

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk

Bank Muamalat merupakan perusahaan publik yang sahamnya tidak tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan secara resmi beroperasi sebagai Bank Devisa sejak tanggal 27 Oktober 1994 berdasarkan Surat Keputusan Direksi Bank Indonesia No. 27/76/KEP/DIR tentang Penunjukan PT Bank Muamalat Indonesia Menjadi Bank Devisa tanggal 27 Oktober 1994. Berdasarkan Surat Keputusan Menteri Keuangan No. S-79/MK.03/1995 Tanggal 6 Februari 1995, Perseroan secara resmi ditunjuk sebagai Bank Devisa Persepsi Kas Negara.

Berdasarkan Surat Keputusan Menteri Keuangan No. S-9383/MK.5/2006 tanggal 28 Desember 2006, Perseroan memperoleh status Bank Persepsi yang mengizinkan Perseroan untuk menerima setoran-setoran pajak. Kemudian pada tanggal 25 Juli 2013, Perseroan telah menjadi peserta program penjaminan Lembaga Penjamin Simpanan sebagaimana tercantum dalam Surat Lembaga Penjamin Simpanan No. S.617/DPMR/VII/2013 perihal Kepesertaan Lembaga Penjamin Simpanan. Perseroan lalu ditetapkan sebagai Bank Penerima Setoran Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji berdasarkan Surat Keputusan Badan Pengelola Keuangan Haji No. 4/BPKH.00/2018 tanggal 28 Februari 2018.

2. Bank Muamalat Kantor Cabang Medan Balai Kota

PT Bank Muamalat Indonesia Tbk (“Bank Muamalat Indonesia”) yang beralamat di Jalan Balai Kota No. 10 D-E, Kesawan, Kec. Medan Barat, Kota Medan, Sumatera Utara memulai perjalanannya sebagai Bank Syariah pertama di Indonesia pada 1 November 1991 atau 24 Rabi’us Tsani 1412 H. Pendirian Bank Muamalat Indonesia digagas oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI), Ikatan Cendekiawan Muslim

Indonesia (ICMI) dan pengusaha muslim yang kemudian mendapat dukungan dari Pemerintah Republik Indonesia. Sejak resmi beroperasi pada 1 Mei 1992 atau 27 Syawal 1412 H, Bank Muamalat.

Indonesia terus berinovasi dan mengeluarkan produk-produk keuangan syariah seperti Asuransi Syariah (Asuransi Takaful), Dana Pensiun Lembaga Keuangan Muamalat (DPLK Muamalat) dan multifinance syariah (*Al-Ijarah Indonesia Finance*) yang seluruhnya menjadi terobosan di Indonesia.

Selain itu produk Bank yaitu *Shar-e* yang diluncurkan pada tahun 2004 juga merupakan tabungan instan pertama di Indonesia. Produk *Shar-e Gold Debit Visa* yang diluncurkan pada tahun 2011 tersebut mendapatkan penghargaan dari Museum Rekor Indonesia (MURI) sebagai Kartu Debit Syariah dengan teknologi chip pertama di Indonesia serta layanan echannel seperti internet banking, mobile banking, ATM, dan *cash management*. Seluruh produk-produk tersebut menjadi pionir produk syariah di Indonesia dan menjadi tonggak sejarah penting di industri perbankan syariah.

Untuk memperkuat permodalannya, Bank Muamalat sedang mencari investor yang ada dan Islamic Development Bank (IDB) merespon positif. berbasis di Jeddah, Arab Saudi. IDB secara resmi bangkrut pada rapat umum pada 21 Juni 1999 pemegang saham Bank Muamalat. Periode antara tahun 1999 dan 2002 ada masa-masa penuh tantangan dan kesuksesan bagi Bank Muamalat. Di dalam Selama ini, Bank Muamalat berhasil membalikkan keadaan dari kekalahan menjadi kemenangan Berkat usaha dan dedikasi setiap kru Muamalat, didukung oleh kepemimpinan dan strategi yang kuat tertibnya perkembangan bisnis serta pemenuhan implementasi perbankan syariah secara efisien.

Pada 27 Oktober 1994, Bank Muamalat Indonesia mendapatkan izin sebagai Bank Devisa dan terdaftar sebagai perusahaan publik yang tidak listing di Bursa Efek Indonesia (BEI). Pada tahun 2003, Bank dengan percaya diri melakukan Penawaran Umum Terbatas (PUT) dengan Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu (HMETD) sebanyak 5 (lima) kali dan merupakan lembaga perbankan pertama di Indonesia yang mengeluarkan Sukuk Subordinasi

Mudharabah. Aksi korporasi tersebut semakin menegaskan posisi Bank Muamalat Indonesia di peta industri perbankan Indonesia.

Seiring kapasitas Bank yang semakin diakui, Bank semakin melebarkan sayap dengan terus menambah jaringan kantor cabangnya di seluruh Indonesia. Pada Tahun 2009, Bank mendapatkan izin untuk membuka kantor cabang di Kuala Lumpur, Malaysia dan menjadi bank pertama di Indonesia serta satu-satunya yang mewujudkan ekspansi bisnis di Malaysia. Hingga saat ini, Bank telah memiliki 325 kantor layanan termasuk 1 (satu) kantor cabang di

Malaysia. Operasional Bank juga didukung oleh jaringan layanan yang luas berupa 710 unit ATM Muamalat, 120.000 jaringan ATM Bersama dan ATM Prima, serta lebih dari 11.000 jaringan ATM di Malaysia melalui *Malaysia Electronic Payment* (MEPS).

3. Visi dan Misi PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk

Visi dan misi Bank Muamalat adalah *The Best Islamic and Top 10 Bank in Indonesia with strong regional presence*” Bank Muamalat memiliki misi membangun Lembaga keuangan syariah yang unggul dan berkesinambungan dengan penekanan pada semangat kewirausahaan berdasarkan prinsip kehati-hatian, keunggulan sumber daya manusia yang islami dan professional serta orientasi investasi yang inovatif, untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan.

B. Hasil Analisis Data

1. Uji Validitas

Percobaan validitas dicoba dengan memakai tata cara Analisa hubungan. Kalkulasi dicoba dengan alat pendukung yaitu program SPSS. Pengujian memakai r tabel dengan tingkat signifikansi 5%. Percobaan validitas sepenuhnya bisa diamati pada Bagan 2. 2 selanjutnya ini:

Tabel 2.2
Pengujian Validitas

Sumber: Data Primer yang diolah 2022

Variabel	Pertanyaan	r hitung	r table	Keputusan
Kualitas Produk	x11	0,6982	0,2199	Valid
	x12	0,8032	0,2199	Valid
	x13	0,6810	0,2199	Valid
Aktivitas Pelayanan	x21	0,7212	0,2199	Valid
	x22	0,7046	0,2199	Valid
	x23	0,7547	0,2199	Valid
	x24	0,6913	0,2199	Valid
Citra Perusahaan	x31	0,6723	0,2199	Valid
	x32	0,7061	0,2199	Valid
	x33	0,7320	0,2199	Valid
	x34	0,7142	0,2199	Valid
	x35	0,7105	0,2199	Valid
Bagi Hasil	x41	0,7401	0,2199	Valid
	x42	0,7148	0,2199	Valid
	x43	0,6424	0,2199	Valid
	x44	0,7810	0,2199	Valid
	y11	0,7447	0,2199	Valid
Keputusan Nasabah	y12	0,7617	0,2199	Valid
	y13	0,7162	0,2199	Valid
	y14	0,8012	0,2199	Valid

Tabel 2.2. membuktikan kalau seluruh penanda yang dipakai dalam riset ini memiliki angka hubungan yang lebih besar dari 0, 2199 (r tabel). R Tabel merupakan tabel angka yang digunakan untuk menguji hasil uji validitas suatu instrumen penelitian. Cara membaca R Tabel sebenarnya sangat mudah sekali. Patokan rumus untuk membaca dan menentukan nilai r pada suatu tabel

yaitu: $df = n - 2$. dikarenakan penelitian ini memiliki jumlah sampel sebanyak 80, maka $n = 80$, sehingga nilai df yang dilihat pada tabel r adalah 78 ($80-2$) yaitu 0,2199. Dari hasil uji validitas, dikarenakan $r_{hitung} > r_{tabel}$, sehingga membuktikan kalau seluruh penanda itu merupakan benar.

2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas ini menggunakan Cronbach Alpha. Hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat pada tabel 2.3. berikut ini :

Tabel 2.3.
Hasil Pengujian Reliabilitas

Reliability Statistics

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
Keputusan Nasabah	0,832	10
Kualitas Produk	0,843	9
Kualitas Pelayanan	0,872	10
Citra Perusahaan	0,872	10

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Hasilnya menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,832 untuk Keputusan Nasabah, 0,843 untuk Kualitas Produk, 0,872 untuk Kualitas Pelayanan, dan 0,872 untuk Citra Perusahaan. Semua nilai lebih besar dari 0,6 sehingga dapat disimpulkan semua pertanyaan dari kuesioner adalah reliabel yang berarti bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner yang handal. (Ghozali, 2016).

3. Uji Asumsi Klasik

Sebuah bentuk regresi yang bagus wajib memenuhi anggapan klasik dalam modelnya. Ada 4 anggapan klasik pada Bentuk Regresi

Linier Berganda, ialah Anggapan Normalitas, Anggapan Multikolinieritas, Anggapan Heteroskedastisitas serta Anggapan Autokorelasi. Pengetesan anggapan klasik hendak dicoba berikut ini:

a. Uji Normalitas

Pengetesan normalitas yang dicoba memakai residual regresi. Pengetesan dicoba dengan memakai diagram Q- Q Alur, Residual informasi yang wajar merupakan informasi yang membuat titik- titik yang menabur tidak jauh dari garis diagonal. Hasil analisa regresi linier dengan diagram wajar Q- Q Plot kepada residual error bentuk regresi didapat telah membuktikan terdapatnya pola diagram yang wajar, ialah terdapatnya edaran titik yang terletak tidak jauh dari garis diagonal.

1) Secara formal

Tabel 2.4
Uji Normalitas

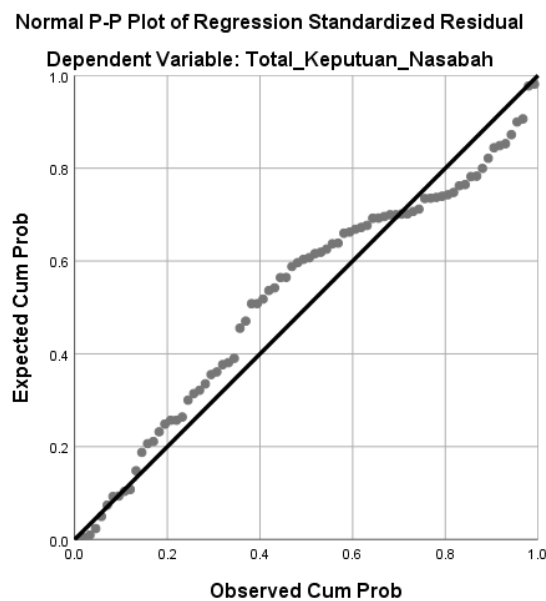
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.28058148
Most Extreme Differences	Absolute	.106
	Positive	.062
	Negative	-.106
Test Statistic		.106
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Pada asumsi normalitas menggunakan uji kolmogorov smirnov dengan taraf signifikansi 5% dilihat nilai sig (0,200) > α (0,05) yang berarti H_0 diterima mamaka dapat disimpulkan residual berdistribusi normal.

2) Secara visual

Gambar 2.1

Pengujian Normalitas



Sumber: Data Primer yang diolah 2022

Berdasarkan grafik p-p plot dapat dilihat plot-plot mengikuti garis linier sehingga secara visual dapat disimpulkan residual berdistribusi normal.

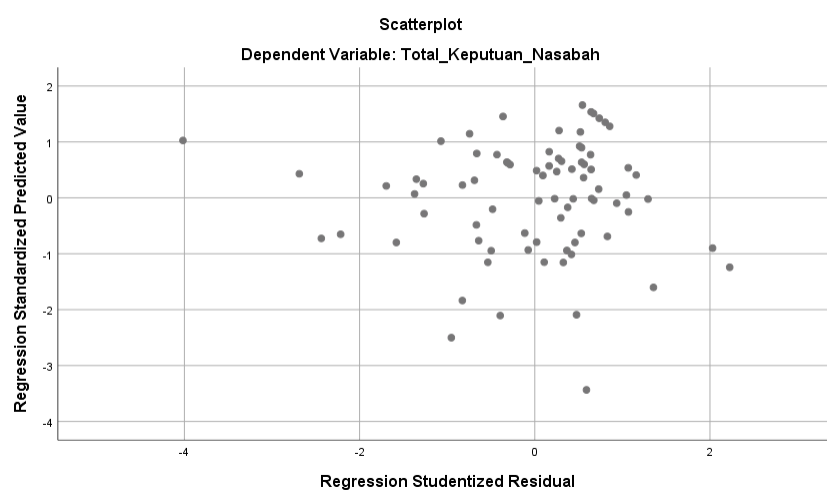
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

b. Pengujian Heteroskedastissitas

Percobaan ini bermaksud buat mencoba apakah dalam bentuk regresi memberikan hasil ketidaksamaan versi residual antara yang satu dengan yang lain. Bila versi residual dari satu observasi ke observasi yang lain senantiasa hingga diucap homokedastisitas. Bila varians berlainan, diucap heteroskedastisitas. Bentuk regresi yang bagus merupakan tidak memberikan hasil heteroskedastisitas.

Dari scatterplots dibawah ini nampak titik- titik berpencar dengan cara random dan terpencar bagus diatas ataupun dibawah nilai 0 serta sumbu Y, perihal ini bisa disimpulkan kalau tidak memberikan hasil heterokedastisitas pada bentuk regresi. Hasil grafiknya merupakan

Gambar 2.2
Pengujian Heterokedastisitas



Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan grafik *Scatterplot* di atas dapat dilihat bahwa plot-plotnya tersebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu, maka dapat disimpulkan bahwa asumsi varian residual homogen.

c. Pengujian Autokorelasi

Percobaan autokorelasi dipakai buat mengenali terdapat ataupun tidaknya penyimpangan anggapan klasik autokorelasi ialah hubungan yang terjalin antara residual pada satu observasi dengan observasi lain pada bentuk regresi.

Tabel 2.5
Uji Autokorelasi

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.643 ^a	.413	.390	4.754	1.810
a. Predictors: (Constant), Total_Citra_Perusahaan, Total_Kualitas_Pelayanan, Total_Kualitas_Produk					
b. Dependent Variable: Total_Keputusan_Nasabah					

Dari tabel model summary diketahui nilai durbin watson sebesar 1,810, artinya tidak ada autokorelasi karena $1,713 < \text{durbin watson} (1,810) < 4 - 1,713 = 2,287$.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisa regresi linier berganda dipakai dalam riset ini dengan tujuan buat mengenali apakah ada yang mempengaruhi variabel mutu Produk, layanan serta Religiusitas dengan cara parsial ataupun dengan cara bersama-sama kepada Ketetapan Pelanggan dalam menyimpan uang. Kalkulasi statistik dalam analisa regresi linier berganda yang dipakai dalam riset ini merupakan dengan memakai dorongan program pc SPSS for Windows tipe 22. 0. Hasil pengerjaan informasi dengan memakai program SPSS sepenuhnya terdapat pada adendum serta selanjutnya dipaparkan pada tabel 2.5 selanjutnya ini:

Tabel 2.5
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	15.070	3.814	
	Total_Kualitas_Produk	.102	.155	.095
	Total_Kualitas_Pelayanan	.441	.131	.469
	Total_Citra_Perusahaan	.122	.134	.127
a. Dependent Variable: Total_Keputusan_Nasabah				

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + e$$

$$Y = 15,070 + 0,102 X_1 + 0,441 X_2 + 0,222 X_3 + 0,228 X_4 + e$$

Berdasarkan tabel *coefficients* didapat hasil persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa koefisien regresi variabel kualitas produk, aktivitas pelayanan, religiusitas dan bagi hasil signifikan dan bertanda positif. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas produk, aktivitas pelayanan, citra perusahaan dan bagi hasil akan meningkatkan keputusan nasabah dalam menabung.

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Kualitas produk mempunyai tanda positif dalam pengaruhnya terhadap keputusan nasabah dalam menabung.
- b. Aktivitas pelayanan mempunyai tanda positif dalam pengaruhnya terhadap keputusan nasabah dalam menabung.
- c. Citra perusahaan mempunyai tanda positif dalam pengaruhnya terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan.

Dari hasil koefisien regresi berganda yang telah dijelaskan pada uraian diatas selanjutnya akan dilakukan pengujian hipotesis yang dilakukan secara parsial maupun simultan.

5. Pengujian Hipotesis

a. Uji t (Pengujian Hipotesis Secara Parsial)

Buat mencoba apakah tiap- tiap variabel kualitas produk, kegiatan jasa, pandangan pada industri serta untuk hasil dengan cara parsial bisa memberikan pengaruh variabel ketetapan pelanggan mengutip pembiayaan memakai percobaan t. Selanjutnya hendak dipaparkan pengujian tiap- tiap variabel dengan cara parsial.

Tabel 2.6
Pengujian hipotesis secara parsial (Uji t)

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.070	3.814		3.951	.000
	Total_Kualitas_Produk	.102	.155	.095	.659	.023
	Total_Kualitas_Pelayanan	.441	.131	.469	3.369	.001
	Total_Citra_Perusahaan	.122	.134	.127	.910	.036

a. Dependent Variable: Total_Keputusan_Nasabah

Sumber: Data Primer yang diolah 2022

Tabel 2.7
Dependent Variable

Variabel	t hitung	t table	Sig
Kualitas Produk	5,659	1,991	0,023
Aktivitas Pelayanan	3,369	1,991	0,001
Citra Perusahaan	2,910	1,991	0,036

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

- 1) Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $5,659 > 1,992$ dan memiliki taraf signifikansi sebesar $0,023 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, maka variabel Kualitas Produk (X_1) mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap Keputusan Nasabah Mengambil Pembiayaan.
- 2) Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,369 > 1,992$ dan memiliki taraf signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, maka variabel aktivitas promosi (X_2) mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan.
- 3) Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,910 > 1,992$ dan memiliki taraf signifikansi sebesar $0,036 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, maka variabel citra

perusahaan (X_3) mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan.

b. Uji F (Pengujian Hipotesis Secara Simultan)

Hasil perhitungan Regresi secara Bersama-sama diperoleh pada tabel 2.9 berikut ini:

Tabel 2.8

Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1208.660	3	402.887	17.830	.000 ^b
	Residual	1717.340	76	22.597		
	Total	2926.000	79			
a. Dependent Variable: Total_Keputusan_Nasabah						
b. Predictors: (Constant), Total_Citra_Perusahaan, Total_Kualitas_Pelayanan, Total_Kualitas_Produk						

Sumber: Data Primer yang diolah 2022

Pengujian pengaruh variabel bebas secara bersama- sama terhadap variabel terikatnya dilakukan dengan menggunakan uji F. Hasil perhitungan statistik diperoleh nilai F hitung = 17,830 dengan signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai sig (0,00) < 0,05 atau nilai F hitung (17,830) > F tabel (2,72) menunjukkan bahwa secara bersama-sama Kualitas produk, aktivitas pelayanan, citra perusahaan dan bagi hasil dapat mempengaruhi variabel keputusan nasabah dalam menabung.

c. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ini dipakai buat mengenali seberapa besar akibat variabel- variabel leluasa mempunyai akibat kepada variabel terikatnya. Angka koefisien determinasi ditetapkan dengan angka *adjusted R square*.

Tabel 2.9
Koefisien Determinasi

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.643 ^a	.413	.790	4.754	1.310
a. Predictors: (Constant), Total_Citra_Perusahaan, Total_Kualitas_Pelayanan, Total_Kualitas_Produk					
b. Dependent Variable: Total_Keputusan_Nasabah					

Sumber: Data Primer yang diolah 2022

Hasil tabel diatas dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*adjusted R²*) yang diperoleh sebesar 0,790. Hal ini berarti 79% kualitas produk, kualitas pelayanan, dan citra perusahaan dapat mempengaruhi variabel keputusan nasabah dalam menabung sedangkan sisanya yaitu 21% keputusan nasabah mengambil pembiayaan dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5. Uji Dominasi

Buat memastikan variabel bebas yang sangat mempengaruhi kepada variabel Y, bisa dicoba dengan menyamakan koefisien regresi (Beta) antara variabel yang satu dengan yang lain. variabel bebas yang sangat besar pengaruhnya kepada variabel Y merupakan variabel yang mempunyai koefisien regresi yang sangat besar. Buat menyamakan koefisien regresi tiap-tiap variabel bebas, dihidangkan bagan tingkatan sebagai berikut:

Tabel 2.10

Ringkasan Hasil Analisis Regresi

Peringkat	Variabel	Koefisien Beta
3	X1	0,095
1	X2	0,469
2	X3	0,127

Berdasarkan tabel 4.10 terlihat bahwa variabel X2 adalah variabel yang memiliki koefisien beta yang paling besar. Artinya, variabel lebih banyak dipengaruhi oleh variabel X2 (Kualitas Pelayanan) dibandingkan dengan variabel lain.

C. Pembahasan

Pembahasan ini adalah analisis mengenai hasil temuan penelitian ini terhadap kesesuaian teori, pendapat, maupun penelitian terdahulu yang telah dikemukakan hasil penelitian sebelumnya. Berikut ini ada 4 (Empat) bagian utama yang akan dibahas dalam analisis hasil temuan penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

a. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Keputusan Menabung di Bank Muamalat Kantor Cabang Medan Balai Kota

Mutu produk ialah bentuk wujud dari penilaian pelanggan kepada tingkatan produk yang ditawarkan dengan tingkat produk yang Fasilitas layanan yang diberikan PT. Bank Muamalat Tbk, Kantor Cabang Medan Balai Kota memberikan kualitas, kemudahan, dan keamanan bagi nasabah PT. Bank Muamalat Tbk, Kantor Cabang Medan Balai Kota.

Mutu produk yang bagus ialah impian pelanggan yang wajib dipadati oleh industri sebab mutu produk yang bagus ialah kunci perkembangan daya produksi industry (Agustinawati. 2016). Oleh sebab itu, industri hendak senantiasa berupaya memberikan kepuasan klien dengan sediakan produk yang bermutu serta berguna. Mutu produk merupakan karakter serta karakter benda atau pelayanan yang memberikan pengaruh pada kemampuannya buat mencukupi keinginan itu memberikan pengaruh pada keahlian buat mencukupi keinginan yang diklaim ataupun tersirat. Kualitas produk merupakan perihal berarti yang wajib dipunyai oleh produk, jadi produsen wajib menciptakan produk bermutu yang menarik atensi pelanggan buat membeli serta kesimpulannya tingkatkan kepatuhan klien.

Berdasarkan hasil pengujian secara individual pengaruh sebesar 38,5% Kualitas Produk terhadap Keputusan Menabung diperoleh nilai t hitung 5,009 > 1,992 Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan, dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak (H_0 diterima), hal ini menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh antara Kualitas Produk terhadap Keputusan Menabung. Sedangkan selebihnya 61,5% dipengaruhi dan ditentukan oleh variable lain yang tidak termasuk dalam Analisa atau penelitian regresi ini. Kualitas Produk merupakan salah satu sarana positioning utama pemasar dalam perusahaan, juga mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa, oleh karena itu kualitas produk berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan. Dengan kualitas produk yang mampu menyakinkan nasabah untuk menabung maka keputusan untuk menabung pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Medan Balai Kota akan semakin meningkat. Hasil itu diperkuat oleh riset yang dicoba oleh Setiawan yang membuktikan kalau mutu produk serta harga mempengaruhi penting kepada mutu jasa. Riset lain yang dicoba oleh Habibah (2016) dengan hasil mutu produk serta harga mempengaruhi positif kepada ketetapan pembelian.

Kepatuhan klien bisa diperkuat dengan tingkatan gelombang komunikasi. Saat klien sudah membeli produk, interaksi tidak wajib selesai. Tindakan lanjutan marketing buat memeriksa apakah konsumen suka dengan jasa yang mereka dapat. Sebab agen berhubungan dengan orang yang belum sempat mereka temui lebih dahulu dikala menawarkan asuransi ataupun mencari calon klien, mereka hendak mempunyai banyak relasi ataupun ikatan. (Muhammad Risalah Harahap, 2022)

Kualitas produk menjadi hal yang sangat vital bagi sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa seperti perbankan. Hal ini disebabkan karena dunia perbankan berinteraksi langsung dengan masyarakat. Produk termasuk dalam kategori pelayanan pada sebuah industri yang berjalan dalam bidang perbankan. Produk yang dimaksud berbentuk pelayanan yang diberikan kepada para customer. Hal ini juga pernah dikemukakan oleh Sachdev serta Verma kalau baik tidaknya mutu jasa dilihat berdasarkan oleh

anggapan pelanggan serta tindakan pelanggan. Apabila produk layanannya baik maka dengan sendirinya bisa memberikan pengaruh pada ketetapan pelanggan buat jadi pelanggan dan menjadi bagian dari sebuah bank tersebut. Nasabah tidak hanya menabung semata-mata dan menggunakan berbagai fasilitas yang diberikan, namun nasabah dengan sendirinya menuntut produk layanan yang berkualitas yang diberikan oleh manajemen perusahaan kepada para customernya.

b. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Keputusan Menabung di Bank Muamalat Kantor Cabang Medan Balai Kota

Mutu jasa ialah sebuah wujud penilaian pelanggan kepada tingkatan jasa yang diperoleh (*perceived service*) dengan tingkatan layanan yang diharapkan (*expected service*). Sebaliknya Roesanto serta Nanang Tasunar beranggapan kalau mutu layanan merujuk pada penilaian- penilaian pelanggan mengenai inti jasa. Inti jasa yang diartikan ialah sang donatur jasa itu sendiri ataupun totalitas perusahaan jasa, beberapa warga saat ini mulai membuktikan desakan kepada jasa prima, mereka bukan lagi hanya menginginkan produk yang baik namun mereka lebih suka menikmati kenyamanan jasa.

Fasilitas layanan yang diberikan PT. Bank Muamalat Tbk, Kantor Cabang Medan Kota memberikan kenyamanan, kemudahan, dan keamanan bagi nasabah PT. Bank Muamalat Tbk, Kantor Cabang Medan Balai Kota berupa pelayanan dari karyawan/pegawai yang cepat, tepat, dan ramah kemudian memberikan ATM, Phone Banking, SMS Banking, Internet Banking, dan Mobile Banking adalah layanan 24 jam agar mempermudah nasabah PT. Bank Muamalat Tbk, Kantor Cabang Medan Kota melakukan transaksi.

Selain itu juga bisa dilakukan untuk membuat nasabah tertarik untuk menabung pengembangan lokasi fisik bank berupa tempat dan infrastruktur yang aman dan nyaman, sehingga dapat dikatakan bahwa fisik objek dapat

menjadi faktor penentu dalam pemesanan atau tidak ada pelanggan. (Nurul Inayah 2022)

Promosi atau advertensi ialah salah satu variabel yang amat berarti dalam menjual produk pelayanan. Alhasil terus menjadi banyak advertensi diharapkan membagikan hasil yang positif pada kebahagiaan pelanggan. Tanpa terdapatnya advertensi yang dicoba oleh bank syariah, bisa banyak warga tidak hendak memahami bank itu (Ortega, 2017).

Bersumber dari hasil pengujian secara individual pengaruh Kualitas Produk berpengaruh sebesar 37,4% terhadap Keputusan Menabung diperoleh nilai thitung $2,288 > 1,992$ Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan, dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak (H_0 diterima). sedangkan sisanya sebesar 62,6% dipengaruhi oleh variable lain di luar penelitian ini. Setelah memberikan peningkatan mutu jasa industri buat penuhi keinginan serta kemauan pelanggan, perbankan juga wajib melaksanakan advertensi buat dana haji serta umrah. Dengan terdapatnya advertensi, yang ialah aktivitas buat mengkonsumsi, memberikan wawasan serta kepercayaan orang mengenai sebuah produk supaya mereka mengenali serta menjajaki kebolehan produk itu, membeli serta mengenakan produk itu, juga mengikat akal serta juga perasaannya dalam sebuah bentuk kepatuhan kepada produk.

Hasil itu di atas diperkuat oleh Ariani(2015) yang membuktikan kalau mutu jasa, memberikan pengaruh penting kepada menyimpan uang pada Bank Orang Indonesia Cabang Solok. Riset lain yang sempat dicoba oleh Choirini(2013) menarangkan kalau mutu jasa memberikan pengaruh positif kepada ketetapan pembelian di Baseball Food Court Universitas Surabaya. Perihal ini berarti kalau ingin meningkatkan ketetapan menyimpan uang, hingga Bank Muamalat Kantor Cabang Medan Balai Kota wajib tingkatkan mutu ruangan serta ketersediaan sarana wisatawan, intensitas pegawai dalam menolong pelanggan dengan cara ikhlas jujur, membagikan rasa nyaman pada para pelanggan dikala berbisnis.

Mutu jasa jadi perihal yang amat vital untuk suatu industri yang beranjak dalam aspek pelayanan semacam perbankan. Hal ini disebabkan karena dunia

perbankan berinteraksi langsung dengan masyarakat. Hal ini juga pernah dikemukakan oleh Sachdev dan Verma kalau baik tidaknya mutu jasa ditentukan oleh anggapan pelanggan serta tindakan pelanggan. Apabila pelayanannya baik maka dengan sendirinya bisa memberikan pengaruh pada ketetapan pelanggan buat jadi pelanggan serta menjadi bagian dari sebuah bank tersebut. Nasabah tidak hanya menabung semata-mata dan menggunakan berbagai fasilitas yang diberikan, namun nasabah dengan sendirinya menuntut pelayanan yang berkualitas yang diberikan oleh manajemen perusahaan kepada para customernya.

Mutu jasa merupakan gambaran ataupun tingkatan analogi antara tingkatan jasa yang di informasikan industri dibanding ekspektasi klien. (Tjiptono, 2014)

c. Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Keputusan Menabung di Bank Muamalat Kantor Cabang Medan Balai Kota

Berdasarkan hasil analisis yang telah diuraikan di atas diperoleh hasil bahwa variabel (X) Citra Perusahaan terhadap loyalitas nasabah berpengaruh sebesar 36,6% signifikan terhadap variabel (Y) Nasabah Menabung di Bank Muamalat Kantor Cabang Medan Balai Kota. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil analisis korelasi produk momen t sebesar $2,910 > 1,992$ dibandingkan dengan r tabel tingkat signifikan 0,036. Jadi r hitung besar dari r tabel, maka dapat ditarik bahwa hipotesis nol (H_0) ditolak dan (H_a) diterima.

Hasil riset itu diperkuat oleh Indratama (2014) kalau pandangan merk serta promosi atau advertensi pemasaran memberikan pengaruh penting kepada ketetapan pelanggan memilah dana. Pandangan industri yang amat bagus dipengaruhi oleh mutu jasa serta mutu produk yang sangat baik. Sehingga memunculkan persepsi yang baik dari kalangan masyarakat terkait keputusan menabung di PT Bank Muamalat Kantor Cabang Medan Balai Kota. Perusahaan yang memiliki citra yang baik maka dengan sendirinya memiliki

Citra atau reputasi yang baik. Apabila Citra atau reputasi perusahaan sangat baik, maka akan memudahkan konsumen untuk memilih menabung di PT Bank Muamalat Kantor Cabang Medan Balai Kota. Bank Muamalat Indonesia Tbk dikenal sangat baik reputasinya. Sebagai Bank Syariah pertama di Indonesia yang berdiri sejak Tahun 1992. Oleh karena itu, Bank Muamalat Indonesia dikenal dengan pelopor Bank Syariah di Indonesia yang memiliki citra merek atau reputasi perusahaan yang dapat meningkatkan pangsa pasar.

d. Pengaruh Secara Simultan Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Bank Muamalat Kantor Cabang Medan Balai Kota

Pengaruh secara simultan merupakan pengaruh yang berkesinambungan secara bersama-sama antara variabel 1 dan variabel yang lainnya, sehingga membentuk sebuah hasil akhir. Pengaruh berkesinambungan antara kualitas pelayanan, kualitas produk dan reputasi sebuah perusahaan yang pada akhirnya bermuara pada keputusan masyarakat untuk menggunakan pelayanan jasa sebuah perusahaan, seperti halnya perbankan.

Mengenai pengaruh antara kualitas produk, kualitas Pelayanan, dan citra perusahaan terhadap keputusan menabung pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCP Medan Balai Kota pada penelitian ini sudah jelas terbukti ada pengaruh secara simultan. Berdasarkan hasil uji F didapat nilai F hitung = 17,830. Dikarenakan nilai F hitung ($17,830 > F$ tabel (2,72) dengan signifikan 0,000. artinya ada pengaruh kualitas produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Perusahaan secara simultan dan signifikan terhadap keputusan menabung pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Medan balai Kota 79% kualitas produk, kualitas pelayanan, reputasi perusahaan dan bagi hasil dapat mempengaruhi variabel keputusan nasabah dalam menabung sedangkan sisanya yaitu 21%.

Produk dan layanan pada dunia perbankan sangat berkaitan erat. Produk di dalam sebuah perusahaan perbankan itu berbentuk sebuah pelayanan jasa yang pada prinsipnya berhadapan langsung dengan masyarakat selaku

customernya. Produk diukur dengan sebuah indikator yang disebut dengan kualitas. Kualitas produk merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat produk yang ditawarkan dengan tingkat produk yang Fasilitas layanan yang diberikan PT. Bank Muamalat Tbk, KCP Medan Balai Kota memberikan kualitas, kemudahan, dan keamanan bagi nasabah PT. Bank Muamalat Tbk, KCP Medan Balai Kota.

Bentuk pelayanan yang diberikan oleh Bank Muamalat Indonesia khususnya KC Medan Balai Kota terhadap customer yakni pemberian produk layanan yang langsung diterima oleh masyarakat. Kualitas produk yang baik akan memberikan dampak yang baik juga terhadap kualitas pelayanan yang diberikan.

Pelayanan merupakan kegiatan yang dapat dijadikan sebagai dasar untuk ditonjolkan dari perusahaan lain. Formulir pengiriman layanan Satu perusahaan mungkin berbeda dari yang lain. Setiap perusahaan berusaha menarik konsumen agar menjadi pelanggan setia. Sebagai perusahaan yang berkomitmen dalam bidang produk dan layanan, kualitas layanan di Selain kualitas produk merupakan aspek penting lain yang perlu diperhatikan. Lebih-lebih lagi saat ini persaingan tidak lagi berdasarkan pada kualitas produk yang ditawarkan melainkan pada tentang kualitas layanan yang dicari pelanggan.

Dibutuhkan strategi spesial buat melalui kompetisi yang terdapat paling utama dengan melaksanakan komunikasi penjualan. Dikala ini komunikasi penjualan tidak lagi mencermati mutu produk yang diperoleh, industri mulai berganti mencermati perihal yang lebih berarti lagi ialah pandangan jasa sebab jasa bisa bawa profit untuk industri. Akibat jasa yang bagus serta bisa jadi hendak melampaui impian pelanggan Menghasilkan kebahagiaan klien bisa mendesak tingkatan keyakinan serta kepatuhan pelanggan kepada sesuatu produk dengan cara tidak langsung bidang usaha (peningkatan citra).

Sedangkan pada variabel mutu jasa amat memberikan pengaruh yang positif serta penting kepada kebahagiaan klien. Perihal ini berarti terus menjadi bagus mutu jasa, hingga hendak terus menjadi besar kebahagiaan klien. Tidak

hanya itu, mutu jasa ialah salah satu aspek yang bisa memberikan peningkatan kebahagiaan klien. Akibat mutu jasa kepada kebahagiaan klien begitu juga ditemui dalam analisa pada riset ini. Dimana bersumber pada research, klien yang puas hendak memilah pengalaman dengan 3- 5 orang. Kebalikannya bila mereka tidak puas hingga hendak menceritakan pada 10- 15 orang yang lain. (Sunardji Harahap, 2018). Pada pelayanan, terdapat etika pelayanan yaitu integritas bank terutama petugas pelayanan dalam memenuhi apa saja yang diinginkan atau harapan konsumen/nasabah.

Demikian juga sebaliknya, jika produk pelayanan yang diberikan carut-marut, maka dengan sendirinya berdampak buruk terhadap kualitas pelayanan. Kualitas produk yang baik berdampak baik terhadap kualitas pelayanan yang langsung berdampak positif juga terhadap citra perusahaan yang bersangkutan. Apabila citra atau reputasi perusahaan baik, maka dengan sendirinya akan mempengaruhi masyarakat untuk menjadi nasabah dan menggunakan jasa pelayanan perusahaan tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa kualitas produk, Kualitas Pelayanan dan citra Perusahaan berpengaruh terhadap keputusan menabung. Dapat disimpulkan bahwa dengan adanya Kualitas produk, Kualitas Pelayanan yang bagus dan Citra Perusahaan yang baik dapat meningkatkan didalam keputusan menabung pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Medan Balai Kota.