

BAB IV

ANALISIS HASIL PENELITIAN

4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen, penulis menggunakan analisis dengan SPSS. Berikut hasil pengujian validitas.

Untuk tingkat validitas dilakukan uji signifikansi dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Untuk *degree of freedom* (df) = $n-k$ dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah konstruk. Pada kasus ini besarnya df dapat dihitung $104-2$ atau $df = 102$ dengan α 0,05 didapat r tabel 0,193; jika r hitung (untuk tiap-tiap butir pertanyaan dapat dilihat pada kolom corrected item pertanyaan total correlation) lebih besar dari r tabel dan nilai r positif, maka butir pertanyaan tersebut dikatakan valid.

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item pertanyaan	Corrected Item pertanyaan Total Correlation	r table	Ket.
Kualitas Pelayanan (X_1)	Pertanyaan 1	0,686	0,193	Valid
	Pertanyaan 2	0,837	0,193	Valid
	Pertanyaan 3	0,808	0,193	Valid
	Pertanyaan 4	0,864	0,193	Valid
	Pertanyaan 5	0,828	0,193	Valid
	Pertanyaan 6	0,849	0,193	Valid
Kualitas Produk (X_2)	Pertanyaan 7	0,871	0,193	Valid
	Pertanyaan 8	0,831	0,193	Valid
	Pertanyaan 9	0,727	0,193	Valid
Kepercayaan Nasabah (Y)	Pertanyaan 10	0,803	0,193	Valid
	Pertanyaan 11	0,781	0,193	Valid
	Pertanyaan 12	0,803	0,193	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah, 2011

Dari tabel-tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing item pertanyaan memiliki r hitung $>$ dari r tabel (0,193) dan bernilai positif. Dengan demikian butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

Tabel 4.2

Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Reliabilitas Coefficient	Cronbach Alpha	Keterangan
X ₁	6 Item pertanyaan	0,801	Reliabel
X ₂	3 Item pertanyaan	0,798	Reliabel
Y	3 Item pertanyaan	0,823	Reliabel

Sumber: Data Primer yang diolah, 2011

Dari keterangan tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki Cronbach Alpha $>$ 0,60. dengan demikian variabel (kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepercayaan nasabah) dapat dikatakan reliabel.

4.2 Uji Asumsi Klasik

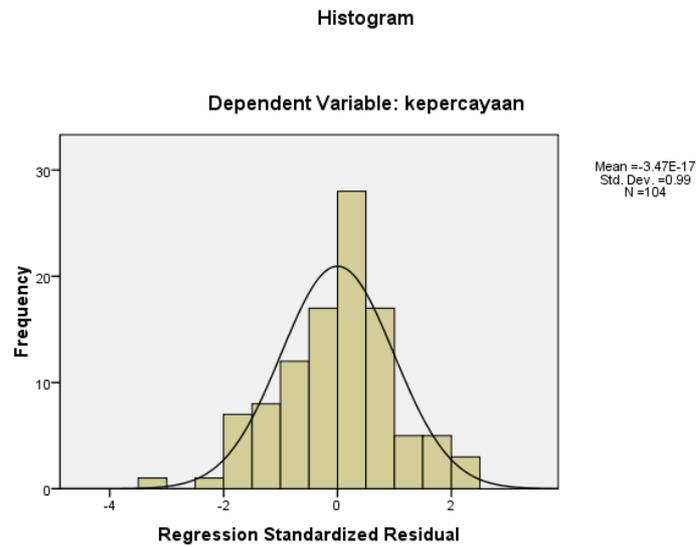
Berdasarkan hasil pengujian segala penyimpangan klasik terhadap data penelitian dapat dijelaskan sebagai berikut :

4.2.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Cara yang bisa ditempuh untuk menguji kenormalan data adalah dengan menggunakan Grafik Normal P-P Plot dengan cara melihat penyebaran datanya. Jika pada grafik tersebut penyebaran datanya mengikuti *pola* garis lurus, maka datanya normal. Jika pada tabel test of normality dengan menggunakan Kolmogorov-Smirnov nilai sig $>$ 0.05, maka data berdistribusi normal.

Adapun Uji Normalitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

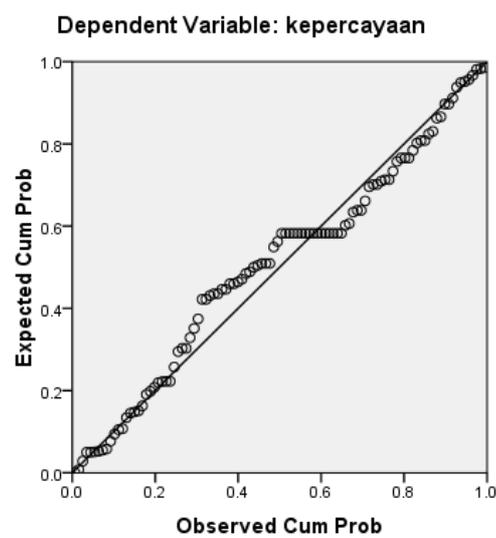
Gambar 4.1
Grafik Histogram



Sumber Data Primer yang diolah, 2011

Gambar 4.2
Normal Probability Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber: Data Primer yang diolah, 2011

Tabel 4.3

Nilai Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov Untuk Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepercayaan Nasabah

Uji kolmogorov-smirnov	Unstandarize Residual
Nilai kolmogorov-smirnov	0,987
Sig	0,284

Sumber: Data Primer yang diolah, 2011

Berdasarkan pada grafik histogram, residual data telah menunjukkan kurva normal yang membentuk lonceng sempurna. Begitu pula, pada grafik normal P-P Plot residual penyebaran data belum terlalu garis normal (garis lurus). Untuk lebih memastikan residual data telah mengikuti asumsi normalitas, maka residual data diuji kembali dengan menggunakan uji *Kolomorov Smirnov*. Pada tabel 4.3, pada uji *Kolomorov Smirnov* menunjukkan bahwa residual data yang didapat tersebut mengikuti distribusi normal, berdasarkan hasil output menunjukkan nilai *Kolmogorov-Smirnov* signifikan pada $0,284 > 0.05$. Dengan demikian, residual data berdistribusi normal dan model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.¹

4.2.2 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independent.

¹ Stanislaus S. Uyanto Ph.D., *Pedoman Analisis Data Dengan SPSS*, Yogyakarta, Graha Ilmu, 2009, Hal: 248

Tabel 4.4
Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Kualitas Pelayanan (X1)	.802	1.247
Kualitas Produk (X2)	.802	1.247

a. Dependent Variable: Kepercayaan Nasabah (Y)

Sumber: Data Primer yang diolah, 2011

Dari hasil pengujian multikolineoritas yang dilakukan diketahui bahwa nilai *variance inflation factor* (VIF) kedua variabel, yaitu lebih kecil dari 10, sehingga bisa diduga bahwa tidak ada multikolinearitas antarvariabel independen dalam model regresi.

4.2.3 Uji Autokorelasi

Pengujian ini dilakukan untuk menguji suatu model apakah antara variabel pengganggu masing-masing variabel bebas saling mempengaruhi. Adapun hasil pengujian autokorelasi adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5
Uji Autokorelasi

Model Summary^p

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.488 ^a	.238	.223	1.380	1.600

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

b. Dependent Variable: Kepercayaan Nasabah (Y)

Sumber: Data Primer yang diolah, 2011

Dari hasil pengujian dengan menggunakan uji *Durbin–Watson* atas residual persamaan regresi diperoleh angka d-hitung sebesar 1.600. Sebagai pedoman umum *Durbin–Watson* berkisar 0 dan 4. jika nilai uji

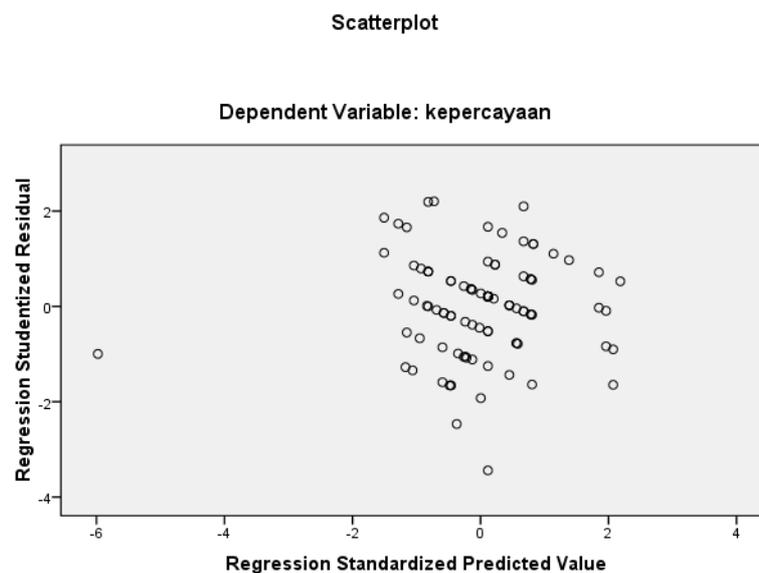
statistik Durbin–Watson lebih kecil dari satu atau lebih besar dari tiga, maka residuals atau eror dari model regresi berganda tidak bersifat independen atau terjadi *autocorrelation*.²

Jadi berdasarkan nilai uji statistik *Durbin–Watson* dalam penelitian ini berada diatas satu dan dibawah tiga (1.600) sehingga tidak terjadi *autocorrelation*

4.2.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heterokedasitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians. Adapun hasil uji statistik Heterokedasitas yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 4.3
Uji Penyimpangan Heteroskedastisitas



Sumber: Data Primer yang diolah, 2011

Berdasarkan grafik scatterplot menunjukkan bahwa terdapat pola yang jelas serta titik yang menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

² S. Uyanto, *Pedoman Analisis Data dengan SPSS*, Yogyakarta: Graham Ilmu, 2006, 248

4.3 Analisis data

4.3.1 Koefisien Korelasi dan Determinasi

Koefisien korelasi linear berganda adalah angka indeks yang digunakan untuk mengukur keeratan hubungan antara tiga variabel atau lebih, sedangkan koefisien determinasi memiliki fungsi untuk menjelaskan sejauh mana kemampuan variabel independen (kualitas pelayanan dan kualitas produk) terhadap variabel dependen (kepercayaan nasabah).

Hasil olahan statistik yang dibantu program SPSS 16.0 for windows menunjukkan bahwa uji koefisien korelasi (R) didapat sebesar 0,488 sedangkan variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 22,3%, sedang yang 77,7% sisanya dijelaskan variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini (tidak diteliti). Hasil uji koefisien determinasi tersebut memberikan makna, bahwa masih terdapat variabel independen lain yang mempengaruhi kepercayaan nasabah. Untuk itu perlu pengembangan penelitian lebih lanjut, terkait dengan topik ini.

Table 4.6

Uji Korelasi dan Determinasi

Model Summary^p

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.488 ^a	.238	.223	1.380	1.600

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

b. Dependent Variable: Kepercayaan Nasabah (Y)

Sumber: Data Primer yang diolah, 2011

4.3.2 Uji Hipotesa

1. Uji Partial

Uji partial ini memiliki tujuan untuk menguji atau

mengkonfirmasi hipotesis secara individual. Uji partial ini, dalam hasil perhitungan statistik *Ordinary Least Square* (OLS) ditunjukkan dengan t hitung. Secara terperinci hasil t hitung dijelaskan dalam tabel berikut:

Tabel 4.7
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.390	1.206		4.469	.000
Kualitas Pelayanan (X1)	.085	.049	.170	1.749	.083
Kualitas Produk (X2)	.356	.089	.388	4.005	.000

a. Dependent Variable: Kepercayaan Nasabah (Y)

Sumber: Data Primer yang diolah, 2011

Dari tabel 4.7 di atas, dapat diketahui hasil analisis regresi diperoleh koefisien untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 0,085; untuk variabel kualitas produk sebesar 0,356 dengan konstanta sebesar 5,390 sehingga model persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$Y = 5,390 + 0,085X_1 + 0,356X_2$$

Hasil analisis dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 16.0 diperoleh hasil sebagai berikut.

a. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Nasabah

Hasil uji empiris pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepercayaan nasabah menunjukkan nilai t hitung 1,749 dan p value (Sig) sebesar 0,083 yang di atas alpha 5%. Artinya bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah. Hasil penelitian dapat menolak hipotesis yang menyatakan “ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepercayaan nasabah”.

Nilai beta dalam *Unstandardized Coefficients* variabel kualitas pelayanan menunjukkan angka sebesar 0,085, yang artinya adalah besaran koefisien kualitas pelayanan terhadap kepercayaan nasabah adalah sebesar 8,5%.

b. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepercayaan Nasabah

Hasil uji empiris pengaruh antara kualitas produk terhadap kepercayaan nasabah menunjukkan nilai t hitung 4,005 dan p value (Sig) sebesar 0,000 yang di bawah alpha 5%. Artinya bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah. Hasil penelitian tidak dapat menolak hipotesis yang menyatakan “ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepercayaan nasabah”.

Nilai beta dalam *Unstandardized Coefficients* variabel kualitas produk menunjukkan angka sebesar 0,356, yang artinya adalah besaran koefisien kualitas produk terhadap kepercayaan nasabah adalah sebesar 35,6%.

Koefisien regresi sebesar 5,390 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena memiliki tanda +) 1% pada kualitas pelayanan dan kualitas produk, maka akan meningkatkan kepercayaan nasabah sebesar 539,0%, demikian pula jika terjadi sebaliknya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk merupakan variabel bebas yang secara signifikan berpengaruh secara partial terhadap kepercayaan nasabah.

2. Uji Simultan

Sebelum membahas secara partial pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen, terlebih dahulu dilakukan pengujian secara simultan. Uji simultan ini, bertujuan untuk menguji atau mengkonfirmasi hipotesis yang menjelaskan “ada

pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepercayaan nasabah”.

Uji simultan, ditunjukkan dengan hasil perhitungan F test yang menunjukkan nilai 15,806 dengan tingkat probabilitas 0,000 yang di bawah alpha 5%. Hal itu berarti bahwa secara bersama-sama variabel independen antara kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap kepercayaan nasabah. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis nol yang menyatakan “tidak ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepercayaan nasabah” tidak sanggup diterima yang berarti menerima hipotesis alternatif yang berbunyi “ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepercayaan nasabah”.

Tabel 4.8

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	60.160	2	30.080	15.806	.000 ^a
	Residual	192.215	101	1.903		
	Total	252.375	103			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

b. Dependent Variable: Kepercayaan Nasabah (Y)

Sumber: Data Primer yang diolah, 2011

4.4 Pembahasan

Pengaruh masing-masing variabel independen (kualitas pelayanan dan kualitas produk) dan variabel dependen (kepercayaan nasabah) dapat dijelaskan sebagai berikut .

Dari hasil pengujian yang dilakukan terbukti bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang tidak signifikan secara partial terhadap kepercayaan nasabah Pegadaian Syariah Cabang Majapahit Semarang (P value > 0.05). Kualitas pelayanan merupakan faktor yang tidak terlalu diperhitungkan menjaga kepercayaan nasabah. Dari hasil pengujian yang

dilakukan terbukti kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepercayaan nasabah pada Pegadaian Syari'ah Cabang Majapahit Semarang. Ini ditunjukkan dengan hasil yang berbeda dengan jawaban responden pada masing-masing item pertanyaan.

Pada item pertanyaan 1 sebanyak 23% responden menyatakan sangat setuju atas sikap jujur dalam memberikan informasi dan bertransaksi yang disampaikan Pegadaian Syari'ah Cabang Majapahit Semarang, sedangkan 1% menyatakan sangat tidak setuju, 1% menyatakan tidak setuju, 5,8% menyatakan cukup setuju dan 69,2% menyatakan setuju.

Pada item pertanyaan 2 sebanyak 35,6% responden menyatakan sangat setuju atas sikap menjaga amanah yang diberikan nasabah kepada Pegadaian Syari'ah Cabang Majapahit Semarang, sedangkan 1% menyatakan sangat tidak setuju, 3,8% menyatakan cukup setuju dan 59,6% menyatakan setuju.

Pada item pertanyaan 3 sebanyak 23,1% responden menyatakan sangat setuju atas sikap tidak menipu dalam menyampaikan produk yang disampaikan Pegadaian Syari'ah Cabang Majapahit Semarang, sedangkan 1% menyatakan sangat tidak setuju, 13,5% menyatakan cukup setuju dan 62,5% menyatakan setuju.

Pada item pertanyaan 4 sebanyak 31,7% responden menyatakan sangat setuju atas sikap selalu menepati janji dalam bertransaksi yang dilakukan Pegadaian Syari'ah Cabang Majapahit Semarang, sedangkan 1% menyatakan sangat tidak setuju, 6,7% menyatakan cukup setuju dan 60,6% menyatakan setuju.

Pada item pertanyaan 5 sebanyak 36,5% responden menyatakan sangat setuju atas sikap selalu berwajah manis, santun dalam bertutur kata, berperilaku baik dan simpatik dalam melayani para nasabah atau murah hati yang dilakukan Pegadaian Syari'ah Cabang Majapahit Semarang, sedangkan 1% menyatakan tidak setuju, 5,8% menyatakan cukup setuju dan 56,7% menyatakan setuju.

Pada item pertanyaan 6 sebanyak 33,7% responden menyatakan sangat setuju atas sikap selalu menghentikan aktivitasnya pada saat waktu shalat tiba atau tidak melupakan akhirat yang dilakukan Pegadaian Syari'ah Cabang Majapahit Semarang, sedangkan 1% menyatakan sangat tidak setuju, 3,8% menyatakan cukup setuju dan 61,5% menyatakan setuju.

Dari uraian di atas dapat diketahui bahwa pada variabel kualitas pelayanan masing-masing item pertanyaan dijawab dengan mayoritas setuju dan sangat setuju. Hal ini tidak sejalan dengan pengujian hipotesa satu yang menyatakan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepercayaan nasabah dengan ditunjukkan P value 0,083 yang lebih besar dari signifikansi 5%, sehingga pada akhirnya kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepercayaan nasabah pada Pegadaian Syariah Cabang Majapahit Semarang.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa berdasarkan pengujian terhadap 104 responden nasabah yang tercatat di Pegadaian Syariah Cabang Majapahit Semarang adanya bukti untuk menerima H_0 bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepercayaan nasabah untuk berinvestasi di Pegadaian Syariah Cabang Majapahit Semarang. Dan menolak H_1 ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepercayaan nasabah untuk berinvestasi di Pegadaian Syariah Cabang Majapahit Semarang.

Hasil penelitian uji pengaruh variabel kualitas produk terhadap kepercayaan nasabah Pegadaian Syariah Cabang Majapahit Semarang tercermin dalam jawaban responden mengenai item pertanyaan 7 sampai dengan pertanyaan 9 yang telah dijawab. Pada item pertanyaan 7 sebanyak 8,7% responden menyatakan sangat setuju bahwa Uang pinjaman (marhun bih) dapat diperoleh dalam waktu cepat, sedangkan 1% menyatakan sangat tidak setuju, 1% menyatakan tidak setuju, 16,3% menyatakan cukup setuju dan 73,1% menyatakan setuju.

Data pada item pertanyaan 8 sebanyak 11,5% responden menyatakan sangat setuju atas sikap Pegadaian Syari'ah Cabang Majapahit Semarang

yang selalu tanggap dalam melayani para nasabah, sedangkan 1% menyatakan sangat tidak setuju, 27,9% menyatakan cukup setuju dan 59,6% menyatakan setuju.

Data pada item pertanyaan 9 sebanyak 12,5% responden menyatakan sangat setuju atas sikap Pegadaian Syari'ah Cabang Majapahit Semarang yang selalu memuaskan dalam bertransaksi, sedangkan 1,9% menyatakan sangat tidak setuju, 29,8% menyatakan cukup setuju dan 55,8% menyatakan setuju.

Data pada item pertanyaan 10 sebanyak 17,3% responden menyatakan sangat setuju bahwa nasabah merasa terbantu dalam pelayanan Pegadaian Syari'ah Cabang Majapahit Semarang dan selanjutnya saya akan memanfaatkan layanan ini secara maksimal, sedangkan 1% menyatakan sangat tidak setuju, 15,4% menyatakan cukup setuju dan 66,3% menyatakan setuju.

Data pada item pertanyaan 11 sebanyak 8,7% responden menyatakan sangat setuju bahwa nasabah merasa puas dengan layanan Pegadaian Syari'ah Cabang Majapahit Semarang, sehingga saya tidak tertarik menjadi nasabah pegadaian lainnya. sedangkan 1% menyatakan tidak setuju, 23,1% menyatakan cukup setuju dan 67,3% menyatakan setuju.

Data pada item pertanyaan 12 sebanyak 11,5% responden menyatakan sangat setuju bahwa nasabah merasa percaya dengan layanan Pegadaian Syari'ah Cabang Majapahit Semarang, sehingga saya sangat nyaman bertransaksi. sedangkan 1,9% menyatakan sangat tidak setuju, 1,9% menyatakan tidak setuju, 22,1% menyatakan cukup setuju dan 62,5% menyatakan setuju.

Dari uraian di atas dapat diketahui bahwa pada variabel kualitas produk masing-masing item pertanyaan dijawab sangat setuju dan setuju dengan persentase yang cukup besar. Hal ini dikarenakan melihat dari segi kualitas produk pada Pegadaian Syariah Cabang Majapahit Semarang. Hal ini sejalan dengan pengujian hipotesa dua yang menyatakan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepercayaan nasabah dengan

ditunjukkan P value 0,000 yang lebih kecil dari signifikansi 5%, sehingga pada akhirnya kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepercayaan nasabah.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa berdasarkan pengujian terhadap 104 responden nasabah yang tercatat di Pegadaian Syariah Cabang Majapahit Semarang adanya bukti untuk menolak H_0 bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepercayaan nasabah. Dan menerima H_2 bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepercayaan nasabah.

Sedangkan hasil pengujian pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama dapat dijelaskan oleh nilai P Value sebesar 0.000 dimana lebih kecil dari taraf signifikansi 0.05. ini artinya variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk secara berpengaruh bersama-sama terhadap kepercayaan nasabah pada Pegadaian Syariah Cabang Majapahit Semarang. Dan ini sekaligus menjawab bahwa hipotesa tiga (H_3) yang berbunyi ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepercayaan nasabah.