

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Bank BNI Syariah**

##### **1. Sejarah BNI Syariah**

Terjadinya krisis moneter di Indonesia pada tahun 1997 yang membuktikan ketangguhan sistem perbankan syariah. Prinsip-prinsip Syariah yang diterapkan yaitu terdiri dari 3 (tiga) pilar, pertama adil, kedua transparan dan ketiga masalah mampu membantu menjawab kebutuhan masyarakat terhadap sistem perbankan yang lebih adil. Didirikannya Unit Usaha Syariah (UUS) yang berlandaskan pada Undang-undang No.10 Tahun 1998, pada tanggal 29 April 2000. Pendirian Unit Usaha Syariah (UUS) tersebut didirikan dengan 5 kantor cabang yang berada di Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara dan Banjarmasin. Selanjutnya Unit Usaha Syariah (UUS) BNI dengan cepat berkembang menjadi 28 Kantor Cabang dan 31 Kantor Cabang Pembantu.

Sampai saat ini nasabah Bank BNI Syariah sudah dapat menikmati layanan syariah di Kantor Cabang BNI Konvensional (*office channelling*) . Sebanyak kurang lebih sebanyak 1500 outlet sudah tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Bank BNI Syariah dalam pelaksanaan operasional perbankan tidak melupakan tugasnya yaitu

untuk selalu memperhatikan kepatuhan terhadap aspek syariah dalam semua produk dan layanannya. Saat ini KH.Ma'ruf Amin yang menjabat sebagai ketua Dewan Pengawas Syariah (DPS) bahwa produk-produk Bank BNI Syariah sudah melalui proses dan pengujian dari Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang menyatakan bahwa Bank BNI Syariah telah memenuhi aturan syariah.

Mengenai pemberian izin usaha kepada PT Bank BNI Syariah yang berlandaskan Keputusan Gubernur Bank Indonesia Nomor 12/41/KEP.GBI/2010 tertanggal 21 Mei 2010 bahwa didalam *Corporate Plan* Unit Usaha Syariah (UUS) BNI tahun 2003 ditetapkan bahwa status Unit Usaha Syarih (UUS) bersifat temporer dan akan dilakukan *spin off* tahun 2009. Nyatanya bahwa rencana yang sudah dibentuk tersebut terlaksana pada tanggal 19 Juni 2010 dengan beroperasinya BNI Syariah sebagai Bank Umum Syariah (BUS). Realisasi rencana tersebut (*spin off*) terjadi pada bulan Juni 2010 yang tidak terlepas dari berbagai faktor-faktor eksternal yaitu dalam aspek regulasi yang kondusif dengan diterbitkannya UU No.19 tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) dan UU No.21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, serta komitmen dan dukungan Pemerintah dalam pengembangan perbankan syariah semakin kuat dan kesadaran akan keunggulan produk-produk perbankan syariah juga semakin meningkat( [www.bnisyariah.co.id](http://www.bnisyariah.co.id)).

## 2. **Visi dan Misi Bank BNI Syariah**

- a. Bank BNI Syariah memiliki visi yaitu menjadi bank syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam hal layanan dan kinerjanya.
- b. Misi dari Bank BNI Syariah yaitu antara lain:
  - 1) Memberikan penyelesaian masalah bagi masyarakat untuk memenuhi kebutuhan jasa perbankan syariah.
  - 2) Memberikan nilai investasi yang maksimal dan optimal bagi investor.
  - 3) Menciptakan wadah terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi bagi pegawai sebagai perwujudan ibadah.
  - 4) Menjadi tolak ukur dalam tata kelola perusahaan yang amanah.

## 3. **Produk Tabungan Haji (BNI Baitullah iB Hasanah)**

BNI Baitullah iB Hasanah merupakan salah satu tabungan (simpanan) dengan dua pilihan akad, yaitu akad Mudharabah dan akad Wadiah. Tabungan BNI Baitullah iB Hasanah dipergunakan sebagai sarana untuk mendapatkan kepastian porsi keberangkatan ibadah Haji (Reguler/Khusus) dan merencanakan ibadah Umrah sesuai

keinginan penabung dengan sistem setoran bebas atau bulanan dalam mata uang Rupiah dan USD.

Fasilitas yang didapatkan Tabungan BNI Baitullah iB Hasanah:

- a. Kartu Haji dan Umroh Indonesia.
- b. Buku Tabungan.
- c. Autokredit untuk setoran bulanan dari rekening Tabungan iB Hasanah/Bisnis Hasanah/Prima Hasanah.
- a. Dapat didaftarkan menjadi calon jemaah haji melalui SISKOHAT (Sistem Komputerisasi Haji Terpadu).
- d. Terdapat pilihan mata uang yaitu Rupiah dan US Dollar.

Manfaat yang didapatkan Tabungan BNI Baitullah iB Hasanah:

- b. Membantu nasabah dalam merencanakan ibadah haji dan umrah..
- c. Memudahkan nasabah untuk mendapatkan porsi keberangkatan haji karena sistem BNI Syariah telah terhubung langsung dengan SISKOHAT (Sistem Komputerisasi Haji Terpadu) yang berada dalam satu provinsi dengan domisili nasabah.
- d. Tidak terdapat biaya pengelolaan rekening bulanan.
- e. Tidak ada biaya penutupan rekening (khusus tabungan rupiah).
- f. Fasilitas asuransi kecelakaan diri nasabah tabungan Baitullah mudharabah IDR dengan saldo di atas Rp. 5.000.000,-

#### **A. Alur Pendaftaran Haji Reguler**

## 1. Calon Jamaah Haji datang ke Bank

### Transaksi *Customer Service*

- a. Melakukan pembukaan rekening tabungan iB Baitullah Hasanah dan setoran awal pendaftarann haji (Rp. 25 juta + saldo minimum)
- b. Membawa pas foto ukuran 3 x 4 sebanyak 5 lembar, dan 4 x 6 sebanyak 1 lembar untuk Bank dengan background putih (80% wajah, baju dan jilbab selain warna putih).  
Nb: foto tidak menggunakan aksesoris (kacamata/peci).
- c. Membawa 4 lembar materai Rp. 6000.
- d. Mengisi surat pernyataan kebenaran identitas pendaftaran jama'ah haji (dari Bank).
- e. Mengisi surat kuasa wakalah (dari Bank).

### Transaksi *Teller*

- a. Menyetorkan dana Rp 25.000.000,- untuk dipindahkan ke Rekening Kemenag dan Mendapatkan nomor Validasi dan Mencetak BPIH (Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji) di petugas *Customer Service*.
- b. Maksimal 5 hari kerja setelah cetak BPIH melanjutkan proses kekemenag (Kementrian Agama).

## 2. Kemenag Kabupaten/ Kota (Sesuai Domisili KTP)

Menyerahkan berkas BPIH (Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji) dilampiri syarat sebagai berikut:

- a. Fotocopy KTP (3 lembar).
- b. Fotocopy Kartu Keluarga (1 lembar).
- c. Fotocopy Buku Tabungan Haji (1 lembar).
- d. Fotocopy salah satu Akte Kelahiran/ Akte Nikah/ Ijazah (terdapat nama ayah kandung).
- e. Pas foto ukuran 3 x 4 sebanyak 6 lembar dan ukuran 4 x 6 sebanyak 2 lembar.
- f. Fotocopy bukti rekening setoran tabungan haji Rp. 25.000.000,-

## **B. Hasil Penyebaran Kuisisioner**

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini dengan menyebarkan kepada nasabah tabungan haji di Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta dengan menggunakan *purposive sampling*. Total item pernyataan ini adalah 40 pernyataan, yang terdiri dari 10 item pernyataan dari variabel reputasi, 24 pernyataan dari variabel kualitas layanan, dan 6 item pernyataan variabel kepuasan nasabah. Kuisisioner yang disebar sebanyak 80 kuisisioner kepada nasabah yang saat itu mendatangi Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta untuk melakukan transaksi di bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta. Kuisisioner diberikan langsung kepada nasabah yang sebelumnya dipastikan

bahwa nasabah tersebut merupakan nasabah tabungan haji di Bank BNI Syariah. Pengisian kuesioner dilakukan selama 5 hari yaitu dari tanggal 28 Januari 2019 – 1 Februari 2019.

Hasil penyebaran kuesioner disajikan dalam bentuk tabel 4.1 yang menunjukkan jumlah kuesioner yang disebar. Jumlah kuesioner yang disebar sejumlah 80 kuesioner, dari jumlah kuesioner yang disebar tersebut yang kembali sejumlah 80 kuesioner, namun yang sesuai dengan kriteria penelitian sejumlah 36 kuesioner dan 44 kuesioner tidak dapat diolah karena tidak sesuai dengan kriteria dalam penelitian.

**Tabel 4.1 Hasil penyebaran Kuesioner**

<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah</b>
<b>Kuesioner yang disebar</b>	<b>80</b>
<b>Kuesioner yang kembali</b>	<b>80</b>
<b>Kuesioner yang dapat diolah</b>	<b>36</b>
<b>Kuesioner yang tidak dapat diolah</b>	<b>44</b>

Sumber : Data primer diolah 2019

### **C. Karakteristik Responden**

Karakteristik responden yang digunakan dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, pendidikan terakhir, usia, status pekerjaan, dan banyaknya melakukan setoran tabungan haji. Berikut adalah tabel mengenai karakteristik yang digunakan dalam penelitian.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Presentase
Laki – Laki	15	41,7%
Perempuan	21	58,3%
<b>Total</b>	<b>36</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data primer diolah 2019

Data pada tabel 4.2 diatas menunjukkan bahwa jumlah responden pada penelitian ini yaitu laki-laki berjumlah 15 orang dengan presentasi sebesar 41,7% dan sisanya yaitu perempuan berjumlah 21 orang dengan presentase sebesar 58,3%.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

**Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

Pendidikan Terakhir	Jumlah (orang)	Presentase
S1/Diploma	21	58,3%
S2	3	8,3%
SMA	12	33,3%
<b>Total</b>	<b>36</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data primer diolah 2019

Data pada tabel 4.3 diatas menunjukkan bahwa jumlah responden pada penelitian ini yang pendidikan terakhirnya yaitu S1/Diploma berjumlah 21 orang dengan presentase 58,3%. Responden dengan pendidikan terakhir S2 berjumlah 3 orang dengan presentase 8,3%, sedangkan sisanya yaitu dengan pendidikan terakhir SMA (Sekolah Menengah Atas) yang berjumlah 12 orang dengan presentase 33,3%.

### 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

**Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

<b>Usia</b>	<b>Jumlah (orang)</b>	<b>Presentase</b>
<b>&gt;35 Tahun</b>	<b>18</b>	<b>50,0%</b>
<b>21-25 Tahun</b>	<b>6</b>	<b>16,7%</b>
<b>26-30 Tahun</b>	<b>9</b>	<b>25,0%</b>
<b>31-35 Tahun</b>	<b>3</b>	<b>8,3%</b>
<b>Total</b>	<b>36</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data primer diolah 2019

Data pada tabel 4.4 diatas menunjukkan bahwa jumlah responden pada penelitian ini yang berusia lebih dari 35 tahun sejumlah 18 orang dengan presentase 50,0%, responden yang berusia 21-25 tahun sejumlah 6 orang dengan presentase 16,7%, responden yang berusia 26-30 tahun sejumlah 9 orang dengan presentase 25,0%, dan responden yang berusia 31-35 tahun sejumlah 3 orang dengan presentase 8,3%.

### 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan

**Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan**

Status Pekerjaan	Jumlah (orang)	Presentase
Lainnya	12	33,3%
Pegawai	15	41,7%
Wiraswasta	9	25,0%
<b>Total</b>	<b>36</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data primer diolah 2019

Data pada tabel 4.5 diatas menunjukkan bahwa jumlah responden pada penelitian ini yang berstatus pekerjaan sebagai pegawai sejumlah 15 orang dengan presentase 41,7%, responden yang berstatus pekerjaannya sebagai wiraswasta sejumlah 9 orang dengan presentase 25,0%, dan sisanya yang berstatus pekerjaan selain dari pegawai dan wiraswasta sejumlah 12 orang dengan presentase 33,3%.

#### 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Banyaknya Setoran

**Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Durasi Setoran**

Jumlah Setoran	Jumlah (orang)	Presentase
2 Kali	20	55,6%
3-5 Kali	14	38,9%
6-10 Kali	2	5,6%
<b>Total</b>	<b>36</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data primer diolah 2019

Data pada tabel 4.6 diatas menunjukkan bahwa jumlah responden pada penelitian ini yang sudah melakukan durasi setoran pada tabungan haji 2 kali sejumlah 20 orang dengan presentase 55,6%, responden yng sudah melakukan

durasi setoran tabungan haji 3-5 kali sejumlah 14 orang dengan presentasi 38,9%, dan responden yang sudah melakukan durasi setoran tabungan haji 6-10 kali sejumlah 2 orang dengan presentase 5,6%.

#### D. Uji Kualitas Instrumen dan Data

##### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur kualitas instrumen. Hal yang dilakukan sebelum menunjukkan bahwa semua indikator layak untuk dijadikan instrumen penelitian adalah dengan pengujian *sample*. Tingkat signifikansi 5% jika probabilitas  $< 0,05$  maka pernyataan tersebut valid. Sedangkan jika nilai probabilitas  $\geq 0,05$  maka pernyataan tersebut tidak valid. Berikut hasil uji validitas dalam tabel 4.7.

**Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas**

Variabel	Pernyataan	Sig.	Keterangan
Reputasi (X1)	REP1	0,000	Valid
	REP2	0,000	Valid
	REP3	0,000	Valid
	REP4	0,000	Valid
	REP5	0,000	Valid
	REP6	0,000	Valid
	REP7	0,000	Valid
	REP8	0,000	Valid
	REP9	0,000	Valid
	REP10	0,000	Valid

<b>Kualitas Layanan (X2)</b>	KL1	0,000	Valid
	KL2	0,000	Valid
	KL3	0,000	Valid
	KL4	0,000	Valid
	KL5	0,009	Valid
	KL6	0,000	Valid
	KL7	0,000	Valid
	KL8	0,000	Valid
	KL9	0,000	Valid
	KL10	0,000	Valid
	KL11	0,000	Valid
	KL12	0,000	Valid
	KL13	0,000	Valid
	KL14	0,000	Valid
	KL15	0,000	Valid
	KL16	0,000	Valid
	KL17	0,000	Valid
	KL18	0,000	Valid
	KL19	0,001	Valid
	KL20	0,000	Valid
	KL21	0,000	Valid
	KL22	0,000	Valid
	KL23	0,000	Valid
	KL24	0,000	Valid
<b>Kepuasan (Y)</b>	KEP1	0,000	Valid
	KEP2	0,000	Valid
	KEP3	0,000	Valid
	KEP4	0,000	Valid

	KEP5	0,000	Valid
	KEP6	0,000	Valid

Sumber : Data primer diolah 2019

Pada tabel 4.7 diatas menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel reputsi, kualitas layanan, dan kepuasan dalam penelitian ini memiliki nilai signifikansi kurang dari 5% atau dibawah dari 0,05. Semua indikator yang digunakan dalam penelitian ini dinilai layak dan valid untuk digunakan sebagai pengukur data yang kemudian dapat dianalisis.

## 2. Uji Realibilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu instrumen pernyataan kuesioner yang merupakan indikator dari variabel dalam penelitian. Kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban dari responden terhadap kuesioner tersebut tetap stabil atau konsisten dari waktu ke waktu. Sebuah instrumen penelitian dapat dikatakan reliabel jika memiliki nilai *Cronbach Alpha*  $\geq 0,60$ . Semakin mendekati angka 1 nilai *Cronbach Alpha*, maka semakin baik instrumen pengukuran. Untuk itu nilai cronbach alpha dalam penelitian ini yaitu harus  $\geq 0,60$  . Berikut hasil uji reliabilitas dalam tabel 4.8.

**Tabel 4.8 Hasil Uji Realibilitas**

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Reputasi	0,890	Reliabel
Kualitas Layanan	0,957	Reliabel

<b>Kepuasan</b>	0,842	Reliabel
-----------------	-------	----------

Sumber : Data primer diolah 2019

Tabel 4.8 di atas menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai Cronbach Alpha lebih dari 0,60. Hal ini berarti semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini reliabel, sehingga semua item pernyataan dapat dipercaya dan dapat digunakan pada penelitian penelitian selanjutnya.

#### E. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif pada penelitian ini dengan menyajikan nilai *mean* (rata-rata) dan koefisien korelasi antara variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian ini, yaitu reputasi, kualitas layanan dan kepuasan. Berikut ini adalah hasil dari statistik deskriptif dalam tabel 4.9.

**Tabel 4.9 Mean dan Koefisien Korelasi Antar Variabel**

Variabel	Mean	Reputasi	Kualitas Layanan	Kepuasan
<b>Reputasi</b>	38,64			
<b>Kualitas Layanan</b>	93,78	0,755**		
<b>Kepuasan</b>	23,22	0,732**	0,745**	

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Data primer diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.9 diatas dapat dilihat bahwa variabel kepuasan memiliki nilai rata rata sebesar 23,22. Nilai tersebut menunjukkan bahwa rata-rata skor jawaban dari setiap item pernyataan responden pada kuesioner

penelitian tinggi dan diartikan bahwa reputasi bank menurut nasabah tabungan haji Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta baik. Nilai rata-rata pada variabel reputasi sebesar 38,64, nilai tersebut menunjukkan bahwa rata-rata skor jawaban dari setiap item pernyataan responden pada kuesioner penelitian tinggi dan diartikan bahwa reputasi menurut nasabah tabungan haji Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta baik. Nilai rata-rata pada variabel kualitas layanan sebesar 93,78, nilai tersebut menunjukkan bahwa rata-rata skor jawaban dari setiap item pernyataan responden pada kuesioner penelitian sangat tinggi dan diartikan bahwa kualitas layanan menurut nasabah tabungan haji Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta sangat baik.

Selain menunjukkan nilai rata-rata dari setiap variabel, tabel 4.9 juga menunjukkan nilai koefisien korelasi antar variabel dalam penelitian ini. Berdasarkan tabel 4.9 di atas menunjukkan bahwa terdapat korelasi antara reputasi dengan kepuasan ( $r = 0,732$  ;  $p < 0,01$ ). Selanjutnya terdapat korelasi atau hubungan antara kualitas layanan dengan kepuasan ( $r = 0,745$  ;  $p < 0,01$ ). Hal tersebut mengindikasikan bahwa reputasi dan kualitas layanan memiliki hubungan dengan kepuasan nasabah tabungan haji.

## **F. Uji Asumsi Klasik**

### **1. Uji Multikolonieritas**

Uji multikolonieritas berfungsi untuk menguji tentang model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi antar variabel independen atau variabel bebas. Model regresi yang baik apabila

variabel independen tidak saling berkorelasi. Cara yang tepat untuk melihat hasil uji multikolinieritas dalam penelitian ini yaitu dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Value Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai *Tolerance*  $> 0,10$  atau *VIF*  $< 10$  menunjukkan bahwa tidak adanya multikolinieritas. Berikut hasil uji reliabilitas dalam tabel 4.10.

**Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinieritas**

Model	Collinearity		Keterangan
	Statistics		
	Tolerance	VIF	
Reputasi (X1)	0,430	2,323	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Kualitas Layanan (X2)	0,430	2,323	Tidak Terjadi Multikolinieritas

Sumber : Data primer diolah 2019

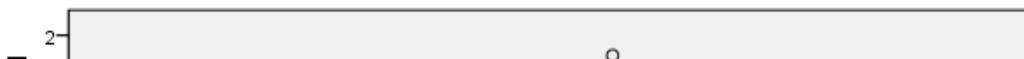
Berdasarkan tabel 4.10 diatas dapat dilihat bahwa tidak ada variabel independen yang memiliki nilai *Tolerance* kurang dari. Hal ini dibuktikan dengan nilai *Tolerance* kurang dari 0,10. Selain itu nilai *VIF* menunjukkan tidak ada variabel independen yang memiliki nilai lebih dari 10. Berdasarkan uji yang telah dilakukan diatas, maka disimpulkan bahwa model yang digunakan terbebas dari masalah Multikolinieritas.

## 2. Uji Heteroskedestisitas

Fungsi dari uji heteroskedastisitas adalah melihat terdapat kesamaan atau tidaknya variabel dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Cara untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas dalam penelitian ini adalah dengan melihat grafik P-Plot yaitu antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yakni ZPRED dengan residualnya SREID. Apabila terdapat pola tertentu secara jelas dan pola-pola menyatu diantara angka 0 pada sumbu Y maka menunjukkan bahwa terjadi heteroskedastisitas dan sebaliknya, apabila tidak terdapat pola tertentu secara jelas dan pola-pola menyebar diatas dan dibawah dari angka 0 pada sumbu Y maka menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dan dapat dilihat apabila nilai signifikan (Sig.)  $> 0,05$  maka tidak terjadi gejala Heteroskedestisitas.. Berikut hasil uji heteroskedastisitas dalam gambar 4.1

### Scatterplot

Dependent Variable: KEPUASAN



Sumber : Data primer diolah 2019

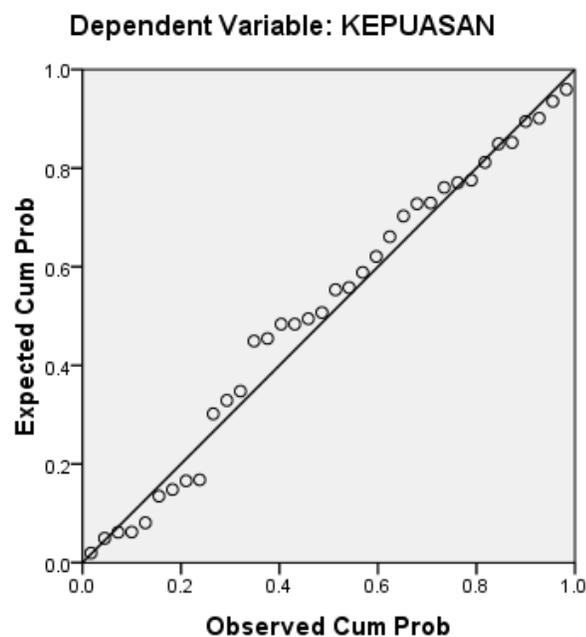
Berdasarkan gambar 4.1 diatas dapat dilihat bahwa hasil dari uji heteroskedastisitas menggunakan scatterplot yang menunjukkan bahwa titik-titik tersebut menyebar di bawah dan di atas sumbu Y dan tidak adanya pola tertentu secara jelas. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel reputasi dan kualitas layanan dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas atau bersifat homoskedastisitas.

### **3. Uji Normalitas**

Fungsi dari uji normalitas adalah untuk menguji variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Apabila distribusinya tidak normal, maka uji statistik akan menjadi tidak valid.

Salah satu cara untuk melihat uji normalitas yaitu dengan menganalisis grafik, yakni grafik *Normal Probability Plot*-nya. Jika data yang dihasilkan menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal tersebut, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas dan dapat dilihat juga apabila nilai signifikansi ( $\text{sig.}$ )  $> 0,05$  maka data tersebut berdistribusi normal. Berikut hasil uji normalitas dalam gambar 4.2.

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



Sumber : Data primer diolah 2019

Berdasarkan gambar 4.2 di atas dapat dilihat bahwa hasil uji normalitas dengan menggunakan cara normal probability plots menunjukkan data berdistribusi normal karena menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal tersebut.

## G. Uji Analisis Data

### 1. Koefisien Determinasi (*Adjusted R<sup>2</sup>*)

Fungsi dari koefisien determinasi adalah untuk mengukur seberapa jauh model dalam menerangkan variasi variabel terikat (dependen). Berikut adalah hasil pengujian koefisien determinasi dalam tabel 4.11.

**Tabel 4.11 Hasil Uji Determinasi**

<b>R</b>	<b><i>R<sup>2</sup></i></b>	<b><i>Adjusted R<sup>2</sup></i></b>
<b>0,195</b>	0,622	0,599

Sumber : Data primer diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.11 diatas dapat dilihat bahwa angka R sebesar 0,195, dengan demikian berarti 19,5% reputasi dan kualitas layanan mempengaruhi kepuasan nasabah tabungan haji, dan sisanya sebesar 80,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## 2. Uji F

Pada dasarnya, uji statistik F ini untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas atau independen di dalam penelitian berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat atau dependen. Berikut adalah hasil pengujian koefisien determinasi dalam tabel 4.12.

**Tabel 4.12 Hasil Uji F**

<b>Model</b>	<b>Sum of Squares</b>	<b>Df</b>	<b>Mean Square</b>	<b>F</b>	<b>Sig.</b>
<b>Regression</b>	154.364	2	77.182	27.137	0,000
<b>Residual</b>	93.858	33	2.844		
<b>Total</b>	248.222	35			

Sumber : Data primer diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.12 diatas dapat dilihat bahwa variabel reputasi dan kualitas layanan memiliki nilai F sebesar 27,137 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Berdasarkan tabel 4.12 dapat dikatakan bahwa reputasi dan kualitas layanan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah tabungan haji.

## 3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis ini digunakan untuk menguji tingkat signifikansi pengaruh variabel bebas atau independen secara parsial dalam

menerangkan variabel terikat atau dependen. Berikut hasil uji hipotesis dalam tabel 4.13.

**Tabel 4.13 Uji Hipotesis**

Variabel	Koefisien Regresi (B)	Sig.
Reputasi	0,233	0,022
Kualitas Layanan	0,099	0,010
Konstanta	5,278	0,040

Sumber : Data primer diolah 2019

Hasil analisis dari tabel 4.13 dapat ditulis dan dianalisis dalam persamaan regresi sebagai berikut:

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

$$\text{Kepuasan} = 5,278 + 0,233X_1 + 0,099X_2$$

Berdasarkan tabel 4.13 diatas dijelaskan sebagai berikut:

- a. Pengujian hipotesis pertama: reputasi berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah tabungan haji. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai signifikansi sebesar 0,022 yang berarti  $< 0,05$ . Keterangan signifikansi tersebut yang menyatakan bahwa reputasi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah tabungan haji, didukung.
- b. Pengujian hipotesis kedua: kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah tabungan haji. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai signifikansi sebesar 0,010 yang berarti  $< 0,05$ . Keterangan

signifikansi tersebut yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah tabungan haji, didukung.

## **H. Pembahasan Hasil Penelitian**

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda di atas menunjukkan bahwa hipotesis didukung dalam penelitian ini.

### **a. Pengaruh Reputasi terhadap kepuasan nasabah tabungan haji.**

Berdasarkan hasil uji hipotesis pada tabel 4.13 di atas menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,022. Hal ini berarti reputasi mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan haji, sehingga hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh antara reputasi dan kepuasan nasabah tabungan haji didukung. Kesan, gambaran publik yang diciptakan Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta dimata nasabah tabungan haji memberikan rasa kepuasan dan kebanggaan karena sesuai dengan persepsi yang diharapkan. Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta berhasil membangun nama baik dimata nasabah tabungan haji, reputasi yang dimiliki Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta saat ini adalah sebuah keberhasilan kompetitif yang dapat bersaing dengan bank-bank lainnya, Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta dikenal luas oleh masyarakat Yogyakarta, dan kemudahan masyarakat khususnya nasabah tabungan haji dalam mengingat nama Bank BNI Syariah yang dapat diartikan bahwa

reputasi Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta sudah baik dan merupakan sebuah prestasi yang dapat berlaku dalam jangka panjang.

Hasil penelitian ini didukung dengan teori utama yaitu *social exchange theory* atau disebut dengan teori pertukaran sosial, yang dimana terdapat sebuah hubungan sosial dan timbal balik yang saling mempengaruhi. Dalam hipotesis ini bahwa reputasi berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan haji yaitu rasa puas yang dihasilkan oleh nasabah tabungan haji dapat menimbulkan rasa loyal terhadap Bank BNI Syariah seperti menggunakan produk yang telah digunakan atau produk lainnya, maupun mengatakan hal baik mengenai Bank BNI Syariah kepada orang lain sehingga reputasi Bank BNI Syariah terus terjaga dan dikenal luas oleh masyarakat. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ovid, *et al* (2015), Prayitno (2015), dan Sulistyowati (2016) yang menunjukkan bahwa reputasi berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan.

b. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Haji

Berdasarkan hasil uji hipotesis pada tabel 4.13 diatas menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,010. Hal ini berarti kualitas layanan mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan haji, sehingga hipotesis yang menyatakan adanya

pengaruh antara kualitas layanan dan kepuasan nasabah tabungan haji didukung. Pelayanan cepat yang diberikan Bank BNI Syariah, serta SDM (Sumber Daya Manusia) yang berkualitas membuat nasabah merasa aman dalam bertransaksi, penampilan karyawan yang sopan dan keramah tamahan membuat nasabah tabungan haji yakin akan jasa layanan Bank BNI Syariah, fasilitas yang disediakan mempunyai dan mendukung dalam bertransaksi serta kepatuhan Bank BNI Syariah dalam setiap kegiatan transaksi sesuai dengan prinsip-prinsip kesyariahan. Harapan dan persepsi nasabah tabungan haji yang sesuai dengan kinerja pelayanan Bank BNI Syariah memberikan kepuasan bagi nasabah tabungan haji Bank BNI Syariah.

Hasil penelitian ini didukung dengan teori utama yaitu *social exchange theory* atau disebut dengan teori pertukaran sosial, yang dimana terdapat sebuah hubungan sosial dan timbal balik yang saling mempengaruhi. Dalam hipotesis ini bahwa kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan haji yaitu rasa puas yang dihasilkan oleh nasabah atas kinerja Bank BNI Syariah yang sesuai dengan harapan dan persepsi nasabah tabungan haji sehingga menimbulkan rasa loyal terhadap Bank BNI Syariah seperti menggunakan produk yang telah digunakan atau produk lainnya, maupun mengatakan hal baik mengenai Bank BNI Syariah kepada orang lain. Penelitian ini sejalan dengan penelitian

yang dilakukan oleh Putri dan Razak (2017), Safitri (2016), Nurisana (2015) dan Prayitno (2015) yang menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan.