

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambar Umum Objek Penelitian

1. Profil Organisasi

Profil Bank Sumsel Babel Syariah Kantor Cabang Pembantu UIN Raden Fatah Palembang.

Gambar 4.1

Logo Bank Sumsel Babel Syariah



Nama : Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Pembantu UIN Raden Fatah Palembang

Alamat : Jln. Prof. KH. Zainal Abidin Fikri No.1 KM 3,5 Palembang

Telepon : 0711-363648

Tahun Berdiri : 2016

Jenis Usaha : Perbankan

2. Visi Misi

Visi

“ Menjadi Bank Terkemuka dan Terpercaya dengan Kinerja Unggul”

Misi

1. Membantu mengembangkan potensi daerah dan meningkatkan pertumbuhan perekonomian daerah.
2. Menumbuh kembangkan *Retail Banking*, *Corporate Banking*, dan *International Banking*.
3. Mengembangkan *Human Capital* yang profesional dan tata kelola perusahaan yang baik

B. Karakteristik Responden

Dalam rangka menguji Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Corporate Image* terhadap kepuasan nasabah Bank Sumsel Babel Syariah KCP UIN Raden Fatah Palembang, penelitian ini menggunakan sampel 60 responden yang merupakan nasabah

Bank Sumsel Babel Syariah KCP UIN Raden Fatah Palembang. Penyebaran kuesioner dilakukan melalui google form oleh peneliti.

Karakteristik responden dalam penelitian ini meliputi, jenis kelamin, usia, pekerjaan dan berapa tahun menjadi nasabah. Seluruh informasi karakteristik responden dan hasil penelitian tersebut diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner. Untuk memperjelas karakteristik responden yang dimaksud, maka disajikan dalam tabel berikut:

1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1

Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Laki-laki	22	36.7	36.7	36.7
Valid Perempuan	38	63.3	63.3	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2020.

Berdasarkan tabel 4.1 distribusi responden berdasarkan jenis kelamin adalah Laki-laki sebanyak 22 orang (36.7%) dan perempuan

sebanyak 38 orang (63.3%). Artinya responden terbanyak adalah berjenis kelamin perempuan.

2. Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.2

Distribusi Responden Berdasarkan Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
21-30 tahun	52	86.7	86.7	86.7
31-40 tahun	6	10.0	10.0	96.7
Valid 41-45 tahun	1	1.7	1.7	98.3
>45 tahun	1	1.7	1.7	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS. 2020

Berdasarkan tabel 4.2 distribusi responden berdasarkan usia adalah Responden berusia 21-30 tahun sebanyak 52 orang (86.7%). Responden berusia 31-40 tahun sebanyak 6 orang (10.0%). Responden berusia 41-45 tahun sebanyak 1 orang (1.7%) dan Responden berusia >45 tahun sebanyak 1 orang (1.7%). Artinya responden terbanyak adalah berusia 21-30 tahun.

3. Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.3

Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
PNS	1	1.7	1.7	1.7
Wiraswasta	3	5.0	5.0	6.7
Peg.Swasta	1	1.7	1.7	8.3
Mahasiswa	47	78.3	78.3	86.7
Lain-lainnya	8	13.3	13.3	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS. 2020.

Berdasarkan tabel 4.3 distribusi responden berdasarkan pekerjaan adalah PNS sebanyak 1 orang (1.7%). Wiraswasta sebanyak 3 orang (5.0%). Peg.swasta sebanyak 1 orang (1.7%). Mahasiswa sebanyak 47 orang (78.3%) dan Lain-lain, tuliskan sebanyak 8 orang (13.3%). Artinya responden terbanyak adalah mahasiswa.

4. Responden Berapa Tahun Menjadi Nasabah Bank Sumsel

Babel Syariah KCP UIN Raden Fatah Palembang

Tabel 4.4

Distribusi Responden Berapa Tahun Menjadi Nasabah

Bank Sumsel Babel Syariah KCP UIN Raden Fatah

Palembang

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1 tahun	4	6.7	6.7	6.7
2 tahun	2	3.3	3.3	10.0
Valid 3 tahun	25	41.7	41.7	51.7
>4 tahun	29	48.3	48.3	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS. 2020.

Berdasarkan tabel 4.4 distribusi responden berdasarkan berapa tahun menjadi nasabah Bank Sumsel Babel Syariah KCP UIN Raden Fatah Palembang adalah Responden 1 tahun sebanyak 4 orang (6.7%). Responden 2 tahun sebanyak 2 orang (3.3%). Responden 3 tahun sebanyak 25 orang (41.7%). Responden >4 tahun sebanyak 29 orang (48.3%). Artinya responden terbanyak adalah >4 tahun.

C. Hasil Penelitian

1. Uji Instrumen Data

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji valid dan tidaknya pernyataan yang diajukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} . Uji validitas dikatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pernyataan kuesioner dinyatakan valid. akan tetapi jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pernyataan kuesioner dinyatakan tidak valid. Berdasarkan dengan *degree of freedom* (df) = $n-2$, dalam hal ini n merupakan jumlah sampel. Pada penelitian ini jumlah sampel (n) sejumlah 60 orang. Maka (df) = $60-2= 58$. Adapun dengan tingkat signifikan level 5% atau 0,05. Sehingga r_{tabel} pada penelitian ini adalah 0,254.

Tabel 4.5**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item Pertanyaan	Corrected Item- Total Correlation	r Tabel	Ket
Corporate Social Responsibility (X1)	X1.1	.790	0.254	Valid
	X1.2	.842	0.254	Valid
	X1.3	.736	0.254	Valid
	X1.4	.800	0.254	Valid
	X1.5	.850	0.254	Valid
	X1.6	.673	0.254	Valid
Corporate Image (X2)	X2.1	.706	0.254	Valid
	X2.2	.787	0.254	Valid
	X2.3	.740	0.254	Valid
	X2.4	.727	0.254	Valid
	X2.5	.783	0.254	Valid
	X2.6	.715	0.254	Valid
	X2.7	.701	0.254	Valid
	X2.8	.712	0.254	Valid
Kepuasan Nasabah (Y)	Y.1	.716	0.254	Valid
	Y.2	.676	0.254	Valid

	Y.3	.823	0.254	Valid
	Y.4	.814	0.254	Valid
	Y.5	.731	0.254	Valid
	Y.6	.716	0.254	Valid
	Y.7	.716	0.254	Valid
	Y.8	.761	0.254	Valid
	Y.9	.743	0.254	Valid
	Y.10	.768	0.254	Valid

Sumber: Data primer yang diolah 2020.

Berdasarkan tabel 4.5 hasil uji validitas bahwa seluruh r_{hitung} lebih besar dibandingkan r_{tabel} . Artinya pertanyaan pada penelitian ini dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsisten alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan *reliable* apabila jawaban seseorang terhadap pertanyaan-pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Metode yang sering digunakan dalam penelitian untuk mengukur skala likert adalah *Cronbach Alpha* $\geq 0,60$.

Tabel 4.6

Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Jumlah Item	<i>Cronbach's Alpha</i>	Ket
Corporate Social Responsibility (X1)	6	.874	Reaibel
Corporate Image (X2)	8	.874	Reaibel
Kepuasan Nasabah (Y)	10	.911	Reaibel

Sumber: Data primer yang diolah 2020.

Berdasarkan tabel 4.6 hasil uji reabilitas bahwa masing-masing variabel mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,60. Artinya data tersebut dikatakan Reliabel untuk pengukuran data penelitian.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik ialah yang memiliki data yang terdistribusi normal. Uji normalitas menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*, dengan melihat nilai *Asymp.Sig.* > 0,05.

Tabel 4.7

Hasil Uji Kolmogrov-Smirnov

Uji K-S	Unstandardized Residual
N	60
Kolmogrov-Smirnov Z	0.730
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.662

Sumber: Data primer yang diolah 2020.

Berdasarkan tabel 4.7 hasil uji Kolmogrov-Smirnov bahwa nilai *Asym. Sig.* 0.662. Artinya dapat dinyatakan bahwa residual data berdistribusi normal dan model regresi telah memenuhi asumsi normalitas, serta pengujian data dapat dilanjutkan.

b. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linier pengujian pada SPSS dengan menggunakan *Tes For Linierity* dengan taraf signifikan 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikan (*Linierity*) < 0,05.

Tabel 4.8

Hasil Uji Linieritas Kepuasan Nasabah dan *Corporate Social Responsibility* (X1)

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
kepuasan nasabah * corporate social responsibility		(Combined)	8.381	12	.698	7.567	.000
	Between Groups	Linearity	6.269	1	6.269	67.91	.000
		Deviation from Linearity	2.113	11	.192	2.081	.041
	Within Groups		4.338	47	.092		
	Total		12.719	59			

Sumber: Hasil pengolahan Data SPSS. 2020.

Berdasarkan tabel 4.8 hasil uji linieritas Kepuasan Nasabah dan *Corporate Social Responsibility* diperoleh nilai *Sig. Linearity* sebesar $0.000 < \alpha = 0,05$. Artinya regresi linear dapat dipergunakan untuk menjelaskan pengaruh antara *Corporate Social Responsibility* dan Kepuasan Nasabah.

Tabel 4.9

Hasil Uji Linieritas Kepuasan Nasabah dan *Corporate Image* (X2)

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
(Combined)			8.620	11	.784	9.174	.000
kepuasan nasabah * corporate image	Between Groups	Linearity	6.676	1	6.676	78.166	.000
		Deviation from Linearity	1.943	10	.194	2.275	.028
	Within Groups		4.100	48	.085		
	Total		12.719	59			

Sumber: Hasil pengolahan Data SPSS. 2020.

Berdasarkan tabel 4.9 Hasil uji linieritas Kepuasan Nasabah dan *Corporate Image* diperoleh nilai *Sig. Linearity* sebesar $0.000 < \alpha = 0,05$. Artinya regresi linear dapat dipergunakan untuk menjelaskan pengaruh antara *Corporate Image* dan Kepuasan Nasabah.

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya kolerasi antara variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi antara variabel bebas. Uji multikolinieritas

dapat melakukan dengan melihat VIF (*Variance Inflation Factors*) < 10,00 dan nilai *tolerance* > 0,10.

Tabel 4.10

Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Coefficients ^a	
	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 corporate social responsibility	.664	1.505
corporate image	.664	1.505

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

Sumber: Hasil pengolahan Data SPSS. 2020.

Berdasarkan tabel 4.10 hasil uji multikolinieritas bahwa nilai *Tolerance* seluruh variable independen > 0,10 dan nilai *Variable Inflation Factor* (VIF) seluruh variable independen < 10. Artinya tidak terjadi multikolinieritas.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menggunakan uji Glejser, uji glejser ini adalah dengan cara meregresikan variabel independent terhadap nilai absolute residual atau Abs_RES dengan rumus persamaan regresinya adalah: $[Ut] = a + BXt$

+ vt. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas, dapat dilihat jika signifikan kolerasi > 0,005. maka pada model regresi tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Tabel 4.11

Hasil uji Heterokedastisitas Glejser

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.832	.221		3.773	.000
1 corporate social responsibility	-.033	.052	-.097	-.641	.524
corporate image	-.109	.058	-.288	-1.894	.063

a. Dependent Variable: res2

Sumber: Hasil pengolahan Data SPSS. 2020.

Berdasarkan tabel 4.11 Hasil uji heterokedastisitas glejser menunjukkan nilai variabel X_1 hasil signifikan $0.524 > 0.05$, X_2 $0.063 > 0.05$. Artinya bahwa tidak terjadi masalah heterokedastisitas dalam model regresi.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda yaitu suatu model linier regresi yang variabel terikatnya merupakan fungsi linier dari beberapa variabel bebas Regresi linier berganda bermanfaat untuk meneliti pengaruh beberapa variabel yang berkorelasi dengan variabel yang diuji. Hasil analisis regresi linier berganda pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.12

Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.622	.366		1.700	.095
1 Corporate Social Responsibility	.379	.086	.425	4.388	.000
Corporate Image	.472	.096	.478	4.939	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Hasil pengolahan Data SPSS. 2020.

Berdasarkan tabel 4.12 koefisien regresi masing-masing variabel dengan menggunakan SPSS, diperoleh persamaan regresi linier berganda dapat dituliskan sebagai berikut:

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

$$Y = 0.622 + 0.379X_1 + 0.472X_2 + e$$

- a. Nilai konstanta (a) adalah 0.622 artinya apabila seluruh variabel bebas (X) nilainya 0, artinya kepuasan nasabah (Y) adalah sebesar 0.622.
- b. Nilai koefisien variabel *Corporate Social Responsibility* (b_1) bernilai sebesar 0.379. Artinya bahwa setiap peningkatan *Corporate Social Responsibility* sebesar satu-satuan maka tingkat kepuasan nasabah juga akan meningkat sebesar 0.379 dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.
- c. Nilai koefisien *Corporate Image* (b_2) bernilai sebesar 0.472. Artinya bahwa setiap peningkatan *Corporete Image* sebesar satu-satuan maka tingkat kepuasan nasabah juga akan meningkat sebesar 0.472 dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.

4. Uji Hipotesis

a. Uji T (Parsial)

Uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas (*independent*) secara individual dalam menerangkan variabel terikat (*dependent*).

H_0 : tidak berpengaruh antara variabel *Corporate Social Responsibility* dan *Corporate Image* secara simultan terhadap kepuasan nasabah.

H_a : ada pengaruh antara variabel *Corporate Social Responsibility* dan *Corporate Image* secara simultan terhadap kepuasan nasabah.

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_a ditolak dan H_0 diterima

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak.

Nilai $t_{tabel} = (\alpha/2 ; n - k - 1)$

Dimana:

α = nilai signifikansi = 0,05

k = jumlah variabel bebas = 2

n = jumlah responden = 60

dalam penelitian ini, menghasilkan $t_{\text{tabel}} = (0.05/2 ; 60 - 2 - 1) = (0,025 ; 57) = 2.000$ sehingga nilai t_{tabel} sebesar 2.000

Tabel 4.13

Uji T

Model	Coefficients ^a			T	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.622	.366		1.700	.095
1 Corporate Social Responsibility	.379	.086	.425	4.388	.000
Corporate Image	.472	.096	.478	4.939	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Hasil pengolahan Data SPSS. 2020.

Berdasarkan tabel 4.13 hasil uji T adalah sebagai berikut:

- a. Pada variabel *Corporate Social Responsibility* (X1) t_{hitung} sebesar $4.388 > t_{\text{tabel}} 2.000$ dan nilai signifikan sebesar $0.000 < 0.05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak. Berarti ada pengaruh positif dan signifikan pada *Corporate Social Responsibility* (X1) terhadap kepuasan nasabah.

b. Pada variabel *Corporate Image* (X2) t_{hitung} sebesar $4.939 > t_{tabel}$ 2.000 dan nilai signifikan sebesar $0.000 < 0.05$. sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak. Berarti ada pengaruh positif dan signifikan pada *Corporate Image* (X2) terhadap kepuasan nasabah.

b. Uji F (Simultan)

Uji F menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model regresi mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

H_o : tidak berpengaruh antara variabel *Corporate Social Responsibility* dan *Corporate Image* secara simultan terhadap kepuasan nasabah.

H_a : ada pengaruh antara variabel *Corporate Social Responsibility* dan *Corporate Image* secara simultan terhadap kepuasan nasabah.

Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ H_a diterima dan H_o ditolak

Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ H_a ditolak dan H_o diterima

F_{tabel} dapat dilihat dengan menggunakan rumus $df = n - k$. dari rumus tersebut dapat diketahui F_{tabel} dengan nilai hasil uji F adalah sebagai berikut: 2.76.

Tabel 4. 14

Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	8.202	2	4.101	51.746	.000 ^b
Residual	4.517	57	.079		
Total	12.719	59			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Corporate Image, Corporate Social Responsibility

Sumber: Hasil pengolahan Data SPSS. 2020.

Berdasarkan tabel 4.14 hasil uji F maka dapat diketahui bahwa pengaruh antara variabel independen dan variabel menunjukkan hasil pengaruh secara simultan. Hal tersebut dilihat dari uji F yang menunjukkan bahwa $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ ($51.746 > 2.76$) sehingga H_a diterima dan H_0 ditolak.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) adalah suatu nilai yang menggambarkan seberapa besar perubahan atau variasi dalam variabel terikat yang diterangkan oleh variabel-variabel bebas. Hasil perhitungan *Adjusted R Square* dapat dilihat di *model summary*. Pada kolom *Adjusted R Square* diketahui persentase yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel yang lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian. Dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.15

Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.803 ^a	.645	.632	.28152

a. Predictors: (Constant), Corporate Image, Corporate Social Responsibility

Sumber: Hasil pengolahan Data SPSS. 2020.

Berdasarkan tabel 4.15 dapat dilihat pada kolom *Adjusted R Square* diketahui jumlah persentase total variasi dalam variabel dependen yang diterangkan oleh variabel independen adalah sebesar

0.632 atau 63,2%. Hal ini berarti besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah 63,2% sedangkan sisanya $(100 - 63,2\%) = 36,8\%$). Dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar *Corporate Social Responsibility*, *Corporate Image* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Sumsel Babel Syariah KCP UIN Raden Fatah Palembang. Pembahasan dan hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $4.388 > t_{tabel} 2.000$ dan nilai signifikan sebesar $0.000 < 0.05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak. Artinya secara parsial variabel *Corporate Social Responsibility*

(X1) Berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y).

Hal ini menunjukkan adanya penilaian yang baik mengenai *Corporate Social Responsibility* yang ada di Bank Sumsel Babel Syariah KCP UIN Raden Fatah Palembang, karena memiliki kegiatan yang lebih dibanding dengan kegiatan *Corporate Social Responsibility* lainnya. Dan sesuai dengan kegiatan-kegiatan yang dapat meningkatkan perekonomian masyarakat, mempunyai kepedulian tinggi terhadap masyarakat dan mampu memenuhi kebutuhan masyarakat. Semakin istimewa kegiatan *Corporate Social Responsibility* maka akan membuat kepuasan nasabah terhadap Bank Sumsel Babel Syariah KCP UIN Raden Fatah Palembang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yunita Kurnia Sari yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Relationship Marketing*, dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Loyalitas dan Kepuasan Nasabah Bank BRI Cabang Tebing Tinggi menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

2. Pengaruh *Corporate Image* terhadap Kepuasan Nasabah

Pada variabel *Corporate Image* (X2) t_{hitung} sebesar 4.939 > t_{tabel} 2.000 dan nilai signifikan sebesar $0.000 < 0.05$. sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak. Yang artinya secara parsial variabel *Corporate Image* (X2) Berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y).

Hal ini menunjukkan adanya penilaian yang baik mengenai *Corporate Image* yang ada di Bank Sumsel Babel Syariah KCP UIN Raden Fatah Palembang, karena memiliki reputasi yang lebih dibanding dengan *Corporate Image* lainnya. Sesuai dengan kepribadian, reputasi perusahaan dan nilai-nilai perusahaan yang baik dapat membuat kenyamanan terhadap nasabah. Semakin tinggi *Corporate Image* maka akan membuat kepuasan nasabah terhadap Bank Sumsel Babel Syariah KCP UIN Raden Fatah Palembang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Luh Ayu Mulyaningsih dan I Gst Agung Ketut Gede Suasana dengan penelitian yang berjudul Penaruh Kualtas

Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank OCBC NISP di Denpasar. Menunjukkan bahwa Citra Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

3. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Corporate Image* Terhadap Kepuasan Nasabah secara Simultan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ $51.746 > 2.76$ dengan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel bebas *Corporate Social Responsibility* dan *Corporate Image* secara simultan bersama-sama dan signifikan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Hal ini dikarenakan secara bersama-sama variabel *Corporate social Responsibility* dan *Corporate Image* menjadi referensi nasabah untuk selalu puas terhadap Bank Sumsel Babel Syariah KCP UIN Raden Fatah Palembang.