BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Singkat Objek Penelitian

1. LKS ASRI Plosokandang

Lembaga Keuangan Syariah Amanah Syariah Islam (LKS ASRI) Tulungagung terletak di Jalan Mayor Sujadi Timur 45 Plosokandang Kedungwaru Tulungagung. Tepatnya disebelah selatan perempatan pertama barat kampus IAIN Tulungagung. Lembaga keuangan Syariah "Amanah Syariah Islam (LKS ASRI)" merupakan lembaga keuangan yang berbasis syariah berdiri pada tahun 2009 yang diprakarsai oleh Drs. Mubadi yang sekarang ini menjabat sebagai pimpinan di LKS ASRI. Beliau melakukan kerjasama dengan Bapak Leksana Agus Widodo SE, yaitu sebagai manager LKS ASRI, sebelum menjadi manager di LKS ASRI, bapak Leksana juga pernah bekerja dibisnis yang sama namun di lembaga keuangan yang berbeda yaitu di Bank Nusamba kurang lebih selama enam tahun.

Dengan berbekal pengalaman tersebut serta pernah mengikuti pelatihan-pelatihan perbankan syariah, akhirnya beliau berkeinginan untuk membuka koperasi yang menggunakan sistem syariah yang didirikan pada tanggal 9 September 2009 yaitu Lembaga Keuangan Syariah amanah Syariah Islam yang lebih dikenal dengan sebutan LKS ASRI. Pada awalnya LKS ASRI hanya membuka satu kantor yang ada di jalan Mayor

Sujadi Timur 45 Plosokandang Kedungwaru Tulungagung, namun dengan semakin besarnya harapan untuk berkembang dan semakin banyak minat para nasabah untuk menggunakan jasa lembaga ini akhirnya dibukalah cabang baru yang ada di kecamatan Kauman dan Sendang. Kedua cabang tersebut masih berlokasi di Kabupaten tulungagung.[124]

2. BMT Istiqomah Karangrejo

Cikal bakal Koperasi Muamalah Syari'ah (Komsyah) "Istiqomah" adalah *Baitul Maal Wat Tamwil Istiqomah*, yaitu sebuah Kelompok Swadaya Masyarakat (KSM) sebagai Lembaga Ekonomi Rakyat (LER). *Baitul Maal Wat Tamwil Istiqomah* didirikan pada tanggal 3 Maret 2001 yang dibidangi 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 *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT) Istiqomah hanya bermodalkan dana Rp. 15.000.000,00 yang dihimpun dari para anggota. Perlengkapan kantorpun masih sangat sederhana, yang kesemuanya merupakan hibah dan pinjaman dari para anggota juga. Demikian pula adanya tentang kantor, menyewa kepada salah satu anggota masyarakat dengan biaya sewa secara kekeluargaan. Selebihnya adalah semangat para pengurus dan karyawan untuk menghidupkan dan mengembangkan *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT) dengan imbalan yang

[124] Buku laporan tahunan LKS ASRI Plosokandang tahun 2018.

tidak jelas entah sampai kapan. Dalam waktu singkat ternyata sambutan masyarakat sangat luar biasa. Sehingga dirasa perlu untuk mengembangkan pelayanan dengan meningkatkan status badan hukum dari Kelompok Swadaya Masyarakat (KSM) menjadi koperasi. Upaya ini dilakukan dengan konsultasi dan koordinasi secara intensif dengan Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM) Pemerintah Kabupaten Tulungagung.[125]

B. Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini digunakan untuk lebih memahami hasil penelitian yang dilakukan, karena peneliti membutuhkan data deskriptif responden untuk menggambarkan situasi dan kondisi responden yang dapat memberikan informasi tambahan dari pernyataan identitas responden. Penggolongan yang dilakukan terhadap responden bertujuan untuk mengetahui secara jelas mengenai gambaran responden sebagai objek penelitian. Gambaran umum responden diuraikan sebagai berikut:

1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin Responden Pada LKS ASRI Plosokandang dan BMT Istiqomah Karangrejo

Adapun data mengenai jenis kelamin responden nasabah pembiayaan *murabahah* adalah sebagai berikut:

[125] Buku laporan tahunan BMT Istiqomah Karangrejo tahun 2018

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

LKS ASRI Plosokandang				BMT Istiqomah Krangrejo		
No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1.	Laki-laki	30	39%	Laki-laki	25	35%
2.	Perempuan	47	61%	Perempuan	46	65%
Total		77	100%	Total	71	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dari tabel 4.1 di atas dapat diketahui bahwa jenis kelamin nasabah LKS ASRI Plosokandang ada 77 responden, jumlah responden yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 30 atau 39% dan responden yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 47 atau 61%. Pada BMT Istiqomah Karangrejo dapat diketahu jenis kelamin nasabah ada 71 responden, jumlah responden yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 25 atau 35% dan responden yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 46 atau 65%.

2. Karakteristik Berdasarkan Usia Responden Pada LKS ASRI Plosokandang dan BMT Istiqomah Karangrejo

Adapun data mengenai usia responden nasabah pembiayaan *murabahah* adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

LKS ASRI Plosokandang				BMT Istiqomah Krangrejo		
No.	Usia Responden	Jumlah	Presentase	Usia Responden	Jumlah	Presentase
1.	< 20 tahun	0	0%	< 20 tahun	0	0%
2.	20 – 30 tahun	5	6%	20 – 30 tahun	10	15%
3.	31 – 40 tahun	50	65%	31 – 40 tahun	37	52%
4.	41 – 50 tahun	20	26%	41 – 50 tahun	23	32%
5.	50 tahun ke atas	2	3%	50 tahun ke atas	1	1%
Total		77	100%	Total	71	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dari tabel 4.2 di atas dapat diketahui bahwa jumlah persentase responden berdasarkan usia, pada LKS ASRI Plosokandang dapat dilihat dari data di atas bahwa sebagian besar usia responden 31-40 tahun sejumlah 50 atau 65%, pada usia 20-30 tahun sejumlah 5 responden atau 6%, untuk usia 41-50 tahun sejumlah 20 responden atau 26%, sedangkan untuk usia diatas 50 tahun sejumlah 2 responden atau 3%. Pada BMT Istiqomah Karangrejo jumlah responden berdasarkan usia, dari data di atas dapat dilihat bahwa sebagian besar usia responden 31-40 tahun sejumlah 37 atau 52%, pada usia 20-30 tahun sejumlah 10 responden atau 15%, untuk usia 41-50 tahun sejumlah 23 responden atau 32%, sedangkan untuk usia diatas 50 tahun sejumlah 1 responden atau 1%.

3. Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Responden Pada LKS ASRI Plosokandang dan BMT Istiqomah Karangrejo

Adapun data mengenai pendidikan responden nasabah pembiayaan *murabahah* adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

LKS ASRI Plosokandang				BMT Istiqomah Krangrejo		
No.	Pendidikan	Jumlah	Presentase	Pendidikan	Jumlah	Presentase
1.	SD	10	13%	SD	14	20%
2.	SMP	22	29%	SMP	17	24%
3.	SMA	42	55%	SMA	33	46%
4.	Sarjana	3	3%	Sarjana	7	10%
Total		77	100%	Total	71	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dari tabel 4.3 di atas dapat diketahui bahwa pada LKS ASRI Plosokandang pendidikan responden yang paling banyak adalah berlatar pendidikan SMA dengan jumlah 42 responden atau 55%. Pendidikan SD sebanyak 10 responden atau 13%. Diikuti dengan pendidikan SMP sebanyak 22 responden atau 29%. Sedangkan sebanyak 3 responden atau 3% berpendidikan Sarjana. Pada BMT Istiqomah Karangrejo menunjukkan bahwa pendidikan responden yang paling banyak adalah berlatar pendidikan SMA dengan jumlah 33 responden atau 46%. Pendidikan SD sebanyak 14 responden atau 20%. Diikuti dengan pendidikan SMP sebanyak 17 responden atau 24%. Sedangkan sebanyak 7 responden atau 10% berpendidikan Sarjana.

4. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan Responden Pada LKS ASRI Plosokandang dan BMT Istiqomah Karangrejo

Adapun data mengenai pekerjaan responden nasabah pembiayaan *murabahah* adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

LKS ASRI Plosokandang				BMT Istiqomah Krangrejo		
No.	Pekerjaan	Jumlah	Presentase	Pekerjaan	Jumlah	Presentase
1.	PNS	7	9%	PNS	11	15%
2.	Pegawai Swasta	32	42%	Pegawai Swasta	25	35%
3.	Wiraswasta	20	26%	Wiraswasta	29	41%
4.	Lain-lain	18	23%	Lain-lain	6	9%
Total		77	100%	Total	71	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dari tabel 4.4 di atas dapat diketahui, pada LKS ASRI Plosokandang jumlah responden yang pekerjaannya PNS sebanyak 7 responden atau 9%. Responden dengan jenis pekerjaan pegawai swasta sebanyak 32 responden atau 42%. Responden dengan jenis pekerjaan wiraswasta sebanyak 20 responden atau 26%. Sedangkan sebanyak 18 responden atau 23% merupakan responden dengan jenis pekerjaan lain-lain. Pada BMT Istiqomah Karangrejo dapat diketahui bahwa jumlah responden yang pekerjaannya PNS sebanyak 11 responden atau 15%. Responden dengan jenis pekerjaan pegawai swasta sebanyak 25 responden atau 35%. Responden dengan jenis pekerjaan wiraswasta sebanyak 29 responden atau 41%. Sedangkan sebanyak 6 responden atau 9% merupakan responden dengan jenis pekerjaan lain-lain.

5. Karakteristik Berdasarkan Penghasilan Responden Pada LKS ASRI Plosokandang dan BMT Istiqomah Karangrejo

Adapun data mengenai penghasilan responden nasabah pembiayaan *murabahah* adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan

LKS ASRI Plosokandang				BMT Istiqomah Krangrejo		
No.	Penghasilan	Jumlah	Presentase	Penghasilan	Jumlah	Presentase
1.	< 500 ribu	2	3%	< 500 ribu	17	24%
2.	≥ Rp. 500 ribu – Rp. 1 juta	14	18%	≥ Rp. 500 ribu – Rp. 1 juta	12	16%
3.	≥ Rp. 1 juta – Rp. 2 juta	31	40%	≥ Rp. 1 juta – Rp. 2 juta	29	41%
4.	≥ Rp. 2 juta – Rp. 5 juta	29	38%	≥ Rp. 2 juta – Rp. 5 juta	10	14%
5.	Lebih dari 5 juta	1	1%	Lebih dari 5 juta	3	5%
Total		77	100%	Total	71	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dari tabel 4.5 di atas dapat diketahui, pada LKS ASRI Plosokandang bahwa dari 77 responden, jumlah responden dengan tingkat penghasilan < 500 ribu sebanyak 2 responden atau 3%. Responden dengan tingkat penghasilan ≥ Rp. 500 ribu – Rp. 1 juta sebanyak 14 responden atau 18%. Responden dengan tingkat penghasilan ≥ Rp. 1 juta – Rp. 2 juta sebanyak 31 responden atau 40%. Responden dengan tingkat penghasilan ≥ Rp. 2 juta – Rp. 5 juta sebanyak 29 responden atau 38%. Sedangkan responden dengan tingkat penghasilan lebih dari 5 juta sebanyak 1 responden atau 1%. Pada BMT Istiqomah Karangrejo dapat diketahui bahwa dari 71 responden, jumlah responden dengan tingkat penghasilan < 500 ribu sebanyak 17 responden atau 24%. Responden dengan tingkat penghasilan ≥ Rp. 500 ribu – Rp. 1 juta sebanyak 12 responden atau 16%. Responden dengan tingkat penghasilan ≥ Rp. 1 juta – Rp. 2 juta sebanyak 29 responden atau 41%. Responden dengan tingkat penghasilan ≥ Rp. 2 juta – Rp. 5 juta sebanyak 10 responden atau 14%. Sedangkan responden dengan tingkat penghasilan lebih dari 5 juta sebanyak 3 responden atau 5%.

C. Deskripsi Variabel

1. Deskripsi Variabel Penelitian Pada LKS ASRI Plosokandang

Berdasarkan hasil penelitian dari empat variabel yang diajukan, dapat diketahui gambaran tanggapan nasabah terhadap LKS ASRI Plosokandang. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel-tabel berikut:

a) Variabel Etika Pemasaran Islam (X_1)

Tabel 4.6
Tanggapan Responden Tentang Variabel Etika Pemasaran Islam (X_1) di LKS ASRI Plosokandang

No.	Bobot	Skor	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat setuju	5	73	16%
2.	Setuju	4	230	49%
3.	Ragu-ragu	3	153	33%
4.	Tidak setuju	2	3	1%
5.	Sangat tidak setuju	1	3	1%
Total			462	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.6 menunjukkan bahwa untuk variabel etika pemasaran Islam yang diwakili oleh 6 item penyataan sebanyak 16% responden menyatakan sangat setuju, 49% responden menyatakan setuju, 33% responden menyatakan ragu-ragu, 1% responden menyatakan tidak setuju dan 1% responden menyatakan sangat tidak setuju. Dari pernyataan ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden pada LKS ASRI Plosokandang menjawab setuju terkait dengan variabel etika pemasaran Islam.

b) Variabel Pelayanan Prima (X_2)

Tabel 4.7
Tanggapan Responden Tentang Variabel Pelayanan Prima (X_2) di LKS ASRI Plosokandang

No.	Bobot	Skor	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat setuju	5	91	20%
2.	Setuju	4	251	54%
3.	Ragu-ragu	3	120	26%
4.	Tidak setuju	2	0	0%
5.	Sangat tidak setuju	1	0	0%
Total			462	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.7 menunjukkan bahwa untuk variabel pelayanan prima yang diwakili oleh 6 item penyataan sebanyak 20% responden menyatakan sangat setuju, 54% responden menyatakan setuju, 26% responden menyatakan ragu-ragu, 0% responden menyatakan tidak setuju dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju. Dari pernyataan ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden pada LKS ASRI Plosokandang menjawab setuju terkait dengan variabel pelayanan prima.

c) Variabel Tingkat Margin (X_3)

Tabel 4.8
Tanggapan Responden Tentang Variabel Tingkat Margin (X_3) di LKS ASRI Plosokandang

No.	Bobot	Skor	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat setuju	5	109	24%
2.	Setuju	4	320	70%
3.	Ragu-ragu	3	16	3%
4.	Tidak setuju	2	16	3%
5.	Sangat tidak setuju	1	1	0%
Total			462	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.8 menunjukkan bahwa untuk variabel tingkat margin yang diwakili oleh 6 item penyataan sebanyak 24% responden menyatakan sangat setuju, 70% responden menyatakan setuju, 3% responden menyatakan ragu-ragu, 3% responden menyatakan tidak setuju dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju. Dari pernyataan ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden pada LKS ASRI Plosokandang menjawab setuju terkait dengan variabel tingkat margin.

d) Variabel Keputusan Nasabah (Y)

Tabel 4.9
Tanggapan Responden Tentang Variabel Keputusan Nasabah (Y) di LKS ASRI Plosokandang

No.	Bobot	Skor	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat setuju	5	112	24%
2.	Setuju	4	226	49%
3.	Ragu-ragu	3	96	21%
4.	Tidak setuju	2	28	6%
5.	Sangat tidak setuju	1	0	0%
Total			462	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.9 menunjukkan bahwa untuk variabel keputusan nasabah yang diwakili oleh 6 item penyataan sebanyak 24% responden menyatakan sangat setuju, 49% responden menyatakan setuju, 21% responden menyatakan ragu-ragu, 6% responden menyatakan tidak setuju dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju. Dari pernyataan ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden pada LKS ASRI Plosokandang menjawab setuju terkait dengan variabel keputusan nasabah.

2. Deskripsi Variabel Penelitian Pada BMT Istiqomah Karangrejo

Berdasarkan hasil penelitian dari empat variabel yang diajukan, dapat diketahui gambaran tanggapan nasabah terhadap BMT Istiqomah Karangrejo. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel-tabel berikut:

a) Variabel Etika Pemasaran Islam (X_1)

Tabel 4.10
Tanggapan Responden Tentang Variabel Etika Pemasaran Islam (X_1) di BMT Istiqomah Karangrejo

No.	Bobot	Skor	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat setuju	5	68	16%
2.	Setuju	4	182	43%
3.	Ragu-ragu	3	173	40%
4.	Tidak setuju	2	3	1%
5.	Sangat tidak setuju	1	0	0%
Total			426	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.10 menunjukkan bahwa untuk variabel etika pemasaran Islam yang diwakili oleh 6 item penyataan sebanyak 16% responden menyatakan sangat setuju, 43% responden menyatakan setuju, 40% responden menyatakan ragu-ragu, 1% responden menyatakan tidak setuju dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju. Dari pernyataan ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden pada BMT Istiqomah Karangrejo menjawab setuju terkait dengan variabel etika pemasaran Islam.

b) Variabel Pelayanan Prima (X_2)

Tabel 4.11
Tanggapan Responden Tentang Variabel Pelayanan Prima (X_2) di BMT Istiqomah Karangrejo

No.	Bobot	Skor	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat setuju	5	116	25%
2.	Setuju	4	224	53%
3.	Ragu-ragu	3	82	19%
4.	Tidak setuju	2	4	3%
5.	Sangat tidak setuju	1	0	0%
Total			426	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.11 menunjukkan bahwa untuk variabel pelayanan prima yang diwakili oleh 6 item penyataan sebanyak 25% responden menyatakan sangat setuju, 53% responden menyatakan setuju, 19% responden menyatakan ragu-ragu, 3% responden menyatakan tidak setuju dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju. Dari pernyataan ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden pada BMT Istiqomah Karangrejo menjawab setuju terkait dengan variabel pelayanan prima.

c) Variabel Tingkat Margin (X3)

Tabel 4.12
Tanggapan Responden Tentang Variabel Tingkat Margin (X_3) di BMT Istiqomah Karangrejo

No.	Bobot	Skor	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat setuju	5	91	21%
2.	Setuju	4	258	61%
3.	Ragu-ragu	3	77	18%
4.	Tidak setuju	2	0	0%
5.	Sangat tidak setuju	1	0	0%
Total			426	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.12 menunjukkan bahwa untuk variabel tingkat margin yang diwakili oleh 6 item penyataan sebanyak 21% responden menyatakan sangat setuju, 61% responden menyatakan setuju, 18% responden menyatakan ragu-ragu, 0% responden menyatakan tidak setuju dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju. Dari pernyataan ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden pada BMT Istiqomah Karangrejo menjawab setuju terkait dengan variabel tingkat margin.

d) Variabel Keputusan Nasabah (Y)

Tabel 4.13
Tanggapan Responden Tentang Variabel Keputusan Nasabah (Y)
di BMT Istiqomah Karangrejo

No.	Bobot	Skor	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat setuju	5	106	25%
2.	Setuju	4	243	57%
3.	Ragu-ragu	3	76	17%
4.	Tidak setuju	2	1	1%
5.	Sangat tidak setuju	1	0	0%
Total			426	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.13 menunjukkan bahwa untuk variabel keputusan nasabah yang diwakili oleh 6 item penyataan sebanyak 25% responden menyatakan sangat setuju, 57% responden menyatakan setuju, 17% responden menyatakan ragu-ragu, 1% responden menyatakan tidak setuju dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju. Dari pernyataan ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden pada BMT Istiqomah Karangrejo menjawab setuju terkait dengan variabel keputusan nasabah.

D. Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

Penelitian ini didasarkan pada data angket yang disebarkan di LKS ASRI Plosokandang dan BMT Istiqomah Karangrejo kepada responden sehingga dapat dilakukan analisis atas data yang diperoleh. Perhitungan variabel-variabelnya dilakukan dengan menggunakan komputer melalui program SPSS versi 16.0.

1. LKS ASRI Plosokandang

a. Uji Validitas dan Reliabilitas

1) Uji Validitas

Uji validitas merupakan analisis untuk mengukur valid atau tidaknya butir-butir kuesioner menggunakan metode *Pearson's Product Moment Correlation* dengan ketentuan data valid jika nilai *corrected item-total correlation* lebih besar dari nilai r tabel, atau dapat juga dilihat menggunakan nilai *p-value* (sig) dibandingkan dengan alpha (5%), dengan ketentuan data valid jika nilai *p-value* (sig) lebih kecil dibandingkan dengan alpha. Berikut hasil dari pengujian validitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.14
Uji Validitas Variabel Etika Pemasaran Islam (X_1) di LKS ASRI Plosokandang

No.	Item	Sig. (2-tailed)	A	Keterangan
1	Pernyataan 1	0,000	0,05	Valid
2	Pernyataan 2	0,000	0,05	Valid
3	Pernyataan 3	0,000	0,05	Valid
4	Pernyataan 4	0,000	0,05	Valid
5	Pernyataan 5	0,000	0,05	Valid
6	Pernyataan 6	0,000	0,05	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui pernyataan 1 sampai 6 dari variabel Etika Pemasaran Islam adalah valid. Hal ini dibuktikan dengan *p-value* (sig) < α, di dapat dari jumlah sampel 77 dengan taraf signifikan 5%. Sehingga, dalam penelitian ini untuk variabel Etika Pemasaran Islam dalam instrument telah

memenuhi persyaratan validitas secara statistik serta dapat mengukur dengan tepat dan cermat.

Tabel 4.15
Uji Validitas Variabel Pelayanan Prima (X_2) di LKS ASRI Plosokandang

No.	Item	Sig. (2-tailed)	A	Keterangan
1	Pernyataan 7	0,000	0,05	Valid
2	Pernyataan 8	0,000	0,05	Valid
3	Pernyataan 9	0,000	0,05	Valid
4	Pernyataan 10	0,000	0,05	Valid
5	Pernyataan 11	0,000	0,05	Valid
6	Pernyataan 12	0,000	0,05	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui pernyataan 7 sampai 12 dari variabel Pelayanan Prima adalah valid. Hal ini dibuktikan dengan *p-value* (sig) < α, di dapat dari jumlah sampel 77 dengan taraf signifikan 5%. Sehingga, dalam penelitian ini untuk variabel Pelayanan Prima dalam instrument telah memenuhi persyaratan validitas secara statistik serta dapat mengukur dengan tepat dan cermat.

Tabel 4.16
Uji Validitas Variabel Tingkat Margin (X_3) di LKS ASRI Plosokandang

No.	Item	Sig. (2-tailed)	A	Keterangan
1	Pernyataan 13	0,000	0,05	Valid
2	Pernyataan 14	0,000	0,05	Valid
3	Pernyataan 15	0,000	0,05	Valid
4	Pernyataan 16	0,000	0,05	Valid
5	Pernyataan 17	0,000	0,05	Valid
6	Pernyataan 18	0,000	0,05	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui pernyataan 13 sampai 18 dari variabel Tingkat Margin adalah valid. Hal ini dibuktikan dengan *p-value* (sig) < α, di dapat dari jumlah sampel 77 dengan taraf signifikan 5%. Sehingga, dalam penelitian ini untuk variabel Tingkat Margin dalam instrument telah memenuhi persyaratan validitas secara statistik serta dapat mengukur dengan tepat dan cermat.

Tabel 4.17
Uji Validitas Variabel Keputusan Nasabah (Y) di LKS ASRI Plosokandang

No.	Item	Sig. (2-tailed)	A	Keterangan
1	Pernyataan 19	0,000	0,05	Valid
2	Pernyataan 20	0,000	0,05	Valid
3	Pernyataan 21	0,000	0,05	Valid
4	Pernyataan 22	0,000	0,05	Valid
5	Pernyataan 23	0,000	0,05	Valid
6	Pernyataan 24	0,000	0,05	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui pernyataan 19 sampai 24 dari variabel Keputusan Nasabah adalah valid. Hal ini dibuktikan dengan *p-value* (sig) < α, di dapat dari jumlah sampel 77 dengan taraf signifikan 5%. Sehingga, dalam penelitian ini untuk variabel Keputusan Nasabah dalam instrument telah memenuhi persyaratan validitas secara statistik serta dapat mengukur dengan tepat dan cermat.

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach's* diukur berdasarkan skala *Alpha Cronbach's* 0 sampai 1. Dari perhitungan diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.18
Uji Reliabilitas di LKS ASRI Plosokandang

Variabel	*Cronbach Alpha*	Keterangan
Etika Pemasaran Islam (X_1)	0,767	Reliabel
Pelayanan Prima (X_2)	0,807	Sangat Reliabel
Tingkat Margin (X_3)	0,760	Reliabel
Keputusan Nasabah (Y)	0,785	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas, nilai *Cronbach Alpha* untuk variabel Etika Pemasaran Islam (X_1) sebesar 0,767 yang berarti reliabel, untuk variabel Pelayanan Prima (X_2) sebesar 0,807 yang berarti sangat reliabel, untuk variabel Tingkat Margin (X_3) sebesar 0,760 yang berarti reliabel dan variabel Keputusan Nasabah (Y) sebesar 0,785 yang berarti reliabel.

b. Uji Normalitas Data

Uji normalitas berguna untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Jika data ternyata tidak berdistribusi normal, maka analisis parametric tidak dapat digunakan. Jika data berdistribusi normal, analisis parametrik termasuk model-model regresi dapat digunakan. Untuk mengetahui normal atau tidaknya sebaran data, maka dilakukan perhitungan uji normalitas sebaran dengan uji statistik

Kolmogorof-Smirnov (K-S). untuk mengetahui normal atau tidaknya sebaran data, maka dikatakan berdistribusi normal jika nilai signifikan > 0,05, sebaliknya jika nilai signifikannya ≤ 0,05 maka sebenarnya dinyatakan tidak normal.

Tabel 4.19
***One Sample Kolmogorov-Smirnov Test* di LKS ASRI Plosokandang**

		X1	X2	X3	Y
N		77	77	77	77
Normal Parameters[a]	Mean	25.0000	23.5974	23.4805	23.4805
	Std. Deviation	2.63079	2.88033	3.05481	3.61506
Most Extreme Differences	Absolute	.157	.126	.129	.096
	Positive	.157	.126	.129	.054
	Negative	-.157	-.067	-.080	-.096
Kolmogorov-Smirnov Z		1.379	1.106	1.134	.847
Asymp. Sig. (2-tailed)		.145	.173	.152	.471

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dari tabel *One-Sampel Kolmogorov-Smirnov Test* diperoleh angka probabilitas atau *Asymp.Sig.* (*2-tailed*). Nilai dibandingkan dengan 0,05 (dalam kasus ini menggunakan taraf signifikansi atau α = 5%).

Berdasarkan data di atas, Sig. data dari variabel Etika Pemasaran Islam sebesar 0,145, variabel Pelayanan Prima sebesar 0,173, variabel Tingkat Margin sebesar 0,152 dan variabel keputusan nasabah sebesar 0,471, sehingga data dalam penelitian ini nilai signifikasi (*Asymp. Sig. 2-tailed*) pada variabel tersebut lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Etika Pemasaran Islam (X1), variabel

Pelayanan Prima (X2) dan variabel Tingkat Margin (X3) berdistribusi normal.

c. Uji Asumsi Klasik

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

1) Uji Multikoliniearitas

Pengujian multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui apakah antara variabel bebas terdapat hubungan. Cara yang dipakai untuk mendeteksi gejala multikolinieritas adalah dengan melihat VIF (*Variance Inflation Factor*) dan nilai tolerance nya. Jika VIF (< 10) kurang dari 10 dan nilai tolerance nya (> 10) lebih dari 0,10, maka tidak terjadi multikolinieritas. Berikut hasil uji multikolinieritas masing-masing variabel:

Tabel 4.20
Uji Multikolinieritas di LKS ASRI Plosokandang

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
X1	.938	1.067
X2	.993	1.007
X3	.938	1.066

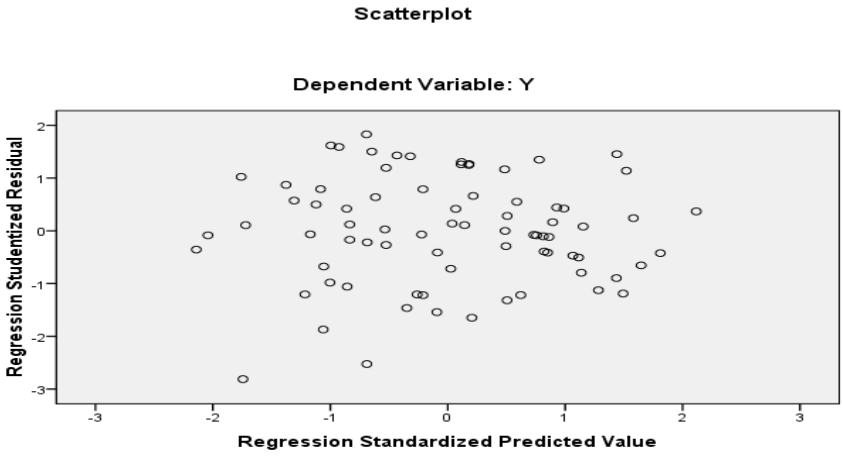
Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan *Coefficient* di atas diketahui bahwa nilai VIF adalah 1,067 (X_1 atau Etika Pemasaran islam), 1,007 (X_2 atau Pelayanan Prima) dan 1,066 (X_3 atau Tingkat Margin). Hasil ini berarti variabel terbebas dari asumsi klasik multikolinieritas, karena hasilnya lebih kecil dari 10.

2) Uji Heteroskedastisitas

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

Gambar 4.1
Grafik *Scatterplot* di LKS ASRI Plosokandang



Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dari hasil output gambar *Scatterplot*, di dapat analisis:

1) Penyebaran titik-titik data tidak berpola.
2) Titik-titik data menyebar di atas di bawah atau disekitar 0.
3) Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.

Maka dapat disimpulkan hasil dari uji heteroskedastisitas tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh etika pemasaran Islam, pelayanan prima dan tingkat margin terhadap

keputusan nasabah menggunakan pembiayaan *murabahah*. Berdasarkan hasil perhitungan SPSS 16.0 diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.21
Uji Regresi Linier Berganda di LKS ASRI Plosokandang

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19.347	5.798		3.337	.001
	X1	.127	.159	.093	1.803	.004
	X2	.045	.141	.036	2.321	.000
	X3	.357	.137	.302	2.615	.002

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel *Coefficient* di atas, persamaan regresi berganda penelitian ini adalah sebagai berikut:

$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$

$Y = 19.347 + 0{,}127\ X_1 + 0{,}045\ X_2 + 0{,}357\ X_3$ atau

Keputusan Nasabah = 19.347 + 0,127 (Etika Pemasaran Islam) + 0,045 (Pelayanan Prima) + 0,357 (Tingkat Margin).

Dari persamaan regresi berganda yang dipaparkan dapat diuraikan sebagai berikut:

a) Konstanta (a) sebesar 19.347 menyatakan bahwa saat variabel etika pemasaran Islam (X_1), variabel pelayanan prima (X_2), dan variabel tingkat margin (X_3) dalam keadaan tetap, maka variabel keputusan nasabah (Y) nilainya akan meningkat sebesar 19.347 satuan.
b) Koefisien regresi X_1 (Etika Pemasaran Islam) sebesar 0,127 menyatakan bahwa setiap kenaikan satu satuan unit pada variabel Etika

Pemasaran Islam, akan menaikkan variabel Keputusan Nasabah sebesar 0,127.

c) Koefisien regresi X_2 (Pelayanan Prima) sebesar 0,045 menyatakan bahwa setiap kenaikan satu satuan unit pada variabel Pelayanan Prima, akan menaikkan variabel Keputusan Nasabah sebesar dari 0,045.

d) Koefisien regresi X_3 (Tingkat Margin) sebesar 0,357 menyatakan bahwa setiap kenaikan satu satuan unit pada variabel Tingkat Margin, akan menaikkan variabel Keputusan Nasabah sebesar 0,357.

e) Tanda (+) menandakan arah hubungan yang searah, sedangkan tanda (-) menandakan arah hubungan yang berbanding terbalik antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).

e. Uji Hipotesis

1) Uji t

Uji t digunakan untuk menguji secara parsial masing-masing variabel. Berdasarkan hasil SPSS versi 16.0 diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.22
Uji t di LKS ASRI Plosokandang

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19.347	5.798		3.337	.001
	X1	.127	.159	.093	1.803	.004
	X2	.045	.141	.036	2.321	.000
	X3	.357	.137	.302	2.615	.002

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Langkah-langkah pengujian Uji t sebagai berikut:

a) Variabel X_1 (Etika Pemasaran Islam)

(1) Perumusan Hipotesis

H_0 : Etika pemasaran Islam tidak mempengaruhi secara parsial terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan *murabahah* di LKS ASRI Plosokandang

H_a : Etika pemasaran Islam mempengaruhi secara parsial terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan *murabahah* di LKS ASRI Plosokandang

(2) Pengambilan Keputusan

Cara 1 : Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak

Cara 2 : Jika Sig > 0,05 maka H_0 diterima

Jika Sig < 0,05 maka H_0 ditolak

Dari tabel 4.22 di atas diperoleh t_{hitung} untuk variabel etika pemasaran Islam adalah 1,803. Sementara itu, untuk taraf t_{tabel} dengan taraf signifikasi 0,05 diperoleh nilai t_{tabel} 1,666. Perbandingan keduanya menghasilkan t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} yaitu 1,803 > 1,666 begitu juga dengan tingkat signifikan yang lebih kecil dari taraf signifikan yakni 0,004 < 0,05 maka menolak H_0 dan menerima H_a. Hal tersebut menunjukkan ada pengaruh positif dan signifikan.

b) Variabel X_2 (Pelayanan Prima)

(1) Perumusan Hipotesis

H_0 : Pelayanan prima tidak mempengaruhi secara parsial terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan *murabahah* di LKS ASRI Plosokandang

H_a : Pelayanan prima mempengaruhi secara parsial terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan *murabahah* di LKS ASRI Plosokandang

(2) Pengambilan Keputusan

Cara 1 : Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak

Cara 2 : Jika Sig > 0,05 maka H_0 diterima

Jika Sig < 0,05 maka H_0 ditolak

Dari tabel 4.22 di atas diperoleh t_{hitung} untuk variabel pelayanan prima adalah 2,321. Sementara itu, untuk taraf t_{tabel}

dengan taraf signifikasi 0,05 diperoleh nilai t_{tabel} 1,666. Perbandingan keduanya menghasilkan t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} yaitu 2,321 > 1,666 begitu juga dengan tingkat signifikan yang lebih kecil dari taraf signifikan yakni 0,000 < 0,05 maka menolak H_0 dan menerima H_a. Hal tersebut menunjukkan ada pengaruh positif dan signifikan.

c) Variabel X_3 (Tingkat Margin)

(1) Perumusan Hipotesis

H_0 : Tingkat margin tidak mempengaruhi secara parsial terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan *murabahah* di LKS ASRI Plosokandang

H_a : Tingkat margin mempengaruhi secara parsial terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan *murabahah* di LKS ASRI Plosokandang

(2) Pengambilan Keputusan

Cara 1 : Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak

Cara 2 : Jika Sig > 0,05 maka H_0 diterima

Jika Sig < 0,05 maka H_0 ditolak

Dari tabel 4.22 di atas diperoleh t_{hitung} untuk variabel tingkat margin adalah 2,615. Sementara itu, untuk taraf t_{tabel} dengan taraf signifikasi 0,05 diperoleh nilai t_{tabel} 1,666. Perbandingan keduanya menghasilkan t_{hitung} lebih besar dari

pada t_{tabel} yaitu 2,615 > 1,666 begitu juga dengan tingkat signifikan yang lebih kecil dari taraf signifikan yakni 0,002 < 0,05 maka menolak H_0 dan menerima H_a. Hal tersebut menunjukkan ada pengaruh positif dan signifikan.

2) Uji F

Uji F digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh secara simultan atau bersama-sama antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). berdasarkan hasil perhitungan SPSS versi 16.0 diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.23
Uji F di LKS ASRI Plosokandang

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	87.630	3	29.210	50.202	.000[a]
	Residual	905.591	73	12.405		
	Total	993.221	76			

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Langkah-langkah pengujian:

a) Perumusan Hipotesis

H_0 : etika pemasaran Islam, pelayanan prima dan tingkat margin secara bersama-sama tidak mempengaruhi secara simultan terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan *murabahah* di LKS ASRI Plosokandang

H_a : etika pemasaran Islam, pelayanan prima dan tingkat margin secara bersama-sama mempengaruhi secara simultan

terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan *murabahah* di LKS ASRI Plosokandang

b) Pengambilan Keputusan menggunakan dua cara:

Cara 1 : Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak

Cara 2 : Jika Sig > 0,05 maka H_0 diterima

Jika Sig < 0,05 maka H_0 ditolak

Dari tabel 4.23 diperoleh nilai F_{hitung} adalah sebesar 50,202 dan F_{tabel} dengan taraf signifikasi 0,05 diperoleh nilai sebesar 3,12. Jadi karena pada penelitian ini apabila F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} yaitu 50,202 > 3,12. Dengan demikian menunjukkan bahwa H_0 ditolak Ha diterima. Artinya hal ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama etika pemasaran Islam, pelayanan prima dan tingkat margin memiliki pengaruh positif dan signifikan menurut statistik.

f. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana tingkat hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Berdasarkan hasil SPSS 16.0 diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.24
Uji Determinasi (R^2) di LKS ASRI Plosokandang

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.816[a]	.666	.650	1.66012

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Output di atas menunjukkan (*model summary*) angka *R Square* atau koefisien determinasi adalah 0,650 atau (65%). Hal ini menunjukkan bahwa besarnya presentase pengaruh variabel *independen* (etika pemasaran Islam, pelayanan prima dan tingkat margin) terhadap variabel *dependen* (keputusan nasabah) yaitu sebesar 65%. Sedangkan sisanya (100% - 65% = 35%) dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

2. BMT Istiqomah Karangrejo

a. Uji Validitas dan Reliabilitas

1) Uji Validitas

Uji validitas merupakan analisis untuk mengukur valid atau tidaknya butir-butir kuesioner menggunakan metode *Pearson's Product Moment Correlation* dengan ketentuan data valid jika nilai *corrected item-total correlation* lebih besar dari nilai r tabel, atau dapat juga dilihat menggunakan nilai *p-value* (sig) dibandingkan dengan alpha (5%), dengan ketentuan data valid jika nilai *p-value*

(sig) lebih kecil dibandingkan dengan alpha. Berikut hasil dari pengujian validitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.25
Uji Validitas Variabel Etika Pemasaran Islam (X_1) di BMT Istiqomah Karangrejo

No.	Item	Sig. (2-tailed)	A	Keterangan
1	Pernyataan 1	0,000	0,05	Valid
2	Pernyataan 2	0,000	0,05	Valid
3	Pernyataan 3	0,000	0,05	Valid
4	Pernyataan 4	0,001	0,05	Valid
5	Pernyataan 5	0,000	0,05	Valid
6	Pernyataan 6	0,000	0,05	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui pernyataan 1 sampai 6 dari variabel etika pemasaran Islam adalah valid. Hal ini dibuktikan dengan *p-value* (sig) < α, di dapat dari jumlah sampel 71 dengan taraf signifikan 5%. Sehingga, dalam penelitian ini untuk variabel etika pemasaran Islam dalam instrument telah memenuhi persyaratan validitas secara statistik serta dapat mengukur dengan tepat dan cermat.

Tabel 4.26
Uji Validitas Variabel Pelayanan Prima (X_2) di BMT Istiqomah Karangrejo

No.	Item	Sig. (2-tailed)	A	Keterangan
1	Pernyataan 7	0,000	0,05	Valid
2	Pernyataan 8	0,000	0,05	Valid
3	Pernyataan 9	0,000	0,05	Valid
4	Pernyataan 10	0,001	0,05	Valid
5	Pernyataan 11	0,000	0,05	Valid
6	Pernyataan 12	0,000	0,05	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui pernyataan 7 sampai 12 dari variabel pelayanan prima adalah valid. Hal ini dibuktikan dengan *p-value* (sig) < α, di dapat dari jumlah sampel 71 dengan taraf signifikan 5%. Sehingga, dalam penelitian ini untuk variabel pelayanan prima dalam instrument telah memenuhi persyaratan validitas secara statistik serta dapat mengukur dengan tepat dan cermat.

Tabel 4.27
Uji Validitas Variabel Tingkat Margin (X_3) di BMT Istiqomah Karangrejo

No.	Item	Sig. (2-tailed)	A	Keterangan
1	Pernyataan 13	0,004	0,05	Valid
2	Pernyataan 14	0,001	0,05	Valid
3	Pernyataan 15	0,000	0,05	Valid
4	Pernyataan 16	0,000	0,05	Valid
5	Pernyataan 17	0,000	0,05	Valid
6	Pernyataan 18	0,000	0,05	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui pernyataan 13 sampai 18 dari variabel tingkat margin adalah valid. Hal ini dibuktikan dengan *p-value* (sig) < α, di dapat dari jumlah sampel 71 dengan taraf signifikan 5%. Sehingga, dalam penelitian ini untuk variabel tingkat margin dalam instrument telah memenuhi persyaratan validitas secara statistik serta dapat mengukur dengan tepat dan cermat.

Tabel 4.28
Uji Validitas Variabel Keputusan Nasabah (Y) di BMT Istiqomah Karangrejo

No.	Item	Sig. (2-tailed)	A	Keterangan
1	Pernyataan 19	0,000	0,05	Valid
2	Pernyataan 20	0,000	0,05	Valid
3	Pernyataan 21	0,000	0,05	Valid
4	Pernyataan 22	0,000	0,05	Valid
5	Pernyataan 23	0,000	0,05	Valid
6	Pernyataan 24	0,000	0,05	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui pernyataan 19 sampai 24 dari variabel keputusan nasabah adalah valid. Hal ini dibuktikan dengan *p-value* (sig) < α, di dapat dari jumlah sampel 71 dengan taraf signifikan 5%. Sehingga, dalam penelitian ini untuk variabel Keputusan Nasabah dalam instrument telah memenuhi persyaratan validitas secara statistik serta dapat mengukur dengan tepat dan cermat.

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach's* diukur berdasarkan skala *Alpha Cronbach's* 0 sampai 1. Dari perhitungan diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.29
Uji Reliabilitas di BMT Istiqomah Karangrejo

Variabel	*Cronbach Alpha*	Keterangan
Etika Pemasaran Islam (X_1)	0,654	Reliabel
Pelayanan Prima (X_2)	0,755	Reliabel
Tingkat Margin (X_3)	0,763	Reliabel
Keputusan Nasabah (Y)	0,735	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas, nilai *Cronbach Alpha* untuk variabel Etika Pemasaran Islam (X_1) sebesar 0,654 yang berarti reliabel, untuk variabel Pelayanan Prima (X_2) sebesar 0,755 yang berarti reliabel, untuk variabel Tingkat Margin (X_3) sebesar 0,763 yang berarti reliabel dan variabel Keputusan Nasabah (Y) sebesar 0,735 yang berarti reliabel.

b. Uji Normalitas Data

Uji normalitas berguna untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Jika data ternyata tidak berdistribusi normal, maka analisis parametrik tidak dapat digunakan. Jika data berdistribusi normal, analisis parametrik termasuk model-model regresi dapat digunakan. Untuk mengetahui normal atau tidaknya sebaran data, maka dilakukan perhitungan uji normalitas sebaran dengan uji statistik *Kolmogorof-Smirnov* (K-S). untuk mengetahui normal atau tidaknya sebaran data, sata dikatakan berdistribusi normal jika nilai signifikan > 0,05, sebaliknya jika nilai signifikannya ≤ 0,05 maka sebenarnya dinyatakan tidak normal.

Tabel 4.30
***One Sample Kolmogorov-Smirnov Test* di BMT Istiqomah Karangrejo**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		X1	X2	X3	Y
N		71	71	71	71
Normal Parameters[a]	Mean	24.4225	24.3662	24.2254	24.4225
	Std. Deviation	2.16242	2.36184	1.63180	1.90234
Most Extreme Differences	Absolute	.254	.138	.161	.126
	Positive	.254	.138	.140	.125
	Negative	-.114	-.122	-.161	-.126
Kolmogorov-Smirnov Z		2.136	1.159	1.360	1.064
Asymp. Sig. (2-tailed)		.275	.136	.060	.207

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dari tabel *One-Sampel Kolmogorov-Smirnov Test* diperoleh angka probabilitas atau *Asymp.Sig.* (*2-tailed*). Nilai dibandingkan dengan 0,05 (dalam kasus ini menggunakan taraf signifikansi atau α = 5%).

Berdasarkan data di atas, Sig. data dari variabel Etika Pemasaran Islam sebesar 0,275, variabel Pelayanan Prima sebesar 0,136, variabel Tingkat Margin sebesar 0,060 dan variabel keputusan anggota sebesar 0,207, sehingga data dalam penelitian ini nilai signifikasi (*Asymp. Sig. 2-tailed*) pada variabel tersebut lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Etika Pemasaran Islam (X1), variabel Pelayanan Prima (X2) dan variabel Tingkat Margin (X3) berdistribusi normal.

c. Uji Asumsi Klasik

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

1) Uji Multikoliniearitas

Pengujian multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui apakah antara variabel bebas terdapat hubungan. Cara yang dipakai untuk mendeteksi gejala multikolinieritas adalah dengan melihat VIF (*Variance Inflation Factor*) dan nilai tolerance nya. Jika VIF (< 10) kurang dari 10 dan nilai tolerance nya (> 10) lebih dari 0,10, maka tidak terjadi multikolinieritas. Berikut hasil uji multikolinieritas masing-masing variabel:

Tabel 4.31
Uji Multikolinieritas di BMT Istiqomah Karangrejo

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
X1	.929	1.077
X2	.860	1.163
X3	.826	1.211

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

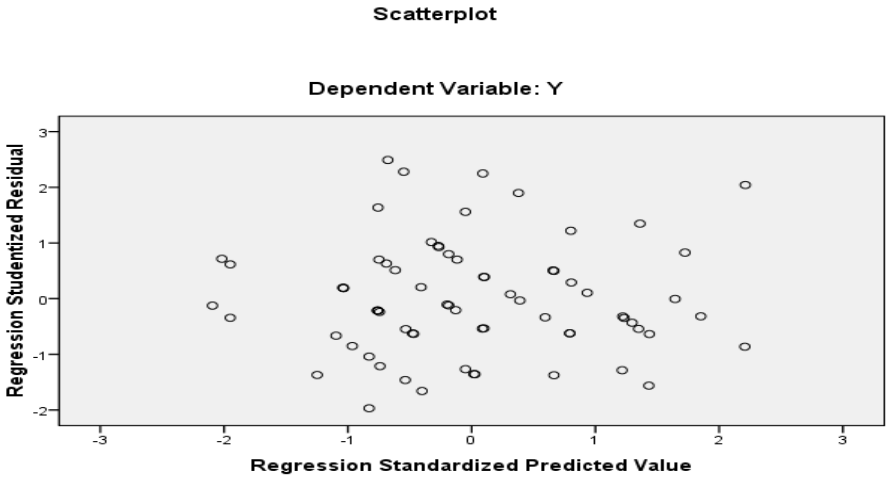
Berdasarkan *Coefficient* di atas diketahui bahwa nilai VIF adalah 1,077 (X_1 atau Etika Pemasaran islam), 1,163 (X_2 atau Pelayanan Prima) dan 1,211 (X_3 atau Tingkat Margin). Hasil ini berarti variabel terbebas dari asumsi klasik multikolinieritas, karena hasilnya lebih kecil dari 10.

2) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians. Adapaun hasil

uji statistik heteroskedastisitas yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 4.2
Grafik *Scatterplot* di BMT Istiqomah Karangrejo



Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dari hasil output gambar *Scatterplot*, di dapat analisis:

1) Penyebaran titik-titik data tidak berpola.
2) Titik-titik data menyebar di atas di bawah atau disekitar 0.
3) Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.

Maka dapat disimpulkan hasil dari uji heteroskedastisitas tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh etika pemasaran Islam, pelayanan prima dan tingkat margin terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan *murabahah*.

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS 16.0 diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.32
Uji Regresi Linier Berganda di BMT Istiqomah Karangrejo

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.716	2.279		4.702	.000
	X1	.552	.063	.628	8.789	.000
	X2	.445	.060	.553	7.449	.000
	X3	.439	.088	.377	4.973	.000

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel *Coefficient* di atas, persamaan regresi berganda penelitian ini adalah sebagai berikut:

$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$

$Y = 10{,}716 + 0{,}552\ X_1 + 0{,}445\ X_2 + 0{,}439\ X_3$ atau

Keputusan Nasabah = 10,716 + 0,552 (Etika Pemasaran Islam) + 0,445 (Pelayanan Prima) + 0,439 (Tingkat Margin)

Dari persamaan regresi berganda yang dipaparkan dapat diuraikan sebagai berikut:

a) Konstanta (a) sebesar 10,716 menyatakan bahwa saat variabel etika pemasaran Islam (X_1), variabel pelayanan prima (X_2), dan variabel tingkat margin (X_3) dalam keadaan tetap, maka variabel keputusan nasabah (Y) nilainya akan meningkat sebesar 10,716 satuan.
b) Koefisien regresi X_1 (Etika Pemasaran Islam) sebesar 0,552 menyatakan bahwa setiap kenaikan satu satuan unit pada variabel

Etika Pemasaran Islam, akan menaikkan variabel Keputusan Nasabah sebesar 0,552.

c) Koefisien regresi X_2 (Pelayanan Prima) sebesar 0,445 menyatakan bahwa setiap kenaikan satu satuan unit pada variabel Pelayanan Prima, akan menaikkan variabel Keputusan Nasabah sebesar 0,445.

d) Koefisien regresi X_3 (Tingkat Margin) sebesar 0,439 menyatakan bahwa setiap kenaikan satu satuan unit pada variabel Tingkat Margin, akan menaikkan variabel Keputusan Nasabah sebesar 0,439.

e) Tanda (+) menandakan arah hubungan yang searah, sedangkan tanda (-) menandakan arah hubungan yang berbanding terbalik antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).

e. Uji Hipotesis

1) Uji t

Uji t digunakan untuk menguji secara parsial masing-masing variabel. Berdasarkan hasil SPSS versi 16.0 diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.33
Uji t di BMT Istiqomah Karangrejo

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.716	2.279		4.702	.000
	X1	.552	.063	.628	8.789	.000
	X2	.445	.060	.553	7.449	.000
	X3	.439	.088	.377	4.973	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Langkah-langkah pengujian Uji t sebagai berikut:

a) Variabel X_1 (Etika Pemasaran Islam)

(1) Perumusan Hipotesis

H_0 : Etika pemasaran Islam tidak mempengaruhi secara parsial terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan *murabahah* di BMT Istiqomah Karangrejo

H_a : Etika pemasaran Islam mempengaruhi secara parsial terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan *murabahah* di BMT Istiqomah Karangrejo

(2) Pengambilan Keputusan

Cara 1 : Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak

Cara 2 : Jika Sig > 0,05 maka H_0 diterima

Jika Sig < 0,05 maka H_0 ditolak

Dari tabel 4.33 di atas diperoleh t_{hitung} untuk variabel etika pemasaran Islam adalah 8,789 Sementara itu, untuk taraf t_{tabel} dengan taraf signifikasi 0,05 diperoleh nilai t_{tabel} 1,668. Perbandingan keduanya menghasilkan t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} yaitu 8,789 > 1,668 begitu juga dengan tingkat signifikan yang lebih kecil dari taraf signifikan yakni 0,000 < 0,05 maka menolak H_0 dan menerima $H_{a.}$ Hal tersebut menunjukkan ada pengaruh positif dan signifikan.

b) Variabel X_2 (Pelayanan Prima)

(1) Perumusan Hipotesis

H_0 : Pelayanan prima tidak mempengaruhi secara parsial terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan *murabahah* di BMT Istiqomah Karangrejo

H_a : Pelayanan prima mempengaruhi secara parsial terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan *murabahah* di BMT Istiqomah Karangrejo

(2) Pengambilan Keputusan

Cara 1 : Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak

Cara 2 : Jika Sig > 0,05 maka H_0 diterima

Jika Sig < 0,05 maka H_0 ditolak

Dari tabel 4.33 di atas diperoleh t_{hitung} untuk variabel pelayanan prima adalah 7,449. Sementara itu, untuk taraf t_{tabel} dengan taraf signifikasi 0,05 diperoleh nilai t_{tabel} 1,668. Perbandingan keduanya menghasilkan t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} yaitu 7,449 > 1,666 begitu juga dengan tingkat signifikan yang lebih kecil dari taraf signifikan yakni 0,000 < 0,05 maka menolak H_0 dan menerima H_a. Hal tersebut menunjukkan ada pengaruh positif dan signifikan.

c) Variabel X_3 (Tingkat Margin)

(1) Perumusan Hipotesis

H_0 : Tingkat margin tidak mempengaruhi secara parsial terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan *murabahah* di BMT Istiqomah Karangrejo

H_a : Tingkat margin mempengaruhi secara parsial terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan *murabahah* di BMT Istiqomah Karangrejo

(2) Pengambilan Keputusan

Cara 1 : Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak

Cara 2 : Jika Sig > 0,05 maka H_0 diterima

Jika Sig < 0,05 maka H_0 ditolak

Dari tabel 4.33 di atas diperoleh t_{hitung} untuk variabel pelayanan prima adalah 4,973. Sementara itu, untuk taraf t_{tabel} dengan taraf signifikasi 0,05 diperoleh nilai t_{tabel} 1,668. Perbandingan keduanya menghasilkan t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} yaitu 4,973 > 1,668 begitu juga dengan tingkat signifikan yang lebih kecil dari taraf signifikan yakni 0,000 < 0,05 maka menolak H_0 dan menerima $H_{a.}$ Hal tersebut menunjukkan ada pengaruh positif dan signifikan.

2) Uji F

Uji F digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh secara simultan atau bersama-sama antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). berdasarkan hasil perhitungan SPSS versi 16.0 diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.34
Uji F di BMT Istiqomah Karangrejo

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	172.889	3	57.630	48.004	.000[a]
	Residual	80.435	67	1.201		
	Total	253.324	70			

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Langkah-langkah pengujian:

a) Perumusan Hipotesis

H_0 : etika pemasaran Islam, pelayanan prima dan tingkat margin secara bersama-sama tidak mempengaruhi secara simultan terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan *murabahah* di BMT Istiqomah Karangrejo

H_a : etika pemasaran Islam, pelayanan prima dan tingkat margin secara bersama-sama mempengaruhi secara simultan terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan *murabahah* di BMT Istiqomah Karangrejo

b) Pengambilan Keputusan menggunakan dua cara:

Cara 1 : Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak

Cara 2 : Jika Sig > 0,05 maka H_0 diterima

Jika Sig < 0,05 maka H_0 ditolak

Dari tabel 4.34 diperoleh nilai F_{hitung} adalah sebesar 48,004 dan F_{tabel} dengan taraf signifikasi 0,05 diperoleh nilai sebesar 3,13. Jadi karena pada penelitian ini apabila F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} yaitu 48,004 > 3,13. Dengan demikian menunjukkan bahwa H_0 ditolak Ha diterima. Artinya hal ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama etika pemasaran Islam, pelayanan prima dan tingkat margin memiliki pengaruh positif dan signifikan menurut statistik.

f. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana tingkat hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Berdasarkan hasil SPSS 16.0 diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.35
Uji Determinasi (R^2) di BMT Istiqomah Karangrejo

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.826[a]	.682	.668	1.09568	1.998

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Output di atas menunjukkan (*model summary*) angka *R Square* atau koefisien determinasi adalah 0,668 atau (66,8%). Hal ini menunjukkan bahwa besarnya presentase pengaruh variabel *independen* (etika pemasaran Islam, pelayanan prima dan tingkat margin) terhadap variabel *dependen* (kinerja karyawan) yaitu sebesar 66,8%. Sedangkan sisanya (100% - 66,8% = 33,2%) dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.