

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Profil BMT Pahlawan Tulungagung

Sebagaimana telah dipaparkan dimuka bahwa BMT merupakan Balai Usaha Mandiri Terpadu yang berintikan Baitul Maal (Lembaga Sosial) dan Baitut Tamwil (Lembaga Usaha). Baitul Maal adalah Institusi yang melakukan pengelolaan zakat, infaq, shodaqoh dan hibah secara amanah. Kegiatan yang dilakukan dalam bidang ini adalah mengumpulkan zakat, infaq, shodaqoh, dan hibah kemudian disalurkan untuk membantu kaum dhuafa (8 asnaf) yaitu fakir, miskin, muallaf, sabilillah, ghorim, hamba sahaya, amil, musafir dan termasuk anak – anak yatim piatu dan masyarakat lanjut usia. Baitut Tamwil adalah Institusi yang melakukan kegiatan usaha dengan mengumpulkan dana melalui penawaran simpoksus dan berbagai jenis simpanan/tabungan yang kemudian dikembangkan dalam bentuk pembiayaan dan investasi bagi usaha – usaha yang produktif.

Pembiayaan untuk modal usaha kecil dilakukan dengan sistem bagi hasil (tanpa bunga) dan pola jual beli. Praktek seperti ini sesuai syariat Islam, sehingga BMT disebut lembaga keuangan syariah. Keberadaan BMT telah mendapatkan pembinaan dan pengawasan dari Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil (PINBUK). PINBUK merupakan Badan Pekerja YINBUK yang didirikan bersama oleh ketua

ICMI Pusat yaitu Bapak Prof.Dr.Ing.BJ.Habibie, Ketua MUI K.H. Hasan Basri (alm) dan Dirut Bank Muamalat Indonesia (BMI) H. Zainul Bahar Noer. YINBUK/PINBUK sebagai Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) telah mendapat persetujuan dari Bank Indonesia (BI) Nomor 003/mou/phbk-pinbuk/VII/1995 untuk mengembangkan BMT – BMT dan pengusaha kecil bawah.¹

BMT PAHLAWAN Tulungagung merupakan salah satu dari 5000 BMT yang bertebaran diseluruh tanah air. BMT PAHLAWAN hadir untuk memberdayakan ekonomi masyarakat kecil (akar rumput) sesuai syariah Islam, yakni system bagi hasil/tanpa bunga. BMT PAHLAWAN beroperasi sejak 10 November 1996, diresmikan oleh Bapak Bupati Tulungagung dengan disaksikan oleh seluruh unsur MUSPIDA dan para tokoh masyarakat di Tulungagung. Dengan demikian sejak 10 November 1996 BMT PAHLAWAN mulai bergerak membantu para pengusaha kecil yang ada disekitarnya. Dalam proses selanjutnya BMT Pahlawan memperoleh Badan Hukum Nomor : 188.4/372/BH/XVI.29/115/2010 tertanggal tanggal 30 Maret 2016 dari Kementrian Koperasi. Dengan demikian maka keberadaan BMT secara hukum sudah terlindungi oleh undang-undang. Dengan menempati kantor di Jl. Khr. Abdul Fattah (komplek ruko pasar ngemplak no. 33) Tulungagung BMT PAHLAWAN memberikan permodalan kepada para Pengusaha kecil dan mikro dengan sistem bagi hasil. Dengan sistem ini mereka merasa lebih pas dan

¹ Laporan RAT Baitul Maal Wa Tamwil Pahlawan Tulungagung Tahun 2017

nyaman. Sebab pemberian jasa tidak didasarkan kepada besarnya jumlah pinjaman, namun didasarkan jumlah keuntungan mereka. Dan jika usaha mereka rugi maka kerugian akan ditanggung bersama. Hal ini berbeda dengan lembaga – lembaga keuangan konvensional yang tidak kenal nasib nasabah. Untung atau rugi tidak peduli yang penting “bayar bunga“. Inilah ketidakadilan dalam praktek riba yang selama ini menjalar dalam kehidupan.

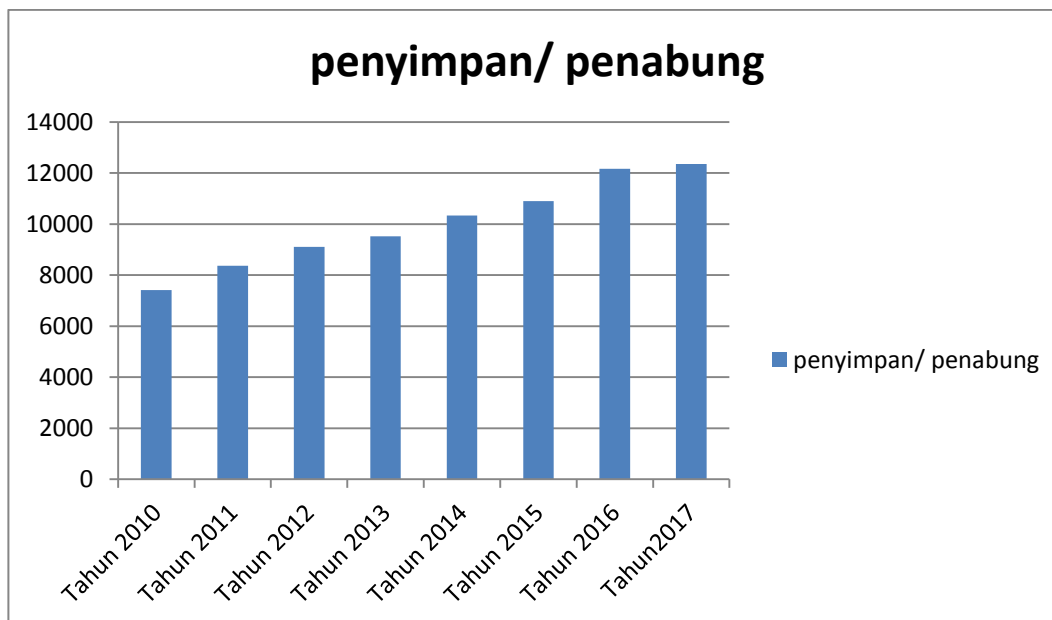
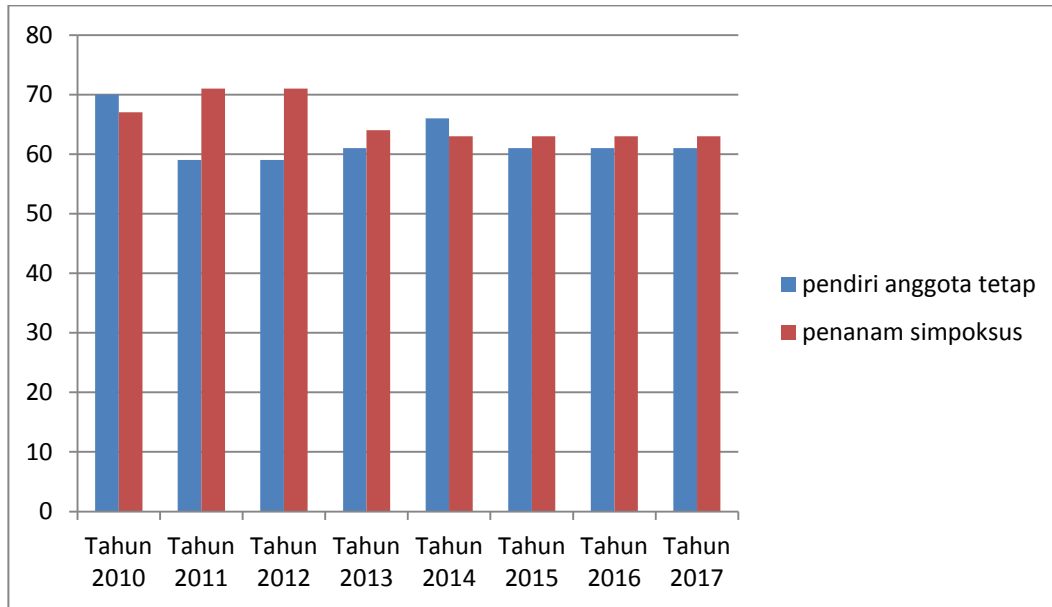
Dengan sistem syariah terbukti BMT Pahlawan makin berkembang dan diminati masyarakat sebagai lembaga keuangan alternatif. Terbukti saat ini BMT Pahlawan memiliki anggota binaan mencapai 13.987 orang. Mereka terdiri dari para Pengusaha kecil, kecil bawah di segala sektor; Perdagangan, Perikanan, Pengrajin, Pertanian, PKL dan lain – lain. Anggota BMT juga terdiri dari para penyimpan, dan para donator, berada di seluruh pelosok Tulungagung. Sehingga tidak mengherankan jika untuk mempermudah pelayanan dan jangkauan, BMT mendekati diri dengan membuka cabang – cabang dan Pokusma di beberapa tempat yakni; Cabang Bandung di Ruko Stadion Bandung, Cabang Gondang di Komplek Ruko Stadion Gondang, dan Pokusma di Notorejo.

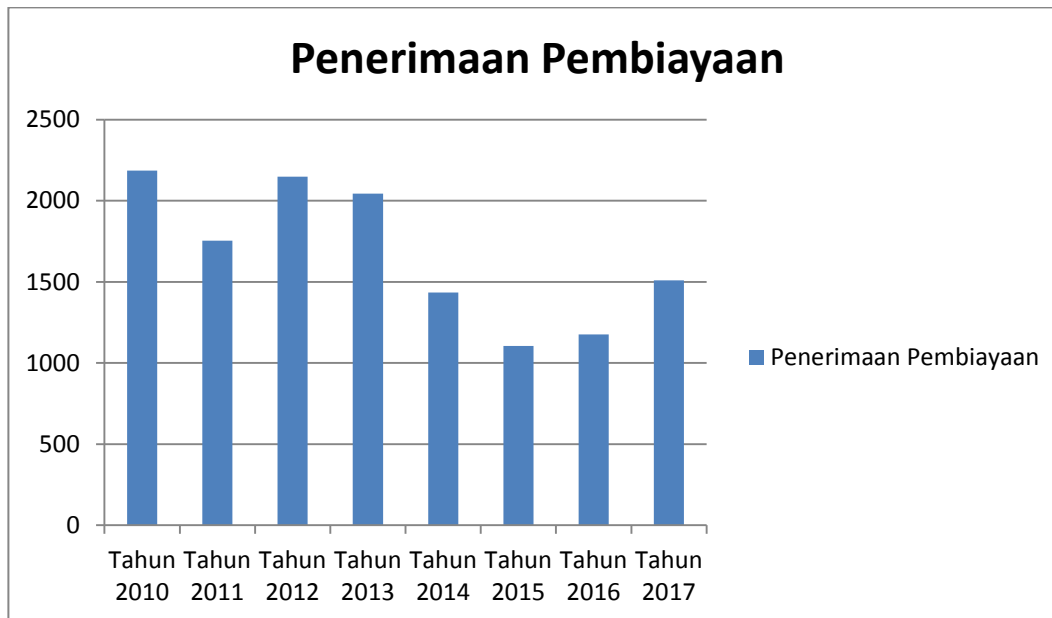
1. BIDANG KEANGGOTAAN

BMT adalah lembaga ekonomi yang dibangun dan ditumbuh kembangkan dari dan untuk anggota. Oleh sebab itu peranan Anggota dalam menentukan maju mundurnya BMT sangat besar. Anggota BMT Pahlawan terdiri atas *anggota tetap*, *anggota tidak tetap* dan *anggota kehormatan*. **Anggota tetap** adalah Para Pendiri BMT Pahlawan yang sejak berdirinya telah

ikut mendirikan dengan menyeter modal awal yang disebut Simpanan Pokok Khusus (saham), simpanan pokok dan simpanan wajib. **Anggota tidak tetap** adalah anggota yang mendaftar kan diri setelah BMT berdiri dengan membayar simpanan Pokok, namun belum membayar sepenuhnya simpanan wajib. Mereka bisa masuk setiap saat dan bisa keluar setiap saat pula. Mereka masuk untuk menanamkan modal (Simpanan Pokok Khusus), atau menyimpan/menabung atau memperoleh pelayanan pembiayaan dan atau juga untuk membayar dan menerima Zakat infaq maupun shodaqoh dari BMT. Jumlah mereka selalu bertambah dari tahun ketahun. Sedangkan **anggota kehormatan** atau disebut anggota luar biasa adalah orang yang mempunyai kepedulian dan jasa untuk ikut serta memajukan BMT namun mereka tidak bisa ikut secara penuh sebagai anggota BMT. Sesuai data yang ada hingga akhir tahun 2017 anggota BMT tercatat sebanyak 13.987 orang dengan rincian sebagaimana tabel berikut :

TABEL PERKEMBANGAN ANGGOTA BMT PAHLAWAN





2. BIDANG KEPENGURUSAN

Untuk menjalankan roda organisasi, BMT Pahlawan di kendalikan oleh 3 orang

Dewan Pengawas dan 5 orang Dewan Pengurus sebagaimana berikut;

1. Dewan Pengawas BMT Pahlawan:

No	Nama	Jabatan
1	Drs. H. Murtadlo	Pengawas Syariah
2	H. Chamim Badruzzaman	Pengawas
3	H. Mulyono, SH	Pengawas

2. Dewan Pengurus BMT Pahlawan:

No	Nama	Jabatan
1	Dr. H. Laitupa Abdul Mutalib, Sp.PD	Ketua
2	Drs. Affandi	Wakil Ketua
3	Drs.H. Siswadi, MA	Sekretaris
4	Dr. H. Anang Imam M, Mkes	Wakil Sekretaris
5	Ir. Hj.Harmi Sulistyorini	Bendahara

3. Pengelola BMT Pahlawan

Untuk menjalankan usaha, dikendalikan oleh team manajemen yang dipimpin oleh manager umum dan Karyawan sebagai berikut :

No	Nama	Jabatan
1	H. Nyadin, MAP	General Manager
2	Dyah Iskandiana, S.Ag	Manager Keuangan
3	Feri Yeti, SE	Manager Pembukuan
4	Mispono, SE	Manager Pembiayaan

5	Miftahul Jannah,SE	Manager Data & Informasi
6	Juprianto, S.Ag	Manager Pokusma Notorejo
7	Dewi Kusnul Khotimah, S.HI	Kabag. Administrasi
8	Marathul Anisa, SE	Bagian Pajak
9	Nungky Suryandari, S.Sy	Kantor Kas Bandung
10	Arini Hidayati, SE.Sy	Kantor Kas Gondang
11	Fatkhur Rohman Albanjari	Bagian ZISWA
12	Astra Bella Flamboyan, S.Psi	Bagian Teller
13	Mahmud, S.M	Bagian Penagihan
14	Sutrisno, M.Pd.I	Bagian Penagihan
15	Mohammad Fauzi, S.H	Bagian Pemasaran

3. BIDANG USAHA BMT PAHLAWAN

Sebagai mitra pengusaha kecil, BMT PAHLAWAN bertekad membantu mengurangi kemiskinan dengan meningkatkan ekonomi mereka. Adapun kegiatan yang dilakukan yakni: 1) Pembiayaan, 2) Menghimpun Simpanan atau

Tabungan, 3) Penghimpunan Simpanan Pokok Khusus (Saham), 4) Kegiatan Mengelola ZIS dan Kegiatan Sosial dakwah

1. PEMBIAYAAN

Kegiatan pembiayaan merupakan salah satu produk BMT PAHLAWAN. Pembiayaan BMT adalah pemberian modal atau menyediakan barang yang dibutuhkan untuk keperluan usaha para pengusaha kecil agar usaha mereka semakin berkembang. Jadi yang dibiayai BMT adalah usahanya bukan orangnya. Oleh sebab itu dalam setiap pembiayaan berarti telah terjadi akad kerjasama (*syirkah*) antara BMT (sebagai pemilik modal) dengan pengusaha kecil (sebagai pemakai modal) untuk bersama –sama mengembangkan usaha. Sebagai lembaga keuangan syariah, tentu saja BMT memakai system yang sesuai syariah Islam. Dalam kerjasama inilah akan diperoleh bagian pendapatan.

Adapun jenis – jenis pembiayaan yang dilakukan BMT antara lain :

- a. ***Pembiayaan Musyarakah*** adalah pembiayaan dengan akad sirkah/ kerjasama antara BMT dengan anggota/Nasabah dengan modal tidak seluruhnya (sebagian) dari BMT atau penyertaan modal. Dalam jangka waktu tertentu hasil keuntungan usaha akan dibagi sesuai kesepakatan.
- b. ***Pembiayaan Murabahah*** adalah system pembiayaan dengan akad jual beli, dimana nasabah membutuhkan barang (alat sarana usaha) dan BMT menyediakan barangnya. Kemudian nasabah membelinya di BMT dengan

pembayaran dibelakang atau jatuh tempo, besarnya harga dan lamanya pembayaran ditentukan berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak.

- c. ***Pembiayaan Bai'Bitsaman Ajil*** adalah system pembiayaan dengan akad jual beli , dimana nasabah membutuhkan barang (alat sarana usaha) dan BMT menyediakan barangnya. Kemudian nasabah membelinya di BMT dengan pembayaran diangsur. Mengenai besarnya angsuran dan lamanya pembayaran ditentukan berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak.
- d. ***Pembiayaan Qordul Hasan*** adalah pembiayaan yang tidak memungut bagi hasil kepada nasabah (peminjam) walau untuk usaha dan ada hasilnya. Dan jika bangkrut yang bersangkutan akan dibebaskan dari pinjaman.

2. SIMPANAN / TABUNGAN

Macam – macam Simpanan/Tabungan di BMT :

- a. **Simpanan Pokok** yaitu simpanan yang dibayarkan sekali ketika masuk anggota baru BMT.
- b. **Simpanan Wajib** yaitu simpanan yang wajib dibayarkan tiap bulan atau setiap mengangsur pembiayaan.
- c. **Simpanan Pokok Khusus** (*semacam Saham*) yaitu simpanan yang dibayarkan untuk modal awal dan pemupukan modal BMT , simpanan ini tidak bisa diambil kecuali dalam keadaan tertentu. Simpanan ini akan memperoleh Deviden (Pembagian SHU) tiap tahun.
- d. **Simpanan Sukarela dengan pola mudharabah, ada 2 macam :**

1) *Simpanan mudharabah biasa* yaitu simpanan anggota BMT yang jumlahnya tidak terbatas, dapat diambil sewaktu waktu serta jumlah pengembilannya tidak dibatasi.

2) *Simpanan mudharabah berjangka* (deposito) yaitu simpanan anggota BMT yang jumlahnya tertentu dan jangka waktu pengambilannya ditentukan pula sesuai kesepakatan antara penabung dengan pihak BMT . Misalnya jangka 1 bulan , 3 bulan 6 bulan, 24 bulan dan seterusnya.

e. Simpanan investasi Khusus yakni simpanan khusus bagi perorangan/kolektif jangka waktu minimal 5 tahun dan , akan memperoleh bagi hasil khusus yang dapat diambil setiap bulan.

f. Simpanan Haji yakni simpanan khusus bagi perorangan yang telah mempunyai niat untuk menunaikan ibadah haji. Inshaallah dengan menyisihkan Rp 500.000,- tiap bulan penabung akan dapat menunaikan ibadah haji.

g. Simpanan Pensiun yakni simpanan khusus bagi perorangan yang bisa diambil jika yang bersangkutan telah pensiun

3. PENGUMPULAN MODAL (SIMPANAN POKOK KHUSUS)

Modal sangat diperlukan dalam sebuah usaha. Lebih – lebih bagi lembaga keuangan, ketersediaan modal sendiri sangat menentukan kokoh tidaknya BMT. BMT Pahlawan yang ketika awal berdiri modal awal yang

terkumpul dari 61 tokoh pendiri hanya sekitar Rp 15.000.000,00. Hingga pada tahun ke 21 ini modal BMT menjadi **Rp 2.702.037.133,-**. Namun demikian jumlah ini masih sangat kurang jika di banding dana pihak ke tiga yang mencapai Rp 34.228.695.139,- Sesuai ketentuan seharusnya modal sendiri minimal 12,5 % dari dana pihak ketiga atau sebesar **4.3 milyar,-**. Oleh sebab itu hingga saat ini BMT Pahlawan masih kekurangan modal sendiri sebesar 1,6 milyar,-.

4. PENGELOLAAN ZAKAT, INFAQ, SHODAQOH dan WAKAF

Sebagaimana dijelaskan dimuka bahwa kegiatan Baitul Maal BMT adalah mengumpulkan zakat, infaq, shodaqoh dan hibah dari para Aghniya; dan menyalurkannya kepada golongan 8 asnaf serta anak – anak yatim piatu dan kaum dhuafa' lainnya. Dasar pelaksanaan Program ini adalah *Undang-undang RI nomor 38 tahun 1999 tentang Pengelolaan Zakat*, dimana dengan UU tersebut BMT secara legal dapat berperan sebagai Lembaga Amil Zakat (LAZ) yang berfungsi pengumpul, pengelola sekaligus penyalur zakat, infaq, shodaqoh, hibah dan sejenis. Tujuan program ZIS ini adalah dilaksanakan semata – mata untuk :

Pertama, meminta hak dari para fakir miskin pada harta orang kaya sebagaimana firman Allah: Dan pada harta mereka terdapat hak orang miskin yang meminta dan yang tidak berkecukupan (tetapi tidak meminta)”(*QS. Al.Dzariat 51 : 19*)

Kedua, penyaluran ZIS secara efektif dan tepat guna sesuai sasaran . Konsep pengelolaan ZIS yang ingin dikembangkan BMT PAHLAWAN adalah bagaimana ZIS itu dapat memerdekakan kaum miskin. Untuk itu orang yang diberi dana semakin hari harus semakin mandiri hingga akhirnya lahir muzaqqi – muzaqqi baru, bukan sebaliknya semakin diberi ZIS semakin abadi gelar kemiskinannya.

Ketiga, untuk mengikis kesenjangan sosial yang semakin hari semakin menganga antara si kaya dan si miskin. Rasullullah SAW bersabda: “Bukanlah golonganku, orang (besar) yang tidak belas kasih pada orang kecil dan orang (kecil) yang tidak menghargai orang besar“ (*HR. Anas*).

Selama tahun 2017 ini, BMT PAHLAWAN telah berhasil menghimpun dana ZIS sebesar Rp 339.031.375,-. Ditambah saldo awal Tahun 2016 sebesar Rp 84.874.203,- Dana itu telah disalurkan sebesar Rp 320.689.750,- Sehingga saldo dana ZIS BMT PAHLAWAN per 31 Desember 2017 Rp 103.215.828,- (**seratus tiga juta dua ratus lima belas juta delapan ratus duapuluh delapan rupiah**).²

5. PRODUK-PRODUK PEMBIAYAAN DI BMT PAHLAWAN TULUNGAGUNG

a. Pembiayaan *Mudharabah* (Kerjasama Bagi Hasil)

² Laporan RAT Baitul Maal Wa Tamwil Pahlawan Tulungagung Tahun 2017

Mudharabah merupakan bentuk kerja sama antara dua belah pihak dimana pemilik modal (*shahib al-maal*) mempercayakan sejumlah modal kepada pengelola (*mudharib*) dengan suatu perjanjian pembagian keuntungan.

b. Pembiayaan *Musyarakah* (Kerjasama Bagi Hasil)

Bentuk umum dari usaha bagi hasil adalah *musyarakah* (*syirkah/syarikah*). Transaksi *musyarakah* dilandasi adanya keinginan para pihak yang bekerja sama untuk meningkatkan aset yang mereka miliki secara bersama-sama. Semua bentuk usaha yang melibatkan dua pihak atau lebih dimana mereka secara bersama-sama memadukan seluruh bentuk sumber daya baik yang berwujud maupun tidak berwujud.

c. Pembiayaan *Murabahah*

Pembiayaan *Murabahah* merupakan transaksi jual beli dimana bank menyebut jumlah keuntungannya. Bank bertindak sebagai penjual sementara nasabah sebagai pembeli. Harga jual adalah harga beli bank dari pemasok ditambah keuntungan (*margin*).

d. Pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* (BBA)

Pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* merupakan kontrak *murabahah* dimana barang yang diperjualbelikan tersebut diserahkan dengan segera, sedangkan harga barang tersebut dibayar dikemudian hari secara angsuran.

e. Pembiayaan *Rahn* (Gadai)

Pembiayaan *Rahn* merupakan menahan salah satu harta milik si peminjam atas pinjaman yang diterimanya atau dapat juga kita sebut sebagai gadai.

6. KUALITAS PEMBIAYAAN DI BMT PAHLAWAN NGEMPLAK TULUNGAGUNG

A. Kualitas Pembiayaan *Mudharabah* dan *Musyarakah*

1. PROSPEK USAHA

- a) Lancar: Potensi pertumbuhan kegiatan usaha nasabah yang baik, Pasar yang stabil dan tidak dipengaruhi oleh perubahan kondisi perekonomian.
- b) Kurang lancar: Potensi pertumbuhan kegiatan usaha nasabah sangat terbatas atau tidak mengalami pertumbuhan, Pasar yang dipengaruhi oleh perubahan kondisi perekonomian.
- c) Diragukan: Kegiatan usaha nasabah menurun, Pasar sangat dipengaruhi oleh perubahan kondisi perekonomian, Persaingan usaha sangat ketat dan operasional perusahaan mengalami permasalahan yang serius.
- d) Macet: Kelangsungan usaha sangat diragukan untuk pulih kembali dan kemungkinan besar kegiatan usaha akan terhenti.

2. KONDISI KEUANGAN

- a) Lancar: Perolehan laba sama atau lebih tinggi dibandingkan target dan perolehan laba stabil, permodalan kuat dengan jumlah

utang yang lebih rendah daripada modal, likuiditas dan modal kerja kuat.

- b) Kurang lancar: Perolehan laba lebih rendah daripada target laba, rasio utang terhadap modal cukup tinggi, likuiditas kurang dan modal kerja terbatas.
- c) Diragukan: Perolehan laba sangat kecil atau negative, rasio utang terhadap modal tinggi, likuiditas sangat rendah.
- d) Macet: Mengalami kerugian yang besar, nasabah tidak mampu memenuhi semua kewajiban dan kegiatan usaha tidak dapat dipertahankan, rasio utang terhadap modal sangat tinggi, kesulitan likuiditas.

3. KEMAMPUAN MEMBAYAR ANGSURAN POKOK DAN BAGI HASIL

- a) Lancar: Pembayaran angsuran pokok tepat waktu dan/atau RP sama atau lebih dari 90% PP, nasabah selalu menyampaikan informasi keuangan secara teratur dan akurat, dokumentasi pembiayaan lengkap dan pengikatan agunan kuat.
- b) Kurang lancar: Terdapat tunggakan angsuran pokok pembiayaan sampai dengan melampaui 90 hari, dan/atau RP diatas 30% sampai dengan 90% PP, nasabah menyampaikan informasi keuangan tidak teratur tetapi masih akurat.

- c) Diragukan: Terdapat tunggakan angsuran pokok pembiayaan yang telah melampaui 90 hari sampai dengan 180 hari, dan atau $RP < 30\%$ PP sampai dengan tiga periode pembayaran, nasabah menyampaikan informasi keuangan tidak teratur dan meragukan.
- d) Macet: Terdapat tunggakan angsuran pokok pembayaran yang telah melampaui 180 hari dan atau $RP < 30\%$ PP lebih dari tiga periode pembayaran, nasabah tidak menyampaikan informasi keuangan, dokumentasi pembiayaan dan pengikatan agunan tidak ada.

B. Kualitas Pembiayaan *Murabahah* dan *Ba'i Bitsaman Ajil* (BBA)

a) Pembiayaan *Murabahah*

Pada sisi asset, *murabahah* adalah dilakukan antara nasabah sebagai pembeli dan BMT sebagai penjual, dengan harga dan keuntungan disepakati di awal. Pada sisi liabilitas, *murabahah* diterapkan untuk deposito, yang dananya dikhususkan untuk pembiayaan *murabahah* saja.

b) Pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* (BBA)

Biasanya dipergunakan untuk produk-produk pertanian jangka pendek. Dalam hal ini lembaga keuangan bertindak sebagai pembeli produk dan memberikan uangnya lebih dulu, sedangkan para nasabah menggunakannya sebagai modal untuk mengelola pertaniannya. Karena pengantarannya berupa produk pertanian,

biasanya lembaga keuangan melakukan parallel salam, yaitu mencari pembeli kedua sebelum saat panen tiba.

C. Kualitas Pembiayaan *Rahn* (Gadai)

a) Pembiayaan *Rahn* (Gadai)

- Pelayanan *Rahn* tersedia di lebih dari 600 outlet Pegadaian Syariah di seluruh Indonesia.
- Pinjaman (*Marhun Bih*) mulai dari 50 ribu sampai dengan 500 juta rupiah atau lebih.
- Proses pinjaman tanpa harus membuka rekening.
- Prosedur pengajuannya sangat mudah.
- Pinjaman berjangka waktu 4 bulan dan dapat diperpanjang berkali-kali.
- Penerimaan *Marhun Bih* dalam bentuk tunai atau ditransfer ke rekening nasabah.
- Prosedur pinjaman sangat cepat, hanya butuh 15 menit.
- Pelunasan dapat dilakukan sewaktu-waktu dengan perhitungan *Mu'nah* selama masa pinjaman.

7. LOYALITAS NASABAH BMT PAHLAWAN NGENEMPLAK TULUNGAGUNG

No	Waktu Loyal dalam Pembiayaan	Jumlah
1	< 1 tahun	15
2	1-3 tahun	13
3	> 3 tahun	33
4	5 tahun	22
	Total	83

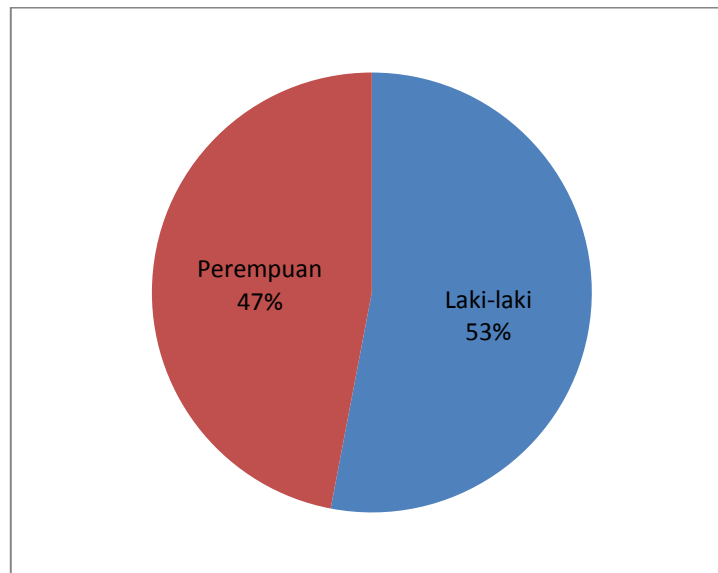
D. Deskripsi Data Penelitian

Untuk mempermudah proses penelitian, maka peneliti membagi nasabah di BMT Pahlawan Ngeplak Tulungagung berdasarkan beberapa karakteristik, diantaranya yaitu :

1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1

Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin



Sumber : Data Primer diolah 2019

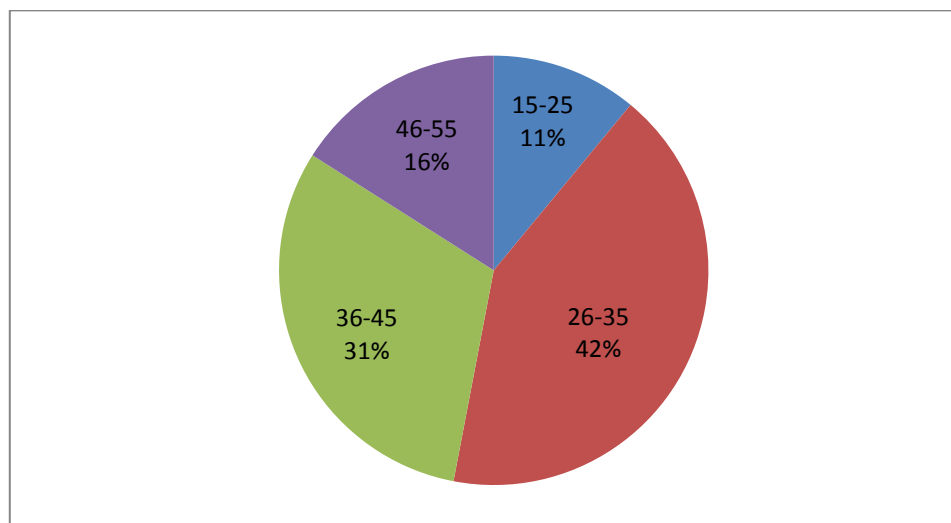
Berdasarkan keterangan dari tabel diatas, menunjukkan bahwa mayoritas responden anggota pembiayaan *murabahah* pada BMT Pahlawan Ngeplak Tulungagung adalah berjenis kelamin laki-laki sebanyak 44 atau 53% sedangkan responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 39 atau 47%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa yang lebih dominan menggunakan

pembiayaan *murabahah* pada BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung adalah laki-laki.

2. Karakteristik Berdasarkan Usia

Tabel 4.2

Karakteristik Berdasarkan Usia



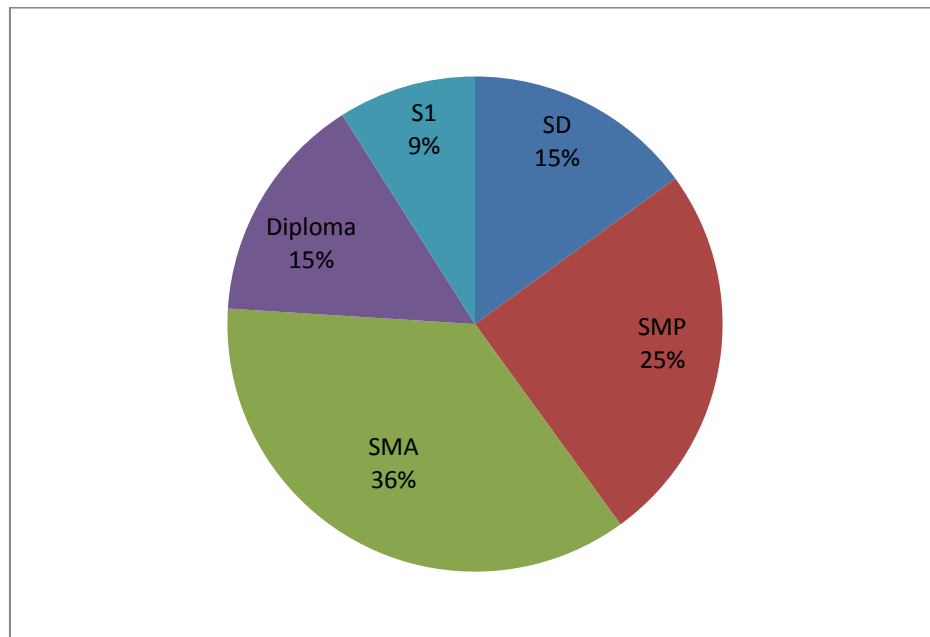
Sumber : Data Primer diolah 2019

Berdasarkan keterangan tabel diatas, diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan usia pada pembiayaan *murabahah* didominasi oleh responden dengan usia 26-35 tahun. Dimana responden yang memiliki usia 26-35 tahun sebanyak 35 nasabah atau 42%, sedangkan usia 36-45 tahun sebanyak 26 nasabah atau 31%, usia 46-55 tahun sebanyak 13 nasabah atau 16%, dan usia 15-25 tahun sebanyak 9 nasabah atau 11%.

3. Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel 4.3

Karateristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir



Sumber : Data Primer diolah 2019

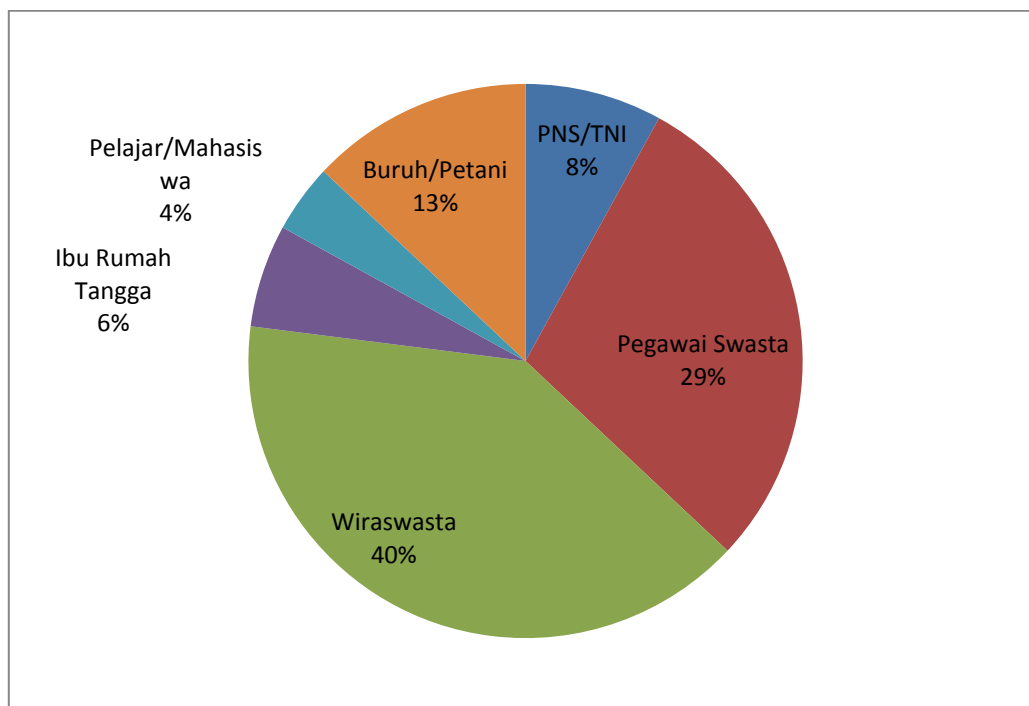
Berdasarkan keterangan tabel diatas, diketahui bahwa responden yang menjadi anggota pembiayaan *murabahah* pada BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung terbanyak adalah responden dengan tingkat pendidikan terakhir SMA sebanyak 30 nasabah atau 36%, sedangkan untuk responden

berpendidikan terakhir SMP sebanyak 21 nasabah atau 25%, responden berpendidikan SD dan Diploma sama-sama sebanyak 12 nasabah atau 15%, sedangkan untuk responden paling sedikit adalah responden dengan pendidikan terakhir S1 yaitu 8 nasabah atau 9%.

4. Karakteristik Pekerjaan

Tabel 4.4

Karateristik Pekerjaan



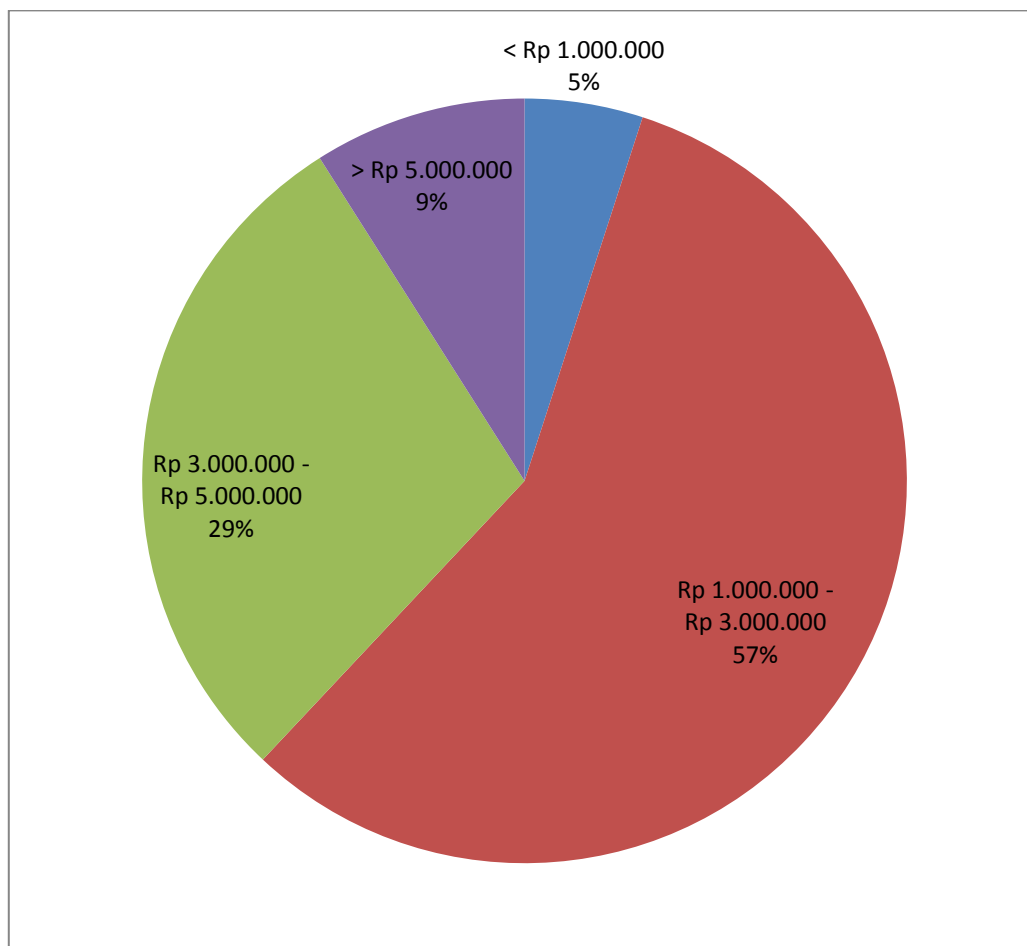
Sumber : Data Primer diolah 2019

Berdasarkan keterangan tabel diatas, diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan pekerjaan nasabah pembiayaan *murabahah* pada BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung didominasi oleh responden dengan pekerjaan wiraswasta. Dimana nasabah pembiayaan dengan pekerjaan wiraswasta sebanyak 33 nasabah atau 40%, pegawai swasta sebanyak 24 nasabah atau 29%, buruh/ petani sebanyak 11 nasabah atau 13%, PNS/TNI sebanyak 7 nasabah atau 8%, ibu rumah tangga sebanyak 5 nasabah atau 6%, dan terendah pelajar/ mahasiswa sebanyak 3 nasabah atau 4%.

5. Karakteristik Pendapatan Per Bulan

Tabel 4.5

Karakteristik Pendapatan Per Bulan



Sumber : Data Primer diolah 2019

Berdasarkan keterangan tabel diatas, diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan pendapatan nasabah pembiayaan *murabahah* pada BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung didominasi oleh responden dengan pendapatan Rp 1.000.000 – Rp 3.000.000. Dimana nasabah pembiayaan dengan pendapatan Rp 1.000.000 – Rp 3.000.000 sebanyak 47 nasabah atau 57%, Rp 3.000.000 – Rp 5.000.000 sebanyak 24 nasabah atau 29%, > Rp

5.000.000 sebanyak 8 nasabah atau 9%, dan terendah < Rp 1.000.000 sebanyak 4 nasabah atau 5%.

E. Deskripsi Variabel

1. Deskripsi Variabel Penelitian

Angket yang telah peneliti sebarakan kepada responden yang terdiri dari atas 40 item pernyataan dan dibagi dalam 4 kategori yaitu :

- a. Sepuluh pernyataan digunakan untuk mengukur pengaruh kualitas produk (X_1)
- b. Sepuluh pernyataan digunakan untuk mengukur pengaruh loyalitas pelanggan (X_2)
- c. Sepuluh pernyataan digunakan untuk mengukur pengaruh perilaku konsumen (X_3)
- d. Sepuluh pernyataan digunakan untuk mengukur pengaruh kepuasan menjadi nasabah (Y)

Hasil dari jawaban yang peneliti peroleh dari responden adalah sebagai berikut:

- a. Kualitas Produk

Tabel 4.6

Frekuensi Jawaban Angket Variabel Kualitas Produk

ITEM	SKOR JAWABAN				
	SS	S	RR	TS	STS

	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X _{1.1}	22	27%	36	43%	25	30%	0	0%	0	0%
X _{1.2}	25	30%	38	46%	20	24%	0	0%	0	0%
X _{1.3}	11	13%	48	58%	23	28%	1	1%	0	0%
X _{1.4}	12	15%	45	54%	26	31%	0	0%	0	0%
X _{1.5}	18	22%	38	45%	27	33%	0	0%	0	0%
X _{1.6}	24	29%	43	52%	16	19%	0	0%	0	0%
X _{1.7}	28	34%	33	40%	22	26%	0	0%	0	0%
X _{1.8}	26	31%	40	49%	17	20%	0	0%	0	0%
X _{1.9}	27	33%	45	54%	11	13%	0	0%	0	0%
X _{1.10}	30	36%	36	43%	17	21%	0	0%	0	0%

Sumber : Data Primer diolah 2019

Pada item variabel kualitas produk yang telah dijadikan kuesioner dan disebarkan kepada responden. Variabel kualitas produk (X₁) terdiri dari 10 item pertanyaan. Pertanyaan pertama (X_{1.1}), yaitu mengetahui produk-produk yang ada di BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung sesuai dengan kebutuhan masyarakat terutama masyarakat kecil mendapat respon sebanyak 22 nasabah atau 27% yang menyatakan sangat setuju, 36 nasabah atau 43% yang menyatakan setuju, 25 nasabah atau 30% yang menyatakan ragu-ragu, tidak ada nasabah yang menyatakan tidak setuju, maupun sangat tidak setuju. Pertanyaan kedua (X_{1.2}), yaitu mengetahui produk simpan pada BMT

Pahlawan Ngemplak Tulungagung tidak dikenai ujah/upah mendapat respon sebanyak 25 nasabah atau 30% yang menyatakan sangat setuju, 38 nasabah atau 46% yang menyatakan setuju, 20 nasabah atau 24% yang menyatakan ragu-ragu, tidak ada nasabah yang menyatakan tidak setuju, maupun sangat tidak setuju.

Pertanyaan ketiga ($X_{1.3}$), yaitu mengetahui produk-produk BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung benar-benar membantu perekonomian masyarakat mendapat respon sebanyak 11 nasabah atau 13% yang menyatakan sangat setuju, 48 nasabah atau 58% yang menyatakan setuju, 23 nasabah atau 28% yang menyatakan ragu-ragu, 1 nasabah atau 1% yang menyatakan tidak setuju, dan tidak ada nasabah yang menyatakan sangat tidak setuju. Pertanyaan keempat ($X_{1.4}$), yaitu mengetahui dalam implementasi bagi hasil, pembagian keuntungan sesuai dengan yang disepakati di awal perjanjian mendapat respon sebanyak 12 nasabah atau 15% yang menyatakan sangat setuju, 45 nasabah atau 54% yang menyatakan setuju, 26 nasabah atau 31% yang menyatakan ragu-ragu, tidak ada nasabah yang menyatakan tidak setuju, maupun sangat tidak setuju.

Pertanyaan kelima ($X_{1.5}$), yaitu mengetahui jangka waktu perjanjian jatuh tempo pada produk sesuai dengan permintaan anggota di awal perjanjian mendapat respon sebanyak 18 nasabah atau 22% yang menyatakan sangat setuju, 38 nasabah atau 45% yang menyatakan setuju, 27 nasabah atau 33% yang menyatakan ragu-ragu, tidak ada nasabah yang

menyatakan tidak setuju, maupun sangat tidak setuju. Pertanyaan keenam ($X_{1.6}$), yaitu mengetahui syarat yang diberikan untuk mengajukan permohonan pembiayaan atau simpanan tidak bertele-tele mendapat respon sebanyak 24 nasabah atau 29% yang menyatakan sangat setuju, 43 nasabah atau 52% yang menyatakan setuju, 16 nasabah atau 19% yang menyatakan ragu-ragu, tidak ada nasabah yang menyatakan tidak setuju, maupun sangat tidak setuju.

Pertanyaan ketujuh ($X_{1.7}$), yaitu mengetahui produk BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung sangat membantu masyarakat kecil di sekitarnya mendapat respon sebanyak 28 nasabah atau 34% yang menyatakan sangat setuju, 33 nasabah atau 40% yang menyatakan setuju, 22 nasabah atau 26% yang menyatakan ragu-ragu, tidak ada nasabah yang menyatakan tidak setuju, maupun sangat tidak setuju. Pertanyaan kedelapan ($X_{1.8}$), yaitu mengetahui produk yang ditawarkan bervariasi/ bermacam-macam mendapat respon sebanyak 26 nasabah atau 31% yang menyatakan sangat setuju, 40 nasabah atau 49% yang menyatakan setuju, 17 nasabah atau 20% yang menyatakan ragu-ragu, tidak ada nasabah yang menyatakan tidak setuju, maupun sangat tidak setuju.

Pertanyaan kesembilan ($X_{1.9}$), yaitu mengetahui produk BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung di rasa dapat membantu memperbaiki perekonomian masyarakat terutama masyarakat kecil mendapat respon sebanyak 27 nasabah atau 33% yang menyatakan sangat setuju, 45 nasabah

atau 54% yang menyatakan setuju, 11 nasabah atau 13% yang menyatakan ragu-ragu, tidak ada nasabah yang menyatakan tidak setuju, maupun sangat tidak setuju. Pertanyaan kesepuluh ($X_{1.10}$), yaitu mengetahui banyak keunggulan produk yang di tawarkan mendapat respon sebanyak 30 nasabah atau 36% yang menyatakan sangat setuju, 36 nasabah atau 43% yang menyatakan setuju, 17 nasabah atau 21% yang menyatakan ragu-ragu, tidak ada nasabah yang menyatakan tidak setuju, maupun sangat tidak setuju

b. Loyalitas Pelanggan

Tabel 4.7

Frekuensi Jawaban Angket Variabel Loyalitas Pelanggan

ITEM	SKOR JAWABAN									
	SS		S		RR		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X _{2.1}	24	29%	41	49%	18	22%	0	0%	0	0%
X _{2.2}	25	30%	43	52%	15	18%	0	0%	0	0%
X _{2.3}	28	34%	43	52%	12	14%	0	0%	0	0%
X _{2.4}	16	19%	47	57%	20	24%	0	0%	0	0%
X _{2.5}	18	22%	41	49%	24	29%	0	0%	0	0%

X _{2.6}	12	15%	48	58%	22	26%	1	1%	0	0%
X _{2.7}	11	13%	49	59%	22	27%	1	1%	0	0%
X _{2.8}	17	21%	46	55%	20	24%	0	0%	0	0%
X _{2.9}	27	33%	31	37%	25	30%	0	0%	0	0%
X _{2.10}	23	28%	34	41%	26	31%	0	0%	0	0%

Sumber : Data Primer diolah 2019

Pada item variabel loyalitas pelanggan yang telah dijadikan kuesioner dan disebarakan kepada responden. Variabel loyalitas pelanggan (X₂) terdiri dari 10 item pertanyaan. Pertanyaan pertama (X_{2.1}), yaitu mengetahui saya dapat bergabung menjadi anggota BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung dengan mudah tanpa harus adanya syarat-syarat yang menyulitkan mendapat respon sebanyak 24 nasabah atau 29% yang menyatakan sangat setuju, 41 nasabah atau 49% yang menyatakan setuju, 18 nasabah atau 22% yang menyatakan ragu-ragu, tidak ada nasabah yang menyatakan tidak setuju, maupun sangat tidak setuju. Pertanyaan kedua (X_{2.2}), yaitu mengetahui saya bertahan menjadi anggota BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung, karena produk dan pelayanannya yang baik dan memuaskan mendapat respon sebanyak 25 nasabah atau 30% yang menyatakan sangat setuju, 43 nasabah atau 52% yang menyatakan setuju, 12 nasabah atau 14% yang menyatakan ragu-ragu, tidak ada nasabah yang menyatakan tidak setuju, maupun sangat tidak setuju.

Pertanyaan ketiga ($X_{2.3}$), yaitu mengetahui saya dapat melakukan akad perjanjian produk BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung melalui *depcollector* BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung mendapat respon sebanyak 28 nasabah atau 34% yang menyatakan sangat setuju, 43 nasabah atau 52% yang menyatakan setuju, 23 nasabah atau 28% yang menyatakan ragu-ragu, tidak ada nasabah yang menyatakan tidak setuju, maupun sangat tidak setuju. Pertanyaan keempat ($X_{2.4}$), yaitu mengetahui saya dapat mengetahui lebih dalam terkait BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung melalui *depcollector* mendapat respon sebanyak 16 nasabah atau 19% yang menyatakan sangat setuju, 47 nasabah atau 57% yang menyatakan setuju, 20 nasabah atau 24% yang menyatakan ragu-ragu, tidak ada nasabah yang menyatakan tidak setuju, maupun sangat tidak setuju.

Pertanyaan kelima ($X_{2.5}$), yaitu mengetahui saya memberikan saran kepada keluarga atau tetangga yang membutuhkan uang untuk bergabung menjadi anggota BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung dan menggunakan produknya mendapat respon sebanyak 18 nasabah atau 22% yang menyatakan sangat setuju, 41 nasabah atau 49% yang menyatakan setuju, 24 nasabah atau 29% yang menyatakan ragu-ragu, tidak ada nasabah yang menyatakan tidak setuju, maupun sangat tidak setuju. Pertanyaan keenam ($X_{2.6}$), yaitu mengetahui jika ada tetangga atau saudara yang ingin memiliki usaha tetapi tidak memiliki modal, saya sarankan untuk meminjam modal di BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung mendapat respon sebanyak 12

nasabah atau 15% yang menyatakan sangat setuju, 48 nasabah atau 58% yang menyatakan setuju, 22 nasabah atau 26% yang menyatakan ragu-ragu, 1 nasabah atau 1% yang menyatakan tidak setuju, dan tidak ada nasabah yang menyatakan sangat tidak setuju.

Pertanyaan ketujuh ($X_{2.7}$), yaitu mengetahui saya menyarankan kepada teman, saudara, dan kerabat kerja saya untuk menjadi nasabah BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung karena kenyamanan yang saya rasakan selama menjadi nasabah di tempat tersebut. Mendapat respon sebanyak 11 nasabah atau 13% yang menyatakan sangat setuju, 49 nasabah atau 59% yang menyatakan setuju, 22 nasabah atau 27% yang menyatakan ragu-ragu, 1 nasabah atau 1% yang menyatakan tidak setuju, dan tidak ada nasabah yang menyatakan sangat tidak setuju. Pertanyaan kedelapan ($X_{2.8}$), yaitu mengetahui produk simpanan pada BMT lain juga tidak dikenai ujarah/ upah mendapat respon sebanyak 17 nasabah atau 21% yang menyatakan sangat setuju, 46 nasabah atau 55% yang menyatakan setuju, 20 nasabah atau 24% yang menyatakan ragu-ragu, tidak ada nasabah yang menyatakan tidak setuju, maupun sangat tidak setuju.

Pertanyaan kesembilan ($X_{2.9}$), yaitu mengetahui pada BMT lain memiliki produk yang sama dengan BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung, tetapi BMT yang lebih besar memiliki produk yang lebih banyak mendapat respon sebanyak 27 nasabah atau 33% yang menyatakan sangat setuju, 31 nasabah atau 37% yang menyatakan setuju, 25 nasabah

atau 30% yang menyatakan ragu-ragu, tidak ada nasabah yang menyatakan tidak setuju, maupun sangat tidak setuju. Pertanyaan kesepuluh ($X_{2.10}$), yaitu mengetahui saya merasa kenyamanan yang diberikan oleh BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung sangat baik sehingga saya tidak berkenan untuk pindah ke BMT lainnya mendapat respon sebanyak 23 nasabah atau 28% yang menyatakan sangat setuju, 34 nasabah atau 41% yang menyatakan setuju, 26 nasabah atau 31% yang menyatakan ragu-ragu, tidak ada nasabah yang menyatakan tidak setuju, maupun sangat tidak setuju.

c. Perilaku Konsumen

Tabel 4.8

Frekuensi Jawaban Angket Variabel Perilaku Konsumen

ITEM	SKOR JAWABAN									
	SS		S		RR		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X _{3.1}	19	23%	36	43%	28	34%	0	0%	0	0%
X _{3.2}	21	25%	40	48%	22	27%	0	0%	0	0%
X _{3.3}	3	4%	52	62%	25	30%	3	4%	0	0%
X _{3.4}	7	9%	50	60%	26	31%	0	0%	0	0%

X _{3.5}	19	23%	39	47%	25	30%	0	0%	0	0%
X _{3.6}	16	19%	43	52%	24	29%	0	0%	0	0%
X _{3.7}	20	24%	42	51%	21	25%	0	0%	0	0%
X _{3.8}	24	29%	41	49%	18	22%	0	0%	0	0%
X _{3.9}	21	25%	51	62%	11	13%	0	0%	0	0%
X _{3.10}	13	16%	51	62%	19	22%	0	0%	0	0%

Sumber : Data Primer diolah 2019

Pada item variabel perilaku konsumen yang telah dijadikan kuesioner dan disebarkan kepada responden. Variabel perilaku konsumen (X₃) terdiri dari 10 item pertanyaan. Pertanyaan pertama (X_{3.1}), yaitu mengetahui berada di lingkungan yang memiliki tingkat konsumsi yang tinggi mendapat respon sebanyak 19 nasabah atau 23% yang menyatakan sangat setuju, 36 nasabah atau 43% yang menyatakan setuju, 28 nasabah atau 34% yang menyatakan ragu-ragu, tidak ada nasabah yang menyatakan tidak setuju, maupun sangat tidak setuju. Pertanyaan kedua (X_{3.2}), yaitu mengetahui selalu memberi barang/jasa yang sedang diminati oleh banyak orang mendapat respon sebanyak 21 nasabah atau 25% yang menyatakan sangat setuju, 40 nasabah atau 48% yang menyatakan setuju, 22 nasabah atau 27% yang menyatakan ragu-ragu, tidak ada nasabah yang menyatakan tidak setuju, maupun sangat tidak setuju.

Pertanyaan ketiga ($X_{3.3}$), yaitu mengetahui memilih produk pembiayaan karena terpengaruh oleh lingkungan disekitar mendapat respon sebanyak 3 nasabah atau 4% yang menyatakan sangat setuju, 52 nasabah atau 62% yang menyatakan setuju, 25 nasabah atau 30% yang menyatakan ragu-ragu, 3 nasabah atau 4% yang menyatakan tidak setuju, dan tidak ada nasabah yang menyatakan sangat tidak setuju. Pertanyaan keempat ($X_{3.4}$), yaitu mengetahui memilih produk pembiayaan karena sesuai dengan kebutuhan mendapat respon sebanyak 7 nasabah atau 9% yang menyatakan sangat setuju, 50 nasabah atau 60% yang menyatakan setuju, 26 nasabah atau 31% yang menyatakan ragu-ragu, tidak ada nasabah yang menyatakan tidak setuju, maupun sangat tidak setuju.

Pertanyaan kelima ($X_{3.5}$), yaitu mengetahui memilih produk pembiayaan karena kebutuhan hidup mendapat respon sebanyak 19 nasabah atau 23% yang menyatakan sangat setuju, 39 nasabah atau 47% yang menyatakan setuju, 25 nasabah atau 30% yang menyatakan ragu-ragu, tidak ada nasabah yang menyatakan tidak setuju, maupun sangat tidak setuju. Pertanyaan keenam ($X_{3.6}$), yaitu mengetahui memilih produk pembiayaan karena sesuai dengan selera mendapat respon sebanyak 16 nasabah atau 19% yang menyatakan sangat setuju, 43 nasabah atau 52% yang menyatakan setuju, 24 nasabah atau 29% yang menyatakan ragu-ragu, tidak ada nasabah yang menyatakan tidak setuju, maupun sangat tidak setuju.

Pertanyaan ketujuh ($X_{3,7}$), yaitu mengetahui ketertarikan saya dalam memilih pembiayaan murabahah di BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung berasal dari pengalaman saya sendiri mendapat respon sebanyak 20 nasabah atau 24% yang menyatakan sangat setuju, 42 nasabah atau 51% yang menyatakan setuju, 21 nasabah atau 25% yang menyatakan ragu-ragu, tidak ada nasabah yang menyatakan tidak setuju, maupun sangat tidak setuju. Pertanyaan kedelapan ($X_{3,8}$), yaitu mengetahui lebih percaya diri ketika memilih produk pembiayaan mendapat respon sebanyak 24 nasabah atau 29% yang menyatakan sangat setuju, 41 nasabah atau 49% yang menyatakan setuju, 18 nasabah atau 22% yang menyatakan ragu-ragu, tidak ada nasabah yang menyatakan tidak setuju, maupun sangat tidak setuju.

Pertanyaan kesembilan ($X_{3,9}$), yaitu mengetahui memilih produk pembiayaan karena sudah yakin akan keunggulan produk yang ditawarkan mendapat respon sebanyak 21 nasabah atau 25% yang menyatakan sangat setuju, 51 nasabah atau 62% yang menyatakan setuju, 11 nasabah atau 13% yang menyatakan ragu-ragu, tidak ada nasabah yang menyatakan tidak setuju, maupun sangat tidak setuju. Pertanyaan kesepuluh ($X_{3,10}$), yaitu mengetahui saya memilih pembiayaan murabahah pada BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung karena saya percaya terhadap cara kerja BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung mendapat respon sebanyak 13 nasabah atau 16% yang menyatakan sangat setuju, 51 nasabah atau 62% yang

menyatakan setuju, 19 nasabah atau 22% yang menyatakan ragu-ragu, tidak ada nasabah yang menyatakan tidak setuju, maupun sangat tidak setuju.

d. Kepuasan Menjadi Nasabah

Tabel 4.9

Frekuensi Jawaban Angket Variabel Kepuasan Menjadi Nasabah

ITEM	SKOR JAWABAN									
	SS		S		RR		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Y ₁	25	30%	35	42%	23	28%	0	0%	0	0%
Y ₂	21	25%	39	47%	23	28%	0	0%	0	0%
Y ₃	16	19%	45	55%	21	25%	1	1%	0	0%
Y ₄	11	13%	50	60%	22	27%	0	0%	0	0%
Y ₅	22	27%	37	44%	24	29%	0	0%	0	0%
Y ₆	18	22%	45	54%	20	24%	0	0%	0	0%
Y ₇	21	25%	43	52%	19	23%	0	0%	0	0%
Y ₈	25	30%	44	53%	14	17%	0	0%	0	0%
Y ₉	23	28%	53	64%	7	8%	0	0%	0	0%
Y ₁₀	26	31%	47	57%	10	12%	0	0%	0	0%

Sumber : Data Primer diolah 2019

Pada item variabel kepuasan nasabah yang telah dijadikan kuesioner dan disebarakan kepada responden. Variabel kepuasan nasabah (Y) terdiri

dari 10 item pertanyaan. Pertanyaan pertama (Y_1), yaitu mengetahui tabungan BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung memiliki kualitas yang baik mendapat respon sebanyak 25 nasabah atau 30% yang menyatakan sangat setuju, 35 nasabah atau 42% yang menyatakan setuju, 23 nasabah atau 28% yang menyatakan ragu-ragu, tidak ada nasabah yang menyatakan tidak setuju, maupun sangat tidak setuju. Pertanyaan kedua (Y_2), yaitu mengetahui buku tabungan di buat menarik mendapat respon sebanyak 21 nasabah atau 25% yang menyatakan sangat setuju, 39 nasabah atau 47% yang menyatakan setuju, 23 nasabah atau 28% yang menyatakan ragu-ragu, tidak ada nasabah yang menyatakan tidak setuju, maupun sangat tidak setuju.

Pertanyaan ketiga (Y_3), yaitu mengetahui bagi hasil yang diberikan sesuai akad mendapat respon sebanyak 16 nasabah atau 19% yang menyatakan sangat setuju, 45 nasabah atau 55% yang menyatakan setuju, 21 nasabah atau 25% yang menyatakan ragu-ragu, 1 nasabah atau 1% yang menyatakan tidak setuju, dan tidak ada nasabah yang menyatakan sangat tidak setuju. Pertanyaan keempat (Y_4), yaitu mengetahui minimnya biaya administrasi mendapat respon sebanyak 11 nasabah atau 13% yang menyatakan sangat setuju, 50 nasabah atau 60% yang menyatakan setuju, 22 nasabah atau 27% yang menyatakan ragu-ragu, tidak ada nasabah yang menyatakan tidak setuju, maupun sangat tidak setuju.

Pertanyaan kelima (Y_5), yaitu mengetahui pelayanan teller yang sangat ramah mendapat respon sebanyak 22 nasabah atau 27% yang menyatakan sangat setuju, 37 nasabah atau 44% yang menyatakan setuju, 24 nasabah atau 29% yang menyatakan ragu-ragu, tidak ada nasabah yang menyatakan tidak setuju, maupun sangat tidak setuju. Pertanyaan keenam (Y_6), yaitu mengetahui cepatnya proses transaksi mendapat respon sebanyak 18 nasabah atau 22% yang menyatakan sangat setuju, 45 nasabah atau 54% yang menyatakan setuju, 20 nasabah atau 24% yang menyatakan ragu-ragu, tidak ada nasabah yang menyatakan tidak setuju, maupun sangat tidak setuju.

Pertanyaan ketujuh (Y_7), yaitu mengetahui proses transaksi sangat memudahkan nasabah mendapat respon sebanyak 21 nasabah atau 25% yang menyatakan sangat setuju, 43 nasabah atau 52% yang menyatakan setuju, 19 nasabah atau 23% yang menyatakan ragu-ragu, tidak ada nasabah yang menyatakan tidak setuju, maupun sangat tidak setuju. Pertanyaan kedelapan (Y_8), yaitu mengetahui prosedur dan persyaratan cukup ringan mendapat respon sebanyak 25 nasabah atau 30% yang menyatakan sangat setuju, 44 nasabah atau 53% yang menyatakan setuju, 14 nasabah atau 17% yang menyatakan ragu-ragu, tidak ada nasabah yang menyatakan tidak setuju, maupun sangat tidak setuju.

Pertanyaan kesembilan (Y_9), yaitu mengetahui nasabah bangga memiliki produk tabungan di BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung

mendapat respon sebanyak 23 nasabah atau 28% yang menyatakan sangat setuju, 53 nasabah atau 64% yang menyatakan setuju, 7 nasabah atau 8% yang menyatakan ragu-ragu, tidak ada nasabah yang menyatakan tidak setuju, maupun sangat tidak setuju. Pertanyaan kesepuluh (Y_{10}), yaitu mengetahui nasabah senang bertransaksi dengan BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung mendapat respon sebanyak 26 nasabah atau 31% yang menyatakan sangat setuju, 47 nasabah atau 57% yang menyatakan setuju, 10 nasabah atau 12% yang menyatakan ragu-ragu, tidak ada nasabah yang menyatakan tidak setuju, maupun sangat tidak setuju.

F. Hasil Analisis Data

1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kebenaran suatu instrumen. Pengujiannya dilakukan secara manual atau dukungan komputer, misalnya melalui bantuan program software SPSS for windows versi 23.

Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Item dikatakan valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$

dan sebaliknya.³ Rumus yang digunakan untuk analisis butir ialah *Korelasi Pearson Product Moment*. Dalam uji validitas ini peneliti menggunakan 83 responden. Berikut hasil dari pengujian validitas pada kuisioner yang disebarkan pada BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung adalah sebagai berikut:

Tabel 4.10

Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X1)

No Item	<i>Pearson Correlation</i>	R Tabel (N=83) Taraf Signikansi 5%	Keterangan
P1	0,264	0,216	Valid
P2	0,420	0,216	Valid
P3	0,266	0,216	Valid
P4	0,317	0,216	Valid
P5	0,503	0,216	Valid
P6	0,402	0,216	Valid
P7	0,549	0,216	Valid
P8	0,341	0,216	Valid
P9	0,300	0,216	Valid
P10	0,676	0,216	Valid

Sumber : Hasil Output SPSS 23 diolah, 2019

Tabel 4.11

Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan (X2)

No Item	<i>Pearson Correlation</i>	R Tabel (N=83) Taraf Signikansi 5%	Keterangan
P11	0,421	0,216	Valid
P12	0,491	0,216	Valid
P13	0,501	0,216	Valid

³ Sofiyan Siregar, *Statistik Deskriptif untuk Penelitian : Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17.....*, hal 79

P14	0,582	0,216	Valid
P15	0,402	0,216	Valid
P16	0,382	0,216	Valid
P17	0,523	0,216	Valid
P18	0,715	0,216	Valid
P19	0,473	0,216	Valid
P20	0,656	0,216	Valid

Sumber : Hasil Output SPSS 23 diolah, 2019

Tabel 4.12

Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumen (X3)

No Item	<i>Pearson Correlation</i>	R Tabel (N=83) Taraf Signikansi 5%	Keterangan
P21	0,403	0,216	Valid
P22	0,592	0,216	Valid
P23	0,451	0,216	Valid
P24	0,508	0,216	Valid
P25	0,646	0,216	Valid
P26	0,543	0,216	Valid
P27	0,538	0,216	Valid
P28	0,400	0,216	Valid
P29	0,355	0,216	Valid
P30	0,393	0,216	Valid

Sumber : Hasil Output SPSS 23 diolah, 2019

Tabel 4.13

Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

No Item	<i>Pearson Correlation</i>	R Tabel (N=83) Taraf Signikansi 5%	Keterangan
P31	0,537	0,216	Valid
P32	0,507	0,216	Valid
P33	0,517	0,216	Valid
P34	0,456	0,216	Valid
P35	0,683	0,216	Valid
P36	0,624	0,216	Valid

P37	0,608	0,216	Valid
P38	0,526	0,216	Valid
P39	0,456	0,216	Valid
P40	0,408	0,216	Valid

Sumber : Hasil Output SPSS 23 diolah, 2019

Berdasarkan pada tabel diatas, seluruh item pada setiap variabel adalah valid karena nilai *Pearson Correlation* lebih besar dibandingkan 0,216. Sehingga dalam penelitian ini semua item dalam instrumen memenuhi persyaratan validitas secara statistik serta dapat mengukur dengan tepat dan cermat.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mendapatkan data sesuai dengan pengukurannya. Penelitian dengan uji reliabilitas dilakukan dengan rumus *Cronbach's Alpha*. *Cronbach's Alpha* merupakan sebuah ukuran keandalan yang memiliki nilai berkisar dari nol sampai satu. Ukuran kemantapan alpha dapat digolongkan sebagai berikut:

- 1) Nilai Alpha Cronbach 0,00 – 0,20, berarti kurang reliabel.
- 2) Nilai Alpha Cronbach 0,21 – 0,40, berarti agak reliabel
- 3) Nilai Alpha Cronbach 0,41 – 0,60, berarti cukup reliabel
- 4) Nilai Alpha Cronbach 0,61 – 0,80, berarti reliabel
- 5) Nilai Alpha Cronbach 0,81 – 1,00, berarti sangat reliabel

Tabel 4.14

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach's	Keterangan
X1	0,442	Cukup Reliabel
X2	0,690	Reliabel
X3	0,637	Reliabel
Y	0,722	Reliabel

Sumber : Hasil Output SPSS 23 diolah, 2019

Berdasarkan tabel diatas, nilai *cronbach's alpha* untuk masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

1. Kualitas produk (X1) cukup reliabel, hal ini dapat diketahui dari nilai *cronbach's alpha* yang cukup reliabel yaitu 0,41 - 0,60. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa untuk variabel kualitas produk mempunyai nilai 0,442.
2. Loyalitas pelanggan (X2) reliabel, hal ini dapat diketahui dari nilai *cronbach's alpha* yang reliabel yaitu 0,61 – 0,80. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa untuk variabel loyalitas pelanggan mempunyai nilai 0,690.
3. Perilaku konsumen (X3) reliabel, hal ini dapat diketahui dari nilai *cronbach's alpha* yang reliabel yaitu 0,61 – 0,80. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa untuk perilaku konsumen mempunyai nilai 0,637.

4. Kepuasan nasabah (Y) reliabel, hal ini dapat diketahui dari nilai *cronbach's alpha* yang reliabel yaitu 0,61 – 0,80. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa untuk kepuasan nasabah mempunyai nilai 0,722.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang telah dilakukan pada model regresi berdistribusi normal atau tidak normal. Untuk melakukan uji normalitas dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov Test* dengan syarat jika Asymp. Sig. (2-tailed) > 0,05 maka data tersebut dinyatakan berdistribusi normal, sebaliknya jika Asymp. Sig. (2-tailed) < 0,05 maka data tersebut berdistribusi tidak normal. Berdasarkan hasil pengujian diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.15

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		KUALITAS	LOYALITAS	PERILAKU	KEPUASAN
N		83	83	83	83
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	40.20	39.92	39.25	40.28
	Std. Deviation	2.908	3.603	3.279	3.664
Most Extreme Differences	Absolute	.090	.080	.085	.091
	Positive	.089	.070	.085	.070
	Negative	-.090	-.080	-.084	-.091
Test Statistic		.090	.080	.085	.091
Asymp. Sig. (2-tailed)		.096 ^c	.200 ^{c,d}	.200 ^{c,d}	.089 ^c

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 Output SPSS 23 diolah, 2019

Dari hasil tabel diatas, dapat diketahui pada uji normalitas dengan *Kolmogorov Smirnov*. Dapat diketahui pada masing-masing variabel berdistribusi normal. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi (Asymp. Sig. 2-tailed) yang lebih dari 0,05. Pada variabel kualitas produk (X1) memiliki nilai signifikansi $0,096 > 0,05$, variabel loyalitas pelanggan (X2) memiliki nilai signifikansi $0,200 > 0,05$, variabel perilaku konsumen (X3) memiliki nilai signifikansi $0,200 > 0,05$, dan pada variabel kepuasan nasabah (Y) memiliki nilai signifikansi $0,089 > 0,05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa semua variabel berdistribusi normal, sehingga dapat dilakukan penelitian selanjutnya.

4. Uji Asumsi Klasik

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

a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui gejala koreksi antar variabel bebas yang ditunjukkan dengan korelasi yang signifikan antar variabel bebas. Dimana untuk dapat mendeteksi adanya multikolinieritas jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) tidak lebih dari 10 (<10) maka terbebas dari multikolinieritas. Dengan bantuan software SPSS for windows versi 23 didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.16
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Collinierity Statistic	
	Tolerance	VIF
Kualitas Produk (X1)	0,577	1,733
Loyalitas Pelanggan (X2)	0,526	1,900
Perilaku Konsumen (X3)	0,458	2,185

Sumber : Hasil Output SPSS 23 diolah, 2019

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui hasil uji multikolinieritas bahwa nilai VIF pada kualitas produk (X1) sebesar 1,733 dengan *tolerance* sebesar 0,577, pada loyalitas pelanggan (X2) sebesar 1,900 dengan *tolerance* sebesar 0,526, dan pada perilaku konsumen (X3) sebesar 2,185 dengan *tolerance* sebesar 0,458. Hal ini menunjukkan bahwa variabel terbebas dari asumsi klasik multikolinieritas, karena semua hasil VIF lebih kecil dari 10 dan angka *tolerance* diatas 0,1.

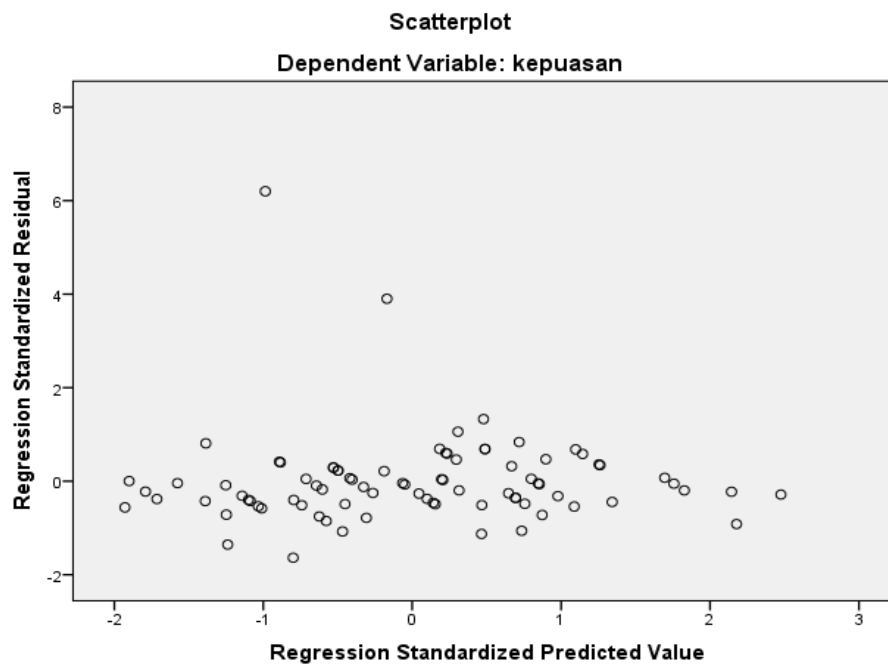
b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian model regresi memiliki nilai yang sama maka disebut dengan homokedasitas. Cara menilai uji heteroskedastisitas adalah dengan melakukan uji korelasi *spearman* yang dilakukan dengan cara mengkorelasikan nilai *unstandardized residual*

dengan masing-masing variabel independen (X_1 , X_2 , X_3). Dari hasil uji korelasi *spearman*, diperoleh hasil sebagai berikut:

Gambar 4.17

Hasil Uji Heterokedastitas



Sumber : Hasil Output SPSS 23 diolah, 2019

Dari gambar *scatterplot* terlihat titik-titik tidak membentuk pola tertentu, dimana titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y (kepuasan nasabah), sehingga grafik tersebut tidak dapat dibaca dengan jelas. Hasil ini memperlihatkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas

5. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menentukan hubungan sebab akibat antara satu variabel independen yaitu kualitas produk, loyalitas pelanggan, dan perilaku konsumen terhadap variabel dependen kepuasan nasabah. Perhitungan statistik dalam analisis regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan bantuan program komputer SPSS 23. Hasil uji regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.18
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.428	2.612		-.929	.356
	KUALITAS	.181	.080	.144	2.247	.027
	LOYALITAS	.686	.068	.674	10.077	.000
	PERILAKU	.205	.080	.184	2.563	.012

Sumber : Hasil Output SPSS 23 diolah, 2019

Berdasarkan hasil pengamatan pengujian menggunakan SPSS 23, maka dapat diketahui persamaan regresi yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

$$Y = -2,428 + 0,181 X_1 + 0,686 X_2 + 0,205 X_3$$

Dari persamaan regresi diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

- 2) Koefisien konstanta sebesar -2,428 menunjukkan bahwa apabila tidak terdapat variabel kualitas produk (X_1), loyalitas pelanggan (X_2), dan perilaku konsumen (X_3) maka kepuasan nasabah pembiayaan *murabahah* (Y) pada BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung akan mengalami penurunan sebesar -2,428. Artinya tingkat kepuasan nasabah akan berkurang jika kualitas produk, loyalitas pelanggan, dan perilaku konsumen pada BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung tidak terjadi perubahan atau bahkan tidak ada, sehingga tidak dapat memenuhi harapan nasabah.
- 3) Koefisien regresi kualitas produk (X_1) sebesar 0,181, menyatakan bahwa apabila kualitas produk (X_1) mengalami peningkatan (membaik) satu satuan maka akan meningkatkan hasil kepuasan nasabah (Y) sebesar 0,181 dengan asumsi nilai variabel lain tetap. Artinya semakin tinggi kualitas produk (X_1) akan menambah tingkat kepuasan nasabah pembiayaan *murabahah*. Dan sebaliknya, jika variabel kualitas produk (X_1) mengalami penurunan satu satuan, maka kepuasan nasabah juga mengalami penurunan sebesar 0,181.
- 4) Koefisien regresi loyalitas pelanggan (X_2) sebesar 0,686 menyatakan bahwa apabila loyalitas pelanggan (X_2) mengalami peningkatan (membaik) satu satuan maka akan meningkatkan nilai kepuasan nasabah (Y) sebesar 0,686 dengan asumsi nilai variabel lain tetap. Artinya semakin tinggi loyalitas pelanggan (X_2) akan menambah tingkat kepuasan nasabah

pembiayaan *murabahah*. Dan sebaliknya, jika variabel loyalitas pelanggan (X_2) mengalami penurunan satu satuan, maka kepuasan nasabah juga mengalami penurunan sebesar 0,686.

- 5) Koefisien regresi perilaku konsumen (X_3) sebesar 0,205 menyatakan bahwa apabila perilaku konsumen (X_3) mengalami peningkatan (membaik) satu satuan maka akan meningkatkan nilai kepuasan nasabah (Y) sebesar 0,205 dengan asumsi nilai variabel lain tetap. Artinya semakin tinggi perilaku konsumen (X_3) akan menambah tingkat kepuasan nasabah pembiayaan *murabahah*. Dan sebaliknya, jika variabel perilaku konsumen (X_3) mengalami penurunan satu satuan, maka kepuasan nasabah juga mengalami penurunan sebesar 0,205.
- 6) Dari hasil uji regresi dapat dilihat bahwa variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan nasabah dari ketiga variabel diatas adalah loyalitas pelanggan (X_2). Diketahui dari nilai koefien beta yang paling besar yaitu 0,686. Artinya kepuasan nasabah (Y) lebih banyak dipengaruhi oleh loyalitas pelanggan (X_2) dibandingkan dengan variabel lainnya. Koefisien beta yang dimiliki yang dimiliki loyalitas pelanggan (X_2) bernilai positif, hal ini berarti bahwa semakin tinggi loyalitas pelanggan, maka semakin meningkatkan kepuasan nasabah pembiayaan *murabahah*.

6. Uji Hipotesis

- a. Uji Hipotesis secara Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat pengaruh dari tiap-tiap variabel independen secara sendiri-sendiri-sendiri terhadap variabel independen. Dimana jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka dikatakan berpengaruh signifikan, atau dapat dilihat dari nilai $Sig. < \alpha$ (0,05) maka secara parsial variabel independen dikatakan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut:

H_0 artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

H_1 artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 4.19

**Hasil Uji t
Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.428	2.612		-.929	.356
	KUALITAS	.181	.080	.144	2.247	.027
	LOYALITAS	.686	.068	.674	10.077	.000
	PERILAKU	.205	.080	.184	2.563	.012

Sumber : Hasil Output SPSS 23 diolah, 2019

Untuk mencari t_{tabel} digunakan cara yaitu $\alpha = 0,05$, $df = n-k$, $df = 83-4 = 79$, dimana n adalah jumlah nasabah dan k adalah jumlah variabel, maka dari cara perhitungan tersebut diperoleh t_{tabel} sebesar 1,664.

a. Pengaruh kualitas produk (X_1) terhadap kepuasan nasabah (Y)

Berdasarkan uji t variabel kualitas produk diperoleh t_{hitung} sebesar 2,247 dan t_{tabel} sebesar 1,664, karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,247 > 1,664$) serta nilai Sig. $0,027 < 0,05$ maka artinya uji hipotesis kualitas produk secara parsial teruji berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pembiayaan *murabahah*. Hal ini menjadi cukup bukti bahwa kualitas produk secara parsial memiliki pengaruh yang berarti dalam pemenuhan kepuasan nasabah pembiayaan *murabahah* pada BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung.

b. Pengaruh loyalitas pelanggan (X_2) terhadap kepuasan nasabah (Y)

Berdasarkan uji t variabel loyalitas pelanggan diperoleh t_{hitung} sebesar 10,077 dan t_{tabel} sebesar 1,664, karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($10,077 > 1,664$) serta nilai Sig. $0,000 < 0,05$ maka artinya uji hipotesis loyalitas pelanggan secara parsial teruji berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pembiayaan *murabahah*. Hal ini menjadi cukup bukti bahwa loyalitas pelanggan secara parsial memiliki pengaruh yang berarti dalam pemenuhan kepuasan nasabah pembiayaan *murabahah* pada BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung.

c. Pengaruh perilaku konsumen (X_3) terhadap kepuasan nasabah (Y)

Berdasarkan uji t variabel perilaku konsumen diperoleh t_{hitung} sebesar 2,563 dan t_{tabel} sebesar 1,664, karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,563 > 1,664$) serta nilai Sig. $0,012 < 0,05$ maka artinya uji hipotesis perilaku konsumen secara parsial teruji berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah

pembiayaan *murabahah*. Hal ini menjadi cukup bukti bahwa perilaku konsumen secara parsial memiliki pengaruh yang berarti dalam pemenuhan kepuasan nasabah pembiayaan *murabahah* pada BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung.

b. Uji Hipotesis secara Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikansi secara simultan atau bersama-sama antara variabel kualitas produk (X_1), loyalitas pelanggan (X_2), dan perilaku konsumen (X_3) terhadap kepuasan nasabah memilih pembiayaan *murabahah* di BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung (Y), maka dilakukan pengujian hipotesis sebagai berikut:

Tabel 4.20

Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	895.817	3	298.606	115.179	.000 ^b
	Residual	204.810	79	2.593		
	Total	1100.627	82			

a. Dependent Variable: KEPUASAN

b. Predictors: (Constant), PERILAKU, KUALITAS, LOYALITAS

Sumber : Hasil Output SPSS 23 diolah, 2019

Berdasarkan output SPSS 23 diatas diketahui F_{hitung} adalah 115,179, sedangkan F_{tabel} pada tingkat signifikansi 0,05 dengan kebebasan (n-k) 83-4 = 79 maka diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 2,72. Dengan membandingkan

antara F_{hitung} dengan F_{tabel} sehingga dapat disimpulkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($115,179 > 2,72$). Karena H_0 ditolak, maka ada pengaruh secara simultan atau bersama-sama antara variabel kualitas produk (X1), loyalitas pelanggan (X2), dan perilaku konsumen (X3) terhadap kepuasan nasabah memilih pembiayaan murabahah di BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung (Y).

c. Uji Koefisien Determinasi

Analisis ini untuk mengetahui seberapa besar kualitas produk, loyalitas pelanggan, dan perilaku konsumen secara serentak mempengaruhi kepuasan nasabah pembiayaan *murabahah*. Dari hasil pengujian SPSS 23 dapat dilihat nilai koefisien determinasi sebagai berikut:

Tabel 4.21

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.902 ^a	.814	.807	1.610

a. Predictors: (Constant), PERILAKU, KUALITAS, LOYALITAS

b. Dependent Variable: KEPUASAN

Sumber : Hasil Output SPSS 23 diolah, 2019

Angka R sebesar 0,902 menunjukkan hubungan antara kualitas produk, loyalitas pelanggan, dan perilaku konsumen adalah kuat. Angka

Adjusted R Square adalah 0,807. Hal ini berarti bahwa kualitas produk, loyalitas pelanggan, dan perilaku konsumen secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan nasabah memilih pembiayaan *murabahah* sebesar 80 %, sedangkan sisanya sebesar $(100\% - 80\% = 20\%)$ dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan oleh penelitian ini.