BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Umum Objek Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Bank Mandiri Cabang Jemursari Jl. Jemursari No. 81 Surabaya Jawa Timur. Telp (031) 8474247-8474458. Fax. 8474376.

a) Objek Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah kualitas pelayanan yang berpengaruh terhadap minat beli *e-money* di bank Mandiri Jemursari. *E-money* atau uang elektronik adalah uang yang digunakan dalam transaksi Internet dengan cara elektronik. Biasanya, transaksi ini melibatkan penggunaan jaringan komputer. Uang elektronik memiliki nilai tersimpan (*stored-value*) atau prabayar (*prepaid*) dimana sejumlah nilai uang disimpan dalam suatu media elektronik yang dimiliki seseorang. Nilai uang dalam *e-money* akan berkurang pada saat konsumen menggunakannya untuk pembayaran.

b). Profil Bank Mandiri

1. Sejarah Bank Mandiri

Bank Mandiri didirikan pada 2 Oktober 1998, sebagai bagian dari program restrukturisasi perbankan yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dilaksanakan oleh pemerintah Indonesia. Pada bulan Juli 1999, empat bank pemerintah -- yaitu Bank Bumi Daya, Bank Dagang Negara, Bank Ekspor Impor Indonesia dan Bank Pembangunan Indonesia -- dilebur menjadi Bank Mandiri, dimana masing-masing bank tersebut memiliki peran yang tak terpisahkan dalam pembangunan perekonomian Indonesia. Sampai dengan hari ini, Bank Mandiri meneruskan tradisi selama lebih dari 140 tahun memberikan kontribusi dalam dunia perbankan dan perekonomian Indonesia.

2). Konsolidasi dan Integrasi

Segera setelah merger, Bank Mandiri melaksanakan proses konsolidasi secara menyeluruh. Pada saat itu, kami menutup 194 kantor cabang yang saling berdekatan dan rasionalisasi jumlah karyawan dari jumlah gabungan 26.600 menjadi 17.620. Brand Bank Mandiri diimplementasikan ke semua jaringan dan seluruh kegiatan periklanan dan promosi lainnya. Salah satu prestasi Bank Mandiri yang paling signifikan adalah dengan mengganti platform teknologinya secara menyeluruh. Bank Mandiri mewarisi total 9 *core banking system* yang berbeda dari 4 bank pendahulunya. Bank Mandiri segera berinvestasi untuk mengkonsolidasikan sistem-sistem dari platform yang terkuat. Dibutuhkan tiga tahun dan dana sebesar US $ 200 Juta demi mengembangkan program untuk

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menggantikan *core banking platform* sebelumnya agar sesuai dengan standar perbankan ritel. Kini infrastruktur IT Bank Mandiri telah menyediakan system pengolahan data *straigth-through* dan interface yang seragam bagi pelanggannya. Sesuai dengan visi kami, Bank Mandiri memasuki segmen bisnis yang menguntungkan dan memiliki prospek tumbuh, sekaligus berperan sebagai institusi perbankan yang komprehensif. Untuk itu, Bank Mandiri berfokus pada segmen korporasi, komersial, mikro & ritel, serta pembiayaan konsumen dengan strategi yang berbeda di setiap bisnisnya dan bersinergi dengan seluruh segmen pasar yang ada. Kehadiran Bank Mandiri sebagai Bank Domestik Multispesialis di Indonesia dapat diterjemahkan ke dalam langkah-langkah khusus dengan menumbuhkan pangsa pasar dominan di segmen yang kami fokuskan. Selain itu, Bank Mandiri juga memiliki visi untuk menjadi bank terdepan di Indonesia. Sebagai bank publik, visi Bank Mandiri untuk menjadi bank *blue chip* publik di Asia Tenggara ini akan diukur berdasarkan kapitalisasi pasar.

a) Program Transformasi Tahap I (2005 - 2009)

Ambisi Bank Mandiri yang ditetapkan untuk 4 tahun ke depannya hanya dapat dicapai dengan mengubah organisasi kami untuk dapat beradaptasi dengan dinamika dan pergerakan pasar. Di tahun 2005, kami berkomitmen untuk menjalankan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

program transformasi selama 5 tahun untuk membentuk Bank Mandiri menjadi Bank Multispesialis yang Dominan. Kami menetapkanempat tema transformasi sebagai syarat utama: budaya, penjualan, aliansi dan kontrol NPL. Bank Mandiri melakukan Program Transformasi dalam tiga tahap, yaitu:

(a) Tahap 1 (2006-2007)

Back on Track : Dalam tahapan ini, fokus utama kami adalah merekonstruksi ulang fondasi Bank Mandiri untuk pertumbuhan di masa depan.

(b) Tahap 2 (2008-2009)

Outperform the Market : Dalam periode ini, Bank Mandiri lebih menekankan ekspansi bisnis untuk menjamin pertumbuhan yang signifikan di berbagai segmen dan mencapai level profit yang mampu melampaui target rata-rata pasar.

(c) Tahap 3 (2010)

Shaping the End Game : Di tahap ini, Bank Mandiri menargetkan diri untuk menjadi bank regional terdepan melalui konsolidasi dari bisnis jasa keuangan dan lebih mengutamakan peluang strategi pertumbuhan non-organik, termasuk memperkuat kinerja anak perusahaan dan akuisisi bank atau perusahaan keuangan lainnya yang dapat memberikan nilai tambah bagi Bank Mandiri.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Proses transformasi yang telah dijalankan sejak tahun 2005 hingga tahun 2010 ini secara konsisten berhasil meningkatkan kinerja Bank Mandiri. Hal ini tercermin dari peningkatan berbagai parameter finansial, diantaranya:

1) Kredit bermasalah turun signifikan, tercermin dari rasio NPL net konsolidasi yang turun dari 15,34% di tahun 2005 menjadi 0,62% di tahun 2010.
2) Laba bersih Bank Mandiri juga tumbuh sangat signifikan dari Rp 0,6 Triliun di tahun 2005 menjadi Rp 9,2 Triliun di tahun 2010.

Sejalan dengan transformasi bisnis, Bank Mandiri juga melakukan transformasi budaya dengan merumuskan kembali nilai nilai budaya untuk menjadi pedoman kerja pegawai. Bank Mandiri juga berhasil mencatat sejarah dalam peningkatan kualitas layanan, yaitu menjadi *service leader* perbankan nasional dengan menempati urutan pertama pelayanan prima selama empat tahun berturut-turut (tahun 2007, 2008, 2009 dan 2010) berdasarkan survey Marketing Research Indonesia (MRI). Selain itu, Bank Mandiri juga mendapat apresiasi dari berbagai pihak dalam penerapan *Good Corporate Governance*.

Peningkatan kinerja Bank Mandiri mendapatkan respon positif oleh investor, tercermin dari meningkatnya harga saham Bank Mandiri secara signifikan dari posisi terendah Rp 1.110

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

per lembar saham pada 16 November 2005, menjadi Rp 6.300,- per lembar saham pada 30 September 2011, atau meningkat 33,6% per tahunnya berdasarkan rata-rata (CAGR). Dalam kurun waktu kurang lebih 6 tahun, nilai kapitalisasi pasar Bank Mandiri meningkat sekitar 7 kali lipat, dari Rp 21,8 Triliun menjadi Rp 146,9 Triliun.

b) Program Transformasi Tahap II (2010 - 2014)

Saat ini Bank Mandiri tengah melaksanakan tahap transformasi lanjutan tahun 2010-2014, dimana kami telah melakukan revitalisasi visi, yaitu "Menjadi Lembaga Keuangan Indonesia yang Paling Dikagumi dan Selalu Progresif". Sejalan dengan visi tersebut, Bank Mandiri juga ditargetkan mampu mencapai nilai kapitalisasi pasar terbesar di Indonesia, yaitu di atas Rp 225 Triliun dengan pangsa pasar pendapatan mendekati 16%, ROA mencapai kisaran 2,5% dan ROE mendekati 25%, namun tetap menjaga kualitas asset yang direfleksikan dari rasio NPL gross di bawah 4%. Bank Mandiri juga berambisi untuk masuk dalam jajaran Top 5 Bank di ASEAN pada tahun 2014.

Selanjutnya di tahun 2020, Bank Mandiri menargetkan untuk masuk dalam jajaran Top 3 Bank di ASEAN dalam hal nilai kapitalisasi pasar dan menjadi pemain utama di regional. Untuk mewujudkan visi tersebut, transformasi bisnis di Bank

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Mandiri tahun 2010 - 2014 akan difokuskan pada 3 (tiga) area bisnis yaitu:

3) *Wholesale transaction*

Bank Mandiri akan memperkuat leadership-nya dengan menawarkan solusi transaksi keuangan yang komprehensif dan membangun hubungan yang holistik melayani institusi *corporate & commercial* di Indonesia.

4) *Retail deposit & payment*

Bank Mandiri memiliki aspirasi untuk menjadi bank pilihan nasabah di bidang retail deposit dengan menyediakan pengalaman perbankan yang unik dan unggul bagi para nasabahnya.

5) *Retail Financing*

Bank Mandiri memiliki aspirasi untuk meraih posisi nomor 1 atau 2 dalam segmen pembiayaan ritel, terutama untuk memenangkan persaingan di bisnis kredit perumahan, *personal loan*, dankartu kredit serta menjadi salah satu pemain utama di micro banking.

Ketiga area fokus tersebut didukung dengan penguatan organisasi dan peningkatan infrastruktur (cabang, IT, operation dan *risk management*) untuk memberikan solusi layanan terpadu. Disamping itu, Bank Mandiri didukung oleh Sumber Daya Manusia yang handal, teknologi yang selalu *update*,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penerapan manajemen risiko dalam menjalankan bisnis secara seksama dan penuh pertimbangan, serta penerapan *Good Corporate Governance* yang telah teruji.

B. Visi, Misi dan Tujuan Bank Mandiri

1. Visi

Menjadi lembaga keuangan Indonesia yang paling dikagumi dan selalu progresif.

2. Misi

(a) Berorientasi pada pemenuhan kebutuhan pasar
(b) Mengembangkan sumber daya manusia profesional
(c) Memberi keuntungan yang maksimalkan bagi stakeholder
(d) Melaksanakan manajemen terbuka
(e) Peduli terhadap kepentingan masyarakat dan lingkungan

Bank Mandiri berkomitmen membangun hubungan jangka panjang yang didasari atas kepercayaan baik dengan nasabah bisnis maupun perseorangan. Kami melayani seluruh nasabah dengan standar layanan internasional melalui penyediaan solusi keuangan yang inovatif. Kami ingin dikenal karena kinerja, sumber daya manusia dan kerjasama tim yang terbaik.

Dengan mewujudkan pertumbuhan dan kesuksesan bagi pelanggan, kami mengambil peran aktif dalam mendorong pertumbuhan jangka panjang Indonesia dan selalu menghasilkan imbal balik yang tinggi secara konsisten bagi pemegang saham.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Budaya TIPCE

(a) *Trust*

Membangun keyakinan dan sangka baik diantara stakeholders dalam hubungan yang tulus dan terbuka berdasarkan kehandalan.

(b) *Integrity*

Setiap saat berpikir, berkata dan berprilaku terpuji, menjaga martabat serta menjunjung tinggi kode etik profesi.

(c) *Professionalism*

Berkomitmen untuk bekerja tuntas dan akurat atas dasar kompetensi terbaik dengan penuh tanggung jawab.

(d) *Customer Focus*

Senantiasa menjadikan pelanggan sebagai mitra utama yang saling menguntungkan untuk tumbuh secara berkesinambungan.

(e) *Excellence*

Mengembangkan dan melakukan perbaikan di segala bidang untuk mendapatkan nilai tambah optimal dan hasil yang terbaik secara terus-menerus.

C. Analisis Data

Data-data yang dipergunakan dalam analisis ini didapat dari sejumlah angket yang disebar kepada nasabah bank Mandiri yang menggunakan *e-money* cabang Jemursari Surabaya. Data laporan keuangan tersebut menggunakan skala rasio karena sudah diketahui jarak dua titik pada skala dan mempunyai nilai 0 absolut atau mutlak. 0 absolut adalah nilai yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

betul-betul nol dan tidak ada apa-apanya,[55]sehingga skala pada penelitian ini menggunakan skala rasio.

1. Analisis Regresi Linier Berganda

a). Uji Validitas dan Reliabilitas

(1). Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk melihat valid tidaknya masing-masing variabel penelitian. Adapun hasil uji validitas untuk masing-masing variabel sebagai berikut :

(a). *Service system* (X_1)

Hasil uji validitas untuk variabel *service system* (X_1) disajikan sebagai berikut :

Tabel 4.5

Uji validitas variabel *Service system* (X_1)

Item pernyataan	Nilai koefisien korelasi	Sig.	Keterangan
$X_{1.1}$	0,523	0,001	Valid
$X_{1.2}$	0,615	0,019	Valid
$X_{1.3}$	0,477	0,000	Valid
$X_{1.4}$	0,524	0,000	Valid
$X_{1.5}$	0,524	0,001	Valid
$X_{1.6}$	0,458	0,000	Valid
$X_{1.7}$	0,406	0,000	Valid
$X_{1.8}$	0,620	0,000	Valid

Sumber : Data Primer Diolah, 2015

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa semua instrumen dalam variabel *service system* (X_1) adalah valid,

[55]Sugiyono., *Metode Penelitian Kombinasi,* (Bandung: Alfabeta, 2013), 8.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

karena nilai probabilitas koefisien korelasi dari masing-masing item pernyataan memiliki nilai lebih kecil 0,05, sehingga semua item pernyataan pada variabel *service system* (X_1) dapat digunakan dalam pengujian selanjutnya.

(b). *Service people* (X_2)

Hasil uji validitas untuk variabel *service people* (X_2) disajikan sebagai berikut :

Tabel 4.6

Uji validitas variabel *Service people* (X_2)

Item pernyataan	Nilai koefisien korelasi	Sig.	Keterangan
$X_{2.1}$	0,565	0,000	Valid
$X_{2.2}$	0,506	0,000	Valid
$X_{2.3}$	0,603	0,000	Valid
$X_{2.4}$	0,554	0,000	Valid
$X_{2.5}$	0,584	0,000	Valid
$X_{2.6}$	0,466	0,000	Valid
$X_{2.7}$	0,610	0,000	Valid
$X_{2.8}$	0,459	0,000	Valid
$X_{2.9}$	0,498	0,000	Valid
$X_{2.10}$	0,358	0,000	Valid
$X_{2.11}$	0,448	0,000	Valid
$X_{2.12}$	0,510	0,000	Valid
$X_{2.13}$	0,631	0,000	Valid
$X_{2.14}$	0,572	0,000	Valid
$X_{2.15}$	0,611	0,000	Valid
$X_{2.16}$	0,383	0,000	Valid
$X_{2.17}$	0,607	0,000	Valid

Sumber : Data Primer Diolah, 2015

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa semua instrumen dalam variabel *service people* (X_2) adalah valid,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

karena nilai probabilitas koefisien korelasi dari masing-masing item pernyataan memiliki nilai lebih kecil 0,05, sehingga semua item pernyataan pada variabel *service people* (X_2) dapat digunakan dalam pengujian selanjutnya.

(c). *Service strategy* (X_3)

Hasil uji validitas untuk variabel *service strategy* (X_3) disajikan sebagai berikut :

Tabel 4.7

Uji validitas variabel *Service strategy* (X_3)

Item pernyataan	Nilai koefisien korelasi	Sig.	Keterangan
$X_{3.1}$	0,655	0,000	Valid
$X_{3.2}$	0,768	0,000	Valid
$X_{3.3}$	0,665	0,000	Valid
$X_{3.4}$	0,630	0,000	Valid

Sumber : Data Primer Diolah, 2015

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa semua instrumen dalam variabel *service strategy* (X_3) adalah valid, karena nilai probabilitas koefisien korelasi dari masing-masing item pernyataan memiliki nilai lebih kecil 0,05, sehingga semua item pernyataan pada variabel *service strategy* (X_3) dapat digunakan dalam pengujian selanjutnya.

(d). Minat beli (Y)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Hasil uji validitas untuk variabel minat beli (Y) disajikan sebagai berikut:

Tabel 4.8

Uji validitas variabel Minat beli (Y)

Item pernyataan	Nilai koefisien korelasi	Sig.	Keterangan
$Y_{1.1}$	0,593	0,000	Valid
$Y_{1.2}$	0,608	0,000	Valid
$Y_{1.3}$	0,631	0,000	Valid
$Y_{1.4}$	0,544	0,000	Valid
$Y_{1.5}$	0,497	0,000	Valid
$Y_{1.6}$	0,609	0,000	Valid
$Y_{1.7}$	0,491	0,000	Valid

Sumber : Data Primer Diolah, 2014

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa semua instrumen dalam variabel minat beli (Y) adalah valid, karena nilai probabilitas koefisien korelasi dari masing-masing item pernyataan memiliki nilai lebih kecil 0,05, sehingga semua item pernyataan pada variabel minat beli (Y) dapat digunakan dalam pengujian selanjutnya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

(2). Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Hasil yang diperoleh dari alat analisis SPSS pada uji reliabilitas diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.9

Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Alpha	Keterangan
Service system (X_1)	0,604	Reliabel
Service people (X_2)	0,839	Reliabel
Service strategy (X_3)	0,613	Reliabel
Minat beli (Y)	0,647	Reliabel

Sumber : Data Primer Diolah, 2014

Semua butir pertanyaan yang digunakan sebagai instrumen variabel penelitian mempunyai Alpha Cronbach¯ 0,6. Kriteria reliabilitas dapat pula diukur bila Alpha Cronbach berada di atas angka 0,6 sehingga seluruhnya dapat dinyatakan reliabel artinya memiliki tingkat konsistensi yang baik dan andal untuk dipakai ulang di saat yang berbeda.

Dengan demikian data dari populasi yang penulis teliti termasuk dalam kategori valid dan reliabel, sehingga layak untuk dilakukan pengujian selanjutnya.

3). Uji Asumsi Klasik

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas pada masing-masing variabel, maka dilakukan uji asumsi klasik untuk melihat apakah prasyarat yang diperlukan dalam model regresi dapat terpenuhi. Prasyarat yang harus dipenuhi adalah asumsi normalitas, multikoleniaritas, heterokedastisitas.

(i) Uji Normalitas

Pengujian normalitas data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *One Sample Kosmogorov-Smirnov Test*, dengan melihat tingkat signifikan 5%. Dasar keputusan dari uji normalitas adalah dengan melihat probabilitas asymp.sig (2-tailed) ¯ 0.05, maka data mempunyai distribusi normal dan sebaliknya jika probabilitas asymp.sig (2 tailed) ¯ 0.05, maka data mempunyai distribusi yang tidak normal. Hasil pengujian untuk normalitas data dengan menggunakan SPSS diperoleh hasil sebagai berikut :

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 4.10
Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		135
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.27854009
Most Extreme Differences	Absolute	.088
	Positive	.041
	Negative	-.088
Kolmogorov-Smirnov Z		1.019
Asymp. Sig. (2-tailed)		.251

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.

Sumber : output SPSS, data diolah

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa seluruh variabel penelitian berdistribusi normal, karena probabilitas nilai kolmogorov smirnov (KS) sebesar 1,019 dengan probabilitas 0,251, yang berarti signifikansi nilai kolmogorov smirnov (KS) lebih besar dari 5% (P 5%).

(ii) Uji Multikoleniaritas

Multikoleniaritas dilihat dari nilai variance inflation factor (VIF) untuk masing-masing regresi. Nilai *cutt off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikoleniaritas adalah nilai toleransi 0,10 atau sama dengan nilai VIF10.

Tabel 4.11

Pengujian multikoleniaritas

Model Regresi	VIF	Nilai toleransi	Keterangan
Service system	1,404	10	Baik
Service people	1,680	10	Baik
Service strategy	1,482	10	Baik

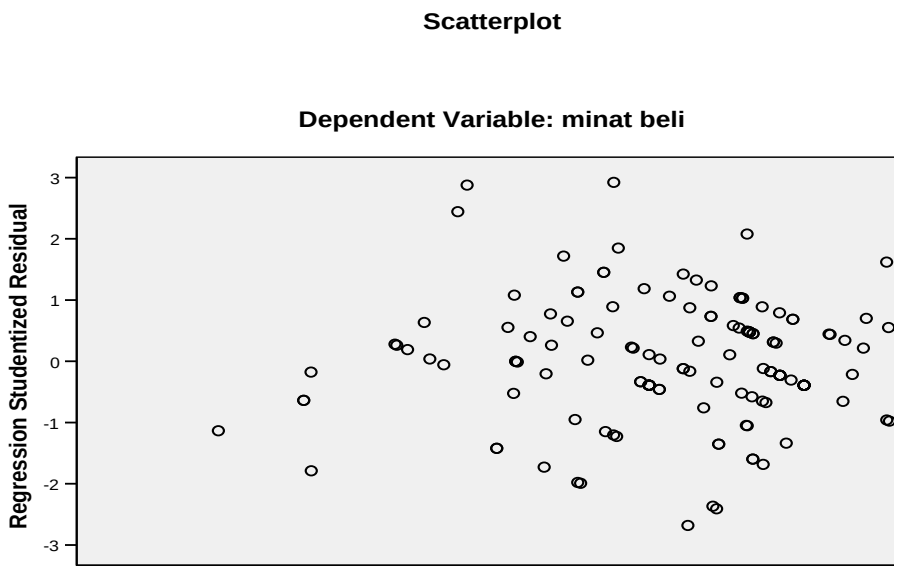
digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sumber : output SPSS, data diolah

Hasil perhitungan nilai tolerance menunjukkan bahwa model regresi tidak terjadi multikoleniaritas karena memiliki nilai VIF kurang dari 10.

(iii) Uji Heterokedastisitas

Penguijan heterokedastisitas dalam penelitian ini menggunakan grafik scatterplot. Hasil pengujian untuk heterokedastisitas dengan menggunakan SPSS diperoleh hasil sebagai berikut :



Berdasarkan grafik di atas dapat dijelaskan bahwa dari model regresi pengaruh tidak terjadi heterokedastisitas karena titik menyebar tidak membentuk suatu pola tertentu.

B. Analisis Regresi Linier Berganda

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Untuk mengetahui pengaruh antara *service system*, *service people*, *service strategy* terhadap minat beli *e-money* di bank Mandiri cabang jemursari Surabaya digunakan analisis regresi linier berganda, dimana hasil output dengan alat bantu program statistik SPSS diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.13

Analisis Regresi Berganda

Variabel	Koefisien regresi	t hitung	Sig.
Service system	0,347	4,424	0,000
Service people	0,318	3,576	0,000
Service strategy	0,173	2,423	0,017
Konstanta : 0,665		F hitung : 36,811	
R : 0,676		Sig : 0,000	
R square : 0,457			

Sumber : output SPSS Regresi Analysis, data diolah

Berdasarkan tabel hasil perhitungan regresi linier tersebut diatas maka dapat disusun persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 0{,}665 + 0{,}347\ X_1 + 0{,}318\ X_2 + 0{,}173\ X_3 + e$$

Maksud dari koefisien regresi pada tabel diatas maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Konstanta (a)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Nilai a = 0,665 menunjukkan besarnya variabel minat beli (Y) yang tidak dipengaruhi oleh variabel *service system*, *service people* dan *service strategy*.

b. Koefisien Regresi *Service System*

b_1 = 0,347 menunjukkan meningkatnya angka *service system* yang dapat mengakibatkan semakin tinggi pula minat beli atau dengan kata lain kenaikan *service system* akan menyebabkan meningkatnya minat beli sebesar 0,347, dengan asumsi *service people* dan *service strategy* dalam keadaan konstan.

c. Koefisien Regresi *Service People*

b_2 = 0,318 menunjukkan adanya kenaikan angka *service people* yang dapat mengakibatkan semakin tinggi pula angka minat beli atau dengan kata lain kenaikan *service people* sebesar akan menyebabkan meningkatnya minat beli sebesar 0,318, dengan asumsi *service strategy* dan *service system* dalam keadaan konstan.

d. Koefisien Regresi *Service Strategy*

b_3 = 0,173 menunjukkan adanya kenaikan angka *service strategy* yang dapat mengakibatkan meningkatnya angka minat beli atau dengan kata lain kenaikan *service strategy* akan menyebabkan meningkatnya minat beli sebesar

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

0,173, dengan asumsi *service people* dan *service system* dalam keadaan konstan.

1). Pengujian Hipotesis

Dalam sub bab pengujian hipotesis ini akan dilakukan pengujian atas hipotesis yang telah ditetapkan dalam penelitian ini. Pengujian masing-masing hipotesis berdasarkan hasil analisis regresi dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Uji Simultan (Uji F)

Untuk menguji apakah *service system*, *service people*, *service strategy* secara simultan memiliki pengaruh terhadap minat beli, maka alat uji yang digunakan adalah uji F. Hasil perhitungan uji F dalam output regresi dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.14

Hasil Perhitungan Uji F

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8.764	3	2.921	36.811	.000[a]
	Residual	10.396	131	.079		
	Total	19.160	134			

a. Predictors: (Constant), service strategy, service system, service people

b. Dependent Variable: minat beli

Sumber : output SPSS Regresi Analysis, data diolah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS diperoleh F_{hitung} sebesar 36,811 dengan signifikansi 0,000 ($\overline{P}$0,05), sehingga Ho ditolak dan Ha diterima. Dengan demikian terbukti bahwa *service system*, *service people*, *service strategy* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli e-money nasabah PT. Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu Jemursari Surabaya.

2. Uji Parsial (Uji T)

a) Pengaruh *Service System* terhadap Minat Beli

Untuk mengetahui apakah *service system* secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli, maka alat uji yang digunakan adalah uji t. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.15

Nilai T hitung pengaruh *service system* terhadap minat beli

Model		Unstandardized Coefficients		T	Sig.
		B	Std. Error		
1	(Constant)	0,665	0,333		
	Service system	0,347	0,079	4,424	0,000
	Service people	0,318	0,089	3,576	0,000

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Service strategy	0,173	0,071	2,423	0,017

a. Dependent Variable: minat beli

Sumber : output SPSS Regresi Analysis, data diolah

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan alat analisis regresi linier berganda maka diperoleh nilai t hitung *service system* sebesar 4,424 dengan signfikansi 0,000 ($\bar{P}$5%), sehingga secara statistik *service system* berpengaruh signifikan terhadap minat beli e-money nasabah PT. Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu Jemursari Surabaya.

b) Pengaruh *service people* terhadap minat beli

Untuk mengetahui apakah *service people* secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli, maka alat uji yang digunakan adalah uji t. Hasil perhitungan dengan menggunakan alat analisis regresi linier berganda pada tabel sebelumnya di atas diperoleh nilai t hitung *service people* sebesar 3,576 dengan signfikansi 0,000 ($\bar{P}$5%), sehingga secara statistik *service people* berpengaruh signifikan terhadap minat beli e-money nasabah PT. Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu Jemursari Surabaya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c) Pengaruh *service strategy* terhadap minat beli

Untuk mengetahui apakah *service strategy* secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli, maka alat uji yang digunakan adalah uji t. Hasil perhitungan dengan menggunakan alat analisis regresi linier berganda pada tabel sebelumnya di atas diperoleh nilai t hitung *service strategy* sebesar 2,423 dengan signfikansi 0,017 ($\bar{P}$5%), sehingga secara statistik *service strategy* berpengaruh signifikan terhadap minat beli e-money nasabah PT. Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu Jemursari Surabaya.

Sedangkan koefisien determinasi parsial digunakan untuk mengetahui seberapa besar sumbangan variabel bebas secara parsial terhadap variabel dependen. Nilai determinasi parsial (r^2) suatu variabel independen menunjukkan besarnya pengaruh variabel tersebut terhadap variabel dependen. Variabel independen yang memiliki nilai r^2 terbesar menunjukkan bahwa variabel independen tersebut mempunyai pengaruh paling dominan terhadap variabel dependen.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id