

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Profil Objek Penelitian

1. BMT Pahlawan Tulungagung

a. Sejarah Singkat 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 PINBUK 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.

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 dar 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 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 Tulungagung makin berkembang dan diminati masyarakat sebagai lembaga keuangan alternatif. Terbukti saat ini BMT Pahlawan Tulungagung 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

¹ *RAT BMT Pahlawan Tahun Buku 2017*, hlm 1-2.

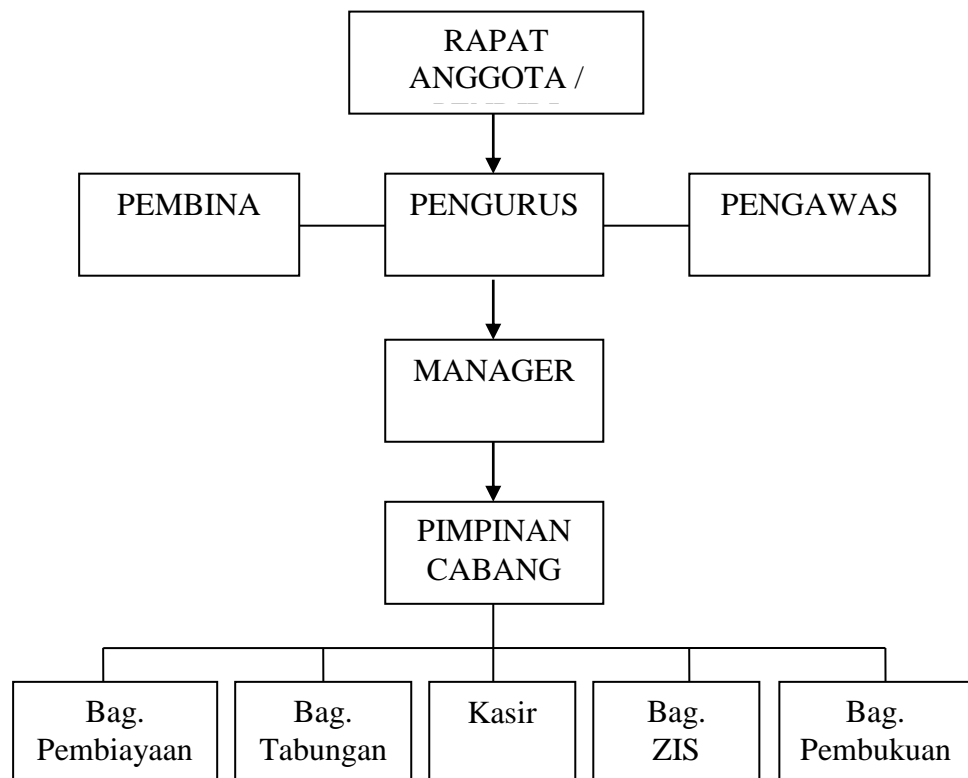
b. Visi dan Misi BMT Pahlawan Tulungagung

“Visi BMT Pahlawan Tulungagung adalah menjadikan BMT sebagai lembaga keuangan syariah yang kuat, sehat, terpercaya, aman, nyaman dan transparan”. Sedangkan misi BMT Pahlawan Tulungagung adalah :

Mengembangkan POKUSMA, baitul maal dan cabang-cabang yang maju dan transparan, dengan prinsip kehati-hatian sehingga terwujud kualitas masyarakat di sekitar BMT yang selamat, damai dan sejahtera.

c. Struktur Organisasi BMT Pahlawan Tulungagung

Gambar 4.1
Struktur Organisasi BMT Pahlawan Tulungagung



d. Bidang Kepengurusan BMT Pahlawan Tulungagung

Untuk menjalankan roda organisasi, BMT Pahlawan Tulungagung di kendalikan oleh 3 orang Dewan Pengawas dan 5 orang Dewan Pengurus, sebagaimana berikut:²

Tabel 4.1
Dewan Pengawas BMT Pahlawan

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

Tabel 4.2
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

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

Tabel 4.3
Pengelola BMT Pahlawan

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	Fatkur 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

² Ibid, hlm 3-4.

e. Bidang Usaha BMT Pahlawan Tulungagung

Sebagai mitra pengusaha kecil, BMT Pahlawan Tulungagung 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.³

1) Pembiayaan

Kegiatan pembiayaan merupakan salah satu produk BMT Pahlawan Tulungagung. 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.

³ Ibid, hlm 4-8.

Adapun jenis-jenis pembiayaan yang dilakukan BMT Pahlawan Tulungagung antara lain :

- a) Pembiayaan *Musyarakah* adalah pembiayaan dengan akad *syirkah/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 Pahlawan Tulungagung adalah:

- 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 :
 - Simpanan *mudharabah* biasa yaitu simpanan anggota BMT yang jumlahnya tidak terbatas, dapat diambil sewaktu waktu serta jumlah pengembilannya tidak dibatasi.
 - 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 menyetor 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 kokohnya BMT. BMT Pahlawan Tulungagung 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 bandingkan dana pihak ketiga 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 Tulungagung 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.

2. BMT Istiqomah Tulungagung

a. Sejarah Singkat BMT Istiqomah Tulungagung

Melihat realita yang terjadi di kehidupan masyarakat terkait perekonomian maka sekumpulan orang berinisiatif untuk mendirikan sebuah lembaga yang nantinya dapat meningkatkan kehidupan yang lebih baik. Dari inisiatif itu lembaga yang berbadan hukum yang bernama Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) dan diberi nama BMT Istiqomah

Sejarah Koperasi Muamalah Syari'ah (Komsyah) "Istiqomah" adalah BMT Istiqomah, yaitu sebuah Kelompok Swadaya Masyarakat (KSM) sebagai Lembaga Ekonomi Rakyat (LER). BMT Istiqomah

didirikan pada tanggal 3 Maret 2001 yang dibidani oleh 36 orang pendiri. Pada tanggal 4 Juni 2001 BMT Istiqomah diresmikan operasionalnya oleh Direktur Pinbuk Tulungagung dengan Sertifikat Binaan Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil (PINBUK) Tulungagung Nomor: 00101/52000/PINBUK/VI/2001.

Pada awal operasionalnya BMT Istiqomah hanya bermodalkan dana Rp. 15.000.000,00 yang dihimpun dari para anggota. Perlengkapan kantor pun masih sangat sederhana, yang kesemuanya merupakan hibah dan pinjaman dari para anggota juga.

Dalam waktu singkat ternyata sambutan masyarakat sangat luar biasa. Sehingga dirasa perlu untuk mengembangkan pelayanan dengan meningkatkan status badan hukum dari KSM menjadi Koperasi. Upaya ini dilakukan dengan konsultasi dan koordinasi secara intensif dengan Kantor Koperasi dan UKM Pemerintah Kabupaten Tulungagung. Berkat dukungan seluruh anggota dan pihak Kantor Koperasi dan UKM maka terwujudlah keinginan untuk berbadan hukum Koperasi dengan diterbitkannya SK Nomor: 188.2/32/BH/424.75/2002 Tanggal 17 Mei 2002. Dengan terbitnya SK tersebut maka telah berdiri koperasi baru yang bernama Koperasi Muamalah Syari'ah (Komsyah) Istiqomah Tulungagung. Dengan badan hukum Koperasi memungkinkan Komsyah Istiqomah untuk memperluas layanan dengan membuka unit-unit usaha baru, walaupun sampai hari ini yang dimiliki masih Unit Simpan Pinjam yang berupa BMT

Pembukaan Kantor Cabang BMT semakin mendongkrak volume usaha, yang secara otomatis meningkatkan volume kegiatan kantor. Kantor Pusat yang semula dirasa cukup kini sudah tidak lagi nyaman. Sehingga gagasan ini kemudian diusung Pengurus ke dalam forum RAT tanggal 9 Mei 2003. Dalam RAT tersebut anggota menyetujui dan menyerahkan perencanaan pembangunan Kantor BMT dengan catatan tidak mengganggu kegiatan operasional. Catatan tersebut memang benar adanya. Artinya, kondisi keuangan memang tidak memungkinkan untuk pembangunan sebuah kantor yang representatif. Kebutuhan pembangunan kantor baru tidak didasarkan pada kemampuan, melainkan karena tuntutan keadaan.

Tahap pertama yang dilakukan Pengurus adalah pembebasan lahan seluas 315 M2. Pembebasan lahan ini ternyata membawa dampak yang sangat positif untuk memaksimalkan partisipasi anggota pada tahap berikutnya. Kemudian sebuah pertemuan terbatas dicoba untuk dilakukan untuk memastikan greget anggota. Meskipun belum maksimal, tanggapan anggota cukup memberikan keberanian untuk melanjutkan proses pembangunan. Maka ritual peletakan batu pertama segera dilaksanakan, yaitu pada tanggal 5 Juli 2003 oleh KH. Muhsin Ghozali selaku Ketua Dewan Pengawas Komsyah Istiqomah.

Tepat dalam jangka waktu satu tahun, dan tanpa mengganggu keuangan BMT, sebuah kantor yang cukup representatif berhasil

diwujudkan. Peresmian diselenggarakan pada tanggal 24 Juli 2004 oleh Bupati Tulungagung, Bapak Ir. Heru Tjahjono, MM.

BMT Istiqomah terletak di Jl. Gahlia No 08 Karangrejo Tulungagung tepat disebelah kanan jalan dari perempatan Karangrejo. Dan mempunyai kantor cabang yang terletak kawasan Bago Tulungagung yang beralamatkan Jl. MT Haryono yang sekarang dipindah dikawasan Plosokandang barat STKIP Tulungagung. Letaknya sangat strategis dengan usaha-usaha yang ada disekitar penduduk Karangrejo, Bago, dan Plosokandang.

Sesuai dengan tujuan penelitian dan dasar teori yang digunakan, maka subyek penelitian ini dikhususkan pada masyarakat Tulungagung yang menjadi nasabah BMT Istiqomah kantor cabang Plosokandang Tulungagung. Dari jumlah responden sebanyak 100 orang yang tersebar di berbagai kabupaten, kecamatan dan desa. Mereka yang menjadi responden adalah mereka yang sudah lama menjadi nasabah sejak berdirinya bank syariah tersebut maupun mereka yang baru menjadi nasabah.

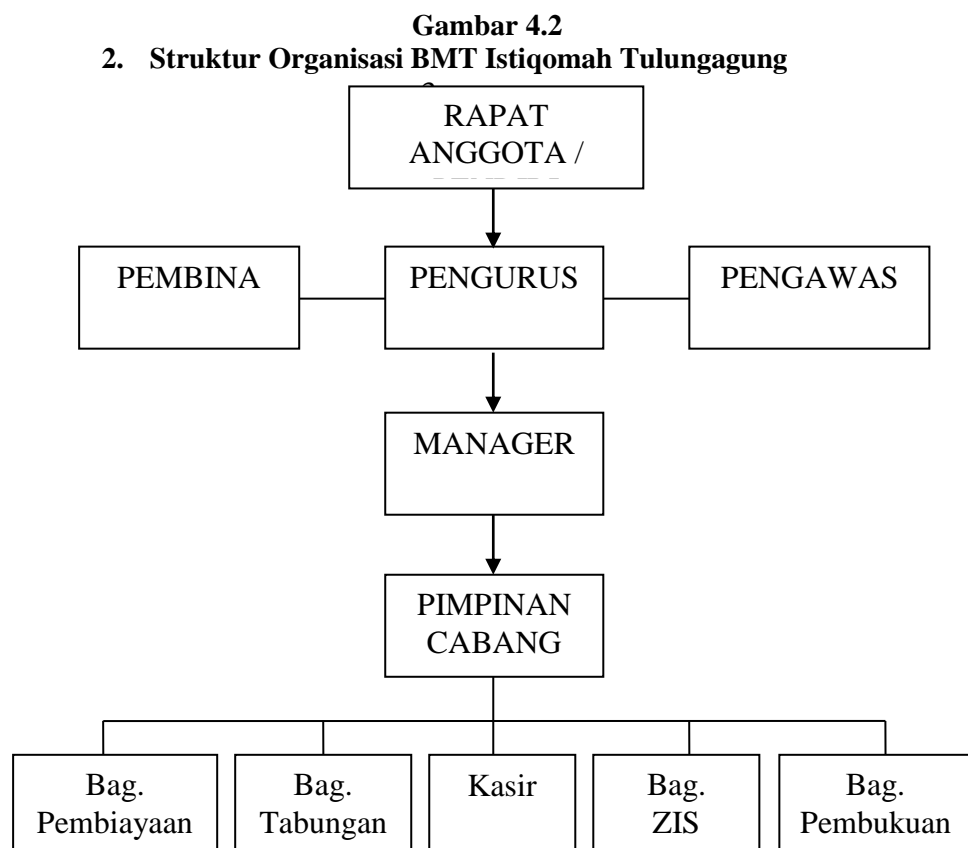
b. Visi dan Misi BMT Istiqomah Tulungagung

“Visi BMT Istiqomah adalah soko guru perekonomian nasional yang harus terus menerus dikembangkan, diharapkan mampu menumbuhkan dan mengembangkan kegiatan ekonomi anggota dan masyarakat. Dan juga diharapkan mampu memberikan warna keagamaan dalam kegiatan ekonomi anggota masyarakat..”

Adapun misi dari BMT Muamalah Tulungagung adalah sebagai berikut:

- 1) Menjadikan BMT Istiqomah sebagai lembaga yang secara aktif mensosialisaikan arti penting BMT dalam kegiatan ekonomi anggota masyarakat. Gerakan pemberdayaan meningkatkan kualitas dalam ekonomi riil dan kelembagaannya menuju tatanan perekonomian yang makmur dan maju.
- 2) Menciptakan peluang ekonomi, baik melalui pengembangan sektor usaha perkoperasian, penyediaan permodalan, maupun pembinaan usaha anggota masyarakat.
- 3) Berupaya mengimplementasikan konsep-konsep syariah dalam kegiatan ekonomi, baik dalam kaitannya dengan kegiatan dan usaha lembaga maupun kegiatan ekonomi dalam masyarakat.

c. Struktur Organisasi BMT Muamalah Tulungagung



a. Bidang Kepengurusan BMT Istiqomah Tulungagung

Adapun susunan kelembagaan BMT Istiqomah Tulungagung adalah sebagai berikut: ⁴

Tabel 4.4
Pengawas BMT Istiqomah Tulungagung

No	Nama	Alamat	Jabatan
1	KH. Muhsin Ghozali	Tulungagung	Pengawas
2	Winarto, S.Ag.	Tulungagung	Pengawas

Tabel 4.5
Pengurus BMT Istiqomah Tulungagung

No	Nama	Alamat	Jabatan
1	Nursalim, S.S.	Tulungagung	Ketua
2	Adib Makarin, S.Ag.	Tulungagung	Sekretaris
3	Yoyok Sunaryo, S.E.	Tulungagung	Bendahara

Tabel 4.6
Pengelola BMT Istiqomah Tulungagung

No	Nama	Alamat	Jabatan
1	M. Arif Jauhari, SH.	Tulungagung	Manager
2	Dini Indrawati, A.Md.	Tulungagung	Kasir
3	Hetik Harnonik	Tulungagung	Pembukuan
4	Mugiono	Tulungagung	Marketing
5	Heru Susanto	Tulungagung	Marketing
6	Andi Rosa W, S.E	Tulungagung	Pembiayaan
7	Riska Putri Wijayanti	Trenggalek	Pembukuan
8	Zainul Fuad, S.E	Tulungagung	Manajer Unit
9	Moh. Ersan Rifa'i	Tulungagung	Pembiayaan
10	Lisa Murnisari, S.E	Tulungagung	Pembukuan
11	Shofa Sanaya	Tulungagung	Kasir
12	Riko AntoFanni	Tulungagung	Pembiayaan
13	Novan Ega Rahtama	Tulungagung	Pembiayaan
14	M.Qoidul Umam	Tulungagung	pembiayaan
15	Imam Mustakim	Tulungagung	Marketing
16	Endang Wahyudianti	Tulungagung	Marketing

⁴ Ibid, hlm 4.

b. Produk BMT Istiqomah Tulungagung

1. Produk Simpanan

a) Simpanan Masyarakat Syariah (SIMASYA)

Simasya diperuntukan bagi perorangan atau kolektif (yayasan atau lembaga) Setoran pertama minimal Rp. 10.000,- Setoran selanjutnya minimal Rp. 5.000,- Besarnya nisbah atau bagi hasil per-bulan sebesar 50% berdasarkan jumlah pendapatan BMT dan besarnya saldo rata-rata tabungan tiap hari.

b) Simpanan Pendidikan (SIMPATI)

Simpaty ini dikembangkan dalam bentuk tabungan kotak yang disebar ke wilayah yang terjangkau di kab. Tulungagung. Tabungan pendidikan diperuntukan bagi siswa (murid) sekolah TK sampai dengan Perguruan Tinggi. Setoran minimal Rp. 5.000,- Setoran selanjutnya minimal Rp. 1.000,-. Perhitungan saldo rata-rata dalam satu bulan dengan saldo minimal Rp. 10.000,-. Besarnya porsi nisbah atau bagi hasil per-bulan sebesar 50% dihitung berdasarkan jumlah pendapatan BMT dan besarnya saldo rata-rata tabungan tiap hari.

c) Simpanan Berjangka (Deposito)

Yaitu simpanan berjangka yang diperuntungkan bagi masyarakat umum dengan system jangka waktu 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan dan 12 bulan.

2. Produk Pembiayaan

a) Ba'I bi Tsaman Ajil (BBA)

Yaitu akad jual beli barang dengan pembayaran tangguh atau angsuran (jual beli secara kredit). Dimana nasabah membayar angsuran pokok dan laba penjualan barang selama jangka waktu yang telah disepakati.

b) Murabahah

Yaitu perjanjian jual beli antara BMT dengan nasabah. BMT membeli barang yang diperlukan nasabah kemudian menjualnya kepada nasabah yang bersangkutan sebesar harga perolehan ditambah dengan margin keuntungan yang disepakati antara BMT dan nasabah. Dimana BMT secara jelas member tahu kepada nasabah nilai pokok barang dan keuntungannya.

c) Mudharabah

Yaitu kerja sama antara BMT dan nasabah untuk suatu usaha tertentu dimana BMT bertindak sebagai penyedia modal dan nasabah sebagai pengelola. Keuntungan usaha dibagi

menurut kesepakatan antara kedua belah pihak yang dituangkan dalam aqad.⁵

B. Karakteristik Responden

Sebelum dilakukan analisis, terlebih dahulu peneliti menjelaskan mengenai data-data responden yang digunakan sebagai populasi. Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan lembaga keuangan mikro syariah di Tulungagung yang diwakili oleh 3 lembaga, yaitu BMT Pahlawan Tulungagung, BMT Muamalah Tulungagung dan BMT Harum Tulungagung. Adapun jumlah sampel yang ditentukan adalah sebanyak 35 orang karyawan. Setiap responden diberikan angket untuk memberikan jawaban atas pernyataan yang telah disediakan dengan menggunakan skala *likert*.

1. Jenis Kelamin

Data mengenai jenis kelamin responden dari nasabah lembaga keuangan mikro syariah di Tulungagung adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7
Jenis Kelamin Karyawan

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Prosentase
1	Laki-Laki	53	53
2	Perempuan	47	47
Total		100	100%

Sumber: Data angket yang telah diolah, 2019

Presentase frekuensi jenis kelamin responden ini juga dijelaskan dalam bentuk diagram, agar pembaca bisa lebih mudah memahami dengan jelas terkait karakteristik responden berdasarkan jenis kelaminnya.

⁵ BMT Istiqomah, buku Pedoman Rapat Anggota Tahunan, Tahun Buku 2018

Berdasarkan pada tabel dan diagram diatas dapat disimpulkan bahwa responden laki-laki memiliki jumlah terbesar yaitu sebanyak 53 orang (53%), sedangkan responden perempuan sebanyak 47 orang (47%). Hal ini menunjukkan bahwa nasabah lembaga keuangan mikro syariah di Tulungagung, jumlah nasabah laki-laknya lebih banyak daripada jumlah nasabah perempuan.

2. Usia

Data mengenai usia responden dari karyawan lembaga keuangan mikro syariah di Tulungagung adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8
Usia

No	Usia	Frekuensi	Prosentase
1	18-25 tahun	-	-
2	26-30 tahun	54	54%
3	31-40 tahun	36	36%
4	> 40 tahun	10	10%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data angket yang telah diolah, 2019

Presentase frekuensi usia responden ini juga dijelaskan dalam bentuk diagram, agar pembaca bisa lebih mudah memahami dengan jelas terkait karakteristik responden berdasarkan usianya.

Berdasarkan pada tabel dan diagram diatas dapat disimpulkan bahwa responden yang berusia 18-25 tahun sebanyak 0 orang (0%), responden yang berusia 26-30 tahun sebanyak 54 orang (54%), responden yang berusia 31-40 tahun sebanyak 36 orang (36%), dan responden yang berusia diatas 40 tahun sebanyak 10 orang (10%). Hal ini menunjukkan bahwa

sebagian besar nasabah lembaga keuangan mikro syariah di Tulungagung berusia 26-30 tahun dan diatas 31-40 tahun.

3. Tingkat Pendidikan Terakhir

Data mengenai tingkat pendidikan terakhir responden dari karyawan lembaga keuangan mikro syariah di Tulungagung adalah sebagai berikut:

Tabel 4.9
Tingkat Pendidikan Terakhir Karyawan

No	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Prosentase
1	SMA	66	66%
2	D3	11	11%
3	S1	13	13%
4	S2	10	10%
5	Lainnya	0	3%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data angket yang telah diolah, 2019

Presentase frekuensi tingkat pendidikan terakhir responden ini juga dijelaskan dalam bentuk diagram, agar pembaca bisa lebih mudah memahami dengan jelas terkait karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan terakhirnya.

Berdasarkan pada tabel dan diagram diatas dapat disimpulkan bahwa responden yang tingkat pendidikan terakhirnya SMA sebanyak 66 orang (66%), responden yang tingkat pendidikan terakhirnya D3 sebanyak 11 orang (11%), responden yang tingkat pendidikan terakhirnya S1 sebanyak 13 orang (13%), dan responden yang tingkat pendidikan terakhirnya S2 sebanyak 10 orang (10%), atau tingkat pendidikan lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah lembaga keuangan mikro syariah di Tulungagung tingkat pendidikan terakhirnya adalah SMA.

C. Deskripsi Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini variabel yang digunakan adalah marketing mix (bauran pemasaran) dan kualitas pelayanan sebagai variabel independen dan keputusan nasabah menabung sebagai variabel dependen. Dari tiga variabel tersebut disusunlah angket penelitian dan disebarakan kepada responden yang terdiri dari 18 pertanyaan yang telah dibagi menjadi 3 kategori yaitu:

1. 6 pernyataan digunakan untuk mengetahui tentang pengaruh marketing mix (bauran pemasaran) (X1).
2. 6 pernyataan digunakan untuk mengetahui tentang pengaruh kualitas pelayanan (X2).
3. 6 pernyataan digunakan untuk mengetahui tentang pengaruh keputusan nasabah menabung (Y).

1. Marketing Mix (Bauran Pemasaran)

Tabel 4.10
Frekuensi Jawaban Angket Variabel Marketing Mix (Bauran Pemasaran) (X1)

Item	Skor Jawaban									
	SS		S		RR		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	12	12%	71	71%	13	13%	4	4%	0	0%
2	12	12%	68	68%	13	13%	7	7%	0	0%
3	11	11%	79	79%	10	10%	0	0%	0	0%
4	42	42%	52	52%	5	5%	1	1%	0	0%
5	12	12%	71	71%	13	13%	4	4%	0	0%
6	12	12%	68	68%	13	13%	7	7%	0	0%

Sumber: Data angket yang diolah, 2019.

Dari tabel diatas diketahui dari 100 orang responden, jumlah responden berdasarkan nomor item 1, total responden memilih SS (Sangat Setuju) sebanyak 12 orang, total responden memilih S (Setuju) 71 orang, total responden yang memilih RR (Ragu-Ragu) sebanyak 13 orang, total responden yang memilih STS (Sangat Tidak Setuju) sebanyak 4 orang dan tidak ada responden yang memilih TS (Tidak Setuju).

Berdasarkan nomor item 2, total responden memilih SS (Sangat Setuju) sebanyak 12orang, total responden memilih S (Setuju) 68 orang, total responden yang memilih RR (Ragu-Ragu) sebanyak 13 orang, total responden yang memilih TS (Tidak Setuju) sebanyak 7 orang dan tidak ada respoiden yang memilih STS (Sangat Tidak Setuju).

Berdasarkan nomor item 3, total responden memilih SS (Sangat Setuju) sebanyak 11 orang, total responden memilih S (Setuju) 79 orang, total responden yang memilih RR (Ragu-Ragu) sebanyak 10 orang, tidak ada responden yang memilih TS (Tidak Setuju) dan tidak ada responden yang memilih STS (Sangat Tidak Setuju).

Berdasarkan nomor item 4, total responden memilih SS (Sangat Setuju) sebanyak 13 orang, total responden memilih S (Setuju) 10 orang, total responden yang memilih RR (Ragu-Ragu) sebanyak 7 orang, total responden yang memilih STS (Sangat Tidak Setuju) sebanyak 1 orang dan tidak ada responden yang memilih TS (Tidak Setuju).

Berdasarkan nomor item 5, total responden memilih SS (Sangat Setuju) sebanyak 9 orang, total responden memilih S (Setuju) 15 orang,

total responden yang memilih RR (Ragu-Ragu) sebanyak 4 orang, total responden yang memilih TS (Tidak Setuju) sebanyak 3 orang dan tidak ada responden yang memilih STS (Sangat Tidak Setuju).

Berdasarkan nomor item 6, total responden memilih SS (Sangat Setuju) sebanyak 19 orang, total responden memilih S (Setuju) 9 orang, total responden yang memilih RR (Ragu-Ragu) sebanyak 2 orang, total responden yang memilih TS (Tidak Setuju) 1 orang dan tidak ada responden yang memilih STS (Sangat Tidak Setuju).

2. Kualitas Pelayanan

Tabel 4.11
Frekuensi Jawaban Angket Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

Item	Skor Jawaban									
	SS		S		RR		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	2	2%	47	47%	37	37%	14	14%	0	0%
2	6	6%	59	59%	29	29%	5	5%	1	1%
3	6	6%	58	58%	3	30%	5	5%	1	1%
4	5	5%	57	57%	33	33%	5	5%	0	0%
5	5	5%	57	57%	31	31%	6	6%	1	1%
6	5	5%	60	60%	30	30%	5	5%	0	0%

Sumber: Data angket yang diolah, 2019.

Dari tabel diatas diketahui dari 100 orang responden, jumlah responden berdasarkan nomor item 1, total responden memilih SS (Sangat Setuju) sebanyak 8 orang, total responden memilih S (Setuju) 19 orang, total responden yang memilih RR (Ragu-Ragu) sebanyak 1 orang, total responden yang memilih TS (Tidak Setuju) sebanyak 2 orang dan total responden yang memilih STS (Sangat Tidak Setuju) sebanyak 1 orang.

Berdasarkan nomor item 2, total responden memilih SS (Sangat Setuju) sebanyak 12 orang, total responden memilih S (Setuju) 15 orang, total responden yang memilih RR (Ragu-Ragu) sebanyak 3 orang, total responden yang memilih STS (Sangat Tidak Setuju) sebanyak 1 orang dan tidak ada responden yang memilih TS (Tidak Setuju).

Berdasarkan nomor item 3, total responden memilih SS (Sangat Setuju) sebanyak 9 orang, total responden memilih S (Setuju) 15 orang, total responden yang memilih RR (Ragu-Ragu) sebanyak 6 orang, total responden yang memilih TS (Tidak Setuju) sebanyak 1 orang dan tidak ada responden yang memilih STS (Sangat Tidak Setuju).

Berdasarkan nomor item 4, total responden memilih SS (Sangat Setuju) sebanyak 12 orang, total responden memilih S (Setuju) 17 orang, total responden yang memilih RR (Ragu-Ragu) sebanyak 1 orang, total responden yang memilih TS (Tidak Setuju) sebanyak 1 orang dan tidak ada responden yang memilih STS (Sangat Tidak Setuju).

Berdasarkan nomor item 5, total responden memilih SS (Sangat Setuju) sebanyak 13 orang, total responden memilih S (Setuju) 17 orang, total responden yang memilih RR (Ragu-Ragu) sebanyak 1 orang, dan tidak ada responden yang memilih TS (Tidak Setuju) dan STS (Sangat Tidak Setuju).

Berdasarkan nomor item 6, total responden memilih SS (sangat setuju) sebanyak 10 orang, total responden memilih S (setuju) 19 orang, total responden yang memilih RR (Ragu-Ragu) sebanyak 2 orang, dan

tidak ada responden yang memilih TS (Tidak Setuju) dan STS (Sangat Tidak Setuju).

3. Keputusan nasabah menabung

Tabel 4.12
Frekuensi Jawaban Angket Variabel Keputusan Nasabah (Y)

Item	Skor Jawaban									
	SS		S		RR		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	9	9%	59	59%	26	26%	6	6%	0	0%
2	12	12%	58	58%	29	29%	1	1%	0	0%
3	11	11%	70	70%	18	18%	1	1%	0	0%
4	8	8%	40	40%	44	44%	8	8%	0	0%
5	13	13%	75	75%	11	11%	1	1%	0	0%
6	22	22%	70	70%	7	7%	1	1%	0	0%

Sumber: Data angket yang diolah, 2019.

Dari tabel diatas diketahui dari 100 orang responden, jumlah responden berdasarkan nomor item 1, total responden memilih SS (Sangat Setuju) sebanyak 9 orang, total responden memilih S (Setuju) 59 orang, total responden yang memilih RR (Ragu-Ragu) sebanyak 26 orang, total responden yang memilih TS (Tidak Setuju) sebanyak 6 orang dan tidak ada responden yang memilih STS (Sangat Tidak Setuju).

Berdasarkan nomor item 2, total responden memilih SS (Sangat Setuju) sebanyak 12 orang, total responden memilih S (Setuju) 58 orang, total responden yang memilih RR (Ragu-Ragu) sebanyak 29 orang, total 1 orang responden yang memilih TS (Tidak Setuju) dan tidak ada responden yang memilih STS (Sangat Tidak Setuju).

Berdasarkan nomor item 3, total responden memilih SS (Sangat Setuju) sebanyak 11 orang, total responden memilih S (Setuju) 70 orang,

total responden yang memilih RR (Ragu-Ragu) 18 orang, total responden yang memilih TS (Tidak Setuju) 1 orang dan tidak ada responden yang memilih STS (Sangat Tidak Setuju).

Berdasarkan nomor item 4, total responden memilih SS (Sangat Setuju) sebanyak 8 orang, total responden memilih S (Setuju) 40 orang, total responden yang memilih RR (Ragu-Ragu) sebanyak 44 orang, total responden yang memilih TS (Tidak Setuju) 8 orang dan tidak ada responden yang memilih STS (Sangat Tidak Setuju).

Berdasarkan nomor item 5, total responden memilih SS (Sangat Setuju) sebanyak 13 orang, total responden memilih S (Setuju) 75 orang, total responden yang memilih RR (Ragu-Ragu) sebanyak 11 orang, total responden yang memilih TS (Tidak Setuju) 1 orang dan tidak ada STS (Sangat Tidak Setuju).

Berdasarkan nomor item 6, total responden memilih SS (Sangat Setuju) sebanyak 22 orang, total responden memilih S (Setuju) 70 orang, total responden yang memilih RR (Ragu-Ragu) sebanyak 7 orang, total responden yang memilih TS (Tidak Setuju) sebanyak 1 orang dan tidak ada responden yang memilih STS (Sangat Tidak Setuju).

D. Analisis Data

Penelitian ini didasarkan pada data angket yang disebarkan ke nasabah lembaga keuangan mikro syariah di Tulungagung, yang diwakili oleh nasabah BMT Pahlawan Tulungagung, dan BMT Istiqomah yang kemudian dilakukan

analisis pada data yang diperoleh, yaitu melalui variabel independen yang terdiri dari segmentasi pasar geografis, demografis dan psikografis terhadap variabel dependen berupa keputusan nasabah menabung. Kemudian perhitungan variabel-variabelnya diolah dengan menggunakan program SPSS 16.0. Berikut ini deskripsi statistik berdasarkan data yang telah diolah dengan menggunakan SPSS:

1. Uji Validitas dan Reliabelitas

a. Uji Validitas

Nilai-nilai validitas masing-masing butir pertanyaan atau pernyataan dapat dilihat pada nilai *Corrected Item-Total Correlation* masing-masing butir pertanyaan seperti penjelasan dari Nugroho dengan membandingkan dengan nilai r tabel pada signifikansi 5%. Dengan jumlah $N=31$ maka nilai *Corrected Item-Total Correlation* dibandingkan dengan r tabel, yaitu 0,355. “Kuesioner dikatakan valid jika nilai *Corrected Item-Total Correlation* > r tabel”.⁶ Berdasarkan jendela *Item-TotalStatistic* nilai *Corrected Item-Total Correlation* masing-masing butir pertanyaan adalah:

Tabel 4.13
Uji Validitas Instrumen Segmentasi Geografik (X1)

Item-Total Statistics		
	Corrected Item-Total Correlation	Keterangan
Q1	.492	Valid

⁶ Agus EkoSujianto, *Aplikasi Statistik*, (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2009), hlm 105.

Q2	.491	Valid
Q3	.297	Valid
Q4	.273	Valid
Q5	.492	Valid
Q6	.491	Valid

Sumber: Data angket yang diolah, 2019.

Berdasarkan tabel diatas, nilai *Corrected Item-Total Correlation* pada variabel geografia, pertanyaan 1 ($0,594 > 0,355$), pertanyaan 2 ($0,697 > 0,355$), pertanyaan 3 ($0,633 > 0,355$), pertanyaan 4 ($0,812 > 0,355$), pertanyaan 5 ($0,467 > 0,355$), dan pertanyaan 6 ($0,455 > 0,355$). Semua nilai pada *Corrected Item-Total Correlation* dinyatakan positif dan lebih besar dibandingkan dengan 0,355 sehingga dapat dikatakan dalam penelitian ini semua item pertanyaan dalam instrumen penelitian variabel segmentasi geografis memenuhi persyaratan validitas.

Tabel 4.14
Uji Validitas Instrumen Segmentasi demografis (X2)

Item-Total Statistics		
	Corrected Item-Total Correlation	Keterangan
Q1	.417	Valid
Q2	.924	Valid
Q3	.923	Valid
Q4	.891	Valid
Q5	.882	Valid
Q6	.894	Valid

Sumber: Data angket yang diolah, 2019.

Berdasarkan tabel diatas, nilai *Corrected Item-Total Correlation* pada variabel demografis, pertanyaan 1 ($0,588 > 0,355$), pertanyaan 2

(0,447>0,355), pertanyaan 3 (0,522>0,355), pertanyaan 4 (0,500>0,355), pertanyaan 5 (0,426>0,355), dan pertanyaan 6 (0,506>0,355). Semua nilai pada *Corrected Item-Total Correlation* dinyatakan positif dan lebih besar dibandingkan dengan 0,355 sehingga dapat dikatakan dalam penelitian ini semua item pertanyaan dalam instrumen penelitian variabel segmentasi demografis memenuhi persyaratan validitas.

Tabel 4.15
Uji Validitas Instrumen keputusan Nasabah (Y)

Item-Total Statistics		
	Corrected Item-Total Correlation	Keterangan
Q1	.390	Valid
Q2	.541	Valid
Q3	.445	Valid
Q4	.429	Valid
Q5	.473	Valid
Q6	.266	Valid

Sumber: Data angket yang diolah, 2019.

Berdasarkan tabel diatas, nilai *Corrected Item-Total Correlation* pada variabel keputusan nasabah, pertanyaan 1 (0,646>0,355), pertanyaan 2 (0,660>0,355), pertanyaan 3 (0,539>0,355), pertanyaan 4 (0,753>0,355), pertanyaan 5 (0,678>0,355), dan pertanyaan 6 (0,567>0,355). Semua nilai pada *Corrected Item-Total Correlation* dinyatakan positif dan lebih besar dibandingkan dengan 0,355 sehingga dapat dikatakan dalam penelitian ini semua item pertanyaan dalam instrumen penelitian variabel keputusan nasabah menabung memenuhi persyaratan validitas.

b. Uji Reliabelitas

Reliabilitas instrumen adalah hasil pengukuran yang dapat dipercaya. Reliabilitas instrumen diperlukan untuk mendapatkan data sesuai tujuan pengukuran dengan menggunakan metode *Cronbach's Alpha*. Seperti yang dikemukakan oleh Nugroho dan Suyuti bahwa “Kuesioner dinyatakan reliabel jika mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6”.⁷ Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel-tabel dibawah ini:

Tabel 4.16
Uji Reliabilitas Instrumen Marketing Mix, Kualitas Pelayanan, dan keputusan nasabah
Item-Total Statistics

	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Keterangan
Marketing Mix (X1)	.692	Sangat Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	.936	Sangat Reliabel
Keputusan Nasabah Menabung (Y)	.688	Sangat Reliabel

Sumber: Data angket yang diolah, 2019.

Berdasarkan tabel diatas, nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel X1 (Marketing Mix) sebesar 0,692, variabel X2 (Kualitas Pelayanan) sebesar 0,936, , dan variabel Y (keputusan nasabah menabung) sebesar 0,688. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach'a Alpha* dari masing-masing variabel lebih dari 0,60 ($\alpha > 0,60$) atau Nilai *cronbach's alpha* 0,61 s.d. 0,80, berarti *reliable*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel X1, X2, dan Y adalah reliabel.

⁷ Ibid, hlm 97.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Pada uji normalitas data ini digunakan pendekatan Kolmogorov-Smirnov yang dipadukan dengan kurva *Normal P-P Plot*. Oleh karena itu untuk mengetahui uji normalitas data dapat dilihat tabel dibawah ini:

Tabel 4.17
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.14594334
Most Extreme Differences	Absolute	.052
	Positive	.050
	Negative	-.052
Kolmogorov-Smirnov Z		.520
Asymp. Sig. (2-tailed)		.949

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.
- This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data angket yang diolah, 2019.

Berdasarkan tabel 4.22 output spss dengan menggunakan metode *Kolmogorov Smirnov*. dapat diketahui bahwa data tersebut berdistribusi normal, hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi (*Asymp. Sig 2-tailed*) sebesar 0,949 dengan dibandingkan dengan 0,05 (menggunakan taraf signifikan 5%).

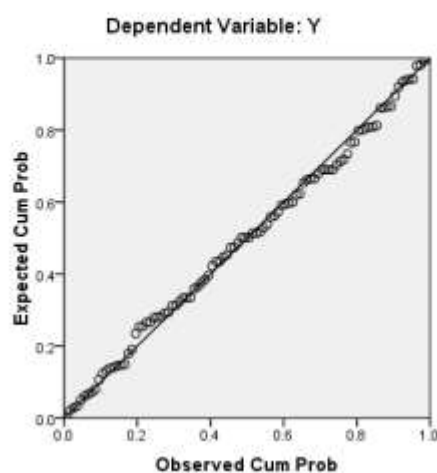
- Nilai Sig. atau signifikansi atau nilai probabilitas $< 0,05$ distribusi data adalah tidak normal.

b. Nilai Sig. atau signifikansi atau nilai probabilitas $> 0,05$ distribusi data adalah normal.

Dengan demikian dari tabel 4.22 nilai Sig sebesar $0,949 > 0,05$ maka data dikatakan berdistribusi normal.

Gambar 4.7
Uji Normalitas Data

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber: Data angket yang diolah, 2019.

Dari hasil uji normalitas data menggunakan kurva P-P Plot, pada normalitas data dengan Normal P-P Plot (gambar 4.7) menunjukkan bahwa gambar tersebut berdistribusi dengan titik-titik data yang menyebar disekitar garis diagonal dan titik-titik data menyebar searah mengikuti garis diagonal. Sehingga data pada semua variabel dinyatakan normal.

b. Uji Multikolinieritas

“Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen”.⁸

Multikolinieritas adalah uji asumsi klasik yang digunakan untuk analisis regresi berganda yang terdiri atas dua atau lebih variabel bebas, yang diukur tingkat asosiasi (keeratan) hubungan atau pengaruh antar variabel bebas tersebut melalui besaran koefisien korelasi (r).

“Dikatakan tidak terjadi Multikolinieritas jika nilai $r < 0,6$ atau dapat diketahui melalui SPSS dengan melihat tabel *coefficients* pada kolom VIF (*Variance Inflation Factor*)”.⁹ Jika nilai VIF < 10 , maka Multikolinieritas tidak terjadi. Berikut hasil uji multikolinieritas masing-masing variabel dilihat dari tabel *coefficients*:

Tabel 4.21
Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	.999	1.001
	X2	.999	1.001

a. Dependent Variable: Keputusan

Nasabah

Sumber: Data angket yang diolah, 2019.

⁸ *Ibid*, hlm 177.

⁹ *Ibid*, hlm 197.

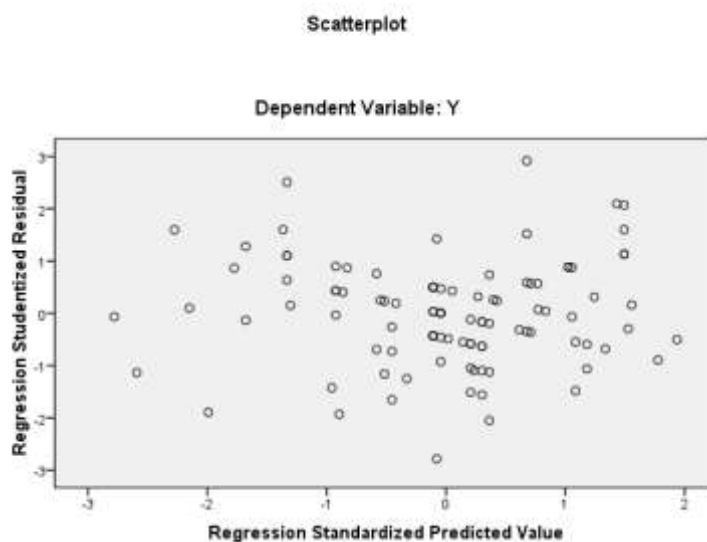
Dari hasil tabel *Coefficient* diatas pada kolom VIF didapatkan hasil sebesar 1,001 (variabel Marketing Mix), dan 1,001 (variabel Kualitas Pelayanan). Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel tersebut terbebas dari asumsi klasik multikolinearitas, karena nilai masing-masing variabel pada kolom VIF kurang dari 10 ($VIF < 10$).

c. Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika residualnya mempunyai varian yang sama disebut terjadi homoskedastisitas, tetapi jika variannya tidak sama atau berbeda maka terjadi heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar *scatterplot* model tersebut.¹⁰ Heteroskedastisitas terjadi jika pada *scatterplot* titik-titik mempunyai pola yang teratur baik menyempit, melebar, maupun bergelombang. Dan tidak terjadi Hetero jika titik-titik pada scatterplot memiliki pola yang tidak teratur.

¹⁰Agus Widarjon, *Analisis Statistika Multivariant Terapan*, (Yogyakarta: STIE YKPN, 2010), hlm 111.

Gambar 4.8
Uji Heterokedastisitas



Sumber: Data angket yang diolah, 2019.

Pada gambar *scatterplot* diatas terlihat bahwa titik-titik menyebar tidak membentuk pola yang teratur. Jadi tidak terjadi heteroskedastisitas. Dengan demikian, baik asumsi normalitas dan asumsi klasik dengan uji multikolinearitas dan heteroskedastisitas dalam model regresi dapat terpenuhi.

3. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen dan variabel dependen. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Persamaan

regresi linear berganda adalah $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$. Menggunakan program SPSS didapatkan hasil sebagai berikut:

4.22 Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.260	2.488		5.733	.000
	X1	.426	.091	.429	4.696	.000
	X2	.465	.095	.401	4.105	.002

a. Dependent Variable:
Keputusan Nasabah

Sumber: Data angket yang diolah, 2019.

Dari hasil diatas, jika ditulis persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$$Y = 14,260 + 0,426X_1 + 0,465X_2$$

Dimana,

Y : keputusan nasabah menabung

X1 : Marketing Mix

X2 : Kualitas Pelayanan

Keterangan:

- a. Konstanta sebesar 14,260 menyatakan bahwa jika tidak ada ketiga variabel independen atau ketiganya dalam keadaan konstan (nol),

maka keputusan nasabah menabung bernilai 2.488 satuan. Karena nilai konstanta bernilai negatif, artinya keputusan nasabah menabung akan mengalami penurunan apabila Marketing Mix dan kualitas pelayanan adalah nol atau tidak ada.

- b. Koefisien regresi X1 (Marketing Mix) sebesar 0,426 artinya apabila segmentasi pasar geografis meningkat dengan satu satuan maka keputusan nasabah menabung akan meningkat sebesar 0,426 satuan.
- c. Koefisien regresi X2 (kualitas pelayanan) sebesar 0,465 artinya apabila segmentasi pasar demografis meningkat dengan satu satuan maka keputusan nasabah menabung akan meningkat sebesar 0,465 satuan

4. Uji Hipotesis

- a. Uji t

Gambar 4.23
Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.260	2.488		5.733	.000
	X1	.426	.091	.429	4.696	.000
	X2	.465	.095	.401	4.105	.002

a. Dependent Variable:
keputusan nasabah
menabung

Berdasarkan hasil dari tabel 4.23 yang kemudian di bandingkan dengan t tabel dengan taraf signifikansi 5% yaitu 1,985 di dapatkan hasil sebagai berikut:

- 1) Pengaruh Marketing Mix (X1) keputusan nasabah menabung (Y).

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 4.23 dilihat bahwa t hitung X1 (Marketing Mix) adalah $4,696 > t$ tabel 1,985 maka berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung, dan nilai signifikan Marketing Mix = $0,000 < 0,05$ maka signifikan terhadap keputusan nasabah menabung.

Maka keputusannya H_0 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien Marketing mix secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah menabung. Hal ini sekaligus menunjukkan bahwa hipotesis “terdapat pengaruh yang signifikan Marketing mix terhadap keputusan nasabah menabung BMT Pahlawan dan BMT Istiqomah Tulungagung” telah teruji.

- 2) Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) keputusan nasabah menabung (Y).

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 4.23 dilihat bahwa t hitung X2 (Kualitas Pelayanan) adalah $4,105 > t$ tabel 1,985 maka berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung, dan nilai signifikan Kualitas Pelayanan = $0,002 < 0,05$ maka signifikan terhadap keputusan nasabah menabung.

Maka keputusannya H_0 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah menabung. Hal ini sekaligus menunjukkan bahwa hipotesis “terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah menabung BMT Pahlawan dan BMT Istiqomah Tulungagung” telah teruji.

b. Uji F

Tabel 4.24
Uji F

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	107.938	2	53.969	11.483	.000 ^a
	Residual	455.902	97	4.700		
	Total	563.840	99			

a. Predictors: (Constant), Marketing Mix, dan Kualitas pelayanan

b. Dependent Variable:
Keputusan nasabah menabung

Sumber: Data angket yang diolah, 2019.

Berdasarkan hasil dari tabel 4.24, nilai F hitung sebesar 11,483 dan dibandingkan dengan F tabel yaitu 3,09, dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Sehingga diketahui bahwa ($11,483 > 3,09$) dan nilai sig. (0,000) lebih kecil dari taraf signifikansi ($\alpha = 0,05$). Hasil uji statistik menunjukkan bahwa variabel independen (marketing mix dan kualitas

pelayanan) secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen keputusan nasabah menabung BMT Pahlawan dan BMT Istiqomah Tulungagung.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis “terdapat pengaruh yang signifikan antara marketing mix dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan nasabah menabung pada BMT Pahlawan dan BMT Istiqomah Tulungagung.” telah teruji

5. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk mengetahui marketing mix (X_1), dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap keputusan nasabah menabung (Y). Nilai koefisien determinasi diantara 0 sampai 1, dimana semakin mendekati angka 1 nilai koefisien determinasi maka pengaruh marketing mix (X_1), dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap keputusan nasabah menabung (Y) semakin kuat. Dan sebaliknya, semakin mendekati angka 0 nilai koefisien determinasi maka pengaruh marketing mix (X_1), dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap keputusan nasabah menabung (Y) semakin lemah.¹¹.

Tabel 4.25
Uji koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.438 ^a	.191	.175	2.168

a. Predictors: (Constant), X1, X2

b. Dependent Variable: Y

¹¹ Singgih Santoso, *Seri Solusi Bisnis Berbasis TI Menggunakan SPSS untuk Statistik Parametrik*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2006), hlm 37.

Sumber: Data angket yang diolah, 2019.

Dalam tabel 4.25 diketahui nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,191 artinya bahwa variabel marketing mix dan kualitas pelayanan secara bersama-sama mempengaruhi keputusan nasabah menabung BMT Paalawan dan BMT Istiqomah sebesar 19,1%, sedangkan sisanya sebesar (100% - 19,1% = 80,9%) dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.