adalah mewujudkan bank syariah yang menjadi kebanggaan masyarakat dan mampu menjadi energi baru bagi perkembangan perekonomian negara serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Kehadiran BSI juga mencerminkan wajah perbankan syariah di Indonesia yang modern, universal, dan menawarkan kebaikan bagi seluruh alam (*Rahmatan Lil 'Aalamiin*).

Peluang bagi BSI untuk terus berkembang dan menjadi bagian dari grup perbankan syariah terkemuka di dunia sangat terbuka. Selain pertumbuhan kinerja yang positif, dukungan iklim, tugas pemerintah Indonesia untuk menciptakan ekosistem industri halal dan bank syariah nasional yang besar dan kuat, fakta bahwa Indonesia adalah negara dengan populasi muslim terbesar di dunia juga dapat dilihat sebagai potensi. Dalam hal ini kehadiran BSI sangatlah penting. Tidak hanya dapat berperan penting dalam mendorong kegiatan perekonomian ekosistem industri halal, tetapi juga sebagai upaya mewujudkan aspirasi negara ("*Bank Syariah Indonesia*", t.t.).

2. Logo Bank Syariah Indonesia

Gambar 4.1 Logo Bank Syariah Indonesia



Sumber: Website Bank Syariah Indonesia, 2023

3. Visi dan Misi

a. Visi

Top 10 Global Islamic Bank

b. Misi

1) Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia.

2) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham.

3) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia.

4. Nilai-nilai Bank Syariah Indonesia

a. Melayani lebih dari 20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan aset (500+T) dan nilai buku 50T di tahun 2025.

b. Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat

c. Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memperdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja ("*Bank Syariah Indonesia*", t.t.)

5. Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Batulicin Jhonlin.

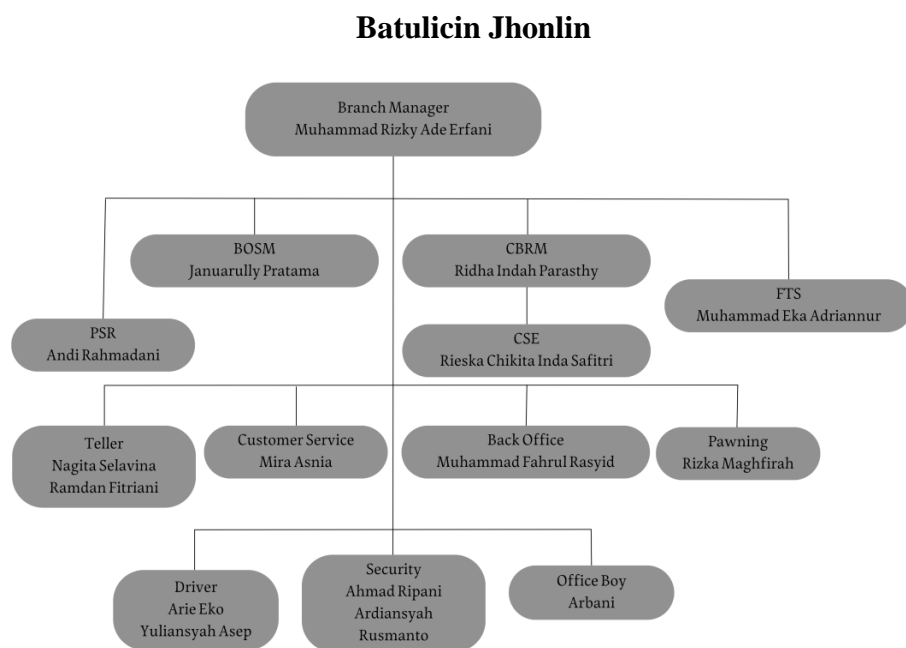
Struktur organisasi adalah susunan komponen organisasi atau satuan kerja yang digunakan suatu organisasi untuk mengatur tugas, wewenang dan hubungan antar anggota organisasi. Hal ini juga dapat membantu organisasi atau bisnis mencapai tujuannya dengan lebih efektif dan efisien, serta memfasilitasi koordinasi dan pengambilan keputusan di antara anggota atau karyawan lainnya.

PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk kantor cabang pembantu Batulicin Jhonlin juga memiliki struktur organisasi untuk mengatur pembagian tugas secara jelas dari masing-masing bagian kerja, sehingga

antara wewenang dan tanggung jawab satu bagian dengan bagian lain tidak terjadi tumpang tindih. Dengan adanya struktur organisasi maka para pekerja kan dapat mengetahui apa yang menjadi tugas dan kewajibannya serta kepada siapa tugas dan tanggung jawab tersebut diserahkan dan dipertanggungjawabkan.

Adapun struktur organisasi Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Batulicin Jhonlin adalah sebagai berikut.

Gambar 4.2 Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia KCP



Sumber: Kantor Bank Syariah Indonesia KCP Batulicin Jhonlin, 2023

6. Produk Bank Syariah Indonesia

a. Penghimpunan Dana (*Funding*)

- 1) Tabungan BSI
- 2) Tabungan Haji Indonesia
- 3) BSI Tabungan Berencana

- 4) BSI Tabungan Pendidikan
- 5) BSI Tabungan Valas
- 6) BSI GIRO
- 7) BSI Tabungan E-Mas
- 8) BSI Deposito
- 9) Reksadana
- 10) Sukuk Ritel (SBSN)
- 11) E-Banking dan fasilitas lainnya.

b. Penyaluran Dana (*Financing*)

- 1) Hasanah Card
- 2) BSI Cicil Emas
- 3) BSI Griya Hasanah
- 4) BSI Griya Swakarya
- 5) BSI Griya Maburr
- 6) BSI Griya Simuda
- 7) BSI OTO
- 8) BSI Mitraguna Berkah
- 9) BSI Gadai Emas Amanah
- 10) Pembiayaan BSI Usaha Mikro
- 11) Pembiayaan BSI KUR
- 12) BSI Pensiun

B. Karakteristik Responden

Karakteristik responden diperlukan untuk mempermudah pengidentifikasian responden, sehingga dikategorikan gambaran yang diantaranya sebagai berikut:

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel presentase, tabel frekuensi dan gambar diagram lingkaran berikut ini:

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-laki	40	40%
Perempuan	56	56%
Total	96	96%

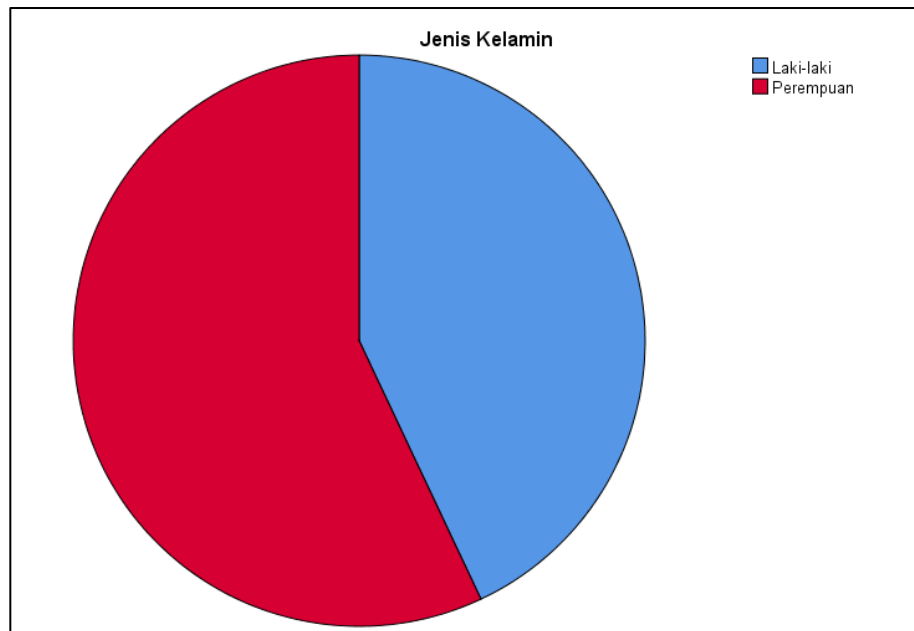
Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2023

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Menggunakan Tabel Frekuensi

		Jenis Kelamin			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	Laki-laki	40	40.0	40.0	40.0
	Perempuan	56	56.0	56.0	96.0
	Total	96	96.0	96.0	

Sumber: Data diolah oleh peneliti menggunakan SPSS 25. 2023

Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



Sumber: Data diolah oleh peneliti menggunakan SPSS 25, 2023

Dari data hasil penelitian diatas, dari 96 orang nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Batulicin Jhonlin yang menjadi responden, diketahui bahwa jenis kelamin yang menjadi responden didominasi oleh perempuan dengan jumlah 56 orang dengan presentase sebesar 56% dan laki-laki dengan jumlah 40 orang dengan presentase sebesar 40% walaupun hanya selisih sedikit dari kedua jenis kelamin ini.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia dikategorikan menjadi sembilan bagian, yang mana satu bagian memiliki reentan usia lima tahun dimulai dari umur 16 tahun dan diakhiri oleh umur 60 tahun. Hasilnya dapat dilihat pada tabel presentase, tabel frekuensi dan gambar diagram lingkaran berikut ini:

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah
1	16 – 20	12
2	21 – 25	35
3	26 – 30	5
4	31 – 35	14
5	36 – 40	10
6	41 – 45	8
7	46 – 50	8
8	51 – 55	2
9	56 – 60	2
	Total	96

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2023

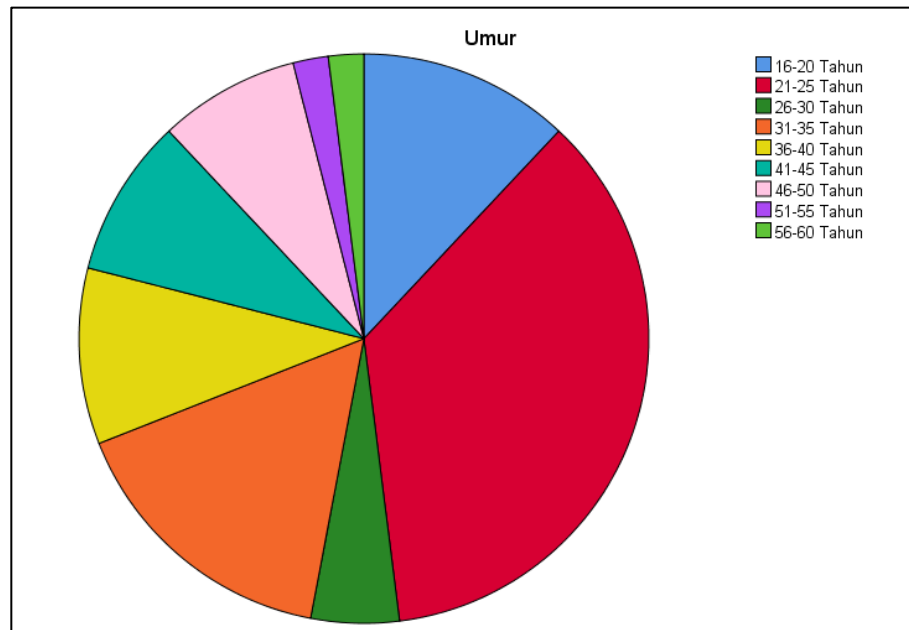
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Menggunakan Tabel Frekuensi

		Umur			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	16-20 Tahun	12	12.0	12.0	12.0
	21-25 Tahun	35	35.0	35.0	47.0
	26-30 Tahun	5	5.0	5.0	52.0
	31-35 Tahun	14	14.0	14.0	66.0
	36-40 Tahun	10	10.0	10.0	76.0
	41-45 Tahun	8	8.0	8.0	84.0
	46-50 Tahun	8	8.0	8.0	92.0
	51-55 Tahun	2	2.0	2.0	94.0
	56-60 Tahun	2	2.0	2.0	96.0

Total	96	96.0	96.0
-------	----	------	------

Sumber: Data diolah oleh peneliti menggunakan SPSS 25, 2023

Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia



Sumber: Data diolah oleh peneliti menggunakan SPSS 25, 2023

Dari data hasil penelitian diatas, dari 100 orang nasabah BSI KCP Batulicin Jhonlin yang menjadi responden, mayoritas nasabah berada diumur antara 21-25 tahun dengan jumlah 35 orang presentasinya 35%, umur 31-35 tahun dengan jumlah 14 orang presentasinya 14%, umur 16-20 tahun dengan jumlah 12 orang presentasinya 12%, umur 36-40 tahun dengan jumlah 10 orang presentasinya 10%, umur 41-45 tahun dengan jumlah 8 orang presentasinya 8%, 46-50 tahun dengan jumlah 8 orang presentasinya 8%, umur 26-30 tahun dengan jumlah 5 orang presentasinya 5%, umur 51-55 tahun dengan jumlah 2 orang presentasinya 2% dan umur 56-60 tahun dengan jumlah 2 orang presentasinya 2%.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada tabel presentase, tabel frekuensi dan gambar diagram lingkaran berikut ini:

Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah
1	PNS	15
2	Guru	12
3	ASN	2
4	Wiraswasta	4
5	Guru Honorer	2
6	Supir	1
7	Pendamping Desa	1
8	Tenaga Administrasi Sekolah	1
9	Pegawai BUMN	1
10	Karyawan Jhonlin	5
11	Pelajar	9
12	Karyawan Swasta	11
13	Mahasiswa	28
14	Ibu Rumah Tangga	4
	Total	96

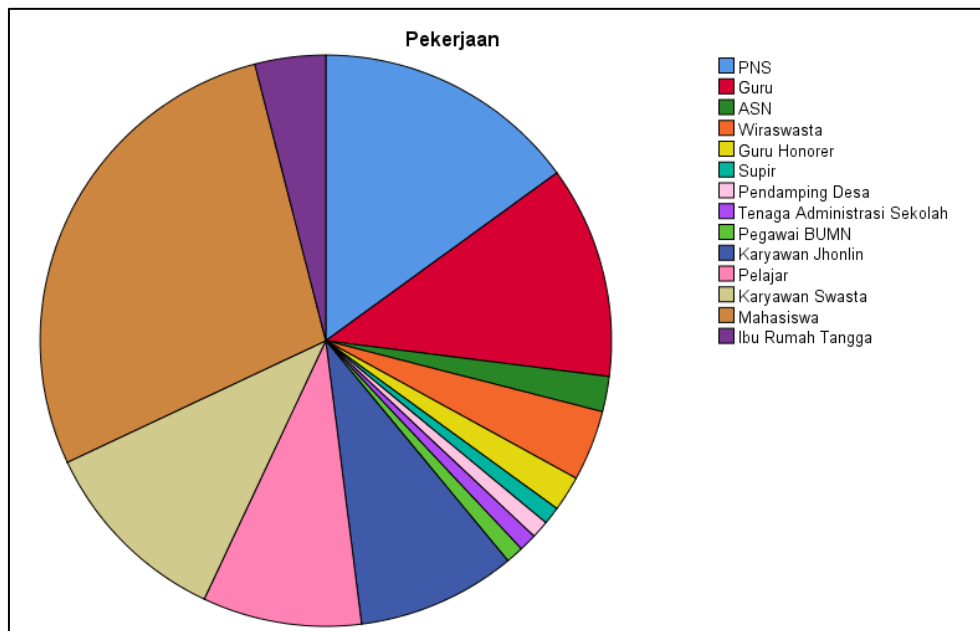
Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2023

Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Menggunakan Tabel Frekuensi

		Pekerjaan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PNS	15	15.0	15.0	15.0
	Guru	12	12.0	12.0	27.0
	ASN	2	2.0	2.0	29.0
	Wiraswasta	4	4.0	4.0	33.0
	Guru Honorer	2	2.0	2.0	35.0
	Supir	1	1.0	1.0	36.0
	Pendamping Desa	1	1.0	1.0	37.0
	Tenaga Administrasi Sekolah	1	1.0	1.0	38.0
	Pegawai BUMN	1	1.0	1.0	39.0
	Karyawan Jhonlin	5	5.0	5.0	44.0
	Pelajar	9	9.0	9.0	53.0
	Karyawan Swasta	11	11.0	11.0	64.0
	Mahasiswa	28	28.0	28.0	92.0
	Ibu Rumah Tangga	4	4.0	4.0	96.0
	Total	96	96.0	96.0	

Sumber: Data diolah oleh peneliti menggunakan SPSS 25, 2023

Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan



Sumber: Data diolah oleh peneliti menggunakan SPSS 25, 2023

Dari data hasil penelitian diatas, dari 100 orang nasabah BSI KCP Batulicin Jhonlin yang menjadi responden, yang menjadi responden mayoritas adalah mahasiswa sebanyak 28 orang dengan presentase 28%, lalu PNS sebanyak 15 orang dengan presentase 15%, Guru 12 orang dengan presentase 12%, Karyawan Swasta 11 orang dengan presentase 11%, Pelajar 9 orang dengan presentase 9%, Karyawan Jhonlin 5 orang dengan presentase 5%, Wiraswasta 4 orang dengan presentase 4%, Ibu Rumah Tangga 4 orang dengan presentase yang sama 4%, ASN 2 orang dengan presentase 2%, Guru Honorer 2 orang dengan presentase 2%, Supir, Pendamping Desa, Tenaga Administrasi Sekolah dan Pegawai BUMN masing-masing 1 orang dengan jumlah presentase 4%.

C. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Pengujian validitas yang digunakan untuk mengukur keabsahan suatu alat pengukur yang berupa pertanyaan-pertanyaan yang ada didalam kuesioner. Suatu survei dikatakan valid apabila pernyataan maupun pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner dapat mengungkap sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut.

Pengukuran tingkat validitas dapat dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor butir pernyataan yang ada dengan total skor variabel. Dengan kriteria pengambilan keputusan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} yang menggunakan level signifikansi 5% dan

membandingkan hasil nilai Sig.(2-tailed) dengan probabilitas 0,05 sebagai berikut:

- a. Item (bulir) pertanyaan dinyatakan valid apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ atau jika nilai r_{hitung} positif dan signifikansi yang bernilai kurang dari 0,05 (Sig. < 0.05).
- b. Item (bulir) pertanyaan dinyatakan tidak valid apabila nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ atau jika nilai r_{hitung} negatif dan signifikansi bernilai lebih dari 0,05 (Sig. > 0.05).

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Personal Grooming (X1)	X1.1	0.617	0.361	Valid
	X1.2	0.708	0.361	Valid
	X1.3	0.700	0.361	Valid
	X1.4	0.715	0.361	Valid
	X1.5	0.616	0.361	Valid
	X1.6	0.668	0.361	Valid
	X1.7	0.562	0.361	Valid
	X1.8	0.685	0.361	Valid
	X1.9	0.651	0.361	Valid
	X1.10	0.675	0.361	Valid
	X1.11	0.744	0.361	Valid
	X1.12	0.745	0.361	Valid
	X1.13	0.773	0.361	Valid

	X1.14	0.528	0.361	Valid
	X1.15	0.649	0.361	Valid
	X1.16	0.762	0.361	Valid
Komunikasi Interpersonal (X2)	X2.1	0.609	0.361	Valid
	X2.2	0.743	0.361	Valid
	X2.3	0.721	0.361	Valid
	X2.4	0.778	0.361	Valid
	X2.5	0.774	0.361	Valid
	X2.6	0.764	0.361	Valid
	X2.7	0.766	0.361	Valid
	X2.8	0.680	0.361	Valid
	X2.9	0.776	0.361	Valid
	X2.10	0.613	0.361	Valid
	X2.11	0.770	0.361	Valid
	X2.12	0.718	0.361	Valid
	X2.13	0.765	0.361	Valid
Kepuasan Nasabah (Y)	Y.1	0.807	0.361	Valid
	Y.2	0.699	0.361	Valid
	Y.3	0.701	0.361	Valid
	Y.4	0.853	0.361	Valid
	Y.5	0.781	0.361	Valid
	Y.6	0.783	0.361	Valid

	Y.7	0.611	0.361	Valid
	Y.8	0.786	0.361	Valid
	Y.9	0.811	0.361	Valid
	Y.10	0.785	0.361	Valid
	Y.11	0.853	0.361	Valid
	Y.12	0.822	0.361	Valid
	Y.13	0.808	0.361	Valid
	Y.14	0.861	0.361	Valid
	Y.15	0.718	0.361	Valid
	Y.16	0.726	0.361	Valid
	Y.17	0.736	0.361	Valid
	Y.18	0.810	0.361	Valid

Sumber: Data diolah oleh peneliti,2023

Berdasarkan data hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pertanyaan dari setiap variabel *Personal Grooming* (X1) dan Komunikasi Interpersonal (X2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) dinyatakan valid setelah dilakukannya uji validitas, karena nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan menggunakan level signifikansi 5%.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji yang digunakan untuk mengukur suatu instrumen, yaitu kuesioner tetap konsisten setelah dilakukan pengukuran secara berulang. Konsisten yang berarti jawaban yang

diberikan responden terhadap pertanyaan konsisten dari waktu ke waktu. Kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban respondennya konsisten.

Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan menggunakan alat bantu SPSS uji statistik. Kriteria pengambilan keputusan uji reliabel adalah, dinyatakan reliabel jika nilai uji statistik *Cronbach Alpha* > 0.60, dan dinyatakan tidak reliabel jika nilai uji statistik *Cronbach Alpha* < 0.60.

Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Standar Reliabilitas	Keterangan
<i>Personal Grooming</i> (X1)	0.918	0.60	Reliabel
Komunikasi Interpersonal (X2)	0.926	0.60	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	0.959	0.60	Reliabel

Sumber: Data diolah oleh Peneliti, 2023

Berdasarkan data hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel *Personal Grooming* (X₁) dan Komunikasi Interpersonal (X₂) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach Alpha* > 0.60.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pebgujian untuk mengetahui apakah suatu model regresi dua variabel bebas atau satu variabel terikat memiliki atau mendekati distribusi normal. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji *one simple Kolmogrov-Smirnov* dengan bantuan SPSS uji statistik. Uji normalitas dapat dikatakan terdistribusi normal jika nilai Monte Carlo Sig 2-tailed > 0.05 dan sebaliknya dikatakan tidak normal apabila nilai Monte Carlo Sig 2-tailed < 0.05 .

Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		3.50891541
Most Extreme Differences	Absolute		.098
	Positive		.098
	Negative		-.083
Test Statistic			.098
Asymp. Sig. (2-tailed)			.024 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)			.303 ^d
99% Confidence Interval	Lower Bound		.291
	Upper Bound		.315

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Sumber: Data diolah oleh peneliti menggunakan SPSS 25, 2023

Berdasarkan tabel *One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test* diketahui nilai Monte Carlo. Sig. (2-tailed) sebesar 0.303. Hal ini

menunjukkan bahwa nilai Monte Carlo. Sig. (2-tailed) > 0,05 maka nilai residual data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antar variabel independen dalam model regresi linear berganda. Untuk melakukan uji multikolinearitas menggunakan *variance inflation factor* (VIF) dengan alat bantu statistik yaitu SPSS.

Mendeteksi adanya multikolinearitas dalam model regresi dilakukan dengan menggunakan *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai *Tolerance* < 0.1 dan VIF > 10 maka dapat ditunjukkan terjadi multikolinearitas.

Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	-3.705	3.782		-.980	.330		
	Personal Grooming	.231	.087	.170	2.655	.009	.533	1.877
	Komunikasi Interpersonal	1.177	.098	.768	12.003	.000	.533	1.877

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data diolah oleh peneliti menggunakan SPSS 25, 2023

Berdasarkan tabel hasil uji multikolineritas, dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* variabel *Personal Grooming* (X1) dan

Komunikasi Interpersonal (X2) adalah 0.533, yang mana ini berarti nilai *tolerance* $0.533 > 0.1$. Dan nilai *variance inflation factor* (VIF) variabel *Personal Grooming* (X1) dan Komunikasi Interpersonal (X2) adalah 1.877, yang mana ini berarti nilai *variance inflation factor* (VIF) $1.877 < 10$. Dari hasil yang dipaparkan maka dapat disimpulkan bahwa tidak ditemukan gejala multikolinearitas pada penelitian ini.

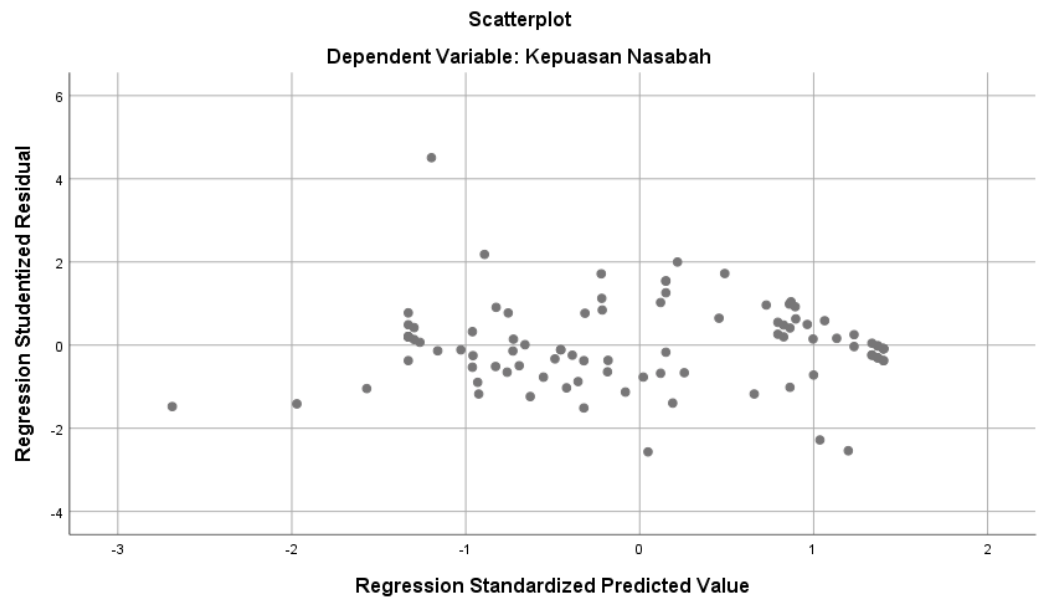
c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah peujian untuk mengetahui ada tidaknya ketimpangan *variance* suatu model regresi antara residu observasi yang satu dengan observasi model regresi yang lain.

Dasar analisis uji heteroskedastisitas dengan melihat pola gambar scatterplots dengan ciri-ciri agar tidak terjadi gejala heteroskedastisitas yaitu:

- 1) Titik data penyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0,
- 2) Titik-titik tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja,
- 3) Penyebaran titik-titik data tidak boleh membantuk pola gelombang yang melebar, kemudian menyempit dan melebar kembali, dan
- 4) Sebaran titik-titik data tidak mempunyai pola.

Gambar 4.6 Pola Gambar Scatterplots



Sumber: Data diolah oleh peneliti menggunakan SPSS 25, 2023

Berdasarkan gambar hasil uji heteroskedastisitas, dapat diketahui bahwa ciri-ciri yang dipaparkan terpenuhi sehingga dapat dikatakan bahwa dalam model regresi pengaruh *personal grooming* (X1) dan komunikasi interpersonal (X2) terhadap kepuasan nasabah (Y) tidak terjadi gejala heterokedastisitas sehingga uji asumsi klasik heterokedastisitas terpenuhi. Namun untuk menegaskan data hasil uji heteroskedastisitas yang menggunakan metode pola gambar scatteplot, dapat dilakukan uji heteroskedastisitas dengan metode glejser dengan dasar sebagai berikut:

- 1) Jika nilai Sig. > 0.05, maka tidak terjadi heteroskedastisitas
- 2) Jika nilai Sig. < 0.05, maka terjadi heteroskedastisitas

Tabel 4.9 Hasil Uji Heterokedastisitas Metode Glejser

Model	Coefficients ^a			
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.

		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.476	2.621		1.708	.091
	Personal Grooming	.055	.060	.128	.917	.362
	Komunikasi Interpersonal	-.114	.068	-.235	-1.680	.096

a. Dependent Variable: RES_2

Sumber: Data diolah oleh peneliti menggunakan SPSS 25, 2023

Berdasarkan hasil tabel uji heterokedastisitas menggunakan metode glejser, dapat diketahui bahwa nilai sig. variabel *personal grooming* (X1) adalah 0.362 dan nilai sig. variabel komunikasi interpersonal (X2) adalah 0.096, yang mana kedua nilai variabel ini lebih dari 0.05 sehingga dapat disimpulkan bawa dikedua variabel ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah analisis regresi yang digunakan untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas (independen) terhadap satu variabel terikat (dependen) dengan tetap menunjukkan hubungan linear.

Apabila variabel bernilai positif maka setiap peningkatan nilai variabel x maka akan meningkatkan kepuasan nasabah (Y) atau nasabah merasa puas, namun kebalikannya apabila variabel bernilai negatif maka setiap kenaikan nilai variabel X maka akan menurunkan kepuasan nasabah (Y) atau nasabah merasa tidak puas.

Dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah *Personal Grooming* (X1) dan Komunikasi Interpersonal (X2), sedangkan variabel terikatnya Kepuasan Nasabah (Y).

Tabel 4.10 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3.705	3.782		-.980	.330
	Personal Grooming	.231	.087	.170	2.655	.009
	Komunikasi Interpersonal	1.177	.098	.768	12.003	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data diolah oleh peneliti menggunakan SPSS 25, 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai konstanta (nilai α) sebesar -3.705 dan untuk nilai *Personal Grooming* (nilai β) pada X_1 sebesar 0.231 dan nilai Komunikasi Interpersonal (nilai β) pada X_2 sebesar 1.177. Sehingga dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 \cdot X_1 + \beta_2 \cdot X_2$$

Keterangan :

Y = Variabel Dependen (Kepuasan Nasabah)

α = Konstanta

$\beta_1 \beta_2$ = Koefisien Garis Regresi

X_1, X_2 = Variabel Independen (*Personal Grooming* dan Komunikasi Interpersonal)

Didapatkan persamaan:

$$Y = -3.705 + 0.231 + 1.177$$

- a. Nilai α menunjukkan besarnya nilai variabel Y jika variabel X adalah nol. Selain itu dapat juga diartikan sebagai nilai konstanta atau kondisi ketika variabel kepuasan nasabah tidak dipengaruhi oleh variabel lain, yaitu variabel *personal grooming* (X_1) dan komunikasi interpersonal (X_2). Jika variabel independen tidak ada, maka variabel maka variabel dependen tidak mengalami perubahan
- b. β_1 (nilai koefisien regresi X_1) sebesar 0.231 yang menunjukkan bahwa variabel *personal grooming* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Artinya setiap kenaikan satu satuan variabel *personal grooming* akan mempengaruhi kepuasan nasabah sebesar 0.231 dengan asumsi variabel lain tidak dipertimbangkan dalam penelitian ini.
- c. β_2 (nilai koefisien regresi X_2) sebesar 1.177 yang menunjukkan bahwa variabel komunikasi interpersonal berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Artinya setiap kenaikan satu satuan variabel komunikasi interpersonal akan mempengaruhi kepuasan nasabah sebesar 1.150 dengan asumsi variabel lain tidak dipertimbangkan dalam penelitian ini.

Dilihat dari persamaan regresi, nilai β_1 lebih kecil dibandingkan nilai β_2 . Nilai β_2 menandakan kemiringan X_2 (Komunikasi Interpersonal) dan nilai β_1 menandakan kemiringan X_1 (*Personal Grooming*). Dalam hal

ini dapat disimpulkan bahwa presentase komunikasi interpersonal pegawai *frontliner* lebih berpengaruh daripada *Personal Grooming*. Dan kedua variabel bebas (independen) ini secara parsial memberikan pengaruh positif terhadap variabel kepuasan nasabah.

e. Uji Hipotesis

1) Uji t

Uji t merupakan pengujian yang dirancang untuk mengetahui berpengaruh atau tidaknya variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) secara parsial. Kriteria pengujian yang digunakan dalam memutuskan hipotesis yaitu signifikansi 5% (0.05) yang mana dasar pengambilan keputusannya sebagai berikut:

- 1) Jika nilai sig. < 0.05, atau $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka variabel X memberikan pengaruh kepada variabel Y. Dan variabel bebas H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 2) Jika nilai sig. > 0.05, atau $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka variabel X tidak memberikan pengaruh kepada variabel Y. Dan variabel bebas H_0 diterima dan H_a ditolak.

Tabel 4.11 Hasil Uji t

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-3.705	3.782		-.980	.330
Personal Grooming	.231	.087	.170	2.655	.009

Komunikasi	1.177	.098	.768	12.003	.000
Interpersonal					

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data diolah oleh peneliti menggunakan SPSS 25, 2023

$$\text{Rumus } t_{\text{tabel}} = t(\alpha/2 ; n-k-1) = t(0,025 ; 92) = 1.986$$

Keterangan:

α = Tingkat Kepercayaan

n = Jumlah Sampel

k = Jumlah Variabel

Berdasarkan hasil dari data tabel diatas, diketahui nilai Sig. untuk pengaruh X_1 adalah sebesar $0.00 < 0.05$ dan nilai $t_{\text{hitung}} 2.655 > 1.986$, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel X_1 berpengaruh terhadap variabel Y dan H_1 dapat diterima. Dan diketahui bahwa nilai Sig. untuk pengaruh X_2 adalah sebesar $0.00 < 0.05$ dan nilai $t_{\text{hitung}} 12.003 > 1.986$, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel X_2 memberikan pengaruh terhadap variabel Y dan H_2 dapat diterima.

2) Uji F

Uji F merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel-variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara simultan (bersama-sama). Dasar pengambilan keputusan pada uji F dalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai sig. < 0.05 , atau $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ maka ada pengaruh yang diberikan variabel X secara simultan terhadap variabel Y

- 2) Jika nilai sig. > 0.05, atau $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka tidak ada pengaruh yang diberikan variabel X secara simultan terhadap variabel Y

Tabel 4.12 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4596.053	2	2298.027	182.713	.000 ^b
	Residual	1169.686	93	12.577		
	Total	5765.740	95			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Komunikasi Interpersonal, Personal Grooming

Sumber: Data diolah oleh peneliti menggunakan SPSS 25, 2023

$$\text{Rumus } F_{tabel} = F(k ; n-k) = F(3 ; 93) = 2.700$$

Keterangan:

k = Jumlah Variabel

n = Jumlah Sampel

Berdasarkan hasil data tabel diatas, diketahui bahwa nilai signifikansi variabel X_1 dan X_2 secara simultan terhadap Y adalah $0.00 < 0.05$ dan $F_{hitung} 182.713 > F_{tabel} 2.700$, oleh karena itu ditarik kesimpulan bahwa H_3 diterima yang berarti adanya pengaruh X_1 dan X_2 secara simultan terhadap Y.

3) Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mencari tahu seberapa besar pengaruh yang diberikan variabel X secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel Y.

Tabel 4.13 Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.893 ^a	.797	.793	3.546	1.959

a. Predictors: (Constant), Komunikasi Interpersonal, Personal Grooming

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : Data diolah oleh peneliti menggunakan SPSS 25, 2023

R Square : 0.797

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi diketahui nilai koefisien R_{Square} sebesar 0.797 atau 79.7%. Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa pengaruh *personal grooming* dan komunikasi interpersonal terhadap kepuasan nasabah sebesar 0.797 (79.7%).

D. Analisis Data dan Hasil Penelitian

1. Analisis Data dan Hasil Penelitian Secara Parsial

a. *Personal Grooming*

Dari hasil uji validitas semua pernyataan dinyatakan valid dengan nilai $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ dengan signifikansi 5%. Uji reliabilitas variabel ini reliabel dengan nilai *cronbach alpha* $0.895 > 0.06$. Pada uji asumsi klasik yang dimulai dengan uji normalitas dinyatakan normal dengan nilai Monte Carlo. Sig. (2-tailed) sebesar $0.303 > 0.05$. Lalu uji multikolinearitas dengan nilai *tolerance* $0.533 > 0.1$ dan nilai *variance inflation factor* (VIF) $1.877 < 10$ yang dapat dikatakan bahwa tidak terjadi multikolinearitas pada variabel ini. Lalu uji heteroskedastisitas yang menggunakan metode glejser

dengan nilai Sig.0.483 > 0.05 sehingga dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Berdasarkan analisis regresi linear berganda variabel *personal grooming* untuk nilai *store atmosphere* (nilai β) 0.231. Pada uji hipotesis diketahui nilai t_{hitung} 2.655 dengan nilai signifikansi 0.009. Dengan ini dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel *Personal Grooming* memberikan pengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dikarenakan nilai t_{hitung} lebih besar daripada t_{tabel} (2.655 > 1.986) dengan nilai signifikansi yang lebih kecil daripada nilai α (0.00 < 0.05).

Oleh karena itu, ditarik kesimpulan bahwa variabel *personal grooming* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dan hipotesis pertama dapat diterima karena dalam penelitian Bhebeb Oscar dan Diah Sumirah yang berjudul “Pengaruh *Grooming* pada *Customer Relations Coordinator* (CRC) Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT Astra International TBK Toyota *Sales Operation* (2019)” memiliki hasil yang sesuai dengan penelitian saat ini.

b. Komunikasi Interpersonal

Dari hasil uji validitas semua pernyataan dinyatakan valid dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan signifikansi 5%. Uji reliabilitas variabel ini reliabel dengan nilai cronbach alpha 0.926 > 0.06. Pada uji asumsi klasik yang dimulai dengan uji normalitas dinyatakan

normal dengan nilai Monte Carlo. Sig. (2-tailed) sebesar $0.303 > 0.05$. Lalu uji multikolinearitas dengan nilai tolerance $0.533 > 0.1$ dan nilai variance inflation factor (VIF) $1.877 < 10$ yang dapat dikatakan tidak terjadi multikolinearitas pada variabel ini. Lalu uji heteroskedastisitas yang menggunakan metode glejser dengan nilai Sig. $0.096 > 0.05$ oleh sebab itu, disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas dalam variabel ini.

Berdasarkan analisis regresi linear berganda variabel komunikasi interpersonal untuk nilai *store atmosphere* (nilai β) 1.177. Pada uji hipotesis diketahui hasil t_{hitung} 12.003 dengan nilai signifikansi 0.00. Dengan ini dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel Komunikasi Interpersonal memberikan pengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dikarenakan t_{hitung} mempunyai nilai yang lebih besar daripada t_{tabel} ($12.003 > 1.986$) dengan nilai signifikansi yang lebih kecil daripada nilai α ($0.00 < 0.05$).

Oleh karena itu, ditarik kesimpulan bahwa variabel Komunikasi Interpersonal memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dan hipotesis pertama dapat diterima karena dalam penelitian Novia Hardiyanti Putri yang berjudul “Pengaruh Komunikasi Interpersonal dan Mutu Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (2016)” memiliki hasil yang sesuai dengan penelitian saat ini.

2. Analisis Data dan Hasil Penelitian Secara Simultan.

Berdasarkan hasil dari pengujian hipotesis secara bersama-sama (simultan) pada *personal grooming* dan komunikasi interpersonal terhadap kepuasan nasabah, dapat diketahui hasil F hitung 182.713 dengan nilai signifikansi 0.00. Dengan ini dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel *Personal Grooming* dan variabel Komunikasi Interpersonal memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dikarenakan F_{hitung} bernilai lebih besar daripada F_{tabel} ($182.713 > 2.700$) dan signifikansi bernilai lebih kecil daripada nilai α ($0.00 < 0.05$).

Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa variabel *personal grooming* dan komunikasi interpersonal bersama-sama memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dan hipotesis kedua dapat diterima karena pada penelitian Tiara Ramadhayani dengan judul “Pengaruh Pelayanan Frontliner Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Aceh Syariah KCP Setu (2021)” memiliki hasil yang relevan dengan penelitian saat ini.