

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Singkat Perusahaan

PT. Bank Muamalat Kantor Cabang Utama Kota Palembang yang berlokasi di Jl. Kapten A. Rivai, Komplek Ruko Taman Mandiri, 24 Ilir, Kec. Bukit Kecil, Kota Palembang, Sumatera Selatan merupakan kantor cabang di daerah Kota Palembang, Provinsi Sumatera Selatan dari PT. Bank Muamalat Indonesia.

PT Bank Muamalat Indonesia Tbk (“Bank Muamalat Indonesia”) mengawali penjelajahan usahanya dengan menjadi perbankan Islam pertama di Indonesia pada 1 November 1991 (24 Rabiul Tsani 1412 H). Penegakkan Bank Muamalat Indonesia diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI), Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan pebisnis Islam yang selanjutnya memperoleh bantuan dari Pemerintah Republik Indonesia dan sah berjalan tanggal 1 Mei 1992 (27 Syawal 1412 H).⁵² Bank Muamalat Indonesia selalu menciptakan serta melahirkan produk keuangan syariah seperti Asuransi Syariah (Asuransi Takaful), Dana Pensiun Lembaga Keuangan Muamalat (DPLK Muamalat) dan multifinance syariah (Al-Ijarah Indonesia Finance) dimana semua itu merupakan inovasi baru bagi Indonesia.

⁵² Muamalat, “Profil Bank Muamalat.”

Pada 27 Oktober 1994, Bank Muamalat Indonesia diizinkan menjadi Bank Devisa dan tercatat menjadi perusahaan publik yang tidak listing di Bursa Efek Indonesia (BEI). Pada tahun 2003, Bank dengan gagah mengadakan Penawaran Umum Terbatas (PUT) dengan Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu (HMETD) sebanyak 5 (lima) kali dan termasuk badan bank pertama di Indonesia yang melahirkan Sukuk Subordinasi Mudharabah.⁵³

Seiring dengan diakuinya kemampuan Bank, Bank memperluas jangkauannya dengan memperluas jaringan cabang di seantero Indonesia. Pada tahun 2009, Bank diizinkan memperluas kantor di Kuala Lumpur, Malaysia yang menjadikannya perbankan pertama di Indonesia dan satu-satunya bank yang memperluas bisnisnya di Malaysia.⁵⁴ Sampai detik ini, Bank sudah mempunyai 249 tempat pelayanan termasuk 1 (satu) cabang di Malaysia. Operasional Bank difasilitasi dengan 619 unit ATM Muamalat, 120.000 jaringan ATM Bersama dan ATM Prima, serta 55 unit Mobil Kas Keliling.

Bank Muamalat terus meraih berbagai prestasi yang diterima baik di dalam ataupun luar negeri. Sejauh ini, Bank bekerja sama dengan berbagai cabang anaknya untuk menyediakan pelayanan terbaik yaitu Al-Ijarah Indonesia Finance (ALIF) yang menyuguhkan jasa keuangan berbasis syariah, (DPLK Muamalat) yang menyuguhkan jasa dana pensiun lewat Dana Pensiun Lembaga Keuangan, dan Baitulmaal Muamalat yang menyuguhkan jasa guna mengalokasikan uang Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS).

⁵³ *Ibid.*

⁵⁴ *Ibid.*

2. Visi dan Misi PT. Bank Muamalat⁵⁵

2.1. Visi

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

2.2. Misi

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

3. Logo PT. Bank Muamalat⁵⁶



Gambar 4. 1 Logo PT. Bank Muamalat

Logo Bank Muamalat terbentuk dari tiga huruf arab, yaitu huruf *Dal*, *Yaa'*, *Nuun*, dengan memakai tiga titik, dua huruf dan satu huruf *Nun*. Rangkaian huruf itu selalu menciptakan arti “hubungan timbal baik yang adil dan harmonis”.

⁵⁵ Bank Muamalat, “Visi Dan Misi.”

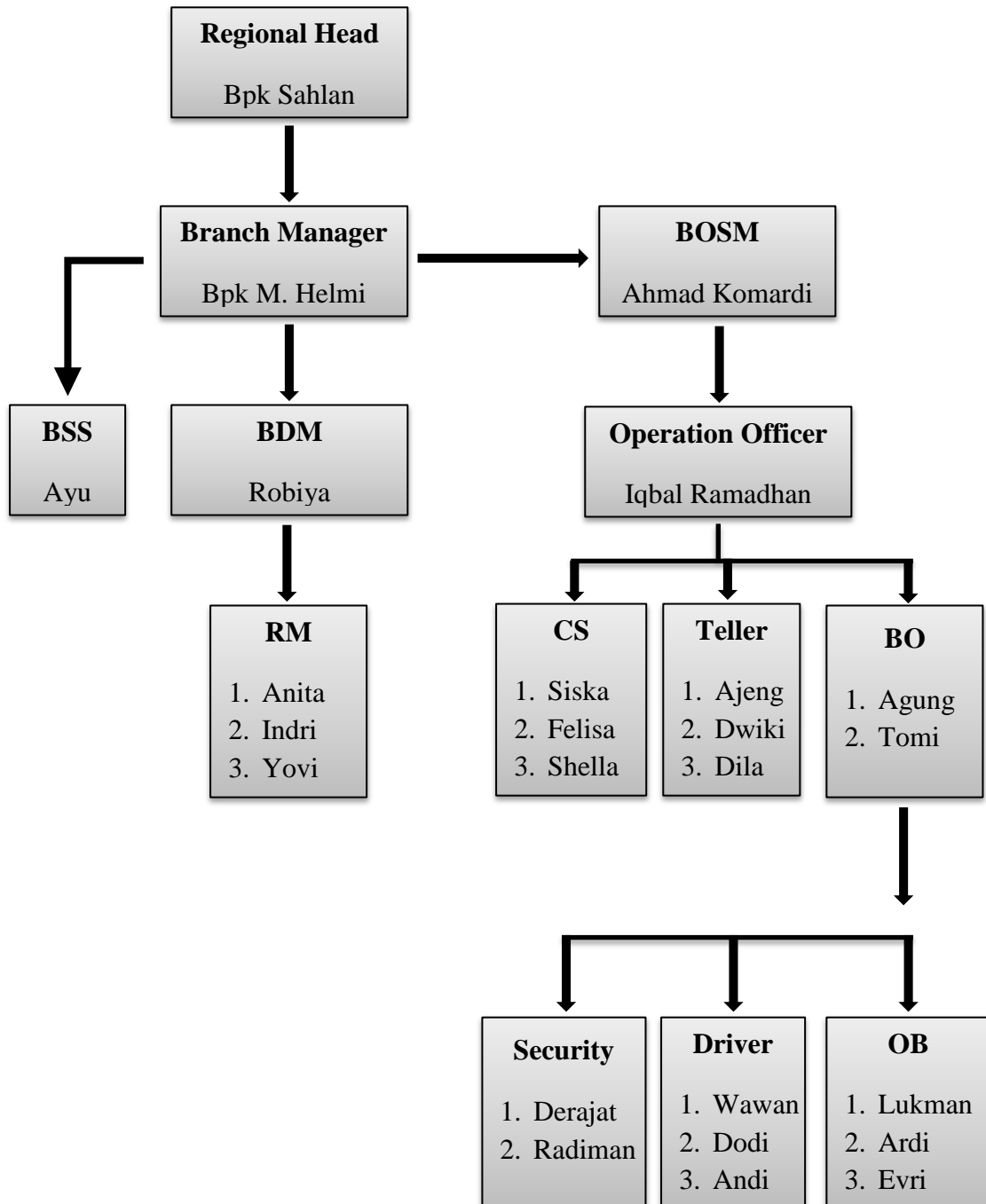
⁵⁶ Dede Rudini, “Analisis Pengaruh Lokasi, Citra Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Proses Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Deposito IB Muamalat (Studi Kasus Kantor Pusat PT. Bank Muamalat Indonesia)” (UIN Syarif Hidayatullah, 2019).

1. *Din* – Agama, adalah semua jenis kegiatan adalah ikatan timbal balik yang berasal dari agama yang bertujuan menghasilkan ikatan kekeluargaan dengan seluruh orang.
2. *Din* – hitung dengan cermat, ketakwaan, balasan. Arus dana dihitung dan dilaksanakan dengan hati-hati yang berasal dari ketakwaan pada Allah SWT. serta aturan yang ada untuk mendapatkan hasil baik dunia ataupun akhirat.
3. *Daiya* – menawarkan atau menerima pinjaman, memberikan pinjaman bagi hasil untuk mendanai pengusaha kecil yang tidak memiliki dana namun mempunyai keterampilan bisnis yang bermanfaat (*Al Qard Al Hasan*), hutang yang muncul akibat risiko dari pembiayaan yang diserahkan oleh bank muamalat untuk investasi.

Titik-titik yang ditempatkan di huruf atas bertugas untuk menguraikan huruf itu dan angka tiga merupakan tiga kesempurnaan yang ditentukan dan ditujukan sebagai simbol keyakinan yang sempurna yang bisa didapatkan serta diserahkan oleh bank muamalat.

Warna hijau menyimbolkan kesuburan, pengembangan dan pertumbuhan sekaligus menyimbolkan norma keagamaan yang senantiasa menjadi acuan manajer perbankan ini. Logo Bank Muamalat ialah: “Lambang yang memperlihatkan suatu susunan aktivitas ekonomi yang aktif dan harmonis di dalam suatu negeri yang subur dan peradaban tinggi serta berlandaskan norma-norma agama yang luhur”.

4. Struktur Organisasi



Gambar 4.2 Struktur Organisasi PT. Bank Muamalat KCU Palembang

B. Karakteristik Responden

Koresponden pada riset ini mempunyai total 100 nasabah PT. Bank Muamalat KCU Palembang. Sebanyak 100 angket yang dipulangkan oleh koresponden bisa dipakai untuk pengolahan data ini. Dari hasil angket yang diterima, dapat diketahui sebagai berikut:

1. Koresponden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1

Jenis Kelamin Koresponden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-laki	47	47%
Perempuan	53	53%
Total	100	100%

Tabel 4.1. memperlihatkan bahwa dari 100 orang koresponden PT. Bank Muamalat KCU Kota Palembang sebanyak 53 orang didominasi oleh perempuan sedangkan laki-laki sebanyak 47 orang.

2. Koresponden Berdasarkan Usia

Tabel 4.2

Usia Koresponden

Usia	Frekuensi	Persentase (%)
20-29 tahun	75	75%
30-39 tahun	16	16%
40-49 tahun	3	3%
> 50 tahun	6	6%
Total	100	100%

Tabel 4.2 memperlihatkan koresponden yang berusia 20-29 tahun sebanyak 75 orang, 30-39 tahun ada 16 orang, 40-49 tahun ada 3 orang dan > 50 tahun ada 6 orang.

3. Koresponden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel 4.3

Pendidikan Terakhir Koresponden

Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
SMA	68	68%
Diploma/Sarjana	32	32%
Total	100	100%

Bersumber pada tabel 4.3 pendidikan terakhir koresponden mayoritas adalah SMA sebesar 68% (68 orang) dari jumlah koresponden, Diploma/Sarjana sebesar 32% atau sebanyak 32 orang.

4. Koresponden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.4

Pekerjaan Koresponden

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
PNS	7	7%
Wirausaha	11	11%
Pegawai Swasta	11	11%
Pelajar/Mahasiswa	66	66%
Lainnya	5	5%
Total	100	100%

Bersumber pada tabel 4.4 mayoritas pekerjaan koresponden adalah Pelajar/Mahasiswa sebesar 66% (66 orang) dari jumlah koresponden, PNS sebanyak 7% (7 orang), wirausaha sebanyak 11% (11 orang), pegawai swasta sebanyak 11% (11 orang), dan lainnya sebesar 5% atau sebanyak 5 orang.

5. Koresponden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

Tabel 4.5

Lama Menjadi Nasabah

Lama Menjadi Nasabah	Frekuensi	Persentase (%)
< 2 tahun	79	79%
2-4 tahun	16	16%
4-6 tahun	3	3%
> 8 tahun	2	2%
Total	100	100%

Tabel 4.5 memperlihatkan jumlah orang yang sudah menjadi nasabah selama < 2 tahun mendominasi sebesar 79 orang atau 79%, sedangkan 2-4 tahun sebesar 16 orang atau 16%, selama 4-6 tahun sebesar 3 orang atau 3%, dan > 8 tahun sebesar 2 orang atau 2%.

C. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Validitas ditujukan guna melihat kelayakan indikator atau kuesioner dalam menjelaskan sebuah variabel. Pengujian Validitas melihat dari perbandingan r hitung dan r tabel menggunakan aplikasi SPSS dan menggunakan Korelasi Bivariate Pearson, dengan taraf signifikan 5% (0,05). Uji validitas ini dilaksanakan kepada 100 koresponden, r tabel $df = n-2$ dan taraf signifikan 5%, $df = 100-2 = 98$, r tabel = 0,1966.

Suatu angket bisa dinyatakan valid, jika r hitung lebih besar dari r tabel. Jika r hitung kurang dari r tabel, maka tidak valid. Hasil pengujian validitas bisa dilihat melalui tabel dibawah ini:

Tabel 4.6

Hasil Uji Validitas Variabel Strategi *Word Of Mouth* (WOM)

Pernyataan	R-hitung	R-tabel	Keterangan
X1.1	0,655	0,1966	Valid
X1.2	0,783	0,1966	Valid
X1.3	0,636	0,1966	Valid
X1.4	0,691	0,1966	Valid
X1.5	0,662	0,1966	Valid

Sumber: pengelolaan data dengan SPSS V.21

Tabel 4.6 memperoleh hasil uji korelasi (r hitung) semua item pernyataan, terdiri dari 5 item pernyataan mengenai Strategi *Word Of Mouth* (WOM) (X_1) dengan masing-masing pernyataan bernilai dari 0,636 – 0,783 lebih besar dari nilai r tabel (r hitung $>$ r tabel 0,1966). Artinya untuk tingkat sig. 0,05 (5%) semua item angket adalah valid dan memadai sebagai alat ukur penelitian. Dengan demikian, data yang ada bisa dipakai untuk melakukan analisis selanjutnya.

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Variabel *Sharia Compliance*

Pernyataan	R-hitung	R-tabel	Keterangan
X2.1	0,619	0,1966	Valid
X2.2	0,673	0,1966	Valid
X2.3	0,734	0,1966	Valid
X2.4	0,731	0,1966	Valid
X2.5	0,697	0,1966	Valid

Sumber: pengelolaan data dengan SPSS V.21

Tabel 4.7 memperoleh hasil uji korelasi (r hitung) semua item pernyataan, terdiri dari 5 item pernyataan mengenai *Sharia Compliance* (X_2) dengan masing-masing pernyataan bernilai dari 0,619 – 0,734 lebih besar dari nilai r tabel (r hitung > r tabel 0,1966). Artinya untuk tingkat sig. 0,05 (5%) semua item angket adalah valid dan memadai sebagai alat ukur penelitian. Dengan demikian, data yang ada bisa dipakai untuk melakukan analisis selanjutnya.

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Variabel Tingkat Religiusitas

Pernyataan	R-hitung	R-tabel	Keterangan
X3.1	0,383	0,1966	Valid
X3.2	0,622	0,1966	Valid
X3.3	0,706	0,1966	Valid
X3.4	0,563	0,1966	Valid
X3.5	0,723	0,1966	Valid
X3.6	0,704	0,1966	Valid
X3.7	0,680	0,1966	Valid
X3.8	0,639	0,1966	Valid
X3.9	0,690	0,1966	Valid
X3.10	0,752	0,1966	Valid

Sumber: pengolahan data dengan SPSS V.21

Tabel 4.8 memperoleh hasil uji korelasi (r hitung) semua item pernyataan, terdiri dari 10 item pernyataan mengenai Tingkat Religiusitas (X_3) dengan masing-masing instrumen bernilai dari 0,383 – 0,752 lebih besar dari nilai r tabel (r hitung $>$ r tabel 0,1966). Artinya untuk tingkat sig. 0,05 (5%) semua item angket adalah valid dan memadai sebagai alat ukur penelitian. Dengan demikian, data yang ada bisa dipakai untuk melakukan analisis selanjutnya.

Tabel 4.9**Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Menjadi Nasabah**

Pernyataan	R-hitung	R-tabel	Keterangan
Y1	0,789	0,1966	Valid
Y2	0,639	0,1966	Valid
Y3	0,738	0,1966	Valid
Y4	0,726	0,1966	Valid
Y5	0,740	0,1966	Valid
Y6	0,743	0,1966	Valid
Y7	0,688	0,1966	Valid
Y8	0,708	0,1966	Valid
Y9	0,713	0,1966	Valid
Y10	0,687	0,1966	Valid

Sumber: pengelolaan data dengan SPSS V.21

Tabel 4.9 memperoleh hasil uji korelasi (r hitung) semua item pernyataan, terdiri dari 10 item pernyataan mengenai Keputusan Menjadi Nasabah (Y) dengan masing-masing instrumen bernilai dari 0,639 – 0,789 lebih besar dari nilai r tabel (r hitung > r tabel 0,1966). Artinya untuk tingkat sig. 0,05 (5%) semua item angket adalah valid dan memadai sebagai alat ukur penelitian. Dengan demikian, data yang ada bisa dipakai untuk melakukan analisis selanjutnya.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dipakai buat menjelaskan apakah indikator yang dipakai bisa diyakini dan andal untuk pengukuran sebuah variabel. Variabel tersebut reliabel apabila *Cronbach Alpha* > 0,60.

Tabel 4.10

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Standar Reliabilitas	Keterangan
Strategi Word Of Mouth (WOM) (X₁)	0,711	0,60	Reliabel
Sharia Compliance (X₂)	0,721	0,60	Reliabel
Tingkat Religiusitas (X₃)	0,843	0,60	Reliabel
Keputusan Menjadi Nasabah (Y)	0,894	0,60	Reliabel

Sumber: pengelolaan data dengan SPSS V.21

Berdasarkan tabel 4.10 dari hasil *Reliability Statistics*, diperoleh *cronbach's alpha* setiap variabel sebesar 0,711 (X₁), 0,721 (X₂), 0,843 (X₃), dan 0,894 (Y), dimana seluruhnya menunjukkan *cronbach's alpha* > standar reliabilitas (0,60). Maka bisa disimpulkan kalau semua variabel reliabel.

D. Hasil Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan buat menguji apakah dalam bentuk regresi, variabel bebas dan variabel terikat memiliki distribusi data normal atau

mendekati normal. Pengujian normalitas memakai pengujian *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* dengan tingkat signifikan $\alpha = 0,05$, jika hasil taraf perhitungan $> 0,05$, artinya model terdistribusi normal dan hasil taraf perhitungan $< 0,05$ model regresi tidak terdistribusi normal.

Table 4.11

Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.48741828
Most Extreme Differences	Absolute	.071
	Positive	.046
	Negative	-.071
Kolmogorov-Smirnov Z		.708
Asymp. Sig. (2-tailed)		.697

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: pengelolaan data dengan SPSS V.21

Pada tabel 4.11 perolehan pengujian normalitas data memperlihatkan data terdistribusi normal. Hal ini mengacu pada nilai sig. (2-tailed) sebesar $0,697 > 0,05$.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dipakai buat memeriksa apakah dalam model regresi yang dibentuk terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna antara variabel independen atau tidak. Uji multikolinieritas diuji dengan mengacu kepada *Tolerance* (TOL) dan *Variance Inflation Factor* (VIF) setiap

variabel independen terhadap variabel dependennya. Andaikata nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10 dan nilai *Tolerance* (TOL) > 0,1 maka model tidak mengalami multikolinier.

Tabel 4.12

Hasil Uji Multikolinieritas dengan uji TOL dan VIF

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.176	5.079		1.019	.311	
	Total_X1	.562	.199	.263	2.824	.006	.768
	Total_X2	.266	.206	.136	1.296	.198	.606
	Total_X3	.416	.122	.344	3.407	.001	.651

a. Dependent Variable: Total_Y

Sumber: *pengelolaan data dengan SPSS V.21*

Tabel 4.12 menunjukkan bahwa variabel X_1 (Strategi *Word Of Mouth* (WOM)) mendapatkan nilai VIF 1,302 dan nilai TOL 0,768, variabel X_2 (*Sharia Compliance*) mendapatkan nilai VIF 1,649 dan nilai TOL 0,606, variabel X_3 (Tingkat Religiusitas) mendapatkan nilai VIF 1,537 dan nilai TOL 0,651. Perolehan nilai VIF dari ketiga variabel tersebut kurang dari 10 dan perolehan nilai TOL dari ketiga variabel lebih besar dari 0,1. Sehingga bisa diyakinkan bahwa penelitian ini tidak mengalami gejala multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan pengujian heteroskedastisitas adalah untuk memeriksa apakah model regresi memperoleh ketidaksamaan *variance* dari residual satu

pengkajian ke pengkajian lainnya. Model regresi yang bagus sebaiknya tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

Heteroskedastisitas diuji dengan metode Glejser. Kriteria uji heteroskedastisitas adalah apabila nilai signifikan hitung $> 0,05$ artinya tidak terdapat kasus heteroskedastisitas. Tetapi, apabila nilai signifikansi $< 0,05$ artinya model regresi mengalami heteroskedastisitas.

Tabel 4.13

Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.756	3.008		-.584	.561
	Total_X1	.233	.118	.224	1.980	.051
	Total_X2	-.161	.122	-.168	-1.320	.190
	Total_X3	.060	.072	.102	.829	.409

a. Dependent Variable: ABRESID

Sumber: pengelolaan data dengan SPSS V.21

Tabel 4.13 memperlihatkan nilai signifikansi X_1 (Strategi *Word Of Mouth* (WOM)) sebesar 0,051, X_2 (*Sharia Compliance*) sebesar 0,190, dan variabel X_3 (Tingkat Religiusitas) sebesar 0,409 mempunyai nilai lebih dari 0,05 maka tidak ada gejala heteroskedastisitas.

2. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda dipergunakan buat memahami adakah pengaruh Strategi *Word Of Mouth* (WOM), *Sharia Compliance* dan Tingkat

Religiusitas terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di PT. Bank Muamalat Kantor Cabang Utama Palembang.

Tabel 4.14
Hasil Analisis Regresi Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.176	5.079		1.019	.311
	Total_X1	.562	.199	.263	2.824	.006
	Total_X2	.266	.206	.136	1.296	.198
	Total_X3	.416	.122	.344	3.407	.001

a. Dependent Variable: Total_Y

Sumber: pengelolaan data dengan SPSS V.21

Tabel 4.14 memperoleh nilai konstanta yaitu 5,176 dan skor regresi Strategi *Word Of Mouth* (WOM) sebesar 0,562, skor regresi *Sharia Compliance* sebesar 0,266, dan skor regresi Tingkat Religiusitas sebesar 0,416. Berikut persamaan linear regresi berdasarkan konstanta dan arah regresi:

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

$$Y = 5,176 + 0,562X_1 + 0,266X_2 + 0,416X_3 + e$$

Interpretasi Penelitian :

1. Konstanta sama dengan 5,176, jika Strategi *Word Of Mouth* (WOM), *Sharia Compliance*, dan Tingkat Religiusitas dianggap sama dengan nol, maka keputusan menjadi nasabah sebesar 5,176.

2. Koefisien regresi variabel Strategi *Word Of Mouth* (WOM) mempengaruhi keputusan menjadi nasabah sebanyak 0,562 atau mempengaruhi secara positif yang bermakna apabila variabel Strategi *Word Of Mouth* (WOM) naik, maka keputusan menjadi nasabah juga naik sebanyak 0,562.
3. Koefisien regresi variabel *Sharia Compliance* mempengaruhi keputusan menjadi nasabah sebanyak 0,266 atau mempengaruhi secara positif yang bermakna apabila variabel *Sharia Compliance* naik, maka keputusan menjadi nasabah juga naik sebanyak 0,266.
4. Koefisien regresi variabel Tingkat Religiusitas mempengaruhi keputusan menjadi nasabah sebanyak 0,416 atau mempengaruhi secara positif yang bermakna apabila variabel Tingkat Religiusitas naik, maka keputusan menjadi nasabah juga naik sebanyak 0,416.

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.15

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.602 ^a	.362	.342	3.541

a. Predictors: (Constant), Total_X3, Total_X1, Total_X2

Sumber: pengelolaan data dengan SPSS V.21

Pada tabel 4.15 memperlihatkan nilai R sebesar 0,602 atau 60,20% artinya ada kaitan yang kuat antara Strategi *Word Of Mouth* (WOM), *Sharia Compliance*, dan Tingkat Religiusitas terhadap keputusan menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat KCU Palembang. Sedangkan, nilai R Square sebesar

0,362 memperlihatkan kalau Strategi *Word Of Mouth* (WOM), *Sharia Compliance*, dan Tingkat Religiusitas memiliki kontribusi terhadap keputusan menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat KCU Palembang sebesar 36,20% sementara sisanya 63,80% dipengaruhi oleh variabel lain.

4. Uji Hipotesis

a. Uji T-statistik (Parsial)

Uji T-statistik dipergunakan untuk melihat ada tidaknya pengaruh variable independen (X) secara sendiri (parsial) terhadap variabel dependen (Y).

Tabel 4.16

Hasil Uji T Variabel Strategi *Word Of Mouth* (WOM)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	20.557	4.284		4.799	.000
	Total_X1	.980	.192	.458	5.102	.000

a. Dependent Variable: Total_Y

Sumber: pengelolaan data dengan SPSS V.21

Dilihat dari tabel 4.16, perolehan uji t dihubungkan pada hipotesis riset ini. Kriteria hipotesis diterima adalah:

a. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, $sig < 0,05$. Artinya H_a diterima dan H_o ditolak.

b. Taraf nyata = 5%, $t_{tabel} = \text{derajat kebebasan (df)} = (\alpha/2 ; n-k-1) =$

$$(0,05/2 ; 100-3-1) = (0,025 ; 96) = 1,98498$$

Dimana:

α = Tingkat Signifikansi

k = Jumlah Variabel Bebas

n = Jumlah Responden

Diketahui nilai t hitung yaitu $5,102 > t$ tabel $1,98498$ dan nilai sig yaitu $0,000 < 0,05$, artinya H_a diterima, dimana secara parsial Strategi *Word Of Mouth* (WOM) (X_1) mempengaruhi keputusan menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat KCU Palembang secara positif dan signifikan.

Tabel 4.17

Hasil Uji T Variabel *Sharia Compliance*

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	23.434	3.774		6.209	.000
	Total_X2	.890	.177	.453	5.031	.000

a. Dependent Variable: Total_Y

Sumber: pengelolaan data dengan SPSS V.21

Dilihat dari tabel 4.17, perolehan uji t dihubungkan pada hipotesis riset ini. Kriteria hipotesis diterima adalah:

a. Apabila t hitung $> t$ tabel, sig $< 0,05$. Artinya H_a diterima dan H_o ditolak.

b. Taraf nyata = 5%, t tabel = derajat kebebasan (df) = $(\alpha/2 ; n-k-1) = (0,05/2 ; 100-3-1) = (0,025 ; 96) = 1,98498$

Dimana:

α = Tingkat Signifikansi

k = Jumlah Variabel Bebas

n = Jumlah Responden

Diketahui nilai t hitung yaitu $5,301 > t$ tabel $1,98498$ dan nilai sig yaitu $0,000 < 0,05$, artinya H_a diterima, dimana secara parsial *Sharia Compliance* (X_2) mempengaruhi keputusan menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat KCU Palembang secara positif dan signifikan.

Tabel 4.18

Hasil Uji T Variabel Tingkat Religiusitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.387	4.766		2.809	.006
	Total_X3	.633	.104	.524	6.090	.000

a. Dependent Variable: Total_Y

Sumber: pengelolaan data dengan SPSS V.21

Dilihat dari tabel 4.19, perolehan uji t dihubungkan pada hipotesis riset ini. Kriteria hipotesis diterima adalah:

a. Apabila t hitung $> t$ tabel, sig $< 0,05$. Artinya H_a diterima dan H_o ditolak.

b. Taraf nyata = 5%, t tabel = derajat kebebasan (df) = $(\alpha/2 ; n-k-1) =$

$$(0,05/2 ; 100-3-1) = (0,025 ; 96) = 1,98498$$

Dimana:

α = Tingkat Signifikansi

k = Jumlah Variabel Bebas

n = Jumlah Responden

Diketahui nilai t hitung yaitu $6,090 > t$ tabel $1,98498$ dan nilai sig yaitu $0,000 < 0,05$, maka H_a diterima. Artinya secara parsial Tingkat Religiusitas (X_3) mempengaruhi keputusan menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat KCU Palembang secara positif dan signifikan.

b. Uji F-statistik (Simultan)

Uji F-statistik ditujukan guna mengetahui adakah pengaruh variabel independen (X) secara bersama (simultan) terhadap variabel dependen (Y).

Tabel 4.19

Hasil Uji F-statistik (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	683.713	3	227.904	18.171	.000 ^b
	Residual	1204.047	96	12.542		
	Total	1887.760	99			

a. Dependent Variable: Total_Y

b. Predictors: (Constant), Total_X3, Total_X1, Total_X2

Sumber: pengelolaan data dengan SPSS V.21

Uji simultan dinyatakan berpengaruh apabila F hitung $> F$ tabel. Sebaliknya, nilai F hitung $< F$ tabel maka bisa dinyatakan tidak berpengaruh. F tabel didapat dari $k = 3$ (jumlah variabel bebas) dan $n-k-1$

= $100 - 3 - 1 = 96$ sebesar 2,70. Sedangkan, variabel dikatakan signifikan jika nilai signifikan $< 0,05$.

Pada tabel 4.19 bisa diamati kalau nilai sig. $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $18,171 > F$ tabel 2,70 maka secara bersama (simultan) Strategi *Word Of Mouth* (WOM) (X_1), *Sharia Compliance* (X_2), dan Tingkat Religiusitas (X_3) mempengaruhi keputusan menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat KCU Palembang secara positif dan signifikan.

E. Pembahasan Hasil Penelitian

Uji hipotesis secara bersama (simultan) memperlihatkan bahwa Strategi *Word Of Mouth* (WOM) (X_1), *Sharia Compliance* (X_2), dan Tingkat Religiusitas (X_3) mempengaruhi Keputusan Menjadi Nasabah di PT. Bank Muamalat KCU Palembang secara positif dan signifikan. Ditunjukkan dari hasil pengujian F pada tabel didapatkan F hitung $18,171 > F$ tabel 2,70 dan nilai sig. $0,000 < 0,05$.

1. Pengaruh Strategi *Word Of Mouth* (WOM) terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di PT. Bank Muamalat KCU Palembang

Dalam riset ini menunjukkan bahwa variabel Strategi *Word Of Mouth* (WOM) mempengaruhi keputusan menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat KCU Palembang secara positif dan signifikan. Ditunjukkan oleh t hitung $> t$ tabel yaitu $5,102 > 1,98498$ dan sig. $0,000 < 0,05$, sehingga H_a diterima dan H_o ditolak. Artinya semakin sering seseorang membicarakan produk PT. Bank Muamalat KCU Palembang akan semakin baik dampaknya terhadap keputusan menjadi nasabah.

Word of mouth merupakan strategi pemasaran yang dilakukan oleh suatu konsumen kepada orang lain dan membicarakan pengalamannya tentang produk tersebut. Secara tidak langsung konsumen tersebut telah melakukan promosi yang dapat menarik minat beli konsumen lain.⁵⁷ Strategi *Word Of Mouth* (WOM) mempunyai pengaruh dalam mempengaruhi orang lain untuk memutuskan menjadi nasabah dapat dilihat dari jawaban koresponden yang menunjukkan bahwa mayoritas koresponden sangat setuju dengan pernyataan bahwa responden percaya dengan saran teman yang memberikan beberapa testimoni yang baik tentang produk PT. Bank Muamalat KCU Palembang, responden mendapatkan sesuatu yang menarik dari penjelasan temannya tentang produk PT. Bank Muamalat KCU Palembang, dan beberapa pernyataan lain yang ada di variabel strategi *word of mouth*.

Penelitian ini sejalan dengan teori perilaku terencana yang menggunakan tiga konstruk sebagai penentu dari niat, yaitu sikap kita terhadap perilaku tersebut, norma subjektif, dan perasaan kita mengenai kemampuan mengontrol segala sesuatu yang mempengaruhi apabila hendak melakukan perilaku tersebut. Anggapan utama dari teori tindakan beralasan dan teori perilaku terencana adalah individu rasional dalam mempertimbangkan perbuatan mereka dan konsekuensi dari perbuatan

⁵⁷ Anwar Fauzi, Rukmini, and Sari Wulandari, "PENGARUH WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA PT . KEDAUNG MEDAN INDUSTRIAL LTD," *Jurnal Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan* 1, no. 1 (2020): hlm. 2.

mereka (pengambilan keputusan).⁵⁸ Seorang konsumen yang ingin melakukan proses keputusan pembelian, akan terlebih dahulu mempertimbangkan apakah keputusan tersebut akan menimbulkan konsekuensi yang positif atau negatif. Jawaban dari koresponden atas kuesioner variabel strategi *word of mouth* menunjukkan bahwa mereka percaya dengan saran temannya tentang suatu produk, dan tertarik dengan produk yang dibicarakannya, artinya perilaku tersebut dianggap positif dan mendatangkan manfaat baginya seperti yang disarankan oleh temannya maka nasabah memutuskan untuk menabung di PT. Bank Muamalat KCU Palembang. Dimana hal tersebut termasuk sebagai norma subjektif yaitu faktor lingkungan sosial seperti teman mampu menumbuhkan niat dan keputusan seseorang untuk menjadi nasabah di perbankan syariah.

Hasil riset tersebut sesuai dengan riset yang dilaksanakan Yasri, Yunita Anggraini, dan Melyawati Fitri (2017), dengan judul “Pengaruh *Word Of Mouth* dan Periklanan terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Ulak Karang” menyatakan secara parsial variabel *word of mouth* mempengaruhi keputusan menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Ulak Karang secara signifikan. Hal itu pun sama dengan penelitian Rosydalena Putri (2019), menyimpulkan kalau secara signifikan *word of mouth* mempengaruhi keputusan nasabah menabung di bank syariah, artinya *word of mouth* ialah satu dari beberapa unsur yang mempengaruhi seseorang untuk pengambilan keputusan menjadi nasabah.

⁵⁸ Mahyarni, “Theory of Reasoned Action Dan Theory of Planned Behavior (Sebuah Kajian Historis Tentang Perilaku),” *Jurnal El-Riyasah* (2013): hlm. 15, <http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/elriyasah/article/view/17/13>.

Dari hasil riset bisa dijelaskan bahwa variabel strategi *word of mouth* (WOM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat KCU Palembang.

2. Pengaruh *Sharia Compliance* terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di PT. Bank Muamalat KCU Palembang

Dalam riset ini membuktikan secara parsial variabel *Sharia Compliance* mempengaruhi keputusan menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat KCU Palembang secara positif dan signifikan. Ditunjukkan oleh t hitung $> t$ tabel yaitu $5,301 > 1,98498$ dan $\text{sig. } 0,000 < 0,05$, sehingga H_a diterima dan H_o ditolak. Hubungan ini dijelaskan apabila semakin tinggi penerapan variabel *Sharia Compliance* yang diterapkan oleh PT. Bank Muamalat KCU Kota Palembang maka makin meningkat pula keputusan individu untuk menjadi nasabah PT. Bank Muamalat KCU Kota Palembang.

Dari jawaban koresponden yang diisi dalam kuesioner mayoritas setuju kalau PT. Bank Muamalat KCU Palembang telah menerapkan *Sharia Compliance* dalam kegiatan operasionalnya seperti tidak berinteraksi dengan riba, menunaikan zakat, menjauhi haram, tidak melakukan transaksi penipuan dan perjudian, dan pinjaman telah dimasukkan ke dalam Lembaga Penjaminan Syariah (LPS) sesuai Syariah. Hal ini yang membuat nasabah memutuskan untuk menabung di bank Syariah karena telah mematuhi prinsip-prinsip syariah.

Hasil riset ini sejalan dengan riset terdahulu yang dilaksanakan oleh Zamroni dan Wahibur Rokhman (2016), yang berjudul “Pengaruh

Marketing Mix dan *Syariah Compliance* terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Umum Syariah di Kudus” yang penelitiannya menyatakan *Syariah Compliance* mempengaruhi keputusan memilih Bank Umum Syariah di Kota Kudus secara positif dan signifikan.

Dari hasil penemuan yang telah dijelaskan, maka bisa disimpulkan bahwa variabel *Sharia Compliance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat KCU Palembang.

3. Pengaruh Tingkat Religiusitas terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di PT. Bank Muamalat KCU Palembang

Dalam riset ini membuktikan secara parsial variabel Tingkat Religiusitas mempengaruhi keputusan menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat KCU Palembang secara positif dan signifikan. Ditunjukkan oleh t hitung $>$ t tabel yaitu $6,090 > 1,98498$ serta signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_a diterima dan H_o ditolak. Secara positif artinya memperlihatkan bahwa pengaruh tingkat religiusitas searah dengan keputusan menjadi nasabah atau dengan kata lain religiusitas yang berada pada taraf yang baik atau tinggi akan berpengaruh terhadap tingginya pengambilan keputusan seseorang untuk menjadi nasabah di perbankan syariah, begitupun sebaliknya jika tingkat religiusitas kecil atau jelek maka keputusan menjadi nasabah di perbankan syariah akan kecil.

Religiusitas merupakan suatu sikap keberagaman seseorang diwujudkan dalam berbagai sisi kehidupannya. Aktivitas keagamaan bukan hanya

terjadi ketika seseorang melakukan perilaku ritual (beribadah), tetapi juga ketika melakukan aktivitas lainnya termasuk dalam aktivitas perekonomian.⁵⁹ Dari jawaban koresponden mengenai variabel tingkat religiusitas mayoritas menjawab sangat setuju dan telah memperlihatkan bahwa nasabah mempunyai tingkat religiusitas yang tinggi seperti mempercayai adanya Allah swt. dan Nabi Muhammad sebagai utusan Allah, melaksanakan ibadah wajib dan sunnah, melaksanakan nilai-nilai ajaran agamanya dan bertransaksi ekonomi yang halal. Oleh karena itu, tingginya tingkat religiusitas seseorang maka semakin mengerti mengenai batasan-batasan halal haram akan riba dan selalu tunduk dan patuh terhadap aturan-aturan agama yang mendorong keputusannya untuk memilih perbankan syariah.

Hasil riset ini sejalur dengan risetnya Muhammad Zuhirsyan dan Nurlinda (2018), dengan judul “Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Nasabah terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah” yang hasil penelitiannya yaitu secara parsial ada pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel Tingkat Religiusitas terhadap keputusan memilih bank syariah.

Dari hasil penemuan yang telah dijelaskan, maka disimpulkan bahwa variabel Tingkat Religiusitas mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat KCU Palembang.

⁵⁹ Mega Usvita, “Pengaruh Religiusitas Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Nagari Syariah KCP Simpang Empat,” *e-Jurnal Apresiasi Ekonomi* Vol. 9, no. No. 1 (2021): hlm. 48.