

BAB IV

DESKRIPSI DATA, PEMBUKTIAN HIPOTESIS DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Gambaran Umum Perusahaan

Dengan dikeluarkannya Undang-Undang No. 22 tahun 1999 tentang Pemerintah Daerah dan Peraturan Pemerintah No. 25 tentang Kewenangan Pemerintah dan Kewenangan Propinsi sebagai daerah otonom, maka kewenangan otonom saat ini telah diserahkan kepada daerah. Kewenangan tersebut mencakup penanganan segala urusan rumah tangga daerah sebagai lembaga berikut perangkatnya. Serta untuk meningkatkan dan mendayagunakan potensi ekonomi daerah dalam rangka meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Pemerintah Kabupaten Sumenep sangat memerlukan peran lembaga keuangan yang diharapkan dapat memenuhi tujuan tersebut. Dimana pada gilirannya Lembaga Keuangan tersebut diharapkan dapat meningkatkan dan mendayagunakan perekonomian daerah guna mencapai kesejahteraan masyarakat daerah secara merata.

Bentuk lembaga keuangan yang sesuai dengan kondisi daerah Sumenep yang sangat ideal adalah Lembaga Keuangan Mikro, dalam hal ini adalah Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS).¹ Untuk memenuhi maksud dan tujuan tersebut diatas Pemerintah Kabupaten Sumenep melakukan akuisisi bank Perkreditan Rakyat yang berdomosili di Sidoarjo yaitu PT. BPR DANA MERAPI untuk kemudian direlokasi ke Kabupaten Sumenep. Untuk melakukan akuisisi terhadap PT. BPR Dana Merapi Pemkab Sumenep membuat Memorandum of Understanding (MOU) dan

¹ Arsip Company profile PT. BPRS Bhakti Sumekar.

Surat Perjanjian Kerja Sama Pendirian Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) di Kabupaten Sumenep Nomor 910/608b/435.304/200-1011/BMI/PKS/XII/2001 yang ditandatangani oleh Bupati Sumenep dan PT Bank Syari'ah Muamalat Indonesia, Tbk pada tanggal 27 Desember 2001. Dalam MOU tersebut pihak PT. Bank Muamalat sebagai pelaksana dalam proses pengambilalihan BPR serta bertanggung jawab terhadap pemberian konsultasi untuk perijinan, rekrutmen, pelatihan dan pembinaan.

a. Logo BPRS Bhakti Sumekar



Logo BPRS Bhakti Sumekar menyerupai bunga mercah yang mencerminkan kegigihan, kekeluasan, semangat, dan keramahan dalam semua aspek bisnis di lingkungan masyarakat yang diharapkan terus mercah dan berkembang.

b. Visi, Misi dan Motto Perusahaan

1) Visi

Terwujudnya masyarakat yang makin sejahtera dengan dilandasi nilai-nilai agama dan budaya.

2) Misi

- a. Intermediasi antar pelaku ekonomi yang berlebih dengan yang kurang dalam permodalan berdasar syariah.
- b. Membantu melaksanakan pemberdayaan pengusaha ekonomi kecil dan menengah.
- c. Mengupayakan peningkatan Pendapatan Asli Daerah.

c. Motto

“ Mitra Dalam Bermuamalah”.

d. Produk-Produk

1) Produk Simpanan

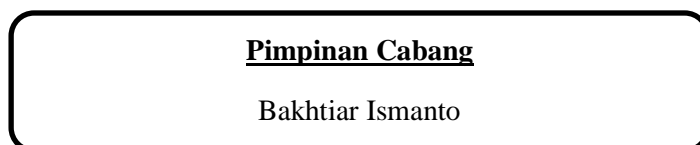
- a) Tabungan Barokah
- b) Tabungan SIMPEL (Simpanan Pelajar)
- c) Tabungan Tahara (Tabungan Hari Raya)
- d) Tabungan Qurban
- e) Tabungan Haji Barokah
- f) Deposito Mudharobah

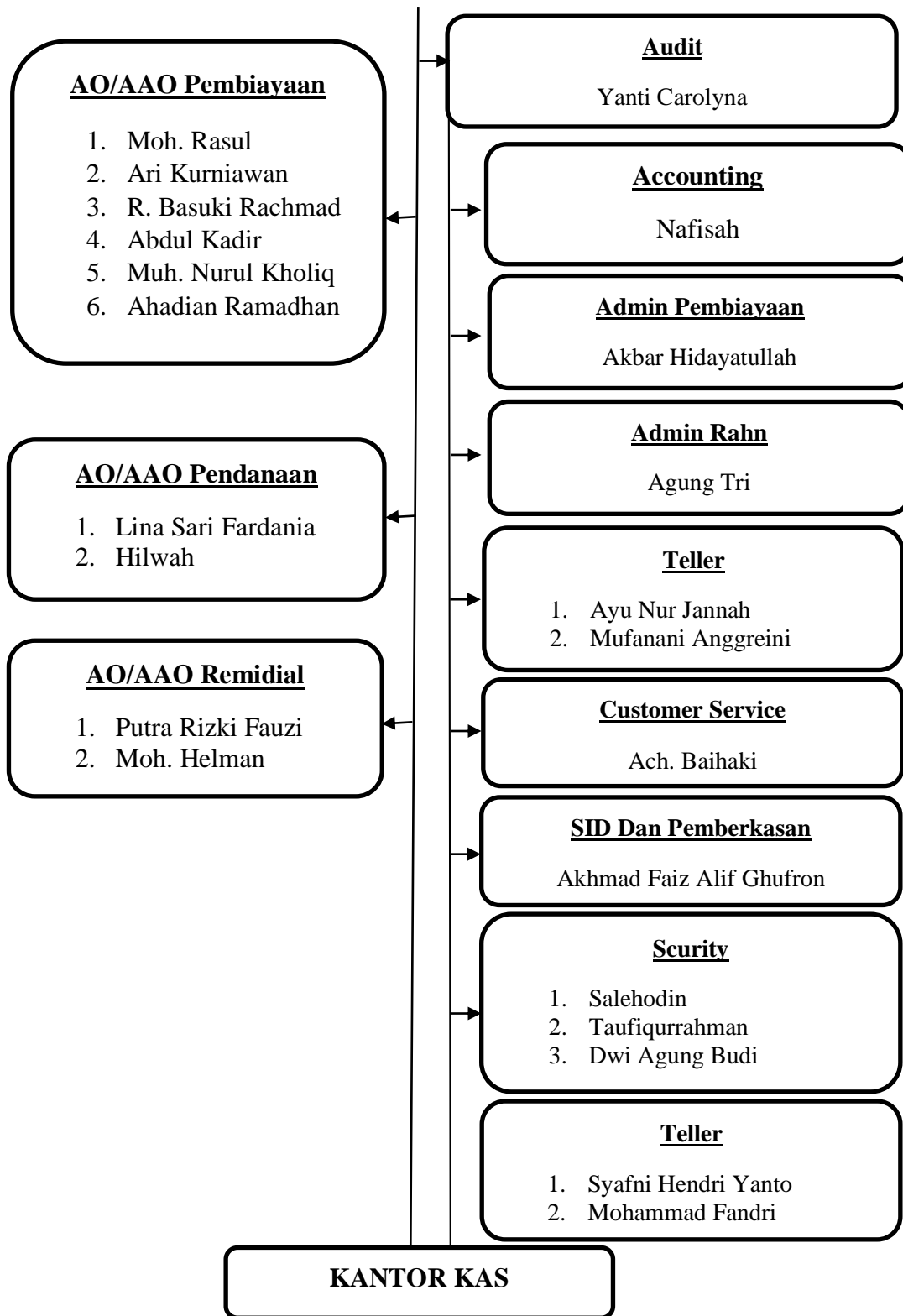
2) Produk Pembiayaan

- a) Pembiayaan UMKM
- b) Pembiayaan Serba Guna
- c) Gadai Emas/Rahn
- d) Pembiayaan Sadar Bersih (Sanitasi Air Bersih)
- e) Pembiayaan KPR (Kepemilikan Rumah)
- f) Pembiayaan Pensiunan
- g) Pembiayaan Kepemilikan Emas
- h) Pembiayaan Kendaraan Bermotor

2. Struktur BPRS Bhakti Sumekar

Gambar 4.1





1. Deskripsi Data Penelitian dan Responden

a. Deskripsi Data Penelitian

Dalam penelitian ini, penelitian menyebarkan kuesioner dengan mengambil 100 responden nasabah BPRS. Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan. Karakteristik responden dalam penelitian ini berdasarkan usia dan jenis kelamin.

Syarat pengelolaan data dengan alat analisis SPSS sampel dapat terpenuhi. Berikut rincian pengumpulan data penelitian dengan kuesioner.

Tabel 4.1

Rincian Penerimaan dan Pengambilan Kuesioner

Kuesioner yang disebarkan	100
Kuesioner yang tidak kembali	0
Kuesioner yang kembali	100
Kuesioner yang digugurkan	0
Kuesioner yang digunakan	100
Tingkat pengembalian	100%
Tingkat pengembalian yang digunakan	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa jumlah kuesioner yang disebarkan adalah 100, kuesioner yang digunakan juga berjumlah jadi tingkat pengembalian yang digunakan 100%.

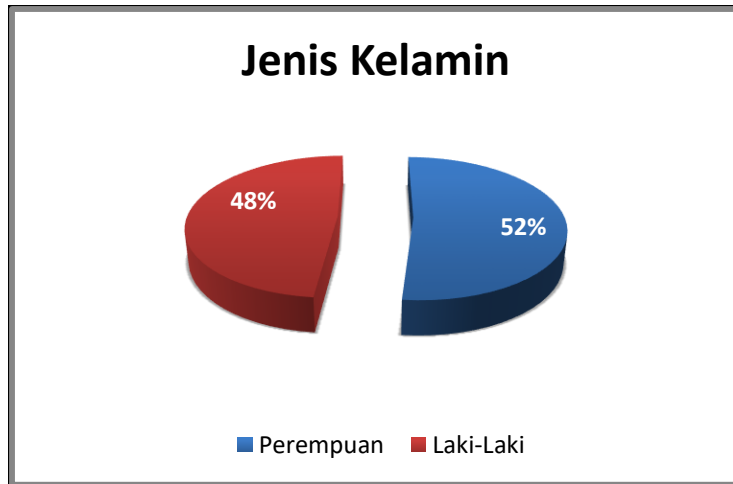
b. Deskripsi Data Responden

Responden dalam penelitian ini memiliki beberapa karakteristik. Karakteristik penelitian terdiri atas:

1) Jenis Kelamin Responden

Gambar 4.2

Jenis Kelamin Responden



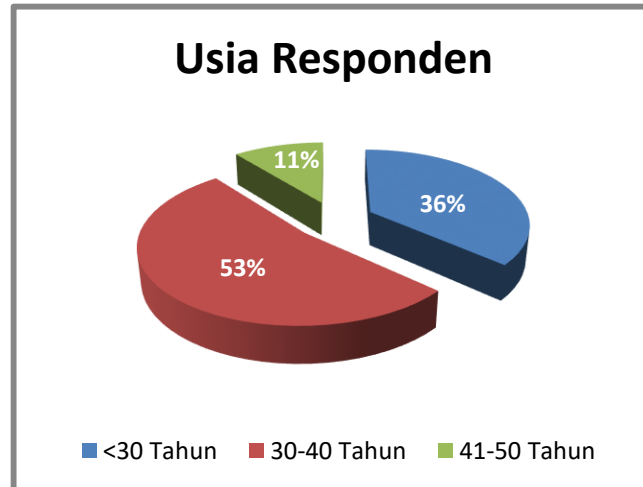
Berdasarkan gambar 4.2 Tersebut, dapat diketahui informasi responden untuk yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 48 orang dengan persentase 48% dan untuk jenis kelamin perempuan berjumlah 52 orang dengan persentase 52%.

2) Usia Responden

Deskripsi data responden yang menggambarkan keadaan atau kondisi responden merupakan informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil peneliti. Data tentang usia responden dalam penelitian ini, peneliti mengelompokkan menjadi tiga kategori, yaitu usia <30 Tahun, 30-40 Tahun, dan 41-50 Tahun. Kategori usia tersebut merupakan usia nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan yang diambil sebagai reponden pada penelitian ini sebagai berikut :

Gambar 4.3

Usia Responden



Berdasarkan gambar 4.3 diatas, dapat diketahui bahwa usia nasabah BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan yang diambil sebagai responden yaitu <30 Tahun sebanyak 36 orang dengan persentase 36%, 30-40 Tahun sebanyak 53 orang dengan persentase 53% dan untuk nasabah yang berusia 41-50 Tahun sebanyak 11 orang dengan persentase 11%.

c. Deskripsi Variabel Penelitian

Tanggapan nasabah yang berpartisipasi pada penelitian (responden) mengenai Pengaruh *Service Excellence* dan *Corporate Image* terhadap *Customer Satisfaction* di Bprs Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan dapat dijelaskan melalui tanggapan responden. Variabel Independent terdiri dari *Service Excellence* (X1) dengan jumlah pernyataan 6 butir, *Corporate Image* (X2) dengan jumlah pernyataan 4 butir, dan *Customer Satisfaction* (Y) dengan jumlah pernyataan 6 butir. Sehingga jumlah keseluruhan pernyataan sebanyak 16 butir. Hasil jawaban dari responden selanjutnya dikelompokkan dengan menghitung frekuensi dan persentasenya. Hasil pengelompokan tersebut sebagai berikut:

Tabel 4.2

Tanggapan Responden Tentang Variabel Service Excellence (X1)

No. Item	SS		S		RG		TS		STS		TOTAL
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	53	53%	47	47%	-	-	-	-	-	-	100
2	55	55%	45	45%	-	-	-	-	-	-	100
3	44	44%	56	56%	-	-	-	-	-	-	100
4	52	52%	48	48%	-	-	-	-	-	-	100
5	61	61%	39	39%	-	-	-	-	-	-	100
6	58	58%	42	42%	-	-	-	-	-	-	100
Total	323	-	277	-	-	-	-	-	-	-	600

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah pada 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden pada item-item *service excellence* yaitu:

Pernyataan tentang “*Customer Service* dan *Teller* BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan melayani dengan penampilan (*performance*) yang sopan dan serasi dalam hal penampilan” pada item-1 mendapatkan respon sangat setuju sebanyak dua puluh lima responden, sedangkan yang merespon setuju sebanyak empat puluh tujuh responden.

Pernyataan tentang “*Customer Service* dan *Teller* BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan mencurahkan perhatian penuh kepada pelanggan” pada item-2 mendapatkan respon sangat setuju sebanyak lima puluh lima responden, respon setuju sebanyak empat puluh lima responden,

Pernyataan tentang “*Customer Service* dan *Teller* selalu mencatat setiap pesan yang diinginkan dan dikeluhkan oleh nasabah BPRS. Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan” pada item-3 mendapatkan respon sangat setuju sebanyak empat puluh empat responden, sedangkan yang merespon setuju sebanyak lima puluh ena, responden.

Pernyataan tentang “Pegawai (*Customer Service* dan *Teller*) mampu berkomunikasi dengan baik dengan nasabah BPRS. Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan” pada item-4 mendapatkan respon sangat setuju sebanyak lima puluh dua responden, sedangkan yang merespon setuju sebanyak empat puluh delapan responden.

Pernyataan tentang “Penampilan fisik pegawai BPRS. Bhakti Sumekar (*Customer Service* dan *Teller*) rapi dalam melayani nasabah BPRS. Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan” pada item-5 mendapatkan respon sangat setuju sebanyak enam puluh satu responden, lebih sedangkan yang merespon setuju sebanyak tiga puluh sembilan responden.

Pernyataan tentang “Pegawai BPRS Bhakti Sumekar (*Customer Service* dan *Teller*) bertanggung jawab atas pelayanan yang diberikan” pada item-6 mendapatkan respon sangat setuju sebanyak lima puluh delapan responden, sedangkan yang merespon setuju sebanyak empat puluh dua responden.

$$\begin{aligned}
 \text{Skor} &= \frac{((\sum SS \times 5) + (\sum S \times 4) + (\sum N \times 3) + (\sum TS \times 2) + (\sum STS \times 1))}{(n \times 5 \times 6)} \times 100\% \\
 &= \frac{((323 \times 5) + (277 \times 4) + (0 \times 3) + (0 \times 2) + (0 \times 1))}{(100 \times 5 \times 6)} \times 100\% \\
 &= \frac{1615 + 1108 + 0 + 0 + 0}{3000} \times 100\% \\
 &= \frac{2723}{3000} \times 100\% \\
 &= 90,76\%
 \end{aligned}$$

Secara kontinum 90% termasuk kategori sangat kuat karena berada diantara 80%-100%.

Tabel 4.3

Tanggapan Responden Tentang Variabel Corporate Image (X2)

No. Tem	SS		S		RG		TS		STS		TOTAL
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	70	70%	30	30%	-	-	-	-	-	-	100
2	68	68%	32	32%	-	-	-	-	-	-	100
3	51	51%	49	49%	-	-	-	-	-	-	100
4	50	50%	50	50%	-	-	-	-	-	-	100
Total	239	-	161	-	-	-	-	-	-	-	400

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah pada 2021

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa tanggapan responden pada item-item *Corporate Image* yaitu:

Pernyataan tentang “Citra perusahaan BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan terpercaya di mata umum” pada item-7 mendapatkan respon sangat setuju sebanyak tujuh puluh responden, sedangkan yang merespon setuju sebanyak tiga puluh responden.

Pernyataan tentang “Logo BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan menarik dan dapat dengan mudah diketahui” pada item-8 mendapat respon sangat setuju sebanyak enam puluh delapan responden, sedangkan yang merespon setuju sebanyak tiga puluh dua responden.

Pernyataan tentang “Saya memilih BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan karena sudah lama berdiri” pada item-9 mendapatkan respon sangat setuju sebanyak lima puluh satu responden, sedangkan yang merespon setuju sebanyak empat puluh sembilan responden,

Pernyataan tentang “BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan merupakan perusahaan perbankan syariah yang memiliki nama besar/nama baik” pada item-10 mendapatkan respon sangat setuju sebanyak lima puluh responden, sedangkan yang merespon setuju sebanyak lima puluh responden.

$$\begin{aligned}
\text{Skor} &= \frac{(\sum SS \times 5) + (\sum S \times 4) + (\sum N \times 3) + (\sum TS \times 2) + (\sum STS \times 1)}{(n \times 5 \times 4)} \times 100\% \\
&= \frac{((239 \times 5) + (161 \times 4) + (0 \times 3) + (0 \times 2) + (0 \times 1))}{(100 \times 5 \times 4)} \times 100\% \\
&= \frac{1195 + 644 + 0 + 0 + 0}{2000} \times 100\% \\
&= \frac{1839}{2000} \times 100\% \\
&= 92\%
\end{aligned}$$

Secara kontinum 92% termasuk kategori sangat kuat karena berada diantara 80%-100%.

Tabel 4.4

Tanggapan Responden Tentang Variabel Customer Satisfaction (Y)

No. Item	SS		S		RG		TS		STS		TOTAL
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	50	50%	36	36%	14	14%	-	-	-	-	100
2	53	53%	44	44%	3	3%	-	-	-	-	100
3	47	47%	53	53%	-	-	-	-	-	-	100
4	52	52%	47	47%	1	1%	-	-	-	-	100
5	39	39%	51	51%	10	10%	-	-	-	-	100
6	32	32%	50	50%	18	18%	-	-	-	-	100
Total	273	-	281	-	46	-	-	-	-	-	600

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah pada 2020

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden pada item-item *Customer Satisfaction* yaitu:

Pernyataan tentang “Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan” pada item-11 mendapatkan respon sangat setuju sebanyak lima puluh responden, sedangkan yang merespon setuju sebanyak tiga puluh enam responden dan empat belas responden merespon ragu-ragu.

Pernyataan tentang “Saya tidak terpengaruh dari produk-produk lembaga keuangan syariah lain” pada item-12 mendapatkan respon sangat setuju sebanyak lima puluh tiga responden, respon setuju sebanyak empat puluh empat responden, dan tiga responden yang merespon ragu-ragu.

Pernyataan tentang “Saya merasa puas dengan pelayanan dan keramahan yang diberikan pegawai BPRS. Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan dan sesuai harapan” pada item-13 mendapatkan respon sangat setuju sebanyak empat puluh tujuh responden, sedangkan yang merespon setuju sebanyak lima puluh tiga responden.

Pernyataan tentang “Saya merasa puas terhadap fasilitas yang ada di BPRS. Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan sangat lengkap sehingga saya akan menggunakan jasa bank kembali” pada item-14 mendapatkan respon sangat setuju sebanyak lima puluh dua responden, sedangkan yang merespon setuju sebanyak empat puluh tujuh responden, dan satu responden merespon ragu-ragu.

Pernyataan tentang “Saya bersedia untuk merekomendasikan BPRS. Bhakti Sumekar pada orang lain” pada item-15 mendapatkan respon sangat setuju sebanyak tiga puluh sembilan responden, sedangkan yang merespon setuju sebanyak lima puluh satu responden dan sepuluh responden ragu-ragu.

Pernyataan tentang “BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan menyediakan sarana untuk melakukan (komplain) seperti adanya *Customer Service*” pada item-16 mendapatkan respon sangat setuju sebanyak tiga puluh dua responden, sedangkan yang merespon setuju sebanyak lima puluh responden, dan delapan belas responden ragu-ragu.

$$\begin{aligned}
\text{Skor} &= \frac{(\sum SS \times 5) + (\sum S \times 4) + (\sum N \times 3) + (\sum TS \times 2) + (\sum STS \times 1)}{(n \times 5 \times 4)} \times 100\% \\
&= \frac{((273 \times 5) + (281 \times 4) + (46 \times 3) + (0 \times 2) + (0 \times 1))}{(100 \times 5 \times 6)} \times 100\% \\
&= \frac{1365 + 1124 + 138 + 0 + 0}{3000} \times 100\% \\
&= \frac{2397}{3000} \times 100\% \\
&= 80\%
\end{aligned}$$

Secara kontinum 80% termasuk kategori sangat kuat karena berada diantara 80%-100%.

d. Uji Kualitas Data

Tujuan dari pengujian ini adalah untuk mengetahui apakah setiap item pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini layak atau tidak untuk dipakai. Peneliti mengajukan kuesioner yang berisi 16 butir pernyataan, 6 butir pernyataan untuk variabel *Service Excellence*, 4 pernyataan untuk variabel *Corporate Image*, dan 6 butir pernyataan untuk variabel *Customer Satisfaction*.

1) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid tidaknya suatu kuesioner tersebut mampu membuktikan suatu variabel yang seharusnya diukur dan diuji *pearson correlation*. Untuk mengetahui tingkat validitas maka dilakukan uji signifikan yaitu dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = n - 2, n

merupakan jumlah sampel dan α ($\alpha = 5\%$). Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dan nilai r positif, maka setiap pernyataan dikatakan valid begitupun sebaliknya.

Penelitian ini besarnya df yakni $100 - 2$ atau 98 dan α ($\alpha = 5\%$ atau $0,05$) hasilnya diperoleh r_{tabel} $0,1966$. Jika r_{hitung} lebih besar dari pada r_{tabel} dan nilai r positif maka setiap pernyataan dikatakan valid, begitupun sebaliknya apabila r_{hitung} lebih kecil dari pada r_{tabel} maka setiap pernyataan dikatakan tidak valid. Berikut adalah hasil uji validitas:

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Koefisien Korelasi	Validitas
<i>Service Excellence</i>	X1.1	0,632**	Valid
	X1.2	0,687**	Valid
	X1.3	0,660*	Valid
	X1.4	0,738**	Valid
	X1.5	0,377**	Valid
	X1.6	0,404**	Valid
<i>Corporate Image</i>	X2.1	0,637**	Valid
	X2.2	0,666**	Valid
	X2.3	0,897**	Valid
	X2.4	0,889**	Valid
<i>Customer Satisfaction</i>	Y.1	0,673*	Valid
	Y.2	0,546**	Valid
	Y.3	0,572**	Valid
	Y.4	0,480**	Valid
	Y.5	0,600**	Valid
	Y.6	0,795**	Valid

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai r_{hitung} pada kolom korelasi untuk tiap item pernyataan memiliki r_{hitung} yang lebih besar dan positif dibandingkan dengan r_{tabel} yaitu $0,1966$ dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan pada kuesioner penelitian adalah valid dan selanjutnya data tersebut dapat di uji ketahap berikutnya.

2) Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi jawaban responden atas kuesioner yang diberikan. Jika nilai *Cronbach's Alpha* (α) suatu variabel ≥ 0.60 maka indikator yang digunakan oleh variabel terikat (Y) tersebut reliabel. Jika nilai *cronbach's alpha* (α) suatu variabel < 0.60 maka indikator yang digunakan oleh variabel tersebut tidak reliabel.

Tabel 4.6

Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Nilai <i>Croncbach's Alpha</i>	Keterangan
X1	0,614 > 0,60	Reliabel
X2	0,781 > 0,60	Reliabel
Y	0, 674 > 0,60	Reliabel

Sumber: *Output SPSS, data primer yang diolah 2021*

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa hasil perhitungan uji realibilitas dari semua variabel yaitu reliabel, karena nilai *cronbach's alpha* berada diatas 0,60.

e. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk menilai baik atau tidaknya nilai regresi yang digunakan dalam penelitian ini. Uji asumsi klasik yang digunakan sebagai berikut:

1) Uji Multikolinearitas

Uji multikoliniearitas digunakan untuk menguji apakah model regresi terjadi korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi. Ada atau tidaknya multikolinearitas dapat dideteksi dengan beberapa cara, salah satunya dengan melihat nilai *tolerance* dan lawannya serta nilai VIF (*Varian Inflation Factor*). Jika nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10, maka tidak terjadi multikolinearitas. Hasil penguji multikolonearitas sebagai berikut:

Tabel 4.7

H

asil	Uji	Mult	ikoli	Coefficients ^a							
				Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
					B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	24,849	4,763		5,217	,000					
	Total_X1	,310	,125	,239	2,489	,015	,950	1,052			
	Total_X2	-,382	,145	-,254	-2,641	,010	,950	1,052			

a. Dependent Variable: Total_Y

nearitas

Berdasarkan hasil pengujian multikolinearitas diperoleh nilai *tolerance* variabel bebas *Service Excellence* dan *Corporate Image* masing-masing yaitu 0,950 dan 0,950; sedangkan nilai VIF masing-masing yaitu 1,052; dan 1,052. Hal ini menunjukkan nilai *tolerance* masing-masing variabel bebas sebesar $0,950 > 0,10$ dan $0,950 > 0,10$. Nilai VIF masing-masing yaitu $1,052 < 10$ dan $1,052 < 10$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa antara variabel bebas tidak terjadi multikolinearitas.

2) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Pada uji autokorelasi ini menggunakan uji Durbin Watson (DW) dengan cara membandingkan DW hitung dengan DW tabelnya.

Tabel 4.8

Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,386 ^a	,149	,131	2,111	2,113

a. Predictors: (Constant), Total_X2, Total_X1

b. Dependent Variable: Total_Y

Sumber: *Output* SPSS, 2021

Dari tabel diatas menyatakan jika nilai DW sebesar 2,113, maka untuk mengetahui ada tidaknya autokorelasi, nilai DW tersebut akan dibandingkan dengan nilai DW tabel sebagai berikut:

Tabel 4.9

Hasil Pengujian Autokorelasi

d_L	d_U	4 – d_L	4 – d_U	DW	Keputusan
1,6337	1,7152	2,3663	2,2848	2,113	Tidak terjadi autokorelasi

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah pada 2021

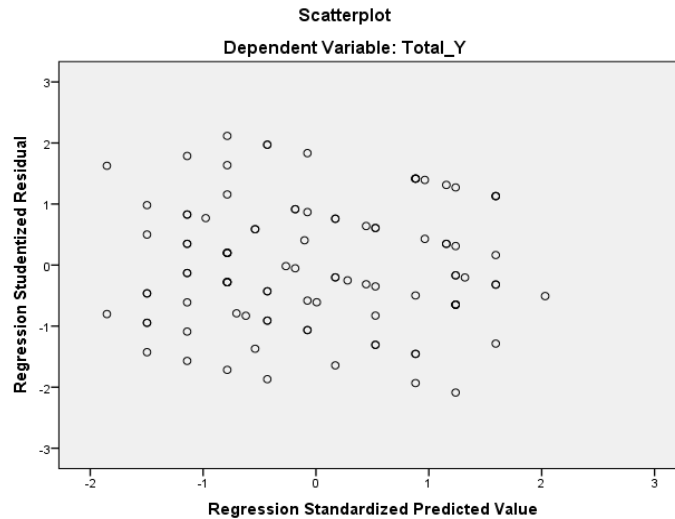
Nilai DW sebesar 2,113 lebih besar dari nilai $D_U = 1,7152$, sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi autokorelasi karena nilai DW lebih besar dari nilai D_U .

3) Uji Heterokodastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Deteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas salah satunya dengan menggunakan uji grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED sumbu Y yaitu Y yang telah diprediksi, dan sumbu X yaitu residual.

Gambar 4.4

Uji Heteroskedastisitas



Sumber: *Output SPSS, 2021*

Berdasarkan gambar diatas grafik scatterplot memperlihatkan bahwa titik-titik pada grafik tidak membentuk pola tertentu yang jelas, dimana titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga grafik tersebut tidak bisa dibaca dengan jelas. Hasil ini memperlihatkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas, artinya variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap.

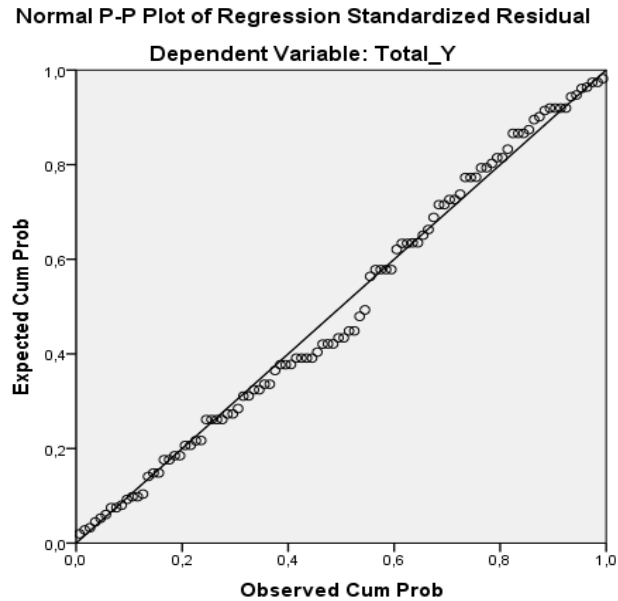
4) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel bebas dan terikat yang keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi normal atau tidak normal. Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan grafik normal *probability plot* dan *One-Sample Kolomogrovv-smirnov*.

Hasil uji normalitas menggunakan grafik normal *probability plot* yaitu:

Gambar 4.5

Hasil Uji Normalitas



Berdasarkan gambar diatas grafik normal probability plot menunjukkan bahwa data (titik-titik) menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Untuk lebih memastikan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas, maka dalam penelitian ini juga dilakukan *one sample Kolmogorov-smirnov*. Berikut hasil uji *one sample Kolmogorov-smirnov* sample sebagai berikut:

Tabel 4.10

Hasil Uji

Kolmogorov

Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,08942383
Most Extreme Differences	Absolute	,082
	Positive	,082
	Negative	-,049
Test Statistic		,082
Asymp. Sig. (2-tailed)		,094 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: *Ouput* SPSS, 2021

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan uji *one sample Kolmogorov-smirnov* diatas, diperoleh nilai *Kolmogorov-smirnov Z* sebesar 0,082 dengan signifikan 0,094 lebih dari 0,1 (sig > 0,1) ini berarti bahwa data berdistribusi normal.

B. Pembuktian Hipotesis

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk meramalkan nilai pengaruh dua variabel bebas *Service Excellence* dan *Corporate Image* atau lebih terhadap suatu variabel terikat yaitu *Customer Satisfaction*. Model regresi linear berganda sebagai berikut: $Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$.

Dari hasil analisis menggunakan SPSS versi 24, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.11

Hasil
Analisis
Regresi
Linear
Berganda

Coefficients ^a						
	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	24,849	4,763		5,217	,000
	Total_X1	,310	,125	,239	2,489	,015
	Total_X2	-,382	,145	-,254	-2,641	,010
a. Dependent Variable: Total_Y						

Sumber:

Ouput SPSS, 2021

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda diperoleh koefisien variabel independen *Service Excellence* (X1)= 0,310 dan *Corporate Image* (X2)= -0,382. Jadi model persamaan regresi yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: $Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$

Model persamaan regresi linear berganda tersebut sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar 24,849 menyatakan bahwa jika variabel X (*Service Excellence* dan *Corporate Image*) tidak dipertimbangkan (bernilai nol), maka *Customer Satisfaction* di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan bernilai 24,849.
- b. Nilai koefisien regresi variabel *Service Excellence* (X1) sebesar 0,310 artinya jika terjadi peningkatan sebesar 1 satuan pada variabel tersebut, maka *Customer satisfaction* di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan akan meningkat sebesar 0,310 dengan asumsi variabel-variabel yang lainnya dianggap tetap.
- c. Nilai koefisien regresi variabel *Corporate Image* (X2) sebesar -0,382 artinya jika terjadi penurunan sebesar 1 satuan pada variabel tersebut, maka *Customer satisfaction* di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan akan menurun sebesar -0,382 dengan asumsi variabel-variabel lainnya dianggap tetap.

2. Uji Parsial (Uji T)

Uji signifikan individual dua variabel bebas terhadap variabel terikat untuk mengukur secara terpisah kontribusi yang ditimbulkan dari masing-masing variabel terhadap variabel terikat, dengan $\alpha = 0,05$ dan pengambilan keputusan.

- a. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka variabel bebas tidak berpengaruh pada variabel terikat.
- b. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka variabel bebas berpengaruh pada variabel terikat.

Tabel 4.12

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	24,849	4,763		5,217	,000
	Total_X1	,310	,125	,239	2,489	,015
	Total_X2	-,382	,145	-,254	-2,641	,010
a. Dependent Variable: Total_Y						

Hasil Uji t

Sumber: *Ouput* SPSS, 2021

Berdasarkan hasil analisis uji t diatas, variabel *Service Excellent* (X1) diperoleh t_{hitung} sebesar 2,489 dengan taraf signifikan 0,015. Nilai t_{tabel} untuk model regresi tersebut yaitu 1,98447. Hasil uji tersebut menunjukkan nilai signifikan $0,015 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 2,489 > t_{tabel} 1,98447$, disimpulkan bahwa variabel *Service Excellence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer satisfaction*.

Variabel *Corporate Image* (X2) diperoleh t_{hitung} sebesar -2,641 dengan taraf signifikan 0,010. Nilai t_{tabel} untuk model regresi tersebut yaitu 1,98447. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikan $0,010 > 0,05$ dan nilai $t_{hitung} -2,641 < t_{tabel} 1,98447$, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel *Corporate Image* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer satisfaction*.

3. Uji Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mngetahui sejauh mana pengaruh secara simultan (bersama-sama) antara variabel independen terhadap variabel dependen, $\alpha = 0,05$ dan pengambilan keputusan.

a. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

b. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka variabel bebas berpengaruh pada variabel terikat.

Tabel 4.13

Hasil Uji f

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	75,506	2	37,753	8,473	,000 ^b
	Residual	432,204	97	4,456		
	Total	507,710	99			
a. Dependent Variable: Total_Y						
b. Predictors: (Constant), Total_X2, Total_X1						

Sumber: *Ouput SPSS, 2021*

Hasil uji F tersebut diperoleh F_{hitung} sebesar 8,473 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 (lebih kecil dari signifikansi 0,05), sedangkan nilai F_{tabel} sebesar 3,94 berarti nilai F_{hitung} $8,473 > F_{tabel}$ 3,94 dan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga keputusannya adalah variabel X (*Service Excellence* dan *Corporate Image*) secara simultan berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan.

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen dengan melihat *R Square*. Berikut hasil koefisien determinasi dari penelitian ini:

Tabel 4.14

Hasil

Uji R^2

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,386 ^a	,149	,131	2,111
a. Predictors: (Constant), Total_X2, Total_X1				

Berdasarkan tabel tersebut, hasil analisis koefisien determinasi terlihat bahwa besarnya R^2 adalah 0,149% atau 14,9%. Hal ini berarti sebesar 14,9% kemampuan model regresi pada penelitian ini dalam menerangkan variabel dependen, artinya 14,9% variabel keputusan nasabah dijelaskan oleh variasi variabel independen *Service Excellence* dan

Corporate Image, sedangkan sisanya ($100\% - 14,9\% = 85,1\%$) dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam analisis penelitian ini.

C. PEMBAHASAN

1. H1 : Pengaruh *Service Excellence* Secara Parsial Terhadap *Customer Satisfaction* BPRS. Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan

Dari hasil uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa besaran koefisien regresi variabel keamanan bernilai positif yang berarti *Service Excellence* berbanding lurus atau searah terhadap *Customer Satisfaction*. Berdasarkan hasil uji T (uji parsial) nilai t_{hitung} *Service Excellence* (X1) sebesar 2,489 dengan nilai signifikansi 0,015 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,98447. Hal ini menunjukkan bahwa nilai sig. $0,015 < 0,05$, dan nilai t_{hitung} $2,489 > t_{tabel}$ 1,98447. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya variabel *Service Excellence* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* BPRS. Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan.

Penelitian ini sesuai dengan penelitian Ayu Farida tentang Pengaruh pelayanan Prima Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah. Kedua penelitian tersebut membuktikan bahwa *Service Excellence* memberi pengaruh secara parsial terhadap *Customer Satisfaction*.²

Berdasarkan uraian diatas dapat diartikan bahwa *Service Excellence* akan meningkatkan kemampuan, sikap, penampilan, perhatian dan tindakan terhadap nasabah, juga berdampak pada kesuksesan lembaga. Baik buruknya layanan yang diberikan akan menentukan seberapa besar keberhasilan lembaga. Semakin tinggi dan baik layanan yang

² Ayu Farida dan Hardianawati, Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Mandiri (persero), Tbk. Cabang Pahlawan Revolusi Baru, *Jurnal: Administrasi Bisnis*, Vol.3, No.2, (September:2019):hlm.11-20

diberikan tentu akan membuat nasabah merasa puas dan loyal terhadap lembaga penyedia layanan jasa.

Hasil wawancara dengan informan menyatakan bahwa service Excellence di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan terjamin akan pelayanannya yang baik, baik dari keamanan gangguan penyusup dari pihak lain, kerahasiaan data nasabah, kemudian minim terjadi manipulasi informasi yang diterima nasabah sehingga merasa aman dari pelaku kejahatan yang merugikan nasabah seperti mencuri atau memodifikasi data transaksi.³

2. H2 : Pengaruh *Corporate Image* Secara Parsial Terhadap *Customer Satisfaction* BPRS. Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan

Dari hasil uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa besaran koefisien regresi variabel kecepatan bernilai negative yang berarti *Corporate Image* berbanding terbalik terhadap kepuasan nasabah. Berdasarkan hasil uji T (uji parsial) nilai t_{hitung} variabel *Corporate Image* (X_2) sebesar -2,641 dengan nilai signifikansi 0,010 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,98447. Hal ini menunjukkan bahwa nilai sig. $0,010 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} -2,641 < t_{tabel} 1,98447$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak. Artinya variabel *Corporate Image* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* BPRS. Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan.

Penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Michael B. Pontoh, Lotje Kawet Kawet dan Willam A. Tumbuan tentang Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah. Penelitian tersebut membuktikan bahwa secara parsial Citra Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap

³ Deva. BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan. Wawancara pada tanggal 13 Mei 2021.

Customer Satisfaction.⁴ Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa Citra Perusahaan tidak selalu menjadi faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah.⁵

3. H3 : *Service Excellence* dan *Corporate Image* Berpengaruh Secara Simultan Terhadap *Customer Satisfaction*

Dari hasil uji F (simultan) diperoleh nilai f_{hitung} sebesar 8,473 dengan taraf signifikansi sebesar 0,000 dan f_{tabel} sebesar f_{tabel} 3,94. Hal ini menunjukkan bahwa nilai sig $0,000 < 0,05$ dan nilai f_{hitung} $8,473 > f_{tabel}$ 3,94. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_3 diterima yaitu *Service Excellence* dan *Corporate Image* secara simultan berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* BPRS. Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan.

Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi terlihat bahwa besarnya *R Square* adalah 0,149 atau 14,9%. Hal ini membuktikan bahwa kemampuan model regresi pada penelitian ini 14,9% variabel kepuasan dijelaskan oleh variasi variabel independen *Service Excellence* dan *Corporate Image* sedangkan sisanya 85,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam analisis penelitian ini.

Hasil uji koefisien determinasi pada variabel independen tersebut, dikatakan lemah karena masih terdapat 85,1% variabel lain yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Peneliti menjelaskan bahwa dilihat dari hubungan atau pelayanan yang diberikan oleh BPRS Bhakti Sumekar KC Pamekasan, dimana nasabah ada yang merasa kurang puas dalam melakukan transaksi.

⁴ Michael B.Pontoh, Lotje Kawet Kawet dan Willem A.Tumbuan, “Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BRI Cabang Manado”, *Jurnal Emba : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 2, No.3 (2014).

⁵ Fandita. Nasabah BPRS Bhakti Sumekar KC Pamekasan. Wawancara pada tanggal 25 Mei 2021.