

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN**

#### **A. Deskripsi Umum Sejarah Bank Mandiri**

##### **1. Sejarah Bank Mandiri**

Bank Mandiri Syariah hadir pada tahun 1999, Bank ini lahir lahir pasca krisis moneter yang terjadi pada tahun 1997-1998. Sebagaimana diketahui, krisis ekonomi dan moneter sejak Juli 1997, disusul pula juga dengan krisis multi-dimensi termasuk di panggung politik nasional, telah menimbulkan beragam dampak negatif yang sangat hebat terhadap seluruh sendi kehidupan masyarakat, tidak terkecuali dunia usaha. Dalam kondisi tersebut, industri perbankan nasional yang didominasi oleh bank-bank konvensional mengalami krisis luar biasa. Pemerintah akhirnya mengambil tindakan dengan merestrukturisasi dan merekapitalisasi sebagian bank-bank di Indonesia.

Pada saat yang bersamaan, pemerintah melakukan penggabungan (merger) empat bank (Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim, dan Bapindo) menjadi satu bank baru bernama PT Bank Mandiri (Persero) pada tanggal 31 Juli 1999. Kebijakan penggabungan tersebut juga menempatkan dan menetapkan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. sebagai pemilik mayoritas baru di BSB.

Sebagai tindak lanjut keputusan dari merger, Bank Mandiri melakukan konsolidasi serta membentuk Tim Pengembangan Perbankan Syariah. Pembentukan tim ini memiliki bertujuan untuk layanan perbankan syariah

di kelompok perusahaan Bank Mandiri, sebagai respon atas diberlakukannya UU No. 10 tahun 1998, yang memberi peluang bank umum untuk melayani transaksi syariah (dual banking system).

Tim Pengembangan Perbankan Syariah menandang bahwa pemberlakuan UU tersebut merupakan momentum yang tepat untuk melakukan konversi PT Bank Susila Bakti dari bank konvensional menjadi bank syariah. Oleh karena itu, Tim Pengembangan Perbankan Syariah segera mempersiapkan suatu sistem dan infrastrukturnya, sehingga kegiatan usaha BSB berubah dari bank konvensional menjadi bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan nama PT Bank Syariah Mandiri sebagaimana tercantum dalam Akta Notaris: Sutjipto, SH, No. 23 tanggal 8 September 1999. Perubahan kegiatan usaha BSB menjadi bank umum syariah dikukuhkan oleh Gubernur Bank Indonesia melalui SK Gubernur BI No. 1/24/ KEP.BI/1999, 25 Oktober 1999. Selanjutnya, melalui Surat Keputusan Deputy Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/ 1999, BI menyetujui perubahan nama menjadi PT Bank Syariah Mandiri. Menyusul pengukuhan dan pengakuan legal tersebut, PT Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999.

PT Bank Syariah Mandiri hadir, tampil dan tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani, yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmoni antara idealisme usaha dan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri dalam kiprahnya di perbankan Indonesia. BSM hadir untuk bersama membangun Indonesia menuju Indonesia yang lebih baik lagi. Bank Mandiri Syariah sudah memiliki 595 kantor yang sudah

tersebar diseluruh Indonesia. Dengan 799 jaringan ATM Syariah Mandiri dan ditunjang 17.429 ATM Mandiri serta 49.000 unit ATM Bersama yang tersebar diseluruh Indonesia.

Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Palembang merupakan kantor pusat bank syariah mandiri di Palembang yang berlokasi di Jl. Demang Lebar Daun No. 6, Kec. Ilir Barat I Kota Palembang yang mana didirikannya bertujuan untuk melayani nasabah disekitarnya.

## **2. Visi dan Misi**

### **a) Visi**

Visi untuk nasabah BSM merupakan bank pilihan yang memberikan mamnfaat, menentramkan dan memakmurkan nasabahnya.

Visi untuk pegawai BSM merupakan bank yang menyediakan kesempatan untuk beramanah sekaligus berkarir

Visi untuk investor adalah Institusi Keuangan syariah Indonesia yang terpercaya yang terus memberikan value yang berkesinambungan.

### **b) Misi**

1. Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan diatas rata-rata industri yang berkesinambungan.
2. Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabahnya.
3. Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada sigmen ritel.
4. Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal.

5. Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.
6. Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan

## B. Teknik Analisis

### 1. Analisis Profil Responden

Analisis ini bertujuan untuk memperoleh gambaran langsung karakteristik responden yang diteliti kemudian dilakukan pengolahan data melalui perhitungan statistik deskriptif. Analisis data responden di klasifikasikan berdasarkan:

#### a) Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini dibedakan menjadi pria dan wanita. Hasil analisis data berdasarkan jenis kelamin sebagai berikut :

**Tabel 4.1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**  
**Jenis Kelamin**

|            | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Pria | 45        | 50.0    | 50.0          | 50.0               |
| Wanita     | 45        | 50.0    | 50.0          | 100.0              |
| Total      | 90        | 100.0   | 100.0         |                    |

**Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2020**

Berdasarkan tabel 4.1 diatas dapat diketahui bahwa responden wanita sebanyak 45 orang atau 50% dan sisanya adalah pria sebanyak 45 orang atau 50%

b) Usia Responden

Berdasarkan usia dalam penelitian ini dibedakan menjadi 4 bagian yaitu 17-20 tahun, 21-30 tahun, 31-40 tahun, dan >40 tahun. Hasil analisis data berdasarkan usia sebagai berikut :

**Tabel 4.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**  
**Umur**

|                   | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid 17-20 Tahun | 13        | 14.4    | 14.4          | 14.4               |
| 21-30 Tahun       | 32        | 35.6    | 35.6          | 50.0               |
| 31-40 Tahun       | 30        | 33.3    | 33.3          | 83.3               |
| > 40 Tahun        | 15        | 16.7    | 16.7          | 100.0              |
| Total             | 90        | 100.0   | 100.0         |                    |

**Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2020**

Berdasarkan tabel 4.2 diatas dapat diketahui bahwa responden di dominasi oleh usia 21-30 tahun sebanyak 32 orang atau 35.6%, dan

yang paling kecil adalah pada usia 17-20 tahun yaitu sebanyak 13 orang atau 14.4%. Pada usia 31-40 sebanyak 30 orang atau 33.3% dan usia >40 tahun sebanyak 15 orang atau 16.7%.

c) Pekerjaan Responden

Berdasarkan jenis pekerjaan dalam penelitian ini dibedakan menjadi 4 bagian yaitu mahasiswa, pegawai negeri, pegawai swasta, dan lainnya. Hasil analisis data berdasarkan jenis pekerjaan sebagai berikut :

**Tabel 4.3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**  
**Pekerjaan**

|                 | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-----------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Mahasiswa | 19        | 21.1    | 21.1          | 21.1               |
| Pegawai Negeri  | 19        | 21.1    | 21.1          | 42.2               |
| Pegawai Swasta  | 26        | 28.9    | 28.9          | 71.1               |
| Lainnya         | 26        | 28.9    | 28.9          | 100.0              |
| Total           | 90        | 100.0   | 100.0         |                    |

**Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2020**

Berdasarkan tabel 4.3 diatas dapat diketahui bahwa responden dengan pekerjaan pegawai swasta dan lainnya yang tidak tercantum pada pilihan sebanyak 26 orang atau 28.9%. Mahasiswa dan pegawai negeri sebanyak 19 orang atau 21.1%, pegawai negeri sebanyak 21 orang atau 21.1%.









|   |        |        |        |        |       |        |        |        |        |    |
|---|--------|--------|--------|--------|-------|--------|--------|--------|--------|----|
| st Pearson<br>or Correlati<br>ea on<br>t Sig. (2-<br>m tailed)<br>os<br>p<br>he<br>re | .454** | .429** | .501** | .570** | .636* | .624** | .652** | .682** | .529** | 1  |
|   | .000   | .000   | .000   | .000   | .000  | .000   | .000   | .000   | .000   |    |
| N   | 90     | 90     | 90     | 90     | 90    | 90     | 90     | 90     | 90     | 90 |

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

**Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2020**

**Tabel 4.5**

**Rangkuman Tes Uji Validitas Kualitas Produk**

**Correlations**

|      |                        | X2_1   | X2_2   | X2_3   | X2_4   | X2_5   | kualitaspr<br>oduk |
|------|------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------------------|
| X2_1 | Pearson<br>Correlation | 1      | .461** | .248*  | .260*  | .193   | .637**             |
|      | Sig. (2-tailed)        |        | .000   | .018   | .013   | .068   | .000               |
|      | N                      | 90     | 90     | 90     | 90     | 90     | 90                 |
| X2_2 | Pearson<br>Correlation | .461** | 1      | .470** | .350** | .421** | .766**             |
|      | Sig. (2-tailed)        | .000   |        | .000   | .001   | .000   | .000               |
|      | N                      | 90     | 90     | 90     | 90     | 90     | 90                 |

|                    |                 |        |        |        |        |        |        |
|--------------------|-----------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| X2_3               | Pearson         |        |        |        |        |        |        |
|                    | Correlation     | .248*  | .470** | 1      | .389** | .404** | .723** |
|                    | Sig. (2-tailed) | .018   | .000   |        | .000   | .000   | .000   |
|                    | N               | 90     | 90     | 90     | 90     | 90     | 90     |
| X2_4               | Pearson         |        |        |        |        |        |        |
|                    | Correlation     | .260*  | .350** | .389** | 1      | .347** | .665** |
|                    | Sig. (2-tailed) | .013   | .001   | .000   |        | .001   | .000   |
|                    | N               | 90     | 90     | 90     | 90     | 90     | 90     |
| X2_5               | Pearson         |        |        |        |        |        |        |
|                    | Correlation     | .193   | .421** | .404** | .347** | 1      | .684** |
|                    | Sig. (2-tailed) | .068   | .000   | .000   | .001   |        | .000   |
|                    | N               | 90     | 90     | 90     | 90     | 90     | 90     |
| Kualitaspr<br>oduk | Pearson         |        |        |        |        |        |        |
|                    | Correlation     | .637** | .766** | .723** | .665** | .684** | 1      |
|                    | Sig. (2-tailed) | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   |        |
|                    | N               | 90     | 90     | 90     | 90     | 90     | 90     |

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

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2020**

**Tabel 4.6**  
**Rangkuman Tes Uji Validitas Kualitas Layanan**  
**Correlations**

|      |                        | X3_1   | X3_2   | X3_3   | X3_4   | X3_5   | kualitasla<br>yanan |
|------|------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|---------------------|
| X3_1 | Pearson<br>Correlation | 1      | .379** | .254*  | .583** | .093   | .676**              |
|      | Sig. (2-tailed)        |        | .000   | .016   | .000   | .383   | .000                |
|      | N                      | 90     | 90     | 90     | 90     | 90     | 90                  |
| X3_2 | Pearson<br>Correlation | .379** | 1      | .527** | .355** | .185   | .707**              |
|      | Sig. (2-tailed)        | .000   |        | .000   | .001   | .080   | .000                |
|      | N                      | 90     | 90     | 90     | 90     | 90     | 90                  |
| X3_3 | Pearson<br>Correlation | .254*  | .527** | 1      | .506** | .222*  | .727**              |
|      | Sig. (2-tailed)        | .016   | .000   |        | .000   | .035   | .000                |
|      | N                      | 90     | 90     | 90     | 90     | 90     | 90                  |
| X3_4 | Pearson<br>Correlation | .583** | .355** | .506** | 1      | .282** | .793**              |
|      | Sig. (2-tailed)        | .000   | .001   | .000   |        | .007   | .000                |
|      | N                      | 90     | 90     | 90     | 90     | 90     | 90                  |
| X3_5 | Pearson<br>Correlation | .093   | .185   | .222*  | .282** | 1      | .528**              |
|      | Sig. (2-tailed)        | .383   | .080   | .035   | .007   |        | .000                |
|      | N                      | 90     | 90     | 90     | 90     | 90     | 90                  |

|                  |                     |        |        |        |        |        |    |
|------------------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|----|
| Kualitas layanan | Pearson Correlation | .676** | .707** | .727** | .793** | .528** | 1  |
|                  | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   |    |
|                  | N                   | 90     | 90     | 90     | 90     | 90     | 90 |

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

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2020**

**Tabel 4.7**

**Rangkuman Tes Uji Validitas Loyalitas Nasabah  
Correlations**

|     |                     | Y_1    | Y_2    | Y_3    | Y_4    | Y_5    | loyalitasnasabah |
|-----|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|------------------|
| Y_1 | Pearson Correlation | 1      | .669** | .276** | .215*  | .241*  | .644**           |
|     | Sig. (2-tailed)     |        | .000   | .009   | .042   | .022   | .000             |
|     | N                   | 90     | 90     | 90     | 90     | 90     | 90               |
| Y_2 | Pearson Correlation | .669** | 1      | .387** | .354** | .312** | .734**           |
|     | Sig. (2-tailed)     | .000   |        | .000   | .001   | .003   | .000             |
|     | N                   | 90     | 90     | 90     | 90     | 90     | 90               |
| Y_3 | Pearson Correlation | .276** | .387** | 1      | .510** | .510** | .768**           |

|                      |                     |        |        |        |        |        |        |
|----------------------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
|                      | Sig. (2-tailed)     | .009   | .000   |        | .000   | .000   | .000   |
|                      | N                   | 90     | 90     | 90     | 90     | 90     | 90     |
| Y_4                  | Pearson Correlation | .215*  | .354** | .510** | 1      | .440** | .728** |
|                      | Sig. (2-tailed)     | .042   | .001   | .000   |        | .000   | .000   |
|                      | N                   | 90     | 90     | 90     | 90     | 90     | 90     |
| Y_5                  | Pearson Correlation | .241*  | .312** | .510** | .440** | 1      | .703** |
|                      | Sig. (2-tailed)     | .022   | .003   | .000   | .000   |        | .000   |
|                      | N                   | 90     | 90     | 90     | 90     | 90     | 90     |
| Loyalitasna<br>sabah | Pearson Correlation | .644** | .734** | .768** | .728** | .703** | 1      |
|                      | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   |        |
|                      | N                   | 90     | 90     | 90     | 90     | 90     | 90     |

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

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2020**

Berdasarkan tabel 4.4, 4.5, 4.6, dan 4.7 dapat diketahui bahwa seluruh butir pertanyaan variabel store atmosphere, kualitas produk, kualitas layanan dan loyalitas nasabah mempunyai nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  sehingga seluruh item pertanyaan dinyatakan valid.

b) Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dilakukan dengan menggunakan teknik analisis *Cronbach's Alpha*. Dalam penelitian ini menggunakan 90 kuisisioner yang disebar ke responden pada tahap pertama. Diketahui  $N = 90$ , *Cronbach's Alpha*  $> 0.60$ . Setiap item pertanyaan dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha*  $> 0.60$ . Adapun data uji reliabilitas sebagai berikut :

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Reliabilitas *Store Atmosphere***  
**Reliability Statistics**

| Cronbach's<br>Alpha | Cronbach's<br>Alpha Based<br>on<br>Standardized<br>Items | N of<br>Items |
|---------------------|--|---------------|
| .715                | .735   | 9             |

**Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2020**

Berdasarkan tabel 4.8 diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* adalah 0.715 dan jumlah item pertanyaan adalah 9, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel store atmosphere bisa dikatakan reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha*  $0.715 > 0.60$ .

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk**

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
|------------------|--|------------|
| .727             | .733   | 5          |

**Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2020**

Berdasarkan tabel 4.9 diketahui bahwa nilai *cronbach's alpha* adalah 0.727 dan jumlah item pertanyaan adalah 5, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk dikatakan reliabel karena nilai *cronbach's alpha*  $0.727 > 0.60$ .

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Layanan**

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
|------------------|--|------------|
| .716             | .719   | 5          |

**Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2020**



Berdasarkan tabel 4.10 diketahui bahwa nilai *cronbach's alpha* adalah 0.716 dan jumlah item pertanyaan adalah 5, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan dikatakan reliabel karena nilai *cronbach's alpha*  $0.716 > 0.60$ .

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Reliabilitas Loyalitas Nasabah**  
**Reliability Statistics**

| Cronbach's<br>Alpha | Cronbach's<br>Alpha Based<br>on<br>Standardized<br>Items | N of<br>Items |
|---------------------|--|---------------|
| .760                | .763   | 5             |

**Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2020**

Berdasarkan tabel 4.11 diketahui bahwa nilai *cronbach's alpha* adalah 0.760 dan jumlah item pertanyaan adalah 5, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel loyalitas nasabah dikatakan reliabel karena nilai *cronbach's alpha*  $0.760 > 0.60$ .

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a) Uji Normalitas

Uji normalitas ini bertujuan untuk mengetahui apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model regresi yang

terdistribusi normal atau mendekati normal. Pengujian dilakukan dengan menggunakan metode *Kolmogorov - Smirnov* dalam program SPSS. Dalam uji normalitas prententu suatu data berdistribusi normal atau tidak dapat dilihat dari nilai signifikan atau probabilitas pada bagian *Kolmogorov - Smirnov*. Apabila nilai signifikan atau probabilitas  $> 0.05$  maka data tersebut normal dan berlaku sebaliknya apabila nilai signifikan atau probabilitas  $< 0.05$  maka data tersebut tidak normal. Berikut hasil uji normalitas menggunakan SPSS 22:

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

|                                  |                          | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|--------------------------|-------------------------|
| N                                |                          | 90                      |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup> | Mean                     | .0000000                |
|                                  | Std. Deviation           | 1.90449994              |
|                                  | Most Extreme Differences | Absolute                |
|                                  | Positive                 | .050                    |
|                                  | Negative                 | -.095                   |
| Test Statistic                   |                          | .095                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed)           |                          | .044 <sup>c</sup>       |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

**Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2020**

Berdasarkan tabel 4.12 maka dapat diketahui bahwa nilai Asymp.Sig sebesar 0.044. Sehingga dapat disimpulkan bahwa distribusi data yang diperoleh adalah normal karena nilai Asymp.Sig lebih besar dari 0,05 hal ini berarti semua variabel dalam penelitian ini berdistribusi normal.

#### b) Uji Linieritas

Uji linieritas memiliki tujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat linier atau tidak. Kriteria pengujian linieritas adalah jika nilai signifikansi lebih besar dari 0.05, maka hubungan antar variabel bebas dan variabel terikat adalah linier. Berikut hasil rangkuman uji linieritas yang telah peneliti lakukan menggunakan SPSS 22:

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Linieritas *Store Atmosphere***

#### ANOVA Table

|  |               |                          | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig. |
|--|---------------|--------------------------|----------------|----|-------------|--------|------|
| loyalitasnasabah<br>*<br>storeatmosphere | Between       | (Combined)               | 186.128        | 12 | 15.511      | 3.950  | .000 |
|  | Groups        | Linearity                | 146.251        | 1  | 146.251     | 37.244 | .000 |
|  |               | Deviation from Linearity | 39.877         | 11 | 3.625       | .923   | .523 |
|  | Within Groups |                          | 302.361        | 77 | 3.927       |        |      |
| Total                                    |               |                          | 488.489        | 89 |             |        |      |

**Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2020**

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Linieritas Kualitas Produk**  
**ANOVA Table**

|                                      |                |                          | Sum of Squares | df | Mean Square | F    | Sig. |
|--------------------------------------|----------------|--------------------------|----------------|----|-------------|------|------|
| loyalitasnasabah *<br>kualitasproduk | Between Groups | (Combined)               | 30.960         | 11 | 2.815       | .480 | .910 |
|                                      |                | Linearity                | 2.070          | 1  | 2.070       | .353 | .554 |
|                                      |                | Deviation from Linearity | 28.891         | 10 | 2.889       | .493 | .890 |
|                                      | Within Groups  |                          | 457.529        | 78 | 5.866       |      |      |
| Total                                |                | 488.489                  | 89             |    |             |      |      |

**Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2020**

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji Linieritas Kualitas Layanan**  
**ANOVA Table**

|                                       |                |                          | Sum of Squares | df | Mean Square | F     | Sig. |
|---------------------------------------|----------------|--------------------------|----------------|----|-------------|-------|------|
| loyalitasnasabah *<br>kualitaslayanan | Between Groups | (Combined)               | 55.937         | 9  | 6.215       | 1.149 | .339 |
|                                       |                | Linearity                | 19.448         | 1  | 19.448      | 3.597 | .061 |
|                                       |                | Deviation from Linearity | 36.488         | 8  | 4.561       | .844  | .567 |
|                                       | Within Groups  |                          | 432.552        | 80 | 5.407       |       |      |
| Total                                 |                | 488.489                  | 89             |    |             |       |      |

**Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2020**

Hasil uji linieritas pada tabel 4.13, 4.14, dan 4.15 diatas dapat diketahui bahwa signifikansi *store atmosphere* sebesar 0.523, kualitas produk sebesar 0.890, dan kualitas layanan 0.567 semua variabel memiliki signifikansi yang lebih besar dari 0.05 ( $\text{sig} > 0.05$ ), hal ini menunjukkan bahwa semua variabel penelitian adalah linier.

#### **4. Analisis Regresi Linear**

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji hipotesis dan digunakan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Dalam penelitian ini variabel independen adalah *store atmosphere* (X1), kualitas produk (X2) dan kualitas layanan (X3) serta variabel dependennya adalah loyalitas nasabah (Y). Dlam melakukan pengolhan data untuk analisis regresi linear berganda ini peneliti menggunakan SPSS 22 hasilnya sebagai berikut :

**Tabel 4.16**  
**Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model           | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. |
|-----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
|                 | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |
| 1 (Constant)    | 2.822                       | 3.082      |                           | .916   | .362 |
| storeatmosphere | .436                        | .070       | .577                      | 6.234  | .000 |
| kualitasproduk  | -.139                       | .086       | -.151                     | -1.610 | .111 |
| kualitaslayanan | .162                        | .087       | .166                      | 1.990  | .066 |

a. Dependent Variable: loyalitasnasabah

**Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2020**

Berdasarkan tabel 4.16 tersebut, maka didapatkan persamaan regresi sebagai berikut :

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

$$Y = 2.822 + 0.436X_1 + (0.139)X_2 + 0.162X_3$$

Keterangan :

Y = Loyalitas Nasabah

$b_1, b_2, b_3$  = Koefisien Regresi Variabel Independen

X1 = *Store Atmosphere*

X2 = Kualitas Produk

X3 = Kualitas Layanan

## 5. Uji Hipotesis

### a) Uji T

Uji T (Parsial) dilakukan untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* (X1), kualitas produk (X2), dan kualitas layanan (X3) terhadap loyalitas nasabah (Y) secara parsial. Dalam uji t ini jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak, yang berarti *store atmosphere* (X1), kualitas produk (X2), dan kualitas layanan (X3) berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas nasabah (Y). Dengan  $\alpha = 5\%$  (signifikansi 0.05),  $df = 86$ , maka diperoleh  $t_{tabel}$  sebesar 1.984. Berikut hasil yang diperoleh menggunakan SPSS 22 :

**Tabel 4.17**  
**Hasil Uji T (Parsial)**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model           | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. |
|-----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
|                 | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |
| (Constant)      | 2.822                       | 3.082      |                           | .916   | .362 |
| storeatmosphere | .436                        | .070       | .577                      | 6.234  | .000 |
| kualitasproduk  | -.139                       | .086       | -.151                     | -1.610 | .111 |
| kualitaslayanan | .162                        | .087       | .166                      | 1.990  | .066 |

a. Dependent Variable: loyalitasnasabah

**Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2020**

a) Pengaruh *Store atmosphere* terhadap loyalitas nasabah

Berdasarkan tabel 4.17 diketahui  $t_{hitung}$  variabel *store atmosphere* 6.234 karena nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  1.987 dan nilai Sig.  $0.000 < 0.005$ , hal itu berarti *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Yang dimana apabila *store atmosphere* yang diberikan semakin baik atau sesuai dengan harapan nasabah maka semakin tinggi loyalitas nasabah.

b) Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas nasabah

Berdasarkan tabel 4.17 diketahui  $t_{hitung}$  variabel kualitas produk -1.610 karena nilai  $t_{hitung}$  lebih kecil dari  $t_{tabel}$  1.987 dan nilai Sig.  $0.111 > 0.005$ , hal itu berarti kualitas produk tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

c) Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah

Berdasarkan tabel 4.20 diketahui  $t_{hitung}$  variabel kualitas layanan 1.990 karena nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  1.987 dan nilai Sig.  $0.066 > 0.005$ , hal itu berarti kualitas layanan berpengaruh secara positif tetapi tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah. Yang dimana apabila kualitas layanan yang diberikan semakin baik atau sesuai dengan harapan nasabah maka semakin tinggi loyalitas nasabah.



## 6. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen. Model yang digunakan untuk regresi linear berganda sebaiknya menggunakan *R Square* yang sudah disesuaikan atau yang tertulis *R Square*, karena disesuaikan dengan variabel independen yang digunakan dalam penelitian. Nilai *R Square* dikatakan baik apabila lebih besar dari 0,5.

**Tabel 4.18**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

### Model Summary

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | .582 <sup>a</sup> | .339     | .316              | 1.937                      |

a. Predictors: (Constant), kualitasayanan, storeatmosphere, kualitasproduk

### Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2020

Berdasarkan tabel 4.18 diatas, diperoleh angka *R Square* sebesar 0.339 atau 33.9% hal ini berarti pengaruh variabel independen yaitu *store atmosphere*, kualitas produk dan kualitas layanan terhadap variabel dependen yaitu loyalitas nasabah adalah 33.9% sedangkan 66.1% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak dimasukan dalam penelitian ini.

### C. Pembahasan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (*Store Atmosphere*, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan) secara bersama-sama maupun secara parsial masing-masing variabel terhadap variabel dependen (Loyalitas Nasabah). Penelitian ini dilakukan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Palembang di Jl. Demang Lebar Daun No. 8, Kel. Lorok Pakjo Kota Palembang. Penelitian ini menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda dan menggunakan kuisioner dalam penelitian ini peneliti datang langsung menghampiri nasabah yang datang ke kantor Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Palembang dan menanyakan sudah berapa kali berkunjung ke Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Palembang. Jika nasabah menjawab sudah 3 kali berkunjung atau lebih maka peneliti langsung memberikan lembar kuisioner untuk di isi oleh nasabah.

Setelah didapatkan hasil analisis data, pengujian hipotesis dilakukan untuk menguji hipotesis yang telah dibuat sebelumnya berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan dan didapatkan hasil uji hipotesis bahwa variabel *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini dapat dilihat dari hasil  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $t_{hitung}$  sebesar 6.234 dan  $t_{tabel}$  sebesar 1.987 dan nilai Sig.  $0.000 < 0.005$ , maka dapat disimpulkan bahwa *store atmosphere* mempengaruhi loyalitas nasabah secara positif dan signifikan.

Hasil uji hipotesis variabel kualitas produk tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, hal ini dapat dilihat dari hasil tabel  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , yaitu hasil  $t_{hitung}$  sebesar -1.610 dan hasil  $t_{tabel}$  sebesar 1.987 dan nilai Sig.  $0.111 > 0.005$ . Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk tidak mempengaruhi loyalitas nasabah.

Hasil uji hipotesis variabel kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, hal ini dapat dilihat dari hasil tabel  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , yaitu hasil  $t_{hitung}$  sebesar 1.990 dan hasil  $t_{tabel}$  1.987 dan nilai Sig.  $0.066 > 0.005$ . Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan mempengaruhi loyalitas nasabah secara positif tetapi tidak signifikan.

