

## BAB IV

### DESKRIPSI, PEMBUKTIAN HIPOTESIS DAN PEMBAHASAN

#### A. Deskripsi Data

##### 1. Profil KSPPS BMT NU Jatim Cabang Larangan Pamekasan

###### a. Sejarah KSPPS BMT NU Jatim Cabang Larangan Pamekasan

KSPP Syariah BMT Nuansa Umat (NU) Jawa Timur lahir karena dilatarbelakangi oleh rasa prihatin pengurus Majelis Wakil Cabang (MWC) Nahdlatul Ulama gapura atas kondisi masyarakat yang sedang marak-maraknya praktik rentenir dengan bunga mencapai 50%, sehingga di 2003 Lembaga Perekonomian yang waktu itu diketuai oleh Bapak Masyudi menawarkan pemikiran untuk mendirikan *Baitul Maal wat Tamwil* (BMT) sebagai lembaga keuangan mikro syariah yang bergerak di bidang usaha simpan pinjam bagi anggotanya. Singkatnya, pada tanggal 01 Juni 2004 Pengurus MWC NU bersama-sama dengan peserta lokakarya menyepakati gagasan untuk mendirikan sebuah usaha simpan pinjam berbasis syariah yang dinamai BMT NU (*Baitul Maal wa Tamwil Nahdlatul Ulama* yang pada tanggal 29 April 2007 disempurnakan menjadi BMT Nuansa Umat dengan pertimbangan bahwa Nama Nahdlatul Ulama tidak boleh digunakan oleh lembaga lain tanpa memperoleh izin tertulis dari Pengurus Besar Nahdlatul Ulama.<sup>1</sup>

KSPP Syariah BMT NU terus mengalami perkembangan yang sangat pesat pada tiap tahunnya. Terhitung Pada Maret 2022 kemarin, KSPPS BMT NU

---

<sup>1</sup> BMT NU Jawa Timur, "*Sejarah Berdirinya BMT NU*," diakses dari <https://bmtnujatim.com/blog/> pada tanggal 16 Mei 2022 pukul 11.04 WIB.

Jawa Timur resmi mencetak 90 kantor yang tersebar di beberapa Kabupaten. Dengan hal tersebut tentunya semakin membakar semangat untuk mewujudkan visi KSPPS BMT NU Jawa Timur yakni membuka 100 kantor cabang pada tahun 2026. Ke-90 kantor BMT NU tersebut tersebar di beberapa bagian wilayah di Jawa Timur, terhitung 10 kota yang sudah terdapat BMT NU-nya. Yakni Sumenep (sebagai kantor pusat), Pamekasan, Sampang, Bangkalan, Jember, Situbondo, Probolinggo, Bondowoso, Banyuwangi dan Lumajang.

Salah satu dari 90 kantor tersebut adalah KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Larangan Pamekasan. Secara geografis, KSPPS BMT NU Jawa Timur cabang Larangan terletak di lokasi strategis yakni di bagian utara Pamekasan, tepatnya di Desa Blumbungan, Kecamatan Larangan, Kabupaten Pamekasan, dengan kode pos 69383. Lokasinya sangat strategis karena berada di pinggir jalan tempat orang berlalu lalang dan berdekatan dengan Pasar yang merupakan tempat perkumpulan untuk melakukan banyak transaksi sehingga lebih mudah dikenali masyarakat.

Latar belakang berdirinya BMT NU Cabang Larangan ini, bermula karena koperasi yang didirikan oleh MWC NU Larangan mengalami kemunduran. Sehingga beberapa petinggi MWC NU berinisiatif untuk mengajukan permohonan pendirian kantor cabang kepada Direktur BMT NU Jawa Timur (kantor pusat) yang kantornya berlokasi di Gapura, Sumenep. Dengan berbagai macam pertimbangan, akhirnya permohonan tersebut mendapatkan respon positif dan didirikanlah BMT NU Jawa Timur cabang Larangan Pamekasan yang kemudian diresmikan pada 17 November 2015 dengan awal lima orang pengelola, yakni

bapak Zainudin sebagai kepala cabang, Lutfi Rahman sebagai bagian tabungan, Mahrus Jailani sebagai bagian pembiayaan, bagian keuangan dipegang oleh Sofiatul Maulidiyah dan teller dipegang oleh Irma Munafatillah. Kepengurusan tersebut berjalan selama 3 tahun.<sup>2</sup>

Pada Tahun 2022, struktural tersebut diganti dengan Ibu Fariqul Isbahah sebagai kepala cabang beserta 7 pengelola lainnya. Jumlah penabung tiap tahun juga mengalami peningkatan yang sangat pesat. tahun 2015 sebanyak 128 penabung, 2016 sebanyak 587 penabung, 2017 sebanyak 873 penabung, 2018 sebanyak 1.376 penabung, 2019 sebanyak 1.834 penabung, 2020 sebanyak 2.309 penabung, dan 2021 sebanyak 3.303 penabung. Hal tersebut mengindikasikan bahwa KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Larangan Pamekasan mampu menarik minat masyarakat sehingga tiap tahunnya mengalami kemajuan.<sup>3</sup>

#### **b. Visi dan Misi KSPPS BMT NU Jawa timur**

Demi mempercepat pencapaian tujuan dalam sebuah organisasi, tentunya perusahaan tersebut memiliki visi dan misi. KSPPS BMT NU Jawa Timur termasuk pada Cabang Larangan Pamekasan memiliki visi dan misi sebagai berikut:<sup>4</sup>

---

<sup>2</sup> Fariqul Isbahah, Kepala Cabang BMT NU Larangan Pamekasan, *Wawancara Langsung* (20 September 2021).

<sup>3</sup> Fariqul Isbahah, *Wawancara Langsung* (22 April 2022).

<sup>4</sup> Ainol Yaqin, "Persepsi Kiai dan Tokoh Nahdlatul Ulama terhadap Akad dan Produk al- Qard al- Hasan, Rahn dan Hadiah di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Baitul Mal Wa Tamwil (KSPPS BMT NU) Jawa Timur di Gapura Sumenep," *Profit: Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan* 4, no. 1 (2020): 61.

### **1) Visi**

Terwujudnya BMT NU yang jujur, amanah, dan profesional sehingga anggun dalam layanan, unggul dalam kinerja menuju terbentuknya 100 kantor cabang pada tahun 2026 untuk kemandirian dan kesejahteraan anggota.

### **2) Misi**

- a) Memberikan layanan prima, bina usaha dan solusi kepada anggota sebagai pilihan utama
- b) Menerapkan dan mengembangkan nilai-nilai syariah secara murni dan konsekuen sehingga menjadi acuan tata kelola usaha yang profesional dan amanah
- c) Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan yang berkesinambungan menuju berdirinya 100 kantor cabang pada tahun 2026
- d) Mengutamakan penghimpunan dana atas dasar ta'awun dan penyaluran pembiayaan pada segment UMKM baik secara perseorangan maupun berbasis jamaah
- e) Mewujudkan penghimpunan dan penyaluran zakat, infaq, shodaqah dan wakaf
- f) Menyiapkan dan mengembangkan SDI yang berkualitas, profesional dan memiliki integritas tinggi
- g) Mengembangkan budaya dan lingkungan kerja yang ramah dan sehat serta management yang sesuai prinsip kehati-hatian

- h) Menciptakan kondisi terbaik bagi SDI sebagai tempat kebanggaan dalam mengabsi tanpa batas dan melayani dengan ikhlas sebagai perwujudan ibadah
- i) Meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab kepada lingkungan dan jamaah

**c. Struktur Pengelola KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Larangan Pamekasan**

**Gambar 4.1**  
**Struktur Pengelola KSPPS BMT NU Cabang Larangan Pamekasan**



**Sumber:** KSPPS BMT NU Jatim Cabang Larangan Pamekasan

Gambar tersebut menunjukkan bahwa jumlah pengelola KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Larangan Pamekasan berjumlah delapan orang yang dikepalai oleh Ibu Fariqul Isbahah, S.E, bagian layanan dan admin ditempati oleh Ibu Yuliana Intisari, S.E dan *teller* ditugaskan kepada Ibu Wasilatur Rahmah. Bagian tabungan adalah bapak Lutfi Rahman dengan jurunya bapak Ainur Rosyadi, S.E. Bapak Moh. Jamali, S.E sebagai bagian pembiayaan, Ibu Suramlah,

S.E sebagai bagian Lasisma. Sedangkan Maunatul Faizah ditugaskan sebagai juru lasisma.

#### **d. Produk KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Larangan Pamekasan**

Dalam KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Larangan Pamekasan, terdapat beberapa produk dengan rincian sebagai berikut:<sup>5</sup>

##### **1) Produk Tabungan**

###### **a) Simpanan Anggota (SIAGA)**

Pada simpanan anggota ini, bagi hasil yang diberikan yaitu 70 % dari SHU dengan menggunakan akad musyarakah. SIAGA terdiri dari SIAGA POKOK dibayar satu kali sebesar Rp 100.000, SIAGA WAJIB perbulan Rp. 20.000 dan SIAGA KHUSUS dibayar kapan saja dengan setoran minimal Rp 100.000, SIAGA pokok dan SIAGA wajib tidak bisa ditarik sewaktu-waktu dan hanya dapat ditarik ketika berhenti menjadi anggota. Sedangkan SIAGA khusus dapat ditarik minimal setiap tahun setelah menjadi anggota.

###### **b) Simpanan Pendidikan Fathonah (SIDIK Fathonah)**

Simpanan ini diperuntukkan untuk simpanan pendidikan dengan bagi hasil 45% yang menguntungkan menggunakan akad Mudharabah Mutlaqah. Setoran dapat dilakukan kapan saja dan penarikan hanya dapat dilakukan pada tahun ajaran baru dan semesteran.

---

<sup>5</sup> BMT NU Jawa Timur, diakses dari <https://bmtnujatim.com/blog/> pada tanggal 16 Mei 2022 pukul 11.10 WIB.

c) Simpanan Berjangka Wadhiah (SAJADAH)

Simpanan ini menawarkan keuntungan yang dapat dinikmati di awal dengan memperoleh hadiah langsung tanpa diundi. Akad dalam simpanan ini menggunakan akad Wadhiah Yad al-Dhamanah dan hanya dapat ditarik pada waktu berdasarkan ketentuan yang berlaku (minimal 9 bulan).

d) Simpanan Berjangka Mudharabah (SIBERKAH)

Simpanan ini memberikan keuntungan yang melimpah dengan bagi hasil 65% menggunakan akad *Mudharabah Mutlaqah*. Setoran minimal Rp 500.000 dengan jangka waktu minimal 1 tahun.

e) Simpanan Haji dan Umrah (SAHARA)

SAHARA merupakan Simpanan yang dapat mempermudah menunaikan haji dan umrah dengan memperoleh keuntungan yang bagi hasil 65% sebagai bekal tambahan biaya Haji dan Umrah. dengan menggunakan akad *Mudharabah Mutlaqah*., Setoran awal minimal Rp. 1.000.000 dan Setoran selanjutnya sesuai kemampuan anggota. Setoran dapat dilakukan kapan saja dan penarikan hanya dapat dilakukan ketika akan melaksanakan ibadah Haji dan Umrah kecuali udzur syar'i.

f) Simpanan Lebaran (SABAR)

Simpanan lebaran merupakan simpanan yang hanya dapat dilakukan ketika bulan ramadhan dan setorannya dapat dilakukan kapan saja. Simpanan ini menggunakan akad Mudharabah Mutlaqah dengan bagi hasil 40%.

g) Tabungan Mudharabah (TABAH)

Tabungan mudharabah merupakan simpanan yang bisa mempermudah untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari karena penarikannya yang dapat dilakukan kapan saja dan juga memperoleh bagi hasil sebesar 40%. Pada jenis simpanan ini, menggunakan akad Mudharabah Mutlaqah.

h) Tabungan Ukhrawi (TARAWI)

Tabungan ukhrawi merupakan tabungan sekaligus beramal, karena bagi hasil tabungan anggota di sedekahkan kepada fakir miskin dan anak yatim piatu. Pada jenis tabungan ini, menggunakan akad Mudharabah Mutlaqah dengan bagi hasil 50%.

**2) Produk Pembiayaan Syariah**

**a) Layanan Berbasis Jama'ah (LASISMA)**

Layanan Berbasis Jamaah (LASISMA) merupakan layanan pinjaman atau pembiayaan tanpa jaminan bagi anggota yang berpenghasilan rendah dengan membentuk kelompok minimal lima anggota.

b) Pembiayaan Hidup Sehati

Pembiayaan hidup sehati dikhususkan bagi anggota yang belum memiliki toilet/ kamar mandi dan sarana air bersih yang sehat. Pembiayaan ini dilakukan dengan menggunakan akad murabahah.

c) *Al-Qardul Hasan*

Pembiayaan dengan jasa seikhlasnya dengan jangka waktu maksimal 36 bulan dengan angsuran mingguan, bulanan, 4 bulanan dan 6 bulanan.



d) *Murabahah dan Bai' Bitsamanil Ajil*

Pembiayaan dengan pola jual beli barang yang harga pokoknya diketahui bersama dengan harga jual berdasarkan kesepakatan. Selisih harga pokok dengan harga jual merupakan margin/ keuntungan BMT NU.

e) *Mudharabah dan Musyarakah*

Pembiayaan untuk modal kerja yang dibutuhkan (*mudharabah*) atau sebagian modal kerja (*musyarakah*) dengan pola bagi hasil. Jangka waktu pada pembiayaan ini yaitu 36 bulan dengan angsuran bulanan, 4 bulanan, 6 bulanan dan atau *cash tempo*.

f) *Rahn* (Gadai)

*Rahn* merupakan pembiayaan dengan menyerahkan barang maupun bukti kepemilikan barang sebagai jaminan (tanggungan pinjaman) dengan nilai pinjaman maksimal 92% dari harga barang tersebut. biaya taksir dan uji barang sepenuhnya ditanggung pemilik barang. KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Larangan Pamekasan hanya mendapat ujroh/ ongkos penitipan barang setiap harinya.

### **3) Produk Jasa**

- a) Transfer/ pengiriman uang antar bank baik di dalam maupun luar negeri.
- b) Pendaftaran ibadah haji dan umroh.
- c) Pembayaran tagihan listrik PLN, BPJS, telephone, pulsa dan lain sebagainya.
- d) Pembayaran biaya pendidikan termasuk perguruan tinggi.

#### 4) Produk Maal

KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Larangan juga melakukan penghimpunan dan penyaluran infaq harian dan wakaf uang tunai. penyalurannya dialokasikan untuk senyum duaafa dan siswa berprestasi, cinta anak yatim dan guru ngaji, masjid dan kampung berseri.

##### 1. Deskripsi Data Penelitian

Data dalam penelitian ini didapatkan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada penabung KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Larangan Pamekasan dengan responden sebanyak 97 penabung dengan kriteria pernah merasakan manfaat *corporate social responsibility* atau hanya sekedar mengetahui adanya *corporate social responsibility* KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Larangan Pamekasan. Data diolah dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 24. Berikut merupakan rincian pengumpulan data penelitian dengan kuesioner ditunjukkan dalam tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.1**  
**Rincian Penyebaran dan Pengembalian Kuesioner**

Kuesioner yang disebarakan	97
Kuesioner yang kembali	97
Kuesioner yang tidak kembali	0
Kuesioner yang digunakan	97
Tingkat pengembalian	100%

Berdasarkan tabel tersebut, menunjukkan bahwa jumlah kuesioner yang disebarakan kepada responden adalah berjumlah 97 kuesioner. Jumlah kuesioner

yang dianalisis berjumlah 97 kuesioner dengan tingkat pengembalian 100% yang berarti seluruh kuesioner yang disebarkan kembali diterima oleh peneliti.

## 2. Deskripsi Data Responden

Deskripsi data responden yang digunakan dalam penelitian ini dikelompokkan berdasarkan karakteristik-karakteristik, yakni berdasarkan jenis kelamin, usia, dan pekerjaan.

### a. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 4.2**  
**Identifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

		Jenis_Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	20	20,6	20,6	20,6
	Perempuan	77	79,4	79,4	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

**Sumber:** *Output SPSS 24, Data Primer diolah (2022)*

Berdasarkan tabel 4.2 diatas, menunjukkan bahwa responden yang berkontribusi dalam penelitian ini berjumlah 97 responden dengan rincian 20 orang berjenis kelamin laki-laki, dan sisanya 77 orang berjenis kelamin perempuan dengan presentase laki-laki (20,6%) dan perempuan (79,4%).

## b. Responden Berdasarkan Usia

**Tabel 4.3**  
**Identifikasi Responden Berdasarkan Usia**

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 30	27	27,8	27,8	27,8
	30-40	43	44,3	44,3	72,2
	> 40	27	27,8	27,8	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

**Sumber:** *Output* SPSS 24, Data Primer diolah (2022)

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa responden yang berkontribusi dalam penelitian ini berjumlah 97 responden dengan rincian responden dengan rentang usia < 30 tahun sebanyak 27 orang (27,8%), rentang usia 35-40 tahun berjumlah 43 orang (44,3%), dan sisanya 27 responden berusia > 40 tahun (27,8%).

## c. Responden Berdasarkan Pekerjaan

**Tabel 4.4**  
**Identifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan**

		Pekerjaan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pedagang	10	10,6	10,6	10,6
	Honorer	5	5,2	5,2	23,7
	Wiraswasta	11	11,3	11,3	35,1
	Wirusaha	10	10,3	10,3	45,4
	IRT	34	35,1	35,1	60,4
	Petani	10	10,3	10,3	90,7
	Pelajar	2	2,1	2,1	92,8
	Mahasiswa	7	7,2	7,2	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

**Sumber:** *Output* SPSS 24, Data Primer diolah (2022)

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa responden yang berkontribusi dalam penelitian ini berjumlah 97 responden dengan rincian 18 orang sebagai pedagang (18,6%), 5 orang sebagai honorer (5,2%), 11 orang sebagai wiraswasta (11,3%), 10 orang sebagai seorang wirausaha (10,3%), yang menjalani peran sebagai ibu rumah tangga 34 orang (35,1%), petani berjumlah 10 orang (10,3%), sebagai pelajar sejumlah 2 orang (2,1%) dan 7 orang lainnya adalah mahasiswa (7,2%).

### 3. Deskripsi Variabel Penelitian

Instrumen yang dipakai oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu berupa kuesioner pertanyaan tertutup yang masing-masing jumlah pernyataan untuk variabel *corporate social responsibility* (X) berjumlah 12 butir, variabel keputusan menabung (Y) berjumlah 10 butir dan variabel citra perusahaan (Z) berjumlah 8 butir. Sehingga, jika ditotal keseluruhan pernyataan yang diajukan kepada responden adalah berjumlah 30 butir. Berikut perinciannya:

#### a. *Corporate Social Responsibility* (X)

Tanggapan responden terkait variabel *Corporate Social Responsibility* (X) dapat dijelaskan dalam tabel dibawah ini:

**Tabel 4.5**  
**Tanggapan responden terkait variabel *Corporate Social Responsibility***

No	<i>Corporate Social Responsibility</i> (X)										Total
	STS (1)		TS (2)		RG (3)		S (4)		SS (5)		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1					6	6,20%	62	63,90%	29	29,90%	97

2					1	1%	62	63,90%	34	35,10%	97
3					3	3,10%	51	52,60%	43	44,30%	97
4					19	19,60%	48	49,50%	30	30,90%	97
5					4	4,10%	49	50,50%	44	45,40%	97
6					1	1%	51	52,60%	45	46,40%	97
7					4	4,10%	35	36,10%	58	59,80%	97
8					2	2,10%	44	45,40%	51	52,60%	97
9							45	46,40%	52	53,60%	97
10							43	44,30%	54	55,70%	97
11							23	23,70%	74	76,30%	97
12							33	34%	64	66%	97
<b>Jumlah</b>					40		546		578		

Sumber: SPSS 24, Data Primer diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.5 dapat diketahui tanggapan-tanggapan responden pada tiap item pertanyaan sebagai berikut:

Item pertanyaan ke-1 menunjukkan bahwasannya responden yang menjawab ragu-ragu sebanyak 6 responden dengan presentase 6,2%, yang menjawab setuju berjumlah 62 responden (63,9%) dan yang menjawab sangat setuju berjumlah 29 responden (29,9%). Pada item pertanyaan 1, tidak ada responden yang memberi jawaban sangat tidak setuju dan tidak setuju.

Item pertanyaan ke-2 menunjukkan bahwasannya responden yang menjawab ragu-ragu sebanyak 1 responden dengan presentase 1%, yang menjawab setuju berjumlah 62 responden (63,9%) dan yang menjawab sangat setuju berjumlah 34 responden (35,1%). Pada item pertanyaan 2, tidak ada responden yang memberi jawaban sangat tidak setuju dan tidak setuju.

Item pertanyaan ke-3 menunjukkan bahwasannya responden yang menjawab ragu-ragu sebanyak 3 responden dengan presentase 3,1%, yang menjawab setuju berjumlah 51 responden (52,6%) dan yang menjawab sangat setuju berjumlah 43 responden (44,3%). Pada item pertanyaan 3, tidak ada responden yang memberi jawaban sangat tidak setuju dan tidak setuju.

Item pertanyaan ke-4 menunjukkan bahwasannya responden yang menjawab ragu-ragu sebanyak 19 responden dengan presentase 19,6%, yang menjawab setuju berjumlah 48 responden (49,5%) dan yang menjawab sangat setuju berjumlah 30 responden (30,9%). Pada item pertanyaan 4, tidak ada responden yang memberi jawaban sangat tidak setuju dan tidak setuju.

Item pertanyaan ke-5 menunjukkan bahwasannya responden yang menjawab ragu-ragu sebanyak 4 responden dengan presentase 4,1%, yang menjawab setuju berjumlah 49 responden (50,5%) dan yang menjawab sangat setuju berjumlah 44 responden (45,4%). Pada item pertanyaan 5, tidak ada responden yang memberi jawaban sangat tidak setuju dan tidak setuju.

Item pertanyaan ke-6 menunjukkan bahwasannya responden yang menjawab ragu-ragu sebanyak 1 responden dengan presentase 1%, yang menjawab setuju berjumlah 51 responden (52,6%) dan yang menjawab sangat setuju berjumlah 45 responden (46,4%). Pada item pertanyaan 6, tidak ada responden yang memberi jawaban sangat tidak setuju dan tidak setuju.

Item pertanyaan ke-7 menunjukkan bahwasannya responden yang menjawab ragu-ragu sebanyak 4 responden dengan presentase 4,1%, yang menjawab setuju berjumlah 35 responden (36,1%) dan yang menjawab sangat

setuju berjumlah 58 responden (59,8%). Pada item pertanyaan 7, tidak ada responden yang memberi jawaban sangat tidak setuju dan tidak setuju.

Item pertanyaan ke-8 menunjukkan bahwasannya responden yang menjawab ragu-ragu sebanyak 2 responden dengan presentase 2,1%, yang menjawab setuju berjumlah 44 responden (45,4%) dan yang menjawab sangat setuju berjumlah 51 responden (52,6%). Pada item pertanyaan 8, tidak ada responden yang memberi jawaban sangat tidak setuju dan tidak setuju.

Item pertanyaan ke-9 menunjukkan bahwasannya responden yang menjawab yang menjawab setuju berjumlah 45 responden (46,4%) dan yang menjawab sangat setuju berjumlah 52 responden (53,6%). Pada item pertanyaan 9, tidak ada responden yang memberi jawaban ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Item pertanyaan ke-10 menunjukkan bahwasannya responden yang menjawab yang menjawab setuju berjumlah 43 responden (44,3%) dan yang menjawab sangat setuju berjumlah 54 responden (55,7%). Pada item pertanyaan 10, tidak ada responden yang memberi jawaban ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Item pertanyaan ke-11 menunjukkan bahwasannya responden yang menjawab yang menjawab setuju berjumlah 23 responden (23,7%) dan yang menjawab sangat setuju berjumlah 74 responden (76,3%). Pada item pertanyaan 10, tidak ada responden yang memberi jawaban ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju.



Item pertanyaan ke-12 menunjukkan bahwasannya responden yang menjawab yang menjawab setuju berjumlah 33 responden (34%) dan yang menjawab sangat setuju berjumlah 64 responden (66 %). Pada item pertanyaan 10, tidak ada responden yang memberi jawaban ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

#### b. Citra Perusahaan (Z)

Tanggapan responden terkait variabel Citra Perusahaan (Z) dapat dijelaskan dalam tabel dibawah ini:

**Tabel 4.6**  
**Tanggapan Responden Terkait Variabel Citra Perusahaan**

No	Citra Perusahaan (Z)										Total
	STS (1)		TS (2)		RG (3)		S (4)		SS (5)		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
13					1	1,00%	48	49,50%	48	49,50%	97
14					5	5,20%	55	56,70%	37	38,10%	97
15							61	62,50%	36	37,10%	97
16					3	3,10%	60	61,90%	34	35,10%	97
17							52	53,60%	45	46,40%	97
18					2	2,10%	41	42,30%	54	55,70%	97
19					5	5,20%	47	48,50%	45	46,40%	97
20					6	6,20%	43	44,30%	48	49,50%	97
<b>Jumlah</b>					22		407		347		

Sumber: SPSS 24, Data Primer diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui tanggapan-tanggapan responden pada tiap item pertanyaan sebagai berikut:

Item pertanyaan ke-13 menunjukkan bahwasannya responden yang menjawab ragu-ragu sebanyak 1 responden dengan presentase 1%, yang menjawab setuju berjumlah 48 responden (49,5%) dan yang menjawab sangat setuju berjumlah 48 responden (49,5%). Pada item pertanyaan 13, tidak ada responden yang memberi jawaban sangat tidak setuju dan tidak setuju.

Item pertanyaan ke-14 menunjukkan bahwasannya responden yang menjawab ragu-ragu sebanyak 5 responden dengan presentase 5,2%, yang menjawab setuju berjumlah 55 responden (56,7%) dan yang menjawab sangat setuju berjumlah 37 responden (38,1%). Pada item pertanyaan 14, tidak ada responden yang memberi jawaban sangat tidak setuju dan tidak setuju.

Item pertanyaan ke-15 menunjukkan bahwasannya responden yang menjawab setuju berjumlah 61 responden (62,5%) dan yang menjawab sangat setuju berjumlah 36 responden (37,1%). Pada item pertanyaan 15, tidak ada responden yang memberi jawaban sangat tidak setuju, tidak setuju dan ragu-ragu.

Item pertanyaan ke-16 menunjukkan bahwasannya responden yang menjawab ragu-ragu sebanyak 3 responden dengan presentase 3,1%, yang menjawab setuju berjumlah 60 responden (61,9%) dan yang menjawab sangat setuju berjumlah 34 responden (35,1%). Pada item pertanyaan 16, tidak ada responden yang memberi jawaban sangat tidak setuju dan tidak setuju.

Item pertanyaan ke-17 menunjukkan bahwasannya responden yang menjawab setuju berjumlah 52 responden (53,6%) dan yang menjawab sangat setuju berjumlah 45 responden (46,4%). Pada item pertanyaan 17, tidak ada responden yang memberi jawaban sangat tidak setuju, tidak setuju dan ragu-ragu.

Item pertanyaan ke-18 menunjukkan bahwasannya responden yang menjawab ragu-ragu sebanyak 2 responden dengan presentase 2,1%, yang menjawab setuju berjumlah 41 responden (42,3%) dan yang menjawab sangat setuju berjumlah 54 responden (55,7%). Pada item pertanyaan 18, tidak ada responden yang memberi jawaban sangat tidak setuju dan tidak setuju.

Item pertanyaan ke-19 menunjukkan bahwasannya responden yang menjawab ragu-ragu sebanyak 5 responden dengan presentase 5,2%, yang menjawab setuju berjumlah 47 responden (48,5%) dan yang menjawab sangat setuju berjumlah 45 responden (46,4%). Pada item pertanyaan 19, tidak ada responden yang memberi jawaban sangat tidak setuju dan tidak setuju.

Item pertanyaan ke-20 menunjukkan bahwasannya responden yang menjawab ragu-ragu sebanyak 6 responden dengan presentase 6,20%, yang menjawab setuju berjumlah 43 responden (44,3%) dan yang menjawab sangat setuju berjumlah 48 responden (49,5%). Pada item pertanyaan 20, tidak ada responden yang memberi jawaban sangat tidak setuju dan tidak setuju.

### c. Keputusan Menabung (Y)

Tanggapan responden terkait variabel Keputusan Menabung (Y) dapat dijelaskan dalam tabel dibawah ini:

**Tabel 4.7**  
**Tanggapan Responden Terkait Variabel Keputusan Menabung**

No	Keputusan Menabung (Y)										Total
	STS (1)		TS (2)		RG (3)		S (4)		SS (5)		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
21			1	1%	7	7,20%	57	58,80%	32	33,00%	97

22			1	1%	8	8,20%	52	53,60%	36	37,10%	97
23			1	1%	8	8,20%	55	56,70%	33	34,00%	97
24			1	1%	9	9,30%	57	58,80%	30	30,90%	97
25					4	4,10%	49	50,50%	44	45,40%	97
26					5	5,20%	49	50,50%	43	44,30%	97
27					4	4,10%	33	34,00%	60	61,90%	97
28					6	6,20%	33	34,00%	58	59,80%	97
29					3	3,10%	31	32,00%	63	64,90%	97
30					2	2,10%	38	39,20%	57	58,80%	97
<b>Jumlah</b>			4		56		454		456		

**Sumber:** SPSS 24, Data Primer diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui tanggapan-tanggapan responden pada tiap item pertanyaan sebagai berikut:

Item pertanyaan ke-21 menunjukkan bahwasannya responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 1 responden dengan presentase 1%, yang menjawab ragu-ragu sebanyak 7 responden (7,20%), yang menjawab setuju berjumlah 57 responden (58,8%) dan yang menjawab sangat setuju berjumlah 32 responden (33%). Pada item pertanyaan 21, tidak ada responden yang memberi jawaban sangat tidak setuju.

Item pertanyaan ke-22 menunjukkan bahwasannya responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 1 responden dengan presentase 1%, yang menjawab ragu-ragu sebanyak 8 responden (8,2%), yang menjawab setuju berjumlah 52 responden (53,6%) dan yang menjawab sangat setuju berjumlah 36 responden (37,1%). Pada item pertanyaan 22, tidak ada responden yang memberi jawaban sangat tidak setuju.

Item pertanyaan ke-23 menunjukkan bahwasannya responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 1 responden dengan presentase 1%, yang menjawab ragu-ragu sebanyak 8 responden (8,2%), yang menjawab setuju berjumlah 55 responden (56,7%) dan yang menjawab sangat setuju berjumlah 33 responden (34%). Pada item pertanyaan 23, tidak ada responden yang memberi jawaban sangat tidak setuju.

Item pertanyaan ke-24 menunjukkan bahwasannya responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 1 responden dengan presentase 1%, yang menjawab ragu-ragu sebanyak 9 responden (9,3%), yang menjawab setuju berjumlah 57 responden (58,8%) dan yang menjawab sangat setuju berjumlah 30 responden (30,9%). Pada item pertanyaan 24, tidak ada responden yang memberi jawaban sangat tidak setuju.

Item pertanyaan ke-25 menunjukkan bahwasannya responden yang menjawab ragu-ragu sebanyak 4 responden dengan presentase 4,1%, yang menjawab setuju berjumlah 49 responden (50,5%) dan yang menjawab sangat setuju berjumlah 44 responden (45,4%). Pada item pertanyaan 25, tidak ada responden yang memberi jawaban sangat tidak setuju dan tidak setuju.

Item pertanyaan ke-26 menunjukkan bahwasannya responden yang menjawab ragu-ragu sebanyak 5 responden dengan presentase 5,2%, yang menjawab setuju berjumlah 49 responden (50,5%) dan yang menjawab sangat setuju berjumlah 43 responden (44,3%). Pada item pertanyaan 26, tidak ada responden yang memberi jawaban sangat tidak setuju dan tidak setuju.

Item pertanyaan ke-27 menunjukkan bahwasannya responden yang menjawab ragu-ragu sebanyak 4 responden dengan presentase 4,1%, yang menjawab setuju berjumlah 33 responden (34%) dan yang menjawab sangat setuju berjumlah 60 responden (61,9%). Pada item pertanyaan 27, tidak ada responden yang memberi jawaban sangat tidak setuju dan tidak setuju.

Item pertanyaan ke-28 menunjukkan bahwasannya responden yang menjawab ragu-ragu sebanyak 6 responden dengan presentase 6,2%, yang menjawab setuju berjumlah 33 responden (34%) dan yang menjawab sangat setuju berjumlah 58 responden (59,8%). Pada item pertanyaan 28, tidak ada responden yang memberi jawaban sangat tidak setuju dan tidak setuju.

Item pertanyaan ke-29 menunjukkan bahwasannya responden yang menjawab ragu-ragu sebanyak 3 responden dengan presentase 3,1%, yang menjawab setuju berjumlah 31 responden (32%) dan yang menjawab sangat setuju berjumlah 63 responden (64,9%). Pada item pertanyaan 29, tidak ada responden yang memberi jawaban sangat tidak setuju dan tidak setuju.

Item pertanyaan ke-30 menunjukkan bahwasannya responden yang menjawab ragu-ragu sebanyak 2 responden dengan presentase 2,1%, yang menjawab setuju berjumlah 38 responden (39,2%) dan yang menjawab sangat setuju berjumlah 57 responden (58,8%). Pada item pertanyaan 30, tidak ada responden yang memberi jawaban sangat tidak setuju dan tidak setuju.

#### **4. Uji Kualitas Data**

Tujuan dilakukannya uji kualitas data ini adalah untuk mengetahui apakah setiap pernyataan yang digunakan layak atau tidak. Pengujian kualitas data ini

dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS (*Statistical Package for the Social Science*) versi 24. Berikut hasil pengujiannya:

#### a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur dan mengetahui apakah alat ukur yang digunakan benar-benar telah dapat mengukur apa yang perlu diukur atau tidak. Uji validitas ini dapat dilakukan dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  (*pearson correlation*) dan  $r_{tabel}$  untuk *degree of freedom* (df)= n-2. jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka instrumen penelitian dikatakan valid dan jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka instrumen penelitian dikatakan tidak valid.

Pada penelitian ini, besarnya df = 95 atau 97-2 dan menggunakan *alpha* 0,05 ( $\alpha= 5\%$ ), sehingga diperoleh nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,1996. selanjutnya dilakukan perhitungan menggunakan SPSS untuk mengetahui nilai  $r_{hitung}$  (*pearson correlation*) sebagai berikut:

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Validitas**

Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1 (X)	0,433	0,1996	Valid
2	0,474	0,1996	Valid
3	0,524	0,1996	Valid
4	0,326	0,1996	Valid
5	0,428	0,1996	Valid
6	0,592	0,1996	Valid
7	0,595	0,1996	Valid
8	0,659	0,1996	Valid
9	0,649	0,1996	Valid
10	0,705	0,1996	Valid
11	0,513	0,1996	Valid

12	0,629	0,1996	Valid
13 (Z)	0,438	0,1996	Valid
14	0,637	0,1996	Valid
15	0,540	0,1996	Valid
16	0,547	0,1996	Valid
17	0,597	0,1996	Valid
18	0,604	0,1996	Valid
19	0,604	0,1996	Valid
20	0,573	0,1996	Valid
21 (Y)	0,584	0,1996	Valid
22	0,600	0,1996	Valid
23	0,541	0,1996	Valid
24	0,429	0,1996	Valid
25	0,517	0,1996	Valid
26	0,655	0,1996	Valid
27	0,634	0,1996	Valid
28	0,565	0,1996	Valid
29	0,625	0,1996	Valid
30	0,570	0,1996	Valid

Sumber: SPSS 24, Data Primer diolah (2022)

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa masing-masing pernyataan dari tiap variabel yakni *corporate social responsibility* (X), citra perusahaan (Z) dan keputusan menabung (Y) dinyatakan valid karena masing-masing nilai  $r_{hitung}$  (*pearson correlation*) > nilai  $r_{tabel}$ .

#### **b. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengukur konsistensi responden dalam menjawab pernyataan kuesioner. Untuk mengetahui *reliable* atau tidak, dapat diketahui melihat nilai *cronbach's alpha*. Jika nilai *chronbach's alpha* > 0,60 maka pertanyaan/pernyataan dikatakan *reliable*.



**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

<b>Variabel</b>	<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>Keterangan</b>
<i>Corporate Social Responsibility (X)</i>	0,770	<i>Reliable</i>
Citra Perusahaan (Z)	0,699	<i>Reliable</i>
Keputusan Menabung (Y)	0,769	<i>Reliable</i>

**Sumber:** SPSS 24, Data Primer diolah (2022)

Berdasarkan tabel tersebut, dapat diketahui bahwa masing-masing nilai *cronbach's alpha* pada masing-masing variabel  $> 0,60$  sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator yang digunakan oleh variabel *corporate social responsibility (X)*, citra perusahaan (Z) dan keputusan menabung dapat dipercaya untuk bisa digunakan sebagai alat ukur penelitian.

## **5. Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui apakah ada atau tidak normalitas residual, multikolinearitas, autokorelasi dan heteroskedastisitas dalam penelitian ini. Uji asumsi klasik tersebut adalah:

### **a. Uji Normalitas**

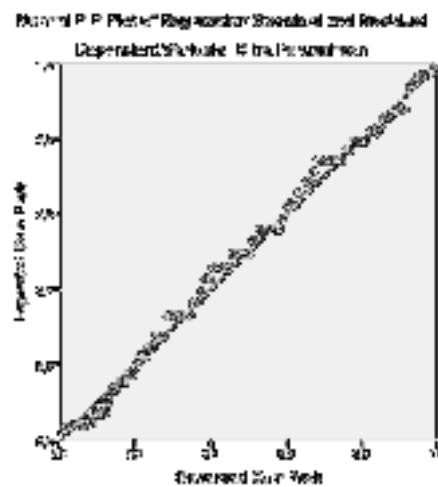
Uji ini dilakukan untuk melihat data yang dipakai dalam penelitian ini telah berdistribusi normal atau tidak. Data yang baik adalah data berdistribusi normal. Dalam penelitian ini, menggunakan grafik normal *p-p plot of regression standardized residual* dengan asumsi apabila data menyebar disekitar garis diagonal, maka data tersebut berdistribusi normal dan dikatakan lolos dalam uji normalitas. Apabila data bergerak menyebar semakin menjauh dari garis diagonal,

maka disebut data tidak berdistribusi normal sehingga dikatakan tidak lolos dalam uji normalitas.

Terdapat 2 desain penelitian dalam uji normalitas, yaitu pada uji persamaan 1 dengan rincian *corporate social responsibility* (X) sebagai *independent variable* dan citra perusahaan (Z) sebagai *dependent variable*. Sedangkan pada uji persamaan 2 dengan rincian *corporate social responsibility* (X) dan citra perusahaan (Z) sebagai variabel *independent* dan keputusan menabung (Y) sebagai variabel *dependent*.

### 1) Uji Normalitas Persamaan 1

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Normalitas Persamaan 1**

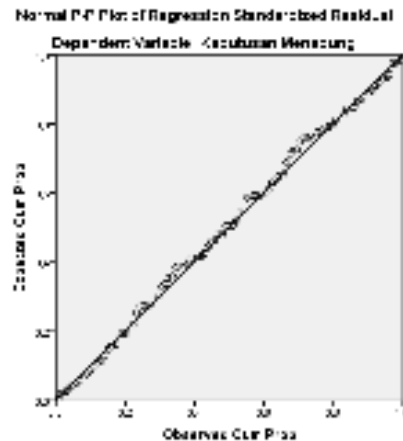


**Sumber:** Output SPSS 24, Data Primer diolah (2022)

Berdasarkan tabel diatas, disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal karena data menyebar disekitar garis diagonal. Maka dapat disimpulkan bahwa pada persamaan 1 lolos dalam uji normalitas.

## 2) Uji Normalitas Persamaan 2

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Normalitas Persamaan 2**



**Sumber:** Output SPSS 24, Data Primer diolah (2022)

Berdasarkan tabel diatas, disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal karena data menyebar disekitar dan mengikuti garis diagonal. Maka berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa pada persamaan 2 lolos dalam uji normalitas.

### b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui tinggi atau tidaknya korelasi linear antar variabel bebas. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi gejala multikolinearitas. Gejala multikolinearitas dapat diketahui dengan mendeteksinya menggunakan nilai *variance inflation factor* (VIF) dan *tolerance*. Jika nilai VIF < 10 dan nilai *tolerance* > 0,1 maka dapat dikatakan tidak terdapat gejala multikolinearitas, dan begitu juga sebaliknya.

Terdapat 2 desain penelitian dalam uji multikolinearitas, yaitu pada uji persamaan 1 dengan rincian *corporate social responsibility* (X) sebagai variabel

*independent* dan citra perusahaan (Z) sebagai variabel *dependent*. Sedangkan pada uji persamaan 2 dengan rincian *corporate social responsibility* (X) dan citra perusahaan (Z) sebagai variabel *independent*, dan keputusan menabung (Y) sebagai variabel *dependent*. Hasil analisis data untuk uji multikolinearitas pada persamaan 1 dan 2 dengan menggunakan SPSS 24 adalah sebagai berikut:

### 1) Uji Multikolinearitas Persamaan 1

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Multikolinearitas Persamaan 1**

		Coefficients <sup>a</sup>						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	24,669	3,805		6,483	,000		
	Corporate Social Responsibility	,199	,071	,277	2,813	,006	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Citra Perusahaan

**Sumber:** *Output* SPSS 24, Data Primer diolah (2022)

Hasil uji normalitas pada persamaan 1 diketahui bahwa dalam penelitian ini nilai VIF variabel *corporate social responsibility*  $< 10$  ( $1,000 < 10$ ). Begitu juga dengan nilai *tolerance*  $> 0,1$  ( $1,000 > 0,1$ ). Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada persamaan 1 dapat dikatakan lolos dalam uji multikolinearitas.

### 2) Uji Multikolinearitas Persamaan 2

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Multikolinearitas Persamaan 2**

		Coefficients <sup>a</sup>						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	5,063	5,224		,969	,335		
	Corporate Social Responsibility	,434	,094	,437	5,140	,000	,923	1,083
	Citra Perusahaan	,446	,117	,323	3,800	,000	,923	1,083

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung

**Sumber:** *Output* SPSS 24, Data Primer diolah (2022)

Hasil uji normalitas pada persamaan 2 diketahui bahwa dalam penelitian ini nilai VIF pada variabel *corporate social responsibility*  $< 10$  ( $1,083 < 10$ ) dan nilai *tolerance*  $> 0,1$  ( $0,923 > 0,1$ ). Begitu juga dengan nilai VIF pada variabel citra perusahaan  $< 10$  ( $1,083 < 10$ ) dan nilai *tolerance*  $> 0,1$  ( $0,923 > 0,1$ ). Sehingga dipastikan bahwa pada persamaan 2 dapat dikatakan lolos dalam uji multikolinearitas.

### c. Uji Autokorelasi

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala autokorelasi dalam penelitian ini dilakukan dengan *durbin Watson*. Pada asumsi klasik, diharapkan tidak terjadi gejala autokorelasi. Dasar pengambilan kesimpulan pada uji *Durbin Watson* adalah jika *durbin Watson* (*dw*) terletak diantara *dU* dan  $4-dU$  ( $dU < dw < 4-dU$ ), maka disimpulkan tidak terjadi autokorelasi.

Terdapat 2 desain penelitian dalam uji autokorelasi, yaitu pada uji persamaan 1 dengan rincian *corporate social responsibility* (X) sebagai variabel *independent* dan citra perusahaan (Z) sebagai variabel *dependent*. Sedangkan pada uji persamaan 2 dengan rincian *corporate social responsibility* (X), citra perusahaan (Z) sebagai variabel *independent*, dan keputusan menabung (Y) sebagai variabel *dependent*. Hasil analisis data untuk uji autokorelasi pada persamaan 1 dan 2 dengan menggunakan SPSS 24 adalah sebagai berikut:

## 1) Uji Autokorelasi Persamaan 1

**Tabel 4.14**  
**Tabel Hasil Uji Autokorelasi**

### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,277 <sup>a</sup>	,077	,067	2,39454	2,296

a. Predictors: (Constant), Corporate Social Responsibility

b. Dependent Variable: Citra Perusahaan

**Sumber:** *Output* SPSS 24, Data Primer diolah (2022)

Hasil uji autokorelasi pada persamaan 1 tersebut, diketahui nilai dw adalah senilai 2,296, sedangkan nilai dU untuk jumlah sampel 97 dan variabel *independent* 1 adalah senilai 1,690. Nilai 4-dU adalah senilai 2,31. Sehingga dapat kita ketahui bahwa dalam uji autokorelasi persamaan 1 ini nilai  $dU < dw < 4-dU$  ( $1,690 < 2,296 < 2,31$ ). Maka dapat disimpulkan bahwa pada persamaan 1 pada uji autokorelasi ini dinyatakan lolos atau tidak ada gejala autokorelasi.

## 2) Uji Autokorelasi Persamaan 2

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji Autokorelasi Persamaan 2**

### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,611 <sup>a</sup>	,373	,360	2,73720	1,976

a. Predictors: (Constant), Citra Perusahaan, Corporate Social Responsibility

b. Dependent Variable: Keputusan Menabung

**Sumber:** *Output* SPSS 24, Data Primer diolah (2022)

Hasil uji autokorelasi pada persamaan 2 tersebut diketahui nilai  $d_w$  adalah senilai 1,976, sedangkan nilai  $d_U$  untuk jumlah sampel 97 dan variabel *independent* 2 adalah senilai 1,7116. Nilai  $4-d_U$  adalah senilai 2,288. Sehingga dapat kita ketahui bahwa dalam uji autokorelasi persamaan 2 ini nilai  $d_U < d_w < 4-d_U$  ( $1,7116 < 1,976 < 2,288$ ). Maka dapat disimpulkan bahwa pada persamaan 2 pada uji autokorelasi ini dinyatakan lolos atau tidak terjadi gejala autokorelasi.

#### **d. Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model yang akan diuji terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji *Park*.

Terdapat 2 desain penelitian dalam uji heteroskedastisitas, yaitu pada uji persamaan 1 dengan rincian variabel *corporate social responsibility* (X) sebagai variabel *independent* dan variabel citra perusahaan (Z) sebagai variabel *dependent*. Sedangkan pada uji persamaan 2 dengan rincian variabel *corporate social responsibility* (X) dan variabel citra perusahaan (Z) sebagai variabel *independent*, dan variabel keputusan menabung (Y) sebagai variabel *dependent*. Hasil analisis data untuk uji heteroskedastisitas pada persamaan 1 dan 2 dengan menggunakan SPSS 24 adalah sebagai berikut:

## 1) Uji Heteroskedastisitas Persamaan 1

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji *Park* Heteroskedastisitas Persamaan 1**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	6,802	3,728		1,825	,071
	Corporate Social Responsibility	-,120	,069	-,174	-1,723	,088

a. Dependent Variable: LnRes\_2

**Sumber:** *Output* SPSS 24, Data Primer diolah (2022)

Berdasarkan *Output* pada tabel diatas, diketahui bahwa nilai signifikansi pada variabel *corporate social responsibility* (X) tersebut senilai 0,088 yang berarti  $> 0,05$  sehingga disimpulkan bahwa dalam uji *park* tersebut, persamaan 1 lolos dalam uji heteroskedastisitas yang artinya tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

## 2) Uji Heteroskedastisitas Persamaan 2

**Tabel 4.17**  
**Hasil Uji *Park* Heteroskedastisitas Persamaan 1**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-2,884	4,205		-,688	,493
	Corporate Social Responsibility	,124	,068	,193	1,831	,070
	Citra Perusahaan	-,086	,094	-,096	-,908	,366

a. Dependent Variable: LnRes\_2

**Sumber:** *Output* SPSS 24, Data Primer diolah (2022)



Berdasarkan *Output* hasil uji *Park* pada tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi tiap variabel  $> 0,05$  dengan masing-masing nilai signifikansi 0,070 dan 0,366. Maka dapat disimpulkan bahwa pada persamaan 2 tidak terjadi gejala heterosedastisitas yang artinya lolos dalam uji heteroskedastisitas.

## B. Pembuktian Hipotesis

### 1. Uji t (Uji Parsial/ Individu)

Uji t (uji parsial) digunakan untuk menguji hubungan atau pengaruh dari variable *independent* (bebas) terhadap variabel *dependent* (terikat) dengan  $\alpha = 0,05$  dan kriteria pengambilan keputusan Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka variabel *independent* berpengaruh secara parsial terhadap variabel *dependent* ( $H_a$  diterima), begitupun sebaliknya. Kriteria pengambilan keputusan dalam uji t ini juga dapat dilakukan dengan melihat nilai signifikansi tiap variabel. Jika nilai sig  $\leq 0,05$ , maka variabel *independent* secara parsial berpengaruh terhadap variabel *dependent*. Berikut ini adalah uji t untuk persamaan 1 dan persamaan 2:

#### a. Uji t Persamaan 1

**Tabel 4.18**  
**Hasil Uji t Persamaan 1**

Model		Unstandardized Coefficients <sup>a</sup>		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	24,669	3,805		6,483	,000
	Corporate Social Responsibility	,199	,071	,277	2,813	,006

a. Dependent Variable: Citra Perusahaan

**Sumber:** *Output* SPSS 24, Data Primer diolah (2022)

Berdasarkan hasil analisis uji t pada tabel *coefficient* diatas, pada variabel *corporate social responsibility* (X) diperoleh nilai  $t_{hitung}$  senilai 2,813.  $t_{tabel}$  dalam penelitian ini yakni sebesar 1,661. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung} >$  nilai  $t_{tabel}$  ( $2,813 > 1,661$ ) dan nilai  $sig \leq 0,05$  ( $0,006 \leq 0,05$ ). Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa “*corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra perusahaan” diterima.

#### b. Uji t Persamaan 2

**Tabel 4.19**  
**Hasil Uji t Persamaan 2**

Model		Unstandardized Coefficients <sup>a</sup>		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,063	5,224		,969	,335
	Corporate Social Responsibility	,434	,084	,437	5,140	,000
	Citra Perusahaan	,446	,117	,323	3,800	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung

**Sumber:** Output SPSS 24, Data Primer diolah (2022)

- 1) Berdasarkan hasil analisis uji t pada tabel *coefficient* diatas, pada variabel *corporate social responsibility* (X) diperoleh nilai  $t_{hitung}$  senilai 5,140.  $t_{tabel}$  dalam penelitian ini yakni sebesar 1,661. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung} >$  nilai  $t_{tabel}$  ( $5,140 > 1,661$ ) dan nilai  $sig \leq 0,05$  ( $0,000 \leq 0,05$ ). Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa “*corporate social responsibility*

berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung” diterima.

- 2) Berdasarkan hasil analisis uji t pada tabel *coefficient* diatas, pada variabel citra perusahaan (Z) diperoleh nilai  $t_{hitung}$  senilai 3,800.  $t_{tabel}$  dalam penelitian ini yakni sebesar 1,661. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung} > \text{nilai } t_{tabel}$  ( $3,800 > 1,661$ ) dan nilai  $sig \leq 0,05$  ( $0,000 \leq 0,05$ ). Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa “citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung” diterima.

## 2. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui kontribusi yang disumbangkan oleh variabel *independent* (bebas) kepada variabel *dependent* (terikat). Dalam koefisien determinasi ini, semakin besar nilai koefisien determinasinya (mendekati 1/100%), maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel *independent* adalah besar terhadap variabel *dependent*.

### a. Koefisien Determinasi Persamaan 1

Koefisien determinasi pada persamaan 1 digunakan untuk mengetahui kontribusi pengaruh *corporate social responsibility* terhadap citra perusahaan. Besarnya koefisien determinasi ( $R^2$ ) untuk persamaan 1 dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.20**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,277 <sup>a</sup>	,077	,067	2,39454

a. Predictors: (Constant), Corporate Social Responsibility

**Sumber:** *Output SPSS 24, Data Primer diolah (2022)*

Tabel diatas menjelaskan bahwa koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,077. Hal tersebut mengindikasikan bahwa kemampuan variabel independent (*corporate social responsibility*) mampu menjelaskan variasi variabel dependent (citra perusahaan) sebesar 7,7% sedangkan sisanya sebesar 92,3% dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

#### **b. Koefisien Determinasi Persamaan 2**

Koefisien determinasi pada persamaan 2 digunakan untuk mengetahui kontribusi pengaruh *corporate social responsibility* dan citra perusahaan terhadap keputusan menabung. Besarnya koefisien determinasi ( $R^2$ ) untuk persamaan 2 dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.21**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi Persamaan 2**

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,611 <sup>a</sup>	,373	,360	2,73720

a. Predictors: (Constant), Citra Perusahaan, Corporate Social Responsibility

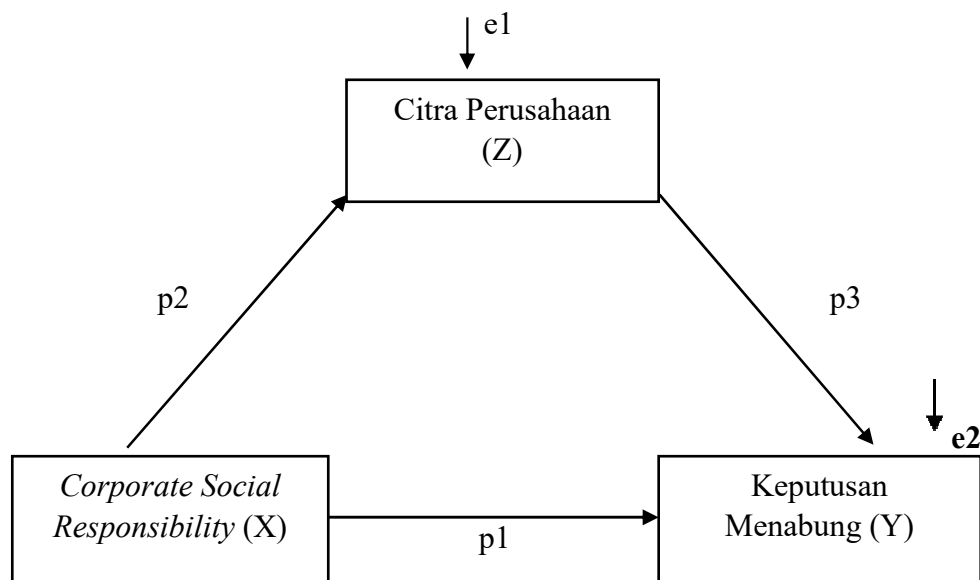
**Sumber:** *Output SPSS 24, Data Primer diolah (2022)*

Tabel diatas menjelaskan bahwa koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,373. Hal tersebut mengindikasikan bahwa kemampuan variabel *independent* (*corporate social responsibility* dan citra perusahaan) mampu menjelaskan variasi variabel *dependent* (keputusan menabung) sebesar 37,3% sedangkan sisanya sebesar 62,7% dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

### 3. Uji *Path Analysis*

Analisis jalur atau *path analysis* digunakan untuk menguji besarnya kontribusi yang ditunjukkan oleh koefisien jalur antar hubungan variabel *corporate social responsibility* (X) terhadap keputusan menabung (Y) melalui citra perusahaan (Z). Model strukur analisis jalur dapat dijelaskan pada diagram berikut ini:

**Gambar 4.2**  
**Model Persamaan *Path Analysis***



**Sumber :**Imam Ghozali (2021)

Setiap anak panah yang ditunjukkan dalam diagram tersebut menjelaskan hubungan antar variabel, dimana setiap nilai  $p$  menggambarkan nilai koefisien jalur. Total pengaruh hubungan antar variabel dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Pengaruh langsung variabel *independent* terhadap variabel *dependent*  
=  $p_{XY}$
- b. Pengaruh tidak langsung variabel *independent* terhadap variabel *dependent* melalui variabel *intervening* =  $(p_{XZ} \times p_{ZY})$
- c. Total pengaruh =  $p_{XY} + (p_{XZ} \times p_{ZY})$

Berikut ini adalah hasil analisis koefisien jalur pada persamaan 1 dan persamaan 2 dalam penelitian ini:

**Tabel 4.22**  
**Hasil  $R^2$  Analisis Jalur Persamaan 1**

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,277 <sup>a</sup>	,077	,067	2,39454

a. Predictors: (Constant), Corporate Social Responsibility

**Sumber:** *Output* SPSS Versi 24, Data Primer diolah (2022)

Berdasarkan tabel tersebut, diketahui nilai  $e1 = \sqrt{(1 - R^2)} =$   
 $\sqrt{(1 - 0,077)} = \sqrt{0,923} = 0,960.$

**Tabel 4.23**  
**Hasil R<sup>2</sup> Analisis Jalur Persamaan 2**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,611 <sup>a</sup>	,373	,360	2,73720

a. Predictors: (Constant), Citra Perusahaan, Corporate Social Responsibility

**Sumber:** *Output* SPSS Versi 24, Data Primer Diolah (2022)

Berdasarkan tabel tersebut, diketahui nilai  $e2 = \sqrt{(1 - R^2)} = \sqrt{(1 - 0,373)}$   
 $= \sqrt{0,627} = 0,791$ .

**Tabel 4.24**  
**Hasil Uji *Coefficient* Analisis Jalur Persamaan 1**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	24,668	3,805		6,483	,000
	Corporate Social Responsibility	,198	,071	,277	2,813	,006

a. Dependent Variable: Citra Perusahaan

**Sumber:** *Output* SPSS Versi 24, Data Primer diolah (2022)

**Tabel 4.25**  
**Hasil Uji *Coefficient* Analisis Jalur Persamaan**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,063	5,224		,969	,325
	Corporate Social Responsibility	,434	,084	,437	5,140	,000
	Citra Perusahaan	,446	,117	,323	3,800	,000

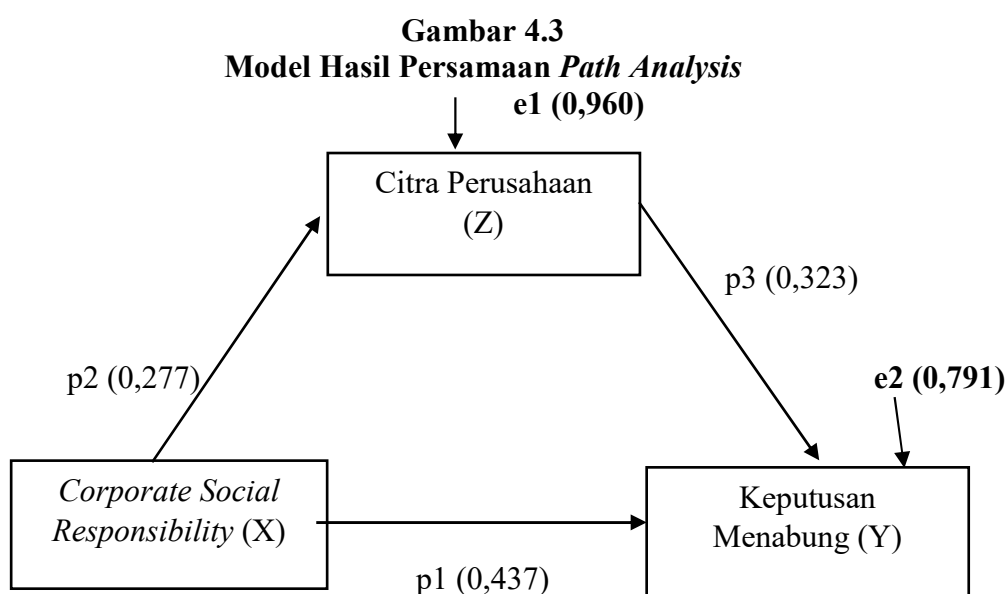
a. Dependent Variable: Keputusan Menabung

**Sumber:** *Output* SPSS Versi 24, Data Primer diolah (2022)

Berdasarkan tabel tersebut, diketahui nilai *standardized coefficient beta* *Corporate Social Responsibility* (X) sebesar 0,277 (nilai jalur p2), nilai

*standardized coefficient beta Corporate Social Responsibility (X) terhadap keputusan menabung (Y) sebesar 0,437 (nilai jalur p1) dan nilai *standardized coefficient beta* citra perusahaan (Z) terhadap keputusan menabung (Y) sebesar 0,323 (nilai jalur p3).*

Berdasarkan dari nilai-nilai tersebut, dapat dilihat dalam diagram koefisien analisis jalur sebagai berikut:



**Sumber :** Data yang diolah Peneliti (2022)

Dari gambar tersebut, maka dapat diketahui pengaruh langsung, pengaruh tidak langsung dan pengaruh total adalah sebagai berikut:

- a. Pengaruh langsung *corporate social responsibility* terhadap keputusan menabung (p1) sebesar 0,437.
- b. Pengaruh tidak langsung *corporate social responsibility* terhadap keputusan menabung melalui citra perusahaan yaitu  $p2 \times p3 = (0,277 \times 0,323) = 0,089$



c. Pengaruh total *corporate social responsibility* terhadap keputusan menabung adalah  $p1 + (p2 \times p3) = 0,437 + 0,089 = 0,526$ .

Signifikan atau tidaknya pengaruh mediasi yang ditunjukkan dapat dibuktikan dengan melakukan uji sobel. Bila nilai kalkulasi Z lebih besar dari 1,96 (nilai Z tabel pada tingkat kepercayaan 95 persen), maka variabel *intervening* dinilai secara signifikan memediasi hubungan antar variabel terikat dengan variabel bebas. Untuk pengujian sobel tes, digunakan rumus sebagai berikut:

$$Z = \frac{ab}{\sqrt{b^2Sa^2 + a^2Sb^2}}$$

$$\begin{aligned} Z &= \frac{p2 \cdot p3}{\sqrt{p3^2 Sp2^2 + p2^2 Sp3^2}} \\ &= \frac{0,277 (0,323)}{\sqrt{(0,323)^2 (0,071)^2 + (0,277)^2 (0,117)^2}} \\ &= \frac{0,089}{\sqrt{(0,104) (0,0050) + (0,076)(0,0136)}} \\ &= \frac{0,089}{\sqrt{0,00052 + 0,0010}} \\ &= \frac{0,089}{\sqrt{0,00152}} \\ &= \frac{0,089}{0,0389} \\ &= 2,287 \end{aligned}$$

### C. Pembahasan

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, hubungan antar variabel tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

### **1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Keputusan Menabung di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Larangan Pamekasan (Hipotesis 1)**

Berdasarkan hasil uji t (parsial/individu) yang telah dilakukan, dari variabel *corporate social responsibility* (X) diperoleh nilai  $t_{hitung}$  senilai 5,140.  $t_{tabel}$  dalam penelitian ini yakni sebesar 1,661. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung} > \text{nilai } t_{tabel}$  ( $5,140 > 1,661$ ) dan nilai  $\text{sig} \leq 0,05$  ( $0,000 \leq 0,05$ ). Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa “*corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Larangan Pamekasan” diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang pernah dilaksanakan oleh Yulianti (2017) yang memaparkan temuan eksplorasinya di Bank Nagari Cabang Utama Kota Padang bahwa *corporate social responsibility* merupakan faktor yang memengaruhi keputusan menabung di bank tersebut.<sup>6</sup> Selain dari penelitian yang dilakukan oleh Yulianti, hasil penelitian ini juga mendukung penelitian yang sebelumnya juga dilakukan oleh Nur Huri Mustofa bersama dengan Winnna Widyowati dengan menyimpulkan bahwa dalam Bank BRI Syariah KCP Ungaran, peningkatan keputusan menabung nasabah dipengaruhi

---

<sup>6</sup> Yulianti, “Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Menabung dengan *Brand Image* sebagai Variabel *Intervening* pada Bank Nagari di Kota Padang” (Skripsi, STKIP PGRI, Sumatera Barat, 2017), 131.

secara signifikan oleh *corporate social responsibility* yang dikeluarkan oleh bank tersebut.<sup>7</sup>

Hal tersebut menunjukkan bahwa dengan adanya kontribusi positif berupa program *corporate social responsibility* yang dilaksanakan oleh KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Larangan Pamekasan berpengaruh terhadap keputusan menabung di koperasi tersebut. Beberapa program *corporate social responsibility* yang dikeluarkan oleh KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Larangan adalah berupa kontribusi dalam pembangunan masjid di lingkungan sekitar koperasi, pemberian beasiswa bagi siswa berprestasi, santunan anak yatim dan kaum duafa. Selain kontribusi tersebut, KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Larangan juga senantiasa menjaga hubungan baik dengan anggota dan masyarakat. Berdasarkan hasil penelitian ini, kontribusi-kontribusi tersebut dinilai mampu mempengaruhi keputusan menabung anggota di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Larangan Pamekasan.

## **2. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Citra Perusahaan di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Larangan Pamekasan (Hipotesis 2)**

Berdasarkan hasil analisis uji t, pada variabel *corporate social responsibility* (X) diperoleh nilai  $t_{hitung}$  senilai 2,813.  $t_{tabel}$  dalam penelitian ini yakni sebesar 1,661. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung} >$  nilai  $t_{tabel}$  ( $2,813 > 1,661$ ) dan nilai  $sig \leq 0,05$  ( $0,006 \leq 0,05$ ). Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa “*corporate social responsibility*

---

<sup>7</sup> Nur Huri Mustofa dan Winna Widyowati, “Analisis Pengaruh Memutuskan Menabung dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi”, *El-Jizya: Jurnal Ekonomi Islam* 9, no. 1 (Juni 2021): 66

berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra perusahaan di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Larangan” diterima..

Hasil dari pengujian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Randy Dwi Caesario bersama Maseviastuti (2018) yang menyatakan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra perusahaan di BRI Malang Martadinata.<sup>8</sup> Tak hanya itu, penelitian ini juga semakin menguatkan hasil dari temuan Dwi Harni beserta Elvira Azis yang dalam eksplorasinya menyimpulkan bahwa *corporate social responsibility* yang dikeluarkan oleh PT. Bank Danamon Indonesia Tbk mampu meningkatkan citra perusahaan tersebut.<sup>9</sup>

Hubungan *Corporate social responsibility* terhadap citra perusahaan sesuai dengan pendapat Mulya Amri dan Wicaksono Saroso yang dikutip oleh Claudia Novella Yunantan (2019) bahwa *corporate social responsibility* bermanfaat dalam membentuk citra yang positif sebagai perusahaan yang peduli serta bertanggung jawab terhadap masyarakat di lingkungannya.<sup>10</sup> Selain dari itu, hasil tersebut juga dikuatkan oleh teori yang dikemukakan oleh Totok Mardikanto dalam bukunya bahwa perusahaan yang menerapkan proram *corporate social responsibility*nya

---

<sup>8</sup> Randy Dwi Caesario dan Masrevistuti, “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Kepuasan Nasabah terhadap Citra Perusahaan di BRI Malang Martadinata,” *Jurnal Aplikasi Bisnis* 2, no. 1 (Juni 218): 184.

<sup>9</sup> Dwi Harni dan Elvira Azis “Pengaruh CSR terhadap Citra Perusahaan Bank Danamon Indonesia,” *Jurnal Wacana Ekonomi* 17, no. 03 (2018); 155.

<sup>10</sup> Claudia Novella Yunantan, "Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Alfamart Class di SMK PGRI 3 Malang terhadap Citra Perusahaan Alfamart," *Jurnal E-Komunikasi* 4, no. 1 (2019): 2.

degan baik, maka akan meningkatkan kesan/citra positif bagi perusahaan tersebut.<sup>11</sup>

Berdasarkan hal tersebut, menunjukkan bahwa dengan adanya kontribusi positif berupa program *corporate social responsibility* yang dikeluarkan oleh KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Larangan Pamekasan berpengaruh terhadap citra perusahaan. Kesan suatu perusahaan dimata publik dapat bernilai positif maupun negatif, tergantung bagaimana strategi perusahaan dalam menarik masyarakat untuk menilai citra perusahaan tersebut. Dalam penelitian ini, *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra perusahaan, artinya *corporate social responsibility* yang dikeluarkan oleh KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Larangan mampu mempengaruhi citra positif dari masyarakat terhadap KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Larangan Pamekasan, termasuk memberikan kesan bahwa KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Larangan merupakan koperasi yang memiliki tanggung jawab sosial yang tinggi.

### **3. Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Keputusan Menabung di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Larangan Pamekasan (Hipotesis 3)**

Berdasarkan hasil analisis uji t pada *Output* SPSS versi 24, pada variabel citra perusahaan (Z) diperoleh nilai  $t_{hitung}$  senilai 3,800.  $t_{tabel}$  dalam penelitian ini yakni sebesar 1,661. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung} >$  nilai  $t_{tabel}$  ( $3,800 > 1,661$ ) dan nilai  $sig \leq 0,05$  ( $0,000 \leq 0,05$ ). Sehingga dalam penelitian ini

---

<sup>11</sup> Totok Mardikanto, *CSR (Corporate Social Responsibility) (Tanggung Jawab Sosial Korporasi)*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 137-138.

citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Larangan Pamekasan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Djunaedi yang dalam hasil penelitiannya menyebutkan bahwa citra bank berpengaruh terhadap keputusan menabung di BNI Syariah Kota Kediri, dimana makin tinggi citra suatu bank, maka akan secara langsung dapat meningkatkan keputusan menabung responden.<sup>12</sup> Tidak hanya itu, hasil penelitian ini juga diperkuat dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Yolanda dan Dimas Firdaus yang menyatakan bahwa citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung nasabah, dimana semakin baik citra perusahaan maka keputusan menabung nasabah juga akan mengalami peningkatan.<sup>13</sup>

Hasil penelitian ini juga didukung teori yang menyebutkan bahwa selain strategi pemasaran, faktor lain yang memengaruhi keputusan menabung adalah citra perusahaan. Citra suatu perusahaan memiliki peran besar dalam mempengaruhi keputusan nasabah dalam menabung. Ketika nasabah tidak memiliki informasi yang lengkap mengenai produk, maka nasabah akan mempertimbangkan citra suatu perusahaan tersebut sebagai dasar memutuskan.

---

<sup>12</sup> Djunaedi, "Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), dan Kualitas Produk terhadap Citra Bank dan Keputusan Menabung di BNI Syariah Kota Kediri," *JMM17 Jurnal Ekonomi & Manajemen* 3, no. 2 (September 2016): 118

<sup>13</sup> Yolanda dan Dimas Firdaus, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Citra Perusahaan serta Dampaknya pada Keputusan Nasabah Menabung (Studi Kasus pada Bank BRI Kantor Cabang Pembantu Meester)", *Jurnal Manajemen FE UB* 07, no. 1 (April 2019): 137.

Masyarakat terkadang tidak menyukai produk karena citra yang sudah terlanjur negatif dari perusahaan dimata masyarakat.<sup>14</sup>

#### **4. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Keputusan Menabung Melalui Citra Perusahaan di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Larangan Pamekasan (Hipotesis 4)**

Berdasarkan hasil uji sobel, diketahui bahwa nilai Zhitung dalam penelitian ini senilai 2,287. Hasil tersebut menandakan bahwa pengaruh mediasi yang ditunjukkan oleh citra perusahaan adalah signifikan karena nilai Zhitung tersebut > nilai z tabel (196). Artinya, citra perusahaan mampu memediasi antara variabel *corporate social responsibility* terhadap variabel keputusan menabung. Karena koefisien pengaruh tidak langsung variabel *corporate social responsibility* terhadap keputusan menabung melalui citra perusahaan sebagai variabel intervening memiliki nilai yang lebih kecil dibanding pengaruh langsungnya, sehingga dapat dikatakan bahwa citra perusahaan dapat memediasi secara parsial (*partial mediation*). Artinya, *corporate social responsibility* dapat berpengaruh terhadap keputusan menabung baik secara langsung maupun tidak langsung dengan melalui citra perusahaan. Maka, hipotesis yang menyatakan “*Corporate Social Responsibility* Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Keputusan Menabung dengan Citra Perusahaan sebagai Variable *Intervening*” diterima.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang sebelumnya telah dilakukan oleh Nur Huri Mustofa dan Winna Widyowati yang mengemukakan

---

<sup>14</sup> Zainal Habib, “Pengaruh Strategi Pemasaran dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung di KSPPS BMT Kemitraan Bojonegoro”, *Al-Muraqabah: Journal of Management and Sharia Bsiness* 1, no. 1 (Juni 2021): 33.

bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung dengan brand image sebagai variabel intervening di Bank BRI Syariah KCP Ungaran.<sup>15</sup> Selain dari penelitian tersebut, hasil ini juga mendukung penelitian yang sebelumnya dilakukan oleh Cici Amalyah (2021) yang hasilnya bahwa *corporate image* (citra perusahaan) mampu memediasi pengaruh *corporate social responsibility* terhadap keputusan pembelian produk rabbani di Salatiga.<sup>16</sup>

Adanya kontribusi *corporate social responsibility* yang dikeluarkan oleh KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Larangan Pamekasan ini akan menumbuhkan citra positif di masyarakat sehingga citra positif tersebut berdampak pada keputusan menabung anggota di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Larangan Pamekasan.

---

<sup>15</sup> Nur Huri Mustofa dan Winna Widyowati, “Analisis Pengaruh Memutuskan Menabung dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi”, *El-Jizya: Jurnal Ekonomi Islam* 9, no. 1 (Juni 2021): 67.

<sup>16</sup> Cici Amalyah “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dengan *Corporate Image* dan *Brand Image* sebagai Variabel *Intervening*” (Skripsi, IAIN Salatiga, Salatiga, 2021), 96.