

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### A. Hasil Penelitian

#### 1. Gambaran Objek Penelitian

##### a. Sejarah KSPPS Kowanu Nugraha Kudus

Awal mula KSPPS Kowanu Nugraha Kudus berkaitan erat dengan perannya dan Pengurus Cabang Nahdlatul Ulama yang berada di Kabupaten Kudus. KSPPS Kowanu Nugraha memiliki tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi warga NU dengan semangat yang tinggi, yang kemudian berujung dengan terciptanya program pemberdayaan ekonomi masyarakat dengan berfokus dalam usaha mikro kecil dan menengah dan koperasi.

Untuk melaksanakan rencana kerja tersebut, Pengurus Cabang Nahdlatul Ulama Kabupaten Kudus membentuk Badan Perekonomian sebagai Badan Hukum Koperasi Serbaguna (KSU) pada tanggal 18 Agustus 2004 melalui Lembaga Perekonomian Nahdlatul Ulama (LPNU). Koperasi Serba Usaha ini didirikan Kantor Cabang Nahdlatul Ulama Kabupaten Kudus dan membentuk tim kecil yang terdiri dari Pengurus Cabang Nahdlatul Ulama, Lembaga Perekonomian Nahdlatul Ulama, dan para profesional. Sehingga berdirilah Koperasi Serba Usaha (KSU) yang diberi nama Koperasi Warga Nahdlatul Ulama (Kowanu Nugraha) yang berada di bawah pimpinan Pengurus Cabang Nahdlatul Ulama Kabupaten Kudus. Dengan Badan Hukum Nomor: 106/ BH/ 2H/ E1/ IX pada tanggal 21 September 2004.<sup>1</sup>

Awalnya Kowanu Nugraha berada di Jalan Pramuka No.20 Kudus. Seiring waktu perusahaan telah berkembang. Untuk meningkatkan pelayanan bagi anggota Kowanu Nugraha, maka membuka kantor baru yang berada di Jalan Raya Besito Pegunungan Bae Kudus. Dengan ini, Kowanu Nugraha mempunyai 2 kantor. Adapun bidang usaha yang ada di dalam Kowanu Nugraha Kudus, yaitu: simpan pinjam syariah, perdagangan umum dan unit pelayanan jasa lainnya dengan banyak keunggulan. Simpan pinjam di dalam Kowanu Nugraha juga dikelola sesuai dengan prinsip kaidah syariat Islam.

---

<sup>1</sup> Hasil Dokumentasi KSPSS Kowanu Nugraha Kudus.

**b. Visi Misi KSPPS Kowanu Nugraha Kudus**

1) Visi

Menciptakan KSPPS Kowanu Nugraha sebagai sebuah lembaga mikro ekonomi yang memberikan rasa aman, amanah dan memberikan masalah.

2) Misi

- a) Pengelolaan dan pemeliharaan dana anggota secara aman, professional dan amanah dengan tetap berpegang teguh pada prinsip-prinsip Islami.
- b) Menciptakan kerjasama yang memiliki rasa tolong menolong antara pemilik dana anggota dengan anggota pelaku usaha dengan tujuan meningkatkan usaha yang produktif.
- c) Berperan aktif dengan upaya peningkatan jaringan komunikasi mengenai berita tentang pemasaran suatu produk dari anggota.
- d) Berperan aktif dalam program pendampingan bagi setiap anggota agar bisa menumbuhkan daya saing serta ketrampilan dalam berusaha.
- e) Sebagai tempat penghimpunan serta pendistribuan zakat, infaq, shadaqah, serta wakaf untuk meringankan beban kehidupan sosial ekonomi serta mengurangi kesenjangan sosial ekonomi.
- f) Senantiasa mengaplikasikan antara ibadah ubudiah dengan muamalah pada kehidupan nyata.<sup>2</sup>

**c. Struktur organisasi**

Berdasarkan Rapat Anggota Tahunan KSPPS Kowanu Nugraha Kudus Tahun Buku 2020 pada tanggal 20 Maret 2021 bertempat di Kantor Pusat KSPPS Kowanu Nugraha Kudus, menetapkan Susunan Pengurus dan Pengawas KSPPS Kowanu Nugraha Kudus berikut ini:

Pelindung : Ketua PC.NU Kabupaten Kudus

Pengurus:

- Ketua : Gunari A. Latief
- Sekretaris : Hj. Juwahyuni
- Bendahara : Heni Puspitasari, A.Md.

Pengawas Management:

- Ketua : Drs. H. Yulistiyono, SE
- Anggota : Dra. Hj. Noor Aini

---

<sup>2</sup> Hasil Dokumentasi KSPPS Kowanu Nugraha Kudus.

Anggota	: Hj. Ngesti Rofi'ah
Dewan Pengawas Syariah:	
Ketua	: KH Ulil Albab Arwani
Anggota	: Drs. H. Aris Syamsul Ma'arif
Anggota	: Agus Hari Ageng
Manajer Umum	: Iwan Hertanto
Staf Pengurus	: Nawa Noor Setyawati
Koord. Cabang	: Abdul Chaliq
Pengawas Internal	: Nawa Noor Setyawati dan Iwan Hertanto
Kabag Operasional	: Nawa Noor Setyawati dan Khizar Millati
Kabag Pemasaran	: Muh Suhadak dan Faizul Umar
Admin/Pembukuan	: Nawa Noor Setyawati dan Hermin Setyawati
Teller	: Heni Puspita Sari dan Khirza Millati
Admin Pembiayaan	: Heni Puspita Sari dan Khirza Millati
Staf Pemasaran	: Muh. Suhadak, Siti Mardiyah, Faizul Umar dan Ahmad Sodikin
Staf Penagihan	: Nanang Kurnianto <sup>3</sup>

**d. Produk-produk KSPPS Kowanu Nugraha Kudus**

Adapun produk-produk yang terdapat dalam KSPPS Kowanu Nugraha Kudus yaitu:<sup>4</sup>

- 1) Produk Simpanan
  - a) Tabungan Harian Syariah  
Tabungan harian syariah merupakan tabungan syariah dengan prinsip mudharabah muthlaqoh menyimpan dana dengan kemurnian dan keuntungan bagi hasil secara adil, dengan didukung adanya pelayanan yang ramah serta fleksibel membuat semakin mudah dalam bertransaksi.
  - b) Tabungan Deposito Syariah  
Tabungan deposito syariah merupakan tabungan dalam prinsip mudharabah muthlaqoh yang mengelola dana untuk investasi berjangka yang terus

<sup>3</sup> Hasil Dokumentasi KSPPS Kowanu Nugraha Kudus.

<sup>4</sup> Brosur KSPPS Kowanu Nugraha Kudus.

berkembang untuk meningkatkan kemurnian sehingga dapat melebihi perkiraan keuntungan sebelumnya.

c) Tabungan Haji Syariah

Tabungan Haji Syariah adalah pengelolaan dana tabungan haji yang aman dan bersih sesuai syariah, insyaallah tabungan haji syariah bisa membantu tercapainya niat haji dengan, lebih terencana, mantap dan menentramkan.

d) Tabungan Ziarah/Wisata

Tabungan ziarah/wisata adalah tabungan yang diniatkan untuk ziarah maupun wisata serta tidak diambil kecuali masaa yang sudah ditentukan.

e) Tabungan Qurban/Aqiqah

Tabungan qurban/aqiqah adalah tabungan yang tidak akan diambil kecuali menjelang hari raya qurban atau sampai dengan masa aqiqah datang.

f) Tabungan Hari Raya Syariah

Tabungan hari raya syariah yaitu tabungan yang membantu mempersiapkan kebutuhan keuangan dalam menghadapi hari raya dan hanya bisa diambil menjelang hari raya.

g) Tabungan Pendidikan Syariah

Tabungan pendidikan syariah yaitu tabungan untuk membantu dalam merencanakan pendidikan anak sesuai pada prinsip mudharabah muthlaqoh serta hanya bisa digunakan selama masa ajaran baru.<sup>5</sup>

2) Produk Pembiayaan

a) Pembiayaan Mudharabah

Pembiayaan mudharabah merupakan pembiayaan modal kerja dimana Kowanu Nugraha sebagai pemilik modal (shahibul maal) serta anggota bertindak sebagai pengelola (mudharib) dengan bagi hasil yang sudah disepakati kedua belah pihak. Di dalam Kowanu Nugraha Kudus pihak pengelola sebagai pemilik proyek bisa mengajukan permohonan pembiayaan kepada Kowanu Nugraha. Kebutuhan dana tersebut bisa berguna untuk pembiayaan yang sifatnya modal kerja maupun investasi.

---

<sup>5</sup> Brosur KSPPS Kowanu Nugraha Kudus.

- b) **Pembiayaan Murabahah**  
 Pembiayaan Murabahah adalah pembiayaan dengan sistem jual beli, dimana KSPPS Kowanu Nugraha bisa membantu anggotanya dengan membiayai pembelian barang yang dibutuhkan modal usaha anggotanya. Harga jual barang adalah sebesar harga beli (pokok) barang ditambah margin keuntungan yang disepakati oleh kedua belah pihak.
- c) **Pembiayaan Musyarakah**  
 Di dalam KSPPS Kowanu Nugraha menggunakan Syirkah al-Inan yang biasanya digunakan untuk pembiayaan proyek, dimana mitra dan KSPPS Kowanu Nugraha sama-sama menyediakan modal untuk membiayai proyek tersebut. setelah proyek selesai mitra mengembalikan dana tersebut.
- d) **Pembiayaan Al-Ijarah**  
 Di dalam transaksi ijarah yang menjadi objek merupakan penggunaan manfaat atas sebuah aset dan salah satu rukun ijarah adalah harga sewa. Dengan demikian ijarah sesungguhnya bukan kelompok dari jual beli. Di dalam KSPPS Kowanu Nugraha banyak menerapkan produk ijarah Muntahiya Bit Tamlik/ Wa Iqtina dan mengelompokan produk ini ke dalam akad jual beli, karena memberikan pilihan kepada penyewa untuk membeli aset yang disewa pada masa akhir sewa. Hal ini disebabkan untuk proses kemudahan di sisi operasional KSPSS Kowanu Nugraha dalam hal pemeliharaan aset pada masa atau sesudah sewa.
- e) **Pembiayaan Al-Qardul Hasan**  
 Dalam melengkapi kepentingan yang bersifat sosial. Sumber dana berasal dari ekstern serta bukan diperoleh dari dana KSPPS Kowanu Nugraha sendiri. Dana Al-Qardhul Hasan diperoleh dari dana kebajikan seperti Zakat, Infaq dan Shadaqah. Pinjaman al-Qarduhl Hasan tidak dibukukan dalam neraca KSPPS Kowanu Nugraha, tetapi dilaporkan dalam laporan sumber dan penggunaan dana Al-Qardhul Hasan.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup>Hasil Dokumentasi KSPPS Kowanu Nugraha Kudus.

## 2. Gambaran Umum Responden

Adapun gambaran umum responden yang digunakan pada penelitian ini guna untuk memberikan deskripsi mengenai karakteristik responden yang sudah mengisi kuesioner dengan sampel 95 responden. Adapun karakteristik dalam penelitian yang telah dikelompokkan menurut jenis kelamin, pendidikan terakhir, usia dan pekerjaan, adalah sebagai berikut:

### a. Jenis Kelamin

Adapun data responden yang sudah dikelompokkan menurut jenis kelamin diantaranya laki-laki dan perempuan yang bisa dilihat berdasarkan tabel di bawah ini:

**Tabel 4.1**  
**Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
Laki-laki	39	41,1 %
Perempuan	56	58,9 %
<b>Jumlah</b>	<b>95</b>	<b>100 %</b>

*Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS Versi 25, 2022*

Berdasarkan data tabel 4.1 menunjukkan bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 39 orang atau sekitar 41,1%, sedangkan perempuan sebanyak 56 orang atau sekitar 58,9%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian di KSPPS Kowanu Nugraha Kudus dominan berjenis kelamin perempuan.

### b. Pendidikan Terakhir

Adapun data responden yang sudah dikelompokkan berdasarkan Pendidikan terakhir yaitu SD, SMP, SMA dan S1 yang bisa dilihat berdasarkan tabel berikut:

**Tabel 4.2 Pendidikan Terakhir**

Pendidikan	Jumlah	Presentase (%)
SD	6	6,3 %
SMP	26	27,4 %
SMA	47	49,5 %
S1	16	16,8 %
<b>Jumlah</b>	<b>95</b>	<b>100 %</b>

*Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS Versi 25, 2022*

Berdasarkan pada data tabel 4.2 di atas menunjukkan bahwa responden yang berpendidikan SD adalah 6 orang atau sekitar 6,3%, SMP sebanyak 26 orang atau sekitar 27,4%, SMA sebanyak 47 orang atau sekitar 49,5% serta S1 sebanyak 16 orang atau sekitar 16,8%. Hal ini menunjukkan sebagian besar responden pada penelitian di KSPPS Kowanu Nugraha Kudus dominan berpendidikan SMA.

**c. Usia**

Adapun data responden yang sudah dikelompokkan berdasarkan usia yaitu antara usia 20 hingga 30 tahun, 31 hingga 40 tahun serta lebih dari 41 tahun yang bisa dilihat berdasarkan tabel berikut:

**Tabel 4.3**

**Usia**

<b>Usia</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase (%)</b>
20-30	14	14,7 %
31-40	40	42,1 %
>41	41	43,2 %
<b>Jumlah</b>	<b>95</b>	<b>100 %</b>

*Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS Versi 25, 2022*

Berdasarkan data tabel 4.3 di atas menunjukkan bahwa responden yang memiliki usia 20-30 tahun sebanyak 14 orang atau sekitar 14,7%, usia 31 hingga 40 tahun sebanyak 40 orang atau sekitar 42,1% serta usia yang lebih dari 41 tahun berjumlah 41 orang atau sekitar 43,2%. Hal ini menunjukkan sebagian besar responden pada penelitian di KSPPS Kowanu Nugraha Kudus dominan berusia lebih dari 41 Tahun.

**d. Pekerjaan**

Adapun data responden yang sudah dikelompokkan berdasarkan pekerjaan yaitu Wiraswasta, Pedagang, PNS, Ibu Rumah Tangga, dan Lainnya yang bisa dilihat berdasarkan tabel di bawah ini:

**Tabel 4.4**  
**Pekerjaan**

<b>Pekerjaan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase (%)</b>
Wiraswasta	22	23,2 %
Pedagang	28	29,5 %
PNS	14	14,7 %
Ibu Rumah Tangga	17	17,9 %
Lainnya	14	14,7 %
<b>Jumlah</b>	<b>95</b>	<b>100 %</b>

*Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS Versi 25, 2022*

Berdasarkan tabel 4.4 menunjukkan bahwa responden yang memiliki pekerjaan wiraswasta sebanyak 22 orang atau sekitar 23,2%, berprofesi sebagai pedagang sebanyak 28 orang atau sekitar 29,5%, berprofesi sebagai PNS sebanyak 14 orang atau sekitar 14,7%, berprofesi sebagai Ibu Rumah Tangga sebanyak 17 orang atau sekitar 17,9% sedangkan yang memiliki profesi yang lainnya sebanyak 14 orang atau sekitar 14,7%. Hal ini menunjukkan sebagian besar responden pada penelitian di KSPPS Kowanu Nugraha Kudus dominan berprofesi sebagai pedagang.

### 3. Data Penelitian

Berikut merupakan tanggapan dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden tentang Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di KSPPS Kowanu Nugraha Kudus, sebagai berikut:

a. Promosi (X1)

**Tabel 4.5**  
**Deskripsi Variabel Promosi**

No	Pernyataan	STS (%)	TS (%)	N (%)	S (%)	SS (%)	Mean
1.	Saya tertarik menabung di KSPPS Kowanu Nugraha karena adanya penyebaran	0 0%	0 0%	7 7,4%	50 52,6 %	38 40,0 %	4,3 3%



	brosur sehingga nasabah mengetahuinya						
2.	Saya tertarik menabung di KSPPS Kowanu Nugraha karena adanya promosi melalui sosial media sehingga nasabah mengetahuinya	0 0%	0 0%	12 12,6 %	52 54,7 %	31 32,6 %	4,2 0%
3.	Saya tertarik menabung di KSPPS Kowanu Nugraha karena adanya pemasangan <i>baner</i> sehingga nasabah mengetahuinya	0 0%	0 0%	9 9,5%	59 62,1 %	27 28,4 %	4,1 9%
4.	Saya tertarik menabung di KSPPS Kowanu Nugraha karena adanya bonus yang diberikan kepada nasabah yang mempunyai simpanan di KSPPS Kowanu Nugraha	0 0%	0 0%	10 10,5 %	51 53,7 %	34 35,8 %	4,2 5%
5.	Saya tertarik menabung di KSPPS Kowanu Nugraha karena adanya <i>nisbah</i> atau bagi hasil yang diberikan kepada nasabah	0 0%	0 0%	12 12,6 %	56 58,9 %	27 28,4 %	4,1 6%

6.	Saya tertarik menabung di KSPPS Kowanu Nugraha karena KSPPS Kowanu Nugraha berpartisipasi mengikuti even pameran dalam rangka dies natalis Universitas Muria Kudus	0 0%	0 0%	27 28,4 %	44 46,3 %	24 25,3	3,9 7%
7.	Saya tertarik menabung di KSPPS Kowanu Nugraha karena mempunyai kerjasama dengan Lembaga Pendidikan Ma'arif NU	0 0%	0 0%	19 20,0 %	52 54,7 %	24 25,3 %	4,0 5%
8.	KSPPS Kowanu Nugraha memberikan fasilitas jemput bola yang memudahkan nasabah dalam menabung	0 0%	0 0%	6 6,3%	43 45,3 %	46 48,4 %	4,4 2%
9.	KSPPS Kowanu Nugraha selalu memberikan informasi mengenai produk dengan jelas	0 0%	0 0%	3 3,2%	64 67,4 %	28 29,5 %	4,2 6%
10.	KSPPS Kowanu Nugraha mempunyai produk yang	0 0%	0 0%	12 12,6 %	66 69,5 %	17 17,9 %	4,0 5%

	berkualitas						
11..	KSPPS Kowanu Nugraha mempunyai citra yang positif di mata masyarakat	0 0%	0 0%	13 13,7 %	67 70,5 %	15 15,8 %	4,0 2%

Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS Versi 25, 2022

Indikator pertama dari variabel promosi (X1.P1) menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan ini dapat dinyatakan bahwa 7,4% responden menjawab netral, 52,6% responden menjawab setuju dan 40,0% responden menjawab sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju apabila nasabah tertarik menabung di KSPPS Kowanu Nugraha karena mengetahui adanya penyebaran brosur.

Indikator kedua variabel promosi (X1.P2) menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan ini dapat dinyatakan bahwa 12,6% responden menjawab netral, 54,7% responden menjawab setuju dan 32,6% responden menjawab sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju apabila nasabah tertarik menabung di KSPPS Kowanu Nugraha karena mengetahui adanya promosi melalui sosial media.

Indikator ketiga dari variabel promosi (X1.P3) menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan ini dapat dinyatakan bahwa 9,5% responden menjawab netral, 62,1% responden menjawab setuju dan 28,4% responden menjawab sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju apabila nasabah tertarik menabung di KSPPS Kowanu Nugraha karena mengetahui adanya pemasangan *banner*.

Indikator keempat dari variabel promosi (X1.P4) menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan ini dapat dinyatakan bahwa 10,5% responden menjawab netral, 53,7% responden menjawab setuju dan 35,8% responden menjawab sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju apabila nasabah tertarik menabung di KSPPS Kowanu Nugraha karena adanya bonus yang diberikan.

Indikator kelima dari variabel promosi (X1.P5) menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap

pernyataan ini dapat dinyatakan bahwa 12,6% responden menjawab netral, 58,9% responden menjawab setuju dan 28,4% responden menjawab sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju apabila nasabah tertarik menabung di KSPPS Kowanu Nugraha karena adanya *nisbah* atau bagi hasil yang diberikan.

Indikator keenam dari variabel promosi (X1.P6) menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan ini dapat dinyatakan bahwa 28,4% responden menjawab netral, 46,3% responden menjawab setuju dan 25,3% responden menjawab sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju apabila nasabah tertarik menabung karena KSPPS Kowanu Nugraha berpartisipasi mengikuti even pameran dalam rangka dies natalis Universitas Muria Kudus.

Indikator ketujuh dari variabel promosi (X1.P7) menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan ini dapat dinyatakan bahwa 20,0% responden menjawab netral, 54,7% responden menjawab setuju dan 25,3% responden menjawab sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju apabila nasabah tertarik menabung karena KSPPS Kowanu Nugraha mempunyai kerjasama dengan Lembaga Pendidikan Ma'arif NU.

Indikator kedelapan dari variabel promosi (X1.P8) menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan ini dapat dinyatakan bahwa 6,3% responden menjawab netral, 45,3% responden menjawab setuju dan 48,4% responden menjawab sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menjawab sangat setuju apabila KSPPS Kowanu Nugraha memberikan fasilitas jmput bola yang memudahkan nasabah dalam menabung.

Indikator kesembilan dari variabel promosi (X1.P9) menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan ini dapat dinyatakan bahwa 3,2% responden menjawab netral, 67,4% responden menjawab setuju dan 29,5% responden menjawab sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju apabila KSPPS Kowanu Nugraha memberikan informasi mengenai produk dengan jelas.

Indikator kesepuluh dari variabel promosi (X1.P10) menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan ini dapat dinyatakan bahwa 12,6% responden menjawab netral, 69,5% responden menjawab setuju dan 17,9% responden menjawab sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju apabila KSPPS Kowanu Nugraha Kudus mempunyai produk yang berkualitas.

Indikator kesebelas dari variabel promosi (X1.P11) menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan ini dapat dinyatakan 13,7% responden menjawab netral, 70,5% responden menjawab setuju dan 15,8% responden menjawab sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju apabila KSPPS Kowanu Nugraha Kudus mempunyai citra yang positif di mata masyarakat.

b. Kualitas Pelayanan (X2)

**Tabel 4.6**  
**Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan**

No	Pernyataan	STS (%)	TS (%)	N (%)	S (%)	SS (%)	Mean
1.	Karyawan KSPPS Kowanu Nugraha mampu memberikan pelayanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan	0 0%	0 0%	5 5,3 %	51 53,7 %	39 41,1 %	4,36%
2.	Karyawan KSPPS Kowanu Nugraha mempunyai pengetahuan tentang produk yang luas	0 0%	0 0%	7 7,4 %	62 65,3 %	26 27,4 %	4,20%
3.	Karyawan KSPPS Kowanu Nugraha membantu nasabah dengan cepat dan tanggap	0 0%	0 0%	10 10, 5%	63 66,3 %	22 23,2	4,13%

4.	Karyawan KSPPS Kowanu Nugraha cekatan dalam menangani keluhan nasabah	0 0%	0 0%	8 8,4 %	64 67,4 %	23 24,2 %	4,16%
5.	KSPPS Kowanu Nugraha mampu menjaga keamanan data nasabah dengan baik	0 0%	0 0%	2 2,1 %	43 45,3 %	50 52,6 %	4,51%
6.	Karyawan KSPPS Kowanu Nugraha mengatakan dengan jujur setiap bertransaksi	0 0%	0 0%	3 3,2 %	49 51,6 %	43 45,3 %	4,42%
7.	Karyawan KSPPS Kowanu Nugraha melayani nasabah dengan sopan	0 0%	0 0%	4 4,2 %	64 67,4 %	27 28,4 %	4,24%
8.	Karyawan KSPPS Kowanu Nugraha selalu memberikan perhatian kepada nasabah	0 0%	0 0%	15 15,8 %	64 67,4 %	16 16,8 %	4,01%
9.	Karyawan KSPPS Kowanu Nugraha selalu berusaha untuk memahami kebutuhan nasabah	0 0%	0 0%	16 16,8 %	60 63,2 %	19 20,0 %	4,03%
10.	Karyawan KSPPS Kowanu Nugraha berpenampilan rapi dan menarik	0 0%	0 0%	2 2,1 %	64 67,4 %	29 30,5 %	4,28%

11..	KSPPS Kowanu Nugraha mempunyai gedung yang menarik, fasilitas ruang tunggu, AC dan tempat parkir	0 0%	0 0%	5 5,3 %	49 51,6 %	41 43,2 %	4,38%
------	--	---------	---------	---------------	-----------------	-----------------	-------

Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS Versi 25, 2022

Indikator pertama dari variabel kualitas pelayanan (X2.P1) menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan ini dapat dinyatakan bahwa 5,3% responden menjawab netral, 53,7% responden menjawab setuju dan 41,1% responden menjawab sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju apabila karyawan KSPPS Kowanu Nugraha memberikan pelayanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan.

Indikator kedua variabel kualitas pelayanan (X2.P2) menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan ini dapat dinyatakan bahwa 7,4% responden menjawab netral, 65,3% responden menjawab setuju dan 27,4% responden menjawab sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju apabila karyawan KSPPS Kowanu Nugraha mempunyai pengetahuan tentang produk yang luas.

Indikator ketiga dari variabel kualitas pelayanan (X2.P3) menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan ini dapat dinyatakan bahwa 10,5% responden menjawab netral, 66,3% responden menjawab setuju dan 23,2% responden menjawab sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju apabila karyawan KSPPS Kowanu Nugraha membantu nasabah dengan cepat dan tanggap.

Indikator keempat dari variabel kualitas pelayanan (X2.P4) menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan ini dapat dinyatakan bahwa 8,4% responden menjawab netral, 67,4% responden menjawab setuju dan 24,2% responden menjawab sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju apabila karyawan KSPPS Kowanu Nugraha cekatan dalam menanggapi keluhan nasabah.

Indikator kelima dari variabel kualitas pelayanan (X2.P5) menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap

pernyataan ini dapat dinyatakan bahwa 2,1% responden menjawab netral, 45,3% responden menjawab setuju dan 52,6% responden menjawab sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menjawab sangat setuju apabila KSPPS Kowanu Nugraha mampu menjaga keamanan data nasabah dengan baik.

Indikator keenam dari variabel kualitas pelayanan (X2.P6) menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan ini dapat dinyatakan bahwa 3,2% responden menjawab netral, 51,6% responden menjawab setuju dan 45,3% responden menjawab sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju apabila karyawan KSPPS Kowanu Nugraha mengatakan dengan jujur setiap bertransaksi.

Indikator ketujuh dari variabel kualitas pelayanan (X2.P7) menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan ini dapat dinyatakan bahwa 4,2% responden menjawab netral, 67,4% responden menjawab setuju dan 28,4% responden menjawab sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju apabila karyawan KSPPS Kowanu Nugraha melayani nasabah dengan sopan.

Indikator kedelapan dari variabel kualitas pelayanan (X2.P8) menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan ini dapat dinyatakan bahwa 15,8% responden menjawab netral, 67,4% responden menjawab setuju dan 16,8% responden menjawab sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju apabila karyawan KSPPS Kowanu selalu memberikan perhatian kepada nasabah.

Indikator kesembilan dari variabel kualitas pelayanan (X2.P9) menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan ini dapat dinyatakan bahwa 16,8% responden menjawab netral, 63,2% responden menjawab setuju dan 20,00% responden menjawab sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju apabila karyawan KSPPS Kowanu Nugraha selalu berusaha untuk memahami kebutuhan nasabah.

Indikator kesepuluh dari variabel kualitas pelayanan (X2.P10) menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan ini dapat dinyatakan bahwa 2,1% responden menjawab netral, 67,4% responden menjawab setuju dan



30,5% responden menjawab sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju apabila karyawan KSPPS Kowanu Nugraha berpenampilan rapi dan menarik.

Indikator kesebelas dari variabel kualitas pelayanan (X2.P11) menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan ini dapat dinyatakan bahwa 5,3% responden menjawab netral, 51,6% responden menjawab setuju dan 43,2% responden menjawab sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju apabila karyawan KSPPS Kowanu Nugraha mempunyai gedung yang menarik, fasilitas ruang tunggu, Ac dan tempat parkir.

c. Keputusan Nasabah Menabung (Y)

**Tabel 4.7**  
**Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan**

No	Pernyataan	STS (%)	TS (%)	N (%)	S (%)	SS (%)	Mean
1.	Saya memutuskan menabung di KSPPS Kowanu Nugraha karena saya membutuhkan KSPPS untuk memenuhi kebutuhan keuangan	0 0%	0 0%	5 5,3%	57 60,0 %	33 34,7%	4,29%
2.	Saya memutuskan menabung di KSPPS Kowanu Nugraha karena saya sebelumnya sudah mencari informasi sebanyak mungkin mengenai produk simpanan yang ada di KSPPS Kowanu Nugraha	0 0%	0 0%	16 16,8 %	59 62,1 %	20 21,1%	4,04%

3.	Saya memutuskan menabung di KSPPS Kowanu Nugraha karena saya telah mempertimbangan kualitas pelayanan di KSPPS Kowanu Nugraha dengan menanyakan pada anggota lama yang sudah bergabung	0 0%	0 0%	22 23,2 %	59 62,1 %	14 14,7%	3,92%
4.	Saya memutuskan menabung di KSPPS Kowanu Nugraha karena sesuai dengan kebutuhan dan sebelumnya sudah cukup mendapatkan informasi	0 0%	0 0%	18 18,9 %	60 63,2 %	17 17,9%	3,99%
5.	Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan di KSPPS Kowanu Nugraha	0 0%	0 0%	14 14,7 %	58 61,1 %	23 24,2%	4,09%
6.	Saya merekomendasikan kepada teman, kerabat maupun saudara untuk menabung di KSPPS Kowanu Nugraha	0 0%	0 0%	8 8,4%	56 58,9 %	31 32,6%	4,24%

Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS Versi 25, 2022

Indikator pertama dari variabel keputusan nasabah menabung (Y.P1) menunjukkan bahwa tanggapan responden

terhadap pernyataan ini dapat dinyatakan bahwa 5,3% responden menjawab netral, 60,0% responden menjawab setuju dan 34,7%, responden menjawab sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju apabila nasabah memutuskan menabung di KSPPS Kowanu Nugraha karena membutuhkan KSPPS untuk memenuhi kebutuhan keuangan.

Indikator kedua dari variabel keputusan nasabah menabung (Y.P2) menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan ini dapat dinyatakan bahwa 16,8% responden menjawab netral, 62,1% responden menjawab setuju dan 21,1% responden menjawab sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju apabila nasabah memutuskan menabung di KSPPS Kowanu Nugraha karena sebelumnya sudah mencari informasi sebanyak mungkin mengenai produk simpanan.

Indikator ketiga dari variabel keputusan nasabah menabung (Y.P3) menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan ini dapat dinyatakan bahwa 23,2% responden menjawab netral, 62,1% responden menjawab setuju dan 14,7% responden menjawab sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju apabila nasabah memutuskan menabung di KSPPS Kowanu Nugraha karena telah mempertimbangkan kualitas pelayanan yang ada.

Indikator keempat dari variabel keputusan nasabah menabung (Y.P4) menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan ini dapat dinyatakan bahwa 18,9% responden menjawab netral, 63,2% responden menjawab setuju dan 17,9% responden menjawab sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju apabila nasabah memutuskan menabung di KSPPS Kowanu Nugraha karena sesuai dengan kebutuhan dan sebelumnya sudah cukup mendapatkan informasi .

Indikator kelima dari variabel keputusan nasabah menabung (Y.P5) menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan ini dapat dinyatakan bahwa 14,7 % responden menjawab netral, 61,1% responden menjawab setuju dan 24,2% responden menjawab sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju apabila nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan di KSPPS Kowanu Nugraha .

Indikator keenam dari variabel keputusan nasabah menabung (Y.P6) menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan ini dapat dinyatakan bahwa 8,4% responden menjawab netral, 58,9% responden menjawab setuju dan 32,6% responden menjawab sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju apabila nasabah merekomendasikan kepada teman, kerabat maupun saudara untuk menabung di KSPPS Kowanu Nugraha.

**4. Analisis Data**

**a. Uji Validitas**

Validitas yaitu ketepatan serta kebenaran pada sebuah instrumen yang dipakai untuk mengukur apa yang sedang diukur. Uji validitas berguna dalam mengukur sah atau tidaknya pada *kuesioner*. Cara yang digunakan dalam mengukur uji validitas berdasarkan nilai  $r_{tabel}$  dan  $r_{hitung}$ . Untuk  $r_{tabel}$  dapat diketahui dari nilai  $df = n - 2$  ( $n =$  jumlah data responden) dan untuk melihat  $r_{hitung}$  dapat dilihat hasil olah data melalui *Pearson Correlation*. Data dinyatakan valid jika  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  dan bernilai positif sebaliknya data dikatakan tidak valid apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$  dan bernilai negatif.<sup>7</sup> Pada penelitian ini responden berjumlah 95. Jadi,  $df = 95 - 2 = 93$  dengan nilai signifikansi 0,05, sehingga memperoleh  $r_{tabel}$  sebesar 0,201. Berikut merupakan output olah data kuesioner uji validitas variabel Promosi, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Nasabah Menabung pada penelitian yaitu:

1) Variabel Promosi (X1)

Adapun variabel promosi dalam uji validitas ini terdiri dari 11 item pernyataan dengan hasil seperti tabel di bawah ini:

**Tabel 4.8 Uji Validitas Promosi**

Item Pernyataan	R <sub>hitung</sub>	R <sub>tabel</sub>	Keterangan
P1	0,339	0,201	Valid
P2	0,572	0,201	Valid
P3	0,439	0,201	Valid

<sup>7</sup>Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif: Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020), 13.

P4	0,584	0,201	Valid
P5	0,562	0,201	Valid
P6	0,704	0,201	Valid
P7	0,633	0,201	Valid
P8	0,461	0,201	Valid
P9	0,477	0,201	Valid
P10	0,588	0,201	Valid
P11	0,546	0,201	Valid

Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS Versi 25, 2022

Berdasarkan pada tabel 4.5 bisa disimpulkan bahwa pernyataan setiap item variabel promosi bisa dinyatakan valid dalam uji validitas, karena setiap item pernyataan mempunyai  $r_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $r_{tabel}$  (0,201) serta bernilai positif.

2) Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

Adapun variabel kualitas pelayanan dalam uji validitas ini terdiri dari 11 item pernyataan dengan hasil seperti tabel berikut:

**Tabel 4.9**  
**Uji Validitas Kualitas Pelayanan**

Item Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
KP 1	0,697	0,201	Valid
KP 2	0,579	0,201	Valid
KP 3	0,674	0,201	Valid
KP 4	0,627	0,201	Valid
KP 5	0,610	0,201	Valid
KP 6	0,622	0,201	Valid
KP 7	0,631	0,201	Valid
KP 8	0,687	0,201	Valid

KP 9	0,706	0,201	Valid
KP 10	0,655	0,201	Valid
KP 11	0,658	0,201	Valid

Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS versi 25, 2022.

Berdasarkan pada tabel 4.6 bisa disimpulkan bahwa pernyataan setiap item variabel *Kualitas Pelayanan (X2)* dinyatakan valid dalam pengujian validitas, karena setiap item pernyataan mempunyai  $r_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $r_{tabel}$  (0,201) serta bernilai positif.

- 3) Variabel Keputusan Nasabah Menabung (Y)  
Adapun variabel keputusan nasabah menabung dalam uji validitas ini terdiri dari 6 item pernyataan dengan hasil tabel berikut:

**Tabel 4.10**  
**Uji Validitas Keputusan Nasabah Menabung**

Item Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
KNM 1	0,703	0,201	Valid
KNM 2	0,712	0,201	Valid
KNM 3	0,762	0,201	Valid
KNM 4	0,759	0,201	Valid
KNM 5	0,735	0,201	Valid
KNM 6	0,689	0,201	Valid

Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS Versi 25, 2022

Berdasarkan tabel 4.7 di atas bisa disimpulkan bahwa pernyataan setiap item variabel *Keputusan Nasabah Menabung (Y)* dinyatakan valid dalam uji validitas, karena setiap item pernyataan mempunyai  $r_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $r_{tabel}$  (0,201) dan bernilai positif.

**b. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas adalah alat yang digunakan dalam mengukur suatu *kuesioner* dalam indikator dari suatu variabel. Dalam *kuesioner* dinyatakan reliabel, bila jawaban dari seseorang atas suatu kenyataan dapat konsisten maupun stabil dari waktu ke waktu. Dalam pengujian uji reliabilitas dapat

diuji dengan nilai *Cronbach's Alpha*, yang mempunyai kriteria jika nilai Cronbach's Alpha > 0,60 maka uji reliabilitas dinyatakan reliabel, tetapi apabila nilai Cronbach's Alpha < 0,60 maka uji reliabilitas dikatakan tidak reliabel.<sup>8</sup> Adapun perolehan hasil uji reliabilitas yaitu:

**Tabel 4.11**  
**Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Alpha	Keterangan
Promosi (X1)	0,756	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	0,863	0,60	Reliabel
Keputusan Nasabah Menabung (Y)	0,821	0,60	Reliabel

Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS Versi 25, 2022

Berdasarkan pada tabel 4.8, menunjukkan bahwa hasil uji reliabilitas instrumen variabel Promosi (X1) mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,756, variabel Kualitas Pelayanan (X2) mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,863, dan variabel Keputusan Nasabah Menabung mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,821. Jadi, bisa disimpulkan bahwa ketiga variabel (X1, X2 dan Y) tersebut dikatakan reliabel, karena memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,60.

**c. Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik mempunyai tujuan agar bisa melihat ada maupun tidaknya uji normalitas residual, multikolinieritas, autokorelasi dan heteroskedastisitas. Model regresi linier dikatakan sebagai model yang baik apabila model tersebut memenuhi beberapa asumsi klasik, yaitu data residual berdistribusi normal, tidak adanya multikolinieritas, autokorelasi dan heteroskedastisitas. Berikut ini penjelasan analisis hasil uji asumsi klasik:

**1) Uji Normalitas**

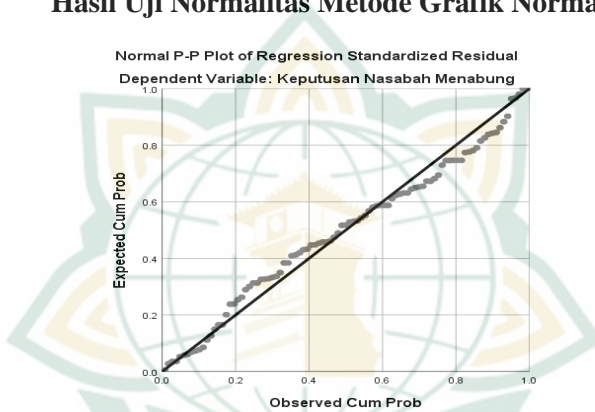
Uji normalitas mempunyai tujuan mengetahui normal maupun tidaknya nilai residual yang diperoleh. Apabila pada nilai residual berdistribusi secara normal

---

<sup>8</sup>Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Kudus: STAIN Kudus, 2009), 171.

maka model regresi dalam linier bisa dikatakan baik. Oleh karena itu, untuk dapat melihat uji normalitas itu berdistribusi normal melalui metode grafik normal *P-P of regression standardized residual* dengan kriteria apabila dalam titik-titik menyebar di sekitar garis serta mengikuti garis diagonal maka nilai residual dikatakan berdistribusi normal.<sup>9</sup> Hasil dalam uji normalitas bisa dilihat berdasarkan pada gambar serta tabel seperti di bawah ini:

**Gambar 4.1**  
**Hasil Uji Normalitas Metode Grafik Normal P-P Plot**



Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS Versi 25, 2022

Berdasarkan pada gambar 4.1, menunjukkan bahwa titik-titik menyebar sekitar garis serta mengikuti garis diagonal. Berarti bisa disimpulkan bahwa data berdistribusi dengan normal.

Selain menggunakan metode grafik, agar bisa memperjelas lagi apakah nilai residual berdistribusi dengan normal maupun tidak, peneliti menguji lagi dengan uji One Sample Kolmogorove-Smirnov yang mempunyai kriteria bila dalam nilai signifikan lebih dari 0,05 maka nilai residual dinyatakan berdistribusi normal.<sup>10</sup> Berikut peneliti sajikan hasil uji One Sample Kolmogorove-Smirnov:

<sup>9</sup>Duwi Priyatno, *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis* (Yogyakarta: CV Andi, 2014), 90.

<sup>10</sup>Duwi Priyatno, *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis*, 94.



**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.12230796
Most Extreme Differences	Absolute	.072
	Positive	.072
	Negative	-.069
Test Statistic		.072
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS Versi 25, 2022

Berdasarkan dalam tabel 4.9, menunjukkan bahwa hasil uji one sample *Kolmogorov-smirnov* memiliki nilai signifikan lebih dari 0,05 hal tersebut bisa dilihat pada kolom Asymp Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 atau bisa di tulis  $0,200 > 0,05$ . Dengan begitu, bisa disimpulkan bahwa data berdistribusi dengan normal.

2) **Uji Multikolinieritas**

Uji multikolinieritas ialah uji yang berguna dalam memeriksa maupun menguji ada atau tidaknya korelasi di dalam regresi dengan variabel independen. Model dalam regresi dikatakan baik apabila tidak memiliki hubungan antar variabel independen.<sup>11</sup> Agar dapat bisa menentukan ada maupun tidak uji multikolinieritas dalam model regresi yaitu dengan melihat nilai *tolerance* serta lawannya dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Adapun kriterianya yaitu apabila nilai VIF kurang dari 10,00 serta nilai *tolerance* lebih dari 0,10 maka bisa disimpulkan

<sup>11</sup>Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 180.

bahwa tidak terjadi multikolinieritas.<sup>12</sup> Hasil uji multikolinieritas bisa dilihat berdasarkan tabel bawah ini:

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Promosi	.664	1.505
Kualitas Pelayanan	.664	1.505

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah Menabung

Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS Versi 25, 2022

Berdasarkan tabel 4.10, menunjukkan bahwa hasil uji multikolinieritas variabel Promosi (X1) mempunyai nilai *tolerance* 0,664 dan nilai VIF 1,505 sedangkan variabel Kualitas Pelayanan (X2) mempunyai nilai *tolerance* 0,664 dan nilai VIF 1,505. Maka dari itu, bisa disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas, karena semua variabel memiliki nilai *tolerance* > 0,10 dan mempunyai nilai VIF < 10,00.

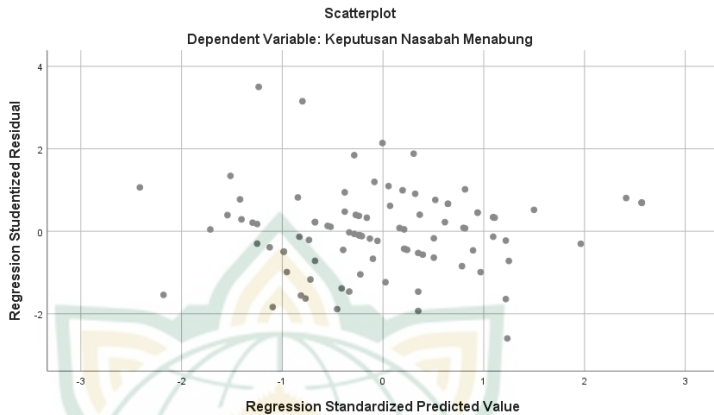
**3) Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas berguna dalam menguji terjadinya perbedaan varians residual berdasarkan suatu periode pengamatan ke pengamatan lainnya. Uji pada heteroskedastisitas bisa dilihat melalui *scatterplot*. Apabila dalam titik data yang tersebar diatas ataupun di bawah angka 0 serta tidak memiliki pola yang jelas, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Namun sebaliknya apabila *scatterplot* berpola misalnya bergelombang, melebar lalu menyempit maka terjadi heteroskedastisitas.<sup>13</sup>

<sup>12</sup>Duwi Priyatno, *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis*, 103.

<sup>13</sup>V. Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian*, 159-160.

**Gambar 4.2**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**



Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS Versi 25, 2022

Berdasarkan dalam gambar 4.2 yang menunjukkan bahwa hasil gambar *scatterplot* dalam uji heteroskedastisitas terdapat adanya titik-titik yang tidak membentuk pola yang jelas dan titik-titik dalam datanya menyebar di atas maupun bawah angka 0. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### d. Uji Statistik

##### 1) Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Uji analisis regresi linier berganda berguna dalam menganalisis apakah hubungan dua variabel yang berupa hubungan sebab akibat dan hubungan yang saling mempengaruhi. Adapun tujuan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh bersama-sama atau independen antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Adapun model dalam persamaan regresi yaitu:  $Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + e$ , Y (Keputusan Nasabah Menabung), a (Konstanta),  $b_1$   $b_2$  (Koefisien regresi variabel independen),  $x_1$  (Promosi),  $x_2$  (Kualitas Pelayanan) dan e (Koefisien error).<sup>14</sup> Hasil pengujian bisa dilihat berdasarkan tabel sebagai berikut:

<sup>14</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2018), 289.

**Tabel 4.14**  
**Uji Analisis Regresi Linier Berganda**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.335	3.035		1.099	.275
Promosi	.241	.074	.334	3.243	.002
Kualitas Pelayanan	.218	.068	.331	3.210	.002

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah Menabung

*Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS Versi 25, 2022*

Berdasarkan dalam tabel 4.12 yang menunjukkan bahwa hasil uji analisis regresi linier berganda untuk nilai konstanta (a) sebesar 3,335 sedangkan variabel promosi sebesar 0,241 lalu variabel kualitas pelayanan sebesar 0,218. Sehingga bisa diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + e$$

$$= 3,335 + 0,241x_1 + 0,218x_2 + e$$

Sehingga, dapat dianalisis seperti berikut:

- a) Nilai Konstanta (a) sebesar 3,335, yang berarti bila variabel promosi (X1) dan variabel kualitas pelayanan (X2) sama dengan nol maka, keputusan nasabah menabung adalah sebesar 3,335.
- b) Nilai koefisien regresi variabel promosi (X1) sebesar 0,241 dan bernilai positif, yang berarti jika setiap terjadi peningkatan variabel promosi (X1) sebesar 1%, maka akan meningkatkan keputusan nasabah menabung (Y) sebesar 0,241 atau 24,1% dengan perkiraan variabel independen lain nilainya tetap konstan.

- c) Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X2) sebesar 0,218 dan bernilai positif, berarti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel kualitas pelayanan (X2) sebesar 1%, maka akan meningkatkan keputusan nasabah menabung (Y) sebesar 0,218 atau 21,8% dengan perkiraan variabel independen lain nilainya tetap konstan.

**2) Uji t (Parsial)**

Uji t Parsial berguna dalam menguji apakah dalam variabel independen ( $X_1, X_2, \dots, X_n$ ) yang berasal pada model regresi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel dependen (Y). Hasil dalam uji-t bisa diketahui dengan melihat hasil koefisien yang berasal dari analisis regresi linier berganda. Adapun kriteria pengujian yang berguna untuk menentukan uji t yaitu membandingkan antara nilai t hitung dengan nilai t tabel. Apabila dalam nilai t hitung  $< t$  tabel dan nilai  $\alpha \geq 0,05$  maka dapat dikatakan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak namun sebaliknya apabila t hitung  $> t$  tabel dan nilai  $\alpha < 0,05$  maka dapat dikatakan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.<sup>15</sup> Dalam menentukan t tabel bisa dilihat dari tabel statistik dengan signifikan  $0,05/2 = 0,025$  dengan derajat kebebasan  $df = n - k - 1$  atau  $95 - 2 - 1 = 92$  (dimana n merupakan jumlah sampel dan k merupakan jumlah variabel independen), sehingga diperoleh hasil 0,025;92 yang berarti nilai t tabel adalah 1,986. Untuk lebih lanjut bisa dilihat berdasarkan pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.15 Hasil Uji T Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.335	3.035		1.099	.275
Promosi	.241	.074	.334	3.243	.002

<sup>15</sup>Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2010), 68-69.

Kualitas Pelayanan	.218	.068	.331	3.210	.002
a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah Menabung					

Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS Versi 25, 2022

Berdasarkan tabel 4.13, mengenai hasil uji t untuk bisa mengetahui besarnya masing-masing variabel independen secara parsial (individu) terhadap variabel dependen yaitu berikut ini:

a) H1: Pengaruh Promosi (X1) terhadap Keputusan Nasabah Menabung (Y) di KSPPS Kowanu Nugraha Kudus

Berdasarkan pada tabel 4.13 uji t menunjukkan bahwa variabel promosi mempunyai nilai t hitung 3,243 dan nilai signifikansi 0,002. Jika dibandingkan dengan t tabel (1,986) dan nilai signifikan < 0,05. Maka menunjukkan bahwa nilai t hitung > t tabel (3,243 > 1,986) dan nilai signifikansinya (0,002 < 0,05), sehingga H0 ditolak dan H1 diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa variabel promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di KSPPS Kowanu Nugraha Kudus.

b) H2: Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Keputusan Nasabah Menabung (Y) di KSPPS Kowanu Nugraha Kudus

Berdasarkan pada tabel 4.13 uji t menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki nilai t hitung 3,210 dan nilai signifikan 0,002. Jika dibandingkan dengan t tabel (1,986) dan nilai signifikan < 0,05. Maka menunjukkan bahwa nilai t hitung > t tabel (3,210 > 1,986) dan nilai signifikansinya (0,002 < 0,05), sehingga H0 ditolak dan H2 diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di KSPPS Kowanu Nugraha Kudus.

**3) Uji Simultan (Uji Statistik F)**

Uji F berguna untuk menguji apakah dalam variabel bebas ( $X_1, X_2, \dots, X_n$ ) memiliki pengaruh secara

bersama-sama yang signifikan terhadap variabel terikat (Y). Hasil dalam uji F bisa dilihat dengan melihat output Anova. Adapun kriteria yang dilakukan dalam pengujian menentukan uji F dengan membandingkan antara nilai F hitung dengan F tabel dan nilai signifikan 0,05. Apabila  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan sebaliknya bila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak.<sup>16</sup> Dalam menentukan F tabel bisa dilihat berdasarkan tabel statistik pada tingkat signifikansi 0,05 dengan df 1 (jumlah variabel-1) = 2 dan df 2 (n- k-1) = 95-2-1= 92 (n= jumlah sampel sedangkan k yaitu jumlah variabel independen). Sehingga diperoleh F tabel  $2;92 = 3,10$ . Untuk lebih lanjut bisa dilihat dalam tabel di bawah ini:

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji F**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	227.764	2	113.882	24.746	.000 <sup>b</sup>
	Residual	423.394	92	4.602		
	Total	651.158	94			

- a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah Menabung  
 b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Promosi

Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS Versi 25, 2022

Berdasarkan data tabel 4.14, menunjukkan bahwa nilai uji F dalam pengujian hasil Uji F memiliki nilai F hitung sebesar 24,746 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hal ini berarti  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $24,746 > 3,10$ ) dan signifikansinya lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), sehingga  $H_0$  ditolak. Jadi, bisa disimpulkan bahwa variabel promosi dan kualitas pelayanan memiliki berpengaruh positif dan signifikan secara simultan

<sup>16</sup>Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS*, 67.

terhadap keputusan nasabah menabung di KSPPS Kowanu Nugraha Kudus.

4) **Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Koefisien determinasi mempunyai tujuan dalam menentukan ada tidaknya hubungan yang mempengaruhi antara dua variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Nilai koefisien determinasi membuktikan persentase dalam perubahan nilai pada variabel dependen.<sup>17</sup>

**Tabel 4.17**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.591 <sup>a</sup>	.350	.336	2.14525	1.986

Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS Versi 25, 2022

Berdasarkan tabel 4.15 di atas, menunjukkan bahwa output hasil uji koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,350 atau sama dengan 35%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Promosi (X1) dan Kualitas Pelayanan (Y) mempunyai pengaruh terhadap Keputusan Nasabah Menabung (Y) sebesar 35% sedangkan sisanya 65% (100%-35%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**B. Pembahasan**

**1. Pengaruh Promosi (X1) Terhadap Keputusan Nasabah Menabung (Y)**

Promosi yaitu aktivitas dalam suatu pemasaran yang mempunyai peranan penting dalam menginformasikan maupun menawarkan suatu produk supaya dikenal oleh masyarakat dan masyarakat mau untuk menggunakan produk tersebut. Jika tidak ada promosi maka nasabah tidak akan mengetahui dan mengenal produk yang terdapat di dalam KSPPS. Jadi, dapat disimpulkan bahwa promosi adalah sebagai tempat yang efektif dalam menarik dan mempertahankan anggota.<sup>18</sup>

<sup>17</sup>Algifari, *Analisis Regresi: Teori, Kasus dan Solusi*, (Yogyakarta: BPFE, 2000), 45.

<sup>18</sup>Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), 246.



Berdasarkan hasil penelitian dalam uji statistik yang telah dilakukan. Variabel promosi (X1) berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung (Y). Hal tersebut dapat dibuktikan dengan hasil pada uji t. Dalam hasil output uji t tersebut variabel promosi memperoleh nilai t hitung sebesar 3,243 dan t tabel sebesar 1,986 dengan nilai signifikan sebesar 0,002 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti t hitung > t tabel ( $3,243 > 1,986$ ) dan nilai signifikansinya ( $0,002 < 0,05$ ), sehingga menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Berdasarkan hal tersebut bisa disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel promosi dengan keputusan nasabah menabung di KSPPS Kowanu Nugraha Kudus.

Sedangkan dalam hasil analisis koefisien regresi variabel promosi terhadap keputusan nasabah menabung memiliki koefisien sebesar 0,241 dan bernilai positif, berarti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel promosi sebesar 1%, maka akan meningkatkan keputusan nasabah menabung sebesar 0,241 atau 24,1%. Koefisien regresi mempunyai nilai positif berarti promosi mempunyai hubungan yang positif dengan keputusan nasabah menabung. Semakin menarik dalam promosi yang sudah dilakukan, maka semakin meningkatkan keputusan nasabah menabung di KSPPS Kowanu Nugraha Kudus. Dalam hal ini, indikator yang sangat berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung pada variabel promosi adalah mengenai penjualan pribadi yaitu KSPPS Kowanu Nugraha Kudus memberikan fasilitas jemput bola yang memudahkan nasabah dalam menabung. Hal ini, dibuktikan dengan deskripsi dalam variabel promosi dengan hasil persentase sebesar 4,42%.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi adalah salah satu faktor penentu dalam mempengaruhi keputusan nasabah menabung. Hal tersebut dapat dilihat bahwa promosi yang sangat berpengaruh adalah yang memberikan fasilitas jemput bola yang memudahkan nasabah dalam menabung. Fasilitas jemput bola merupakan fasilitas yang memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi tanpa harus ke kantor. Jemput bola yang dilakukan oleh KSPPS Kowanu Nugraha Kudus berhasil membuat nasabah untuk memutuskan menabung. Oleh karena itu, promosi memberikan kontribusi yang baik terhadap KSPPS untuk menciptakan keputusan nasabah menabung.<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup>Kasmir, *Manajemen Perbankan*, 246-249.

Berdasarkan pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nazzarudin Aziz dan Biisnillah dengan judul “Pengaruh Produk dan Promosi Tabungan Tamara Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Baitul Maal Wat-Tamwil (BMT) El-Uswah Dharmasraya” membuktikan bahwa dalam indikator variabel promosi yang paling unggul adalah periklanan yaitu promosi yang dilakukan melalui media internet mampu membuat nasabah untuk memutuskan menabung di BMT El-Uswah Dharmasraya. Hal tersebut berbeda dengan penelitian yang dilakukan peneliti, dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti indikator variabel promosi yang paling unggul adalah penjualan pribadi yaitu KSPPS Kowanu Nugraha Kudus memberikan fasilitas jemput bola yang memudahkan nasabah dalam menabung. Tetapi, secara keseluruhan hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nazzarudin Aziz dan Biisnillah yang menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung.<sup>20</sup>

## 2. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Keputusan Nasabah Menabung (Y)

Kualitas pelayanan adalah suatu susunan kualitas yang dinantikan serta penguasaan tingkat kualitas untuk memuaskan keinginan nasabah. Jika dalam menerima pelayanan maupun dalam menikmatinya sesuai dengan keinginan, maka kualitas pelayanan diapresiasi baik serta memuaskan. Namun apabila dalam menerima pelayanan tersebut bisa melebihi ekspektasi nasabah, maka kualitas pelayanan diapresiasi sebagai kualitas pelayanan yang ideal. Sebaliknya bila dalam menerima pelayanan tidak sesuai dengan keinginan, maka kualitas pelayanan diapresiasi sebagai kualitas yang biasa saja.<sup>21</sup>

Berdasarkan pada hasil penelitian uji statistik yang sudah dilakukan. Variabel kualitas pelayanan (X2) berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung (Y). Hal tersebut dapat dibuktikan dengan hasil pada uji t. Dalam hasil uji t tersebut variabel kualitas pelayanan memperoleh nilai t hitung sebesar 3,210 dan t tabel sebesar 1,986 dengan nilai signifikan sebesar 0,002 yang berarti

---

<sup>20</sup> Nazzarudin Aziz dan Biisnillah, “Pengaruh Produk dan Promosi Tabungan Tamara Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Baitul Maal Wat-Tamwil (BMT) El-Uswah Dharmasraya”, *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta* 16, no.2, (2021).

<sup>21</sup> Yolanda dan Dimas Firdaus, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Citra Perusahaan Serta Dampaknya Pada Keputusan Nasabah Menabung (Studi Kasus Pada Bank BRI Kantor Cabang Pembantu Meester)”, *Jurnal Manajemen* 07, no. 1 (2019): 122.

lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel ( $3,210 > 1,986$ ) dan nilai signifikansinya ( $0,002 < 0,05$ ), sehingga menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan demikian terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel kualitas pelayanan dengan keputusan nasabah menabung di KSPPS Kowanu Nugraha Kudus.

Sedangkan dalam hasil analisis koefisien regresi variabel promosi terhadap keputusan nasabah menabung memiliki koefisien sebesar 0,218 dan bernilai positif, berarti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel promosi sebesar 1%, maka akan meningkatkan keputusan nasabah menabung sebesar 0,218 atau 21,8%. Koefisien regresi mempunyai nilai positif berarti kualitas pelayanan mempunyai hubungan yang positif dengan keputusan nasabah menabung. Karena semakin baik pelayanan yang diberikan kepada nasabah maka keputusan nasabah menabung akan semakin meningkat. Dalam hal ini, indikator yang sangat berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung pada variabel kualitas pelayanan adalah mengenai jaminan yaitu karyawan KSPPS Kowanu Nugraha Kudus mampu menjaga keamanan data nasabah dengan baik. Hal ini, dibuktikan dengan deskripsi dalam variabel kualitas pelayanan dengan hasil persentase sebesar 4,51%.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan adalah salah satu faktor penentu dalam mempengaruhi keputusan nasabah menabung. Hal tersebut dapat dilihat bahwa dalam indikator jaminan yaitu karyawan KSPPS Kowanu Nugraha Kudus mampu menjaga keamanan data nasabah dengan baik dan sangat unggul dibandingkan dengan indikator lainnya. Hal tersebut membuktikan bahwa KSPPS Kowanu Nugraha Kudus mampu membuktikan bahwa keamanan data nasabah terjaga dengan sangat baik. Kualitas pelayanan juga memiliki kontribusi yang baik bagi KSPPS dalam membuat nasabah memutuskan untuk menabung.<sup>22</sup>

Berdasarkan pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hesti Mayasari yang berjudul, "Pengaruh Motivasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Sinarmas Syariah Padang", membuktikan bahwa dalam indikator variabel kualitas pelayanan yang paling unggul adalah bukti fisik, yaitu peralatan teknologi yang terdapat di dalam Bank Sinarmas

---

<sup>22</sup>Fandy Tjiptono, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima* (Yogyakarta: Andi, 2017), 159.

Syariah Padang yang memadai sehingga mampu membuat nasabah untuk memutuskan menabung di Bank Sinarmas Syariah Padang. Hal tersebut, berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti indikator variabel kualitas pelayanan yang paling unggul adalah jaminan yaitu karyawan KSPPS Kowanu Nugraha Kudus mampu menjaga keamanan data nasabah dengan baik. Tetapi secara keseluruhan hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hesti Mayasari yang menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan menabung di Bank Sinarmas Syariah Padang.<sup>23</sup>



---

<sup>23</sup>Hesti Mayasari, Nurlina, dan Elly Wardaningsih, “Pengaruh Motivasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung di Bank Sinarmas Syariah Padang,” *Manajemen dan Kewirausahaan* 8, no. 2 (2017).