

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

1. Sejarah BMT Pahlawan Cabang Gondang Tulungagung

Sejak berhasil berdirinya Bank Muamalat Indonesia (BMI) pada tanggal 1 November 1991 untuk terus tumbuh dan berkembang serta selamat dari badai krisis ekonomi yang terjadi sejak tahun 1997, telah mengilhami pemerintah untuk memberikan perhatian yang cukup dan mengaturnya secara lebih luas dalam undang undang, serta memacu dalam berdirinya bank-bank syariah yang lain.

Kehadiran Bank Muamalat Indonesia, membuat masyarakat sadar akan pola hidup sesuai dengan nilai-nilai Islam. Akan tetapi, operasionalisasi BMI kurang menjangkau usaha masyarakat kecil dan menengah. Sehingga mendorong munculnya sebuah lembaga keuangan syariah yang dapat menolong kelompok mayoritas yakni pengusaha kecil mikro. Lembaga yang tidak terjebak pada permainan bisnis untuk keuntungan pribadi, tetapi membangun kebersamaan untuk mencapai kemakmuran bersama. Lembaga tersebut adalah Baitul Maal Wat Tamwil (BMT). BMT kemudian menyebar keseluruh tanah air setelah direncanakan oleh presiden Republic Indonesia sebagai gerakan nasional pada tanggal 7 desember 1995. BMT pahlawan merupakan salah satu dari 3000 BMT di seluruh Indonesia. Berdiri pada tanggal 9 Juni 1996 dan diresmikan operasionalnya pada hari pahlawan 10 Nopember 1996 oleh Bupati Tulungagung pada waktu itu.¹

Dengan sistem syariah terbukti BMT Pahlawan makin berkembang dan diminati masyarakat sebagai lembaga keuangan alternative. Jika pada saat berdirinya pada tahun 1996 BMT ini hanya bermodalkan 15 juta, kini dalam usianya 16 tahun asset BMT Pahlawan telah berkembang hampir mencapai Rp27.621.745.080,- (dua puluh tujuh miliar enam ratus dua puluh satu juta tujuh ratus empat puluh lima ribu delapan puluh ribu rupiah) dengan anggota binaan mencapai 11.420 orang. Maka terdiri daripara pengusaha kecil, kecil bawah di segala sektor: perdagangan,perikanan, pengrajin, pertanian, PKL dan lain-lain.

¹<https://www.web/BMT/Pahlawan/Tulungagung&ie=utf-8&oe=utf-8&client=firefoxb#g>, (diakses pada tanggal 2 juli 2016, 04.30)

Anggota BMT juga terdiri dari para penyimpan, dan para donator, berada di seluruh pelosokTulungagung. Sehingga tidak mengherankan jika untuk mempermudah pelayanan dan jangkauan, BMT mendekatkan diri dengan membuka cabang-cabang dan Pokusma di beberapa tempat yakni : Cabang Bandung di Ruko Stadion Bandung, Cabang Gondang di Komplek Ruko Stadion Gondang, Cabang Ngunut dan Pokusma di Notorejo.

Sejarah berdirinya BMT Pahlawan Gondang menjadi tempat penelitian bagi penulis, yaitu BMT yang bergerak dalam bidang peningkatan usaha ekonomi masyarakat yang menengah dan ke bawah serta menghimpun berbagai jenis simpanan atau tabungan. Dan BMT Pahlawan Gondang ini berdiri sudah cukup lama dijalankan.

Dan setelah tujuh tahun BMT Pahlawan ini Berdiri di Jl. RayaGondang dan di pimpin oleh Bapak Agus Efendi, nasabah yang bergabungdengan BMT Pahlawan Gondang ini semakin banyak kira-kira ada seribun nasabah. Sedangkan nasabah yang melakukan akad jual beli sepeda motordengan sistem murabahah sebanyak kurang lebih 20 nasabah yangbergabung dengan BMT Pahlawan Cabang Gondang Tulungagung.

2. Visi dan Misi

- a. Visi BMT harus mengarah pada upaya untuk mewujudkan BMT menjadi lembaga yang mampu meningkatkan kualitas ibadah anggota (ibadah dalam arti yang luas), sehingga mampu berperan sebagai wakil-pengabd Allah SWT, memakmurkan kehidupan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya.

Perumusan visi BMT adalah mewujudkan lembaga yang professional dan dapat meningkatkan kualitas ibadah.Ibadah harus dipahami dalam arti yang luas, yakni tidak saja mencakup aspek ritual peribadatan seperti sholat misalnya, tetapi melainkan lebih luas mencakup segala aspek kehidupan.Sehingga setiap kegiatan BMT harus berorientasi pada upaya mewujudkan ekonomi yang adil adan makmur.

Masing-masing BMT dapat saja merumuskan visinya sendiri karenavisinya sangat dipengaruhi oleh lingkungan bisnisnya, latar belakang masyarakatnya serta visi para pendirinya. Namun demikian, prinsip perumusan visi harus sama dan tetap

dipegang teguh. Karena visi sifatnya jangka panjang, maka perumusannya harus dilakukan dengan sungguh-sungguh.

- b. Misi BMT adalah membangun dan mengembangkan tatanan perekonomian dan struktur masyarakat yang adil berkemakmuran, berkemajuan, serta makmur dan maju berkeadilan berlandaskan Syariah dan ridho Allah SWT. Dari pengertian tersebut, dapat dipahami bahwa misi BMT bukan semata-mata mencari keuntungan dan penumpuan laba-modal pada golongan orang kaya, tetapi lebih berorientasi pada pendistribusian laba yang merata dan adil, sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Masyarakat ekonomi kelas bawah mikro harus didorong untuk berpartisipasi dalam modal melalui simpanan penyertaan modal, sehingga dapat menikmati hasil-hasil BMT.

Struktur masyarakat madani yang adil merupakan cerminan dari struktur yang dibangun pada masa Nabi Muhammad SAW di Madinah. Hubungan masyarakat berjalan dibawah kendali Nabi. Kehidupan ekonominya dapat berkembang. Zakat yang menjadi kewajiban ummat Islam serta jizyah, yang menjadi beban warga non muslim dapat berjalan dengan baik. Serta pendistribusian keuangan Negara dapat dilaksanakan secara merata dan adil.² Sebagai mitra pengusaha kecil, BMT PAHLAWAN bertekad membantumengurangi kemiskinan dengan meningkatkan ekonomi mereka.

3. Produk BMT Pahlawan Tulungagung

Dalam menawarkan dan memasarkan produk ke masyarakat, BMT Pahlawan menggunakan prinsip-prinsip syariah. Prinsip utama BMT yakni dengan cara memberikan imbalan yang dilakukan dengan sistem bagi hasil. Dengan demikian, realisasi imbalan yang diterima nasabah akan berbeda setiap bulannya tergantung pada pendapatan hasil investasi yang dilakukan pada bulan tersebut.

Macam-macam produk tabungan yang ada di BMT Pahlawan Tulungagung antara lain:

1. *Pembiayaan Musyarokah*

Yakni kerja sama antara BMT dengan anggota yang modalnya berasal dari kedua belah pihak dan keduanya bersepakat dalam keuntungan dan resiko. BMT akan menyertakan

²Buku Laporan Perkembangan, *Rapat Anggota Tahunan (RAT) BMT Pahlawan Tulungagung 2014*, hal.14

modal kedalam proyek atau usaha yang diajukan setelah mengetahui besarnya partisipasi anggota. Nisbah bagi hasil dihitung dari proporsional dalam penyertaan modal. Pada setiap periode akuntansi, anggota akan berbagi hasil dengan BMT sesuai dengan tingkat nisbahnya. Keuntungan dan kerugian ditanggung bersama sesuai dengan tingkat nisbahnya.

2. *Pembiayaan Murabahah*

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.

3. *Pembiayaan Bai' Batsaman Ajil (BBA)*

Pembiayaan Bai' Batsaman 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. Dengan sistem ini anggota atau nasabah akan mengembalikan pembiayaan tersebut yakni harga pokok dan keuntungannya dengan mengangsur sesuai dengan jangka panjang waktu yang telah ditetapkan.

4. *Pembiayaan Qorul Hasan*

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. Contoh : untuk pembelian obat, untuk memberi modal bagi orang yang tidak mampu.

Macam-macam Simpanan / Tabungan lembaga keuangan syariah yaitu antara lain:

1. Simpanan Pokok yaitu simpanan yang dibayarkan sekali ketika masuk anggota baru BMT.
2. Simpanan wajib yaitu simpanan yang wajib dibayarkan tiap bulan atau setiap mengangsur pembiayaan.

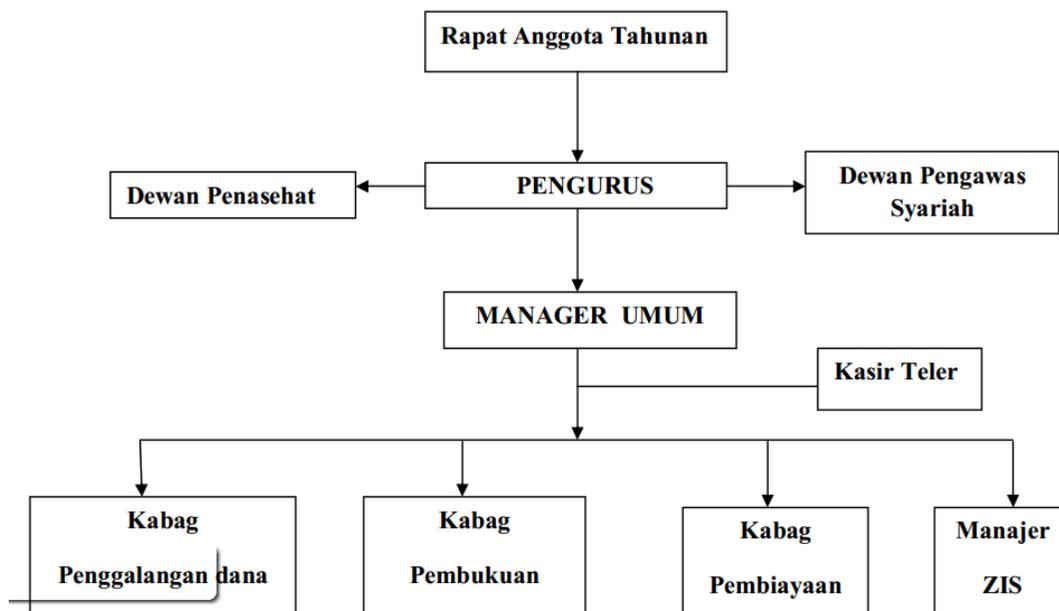
3. Simpanan Pokok Khusus (Saham) yaitu simpanan yang dibayarkan untuk modal awal dan pemupukan modal BMT, simpanan ini tidak bisa diambil kecuali dalam keadaan tertentu. Simpanan ini akan memperoleh Deviden (Pembagian SHU) tiap tahun.
 4. Simpanan Sukarela dengan prinsip Mudharabah, ada 2 macam :
 - a) Simpanan mudharabah biasa yaitu simpanan anggota BMT yang jumlahnya tidak terbatas, dapat diambil sewaktu-waktu serta jumlah pengambilannya tidak dibatasi.
 - b) 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.
 5. 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.
 6. Simpanan Haji yakni simpanan khusus bagi perorangan yang telah mempunyai niat untuk menunaikan ibadah haji. Insywallah dengan menyisihkan Rp. 500.000,- tiap bulan penabung akan dapat menunaikan ibadah haji.
 7. Simpanan Pensiun yakni simpanan khusus bagi perorangan yang bisa diambil jika yang bersangkutan telah pensiun.³
5. Struktur Organisasi BMT Pahlawan Tulungagung

Dalam suatu badan usaha diperlukan adanya susunankepengurusan yang masing-masing bertanggung jawab atas tugasnya. Tugas dan tanggung jawab tersebut dapat terlihat dari struktur organisasiperusahaan. Seperti yang ada pada BMT Pahlawan Tulungagung. Sepertiyang terlihat pada struktur organisasi yang tertera dibawah ini.

Gambar 4.1

Struktur Organisasi BMT PahlawanTulungagung

³ Laitupa abdul muthalib, *Laporan perkembangan BMT Pahlawan Lembaga Keuangan Syariah (Rapat Anggota Tahunan)*, tahun 2013



Untuk menjalankan roda organisasi, BMT Pahlawan di kendalikan oleh lima orang DewanPengawas, Penasehat dan lima orang Dewan Pengurus sebagaimana berikut :

Dewan Penasehat : H. Chamim Badruzaman

Dr. H. Imam Anang M.Kes

Badan Pengawas

Koordinator/ Pengawas Syariah : Drs. H. Murtadlo

Anggota : Drs. H. M. Yahdin

Anggota : H. Mulyono, SH

Dewan PengurusKetua : Dr.H.Laitupa Abdul Mutalib, Sp.Pd

Wakil Ketua : Dra. Hj. Sri Sugiarti

Sekretaris : Drs. Affandi S Paramita

Wakil Sekretaris : Drs. H. Siswadi, MA

Bendahara : Hj. Ir. Harmi Sulistyorini

Untuk menjalankan usaha, dikendalikan oleh team manajemen yang dipimpin oleh manajer umum dan 15 karyawan sebagai berikut :

Manajer Umum : H. Nyadin, MAP

Bagian Kasir : Dyah Iskandiana, S. Ag

Bagian Pembukuan : Feri Yeti, SE

Bagian Pembiayaan : Mispono, SE

Divisi ZIS : lilis Isrotin, SE

Divisi Data dan Informasi : Miftahul Jannah, SE

Pimpinan Cabang Gondang : Agus Efendi

Bagian Pemasaran : Imam Santosa, S.Pd

Bagian Pembukuan : Weny Sepsianti

Pimpinan Cabang Bandung : Drs. Ec. Budi Santoso

Bagian Pembukuan : Nova Kristiana, SE

Pimpinan Pokusma Notorejo : Juprianto, S.Ag

Bagian Pembukuan : Dewi Kusnul Khotimah, Shi

Pimpinan Cabang Ngunut : Nanang Budiono

Bagian Pembukuan : Marathul Anisa, SE

Bagian Pemasaran : Munawir, Shi

B. Deskripsi Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah tabungan Bank Syariah Mandiri KCP Ngunut. Adapun jumlah sampel yang ditentukan sebagai sampel adalah sebanyak 70 nasabah dengan teknik *simple random sampling*. Setiap responden diberikan angket untuk memberikan jawaban setiap pernyataan yang telah disediakan.

Untuk mempermudah dalam mengidentifikasi responden dalam penelitian ini maka diperlukan gambaran karakteristik responden sebagai berikut:

1. Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin responden anggota BMT Pahlawan cabang Gondang Tulungagung adalah sebagai berikut :

Tabel 4.1

Kelamin				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid laki-laki	57	57.0	57.0	57.0
perempuan	43	43.0	43.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber:

Data primer diolah dengan

SPSS 16.0, 2016

Berdasarkan tabel 4.1 di atas dapat diketahui tentang jenis kelamin anggota BMT Pahlawan cabang Gondang Tulungagung yang diambil sebagai responden, yang menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah perempuan yaitu sebanyak 43 orang (43%) sedangkan sisanya adalah responden laki-laki sebanyak 57 orang (57%). Hal ini menunjukkan bahwa anggota laki-laki yang paling banyak melakukan transaksi di BMT Pahlawan cabang Gondang Tulungagung.

2. Deskripsi responden berdasarkan usia

Adapun data mengenai usia responden anggota BMT Pahlawan cabang Gondang Tulungagung adalah sebagai berikut :

Tabel 4.2

Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 20-30	10	10.0	10.0	10.0
31-40	37	37.0	37.0	47.0
41-50	29	29.0	29.0	76.0
>50	24	24.0	24.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: *data primer diolah dengan SPSS 16.0, 2016*

Berdasarkan tabel 4.2 di atas, diketahui bahwa anggotaBMT Pahlawan cabang Gondan Tulungagung yang diambil sebagai responden sebagian besar berusia 31-40 tahun. Tabel tersebut memberikan informasi bahwa mayoritas responden berusia 20-30 tahun sebanyak 10 orang, sedangkan yang berusia 31-40 tahun sebanyak 37 orang, 41-50 tahun sebanyak 29 orang, dan lebih dari 50 tahun sebanyak 24 orang.

3. Pendidikan Responden

Adapun data mengenai tingkat pendidikan terakhir responden anggota BMT Pahlawan cabang Gondang Tulungagung adalah sebagai berikut :

Tabel 4.3

Pendidikan				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SD	21	21.0	21.0	21.0
SMP	13	13.0	13.0	34.0
SMA	25	25.0	25.0	59.0
DIPLOMA	16	16.0	16.0	75.0
S1	21	21.0	21.0	96.0
S2/3	4	4.0	4.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: *data primer yang diolah dengan SPSS 16.0, 2016*

Berdasarkan tabel 4.3 di atas dapat diketahui bahwa anggota BMT Pahlawan cabang Gondang Tulungagung yang diambil sebagai responden sebagian besar berpendidikan terakhir SMA. Berdasarkan tabel tersebut, memberikan informasi bahwa mayoritas responden berpendidikan terakhir SMA sebanyak 25, berpendidikan SD sebanyak 21 orang, berpendidikan SMP sebanyak 13 orang, berpendidikan D3 sebanyak 16 orang, berpendidikan S1 sebanyak 21 orang, dan berpendidikan S2 sebanyak 4 orang.

4. Jenis Pekerjaan

Adapun data mengenai jenis pekerjaan responden anggota BMT Pahlawan cabang Gondang Tulungagung adalah sebagai berikut :

Tabel 4.4

Pekerjaan				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Vali PNS	11	11.0	11.0	11.0
d pegawai swasta	37	37.0	37.0	48.0
wiraswasta	40	40.0	40.0	88.0
lain-lain	12	12.0	12.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: *data primer yang diolah dengan SPSS 16.0, 2016*

Berdasarkan tabel 4.4 di atas dapat dijelaskan bahwa sebagian besar dari pekerjaan responden adalah pekerja wiraswasta dengan jumlah 40 orang. Sedangkan PNS dengan jumlah 11 orang, pegawai swasta berjumlah 37 orang, sedangkan yang lain-lain dengan jumlah 12.

5. Pendapatan Responden

Adapun data mengenai pendapatan perbulan responden anggota BMT Pahlawan cabang Gondang Tulungagung adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5

Pendapatan				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid <500.000	27	27.0	27.0	27.0
500.000-999.000	35	35.0	35.0	62.0
>1 juta	38	38.0	38.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber : *data primer yang diolah dengan SPSS 16.0, 2016*

Berdasarkan tabel 4.5 di atas dapat diketahui bahwa anggota BMT Pahlawan cabang Gondang Tulungagung yang diambil sebagai responden memiliki pendapatan kurang dari 500.000 sebanyak 27 orang, pendapatan 500.000-999.000 sebanyak 35 orang, sedangkan pendapatan 1 juta – 2 juta sebanyak 38 orang.

C. Deskripsi Variabel

Dari kuesioner yang telah peneliti sebarakan kepada responden yang terdiri dari 24 pernyataan dan dibagi dalam 4 kategori yaitu :

1. 8 soal digunakan untuk mengetahui keanekaragaman produk BMT Pahlawan cabang Gondang Tulungagung yang diukur dari variabel produk (X_1).
2. 8 soal digunakan untuk mengetahui sumber daya BMT Pahlawan Gondang yang diukur dari variabel pelayanan (X_2).
3. 7 soal digunakan untuk mengetahui strategi tempat BMT Pahlawan yang diukur dari variabel lokasi (X_3).
4. 6 soal digunakan untuk mengetahui tingkat pengetahuan anggota BMT Pahlawan Gondang yang diukur dari variabel pengetahuan konsumen (X_4).
5. 8 soal digunakan untuk mengetahui keputusan menjadi anggota di BMT Pahlawan cabang Gondang Tulungagung (Y).

Sedangkan hasil jawaban yang peneliti peroleh dari responden sebagaimana yang dipaparkan dalam tabel berikut:

1. Produk (X_1)

Tabel 4.6

Frekuensi Jawaban Angket Variabel Produk

		Produk			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	14	1.8	1.8	1.8
	ragu-ragu	94	11.8	11.8	13.5
	Setuju	572	71.5	71.5	85.0
	sangat setuju	120	15.0	15.0	100.0
	Total	800	100.0	100.0	

Sumber: *Data primer yang diolah, 2016*

Data pada tabel di atas menunjukkan bahwa untuk variabel produk yang diwakili oleh 8 item pernyataan menyatakan 15% responden menyatakan sangat setuju, sedangkan 71,5% menyatakan setuju, 11,8% menyatakan ragu-ragu, 1,8% menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

2. Pelayanan (X_2)

Tabel 4.7

Frekuensi Jawaban Angket Variabel Pelayanan

		Pelayanan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	8	1.0	1.0	1.0
	ragu-ragu	111	13.9	13.9	14.9
	setuju	508	63.5	63.5	78.4
	sangat setuju	173	21.6	21.6	100.0
	Total	800	100.0	100.0	

Sumber: *Data primer yang diolah, 2016*

Data pada tabel di atas menunjukkan bahwa untuk variabel pelayanan yang diwakili oleh 8 item pernyataan menyatakan 21,6% responden menyatakan sangat setuju, sedangkan

63,5% menyatakan setuju, 13,9% menyatakan ragu-ragu, 1% menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

3. lokasi (X_3)

Tabel 4.8

Frekuensi Jawaban Angket Variabel Lokasi

Lokasi				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ragu-ragu	37	5.3	5.3	5.3
Setuju	396	56.6	56.6	61.9
sangat setuju	267	38.1	38.1	100.0
Total	700	100.0	100.0	

Sumber: *data primer yang diolah, 2016*

Data pada tabel di atas menunjukkan bahwa untuk variabel lokasi yang diwakili oleh 7 item pernyataan menyatakan 38,1% responden menyatakan sangat setuju, sedangkan 56,6% menyatakan setuju, 5,3% menyatakan ragu-ragu, dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

4. Pengetahuan konsumen (X_4)

Tabel 4.9

Frekuensi Jawaban Angket Variabel Pengetahuan Konsumen

Pengetahuan				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	4	.7	.7	.7
ragu-ragu	63	10.5	10.5	11.2
setuju	366	61.0	61.0	72.2
sangat setuju	167	27.8	27.8	100.0
Total	600	100.0	100.0	

Sumber: *data primer yang diolah, 2016*

Data pada tabel di atas menunjukkan bahwa untuk variabel pengetahuan konsumen yang diwakili oleh 6 item pernyataan menyatakan 27,8% responden menyatakan sangat setuju, sedangkan 61% menyatakan setuju, 10,5% menyatakan ragu-ragu, 7% menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

5. Keputusan Nasabah (Y)

Tabel 4.10

Frekuensi Jawaban Angket Variabel Keputusan Nasabah

Keputusan				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	12	1.5	1.5	1.5
ragu-ragu	103	12.9	12.9	14.4
setuju	517	64.6	64.6	79.0
sangat setuju	168	21.0	21.0	100.0
Total	800	100.0	100.0	

Sumber: *data primer yang diolah, 2016*

Data pada tabel di atas menunjukkan bahwa untuk variabel keputusan nasabah yang diwakili oleh 8 item pernyataan menyatakan 21% responden menyatakan sangat setuju, sedangkan 64,6% menyatakan setuju, 12,9% menyatakan ragu-ragu, 1,5% menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

D. Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya item-item kuesioner dengan menggunakan metode korelasi produk momen. Hasil pengujian validitas instrumen dapat diketahui pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.11

Hasil Uji validitas

Variabel	No. Item	Corrected Item-Total Correlation	Keterangan
Produk (X1)	X1.1	0,345	Valid
	X1.2	0,395	Valid
	X1.3	0,383	Valid
	X1.4	0,342	Valid
	X1.5	0,331	Valid
	X1.6	0,465	Valid
	X1.7	0,372	Valid
	X1.8	0,319	Valid
Pelayanan (X2)	X2.1	0,335	Valid
	X2.2	0,401	Valid
	X2.3	0,422	Valid
	X2.4	0,350	Valid
	X2.5	0,547	Valid
	X2.6	0,349	Valid
	X2.7	0,382	Valid
	X2.8	0,419	Valid
Lokasi (X3)	X3.1	0,336	Valid
	X3.2	0,387	Valid
	X3.3	0,500	Valid
	X3.4	0,332	Valid
	X3.5	0,409	Valid
	X3.6	0,341	Valid
	X3.7	0,526	

Pengetahuan Konsumen (X4)	X4.1	0,425	Valid
	X4.2	0,331	Valid
	X4.3	0,335	Valid
	X4.4	0,436	Valid
	X4.5	0,329	Valid
	X4.6	0,360	Valid
Keputusan Nasabah (Y)	X5.1	0,485	Valid
	X5.2	0,463	Valid
	X5.3	0,494	Valid
	X5.4	0,457	Valid
	X5.5	0,445	Valid
	X5.6	0,509	Valid
	X5.7	0,435	Valid
	X5.8	0,378	Valid

Sumber: data primer yang diolah dengan SPSS 16.0, 2016

Berdasarkan tabel 4.10 di atas, dapat diketahui bahwa masing-masing item memiliki nilai *Corrected Item-Total Correlation* yang melebihi 0,3. Menurut Sugiyono, jika nilai *Corrected Item-total Correlation* lebih besar daripada r standar (0,3) maka seluruh item pernyataan merupakan valid.⁴ Dengan demikian dapat diketahui bahwa item-item pernyataan pada instrumen penelitian dapat mengukur apa yang ingin diukur dalam penelitian ini, antara lain produk, pelayanan, lokasi, pengetahuan konsumen, dan keputusan anggota di BMT Pahlawan Gondang Tulungagung.

b. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas instrumen dalam suatu penelitian dilakukan karena keterandalan instrumen berkaitan dengan keajekan dan taraf kepercayaan terhadap instrumen penelitian tersebut. Jika skala dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan reng yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

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

⁴ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0...*, hlm.96

Tabel 4.12

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
X ₁ (Produk)	0,704	Reliabel
X ₂ (Pelayanan)	0,710	Reliabel
X ₃ (Lokasi)	0,649	Reliabel
X ₄ (pengetahuan konsumen)	0,601	Reliabel
Y (keputusan anggota)	0,759	Reliabel

Sumber: data primer yang diolah dengan SPSS 16.0, 2016

Berdasarkan data reliabilitas pada tabel 4.12, nilai *Cronbach' Alpha* untuk variabel X₁, X₂, X₃, X₄, dan Y di atas 0,61 yang berarti reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas data dengan Kolmogrov-Smirnov, asumsi data dikatakan normal, jika variabel memiliki nilai signifikan lebih dari 0,05. Berikut adalah hasil pengujian dengan menggunakan pendekatan Kolmogrov-Smirnov.

Tabel 4.13

Uji Kolmogrov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		produk	pelayana n	Lokas i	pengetahuan	keputusa n
N		100	100	100	100	100
Normal Parameters ^a	Mean	31.98	32.97	30.30	25.24	32.90
	Std. Deviation	2.586	3.066	2.276	2.266	3.164
Most Extreme Differences	Absolute	.118	.114	.112	.102	.112
	Positive	.118	.114	.112	.092	.112
	Negative	-.113	-.082	-.108	-.102	-.061
Kolmogorov-Smirnov Z		1.181	1.141	1.124	1.021	1.120
Asymp. Sig. (2-tailed)		.123	.148	.160	.248	.163
a. Test distribution is Normal.						

Sumber: data primer diolah dengan SPSS16.0, 2016

Dari tabel 4.13, maka diperoleh angka probabilitas atau Asym. Sig. (2-tailed). Nilai ini dibandingkan dengan 0,05 (dalam kasus ini menggunakan taraf signifikansi atau $\alpha = 5\%$) untuk pengambilan keputusan dengan pedoman:

- 1) Nilai Sig. atau Signifikansi atau nilai probabilitas $< 0,05$, distribusi data adalah tidak normal.
- 2) Nilai Sig. atau Signifikansi atau nilai probabilitas $> 0,05$, distribusi data adalah normal.

Jadi kesimpulan dari pernyataan di atas bahwa Nilai Sig. atau Signifikansi pada tabel 4.13 adalah Normal, karena Nilai Sig. atau Signifikansi atau probabilitas $> 0,05$.

Setelah pengujian menggunakan pendekatan *Kolmogrov-Smirnov* diketahui, maka dilakukan uji normalitas dengan menggunakan pendekatan *Normal P-Plots*. Pada uji normalitas data menggunakan *Normal P-Plot*, data pada variabel yang digunakan dinyatakan terdistribusi normal. Suatu variabel dikatakan normal jika gambar distribusi dengan titik-titik data yang menyebar di sekitar garis diagonal dan penyebaran titik-titik data searah mengikuti garis diagonal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mendeteksi adanya multikolinieritas, dikatakan adanya multikolinieritas jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) tidak lebih dari 10 maka model terbebas dari multikolinieritas.

Tabel 4.14

Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Produk	.875	1.143
	Pelayanan	.808	1.238
	Lokasi	.924	1.082
	Pengetahuan	.862	1.160

a. Dependent Variable: keputusan

Sumber: *data primer yang diolah dengan SPSS 16.0, 2016*

Berdasarkan tabel 4.14, diketahui bahwa nilai VIF adalah 1,143 (produk), 1,238 (pelayanan), 1,082 (lokasi), dan 1,160 (pengetahuan konsumen). Hasil ini berarti variabel terbebas dari asumsi klasik multikolinieritas, karena hasilnya lebih kecil dari 10.

c. Uji Heteroskedastisitas

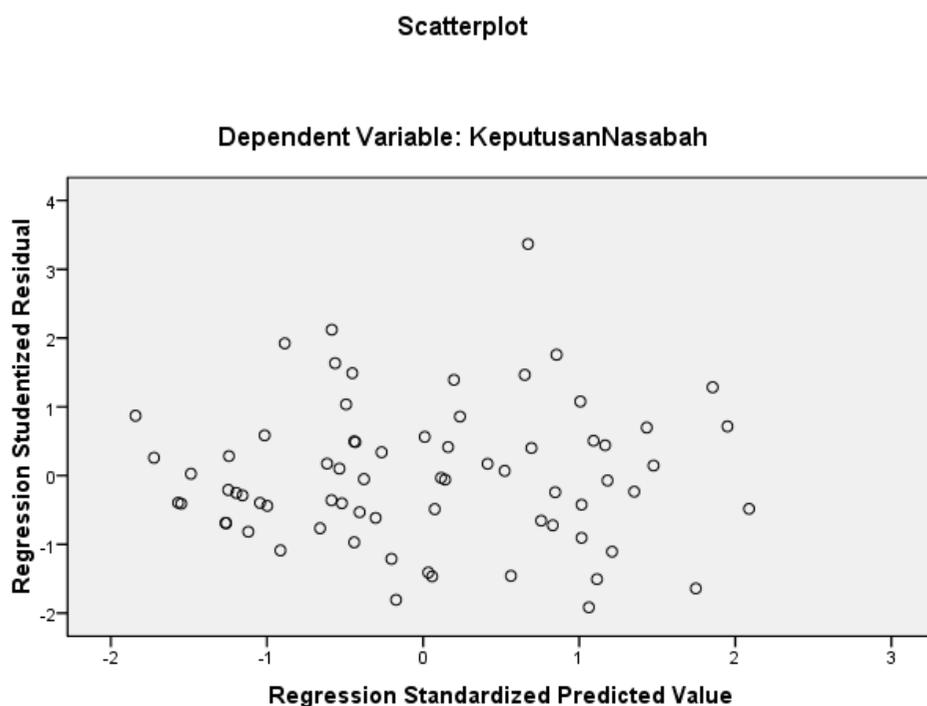
Untuk mendeteksi ada tidaknya heterokedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar Scatterplotmodel tersebut. Tidak terdapat heterokedastisitas jika:

- 1) Penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola
- 2) Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0
- 3) Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau dibawah saja.⁵

Gambar 4.2

⁵ Agus Eko, *Aplikasi Statistik*,hal. 79-80

Uji Heteroskedastisitas



Sumber: *data primer yang diolah dengan SPSS 16.0, 2016*

Dari *Scatterplots* di atas dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar

dengan pola yang tidak jelas di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka model regresi tidak terjadi masalah heterokedastisitas.

3. Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 4.15

Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.185	4.721		1.310	.193
Produk	.280	.088	.229	3.203	.002
pelayanan	.677	.077	.656	8.815	.000
Lokasi	-.168	.097	-.121	-1.740	.085
pengetahuan	.021	.101	.015	.209	.835

a. Dependent Variable: keputusan

Sumber: *data primer yang diolah dengan SPSS 16.0, 2016*

Output di atas (*Coefficient*), digunakan untuk menggambarkan persamaan regresi

berikut ini $Y = 6,185 + 0,280 (X_1) + 0,677 (X_2) - 0,168 (X_3) + 0,021 (X_4)$ atau

keputusan nasabah = $6,185 + 0,280$ (produk) + $0,677$ (pelayanan) – $0,168$ (lokasi) + $0,021$ (pengetahuan konsumen).

Keterangan dari tabel 4.16 adalah:

- a) Konstanta sebesar 6,185 menyatakan bahwa jika tidak ada variabel produk, pelayanan, lokasi dan pengetahuan konsumen maka keputusan untuk menjadi anggota sebesar 6,185.
- b) Koefisien regresi X_1 sebesar 0,280 menunjukkan peningkatan 1 satuan produk akan meningkatkan keputusan menjadi anggota sebesar 0,280. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara produk dengan keputusan menjadi anggota, semakin baik faktor produk maka semakin meningkat keputusan menjadi anggota di BMT Pahlawan.
- c) Koefisien regresi X_2 sebesar 0,677 menunjukkan peningkatan 1 satuan pelayanan akan meningkatkan keputusan untuk menjadi anggota sebesar 0,677. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara pelayanan dengan keputusan menjadi anggota BMT Pahlawan. Semakin baik faktor pelayanan maka semakin meningkat keputusan untuk menjadi anggota.
- d) Koefisien regresi X_3 sebesar -0,168 menunjukkan peningkatan 1 satuan lokasi akan menurunkan keputusan anggota sebesar -0,168. Koefisien bernilai negatif artinya terjadi pengaruh negatif antara lokasi dengan keputusan anggota, semakin menurun faktor lokasi maka semakin menurun keputusan untuk menjadi anggota di BMT Pahlawan.
- e) koefisien regresi X_4 sebesar 0,021 menunjukkan peningkatan satuan pengetahuan konsumen akan meningkatkan pula keputusan menjadi anggota sebesar 0,021. koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara pengetahuan konsumen dengan keputusan anggota, semakin meningkat faktor pengetahuan konsumen, maka semakin meningkat pula keputusan untuk menjadi anggota di BMT Pahlawan.

4. Uji Hipotesis

a. Uji T (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen, dimana jika

nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka uji regresi dikatakan signifikan. Atau dengan melihat angka signifikasinya. Jika nilai sig. lebih kecil dari 0,05 maka secara parsial atau sendiri-sendiri variabel independen mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Berdasarkan tabel 4.16 di atas, dapat dirumuskan sebagai berikut:

- 1) Untuk rumusan masalah yang pertama dengan hipotesis yang berbunyi “Ada pengaruh yang signifikan antara produk terhadap keputusan menjadi anggota di BMT Pahlawan Gondang Tulungagung”.

Dengan ketentuan:

H_0 : Tidak ada pengaruh dari produk terhadap keputusan menjadi anggota di BMT Pahlawan Gondang Tulungagung.

H_1 : Ada pengaruh produk terhadap keputusan menjadi anggota di BMT Pahlawan Gondang Tulungagung.

Dalam tabel *Coefficient* diperoleh nilai Sig. sebesar 0,000 dibandingkan dengan taraf signifikan ($\alpha = 5\%$) 0,05 maka:

Sig. α

0,002 < 0,05

Karena nilai Sig. < α maka disimpulkan untuk menolak H_0 yang berarti variabel produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menjadi anggota (cara lainnya dengan membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel}). Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,203 > 1,984$ maka disimpulkan untuk menolak H_0 , artinya variabel produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi anggota di BMT Pahlawan Gondang Tulungagung.

- 2) Untuk rumusan masalah yang kedua dengan hipotesis yang berbunyi “Ada pengaruh yang signifikan antara pelayanan berpengaruh terhadap keputusan menjadi anggota di BMT Pahlawan Gondang Tulungagung”.

Dengan ketentuan:

H_0 : Tidak ada pengaruh dari pelayanan terhadap keputusan menjadi anggota di BMT Pahlawan Gondang Tulungagung.

H_1 : Ada pengaruh pelayanan terhadap keputusan menjadi anggota di BMT Pahlawan Gondang Tulungagung.

Dalam tabel *Coefficient* diperoleh nilai Sig. sebesar 0,005 dibandingkan dengan taraf signifikan ($\alpha = 5\%$) 0,05 maka:

Sig. α

0,000 < 0,05

Karena nilai Sig. < α maka disimpulkan untuk menolak H_0 yang berarti variabel pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menjadi anggota (cara lainnya dengan membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel}). Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $8,815 > 1,984$ maka disimpulkan untuk menolak H_0 , artinya variabel pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi anggota.

- 3) Untuk rumusan masalah yang ketiga dengan hipotesis yang berbunyi “Ada pengaruh yang signifikan antara lokasi berpengaruh terhadap keputusan menjadi anggota di BMT Pahlawan Gondang Tulungagung”.

Dengan ketentuan:

H_0 : Tidak ada pengaruh dari lokasi terhadap keputusan anggota di BMT Pahlawan Gondang Tulungagung.

H_1 : Ada pengaruh lokasi terhadap keputusan menjadi anggota di BMT Pahlawan Gondang Tulungagung.

Dalam tabel *Coefficient* diperoleh nilai Sig. sebesar 0,085 dibandingkan dengan taraf signifikan ($\alpha = 5\%$) 0,05 maka:

Sig. α

0,085 < 0,05

Karena nilai Sig. < α maka disimpulkan untuk menolak H_0 yang berarti variabel lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menjadi anggota (cara lainnya dengan membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel}). Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu -

$1,740 < 1,984$ maka disimpulkan untuk menolak H_1 , artinya variabel lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi anggota.

- 4) Untuk rumusan masalah yang keempat dengan hipotesis yang berbunyi “Ada pengaruh yang signifikan antara pengetahuan konsumen berpengaruh terhadap keputusan menjadi anggota di BMT Pahlawan Gondang Tulungagung”.

Dengan ketentuan:

H_0 : Tidak ada pengaruh dari pengetahuan konsumen terhadap keputusan menjadi anggota di BMT Pahlawan Gondang Tulungagung.

H_1 : Ada pengaruh pengetahuan konsumen terhadap keputusan menjadi anggota di BMT Pahlawan Gondang Tulungagung.

Dalam tabel *Coefficient* diperoleh nilai Sig. sebesar 0,000 dibandingkan dengan taraf signifikan ($\alpha = 5\%$) 0,05 maka:

$$\text{Sig.} \quad \alpha$$

$$0,835 < 0,05$$

Karena nilai Sig. $< \alpha$ maka disimpulkan untuk menolak H_0 yang berarti variabel pengetahuan konsumen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menjadi anggota (cara lainnya dengan membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel}).

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $-0,209 < 1,984$ maka disimpulkan untuk menolak H_1 , artinya variabel pengetahuan konsumen tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi anggota.

b. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama. Dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.16

Hasil Uji F

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
-------	----------------	----	-------------	---	------

1	Regression	569.454	5	142.364	32.083	.000 ^a
	Residual	430.546	95	4.437		
	Total	991.000	100			

a. Predictors: (Constant), pengetahuan, lokasi, produk, pelayanan

b. Dependent Variable: keputusan

Sumber: *data primer yang diolah dengan SPSS 16.0, 2016*

Berdasarkan tabel ANOVA di atas dapat diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 32,083 dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan demikian karena nilai $0,000 < \alpha$ (0,05), berarti menolak H_0 . Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan sebaliknya. F_{tabel} dapat dicari pada tabel statistik pada signifikansi 0,05 dimana df_1 sebesar 4, dan $df_2 = n-k$ atau $100-5=95$ (k adalah jumlah variabel). Didapat F_{tabel} adalah 2,70 sehingga dapat disimpulkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ berarti menolak H_0 dan menerima H_1 .

Disimpulkan bahwa hipotesis (H_4) yang berbunyi “Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara produk, pelayanan, lokasi dan pengetahuan konsumen terhadap keputusan menjadi anggota di BMT Pahlawan Gondang Tulungagung” di terima. Artinya produk, pelayanan, lokasi dan pengetahuan konsumen berpengaruh simultan terhadap keputusan menjadi anggota.

5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Rumus koefisien determinasi yaitu:

$$\text{Rumus: } R^2 = r^2 \times 100\%$$

R^2 = Koefisien Determinasi

R = Koefisien Korelasi

Tabel 4.17

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.758 ^a	.575	.557	2.106

a. Predictors: (Constant), pengetahuan, lokasi, produk, pelayanan

Sumber: *data primer yang diolah dengan SPSS 16.0, 2016*

Keterangan:

- a. Angka $R = 0,758$ menunjukkan bahwa hubungan atau korelasi kuat, Hubungan variabel X_1, X_2, X_3 dan X_4 (produk, pelayanan, lokasi dan pengetahuan konsumen) dan variabel Y yaitu keputusan menjadi anggota.
- b. Angka Adjusted R Square atau koefisien determinasi menunjukkan besar pengaruh antara variabel produk, pelayanan, lokasi dan pengetahuan konsumen (X_1, X_2, X_3) terhadap variabel keputusan anggota (Y) yang diperoleh adalah 0,557. Artinya minat menabung nasabah dapat dijelaskan oleh persepsi produk, pelayanan, lokasi dan pengetahuan konsumen sebesar 55,7%. Hal ini menunjukkan tingkat pengaruh yang cukup tinggi. Sedangkan sisanya 44,3% ($100\% - 55,7\%$) dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.