

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

1. Sejarah Singkat BMT Pahlawan

Baitul Maal Wat Tamwil yang selanjutnya disingkat BMT adalah lembaga ekonomi (Keuangan) yang dioperasikan dengan sistem yang sesuai syariat Islam. BMT merupakan sebuah institusi yang menjalankan 2 kegiatan secara terpadu yakni sebagai *Baitul Maal* melakukan kegiatan sosial dakwah sedangkan *Baitut tamwil* melakukan kegiatan bisnis. Sebagai *Baitut Tamwil*, BMT bergerak dalam bidang peningkatan ekonomi masyarakat kecil dan kecil bawah (mikro) melalui kegiatan menghimpun berbagai jenis simpanan/tabungan dari, anggota dan selanjutnya dikembangkan melalui pembiayaan, investasi atau penyertaan modal usaha bagi anggota lain yang membutuhkan. Sedangkan sebagai *Baitul Maal*, BMT juga merupakan Lembaga Amil Zakat (LAZ) yang melakukan kegiatan sosial yakni mendorong, menggerakkan dan menghimpun Zakat, Infaq dan Shodaqoh dari para Aghniya' yang kemudian disalurkan untuk kegiatan sosial membantu kaum dhuafa dan kegiatan dakwah.

Keberadaan BMT telah dicanangkan oleh Presiden RI sebagai Gerakan Nasional untuk mendukung usaha kecil di seluruh Indonesia.

Pencanangan dilakukan di Jakarta pada tanggal 7 Desember 1995. Sebagai pedoman awal operasional, BMT berada dibawah Pembinaan Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil (PINBUK) dan memperoleh legalitas (Badan Hukum) dari Menteri Koperasi Pengusaha Kecil dan Menengah. PINBUK merupakan satu-satunya lembaga yang telah mendapat persetujuan dari Bank Indonesia (BI) untuk membina, mengawasi dan mengembangkan BMT-BMT di seluruh Indonesia. Persetujuan itu tertuang melalui Naskah No. 03/MOU/PHBK-PINBUK/VII/95.

Sebagaimana yang 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.

BMT PAHLAWAN Tulungagung merupakan salah satu dari kurang lebih 3000 BMT yang bertebaran diseluruh tanah air. BMT PAHLAWAN

hadir untuk memberdayakan ekonomi masyarakat kecil (akar rumput) sesuai syariah Islam, yakni sistem bagi hasil/tanpa bunga. BMT PAHLAWAN beroperasi sejak 10 Nopember 1996, diresmikan oleh Bapak Bupati Tulungagung dengan disaksikan oleh seluruh MUSPIDA dan para tokoh masyarakat di Tulungagung. Dengan demikian sejak 10 Nopember 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, tanggal 14 April 2010. 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, sebab pemberian jasa tidak didasarkan kepada besarnya jumlah pinjaman. Namun didasarkan jumlah keuntungan mereka, dan jika usaha mereka rugi maka kerugian akan ditanggung bersama.

Dengan sistem syariah terbukti BMT Pahlawan makin berkembang dan diminati masyarakat sebagai lembaga keuangan alternatif. Jika pada saat berdirinya pada tahun 1996 BMT ini hanya bermodalkan 15 juta, kini dalam usianya yang 18 tahun 2014 kemarin asset BMT Pahlawan telah berkembang dan mencapai **Rp 31.674.381.467,-** dengan anggota binaan mencapai **11.896 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 donatur, 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, Cabang Ngunut dan Pokusma di Notorejo.

Tabel 4.1

Perkembangan Anggota BMT Pahlawan 2014

	Anggota	Tahun 2013	Tahun 2014
1	Pendiri/Anggota Tetap	61 orang	61 orang
2	Penanam Saham	64 orang	63 orang
3	Penyimpan/Penabung	9.519 orang	10.337 orang
4	Penerima Pembiayaan	2.044 orang	1.435 orang
	Total	11.688 orang	11.896 orang

Sumber: RAT BMT Pahlawan 2014

Dari Tabel 4.1 terlihat bahwa, setiap tahunnya perkembangan anggota di BMT Pahlawan mengalami peningkatan walaupun pada anggota pendiri/anggota tetap dan penerima pembiayaan. Namun, dalam hal ini penelitian difokuskan pada anggota penyimpan/penabung, dan dari Tabel 4.1 terlihat bahwa anggota penyimpan/penabung mengalami peningkatan yang cukup baik yaitu sebanyak 818 anggota atau sebesar 7,9% dari tahun 2013 ke 2014.

2. Visi Misi BMT Pahlawan

a. Visi BMT

Mewujudkan kualitas masyarakat disekitar BMT yang selamat, damai dan sejahtera dengan mengembangkan lembaga dan usaha BMT dan POKUSMA yang maju berkembang, terpercaya, aman, nyaman, transparan dan berhati-hati.

b. Misi BMT

Mengembangkan POKUSMA dan BMT yang maju berkembang, terpercaya, aman, nyaman, transparan, dan berhati-hati sehingga terwujud masyarakat di sekitar BMT yang selamat, damai dan sejahtera.

c. Tujuan BMT

Mewujudkan kehidupan keluarga dan masyarakat di sekitar BMT yang selamat, damai dan sejahtera.⁸⁷

3. Bidang Usaha BMT Pahlawan

Sebagai mitra pengusaha kecil, BMT PAHLAWAN bertekad membantu mengurangi kemiskinan dengan meningkatkan ekonomi mereka. Adapun kegiatan yang dilakukan yakni:

a. Pembiayaan

Kegiatan pembiayaan merupakan salah satu produk BMT PAHLAWAN. Pembiayaan BMT adalah pemberian modal atau menyediakan barang yang dibutuhkan untuk keperluan usaha para

⁸⁷ Buku laporan Rapat Anggota Tahunan (RAT) BMT Pahlawan Tulungagung Tahun 2014

pengusaha kecil agar usaha mereka semakin berkembang. Jadi yang dibiaya 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 mengembangkannya. Sebagai lembaga keuangan syariah, tentu saja BMT memakai sistem yang sesuai syariah Islam. Dalam kerjasama inilah akan diperoleh bagian pendapatan.⁸⁸

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

- 1) ***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.
- 2) ***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.

⁸⁸ Buku laporan Rapat Anggota Tahunan (RAT) BMT Pahlawan Tulungagung Tahun 2014

- 3) **Pembiayaan Bai' Batsaman Ajil** adalah sistem pembiayaan dengan akad jual beli, dimana nasabah membutuhkan barang (alat sarana usaha) dan BMT menyediakan barangnya. Kemudian nasabah membelinya di BMT dengan pembayaran diangsur. Mengenani besarnya angsuran dan lamanya pembayaran ditentukan berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak.
- 4) **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.

b. Produk Simpanan

Macam-macam Simpanan/Tabungan di BMT :

- 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 produk Mudharabah, ada 2 macam :
 - Simpanan mudharabah biasa yaitu simpanan anggota BMT yang jumlahnya tidak terbatas, dapat diambil sewaktu-waktu serta jumlah pengambilannya 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.
- 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. Inshaallah 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.⁸⁹

4. Letak Geografis BMT Pahlawan

BMT Pahlawan yang beralamat di Jl. KHR Abdul Fattah (Komplek ruko pasar ngemplak no. 33) Tulungagung, jika dilihat letak geografisnya

⁸⁹ Buku laporan Rapat Anggota Tahunan (RAT) BMT Pahlawan Tulungagung Tahun 2014

kantor BMT Pahlawan cukup strategis karena dekat dengan akses jalan raya dan dekat dengan Pasar Ngemplak sehingga mudah dijangkau dengan nasabah dan calon nasabah. Bangunan BMT Pahlawan pusat terletak bersebelahan dengan:

- a. Sebelah Barat : Perum puri Permata
- b. Sebelah Timur : Ruko pasar Ngemplak
- c. Sebelah Selatan : Pasar Ngemplak
- d. Sebelah Utara : Pemukiman Warga

5. Kondisi Fisik BMT Pahlawan

Kondisi fisik BMT Pahlawan cabang ngemplak memiliki gedung dengan luas kurang lebih 4x8 meter berlantai 2 dengan rincian sebagai berikut :

- a. Bagian depan kantor terdapat teras dengan ukuran 4 x 1 meter.
- b. Bagian tengah kantor adalah ruang utama seluas 4 x 4 meter yang didalamnya terdapat sebuah meja *front office* dengan 3 buah komputer, ruang tersebut digunakan sebagai tempat transaksi antara nasabah dan pihak BMT dan sebagai tempat administrasi keuangan.
- c. Bagian belakang kantor terdapat ruang seluas 4 x 3 meter yang berfungsi sebagai ruang manajer dan ruang divisi data dan informasi disamping itu juga sebagai ruang istirahat.
- d. Lantai atas (lantai 2) digunakan untuk tempat sholat dan menyimpan semua berkas-berkas kantor.

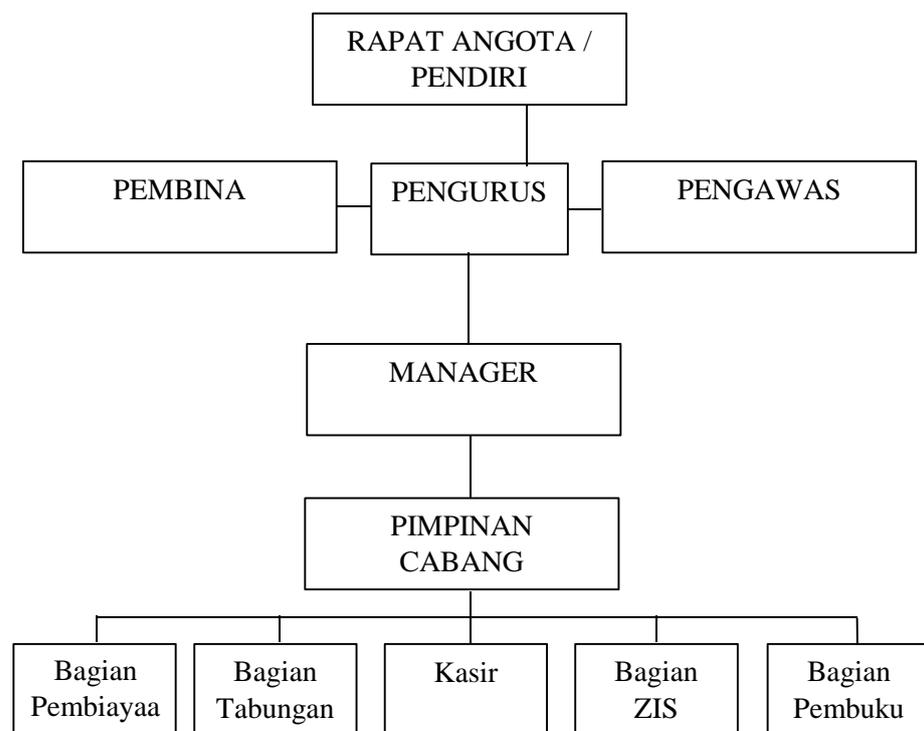
6. Struktur Organisasi dan Kepengurusan BMT Pahlawan

Adapun struktur organisasi yang digunakan oleh BMT Pahlawan Tulungagung dalam menjalankan aktivitas usahanya adalah:

Gambar 4.1

Struktur Organisasi

BMT Pahlawan Tulungagung



Sumber: RAT BMT Pahlawan 2014

Untuk menjalankan roda organisasi berdasarkan yang dipaparkan dalam susunan diatas, BMT Pahlawan di kendalikan oleh 3 orang Dewan Pengawas dan 5 orang Dewan Pengurus sebagaimana berikut :

Dewan Pengawas :

Pengawas Syariah : Drs. H. Murtadlo

Pengawas : H. Mulyono, SH

H. Chamim Badruzaman

Dewan Pengurus :

Ketua : Dr. H. Laitupa Abdul Mutalib, Sp

Wakil Ketua : Drs. Affandi

Sekretaris : Drs. H. Siswadi, MA

Wakil Sekretaris : Dr. H. Anang Imam M, MKEs

Bendahara : Hj. Ir. Harmi Sulistyorini

Untuk menjalankan usaha, dikendalikan oleh team managemen yang dipimpin oleh manager umum dan 11 karyawan sebagai berikut :

Manager Umum : H. Nyadin, MAP

Kabag Keuangan : Dyah Iskandiana, S.Ag

Bagian Pembukuan : Fery Yeti, SE

Bagian Pembiayaan : Mispono, SE

Bagian ZISWAF : Lilis Isrotin, SE

Bagian Data dan Informasi : Miftahul Jannah, SE

Bagian Monitoring & Penagihan	: Agus Efendi
Pimpinan Pokusma Notorejo	: Juprianto, S.Ag
Bagian Administrasi	: Dewi Kusnul Khotimah, S.Hi
Cabang Ngunut	: Marathul Anisa, SE
Cabang Bandung	: Nungky Suryandari, S.Hi
Cabang Gondang	: Muhamad Fauzi, S.Hi

Mengacu pada struktur organisasi BMT Pahlawan di atas, maka pembagian tugas dan tanggung jawab dari masing masing bagian pada BMT Pahlawan Tulungagung adalah sebagai berikut.

a. Pengawas

Mempunyai kewenangan mengawasi jalannya BMT sehari hari agar selalu sesuai dengan ketentuan ketentuan syariah. Pengawas bertugas meneliti produk-produk yang ditawarkan BMT dan membuat rekomendasi produk baru BMT.

b. Pembina

Mengevaluasi kondisi yang ada di lapangan dan praktik sehari-hari yang berlangsung dalam kegiatan BMT. Pembina bertugas memberi masukan kepada manajemen dalam hal diperlakukannya pembenahan, perbaikan, koreksi baik yang menyangkut sistem, prosedur maupun aspek managerial.

c. Pengurus

Mempunyai wewenang mewakili anggota (pendiri), pengurus berwenang untuk memastikan jalannya tindakan BMT dan membuat kebijakan umum serta melakukan pengawasan pelaksanaan kegiatan BMT sehingga sesuai dengan tujuan. Pengurus bertugas menyusun kebijakan untuk BMT dan melakukan pengawasan kegiatan dalam bentuk, persetujuan pembiayaan untuk suatu jumlah tertentu, pengawasan tugas manajer (pengelola) dan memberikan persetujuan terhadap produk-produk yang akan ditawarkan kepada anggota.

d. Manajer Umum

Mempunyai wewenang untuk memimpin jalannya BMT sehingga sesuai dengan tujuan dan kebijakan umum yang di gariskan oleh pengurus. Manajer bertugas membuat rencana kerja secara periodik, yang meliputi, (rencana pemasaran, rencana pembiayaan, rencana biaya operasional, rencana keuangan). Manajer juga membuat kebijakan khusus dengan kebijakan umum yang digariskan oleh pengurus, pemimpin dan mengarahkan kegiatan yang dilakukan oleh staf, membuat laporan secara periodik kepada pengurus, berupa:

- 1) Laporan pembiayaan baru
- 2) Laporan perkembangan pembiayaan
- 3) Laporan keuangan

e. Bagian Kasir

Bertindak sebagai penerima uang dan juru bayar dan bertugas menerima atau menghitung uang dan membuat bukti penerimaan, melakukan pembayaran sesuai dengan perintah ketua, melayani dan membayar pengambilan simpanan, membuat buku khas kerja dan setiap akhir jam kerja menghitung uang yang ada dan meminta pemeriksaan dari ketua.

a. Bidang Pemasaran

Melaksanakan kegiatan pemasaran produk-produk pelayanan BMT kepada anggota dan masyarakat. Pemasaran bertugas menyusun rencana pemasaran, melakukan pemasaran terhadap produk-produk BMT, melakukan analisa hasil pemasaran, membuat laporan perkembangan pemasaran.

b. Bidang Pembiayaan

Melaksanakan kegiatan pelayanan kepada anggota serta melakukan pembinaan agar pembiayaan yang diberikan tidak macet. Dan bertugas menyusun rencana pembiayaan menerima usulan dan melakukan wawancara analisa pembiayaan, menganalisa proposal pembiayaan anggota, mengajukan persetujuan pembiayaan kepada manajer umum, melakukan administrasi pembiayaan, melakukan pembinaan terhadap anggota, membuat laporan perkembangan pembiayaan

c. Bidang tabungan

Melaksanakan kegiatan menghimpun dana anggota dan berbagai sumber lainnya untuk memperbesar modal BMT serta meyalurkannya dalam pembiayaan untuk meningkatkan profitabilitas BMT. Dan bertugas untuk merencanakan produk-produk simpanan, melakukan analisa data simpanan. melakukan pembinaan anggota, membuat laporan perkembangan simpanan.

d. Bidang pembukuan

Menangani administrasi keuangan, menghitung bagi hasil, serta menyusun laporan keuangan. mengerjakan jurnal buku besar, menyusun neraca percobaan, melakukan perhitungan bagi hasil simpanan dan pembiayaan, menyusun laporan keuangan secara periodik.

e. Bidang ZIS

Menangani administrasi keuangan zakat, infak, shodaqoh, serta menyusun laporan keuangan. Mempunyai tugas, menyusun rencana bagian ZIS, melayani penerimaan dan pengeluar ZIS, menyusun laporan perkembang ZIS.

f. Petugas lapangan

Memberikan penilaian atas analisa terhadap nasabah. Petugas lapangan mempunyai tugas melakukan survey nasabah pembiayaan, melaksanakan penagihan terhadap nasabah pembiayaan yang menunggak.

B. Deskripsi Karakter Responden

Deskripsi karakter responden digunakan untuk menggambarkan keadaan atau kondisi responden yang dapat memberikan informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian. Penyajian data deskriptif penelitian ini bertujuan agar dapat dilihat profil dari data penelitian tersebut dan hubungan antar variabel yang digunakan dalam penelitian. Dalam hal ini peneliti membagi karakteristik responden menjadi 4 bagian :

a) Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Mengenai data usia responden disini, peneliti mengelompokkan menjadi empat kategori, yaitu 20 s/d 29 Tahun, 30 s/d 39 Tahun, 40 s/d 49 Tahun, dan lebih dari 50 Tahun. Adapun data mengenai responden nasabah simpanan BMT pahlawan yang diambil sebagai responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Presentase
1	20 s/d 29 Tahun	14	14%
2	30 s/d 39 Tahun	36	36%
3	40 s/d 49 Tahun	28	28%
4	>50 Tahun	22	22%
	Total	100	100%

Sumber: Data primer penelitian diolah 2017

Dari tabel 4.1 diatas dapat diketahui bahwa, karakteristik responden berdasarkan usia pada nasabah simpanan di BMT Pahlawan Tulungagung didominasi oleh responden dengan rentang usia 30 s/d 39 tahun, dimana usia 30 s/d 39 tahun mencapai 36 orang atau 36% dari

seluruh responden. Diikuti dengan usia 40 s/d 49 tahun mencapai 28 orang atau 28%, usia 50 sampai diatas 50 tahun mencapai 22 orang atau 22%, dan sisanya usia 20 s/d 29 tahun dengan 14 orang atau 14%. Tingginya presentase nasabah pada rentang usia 30 s/d 39 tahun membuktikan bahwa pada usia tersebut, orang cenderung lebih produktif dan dalam mencari uang dan mengalokasikan dana yang didapatkan untuk kebutuhan pada masa mendatang dengan ditabung dalam suatu lembaga keuangan.

b) Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1	Laki-Laki	41	41%
2	Perempuan	59	59%
	Total	100	100%

Sumber: Data primer penelitian diolah 2017

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa responden dengan jenis kelamin Perempuan lebih banyak daripada responden dengan jenis kelamin laki-laki. Responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 59 orang responden atau 59% dan responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 41 orang atau 41%. Hal ini membuktikan bahwa dalam suatu rumah tangga urusan dana lebih cenderung dipasrahkan kepada perempuan karena lebih teliti dan perhitungan, sedangkan laki-laki sebagai kepala keluarga berkewajiban mencari nafkah.

c) **Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir****Tabel 4.4****Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Presentase
1	Tidak Sekolah	1	1%
2	SD	14	14%
3	SLTP	17	17%
4	SLTA	37	37%
5	Diploma ½	1	1%
6	Diploma 3	5	5%
7	S-1	20	20%
8	S-2	4	4%
9	S-3	1	1%
	Total	100	100%

Sumber: Data primer penelitian diolah 2017

Dari tabel 4.3 diatas dapat diketahui bahwa, karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir pada nasabah simpanan BMT Pahlawan Tulungagung didominasi oleh lulusan SLTA Sederajat. Dimana nasabah lulusan SLTA yang menjadi responden dalam penelitian ini sebanyak 37 orang atau 37%, lulusan S-1 sebanyak, 20 orang atau 20%, lulusan SLTP sebanyak 17 orang atau 17%, lulusan SD sebanyak 14 orang atau 14%, lulusan D3 sebanyak 5 orang atau 5 %, lulusan S-2 sebanyak 4 orang atau 4%, dan sisanya tidak sekolah, diploma 1/2 dan lulusan S-3 masing-masing 1 orang atau 1%

d) **Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Tabel 4.5

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Presentase
1	PNS	12	12%
2	Pedagang	23	23%
3	Petani	2	2%
4	Wiraswasta	34	34%
5	Pelajar/Mahasiswa	3	3%
6	Lain-Lain	26	26%
	Total	100	100%

Sumber: Data primer penelitian diolah 2017

Dari tabel 4.4 diketahui bahwa, karakteristik responden berdasarkan pekerjaan pada nasabah tabungan di BMT Pahlawan Tulungagung didominasi oleh responden dengan pekerjaan wiraswasta. Dimana nasabah tabungan dengan pekerjaan wiraswasta yang menjadi responden dalam penelitian ini sebanyak 34 orang atau 34%, lain-lain sebanyak 26 orang atau 26%, pedagang sebanyak 23 orang atau 23%, pegawai negeri sipil sebanyak 12 orang atau 12%, palajar/mahasiswa sebanyak 3 orang atau 3% dan sisanya petani 2 orang atau 2%. Tingginya persentase pekerjaan wiraswasta sebagai pekerjaan paling banyak dimiliki oleh nasabah tabungan di BMT Pahlawan Tulungagung menunjukkan bahwa, rata-rata nasabah tabungan adalah orang-orang yang memiliki atau membuka usaha sendiri dibidangnya masing-masing, sehingga rata-rata dari mereka mampu menyisihkan sebagian penghasilannya untuk ditabung.

C. Deskripsi Variabel

Dalam penelitian ini terdiri dari 5 variabel bebas yaitu Produk (X1), Harga (X2), Lokasi (X3), Promosi (X4), Pengetahuan Produk Tabungan (X5), dan variabel terikatnya adalah Keputusan Nasabah Untuk Menabung dan penelitian nasabah tabungan di BMT Pahlawan Tulungagung. Berdasarkan hasil penelitian dari empat variabel yang diajukan, dapat diketahui gambaran tanggapan 100 nasabah tabungan sebagai responden. Dan berikut ini adalah tabel dan deskripsi tentang tanggapan dari responden nasabah tabungan:

Tabel 4.6

Data Deskripsi Variabel Produk (X1)

Kategori	Skor	Banyaknya Responden yang Menjawab					Total	%
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5		
Sangat Setuju	5	32	31	14	13	21	111	22,2%
Setuju	4	64	65	60	54	45	288	57,6%
Ragu-Ragu	3	1	-	26	16	29	72	14,4%
Tidak Setuju	2	2	3	-	17	4	26	5,2%
Sangat Tidak Setuju	1	1	1	-	-	1	3	0,6%

Sumber: Data primer penelitian diolah 2017

Berdasarkan tabel 4.5 diatas dapat diketahui bahwa dari 100 responden yang menyatakan sangat setuju terkait variabel produk berjumlah 111 atau 22,2%, setuju 288 atau 57,6%, ragu-ragu 72 atau 14,4%, tidak setuju 26 atau 5,2% dan yang menyatakan sangat tidak setuju 3 atau 0,6%. Dengan tanggapan responden yang mayoritas setuju pada setiap item pernyataan yang diajukan pada variabel produk menunjukkan, bahwa produk yang dimiliki

dan ditawarkan BMT Pahlawan Tulungagung selama ini sudah unggul dan mendapatkan tanggapan positif dari nasabah tabungan.

Tabel 4.7

Data Deskripsi Variabel Harga (X2)

Kategori	Skor	Banyaknya Responden yang Menjawab					Total	%
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5		
Sangat Setuju	5	15	17	14	26	11	83	16,6%
Setuju	4	45	62	45	57	67	276	55,2%
Ragu-Ragu	3	34	14	32	7	17	104	20,8%
Tidak Setuju	2	4	6	7	6	4	27	5,4%
Sangat Tidak Setuju	1	2	1	2	4	1	10	2%

Sumber: Data primer penelitian diolah 2017

Berdasarkan tabel 4.6 diatas dapat diketahui bahwa dari 100 responden yang menyatakan sangat setuju terkait variabel harga berjumlah 83 atau 16,6%, setuju sebanyak 276 atau 55,2%, ragu-ragu sebanyak 104 atau 20,8%, tidak setuju sebanyak 27 atau 5,4% dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 10 atau 2%. Dari banyaknya responden yang menyatakan setuju maka dapat dipahami bahwa penetapan harga dan administrasi BMT Pahlawan mendapatkan tanggapan positif dari nasabah.

Tabel 4.8**Data Deskripsi Variabel Lokasi (X3)**

Kategori	Skor	Banyaknya Responden yang Menjawab					Total	%
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5		
Sangat Setuju	5	32	31	11	13	19	106	21,2%
Setuju	4	65	65	53	64	60	307	61,4%
Ragu-Ragu	3	-	-	19	19	15	53	10,6 %
Tidak Setuju	2	2	3	14	4	5	28	5,6%
Sangat Tidak Setuju	1	1	1	3		1	6	1,2%

Sumber: Data primer penelitian diolah 2017

Berdasarkan tabel 4.7 diatas dapat diketahui bahwa dari 100 responden yang menyatakan sangat setuju terkait variabel lokasi berjumlah 106 atau 21,2%, setuju sebanyak 307 atau 61,4%, ragu-ragu sebanyak 53 atau 10,6%, tidak setuju sebanyak 28 atau 5,6% dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 6 atau 1,2%. Dari banyaknya responden yang menyatakan setuju dan sangat setuju maka dapat dipahami bahwa tata letak atau lokasi BMT Pahlawan strategis dan mendapatkan tanggapan positif dari nasabah.

Tabel 4.9**Data Deskripsi Variabel Promosi (X4)**

Kategori	Skor	Banyaknya Responden yang Menjawab					Total	%
		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5		
Sangat Setuju	5	21	11	8	17	13	70	14%
Setuju	4	71	53	28	62	64	278	55,6%
Ragu-Ragu	3	6	19	40	14	19	98	19,6%
Tidak Setuju	2	2	14	28	6	4	54	10,8%
Sangat Tidak Setuju	1	-	3	8	1		12	2,4%

Sumber: Data primer penelitian diolah 2017

Berdasarkan tabel 4.8 diatas dapat diketahui bahwa dari 100 responden yang menyatakan sangat setuju terkait variabel promosi berjumlah 70 atau 14%, setuju sebanyak 278 atau 55,6%, ragu-ragu sebanyak 98 atau 19,6%, tidak setuju sebanyak 54 atau 10,8% dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 12 atau 2,4%. Dari banyaknya responden yang menyatakan setuju dan maka dapat dipahami bahwa promosi yang dilakukan BMT Pahlawan cukup baik.

Tabel 4.10

Data Deskripsi Variabel Pengetahuan Produk Tabungan (X5)

Kategori	Skor	Banyaknya Responden yang Menjawab					Total	%
		X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	X5.5		
Sangat Setuju	5	38	28	19	35	14	134	26,8%
Setuju	4	38	59	64	39	45	245	49%
Ragu-Ragu	3	28	7	8	22	32	97	19,4%
Tidak Setuju	2	1	4	9	4	9	27	5,4%
Sangat Tidak Setuju	1	-	2	-	-	-	2	0,4%

Sumber: Data primer penelitian diolah 2017

Berdasarkan tabel 4.9 diatas dapat diketahui bahwa dari 100 responden yang menyatakan sangat setuju terkait variabel pengetahuan produk tabungan berjumlah 134 atau 26,8%, setuju sebanyak 245 atau 49%, ragu-ragu sebanyak 97 atau 19,4%, tidak setuju sebanyak 27 atau 5,4% dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 2 atau 0,4%. Dari banyaknya responden yang menyatakan setuju dan maka dapat dipahami bahwa pengetahuan nasabah mengenai produk tabungan BMT Pahlawan cukup tinggi.

Tabel 4.11**Data Deskripsi Variabel Keputusan Nasabah Untuk Menabung (Y)**

Kategori	Skor	Banyaknya Responden yang Menjawab					Total	%
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5		
Sangat Setuju	5	32	16	16	15	28	107	21,4%
Setuju	4	65	61	41	47	57	271	54,2%
Ragu-Ragu	3	2	17	41	35	8	103	20,6%
Tidak Setuju	2	1	5	2	2	2	12	2,4%
Sangat Tidak Setuju	1	-	1	-	1	5	7	1,4%

Sumber: Data primer penelitian diolah 2017

Berdasarkan tabel 4.9 diatas dapat diketahui bahwa dari 100 responden yang menyatakan sangat setuju terkait variabel keputusan untuk menabung berjumlah 107 atau 21,4%, setuju sebanyak 271 atau 54,2%, ragu-ragu sebanyak 103 atau 20,6%, tidak setuju sebanyak 12 atau 2,4% dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 7 atau 1,4%. Dengan besarnya tanggapan jawaban setuju pada setiap item pernyataan yang diajukan pada variabel keputusan untuk menabung menunjukkan bahwa, keputusan nasabah untuk menggunakan produk tabungan BMT Pahlawan Tulungagung dalam melakukan setiap transaksi cukup tinggi.

D. Uji Analisis

1. Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen

a. Uji Validitas

Pengujian pada item - item pernyataan yang diujikan pada responden diuji dengan uji validitas, pengujian validitas dimaksudkan untuk menentukan suatu item layak digunakan atau

tidak dalam penelitian. Teknik analisis yang digunakan dalam uji validitas dilakukan dengan menggunakan *pearson correlation* dan bantuan *software SPSS for windows* Versi 21. Dari uji validitas didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.12

Hasil Uji Validitas Instrumen Produk (X1)

Butir Pernyataan	<i>Pearson Correlation</i>	R Tabel (N=100), Taraf Signifikansi 5%	Keterangan
Soal 1	0,824	0,196	Valid
Soal 2	0,778	0,196	Valid
Soal 3	0,518	0,196	Valid
Soal 4	0,616	0,196	Valid
Soal 5	0,594	0,196	Valid

Sumber: Data primer penelitian diolah 2017

Dari tabel 4.11 di atas terlihat bahwa semua butir soal instrument produk dari soal nomor 1 sampai dengan soal nomor 5 valid. Karena semua indikator pada tabel diatas mempunyai nilai r hitung (*pearson correlation*) lebih besar dari r tabel di dapat dari jumlah sampel 100 dengan taraf signifikansi 5% diperoleh nilai 0,196. Jadi dapat disimpulkan bahwa semua instrument produk adalah valid.

Tabel 4.13**Hasil Uji Validitas Instrumen Harga (X2)**

Butir Pernyataan	<i>Pearson Correlation</i>	R Tabel (N=100), Taraf Signifikansi 5%	Keterangan
Soal 1	0,485	0,196	Valid
Soal 2	0,702	0,196	Valid
Soal 3	0,834	0,196	Valid
Soal 4	0,656	0,196	Valid
Soal 5	0,453	0,196	Valid

Sumber: Data primer penelitian diolah 2017

Dari tabel 4.12 di atas terlihat bahwa semua butir soal instrument harga dari soal nomor 1 sampai dengan soal nomor 5 valid. Karena semua indikator pada tabel diatas mempunyai nilai r hitung (*pearson correlation*) lebih besar dari r tabel di dapat dari jumlah sampel 100 dengan taraf signifikansi 5% diperoleh nilai 0,196. Jadi dapat disimpulkan bahwa semua instrument harga adalah valid.

Tabel 4.14**Hasil Uji Validitas Instrumen Lokasi (X3)**

Butir Pernyataan	<i>Pearson Correlation</i>	R Tabel (N=100), Taraf Signifikansi 5%	Keterangan
Soal 1	0,761	0,196	Valid
Soal 2	0,575	0,196	Valid
Soal 3	0,633	0,196	Valid
Soal 4	0,687	0,196	Valid
Soal 5	0,676	0,196	Valid

Sumber: Data primer penelitian diolah 2017

Dari tabel 4.13 di atas terlihat bahwa semua butir soal instrument lokasi dari soal nomor 1 sampai dengan soal nomor 5 valid. Karena semua indikator pada tabel diatas mempunyai nilai r hitung (*pearson correlation*) lebih besar dari r tabel di dapat dari jumlah sampel 100 dengan taraf signifikansi 5% diperoleh nilai 0,196. Jadi dapat disimpulkan bahwa semua instrument lokasi adalah valid.

Tabel 4.15

Hasil Uji Validitas Instrumen Promosi (X4)

Butir Pernyataan	<i>Pearson Correlation</i>	R Tabel (N=100), Taraf Signifikansi 5%	Keterangan
Soal 1	0,515	0,196	Valid
Soal 2	0,681	0,196	Valid
Soal 3	0,840	0,196	Valid
Soal 4	0,737	0,196	Valid
Soal 5	0,840	0,196	Valid

Sumber: Data primer penelitian diolah 2017.

Dari tabel 4.14 di atas terlihat bahwa semua butir soal instrument promosi dari soal nomor 1 sampai dengan soal nomor 5 valid. Karena semua indikator pada tabel diatas mempunyai nilai r hitung (*pearson correlation*) lebih besar dari r tabel di dapat dari jumlah sampel 100 dengan taraf signifikansi 5% diperoleh nilai 0,196. Jadi dapat disimpulkan bahwa semua instrument promosi adalah valid.

Tabel 4.16
Hasil Uji Validitas Instrumen Pengetahuan Produk
Tabungan (X5)

Butir Pernyataan	<i>Pearson Correlation</i>	R Tabel (N=100), Taraf Signifikansi 5%	Keterangan
Soal 1	0,637	0,196	Valid
Soal 2	0,701	0,196	Valid
Soal 3	0,546	0,196	Valid
Soal 4	0,547	0,196	Valid
Soal 5	0,727	0,196	Valid

Sumber: Data primer penelitian diolah 2017

Dari tabel 4.15 di atas terlihat bahwa semua butir soal instrument pengetahuan produk tabungan dari soal nomor 1 sampai dengan soal nomor 5 valid. Karena semua indikator pada tabel diatas mempunyai nilai r hitung (*pearson correlation*) lebih besar dari r tabel di dapat dari jumlah sampel 100 dengan taraf signifikansi 5% diperoleh nilai 0,196. Jadi dapat disimpulkan bahwa semua instrument pengetahuan produk tabungan adalah valid.

Tabel 4.17
Hasil Uji Validitas Instrumen Keputusan Nasabah
Menabung (Y)

Butir Pernyataan	<i>Pearson Correlation</i>	R Tabel (N=100), Taraf Signifikansi 5%	Keterangan
Soal 1	0,726	0,196	Valid
Soal 2	0,652	0,196	Valid
Soal 3	0,486	0,196	Valid
Soal 4	0,680	0,196	Valid
Soal 5	0,721	0,196	Valid

Sumber: Data primer penelitian diolah 2017

Dari tabel 4.16 di atas terlihat bahwa semua butir pernyataan instrumen keputusan nasabah menabung valid. Karena semua indikator pada tabel diatas mempunyai nilai r hitung (*pearson correlation*) lebih besar dari r tabel di dapat dari jumlah sampel 100 dengan taraf signifikansi 5% diperoleh nilai 0,196. Jadi dapat disimpulkan bahwa instrumen keputusan nasabah menabung adalah valid.

b. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas adalah pengujian untuk menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama. Untuk menghitung reabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien *Cronbach Alpha*. Dari uji reliabilitas dengan bantuan *software SPSS for windows Versi 21* didapatkan hasil sebagai berikut :

Tabel 4.18**Hasil Uji Reabilitas Instrumen Produk (X1)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,666	5

Sumber: Data primer penelitian diolah 2017

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang dilakukan membuktikan bahwa variabel produk reliabel, hal ini dapat diketahui dari nilai cronbach's alpha yang reliabel yaitu 0,61-0,81. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa untuk variabel produk mempunyai nilai 0,666.

Tabel 4.19**Hasil Uji Reabilitas Instrumen Harga (X2)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,620	5

Sumber: Data primer penelitian diolah 2017

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas diatas, membuktikan bahwa variabel harga reliabel, hal ini dapat diketahui dari nilai cronbach's alpha yang reliabel yaitu 0,61-0,80. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa untuk variabel harga mempunyai nilai 0,620.

Tabel 4.20**Hasil Uji Reabilitas Instrumen Lokasi (X3)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,696	5

Sumber: Data primer penelitian diolah 2017

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas diatas, membuktikan bahwa variabel lokasi reliabel, hal ini dapat diketahui dari nilai cronbach's alpha yang reliabel yaitu 0,61-0,80. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa untuk variabel lokasi mempunyai nilai 0,696.

Tabel 4.21

Hasil Uji Reabilitas Instrumen Promosi (X4)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,760	5

Sumber: Data primer penelitian diolah 2017

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas diatas, membuktikan bahwa variabel promosi reliabel, hal ini dapat diketahui dari nilai cronbach's alpha yang reliabel yaitu 0,61-0,80. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa untuk variabel promosi mempunyai nilai 0,760.

Tabel 4.22

Hasil Uji Reabilitas Instrumen Pengetahuan Produk Tabungan

(X5)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,624	5

Sumber: Data primer penelitian diolah 2017

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas diatas, membuktikan bahwa variabel pengetahuan produk tabungan reliabel, hal ini dapat diketahui dari nilai cronbach's alpha yang reliabel yaitu 0,61-0,81. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa untuk variabel Pengetahuan produk tabungan mempunyai nilai 0,624.

Tabel 4.23

Hasil Uji Reabilitas Instrumen Keputusan Nasabah Menabung

(Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,658	5

Sumber: Data primer penelitian diolah 2017

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas diatas, membuktikan bahwa Variabel Keputusan Nasabah Menabung reliabel, hal ini dapat diketahui dari nilai cronbach's alpha yang reliabel yaitu 0,61-0,80. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa untuk variabel Keputusan Nasabah Menabung mempunyai nilai 0,658.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependent, variabel independent atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Asumsi normalitas dapat diuji dengan analisi grafik atau analisis statistik. Dalam penelitian ini diuji dengan *kolmogrov-Smirnov* dengan tingkat signifikansi 5

%, data dikatakan berdistribusi normal jika angka probabilitasnya lebih dari 0,05 dan sebaliknya. Berikut tabel perhitungannya.

Tabel 4.24
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Produk	Harga	Lokasi	Promosi	Pengetahuan	Keputusan nasabah
N		100	100	100	100	100	100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	19,78	18,95	19,77	19,26	19,82	19,56
	Std. Deviation	2,481	2,668	2,581	2,692	2,603	2,564
Most Extreme Differences	Absolute	,115	,131	,125	,128	,106	,131
	Positive	,115	,103	,125	,122	,085	,086
	Negative	-,105	-,131	-,125	-,128	-,106	-,131
Kolmogorov-Smirnov Z		1,147	1,309	1,255	1,283	1,064	1,314
Asymp. Sig. (2-tailed)		,144	,065	,086	,074	,208	,063

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data SPSS penelitian 2017

Dari tabel uji normalitas dengan *Kolmogorov-Smirnov* di atas, dapat diketahui bahwa masing-masing variabel berdistribusi normal, hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi (*Asymp. Sig. 2-tailed*) yang lebih dari 0,05. Variabel produk (X1) memiliki nilai signifikansi $0,144 > 0,05$, variabel harga (X2) memiliki nilai signifikansi $0,065 > 0,05$, variabel lokasi (X3) memiliki nilai signifikansi $0,086 > 0,05$, variabel promosi (X4) memiliki nilai signifikansi $0,074 > 0,05$, variabel pengetahuan produk tabungan (X5) memiliki nilai signifikansi $0,208 > 0,05$, dan variabel keputusan nasabah menabung

(Y) memiliki nilai signifikansi $0,063 > 0,05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa semua variabel berdistribusi normal, sehingga dapat dilakukan penelitian selanjutnya.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui gejala korelasi antar variabel bebas yang ditunjukkan dengan korelasi yang signifikan antar variabel bebas. Dimana dapat dideteksi dengan menggunakan *Variance Inflation Factor* (VIF). Dari uji multikolinearitas dengan bantuan *software SPSS for window Versi 21* didapatkan hasil sebagai berikut.

Tabel 4.25

Hasil Uji Multikoliearitas

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics		
	Tolerance	VIF	
1			
	Produk	,219	4,575
	Harga	,367	2,728
	Lokasi	,107	9,347
	Promosi	,187	5,354
	Pengetahuan	,356	2,806

a. Dependent Variable: Keputusan nasabah

Sumber: Data SPSS penelitian 2017

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas diatas, dapat diketahui bahwa nilai VIF adalah: 4,575 (variabel produk); 2,728 (variabel harga); 9,347 (variabel lokasi); 5,354 (variabel promosi); 2,806 (variabel pengetahuan produk tabungan) Hasil ini

menunjukkan, bahwa variabel terbebas dari asumsi klasik multikolinearitas, karena semua hasil nilai VIF lebih dari 0,1 dan lebih kecil dari 10.

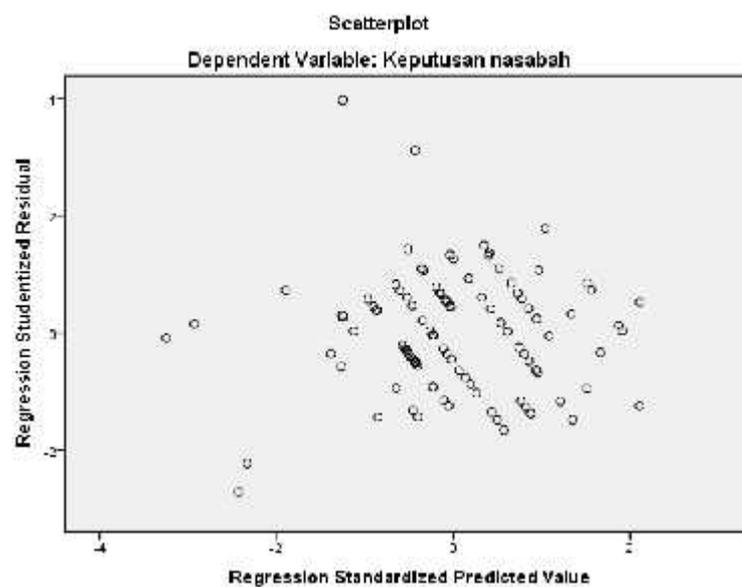
c. Uji Heterokedastisitas

Untuk mendeteksi ada tidaknya heterokedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar Scatterplot model 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.

Gambar 4.2

Hasil Uji Heterokedastisitas



Sumber: Data SPSS penelitian 2017

Dari gambar 4.1 diatas terlihat titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y, tidak ada pola tertentu yang teratur. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi ini.

3. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis statistik inferensial yang digunakan dalam penelitian ini ialah analisis regresi linier berganda. Analisis ini bertujuan untuk mengukur besarnya pengaruh antara dua variabel dependen dan memprediksi variabel dependen dengan menggunakan variabel independen. Secara ringkas hasil uji regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.26

Hasil Uji Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
	(Constant)	,291	1,058		,275	,784
1	Produk	,127	,101	,123	1,261	,211
	Harga	,399	,072	,415	5,503	,000
	Lokasi	,465	,139	,468	3,353	,001
	Promosi	-,180	,101	-,189	-1,793	,076
	Pengetahuan	,175	,075	,178	2,327	,022

a. Dependent Variable: Keputusan nasabah

Sumber: Data primer penelitian diolah 2017

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda pada tabel 4.14 maka dapat diperoleh hasil persamaan sebagai berikut:

$$Y = 0,291 + 0,127 (\text{Produk X1}) + 0,399 (\text{Harga X2}) + 0,465 (\text{Lokasi X3}) - 0,180 (\text{Promosi X4}) + 0,175 (\text{Pengetahuan Produk Tabungan X5})$$

Penjelasan dari persamaan fungsi regresi linear berganda di atas adalah sebagai berikut:

1. Nilai konstanta adalah 0,291. Artinya jika produk, harga, lokasi, promosi, dan pengetahuan produk tabungan dalam keadaan konstan, maka loyalitas nilainya positif yaitu sebesar 0,291 satuan.
2. Nilai koefisien regresi variabel produk bernilai positif, yaitu 0,127. Artinya bahwa setiap peningkatan produk sebesar satu satuan, keputusan menabung juga akan meningkat sebesar 0,127 satuan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara produk dengan keputusan menabung, semakin baik faktor produk maka semakin meningkat keputusan menabung.
3. Nilai koefisien regresi variabel harga bernilai positif, yaitu 0,399. Artinya bahwa setiap peningkatan harga sebesar satu satuan, keputusan menabung juga akan meningkat sebesar 0,399 satuan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara harga dengan keputusan menabung, semakin baik faktor harga maka semakin meningkat keputusan menabung.
4. Nilai koefisien regresi variabel lokasi bernilai positif, yaitu 0,465. Artinya bahwa setiap peningkatan lokasi sebesar satu satuan, keputusan menabung juga akan meningkat sebesar 0,465 satuan.

Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara lokasi dengan keputusan menabung, semakin baik faktor lokasi maka semakin meningkat keputusan menabung.

5. Nilai koefisien regresi variabel promosi bernilai negatif, yaitu -0,180. Artinya bahwa setiap penurunan promosi sebesar satu satuan, keputusan menabung akan meningkat sebesar 0,180 satuan. Koefisien bernilai negatif artinya terjadi pengaruh negatif antara promosi dengan keputusan menabung, semakin baik faktor promosi maka semakin menurun keputusan menabung.
6. Nilai koefisien regresi variabel pengetahuan produk tabungan bernilai positif, yaitu 0,175. Artinya bahwa setiap peningkatan pengetahuan sebesar satu satuan, keputusan menabung juga akan meningkat sebesar 0,175 satuan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara pengetahuan dengan keputusan menabung, semakin baik faktor pengetahuan maka semakin meningkat keputusan menabung.
7. Tanda (+) menandakan arah hubungan yang searah, sedangkan tanda (-) menunjukkan arah hubungan yang berbanding terbalik antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).

4. Uji Hipotesis

a. Uji Individu (Uji T)

Uji t digunakan untuk menguji apakah pernyataan dalam hipotesis itu benar. Uji-t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh

pengaruh suatu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Pada tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$ berdasarkan bantuan software SPSS for windows versi 21 didapatkan hasil sebagai berikut :

Tabel 4.27

Hasil Uji t

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,291	1,058		,275	,784
1 Produk	,127	,101	,123	1,261	,211
Harga	,399	,072	,415	5,503	,000
Lokasi	,465	,139	,468	3,353	,001
Promosi	-,180	,101	-,189	-1,793	,076
Pengetahuan	,175	,075	,178	2,327	,022

a. Dependent Variable: Keputusan nasabah

Sumber: Data primer penelitian diolah 2017

1. Variabel Produk

a) Merumuskan hipotesis

H_0 = Tidak ada pengaruh yang signifikan faktor produk terhadap keputusan nasabah untuk menabung.

H_1 = Ada pengaruh yang signifikan faktor produk terhadap keputusan nasabah untuk menabung.

b) Menentukan t hitung

Dari *output* diperoleh t hitung sebesar 1,261.

c) Menentukan t tabel

$$0,05/2 = 0,025 \text{ (uji 2 sisi)}$$

$$df = n-k-1 = 100-5-1 = 94$$

$$t \text{ tabel} = 1,982 / -1,982$$

d) Kriteria pengujian

- Jika $-t \text{ tabel} < t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ maka H_0 diterima.

- Jika $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak.

e) Membuat kesimpulan

Karena nilai $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ ($1,261 < 1,982$) maka H_0 diterima. Dan berdasarkan signifikansi t sebesar $0,211$ yang lebih besar dari nilai α sebesar $0,05$ ($0,211 > 0,05$), sehingga H_0 diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa faktor produk secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung.

2. Variabel Harga

a) Merumuskan hipotesis

H_0 = Tidak ada pengaruh yang signifikan faktor harga terhadap keputusan nasabah untuk menabung.

H_1 = Ada pengaruh yang signifikan faktor harga terhadap keputusan nasabah untuk menabung.

b) Menentukan $t \text{ hitung}$

Dari *output* diperoleh $t \text{ hitung}$ sebesar $5,503$.

c) Menentukan t tabel

$$0,05/2 = 0,025 \text{ (uji 2 sisi)}$$

$$df = n-k-1 = 100-5-1 = 94$$

$$t \text{ tabel} = 1,982 / -1,982$$

d) Kriteria pengujian

- Jika $-t \text{ tabel} < t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ maka H_0 diterima.

- Jika $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak.

e) Membuat kesimpulan

Karena nilai $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($5,503 > 1,982$) maka H_0 ditolak. Dan berdasarkan signifikansi t sebesar 0,000 yang lebih kecil dari nilai t sebesar 0,05 ($0,000 < 0,05$), sehingga H_0 ditolak. Jadi, dapat disimpulkan bahwa faktor harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung.

3. Variabel Lokasi

a) Merumuskan hipotesis

H_0 = Tidak ada pengaruh yang signifikan faktor lokasi terhadap keputusan nasabah untuk menabung.

H_1 = Ada pengaruh yang signifikan faktor lokasi terhadap keputusan nasabah untuk menabung.

b) Menentukan t hitung

Dari *output* diperoleh t hitung sebesar 3,353.

c) Menentukan t tabel

$$0,05/2 = 0,025 \text{ (uji 2 sisi)}$$

$$df = n-k-1 = 100-5-1 = 94$$

$$t \text{ tabel} = 1,982 / -1,982$$

d) Kriteria pengujian

- Jika $-t \text{ tabel} < t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ maka H_0 diterima.

- Jika $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak.

e) Membuat kesimpulan

Karena nilai t hitung $>$ t tabel ($3,353 > 1,982$) maka H_0 ditolak. Dan berdasarkan signifikansi t sebesar 0,001 yang lebih kecil dari nilai α sebesar 0,05 ($0,001 < 0,05$), sehingga H_0 ditolak. Jadi, dapat disimpulkan bahwa faktor lokasi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung.

4. Variabel Promosi

a) Merumuskan hipotesis

H_0 = Tidak ada pengaruh yang signifikan faktor promosi terhadap keputusan nasabah untuk menabung.

H_1 = Ada pengaruh yang signifikan faktor promosi terhadap keputusan nasabah untuk menabung.

b) Menentukan t hitung

Dari *output* diperoleh t hitung sebesar -1,793.

c) Menentukan t tabel

$$0,05/2 = 0,025 \text{ (uji 2 sisi)}$$

$$df = n-k-1 = 100-5-1 = 94$$

$$t \text{ tabel} = 1,982 / -1,982$$

d) Kriteria pengujian

- Jika $-t \text{ tabel} < t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ maka H_0 diterima.

- Jika $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak.

e) Membuat kesimpulan

Karena nilai $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$ ($-1,793 < -1,982$) maka H_0 diterima. Dan berdasarkan signifikansi t sebesar 0,076 yang lebih besar dari nilai α sebesar 0,05 ($0,076 > 0,05$), sehingga H_0 diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa faktor promosi secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung.

5. Variabel Pengetahuan Produk Tabungan

a) Merumuskan hipotesis

H_0 = Tidak ada pengaruh yang signifikan faktor pengetahuan produk tabungan terhadap keputusan nasabah untuk menabung.

H_1 = Ada pengaruh yang signifikan faktor pengetahuan produk tabungan terhadap keputusan nasabah untuk menabung.

b) Menentukan t hitung

Dari *output* diperoleh t hitung sebesar 2,327.

c) Menentukan t tabel

$$0,05/2 = 0,025 \text{ (uji 2 sisi)}$$

$$df = n-k-1 = 100-5-1 = 94$$

$$t \text{ tabel} = 1,982 / -1,982$$

d) Kriteria pengujian

- Jika $-t \text{ tabel} < t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ maka H_0 diterima.

- Jika $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak.

e) Membuat kesimpulan

Karena nilai t hitung $> t \text{ tabel}$ ($2,327 > 1,982$) maka H_0 ditolak. Dan berdasarkan signifikansi t sebesar 0,022 yang lebih kecil dari nilai α sebesar 0,05 ($0,022 < 0,05$), sehingga

H_0 ditolak. Jadi, dapat disimpulkan bahwa faktor pengetahuan produk tabungan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung.

b. Uji Serentak (Uji F)

Uji F atau uji koefisien regresi digunakan untuk mengetahui apakah secara bersama-sama variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05. Dari uji F dengan bantuan *software SPSS for window Versi 21* didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.24

Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	523,059	5	104,612	77,077	,000 ^b
Residual	127,581	94	1,357		
Total	650,640	99			

a. Dependent Variable: Keputusan nasabah

b. Predictors: (Constant), Pengetahuan, Promosi, Produk, Harga, Lokasi

Sumber: Data SPSS penelitian 2017

Langkah-langkah uji F adalah sebagai berikut:

a) Merumuskan hipotesis

H_0 : Tidak ada pengaruh yang signifikan faktor produk, harga, lokasi, promosi dan pengetahuan produk tabungan terhadap keputusan nasabah untuk menabung.

H_1 : Ada pengaruh yang signifikan faktor produk, harga, lokasi, promosi dan pengetahuan produk tabungan terhadap keputusan nasabah untuk menabung.

b) Menentukan F hitung

Dari *output* diperoleh F hitung sebesar 77,077

c) Menentukan F tabel

$$df_1 = 5 - 1 = 4$$

$$df_2 = n - k - 1 = 100 - 5 - 1 = 94$$

$$F_{\text{tabel}} = 2,70$$

d) Kriteria pengujian

- Jika F hitung \leq F tabel maka H_0 diterima.
- Jika F hitung $>$ F tabel maka H_0 ditolak.

e) Membuat kesimpulan

Karena F hitung $>$ F tabel ($77,077 > 2,70$) maka H_0 ditolak.

Atau berdasarkan Signifikansi F sebesar 0,000 yang lebih kecil dari nilai sebesar 0,05 ($0,000 < 0,05$), sehingga H_0 ditolak.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang simultan (secara bersama-sama) antara faktor produk, harga, lokasi, promosi dan pengetahuan produk tabungan terhadap keputusan nasabah menabung di BMT Pahlawan Tulungagung.

4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis ini untuk mengetahui seberapa besar sumbangan atau kontribusi variabel independen (Produk, harga, lokasi, promosi dan

pengetahuan produk tabungan) terhadap variabel dependen (Keputusan nasabah). Dari uji analisis koefisien determinasi dengan bantuan *software SPSS for windows Versi 21* didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.25

Hasil Uji R²

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,897 ^a	,804	,793	1,165

a. Predictors: (Constant), Pengetahuan, Promosi, Produk, Harga, Lokasi

Sumber: Data SPSS penelitian 2017

Pada tabel 4.17 terlihat bahwa angka R Square sebesar 0,804, ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel produk (X1), harga (X2) lokasi (X3), promosi (X4) dan pengetahuan produk tabungan (X5) adalah kuat. Sedangkan angka Adjusted R Square sebesar 0,793 ini menunjukkan variabel (X1), harga (X2) lokasi (X3), promosi (X4) dan pengetahuan produk tabungan (X5) secara bersama-sama mempengaruhi keputusan sebesar 79,3%, sedangkan sisanya sebesar 20,7% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan dalam penelitian ini.