

## **BAB IV**

### **DESKRIPSI DATA, PEMBUKTIAN HIPOTESIS, DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Deskripsi Data**

##### **1. Gambaran Objek Penelitian**

###### **a. Sejarah Berdirinya BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep**

Dikeluarkannya Undang-Undang No. 22 tahun 1999 tentang Pemerintah Daerah dan Peraturan Pemerintah No. 25 tentang Kewenangan Pemerintah dan Kewenangan Provinsi sebagai daerah otonomi, maka kewenangan otonomi saat ini telah di erahkan 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 di harapkan dapat memenuhi tujuan tersebut. Dimana ada gilirannya Lembaga keuangan tersebut di harapkan 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). Untuk memenuhi maksud dan tujuan tersebut di atas

Pemerintah Kabupaten Sumenep melakukan akuisisi Bank Perkreditan Rakyat yang berdomisili 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 Surat Perjanjian Kerja Sama Pendirian Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) di Kabupaten Sumenep Nomor 910/608b/435.304/2001011/BMI/PKS/XII/2001 yang ditandatangani oleh Bupati Sumenep dan PT. Bank Syariah Muamalat Indonesia, Tbk. Pada tanggal 27 Desember 2001. Dalam MOU tersebut PT. Bank Mualamat sebagai pelaksanaan dalam proses pengambilan BPR serta bertanggung jawab terhadap pemberian konsultasi untuk perijinan, rekrutmen, pelatihan dan pembinaan.

#### **b. Makna Logo BPRS Bhakti Sumekar**

##### **Gambar 4.1**

##### **Logo BPRS Bhakti Sumekar**



**Sumber:** Data diolah Tahun 2023

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

makna logo BPRS Bhakti Sumekar dari segi warna adalah:

- 1) Warna hijau: melambangkan kesuburan, kesejukan, dan kemakmuran, selain itu warna hijau juga identik dengan sesuatu yang bersifat islam.
- 2) Warna kuning: melambangkan kesejahteraan, kejayaan dan kekayaan.

#### **c. Visi dan Misi**

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

#### **Misi :**

- 1) Intermediasi antara pelaku ekonomi yang berlebih dengan yang kurang dalam permodalan berdasarkan syariah.
- 2) Membantu melaksanakan pemberdayaan pengusaha ekonomi kecil dan menengah.
- 3) Mengupayakan peningkatan pendapatan asli daerah.

#### **d. Motto**

“Mitra Dalam Bermuamalah”

#### **e. Nilai Utama Perusahaan “BHAKTI**

- 1) Berkembang

Dengan etos kerja yang kuat serta memiliki ide kreatif yang tinggi dan pengembangan ke masa yang akan datang, mengantisipasi tantangan dan kesempatan untuk berkembang melakukan inovasi-inovasi.

## 2) Harmonis

Rasa persaudaraan, Rasa kebersamaan menjadi pedoman hidup. Menjadikan kenyamanan dan kekompakan dalam bermitra.

## 3) Kepuasan Nasabah

## 4) Amanah

Konsisten dan bertindak adil, bersikap tegas dengan rasa tanggung jawab yang besar dengan amanah nasabah. Memenuhi kebutuhan nasabah dengan memberikan pelayanan yang terbaik, dengan tetap memperhatikan kepentingan perusahaan, dengan dukungan SDM yang tertampil, ramah, senang melayani dan di dukung teknologi unggul.

## 5) Transparan

Saling terbuka demi membangun kepercayaan dan keyakinan dengan menjunjung tinggi pelayanan yang terbaik sehingga terbentuk suasana bersih dan berwibawa.

## 6) Integritas

Bertaqwa, penuh dedikasi, jujur, selalu menjaga nama baik, serta taat pada peraturan, yang berlaku.

#### **f. Badan Hukum BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep**

PT. BPR DANA MERAPI Perusahaan asal tersebut didirikan berdasarkan akta notaris Yanita Poerbo SH No 64 tanggal 30 juli 1992 dan telah di sahkan oleh mentri kehakiman Republik Indonesia dalam Surat Keputusan nomor C2-392.HT.01.01.TH1993 tanggal 22 Januari 1993, Rencana akuisisasi dari pemerintah Kabupaten Sumenep telah memperoleh rekomendasi dan persetujuan dari Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kabupaten Sumenep tanggal 19 november 2001 dengan Nomor 910/953/435.040/2001. Dan telah disetujui pula oleh Bank Indonesia pada tanggal 20 februari 2002 dengan surat persetujuan Nomor 4/5DPBPR/P3BPR/Sb. Dalam perkembangan PT.BPR Dana Merapi telah mengalami perubahan nama menjadi PT.BPR Bhakti sumekar dengan Akte Nomor 24 tanggal 16 september 2002 oleh Notaris Karuniawan Surjanto, SH notaris Sidoarjo dan persetujuan dari Bank Indonesia no.04/8/KEP/PBI/sb/2002 tanggal 11 November 2003. Untuk mengukuhkan pendirian PT. BPRS Bhakti Sumekar Sumenep, pemerintahan Kabupaten Sumenep telah mengesahkan dalam sebuah Peraturan Daerah (PERDA) Nomor 6 tahun 2003 tanggal 31-07-2003 tentang pendirian PT.Bank Perkreditan Rakyat Syariah Bhakti Sumekar.

Perubahan sistem Konvensional menjadi sitem Syariah dan perubahan nama PT.BPR Bhakti Sumekar menjadi PT.BPRS Bhakti Sumekar dalam akte notaris SH notaris di Sidoarjo No. 1 tanggal 1 November 2003 telah mendapat pengesahan Departemen kehakiman RI dan HAM RI, No .c-01389 HT.01.04.TH.2004 tanggal 19

Januari 2004 dan persetujuan izin prinsip Bank Indonesia NO.6/606/DPbs Jakarta tanggal 21 Mei 2004 serta Bank Indonesia Cabang Surabaya No.6/353/DPBPR/IDBPR/Sb tanggal 22 juni 2004.

Dan ijin perubahan kegiatan Usaha Konvensional menjadi Kegiatan Usaha Berdasarkan Prinsip Syariah dari Gubernur Bank Indonesia No.6/74/KEP.GBI/2004 tanggal 22 September 2004 dan beroperasi secara perinsip syariah mulai 22 Oktober 2004.<sup>1</sup>

#### **g. Produk-Produk BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep**

Adapun produk yang ditawarkan PT BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep diantaranya:

##### 1) Simpanan

Produk simpanan yang berupa tabungan dan deposito di PT BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep terdiri dari Tabungan Barokah, Tabungan SIMPEL (Simpanan Pelajar), Tabungan Tahara, Tabungan Qurban, Tabungan Umroh, Tabungan Haji, dan Tabungan Gaul iB. Sedangkan untuk yang deposito di PT BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep yaitu dari Deposito Mudharabah.

---

<sup>1</sup> Diakses dari <https://www.bhaktisumekar.co.id/v2/tentang-bbs/>, pada tanggal 31 Maret 2023 pukul 14.55 WIB.

## 2) Produk Pembiayaan

Produk pembiayaan di PT BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep terdiri dari Pembiayaan Serbaguna, Pembiayaan Elektronik, Pembiayaan KPR Syariah, Pembiayaan Sepeda, Pembiayaan Sepeda Motor, Pembiayaan Kepemilikan emas, Pembiayaan Sertifikat tanah, dan Pembiayaan Umroh, Pembiayaan UKM Syariah, dan Pembiayaan Mitra UMKM.

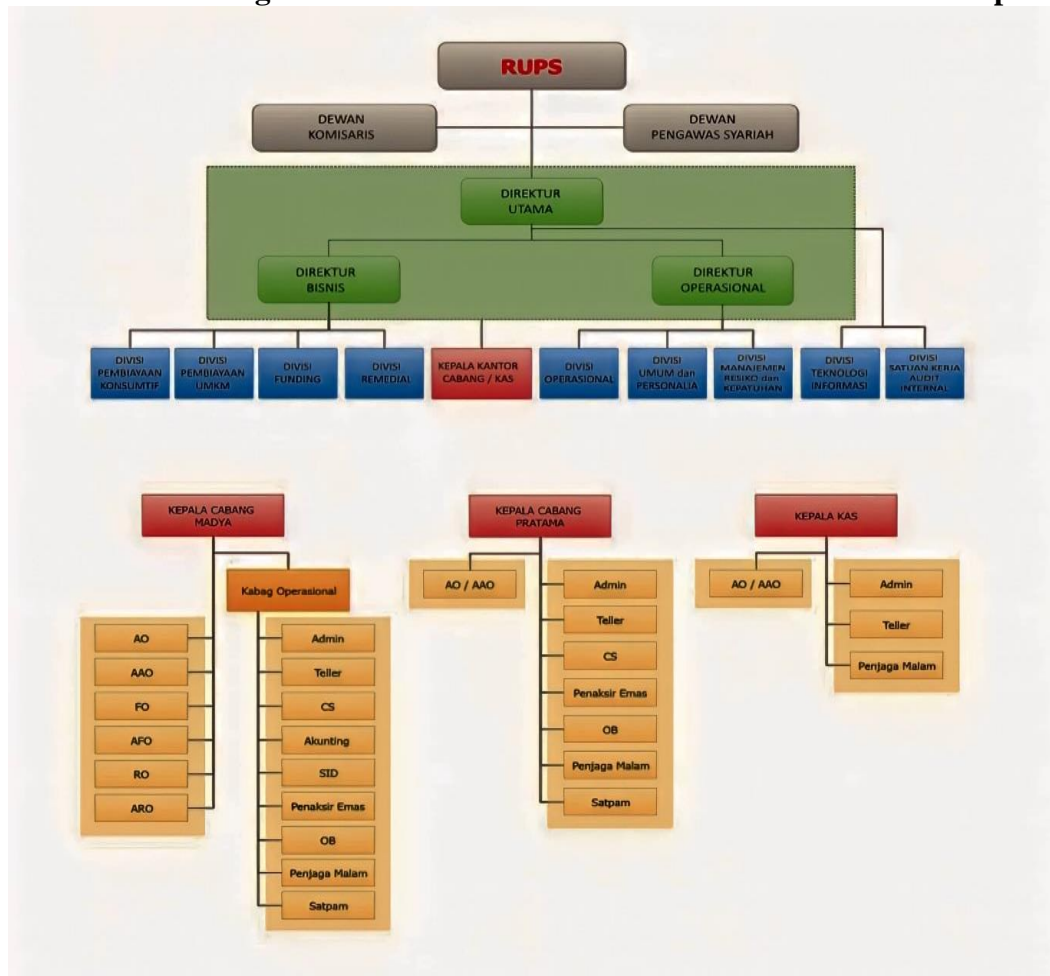
## 3) Gadai Emas (Ar-Rahn)

### **h. Struktur Organisasi BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep**

Struktur organisasi merupakan suatu bentuk management karyawan yang dibuat untuk mempermudah suatu pekerjaan agar tertata rapi sesuai jabatan dan pekerjaan yang sudah di berikan kepada karyawan tersebut berikut gambaran struktur organisasi PT BPRS Bhakti Sumekar Sumenep.

Gambar 4.2

Struktur Organisasi BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep



Sumber: Data diolah Tahun 2023

## 2. Deskripsi Data

### a. Deskripsi Data Penelitian

Deskripsi data pada penelitian ini untuk memberikan gambaran atau pemaparan pada penelitian yang sudah dilakukan di lapangan. Dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan data dengan cara menyebarkan kuesioner kepada nasabah yang



menggunakan produk Tabungan Gaul iB di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep dengan sampel sebanyak 80 responden. Pengambilan data dilakukan langsung di kantor BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep dengan cara menemui nasabah tabungan Gaul iB yang dijadikan sampel oleh peneliti. Rincian data penelitian dengan kuesioner ditunjukkan dalam tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.1**

**Rincian Penyebaran dan Pengembalian Kuesioner**

Kuesioner yang disebar	80
Kuesioner yang dikembalikan	80
Kuesioner yang tidak kembali	0
Kuesioner yang digugurkan	0
Kuesioner yang digunakan	80
Tingkat pengembalian	100%
Tingkat pengembalian yang digunakan	100%

**Sumber:** Data diolah Tahun 2023

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa jumlah kuesioner yang dianalisis lebih lanjut sebanyak 80 kuesioner, dengan tingkat pengembalian yang digunakan 100%.

### **b. Deskripsi Responden**

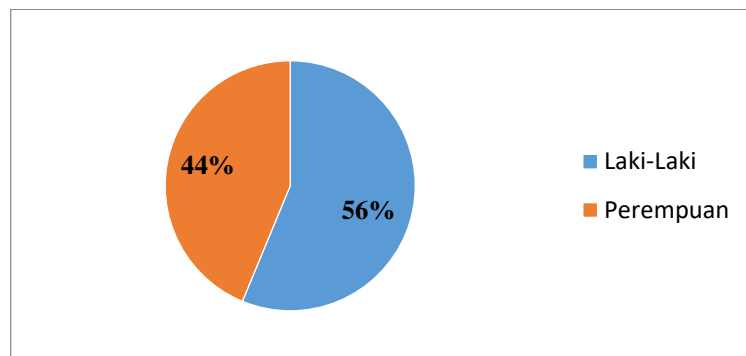
Deskripsi data responden digunakan untuk menggambarkan keadaan atau kondisi responden yang dapat memberikan informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian. Responden dalam penelitian ini memiliki beberapa karakteristik penelitian. Karakteristik penelitiannya terdiri sebagai berikut:

#### **1) Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner, identitas responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Gambar 4.3**

#### **Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**



**Sumber:** Data diolah Tahun 2023

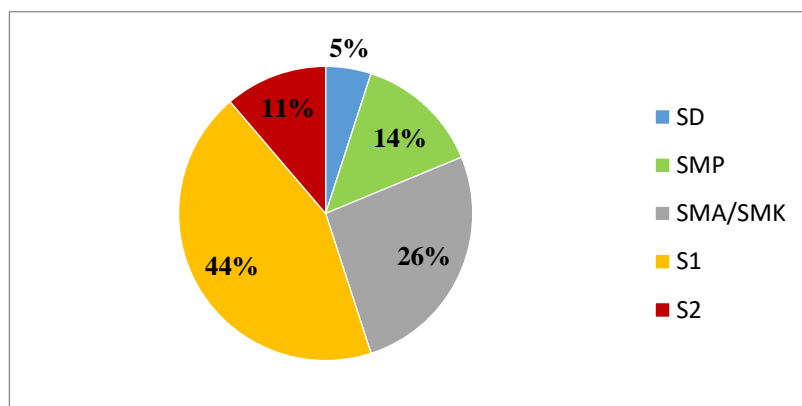
Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa data penelitian mengenai karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin diperoleh laki-laki sebanyak 45 orang (56,3%) dan perempuan sebanyak 35 orang (43,7%). Hal ini menunjukkan bahwa jumlah responden paling dominan berjenis kelamin laki-laki yaitu sejumlah 45 orang dengan persentase 56,3%.

## 2) Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner, identitas responden berdasarkan pendidikan terakhir dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.4**

### Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir



**Sumber:** Data diolah Tahun 2023

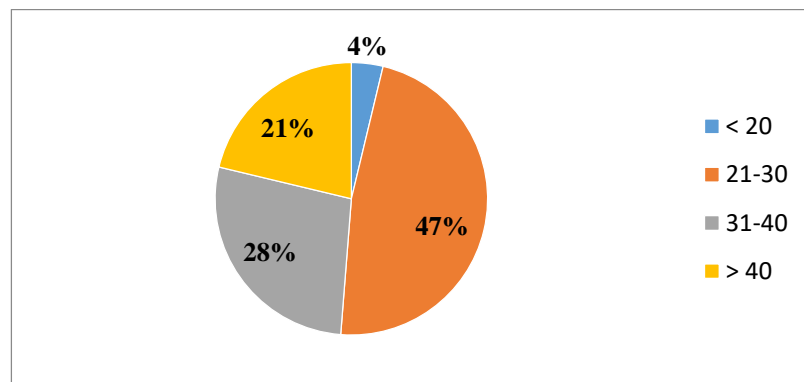
Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa data penelitian mengenai karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir diperoleh SD sebanyak 4 orang (5%), SMP sebanyak 11 orang (13,8%), SMA/SMK sebanyak 21 orang (26,2%), S1 sebanyak 35 orang (43,8%), dan S2 sebanyak 9 orang (11,2%). Hal ini menunjukkan bahwa paling dominan pendidikan terakhir nasabah tabungan gaul iB di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep yakni S1 sejumlah 35 orang dengan persentase 43,8%.

### 3) Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner, identitas responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.5**

#### **Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**



**Sumber:** Data diolah Tahun 2023

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa data penelitian mengenai karakteristik responden berdasarkan usia peroleh yakni berusia < 20 sebanyak 3 orang

(3,8%), berusia 21-30 sebanyak 38 orang (47,5%), berusia 31-40 sebanyak 22 orang (27,5%), dan yang berusia > 40 sebanyak 17 orang (21,2%). Hal ini menunjukkan bahwa usia nasabah tabungan gaul iB di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep paling dominan berusia 21-30 tahun berjumlah 38 orang dengan persentase 47,5%.

### c. Deskripsi Variabel

Deskripsi variabel ini digunakan untuk menggambarkan kecenderungan jawaban responden untuk setiap variabel, baik mengenai Kualitas Produk (X1) dan Citra Perusahaan (X2) terhadap Minat Nasabah (Y). Pada bagian ini akan disajikan deskripsi dari masing-masing variabel berdasarkan data yang diperoleh dari lapangan.

#### 1) Variabel Kualitas Produk (X1)

**Tabel 4.2**

**Distribusi Frekuensi Variabel X1 Tentang Kualitas Produk**

No. Item	(STS) 1		(TS) 2		(N) 3		(S) 4		SS 5		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1					1	1,3%	13	16,3%	66	82,5%	80
2					1	1,3%	14	17,5%	65	81,3%	80
3					1	1,3%	13	16,3%	66	82,5%	80

**Sumber:** Data diolah Tahun 2023

4					5	6,3%	16	20,0 %	59	73,8%	80
5					5	6,3%	9	11,3 %	66	82,5%	80
6					4	5,0%	13	16,3 %	63	78,8%	80
7					2	2,5%	14	17,5 %	64	80,0%	80
8					4	5,0%	15	18,8 %	61	76,3%	80
9					1	1,3%	11	13,8 %	68	85,0%	80
10					3	3,8%	15	18,8 %	62	77,5%	80
<b>Total</b>					<b>27</b>		<b>133</b>		<b>640</b>		<b>800</b>

Berdasarkan tabel diatas distribusi frekuensi pada variabel kualitas produk dijabarkan sebagai berikut:

Pada pernyataan pertama terkait indikator kinerja (*performance*) yang memberikan jawaban sangat tidak setuju dan tidak setuju sebanyak 0, yang memberikan jawaban netral sebanyak 1 orang, yang memberikan jawaban setuju sebanyak 13 orang, dan yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 66 orang.

Pada pernyataan kedua terkait indikator kinerja (*performance*) yang memberikan jawaban sangat tidak setuju dan tidak setuju sebanyak 0, yang memberikan jawaban netral sebanyak 1 orang, yang memberikan jawaban setuju sebanyak 14 orang, dan yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 65 orang.

Pada pernyataan ketiga terkait indikator tampilan (*features*) yang memberikan jawaban sangat tidak setuju dan tidak setuju sebanyak 0, yang memberikan jawaban netral sebanyak 1 orang, yang memberikan jawaban setuju sebanyak 13 orang, dan yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 66 orang.

Pada pernyataan keempat terkait indikator tampilan (*features*) yang memberikan jawaban sangat tidak setuju dan tidak setuju sebanyak 0, yang memberikan jawaban netral sebanyak 5 orang, yang memberikan jawaban setuju sebanyak 16 orang, dan yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 59 orang.

Pada pernyataan kelima terkait indikator kehandalan (*reliability*) yang memberikan jawaban sangat tidak setuju dan tidak setuju sebanyak 0, yang memberikan jawaban netral sebanyak 5 orang, yang memberikan jawaban setuju sebanyak 9 orang, dan yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 66 orang.

Pada pernyataan keenam terkait indikator kehandalan (*reliability*) yang memberikan jawaban sangat tidak setuju dan tidak setuju sebanyak 0, yang memberikan jawaban netral sebanyak 4 orang, yang memberikan jawaban setuju sebanyak 13 orang, dan yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 63 orang.

Pada pernyataan ketujuh terkait indikator kesesuaian (*conformance*) yang memberikan jawaban sangat tidak setuju dan tidak setuju sebanyak 0, yang

memberikan jawaban netral sebanyak 2 orang, yang memberikan jawaban setuju sebanyak 14 orang, dan yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 64 orang.

Pada pernyataan kedelapan terkait indikator kesesuaian (*conformance*) yang memberikan jawaban sangat tidak setuju dan tidak setuju sebanyak 0, yang memberikan jawaban netral sebanyak 4 orang, yang memberikan jawaban setuju sebanyak 15 orang, dan yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 61 orang.

Pada pernyataan kesembilan terkait indikator kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*) yang memberikan jawaban sangat tidak setuju dan tidak setuju sebanyak 0, yang memberikan jawaban netral sebanyak 1 orang, yang memberikan jawaban setuju sebanyak 11 orang, dan yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 68 orang.

Pada pernyataan kesepuluh terkait indikator kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*) yang memberikan jawaban sangat tidak setuju dan tidak setuju sebanyak 0, yang memberikan jawaban netral sebanyak 3 orang, yang memberikan jawaban setuju sebanyak 15 orang, dan yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 62 orang.

## **2) Variabel Citra Perusahaan (X2)**

**Tabel 4.3**

### **Distribusi Frekuensi Variabel X2 Tentang Citra Perusahaan**



No. Item	(STS) 1		(TS) 2		(N) 3		(S) 4		SS 5		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1					3	3,8%	16	20,0%	61	76,3%	80
2					3	3,8%	18	22,5%	59	73,8%	80
3					15	18,8%	15	18,8%	50	62,5%	80
4					3	3,8%	11	13,8%	66	82,5%	80
5					2	2,5%	12	15,0%	66	82,5%	80
6					1	1,3%	12	15,0%	67	83,8%	80
<b>Total</b>					<b>27</b>		<b>84</b>		<b>369</b>		<b>480</b>

**Sumber:** Data diolah Tahun 2023

Berdasarkan tabel diatas distribusi frekuensi pada variabel citra perusahaan dijabarkan sebagai berikut:

Pada pernyataan ketiga terkait indikator orang dan hubungan (*people and relationship*) yang memberikan jawaban sangat tidak setuju dan tidak setuju sebanyak 0, yang memberikan jawaban netral sebanyak 3 orang, yang memberikan jawaban setuju sebanyak 16 orang, dan yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 61 orang.

Pada pernyataan keempat terkait indikator orang dan hubungan (*people and relationship*) yang memberikan jawaban sangat tidak setuju dan tidak setuju sebanyak 0, yang memberikan jawaban netral sebanyak 3 orang, yang memberikan jawaban setuju sebanyak 18 orang, dan yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 59 orang.

Pada pernyataan kelima terkait indikator nilai dan program (*value and program*) yang memberikan jawaban sangat tidak setuju dan tidak setuju sebanyak 0, yang memberikan jawaban netral sebanyak 15 orang, yang memberikan jawaban setuju sebanyak 15 orang, dan yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 50 orang.

Pada pernyataan keenam terkait indikator nilai dan program (*value and program*) yang memberikan jawaban sangat tidak setuju dan tidak setuju sebanyak 0, yang memberikan jawaban netral sebanyak 3 orang, yang memberikan jawaban setuju sebanyak 11 orang, dan yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 66 orang.

Pada pernyataan ketujuh terkait indikator kredibilitas perusahaan (*corporate credibility*) yang memberikan jawaban sangat tidak setuju dan tidak setuju sebanyak 0, yang memberikan jawaban netral sebanyak 2 orang, yang memberikan jawaban setuju sebanyak 12 orang, dan yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 66 orang.

Pada pernyataan kedelapan terkait indikator kredibilitas perusahaan (*corporate credibility*) yang memberikan jawaban sangat tidak setuju dan tidak setuju sebanyak 0, yang memberikan jawaban netral sebanyak 1 orang, yang memberikan

jawaban setuju sebanyak 12 orang, dan yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 67 orang.

### 3) Variabel Minat Nasabah (Y)

**Tabel 4.4**

**Distribusi Frekuensi Variabel Y Tentang Minat Nasabah**

No. Item	(STS) 1		(TS) 2		(N) 3		(S) 4		SS 5		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1					1	1,3%	8	10,0%	71	88,8%	80
2					3	3,8%	6	7,5%	71	88,8%	80
3							11	13,8%	69	86,3%	80
4					12	15,0%	22	27,5%	46	57,5%	80
5					3	3,8%	35	43,8%	42	52,5%	80
6							57	71,3%	23	28,8%	80
<b>Total</b>					<b>19</b>		<b>139</b>		<b>322</b>		<b>480</b>

**Sumber:** Data diolah Tahun 2023

Berdasarkan tabel diatas distribusi frekuensi pada variabel minat nasabah dijabarkan sebagai berikut:

Pada pernyataan pertama terkait indikator pengenalan kebutuhan yang memberikan jawaban sangat tidak setuju dan tidak setuju sebanyak 0, yang memberikan jawaban netral sebanyak 1 orang, yang memberikan jawaban setuju sebanyak 8 orang, dan yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 71 orang.

Pada pernyataan kedua terkait indikator pengenalan kebutuhan yang memberikan jawaban sangat tidak setuju dan tidak setuju sebanyak 0, yang memberikan jawaban netral sebanyak 3 orang, yang memberikan jawaban setuju sebanyak 6 orang, dan yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 71 orang.

Pada pernyataan ketiga terkait indikator pencarian informasi yang memberikan jawaban sangat tidak setuju dan tidak setuju sebanyak 0, yang memberikan jawaban netral sebanyak 0, yang memberikan jawaban setuju sebanyak 11 orang, dan yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 69 orang.

Pada pernyataan keempat terkait indikator pencarian informasi yang memberikan jawaban sangat tidak setuju dan tidak setuju sebanyak 0, yang memberikan jawaban netral sebanyak 12 orang, yang memberikan jawaban setuju sebanyak 22 orang, dan yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 46 orang.

Pada pernyataan kelima terkait indikator evaluasi alternatif yang memberikan jawaban sangat tidak setuju dan tidak setuju sebanyak 0, yang memberikan jawaban

netral sebanyak 3 orang, yang memberikan jawaban setuju sebanyak 35 orang, dan yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 42 orang.

Pada pernyataan keenam terkait indikator evaluasi alternatif yang memberikan jawaban sangat tidak setuju dan tidak setuju sebanyak 0, yang memberikan jawaban netral sebanyak 0, yang memberikan jawaban setuju sebanyak 57 orang, dan yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 23 orang.

#### **d. Uji Kualitas Data**

Uji kualitas data merupakan sebuah cara mengolah informasi yang terkumpul untuk menjawab rumusan masalah pada penelitian ini. Tujuannya agar informasi yang diterima terbaca kebenarannya. Pada penelitian ini, peneliti mengolah hasil tanggapan kuesioner yang dibagikan kepada nasabah tabungan gaul iB di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep. Adapun uji kualitas data dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

##### **1) Uji validitas**

Uji validitas digunakan untuk menguji apakah jawaban dari responden benar-benar layak digunakan dalam penelitian ini atau tidak. Adapun kriteria pengambilan keputusan uji validitas untuk masing-masing dari pernyataan indikator variabel yaitu dengan membandingkan nilai  $r$  tabel dan  $r$  hitung. Apabila nilai  $r$  hitung  $\geq r$  tabel dan bernilai positif, maka indikator tersebut dinyatakan valid.

**Tabel 4.5****Hasil Uji Validitas Variabel X dan Y**

Variabel	Item	Koefisien Korelasi	Rtabel	Validitas
Kualitas Produk (X1)	X1.1	0,369	0,2172	Valid
	X1.2	0,519	0,2172	Valid
	X1.3	0,407	0,2172	Valid
	X1.4	0,542	0,2172	Valid
	X1.5	0,520	0,2172	Valid
	X1.6	0,574	0,2172	Valid
	X1.7	0,577	0,2172	Valid
	X1.8	0,420	0,2172	Valid
	X1.9	0,383	0,2172	Valid
	X1.10	0,393	0,2172	Valid
Citra Perusahaan (X2)	X2.1	0,827	0,2172	Valid
	X2.2	0,798	0,2172	Valid
	X2.3	0,817	0,2172	Valid
	X2.4	0,783	0,2172	Valid
	X2.5	0,616	0,2172	Valid

Minat Nasabah (Y)	X2.6	0,691	0,2172	Valid
	Y1	0,421	0,2172	Valid
	Y2	0,352	0,2172	Valid
	Y3	0,423	0,2172	Valid
	Y4	0,748	0,2172	Valid
	Y5	0,783	0,2172	Valid
	Y6	0,699	0,2172	Valid

**Sumber:** Data diolah Tahun 2023

Berdasarkan tabel diatas, hasil perhitungan data penelitian menggunakan SPSS menunjukkan bahwa nilai r hitung lebih besar dari r tabel sehingga data penelitian tersebut dinyatakan valid.

## 2) Uji Realibilitas

Uji realibilitas menunjukkan sejauh mana pengukuran dapat dipercaya atau dihandalkan. Uji realibilitas dilakukan dengan membandingkan *Cronbach's alpha* dengan tingkat signifikan yang digunakan sebesar 0,60. Sehingga indikator variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's alpha*  $>$  0,60. Berikut adalah tabel hasil uji realibilitas:

**Tabel 4.6**

**Hasil Uji Realibilitas**

Variabel	<i>Cronbach's alpha</i>	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,611	Realibel
Citra Perusahaan (X2)	0,841	Realibel
Minat Nasabah (Y)	0,616	Realibel

**Sumber:** Data diolah Tahun 2023

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa variabel Kualitas Produk (X1), Citra Perusahaan (X2), dan Minat Nasabah (Y) dikatakan realibel karena nilai *Cronbach's alpha* > 0,60.

**e. Uji Asumsi Klasik**

Sebelum melakukan pembuktian hipotesis, perlu dilakukan uji asumsi klasik yang bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi memenuhi syarat untuk memperoleh linearitas yang baik. Adapun uji asumsi klasik pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

**1) Uji Normalitas**

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh berdistribusi normal atau tidak. Untuk uji normalitas menggunakan uji *Kolmogroff Smirnov* dengan metode exact. Metode exact dapat nilai yang akurat untuk data yang



tidak berdistribusi dengan baik, ukuran data kecil, jarang, serta tidak seimbang.<sup>2</sup>

Berikut adalah tabel hasil uji Normalitas menggunakan uji *Kolmogrof Smirnov*:

**Tabel 4.7**

**Hasil Uji *Kolmogrof Smirnov***

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Unstandardized Residual	
N		80	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	1.60894677	
Most Extreme Differences	Absolute	.106	
	Positive	.072	
	Negative	-.106	
Test Statistic		.106	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.027 <sup>c</sup>	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.311 <sup>d</sup>	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.299
		Upper Bound	.323
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.			

**Sumber:** Data diolah Tahun 2023

<sup>2</sup> Santi Nurmalasari, Pengaruh Kualitas Informasi Pada akun ZAP Finance Terhadap Literasi Keuangan Pengikutnya (Universitas Pendidikan Indonesia, 2021), 13.

Berdasarkan hasil uji Normalitas menggunakan uji *Kolmogorof Smirnov* di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,311. Dimana nilai  $0,311 > 0,05$  yang dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

## 2) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik pada uji multikolinearitas yaitu tidak terjadi multikolinearitas. Berikut adalah hasil uji multikolinearitas:

**Tabel 4.8**

### Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	35.826	3.787		9.460	.000		
	X1	-.324	.086	-.425	-3.779	.000	.834	1.199
	X2	.262	.081	.362	3.217	.002	.834	1.199

a. Dependent Variable: Y

**Sumber:** Data diolah Tahun 2023

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas diatas dapat diketahui bahwa nilai tolerance dari variabel X1 dan X2 sebesar  $0,834 > 0,10$ . Sedangkan VIF dari variabel

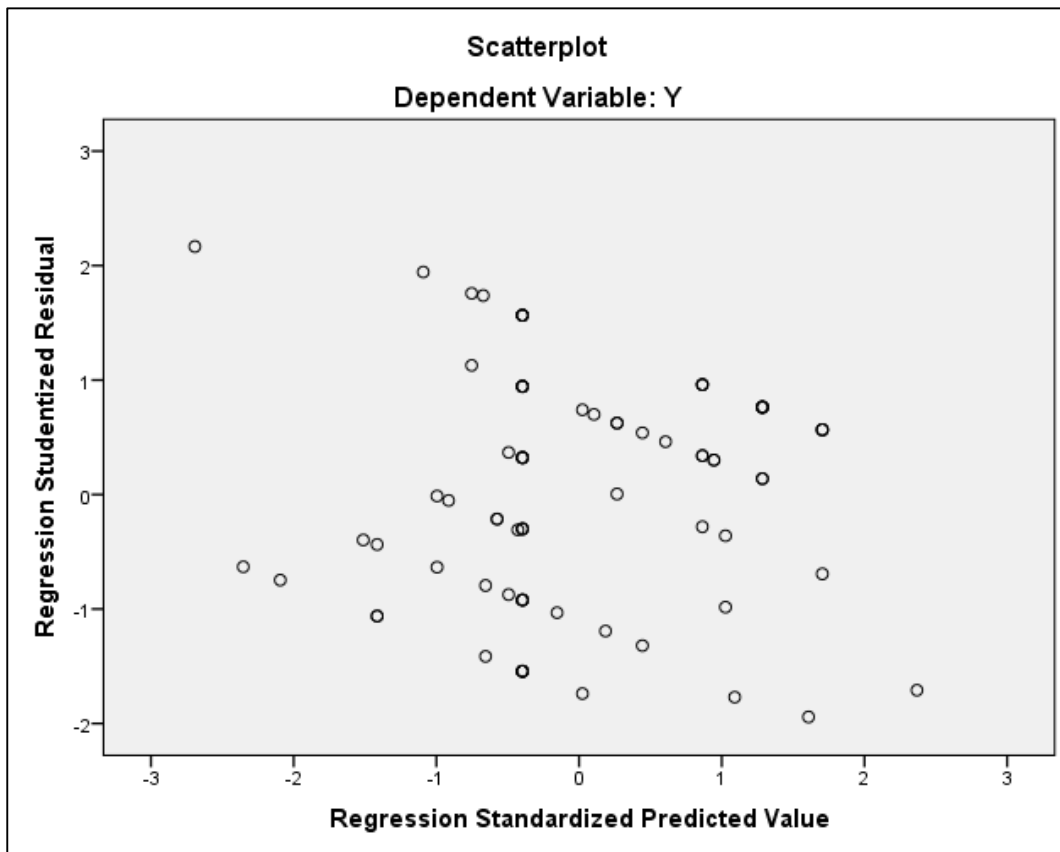
X1 dan X2 sebesar  $1,199 < 10$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X1 dan X2 tidak terjadi multikolinieritas/tidak terjadi korelasi antar variabel independen.

### 3) Uji Heteroskedastisitas

Pengambilan keputusan pada uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan metode grafik *scatter plot* yang menunjukkan tidak adanya pola yang jelas pada gambar. Dan uji *glejser* yang menunjukkan nilai  $\text{sig} > \alpha (0,05)$  maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Berikut adalah hasil uji heteroskedastisitas menggunakan metode grafik *scatter plot*:

**Gambar 4.6**

**Hasil Uji *Scatter Plot***



**Sumber:** Data diolah Tahun 2023

Berdasarkan gambar diatas, terlihat bahwa titik-titik pada grafik tidak membentuk pola yang jelas. Dimana titik-titik tersebut menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa hasil dari grafik *scatter plot* tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk memastikan tidak adanya heteroskedastisitas, penelitian ini juga melakukan uji heteroskedastisitas dengan uji *glejser*. Berikut adalah hasil uji *glejser*:

**Tabel 4.9**

**Hasil Uji *Glejser***

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.684	1.962		.858	.394
	X1	.031	.044	.086	.700	.486
	X2	-.064	.042	-.186	-1.515	.134

a. Dependent Variable: ABS\_RES

**Sumber:** Data diolah Tahun 2023

Berdasarkan hasil uji *glejser* diatas, menunjukkan bahwa nilai sig variabel kualitas produk (X1) sebesar 0,486 dan nilai sig variabel citra perusahaan (X2) sebesar 0,134. Sehingga hasil nilai sig variabel X1 dan X2 > 0,05 yang artinya tidak terjadi heteroskedastisitas.

**4) Uji Autokorelasi**

Pada uji autokorelasi, model regresi yang baik yaitu model yang tidak terjadi autokorelasi. Hasil uji autokorelasi menggunakan uji *Durbin-Watson* pada program SPSS versi 24 yaitu sebagai berikut:

**Tabel 4.10**

**Hasil Uji *Durbin-Watson***

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.432 <sup>a</sup>	.186	.165	1.62971	1.919
a. Predictors: (Constant), X2, X1					
b. Dependent Variable: Y					

**Sumber:** Data diolah Tahun 2023

Berdasarkan hasil uji *Durbin-Watson* diatas, menunjukkan bahwa nilai DW sebesar 1,919 untuk mengetahui apakah ada atau tidak terjadi autokorelasi maka nilai DW tersebut dibandingkan dengan nilai DW tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.11**

**Hasil Uji Autokorelasi**

dL	dU	4-dL	4-dU	DW	Keputusan
1,586	1,688	2,414	2,312	1,919	Tidak ada Autokorelasi positif dan negatif

**Sumber:** Data diolah Tahun 2023

Berdasarkan hasil perbandingan nilai DW hitung dengan nilai DW tabel maka didapatkan nilai DW hitung sebesar 1,919 dan nilai DW tabel dengan ketentuan taraf signifikan 0,05 dimana  $n$  (jumlah sampel) = 80 serta  $X(k') = 2$  maka nilai dU sebesar

1,688 dan nilai  $4-dU = 2,312$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $(dU, a < dhitung < 4-dU, a)$  yakni  $1,688 < 1,919 < 2,312$ . Hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak terjadi autokorelasi positif dan negatif.

## B. Pembuktian Hipotesis

### 1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara kualitas produk (X1) dan citra perusahaan (X2) terhadap minat nasabah (Y). Berikut adalah hasil uji regresi linier berganda menggunakan SPSS versi 24:

**Tabel 4.12**

#### Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	35.826	3.787		9.460	.000
	X1	-.324	.086	-.425	-3.779	.000
	X2	.262	.081	.362	3.217	.002

a. Dependent Variable: Y

**Sumber:** Data diolah Tahun 2023

Berdasarkan pada tabel di atas, menunjukkan bahwa koefisien variabel kualitas produk (X1) sebesar -0,324 sedangkan koefisien variabel citra perusahaan (X2) sebesar 0,262. Adapun nilai konstanta sebesar 35,826. Sehingga dari hasil uji analisis regresi linear berganda di atas, maka model persamaan regresi yang dihasilkan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

$$Y = 35,826 + -0,324 X_1 + 0,262 X_2 + \varepsilon$$

Dari model regresi linear berganda di atas, dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta ( $\alpha$ ) sebesar 35,826 yang menunjukkan bahwa apabila variabel independen (kualitas produk dan citra perusahaan) bernilai tetap atau konstan maka nilai variabel dependen (minat nasabah) sebesar 35,826.
- b. Nilai koefisien regresi variabel kualitas produk ( $X_1$ ) sebesar -0,324. Apabila setiap peningkatan kualitas produk sebesar 1 satuan maka minat nasabah akan menurun sebesar -0,324 satuan dengan anggapan bahwa variabel independen yang lain dianggap konsisten.
- c. Nilai koefisien regresi variabel citra perusahaan ( $X_2$ ) sebesar 0,262. Apabila setiap peningkatan citra perusahaan sebesar 1 satuan maka minat nasabah akan meningkat sebesar 0,262 satuan dengan anggapan bahwa variabel independen yang lain dianggap konsisten.

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda di atas menunjukkan bahwa variabel kualitas produk sebesar -0,324 merupakan faktor yang lebih kecil daripada variabel citra perusahaan sebesar 0,262 dalam mempengaruhi minat nasabah pada produk tabungan Gaul iB di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep.



## 2. Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk melihat pengaruh secara parsial antara kualitas produk (X1) terhadap minat nasabah (Y), dan citra perusahaan (X2) terhadap minat nasabah (Y). Berikut adalah hasil uji t (Parsial):

**Tabel 4.13**

**Hasil Uji t (Parsial)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	35.826	3.787		9.460	.000
	X1	-.324	.086	-.425	-3.779	.000
	X2	.262	.081	.362	3.217	.002

a. Dependent Variable: Y

**Sumber:** Data diolah Tahun 2023

Berdasarkan hasil uji t (parsial) diatas, menunjukkan variabel kualitas produk (X<sub>1</sub>) pada  $t_{hitung}$  sebesar  $-3,779 > 1,991$  ( $t_{tabel}$ ) sedangkan nilai sig  $0,000 < 0,05$ . Hal ini dapat disimpulkan bahwa H<sub>1</sub> diterima dan H<sub>0</sub> ditolak, yang berarti bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah pada produk tabungan Gaul iB di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep. Adapun variabel citra perusahaan (X<sub>2</sub>) pada  $t_{hitung}$  sebesar  $3,217 > 1,991$  ( $t_{tabel}$ ) sedangkan nilai sig  $0,002 < 0,05$ . Hal ini dapat disimpulkan bahwa H<sub>2</sub> diterima dan H<sub>0</sub> ditolak, yang berarti bahwa variabel citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah pada produk

tabungan Gaul iB di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep.

### 3. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk menentukan signifikansi hubungan simultan (serempak) antara variabel independen (kualitas produk dan citra perusahaan) terhadap variabel dependen (minat nasabah). Berikut adalah hasil uji F (Simultan):

**Tabel 4.14**

#### Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	46.879	2	23.440	8.825	.000 <sup>b</sup>
	Residual	204.508	77	2.656		
	Total	251.388	79			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X2, X1						

**Sumber:** Data diolah Tahun 2023

Berdasarkan hasil analisis uji F (simultan) diatas, menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar  $8,825 > 3,12$  ( $F_{tabel}$ ) sedangkan nilai sig  $0,000 < 0,05$ . Hal ini dapat disimpulkan bahwa  $H_3$  diterima dan  $H_0$  ditolak, yang berarti variabel kualitas produk dan citra perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah pada produk tabungan Gaul iB di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep.

#### 4. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen (kualitas produk dan citra perusahaan) terhadap variabel independen (minat nasabah). Berikut adalah hasil uji koefisien determinasi:

**Tabel 4.15**

#### **Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.432 <sup>a</sup>	.186	.165	1.62971
a. Predictors: (Constant), X2, X1				

**Sumber:** Data diolah Tahun 2023

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi di atas menunjukkan bahwa nilai R square sebesar 0,186 atau 18,6%. Artinya variabel independen (kualitas produk dan citra perusahaan) memberikan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi dependen (minat nasabah) sebesar 18,6%. Selebihnya (100% - 18,6% = 81,4%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## **C. Pembahasan**

Pada bagian ini, diuraikan hasil analisis data penelitian tentang pengaruh kualitas produk dan citra perusahaan terhadap minat nasabah pada produk tabungan Gaul iB di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep. Adapun pembahasan dari hasil penelitian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

### **1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Nasabah pada Produk Produk Tabungan Gaul iB di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep**

Kualitas produk adalah segala sesuatu yang memiliki nilai di pasar sasaran (target market) dimana kemampuannya bisa memberikan manfaat dan kepuasan bagi nasabah. Dalam hal ini perusahaan memusatkan perhatiannya pada usaha untuk menghasilkan produk yang unggul dan terus menyempurnakan. Produk yang berkualitas tinggi merupakan salah satu kunci sukses dari sebuah perusahaan lembaga keuangan. Salah satu produk yang dihasilkan oleh BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep yaitu Tabungan Gaul iB. Tabungan Gaul iB adalah tabungan digital yang dapat dimanfaatkan sebagai sarana penyimpanan dana maupun sebagai sarana investasi bagi generasi milenial. Pada tabungan Gaul iB ini menggunakan akad mudharabah. Tabungan Gaul iB dapat melakukan registrasi secara online dimana saja dan kapan saja tanpa perlu datang langsung ke bank.

Berdasarkan hasil analisis uji t (uji secara parsial), variabel kualitas produk ( $X_1$ ) pada  $t_{hitung}$  diperoleh hasil sebesar  $-3,779 > 1,991$  ( $t_{tabel}$ ) sedangkan nilai sig  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menyatakan bahwa  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak, dimana variabel kualitas produk ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah (Y).

Hasil uji diatas menunjukkan bahwa variabel kualitas produk yang terdiri dari indikator *Performance* (kinerja), *Features* (tampilan), *Reliability* (kehandalan), *Conformance* (kesesuaian), dan *Perceived quality* (kualitas yang dipersepsikan). Dari kelima indikator tersebut jujur atas kekurangan dan kelebihan terhadap suatu produk merupakan hal yang paling mendasar dalam menimbulkan minat akan suatu produk tersebut, yang artinya setiap nasabah dalam menimbulkan minat terhadap suatu produk akan melihat dari kekurangan dan kelebihan dari suatu produk tersebut ditawarkan oleh suatu lembaga keuangan. Oleh karena itu, BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep harus mampu mempertahankan kualitas produk yang sudah ditawarkan kepada masyarakat agar minat nasabah untuk menabung semakin meningkat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dedy Trisnadi dengan judul Pengaruh Kualitas Produk Tabungan dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menabung Kembali di CIMB Niaga (Studi Kasus PT Bank CIMB Niaga TBK Bintaro). Di mana hasil penelitian diketahui bahwa variabel kualitas produk tabungan ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap variabel minat menabung

kembali (Y).<sup>3</sup>

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pihak BPRS Bhakti Sumekar harus bisa mempertahankan kualitas produk yang ada agar nasabah masih berminat untuk melakukan tabungan gaul iB. Kotler dan Armstrong berpendapat kualitas produk adalah salah satu faktor yang paling diandalkan oleh seorang pemasar dalam memasarkan suatu produk. Oleh karena itu, memperbaiki kualitas produk ataupun jasa merupakan tantangan yang penting bagi perusahaan dalam bersaing di pasar global. Perbaikan kualitas produk akan mengurangi biaya dan meningkatkan keunggulan bersaing, bahkan lebih jauh lagi, kualitas produk yang tinggi menciptakan keunggulan bersaing bertahan lama. Oleh karena itu, jika kualitas produk semakin baik maka minat menabung juga akan meningkat.

## **2. Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Minat Nasabah pada Produk Produk Tabungan Gaul iB di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep**

Citra perusahaan merupakan salah satu bagian terpenting yang dimiliki oleh suatu perusahaan, baik perusahaan besar maupun perusahaan kecil. Citra perusahaan merupakan hasil dari kumpulan proses dimana nasabah membandingkan dengan berbagai atribut yang dimiliki perusahaan. Atribut yang dimaksud misalnya, produk, harga, kualitas produk, dan kualitas layanan.

---

<sup>3</sup> Dedy Trisnadi, "Pengaruh Kualitas Produk Tabungan Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menabung Kembali Di CIMB Niaga (Studi Kasus Pt Bank Cimb Niaga Tbk Bintaro)", *Jurnal Mix* 3, no. 3 (Oktober, 2013): 383.

Citra perusahaan dapat berperingkat baik dan juga berperingkat buruk. Hal tersebut tergantung bagaimana perusahaan menggiring public dalam menilai citra perusahaan tersebut. Citra negatif sebuah perusahaan dapat mengakibatkan nasabah menjadi kurang loyal dan tidak ingin kembali menggunakan jasa produknya kembali. Sebaliknya, sebuah citra positif sebuah perusahaan dapat menubuhkan sikap loyal nasabah terhadap perusahaan dalam bentuk kesediaan nasabah untuk kembali menggunakan jasa atau produk perusahaan tersebut.

Berdasarkan hasil analisis uji t (uji secara parsial), variabel Citra Perusahaan ( $X_2$ ) pada  $t_{hitung}$  diperoleh hasil sebesar  $3,217 > 1,991$  ( $t_{tabel}$ ) sedangkan nilai sig  $0,002 < 0,05$ . Hal ini menyatakan bahwa  $H_2$  diterima dan  $H_0$  ditolak, dimana variabel citra perusahaan ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah (Y). Yang berarti bahwa citra perusahaan yang baik mampu meningkatkan minat menabung nasabah. Oleh karena itu, BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep harus mampu mempertahankan citra perusahaan yang sudah dijaga dengan baik kepada masyarakat agar minat nasabah untuk menabung semakin meningkat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurul Khotimah dengan judul Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Citra Perusahaan, dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah Menabung dan Loyalitas di Bank Syariah Mandiri. Di mana hasil penelitian diketahui bahwa variabel citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah

menabung di Bank Syariah Mandiri.<sup>4</sup>

### **3. Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Perusahaan Secara Simultan Terhadap Minat Nasabah Pada Produk Tabungan Gaul iB Di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep**

Minat nasabah pada produk tabungan Gaul iB yang ditawarkan oleh BPRS Bhakti Sumekar kepada nasabah maupun calon nasabah memiliki penilaian terhadap beberapa produk yang ditawarkan, dan setelah menyesuaikan dengan kebutuhannya, calon nasabah akan membentuk pilihannya. Pengharapan calon nasabah sendiri dibentuk oleh pengalaman calon nasabah itu sendiri, baik dari segi kualitas produk yang diberikan maupun citra perusahaan BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep.

Berdasarkan hasil analisis uji F (uji secara simultan), diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar  $8,825 > 3,12$  ( $F_{tabel}$ ). Sedangkan nilai  $sig$   $0,000 < 0,05$ . Hal ini dapat disimpulkan bahwa  $H_3$  diterima dan  $H_0$  ditolak, yang berarti variabel kualitas produk dan citra perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah pada produk tabungan Gaul iB di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep.

Kualitas produk dan citra perusahaan merupakan hal penting yang harus dijalankan oleh perusahaan karena keduanya jika dijalankan dengan baik maka

---

<sup>4</sup> Nurul Khotimah, "Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Citra Perusahaan, Dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah Menabung Dan Loyalitas Di Bank Syariah Mandiri", *JMM17 Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen* 05, No. 01 (April 2018): 41.



akan mempengaruhi minat anggota dan calon anggota yang ada. Oleh sebab itu, BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep harus bisa mempertahankan kualitas produk agar nasabah berminat menabung menggunakan produk tabungan Gaul iB di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep.