

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

##### **1. Profil BMT Pahlawan**

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

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

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

BMT Pahlawan Tulungagung merupakan salah satu dari 5000 BMT yang bertebaran diseluruh tanah air. BMT Pahlawan hadir untuk memberdayakan ekonomi masyarakat kecil (akar rumput) sesuai syariah Islam, yakni system bagi hasil/tanpa bunga. BMT Pahlawan telah beroperasi sejak 10 Nopember 1996, diresmikan oleh Bapak Bupati Tulungagung dengan disaksikan oleh seluruh unsur MUSPIDA dan para tokoh masyarakat di Tulungagung. Dengan demikian sejak 10 November 1996 BMT Pahlawan mulai bergerak membantu para pengusaha kecil yang ada disekitarnya.

Dalam proses selanjutnya BMT Pahlawan memperoleh Badan Hukum Nomor : 188.4/372/BH/XVI.29/115/2010, Tanggal 14 April 2010. Dengan menempati kantor di Jl.R. Abdul Fattah (komplek ruko pasar Sore no. 33) Tulungagung BMT Pahlawan memberikan permodalan kepada para Pengusaha kecil dan mikro dengan system bagi hasil. Dengan system 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. Hal ini berbeda dengan lembaga – lembaga keuangan konvensional yang tidak

kenal nasib nasabah. Untung atau rugi tidak peduli yang penting “bayar bunga”. Inilah ketidakadilan dalam praktek riba yang selama ini menjalar dalam kehidupan.

Dengan system 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 19 tahun BMT Pahlawan telah berkembang mencapai dengan anggota binaan mencapai 12.129 orang. Mereka terdiri dari para Pengusaha kecil, kecil bawah di segala sektor ; Perdagangan, Perikanan, Pegrajin, Pertanian, PKL dan lain – lain. Anggota BMT juga terdiri dari para penyimpan, dan para donator, berada di seluruh pelosok Tulungagung.

Sehingga tidak mengherankan jika untuk mempermudah pelayanan dan jangkauan, BMT mendekati diri dengan membuka cabang – cabang dan Pokusma di beberapa tempat yakni, Cabang Bandung di Ruko Stadion Bandung No 14, Cabang Gondang di Komplek Ruko Stadion Gondang No 1, Cabang Ngunut di Jl Raya Ngunut No 4, dan Pokusma di Notorejo. Kini kantor pusat BMT Pahlawan berpindah di di Jl. Ki Mangun Sarkoro (Pasar Burung ke selatan  $\pm$  300 meter) Tulungagung atau yang biasa di sebut dengan Graha Pahlawan.

## **2. Bidang Keanggotaan BMT Pahlawan**

BMT adalah lembaga ekonomi yang dibangun dan ditumbuhkembangkan dari dan untuk anggota. Oleh sebab itu peranan

Anggota dalam menentukan maju mundurnya BMT sangat besar. Anggota BMT Pahlawan terdiri atas anggota tetap, anggota tidak tetap dan anggota kehormatan.

- a. Anggota Tetap adalah Para Pendiri BMT Pahlawan yang sejak berdirinya telah ikut mendirikan dengan menyetor modal awal yang disebut Simpanan Pokok Khusus (saham), simpanan pokok dan simpanan wajib.
- b. Anggota Tidak Tetap adalah anggota yang mendaftar kan diri setelah BMT berdiri dengan membayar simpanan Pokok, namun belum membayar sepenuhnya simpanan wajib. Mereka bisa masuk setiap saat dan bisa keluar setiap saat pula. Mereka masuk untuk menanamkan modal (Simpanan Pokok Khusus), atau menyimpan/menabung atau memperoleh pelayanan pembiayaan dan atau juga untuk membayar dan menerima Zakat infaq maupun shodaqoh dari BMT. Jumlah mereka selalu bertambah dari tahun ketahun.
- c. Anggota Kehormatan atau disebut Anggota Luar Biasa adalah orang yang mempunyai kepedulian dan jasa untuk ikut serta memajukan BMT namun mereka tidak bisa ikut secara penuh sebagai anggota BMT. Sesuai data yang ada hingga akhir tahun 2015 anggota BMT tercatat sebanyak 12.129 orang dengan rincian sebagaimana table berikut :

**Tabel. 4.1.****Perkembangan Anggota BMT Pahlawan**

	<b>Anggota</b>	<b>Tahun 2014</b>	<b>Tahun 2015</b>
1	Pendiri / Anggota Tetap	61 orang	61 orang
2	Penanam Saham	63 orang	63 orang
3	Penyimpan / Penabung	10.337 orang	10.900 orang
4	Penerima Pembiayaan	1.435 orang	1.105 orang
	<b>Total</b>	<b>11.896 orang</b>	<b>12.129 orang</b>

Sumber: RAT BMT Pahlawan, 2015

**3. Bidang Kepengurusan BMT Pahlawan**

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

**Kepengurusan BMT Pahlawan**

<b>Dewan Pengawas</b>	:
Pengawas Syariah	: Drs. H. Murtadlo
Pengawas	: H. Mulyono, SH
	: H. Chamim Badruzaman
<b>Dewan Pengurus</b>	:
Ketua	: Dr. H. Laitupa Abdul M, Sp.PD
Wakil Ketua	: Drs. Affandi
Sekretaris	: Drs.H. Siswadi, MA
Wakil Sekretaris	: Dr. H. Anang Imam M, Mkes Bendahara
	: Hj. Ir. Harmi Sulistyorini
<b>Manager Umum</b>	<b>: H. Nyadin, MAP</b>
Kabag Keuangan	: Dyah Iskandiana, S.Ag
Bagian Pembukuan	: Feri Yeti, SE

Bagian Pembiayaan	: Mispono, SE
Bagian ZISWA	: Ariful Fauzi, SE, Sy
Bagian Data dan Informasi	: Miftahul Jannah,SE
Pimpinan Pokusma Notorejo	: Juprianto, S.Ag
Bagian Administrasi	: Dewi Kusnul Khotimah, SHi
Cabang Ngunut	: Marathul Anisa, SE
Cabang Bandung	: Nungky Suryandari, S.Sy
Cabang Gondang	: Arini Hidayati, SE.Sy
Marketing	: Fatkhur Rohman Albanjari, SE.Sy
Alamat Kantor	:Jl. Ki Mangun Sarkoro, No 104 Tulungagung
Email	: bmt.pahlawan@yahoo.co.id
No Tlp	: 0355 - 328350

#### **4. 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 pengusaha kecil agar usaha mereka semakin berkembang. Jadi yang dibiayai BMT adalah usahanya bukan orangnya. Oleh sebab itu dalam setiap pembiayaan

berarti telah terjadi akad kerjasama (syirkah) antara BMT (sebagai pemilik modal) dengan pengusaha kecil (sebagai pemakai modal) untuk bersama-sama mengembangkan usaha. Sebagai lembaga keuangan syariah, tentu saja BMT memakai system yang sesuai syariah Islam. Dalam kerjasama inilah akan diperoleh bagian pendapatan. Adapun jenis-jenis pembiayaan yang dilakukan BMT antara lain :

- 1) *Pembiayaan Musyarakah* adalah pembiayaan dengan akad sirkah/kerjasama antara BMT dengan anggota/Nasabah dengan modal tidak seluruhnya (sebagian) dari BMT atau penyertaan modal. Dalam jangka waktu tertentu hasil keuntungan usaha akan dibagi sesuai kesepakatan.
- 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.
- 3) *Pembiayaan Bai'Bitsaman Ajil* adalah system pembiayaan dengan akad jual beli, dimana nasabah membutuhkan barang (alat sarana usaha) dan BMT menyediakan barangnya. Kemudian nasabah membelinya di BMT dengan pembayaran diangsur. Mengenai besarnya angsuran dan lamanya

pembayaran ditentukan berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak.

- 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. Menghimpun Simpanan atau Tabungan**

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 pola mudharabah, ada 2 macam :
  - a) *Simpanan mudharabah biasa* yaitu simpanan anggota BMT yang jumlahnya tidak terbatas, dapat diambil sewaktu waktu serta jumlah pengembilannya 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. Inshaallah dengan menyetor 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.

**c. Penghimpunan Saham ( Simpanan Pokok Khusus )**

Modal sangat diperlukan bagi seorang pengusaha, terlebih lagi bagi lembaga keuangan, ketersediaan modal sendiri akan sangat menentukan kokohnya sebuah BMT. Awal berdirinya BMT Pahlawan hanya memiliki modal sebesar Rp. 15.000.000,00 dari 67 tokoh pendiri. Di tahun 2010 modal BMT telah meningkat menjadi Rp. 1.176.325.896,-. Namun jumlah tersebut masih dirasa minim apabila dibandingkan dengan Dana Pihak Ketiga yang mencapai Rp.

16.758.539.103,-. Sesuai dengan ketentuan yang berlaku, besarnya modal haruslah 12,5% dari Dana Pihak Ketiga atau sebesar Rp. 2.094.817.387,-. Oleh sebab itu, BMT Pahlawan masih kekurangan modal sendiri (saham) sebesar Rp. 918.491.491,-.

**d. Kegiatan Mengelola ZIS dan Kegiatan Sosial Dakwah.**

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

**Pertama :**

Meminta hak dari para fakir miskin pada harta orang kaya sebagaimana firman Allah : “Dan pada harta mereka terdapat hak orang miskin yang meminta dan yang tidak berkecukupan (tetapi tidak meminta)” (QS. Al.Dzariat 51 : 19) “Jika mereka bakhilmakahartaitu akan dikalungkan di hari kiamat” (QS. Ali Imron 3: 180 ).

**Kedua :**

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

**Ketiga :**

Untuk mengikis kesenjangan sosial yang semakin hari semakin menganga antara si kaya dan si miskin . Rasullullah SAW bersabda :  
“Bukanlah golonganku,orang (besar) yang tidak belas kasih pada orang kecil dan orang (kecil) yang tidak menghargai orang besar”  
(*HR. Anas*).<sup>67</sup>

**B. Karakteristik Responden**

Responden dalam penelitian ini adalah anggota BMT Pahlawan dengan ukuran sebesar 79 responden. Karakteristik responden yang akan digali pada penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) jenis kelamin, (2) usia, (3) penghasilan, (4) tingkat pendidikan, (5) pekerjaan

---

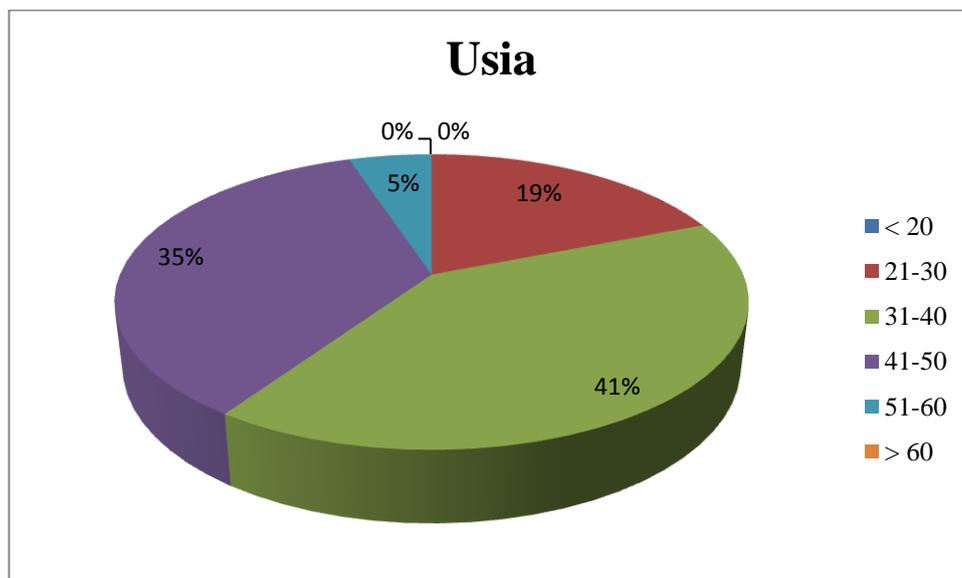
<sup>67</sup> RAT BMT Pahlawan Tulungagung 2015

**Tabel. 4.2.****Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Kriteria (Tahun)	Frekuensi (Orang)	Presentasi (%)
< 20	-	-
21-30	15	19%
31-40	32	40,5%
41-50	28	35,5%
51-60	4	5%
> 60	-	-
Jumlah	79	100%

Sumber: data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.2. dapat diketahui bahwa responden terbesar dalam penelitian ini yaitu anggota dengan usia 31 - 40 an tahun sebanyak 32 orang (40,5%), sedangkan responden terkecil menurut umur yaitu 51-60 tahun dengan jumlah responden 4 atau dalam presentase 5%. Dapat disimpulkan bahwa nasabah BMT Pahlawan sebagian besar berumur 31 - 40 tahun.

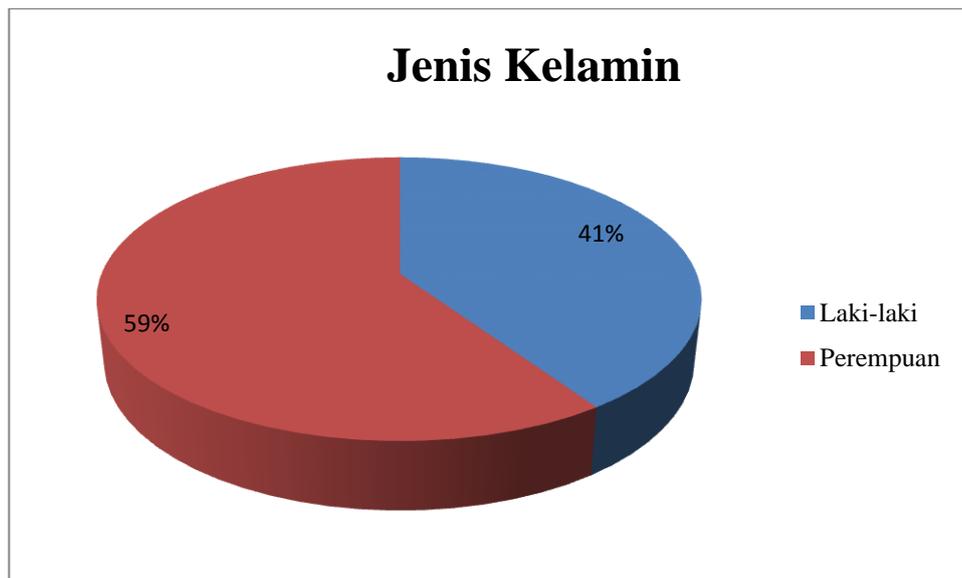
**Gambar 4.1**

**Tabel. 4.3.****Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Kategori	Frekuensi (Orang)	Presentase (%)
Laki-laki	32	40,5%
Perempuan	47	59,5%
Jumlah	79	100%

Sumber: data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.3. dapat diketahui bahwa responden yang berjenis kelamin perempuan lebih banyak dibandingkan responden dengan jenis kelamin laki-laki, sebanyak 47 orang (59,5%). Hal ini menggambarkan bahwa responden perempuan mempunyai keputusan yang tinggi dalam menjadi nasabah BMT.

**Gambar 4.2****Tabel. 4.4****Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan**

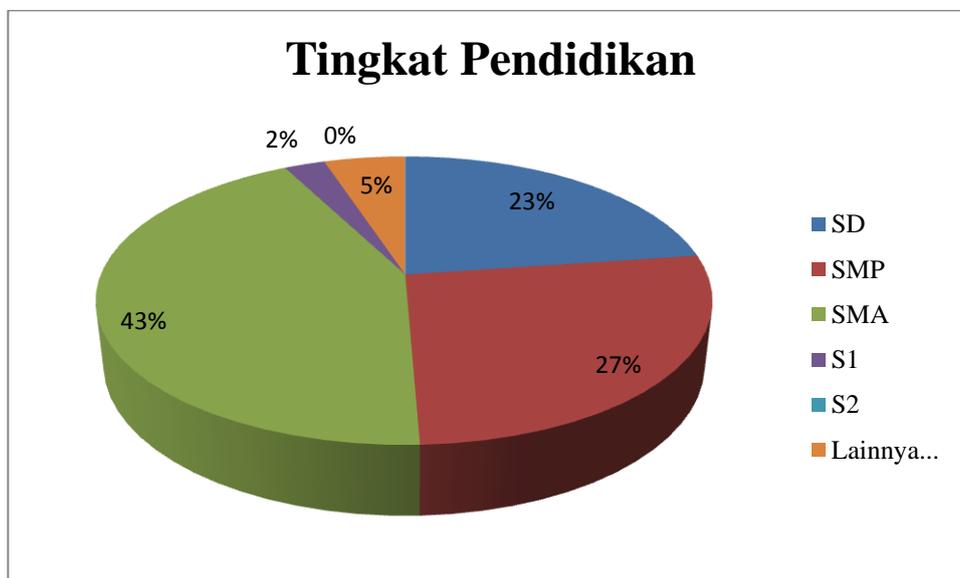
Pendidikan	Frekuensi (Orang)	Presentasi (%)
SD	18	22,8%
SMP	21	26,6%
SMA	34	43%
S1	2	2,5%

S2	-	-
Lainnya...	4	5,1%
Jumlah	79	100%

Sumber: data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.4. dapat diketahui bahwa responden penelitian yaitu nasabah yang tingkat pendidikannya Sekolah Dasar sebanyak 18 orang (22,8%), nasabah dengan tingkat pendidikannya Sekolah Menengah Pertama sebanyak 21 orang (26,6%), nasabah dengan tingkat pendidikannya Sekolah Menengah Atas sebanyak 34 orang (43%), anggota yang tingkat pendidikannya S1 sebanyak 2 orang (2,6%), nasabah dengan pendidikan Lainnya (D3) adalah 4 orang (5%) dan anggota yang tingkat pendidikannya S2 tidak ada. Hal ini menunjukkan tingkat pendidikan nasabah yang terbanyak adalah SMA.

**Gambar 4.3**



**Tabel. 4.5**

#### Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

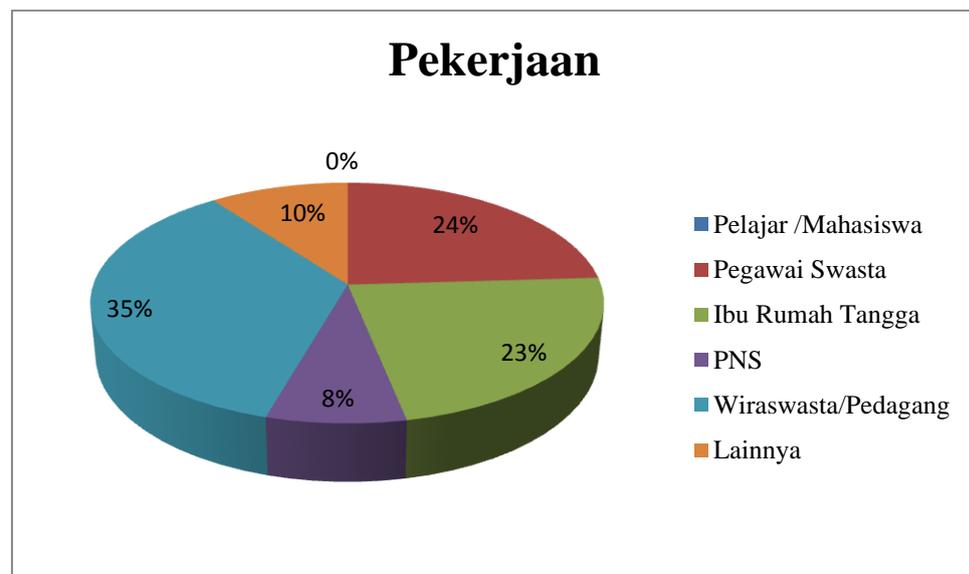
Pekerjaan	Frekuensi (Orang)	Presentasi (%)
Pelajar /Mahasiswa	-	-

Pegawai Swasta	19	24%
Ibu Rumah Tangga	18	22,8%
PNS	6	7,6%
Wiraswasta/Pedagang	28	35,5%
Lainnya	8	10,1%
Jumlah	79	100%

Sumber: data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.5. dapat diketahui bahwa responden penelitian yaitu nasabah yang pekerjaannya sebagai pelajar/mahasiswa tidak ada, nasabah yang pekerjaannya sebagai pegawai swasta sebanyak 19 orang (24%), nasabah yang pekerjaannya sebagai ibu rumah tangga sebanyak 18 orang (22,8%), nasabah yang pekerjaannya sebagai PNS sebanyak 6 orang (7,6%), nasabah yang pekerjaannya sebagai wiraswasta sebanyak 28 orang (35,5%), anggota yang pekerjaannya diluar pilihan diatas sebanyak 8 orang (10,1%). Hal ini menunjukkan pekerjaan responden yang terbanyak adalah wiraswasta.

**Gambar 4.4**

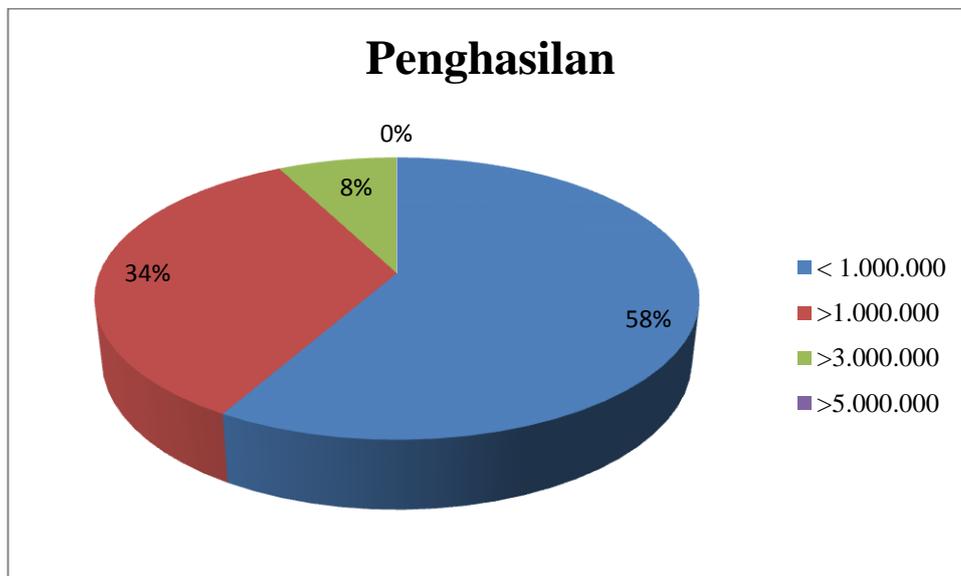


**Tabel. 4.6****Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan**

Penghasilan (Rp)	Frekuensi (Orang)	Presentasi (%)
< 1.000.000	46	52,3%
>1.000.000	27	34,2%
>3.000.000	6	7,6%
>5.000.000	-	-
Jumlah	79	100%

Sumber: data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.6. dapat diketahui bahwa responden yang memiliki tingkat penghasilan kurang dari Rp.1.000.000 yaitu sebesar 46 orang (52,3%). Hal ini menggambarkan bahwa anggota yang memiliki penghasilan dibawah Rp.1.000.000 memiliki keputusan yang tinggi dalam menggunakan jasa BMT.

**Gambar 4.5****C. Deskripsi Variabel**

Dari angket yang peneliti sebarakan kepada responden yang terdiri dari 24 item pernyataan dan terbagi dalam 4 kategori yaitu:

1. 6 pernyataan digunakan untuk mengetahui tentang pengaruh kualitas pelayanan ( $X_1$ ).
2. 6 pernyataan digunakan untuk mengetahui tentang pengaruh strategi pemasaran ( $X_2$ ).
3. 6 pernyataan digunakan untuk mengetahui tentang pengaruh tingkat margin ( $X_3$ ).
4. 6 pernyataan digunakan untuk mengetahui tentang pengaruh keputusan nasabah memilih pembiayaan BBA (Y).

Untuk menggambarkan tanggapan responden dan menguraikan secara rinci jawaban dari setiap responden maka data dikelompokkan dalam satu kategori skor dengan menggunakan rentang skala perhitungan skor tiap item pertanyaan sebagai berikut:<sup>68</sup>

$$RS = \frac{n(m-1)}{m}$$

Keterangan : RS = Rentang skala

n = Jumlah sampel

m = Jumlah jawaban tiap item

$$\text{Sehingga: } RS = \frac{79(5-1)}{5} = 63,2$$

$$\text{Skor terendah} = 1 \times 79 = 79$$

$$\text{Skor tertinggi} = 5 \times 79 = 395$$

Untuk membuat rentang skalanya karena 79 merupakan nilai terendah maka 79 ditambah RS sampai dengan hasil tertinggi maka hasilnya:

$$1. \quad 79 - 142,2 \quad = \text{Sangat tidak baik}$$

---

<sup>68</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung:Alfabeta, 2001), hal 89.

2. 142,2 – 205,4 = Tidak baik
3. 205,4 – 268,6 = Cukup
4. 268,6 – 331,8 = Baik
5. 331,8 – 395 = Sangat baik

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

**Tabel. 4.7**

**Pengaruh Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )**

Pernyataan no.1: BMT Pahlawan sangat menjaga kerahasiaan tentang data nasabah dengan baik.

No.	Choice	Score	Frekuensi	Presentasi (%)	Total Score
1	Sangat Setuju	5	20	25,3%	100
2	Setuju	4	37	46,8%	148
3	Netral	3	19	24,1%	57
4	Tidak Setuju	2	3	3,8%	6
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	-	-
Total			79	100%	311
Rata-rata Score					4

Sumber: data primer yang diolah, 2017

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 79 responden, nilai tertinggi adalah menyatakan setuju sebanyak 37 responden atau 46,8% sedangkan terendah adalah menyatakan tidak setuju sebanyak 3 responden atau 3,8%. Maka berarti para anggota menyetujui kalau BMT Pahlawan sangat menjaga kerahasiaan tentang data nasabah dengan baik.

Pernyataan no. 2: Karyawan BMT Pahlawan bersikap sopan dan ramah dalam melayani nasabah.

No.	Choice	Score	Frekuensi	Presentasi (%)	Total Score
1	Sangat Setuju	5	12	15,2%	60
2	Setuju	4	37	46,8%	148
3	Netral	3	23	29,1 %	69
4	Tidak Setuju	2	7	8,9%	14
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	-	-
Total			79	100%	291
Rata-rata Score					3,6

Sumber: data primer yang diolah, 2017

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 79 responden, nilai tertinggi adalah menyatakan setuju sebanyak 37 responden atau 46,8% sedangkan terendah adalah menyatakan tidak setuju sebanyak 7 responden atau 8,9%. Artinya responden setuju bahwa karyawan BMT Pahlawan bersikap sopan dan ramah dalam melayani nasabah.

Pernyataan no. 3: BMT Pahlawan cepat tanggap dalam melayani semua nasabah

No.	Choice	Score	Frekuensi	Presentasi (%)	Total Score
1	Sangat Setuju	5	10	12,7%	50
2	Setuju	4	36	45,6%	144
3	Netral	3	23	29,1%	69
4	Tidak Setuju	2	10	12,7%	20
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	-	-
Total			79	100%	283
Rata-rata Score					3,5

Sumber: data primer yang diolah, 2017

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 79 responden, nilai tertinggi adalah menyatakan setuju sebanyak 36 responden atau 45,6% sedangkan terendah adalah menyatakan tidak setuju sebanyak 10 responden atau 12,7%. Artinya

responden cenderung setuju bahwa BMT Pahlawan cepat tanggap dalam melayani semua nasabah.

Pernyataan no.4: BMT Pahlawan selalu memahami kebutuhan yang diperlukan nasabah.

No.	Choice	Score	Frekuensi	Presentasi (%)	Total Score
1	Sangat Setuju	5	13	16,5%	65
2	Setuju	4	38	48,1%	152
3	Netral	3	26	32,9%	78
4	Tidak Setuju	2	2	2,5%	4
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	-	-
Total			79	100	299
Rata-rata Score					3,7

Sumber: data primer yang diolah, 2017

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 79 responden, nilai tertinggi adalah menyatakan setuju sebanyak 38 responden atau 48,1% sedangkan terendah adalah menyatakan tidak setuju sebanyak 2 responden atau 2,5%. Artinya responden cenderung setuju bahwa BMT Pahlawan selalu memahami kebutuhan yang diperlukan nasabah.

Pernyataan no. 5: BMT Pahlawan selalu merespon keluhan nasabah dengan cepat dan tanggap

No.	Choice	Score	Frekuensi	Presentasi (%)	Total Score
1	Sangat Setuju	5	16	20,3%	80
2	Setuju	4	36	45,6%	144
3	Netral	3	24	30,4%	72
4	Tidak Setuju	2	3	3,8%	6
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	-	-
Total			79	100%	302
Rata-rata Score					3,8

Sumber: data primer yang diolah, 2017

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 79 responden, nilai tertinggi adalah menyatakan setuju sebanyak 36 responden atau 45,6% sedangkan terendah adalah menyatakan tidak setuju sebanyak 3 responden atau 3,8%. Artinya responden cenderung setuju bahwa BMT Pahlawan selalu merespon keluhan nasabah dengan cepat dan tanggap.

Pernyataan no. 6: BMT Pahlawan selalu memberikan solusi dengan tepat atas keluhan nasabah

No.	Choice	Score	Frekuensi	Presentasi (%)	Total Score
1	Sangat Setuju	5	12	15,2%	60
2	Setuju	4	27	34,2%	108
3	Netral	3	26	32,9%	78
4	Tidak Setuju	2	14	17,7%	28
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	-	-
Total			79	100%	274
Rata-rata Score					3,4

Sumber: data primer yang diolah, 2017

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 79 responden, nilai tertinggi adalah menyatakan setuju sebanyak 27 responden atau 34,2% sedangkan terendah adalah menyatakan sangat setuju sebanyak 12 responden atau 15,2%. Artinya responden cenderung setuju bahwa BMT Pahlawan selalu memberikan solusi dengan tepat atas keluhan nasabah.

Dari tabel terperinci diatas dapat ditarik kesimpulan terkait dengan rata-rata pilihan responden, yaitu sebagai berikut:

**Tabel. 4.8**

**Rata-rata Pilihan Responden**

Pernyataan	Total Score	Rata-rata Score
BMT Pahlawan sangat menjaga kerahasiaan	311	4

tentang data nasabah dengan baik.		
Karyawan BMT Pahlawan bersikap sopan dan ramah dalam melayani nasabah.	291	3.6
BMT Pahlawan cepat tanggap dalam melayani semua nasabah.	283	3.5
BMT Pahlawan selalu memahami kebutuhan yang diperlukan nasabah.	299	3.7
BMT Pahlawan selalu merespon keluhan nasabah dengan cepat dan tanggap.	302	3.8
BMT Pahlawan selalu memberikan solusi dengan tepat atas keluhan nasabah.	274	3.4
Jumlah Nilai Score	1760/6	22/6
Rata-rata Total Score	293,3	3,6

Sumber: data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan data diatas mengenai tanggapan responden tentang kualitas pelayanan dari BMT Pahlawan Cabang Gondang Tulungagung diperoleh rata-rata total skor sebesar 293,3 Hal ini termasuk dalam kategori baik Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan di BMT Pahlawan Cabang Gondang Tulungagung adalah baik.

**Tabel. 4.9**

**Pengaruh Strategi Pemasaran (X<sub>2</sub>)**

Pernyataan no. 1: Persyaratan Pengajuan Pembiayaan di BMT Pahlwan Relatif Mudah

No.	Choice	Score	Frekuensi	Presentasi (%)	Total Score
1	Sangat Setuju	5	6	7,6%	30
2	Setuju	4	35	44,3%	140
3	Netral	3	32	40,5%	96
4	Tidak Setuju	2	6	7,6%	12
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	-	-
Total			79	100%	278
Rata-rata Score					3,5

Sumber: data primer yang diolah, 2017

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 79 responden, nilai tertinggi adalah menyatakan setuju sebanyak 35 responden atau 44,3% sedangkan terendah adalah menyatakan sangat setuju dan tidak setuju sebanyak 6 responden atau 7,6%. Artinya responden cenderung setuju bahwa Persyaratan Pengajuan Pembiayaan di BMT Pahlawan Relatif Mudah.

Pernyataan no. 2: Proses Pembiayaan di BMT Pahlawan Berlangsung Relatif Cepat.

No.	Choice	Score	Frekuensi	Presentasi (%)	Total Score
1	Sangat Setuju	5	9	11,4%	45
2	Setuju	4	28	35,4%	112
3	Netral	3	37	46,8%	111
4	Tidak Setuju	2	5	6,3	10
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	-	-
Total			79	100%	278
Rata-rata Score					3,5

Sumber: data primer yang diolah, 2017

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 79 responden nilai tertinggi adalah menyatakan netral sebanyak 37 responden atau 46,8% sedangkan terendah adalah menyatakan tidak setuju sebanyak 5 responden atau 6,3%. Artinya responden cenderung bersikap netral bahwa Proses Pembiayaan di BMT Pahlawan Berlangsung Relatif Cepat.

Pernyataan no. 3: BMT Pahlawan Menjalin Hubungan Dan Komunikasi Dengan Baik Kepada Nasabah.

No.	Choice	Score	Frekuensi	Presentasi (%)	Total Score
1	Sangat Setuju	5	6	7,6%	30
2	Setuju	4	33	41,8%	132
3	Netral	3	34	43,0%	102
4	Tidak Setuju	2	6	7,6%	12
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	-	-

Total	79	100%	276
Rata-rata Score			3,5

Sumber: data primer yang diolah, 2017

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 79 responden, nilai tertinggi adalah menyatakan netral sebanyak 34 responden atau 43,0% sedangkan terendah adalah menyatakan sangat setuju dan tidak setuju sebanyak 6 responden atau 7,6%. Artinya responden masih bersikap netral terhadap jalinan hubungan baik antara BMT Pahlawan dan nasabah.

Pernyataan no. 4: BMT Pahlawan menawarkan produk pembiayaan BBA dengan jelas dan pasti.

No.	Choice	Score	Frekuensi	Presentasi (%)	Total Score
1	Sangat Setuju	5	1	1,3%	5
2	Setuju	4	40	50,6%	160
3	Netral	3	30	38,0%	90
4	Tidak Setuju	2	8	10,1%	16
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	-	-
Total			79	100%	271
Rata-rata Score					3,4

Sumber: data primer yang diolah, 2017

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 79 responden, nilai tertinggi adalah menyatakan setuju sebanyak 40 responden atau 50,6% sedangkan terendah adalah menyatakan sangat setuju sebanyak 1 responden atau 1,3%. Artinya responden cenderung setuju bahwa BMT Pahlawan menawarkan produk pembiayaan BBA dengan jelas dan pasti.

Pernyataan no. 5: Produk BBA di BMT Pahlawan lebih menguntungkan dibandingkan dengan lembaga lain.

No.	Choice	Score	Frekuensi	Presentasi (%)	Total Score
1	Sangat Setuju	5	3	3,8%	15

2	Setuju	4	40	50,6%	160
3	Netral	3	32	40,5%	96
4	Tidak Setuju	2	4	5,1%	8
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	-	-
Total			79	100%	279
Rata-rata Score					3,5

Sumber: data primer yang diolah, 2017

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 79 responden, nilai tertinggi adalah menyatakan setuju sebanyak 40 responden atau 50,6% sedangkan terendah adalah menyatakan sangat setuju sebanyak 3 responden atau 3,8%. Artinya responden cenderung setuju bahwa produk BBA di BMT Pahlawan lebih menguntungkan dibandingkan dengan lembaga lain.

Pernyataan no.6: Produk yang ditawarkan BMT Pahlawan mudah dijangkau masyarakat.

No.	Choice	Score	Frekuensi	Presentasi (%)	Total Score
1	Sangat Setuju	5	6	7,6%	30
2	Setuju	4	42	53,2%	168
3	Netral	3	31	39,2%	93
4	Tidak Setuju	2	0	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	-	-
Total			79	100%	291
Rata-rata Score					3,6

Sumber: data primer yang diolah, 2017

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 79 responden, nilai tertinggi adalah menyatakan setuju sebanyak 42 responden atau 53,2% sedangkan terendah adalah menyatakan sangat setuju sebanyak 6 responden atau 7,6%. Artinya responden cenderung setuju bahwa produk yang ditawarkan BMT Pahlawan mudah dijangkau masyarakat.

Dari tabel terperinci diatas dapat ditarik kesimpulan terkait dengan rata-rata pilihan responden, yaitu sebagai berikut:

**Tabel. 4.10****Rata-rata Pilihan Responden**

Pernyataan	Total Score	Rata-rata Score
Persyaratan pengajuan pembiayaan di BMT Pahlawan relatif mudah.	278	3,5
Proses pembiayaan di BMT Pahlawan berlangsung relatif cepat.	278	3,5
BMT Pahlawan menjalin hubungan dan komunikasi dengan baik kepada nasabah.	276	3,5
BMT Pahlawan menawarkan produk pembiayaan <i>Ba'i Bitsaman Ajil</i> dengan jelas dan pasti.	271	3,4
Produk <i>Ba'i Bitsaman Ajil</i> di BMT Pahlawan lebih menguntungkan dibandingkan dengan lembaga lain.	279	3,5
Produk yang ditawarkan BMT Pahlawan mudah dijangkau masyarakat.	291	3,6
Jumlah Nilai Score	1773	21
Rata-rata Total Score	295,5	3,5

Sumber: data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan data diatas mengenai tanggapan responden tentang strategi pemasaran dari BMT Pahlawan Tulungagung diperoleh rata-rata total skor sebesar 295,5 Hal ini termasuk dalam kategori baik sehingga dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran di BMT Pahlawan Tulungagung adalah baik.

**Tabel. 4.11****Pengaruh Tingkat Margin ( $X_3$ )**

Pernyataan no.1: BMT Pahlawan mengambil keuntungan yang relatif besar

No.	Choice	Score	Frekuensi	Presentasi (%)	Total Score
1	Sangat Setuju	5	20	25,3%	100
2	Setuju	4	28	35,4%	112
3	Netral	3	17	21,5%	51

4	Tidak Setuju	2	13	16,5%	26
5	Sangat Tidak Setuju	1	1	1,3%	1
Total			79	100%	290
Rata-rata Score					3,6

Sumber: data primer yang diolah, 2017

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 79 responden, nilai tertinggi adalah menyatakan setuju sebanyak 28 responden atau 35,4% sedangkan terendah adalah menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 1 responden atau 1,3%. Artinya responden cenderung setuju bahwa BMT Pahlawan mengambil keuntungan yang relatif besar.

Pernyataan no.2: BMT Pahlawan memberikan solusi permasalahan nasabah.

No.	Choice	Score	Frekuensi	Presentasi (%)	Total Score
1	Sangat Setuju	5	11	13,9%	55
2	Setuju	4	28	35,5%	112
3	Netral	3	29	36,7%	87
4	Tidak Setuju	2	11	13,9%	22
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	-	-
Total			79	100%	276
Rata-rata Score					3,4

Sumber: data primer yang diolah, 2017

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 79 responden, nilai tertinggi adalah menyatakan netral sebanyak 29 responden atau 36,7% sedangkan terendah adalah menyatakan sangat setuju/tidak setuju sebanyak 11 responden atau 13,9%. Artinya responden cenderung bersikap netral bahwa BMT Pahlawan memberikan solusi permasalahan nasabah.

Pernyataan no. 3: ketika terjadi kenaikan harga, BMT Pahlawan mengurangi keuntungan yang diberikan kepada nasabah.

No.	Choice	Score	Frekuensi	Presentasi (%)	Total Score
1	Sangat Setuju	5	11	13,9%	55

2	Setuju	4	29	36,7%	116
3	Netral	3	15	19%	45
4	Tidak Setuju	2	24	30,4%	48
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	-	-
Total			79	100%	264
Rata-rata Score					3,3

Sumber: data primer yang diolah, 2017

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 79 responden, nilai tertinggi adalah menyatakan setuju sebanyak 29 responden atau 36,7% sedangkan terendah adalah menyatakan sangat setuju sebanyak 11 responden atau 13,9%. Artinya responden cenderung setuju bahwa ketika terjadi kenaikan harga, BMT Pahlawan mengurangi keuntungan yang diberikan kepada nasabah. Karena mayoritas nasabah BMT Pahlawan adalah wiraswasta maka usaha yang dijalani oleh para nasabah akan tertekan apabila terjadi kenaikan harga.

Pernyataan no 4: BMT Pahlawan memberikan keuntungan yang berbeda-beda kepada nasabah dari tahun ke tahun.

No.	Choice	Score	Frekuensi	Presentasi (%)	Total Score
1	Sangat Setuju	5	20	25,3%	100
2	Setuju	4	22	27,8%	88
3	Netral	3	21	26,6%	63
4	Tidak Setuju	2	16	20,3%	32
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	-	-
Total			79	100%	283
Rata-rata Score					3,5

Sumber: data primer yang diolah, 2017

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 79 responden, nilai tertinggi adalah menyatakan setuju sebanyak 22 responden atau 27,8% sedangkan terendah adalah menyatakan tidak setuju sebanyak 16 responden atau 20,3%. Artinya responden cenderung setuju bahwa BMT Pahlawan memberikan keuntungan yang berbeda-beda kepada nasabah dari tahun ke tahun. Kebijakan yang diterapkan

oleh BMT terkait pengambilan keuntungan yang diambil akan berbeda-beda dari tahun ke tahun, hal ini di dasarkan pada kondisi perekonomian yang tengah terjadi dan juga kharakteristik nasabah.

Pernyataan no. 5: Besarnya Margin Telah Disepakati Diawal Perjanjian

No.	Choice	Score	Frekuensi	Presentasi (%)	Total Score
1	Sangat Setuju	5	14	17,7%	70
2	Setuju	4	33	41,8%	132
3	Netral	3	19	24,1%	57
4	Tidak Setuju	2	12	15,2%	24
5	Sangat Tidak Setuju	1	1	1,3%	1
Total			79	100%	284
Rata-rata Score					3,5

Sumber: data primer yang diolah, 2017

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 79 responden, nilai tertinggi adalah menyatakan setuju sebanyak 33 responden atau 41,8% sedangkan terendah adalah menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 1 responden atau 1,3%. Artinya responden cenderung setuju bahwa besarnya margin telah disepakati diawal perjanjian.

Pernyataan no. 6: Besar Kecilnya Margin Adalah Kesepakatan Nasabah dan BMT

No.	Choice	Score	Frekuensi	Presentasi (%)	Total Score
1	Sangat Setuju	5	6	7,6%	30
2	Setuju	4	26	32,9%	104
3	Netral	3	29	36,7%	87
4	Tidak Setuju	2	18	22,8%	36
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	-	-
Total			79	100%	257
Rata-rata Score					3,2

Sumber: data primer yang diolah, 2017

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 79 responden, nilai tertinggi adalah menyatakan netral sebanyak 29 responden atau 36,7% sedangkan terendah

adalah menyatakan sangat setuju sebanyak 6 responden atau 7,6%. Artinya responden cenderung bersikap netral terhadap besar kecilnya margin adalah kesepakatan nasabah dan BMT.

Dari tabel terperinci diatas dapat ditarik kesimpulan terkait dengan rata-rata pilihan responden, yaitu sebagai berikut:

**Tabel. 4.12**  
**Rata-rata Pilihan Responden**

Pernyataan	Total Score	Rata-rata Score
BMT Pahlawan mengambil keuntungan yang relatif besar.	290	3,6
BMT Pahlawan memberikan solusi permasalahan nasabah.	276	3,4
Ketika terjadi kenaikan harga, BMT Pahlawan mengurangi keuntungan yang diberikan kepada nasabah.	264	3,3
BMT Pahlawan memberikan keuntungan yang berbeda-beda kepada nasabah dari tahun ke tahun.	283	3,5
Besarnya margin telah disepakati di awal perjanjian.	284	3,5
Besar kecilnya margin adalah kesepakatan nasabah dan BMT.	257	3,2
Jumlah Nilai Score	1654	21,09
Rata-rata Total Score	275,7	3,5

Sumber: data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan data diatas mengenai tanggapan responden tentang tingkat margin dari BMT Pahlawan Tulungagung diperoleh rata-rata total skor sebesar 275,7. Hal ini termasuk dalam kategori baik Sehingga dapat disimpulkan tingkat margin di BMT Pahlawan Tulungagung adalah baik.

**Tabel. 4.13****Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* (Y)**

Pernyataan No. 1: Produk pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* di BMT Pahlawan digunakan untuk pemenuhan kebutuhan nasabah.

No.	Choice	Score	Frekuensi	Presentasi (%)	Total Score
1	Sangat Setuju	5	15	19%	75
2	Setuju	4	42	53,2%	168
3	Netral	3	16	20,3%	48
4	Tidak Setuju	2	6	7,6%	12
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	-	-
Total			79	100%	303
Rata-rata Score					3,83

Sumber: data primer yang diolah, 2017

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 79 responden, nilai tertinggi adalah menyatakan setuju sebanyak 42 responden atau 53,2% sedangkan terendah adalah menyatakan tidak setuju sebanyak 6 responden atau 7,6%. Artinya responden cenderung setuju bahwa produk pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* di BMT Pahlawan digunakan untuk pemenuhan kebutuhan nasabah.

Pernyataan no. 2: Nasabah memperoleh informasi tentang BMT Pahlawan dengan relatif mudah.

No.	Choice	Score	Frekuensi	Presentasi (%)	Total Score
1	Sangat Setuju	5	10	12,7%	50
2	Setuju	4	36	45,6%	144
3	Netral	3	19	24,1%	57
4	Tidak Setuju	2	14	17,7%	28
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	-	-
Total			79	100%	279
Rata-rata Score					3,5

Sumber: data primer yang diolah, 2017

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 79 responden, nilai tertinggi adalah menyatakan setuju sebanyak 36 responden atau 45,6% sedangkan terendah adalah menyatakan sangat setuju sebanyak 10 responden atau 12,7%. Artinya responden cenderung setuju bahwa untuk memperoleh informasi tentang BMT Pahlawan relatif mudah untuk didapatkan.

Pernyataan No. 3: BMT Pahlawan memberikan keuntungan yang besar.

No.	Choice	Score	Frekuensi	Presentasi (%)	Total Score
1	Sangat Setuju	5	2	2,5%	10
2	Setuju	4	45	57%	180
3	Netral	3	26	32,9%	78
4	Tidak Setuju	2	6	7,6%	12
5	Sangat Tidak Setuju	1	-	-	
Total			79	100%	280
Rata-rata Score					3,5

Sumber: data primer yang diolah, 2017

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 79 responden, nilai tertinggi adalah menyatakan setuju sebanyak 45 responden atau 57% sedangkan terendah adalah menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 2 responden atau 2,5%. Artinya responden cenderung setuju bahwa BMT Pahlawan memberikan keuntungan yang besar.

Pernyataan No. 4: Nasabah terdorong dan mau menggunakan produk pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* di BMT Pahlawan karena keuntungan yang ditawarkan besar.

No.	Choice	Score	Frekuensi	Presentasi (%)	Total Score
1	Sangat Setuju	5	6	7,6%	30
2	Setuju	4	33	41,8%	132
3	Netral	3	34	43%	102
4	Tidak Setuju	2	6	7,6%	12
5	Sangat Tidak Setuju	1	-	-	-
Total			79	100%	276
Rata-rata Score					3,5

Sumber: data primer yang diolah, 2017

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 79 responden, nilai tertinggi adalah menyatakan netral sebanyak 34 responden atau 43% sedangkan terendah adalah menyatakan sangat setuju dan tidak setuju sebanyak 6 responden atau 7,6%. Artinya responden cenderung setuju bahwa BMT Pahlawan memberikan keuntungan yang besar kepada nasabahnya.

Pernyataan no. 5: Nasabah terdorong dan mau menggunakan produk pembiayaan

*Ba'i Bitsaman Ajil* di BMT Pahlawan karena pelayanan yang memuaskan.

No.	Choice	Score	Frekuensi	Presentasi (%)	Total Score
1	Sangat Setuju	5	10	12,7%	50
2	Setuju	4	23	29,1%	92
3	Netral	3	38	48,1%	114
4	Tidak Setuju	2	8	10,1%	16
5	Sangat Tidak Setuju	1	-	-	-
Total			79	100%	272
Rata-rata Score					3,4

Sumber: data primer yang diolah, 2017

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 79 responden, nilai tertinggi adalah menyatakan netral sebanyak 38 responden atau 48,1% sedangkan terendah adalah menyatakan tidak setuju sebanyak 8 responden atau 10,1%. Artinya responden cenderung bersikap netral terkait pernyataan pelayanan yang memuaskan yang diberikan oleh BMT Pahlawan kepada para nasabah.

Pernyataan no. 6: Nasabah akan terus melakukan pembiayaan di BMT Pahlawan.

No.	Choice	Score	Frekuensi	Presentasi (%)	Total Score
1	Sangat Setuju	5	8	10,1%	40
2	Setuju	4	23	29,1%	92
3	Netral	3	28	35,4%	84

4	Tidak Setuju	2	19	24,1%	38
5	Sangat Tidak Setuju	1	1	1,3%	1
Total			79	100%	255
Rata-rata Score					3,2

Sumber: data primer yang diolah, 2017

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 79 responden, nilai tertinggi adalah menyatakan netral sebanyak 28 responden atau 35,4% sedangkan terendah adalah menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 1 responden atau 1,3%. Artinya responden cenderung bersikap netral terhadap apakah nantinya nasabah akan melakukan pembiayaan terus menerus di BMT Pahlawan apakah tidak.

Dari tabel terperinci diatas dapat ditarik kesimpulan terkait dengan rata-rata pilihan responden, yaitu sebagai berikut:

**Tabel. 4.14**

**Rata-rata Pilihan Responden**

Pernyataan	Total Score	Rata-rata Score
Produk pembiayaan <i>Ba'i Bitsaman Ajil</i> di BMT Pahlawan digunakan untuk pemenuhan kebutuhan nasabah	303	3,8
Nasabah memperoleh informasi tentang BMT Pahlawan dengan relatif mudah	279	3,5
BMT Pahlawan memberikan keuntungan yang besar.	280	3,5
Nasabah terdorong dan mau menggunakan produk pembiayaan <i>Ba'i Bitsaman Ajil</i> di BMT Pahlawan karena keuntungan yang ditawarkan besar.	276	3,5
Nasabah terdorong dan mau menggunakan produk pembiayaan <i>Ba'i Bitsaman Ajil</i> di BMT Pahlawan karena pelayanan yang memuaskan.	272	3,4
Nasabah akan terus melakukan pembiayaan di BMT Pahlawan.	255	3,2
Jumlah Nilai Score	1665	20,9
Rata-rata Total Score	277,5	3,5

Sumber: data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan data diatas mengenai tanggapan responden tentang keputusan nasabah memilih pembiayaan BBA dari BMT Pahlawan Cabang Gondang Tulungagung diperoleh rata-rata total skor sebesar 277,5 Hal ini termasuk dalam kategori baik. Sehingga dapat disimpulkan keputusan keputusan nasabah memilih pembiayaan BBA dari BMT Pahlawan Cabang Gondang Tulungagung adalah baik.

#### D. Analisis Data

##### 1. Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuisisioner. Dasar pengambilan keputusan digunakan adalah dengan melakukan uji signifikansi dengan SPSS lalu membandingkan hasil uji di bagian skor total setiap indikator sebagai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel. Untuk sampel sebanyak 79 orang. Dari jumlah responden tersebut, dapat diketahui besarnya  $r_{\text{tabel}}$  adalah 0,2213 ( $df = n-k = 79-4 = 75$ ) dengan taraf kesalahan sebesar 5%. Jadi, data dikatakan valid ketika nilai  $r_{\text{hitung}}$  pada *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari 0,2213.

Pengambilan keputusan uji validitas yaitu:

Hasil  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (0,2213) = valid

Hasil  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel (0,2213) = tidak valid

Pengujian selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.15**

##### Hasil Uji Validitas

Variabel		r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas pelayanan ( $X_1$ )	Indikator $X_{1.1}$	0,774	0,2213	Valid
	Indikator	0,578	0,2213	Valid

	X <sub>1.2</sub>			
	Indikator X <sub>1.3</sub>	0,740	0,2213	Valid
	Indikator X <sub>1.4</sub>	0,651	0,2213	Valid
	Indikator X <sub>1.5</sub>	0,762	0,2213	Valid
	Indikator X <sub>1.6</sub>	0,663	0,2213	Valid
Strategi Pemasaran (X <sub>2</sub> )	Indikator X <sub>2.1</sub>	0,457	0,2213	Valid
	Indikator X <sub>2.2</sub>	0,437	0,2213	Valid
	Indikator X <sub>2.3</sub>	0,645	0,2213	Valid
	Indikator X <sub>2.4</sub>	0,468	0,2213	Valid
	Indikator X <sub>2.5</sub>	0,378	0,2213	Valid
	Indikator X <sub>2.6</sub>	0,329	0,2213	Valid
Tingkat Margin (X <sub>3</sub> )	Indikator X <sub>3.1</sub>	0,576	0,2213	Valid
	Indikator X <sub>3.2</sub>	0,687	0,2213	Valid
	Indikator X <sub>3.3</sub>	0,706	0,2213	Valid
	Indikator X <sub>3.4</sub>	0,678	0,2213	Valid
	Indikator X <sub>3.5</sub>	0,669	0,2213	Valid
	Indikator X <sub>3.6</sub>	0,588	0,2213	Valid
Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan BBA (Y)	Indikator Y.1	0,529	0,2213	Valid
	Indikator Y.2	0,583	0,2213	Valid
	Indikator Y.3	0,385	0,2213	Valid
	Indikator Y.4	0,349	0,2213	Valid
	Indikator Y.5	0,458	0,2213	Valid
	Indikator Y.6	0,630	0,2213	Valid

Sumber: data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.17 dapat disimpulkan bahwa semua indikator instrumen dari seluruh variabel adalah valid dan layak untuk di lanjutkan dalam uji Reliabilitas.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah instrumen atau indikator yang digunakan dapat dipercaya atau handal sebagai alat ukur variabel. Triton menyatakan: jika sekala dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan reng yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut.<sup>69</sup>

- a. Nilai *Alpha Cronbach's* 0,00 s.d 0,20 berarti kurang reliabel.
- b. Nilai *Alpha Cronbach's* 0,21 s.d 0,40 berarti agak reliabel.
- c. Nilai *Alpha Cronbach's* 0,41 s.d 0,60 berarti cukup reliabel.
- d. Nilai *Alpha Cronbach's* 0,61 s.d 0,80 berarti reliabel.
- e. Nilai *Alpha Cronbach's* 0,81 s.d 1,00 berarti sangat reliabel.

Hasil uji reliabilitas dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel. 4.16**

### Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,782	Reliabel
Strategi Pemasaran	0,238	Agak Reliabel
Tingkat Margin	0,726	Reliabel
Keputusan Nasabah	0,390	Agak Reliabel

Sumber: data primer yang diolah, 2017

<sup>69</sup> Agus Eko Sujianto, 2009, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*. (Jakarta: PT. Prestasi Pustakarya), hal.97.

Hasil uji reliabilitas memperlihatkan bahwa indikator yang digunakan oleh variabel kualitas pelayanan, strategi pemasaran, tingkat margin dan keputusan nasabah memilih pembiayaan *ba'i bitsaman ajil* dapat dipercaya atau handal untuk digunakan sebagai alat ukur variabel. Semua variabel layak untuk dilanjutkan dalam uji Normalitas.

### 3. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak. Data yang baik adalah memiliki distribusi normal. Pengujian dilakukan dengan cara uji *kolmogrov smirnov* dimana ketika nilai signifikansi dari hasil pengujian SPSS lebih dari ( $>$ ) 0,05 maka dapat dikatakan distribusi variabel tersebut normal. Berikut hasil uji normalitas yang didapat dari hasil perhitungan SPSS.

**Tabel. 4.17**

#### Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		X1	X2	X3	Y
N		79	79	79	79
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	22.28	21.18	20.94	21.08
	Std. Deviation	3.482	1.940	3.914	2.500
Most Extreme Differences	Absolute	.095	.144	.089	.128
	Positive	.093	.144	.074	.128
	Negative	-.095	-.082	-.089	-.087
Kolmogorov-Smirnov Z		.840	1.280	.789	1.138
Asymp. Sig. (2-tailed)		.480	.076	.563	.150

a. Test distribution is Normal.

Pengujian data diatas dengan variabel terikat adalah keputusan nasabah memilih pembiayaan *ba'i bitsaman ajil*, sedangkan untuk variabel

bebas adalah kualitas pelayanan, strategi pemasaran dan tingkat margin. Data diatas menunjukkan bahwa data tersebut berdistribusi normal, ini dapat dilihat dari uji *kolmogrov smirnovZ* dengan hasil sebesar 0,840 untuk kualitas pelayanan, pada tingkat strategi pemasaran 1,280 sedangkan pada tingkat margin 0,789 dan untuk keputusan nasabah 1,138. Serta pada angka probabilitas atau *Asymp.Signifikansi (2-tailed)* sebesar 0,480 untuk kualitas pelayanan, 0,076 untuk strategi pemasaran, 0,563 untuk tingkat margin, dan 0,150 untuk keputusan nasabah. Artinya bahwa nilai signifikansi atau nilai probabilitas lebih dari 0,05 distribusi data adalah normal.

#### **4. Uji Asumsi Klasik**

##### **a. Uji Multikolinearitas**

Uji asumsi dasar ini diterapkan untuk analisa regresi yang terdiri dari dua variabel atau lebih dimana akan diukur tingkat asosiasi (keeratan) hubungan atau pengaruh antar variabel melalui besaran koefisien korelasi. Deteksi multikolinieritas yang sering digunakan dalam SPSS yaitu dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* dan *tolerance*. Jika angka *tolerance* dibawah 0,1 dan VIF lebih dari 10 maka dikatakan terdapat gejala multikolinieritas.

**Tabel. 4.18**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	7.408	3.238		2.288	.025		
X1	.151	.075	.211	2.029	.046	.961	1.041
X2	.310	.132	.241	2.349	.021	.986	1.014
X3	.178	.066	.279	2.684	.009	.956	1.046

a. Dependent Variable: Y

Penelitian ini (lihat tabel uji multikolinieritas) menunjukkan bahwa hasil uji multikolinieritas untuk variabel kualitas pelayanan nilai *tolerance* 0,961 dan nilai VIF sebesar 1,041, untuk strategi pemasaran nilai *tolerance* 0,968 dan nilai VIF sebesar 1,014 sedangkan pada variabel tingkat margin untuk nilai *tolerance* sebesar 0,956 dan nilai VIF sebesar 1,046. Artinya bahwa data tersebut tidak terdapat gejala multikolinieritas karena nilai *tolerance* lebih dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10.

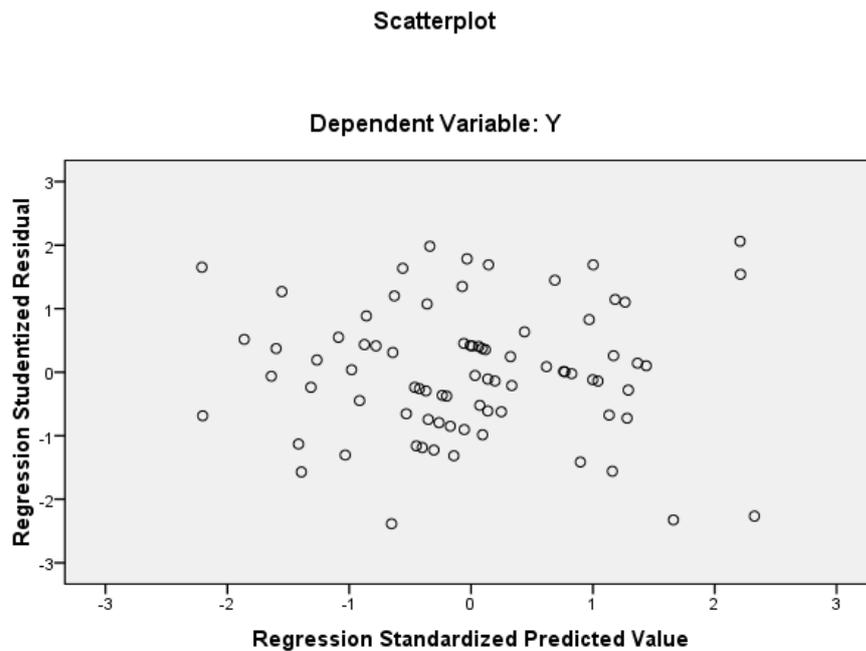
**b. Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas ini digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Deteksi ada tidaknya masalah heteroskedastisitas adalah dengan media grafik *scatterplot*. Apabila

grafik membentuk pola khusus maka model penelitian itu terjadi heteroskedastisitas. Tetapi jika tidak ada pola yang jelas dan titik-titik menyebar diatas dan dibawah pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

**Gambar 4.6**

**Hasil Uji Heteroskedastisitas**



Grafik *scatterplot* memperlihatkan bahwa titik-titik pada grafik tidak membentuk pola tertentu yang jelas di mana titik-titik menyebar diatas dan dibawah sumbu Y, ada beberapa titik yang tidak menyebar namun jika dilihat secara keseluruhan masih besar titik yang menyebar. Sehingga grafik tersebut tidak bisa dibaca dengan jelas dan hal ini berarti bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

## 5. Uji Regresi Linier Berganda

Pada penelitian ini teknis analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Teknik analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh antara kualitas pelayanan, strategi pemasaran dan tingkat margin terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan BBA. Dengan pengolahan SPSS versi 16.0 maka didapat hasil regresi sebagai berikut.

**Tabel. 4.19**

### Hasil Uji Regresi Linier Berganda

		Coefficients <sup>a</sup>						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.408	3.238		2.288	.025		
	X1	.151	.075	.211	2.029	.046	.961	1.041
	X2	.310	.132	.241	2.349	.021	.986	1.014
	X3	.178	.066	.279	2.684	.009	.956	1.046

a. Dependent Variable: Y

Persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

$$Y' = 7,408 + 0,151X_1 - 0,310X_2 + 0,178X_3$$

Keterangan:

Y' = Keputusan nasabah memilih pembiayaan BBA

a = Konstanta

b<sub>1</sub>,b<sub>2</sub>,b<sub>3</sub> = Koefisien regresi

X<sub>1</sub> = Kualitas pelayanan

$X_2$  = Strategi pemasaran

$X_3$  = Tingkat margin

Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar 7,408 satuan yang artinya jika kualitas pelayanan, strategi pemasaran dan tingkat margin nilainya adalah tetap / konstan maka keputusan nasabah memilih pembiayaan BBA ( $Y'$ ) sebesar 7,408 satuan.
- b. Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,151 satuan artinya jika variabel bebas lain nilainya tetap dan kualitas pelayanan mengalami kenaikan 1 satuan maka keputusan nasabah ( $Y'$ ) akan mengalami peningkatan sebesar 0,151 satuan. Koefisien bernilai positif antara kualitas pelayanan dan keputusan nasabah memilih pembiayaan BBA artinya terjadi hubungan positif antara kualitas pelayanan dan keputusan nasabah memilih pembiayaan BBA yang mana semakin naik nilai kualitas pelayanan maka semakin naik pula nilai keputusan nasabah memilih pembiayaan BBA.
- c. Koefisien regresi variabel tingkat strategi pemasaran sebesar 0,310 satuan yang artinya jika variabel bebas lain nilainya tetap dan strategi pemasaran mengalami kenaikan 1 satuan maka keputusan nasabah memilih pembiayaan BBA akan mengalami penurunan sebesar 0,310. Koefisien bernilai positif antara strategi pemasaran dan keputusan nasabah memilih pembiayaan BBA artinya terjadi hubungan positif antara strategi pemasaran dan keputusan nasabah memilih pembiayaan

BBA. Semakin tinggi strategi pemasaran maka semakin naik pula keputusan nasabah memilih pembiayaan BBA.

- d. Koefisien regresi variabel tingkat margin sebesar 0,178 satuan yang artinya jika variabel bebas lain nilainya tetap dan tingkat margin mengalami kenaikan 1 satuan maka keputusan nasabah memilih pembiayaan BBA akan mengalami peningkatan sebesar 0,178 satuan. Koefisien bernilai positif antara tingkat margin dan keputusan nasabah memilih pembiayaan BBA artinya terjadi hubungan positif antara tingkat margin dan keputusan nasabah memilih pembiayaan BBA. Semakin tinggi tingkat margin maka semakin meningkat keputusan nasabah memilih pembiayaan BBA.

## 6. Uji Hipotesis

Untuk pengujian hipotesis yang kemudian di uji dengan uji t dan uji F maka hipotesis dapat dikemukakan sebagai berikut:

- a. Hipotesis 1

$H_1$  :Kualitas pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan BBA di BMT Pahlawan Cabang Gondang Tulungagung. Dari hasil ini menunjukkan bahwa  $H_1$  teruji.

- b. Hipotesis 2

$H_2$  :Strategi pemasaran berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan BBA di BMT Pahlawan

Cabang Gondang Tulungagung. Dari hasil ini menunjukkan bahwa  $H_2$  teruji.

c. Hipotesis 3

$H_3$  :Tingkat margin berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan BBA di BMT Pahlawan Cabang Gondang Tulungagung. Dari hasil ini menunjukkan bahwa  $H_3$  teruji.

d. Hipotesis 4

$H_4$  .Kualitas pelayanan, strategi pemasaran dan tingkat margin secara bersama-sama berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan BBA di BMT Pahlawan Cabang Gondang Tulungagung. Dari hasil ini menunjukkan bahwa  $H_4$  teruji.

Dari keempat hipotesis diatas maka peneliti menggunakan uji t dan uji F, sebagai berikut:

**1) Uji t**

Uji t ini digunakan untuk membuktikan adanya pengaruh yang signifikan baik antara kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan BBA, strategi pemasaran terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan BBA maupun antara tingkat margin terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan BBA secara parsial.

Adapun dasar pengambilan keputusannya adalah :

a) Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima

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

b) Jika  $Sig. > 0,05$  maka  $H_0$  diterima

Jika  $Sig. < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak

Berdasarkan hasil pengolahan data program SPSS maka di dapat hasil uji t sebagai berikut:

**Tabel. 4.20**

**Hasil Uji t**

Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	7.408	3.238		2.288	.025		
X1	.151	.075	.211	2.029	.046	.961	1.041
X2	.310	.132	.241	2.349	.021	.986	1.014
X3	.178	.066	.279	2.684	.009	.956	1.046

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil uji t diatas diperoleh nilai  $t_{tabel}$  variabel kualitas pelayanan sebesar 1,992 (diperoleh dengan cara mencari nilai  $n-k = 79-4 = 75$ , dan nilai  $\alpha = 5\%$  dibagi menjadi dua yaitu  $5\% / 2 = 0,025$ ) dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,029. Karena nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2,029 > 1,992$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  diterima. Serta berdasarkan signifikasi t sebesar 0,025 yang lebih kecil dari nilai  $\alpha$  sebesar 0,05. Maka  $0,000 < 0,05$ , dengan demikian  $H_1$  diterima yang artinya kualitas pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan BBA.

Variabel strategi pemasaran diperoleh nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,992 (diperoleh dengan cara mencari nilai  $n-k = 79-4 = 75$ , dan nilai  $\alpha = 5\%$  dibagi menjadi dua yaitu  $5\% / 2 = 0,025$ ) dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,349. Karena nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2,349 > 1,992$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_2$  diterima. Serta berdasarkan signifikansi  $t$  sebesar 0,021 yang lebih besar dari nilai  $\alpha$  sebesar 0,05. Maka  $0,021 < 0,05$ , dengan demikian  $H_2$  diterima. Yang artinya strategi pemasaran secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan BBA.

Pada variabel tingkat margin diperoleh nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,992 (diperoleh dengan cara mencari nilai  $n-k = 79-4 = 75$ , dan nilai  $\alpha = 5\%$  dibagi menjadi dua yaitu  $5\% / 2 = 0,025$ ) dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,648. Karena nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2,648 > 1,992$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_3$  diterima. Serta berdasarkan signifikansi  $t$  sebesar 0,009 yang lebih kecil dari nilai  $\alpha$  sebesar 0,05. Maka  $0,009 < 0,05$ , dengan demikian  $H_3$  diterima, yang artinya tingkat margin secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan BBA.

## 2) Uji F

Uji F ini digunakan untuk membuktikan adanya pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan, strategi pemasaran dan tingkat margin terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan BBA secara

simultan. Berdasarkan hasil pengolahan data dengan program SPSS maka didapat hasil uji F sebagai berikut:

**Tabel 4.21**

**Hasil Uji F**

ANOVA <sup>b</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	109.183	3	36.394	7.214	.000 <sup>a</sup>
	Residual	378.361	75	5.045		
	Total	487.544	78			

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

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel 4.24 diatas, didapat nilai  $F_{hitung}$  sebesar 7,214 dan  $F_{tabel}$  sebesar 2,73  $df_1 = k-1 = 4-1 = 3$ ,  $df_2 = n-k = 79-4 = 75 = 2,73$  maka  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $7,214 > 2,73$ . Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel independen yaitu Kualitas Pelayanan, Strategi Pemasaran dan Tingkat Margin berpengaruh dan signifikan secara simultan (bersama-sama) terhadap Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan BBA. Serta berdasarkan signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari nilai  $\alpha$  0,05, maka  $0,000 < 0,05$  yang berarti bahwa Kualitas Pelayanan, Strategi Pemasaran dan Tingkat Margin berpengaruh dan signifikan secara simultan (bersama-sama) terhadap Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan BBA.

### 3) Uji Determinasi (*Adjusted R Square*)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui kemampuan besarnya variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen. Besarnya koefisien determinasi dapat dilihat dari *r square* dan dinyatakan dalam presentase. Hasil koefisien determinasi antara Kualitas Pelayanan, Strategi Pemasaran dan Tingkat Margin terhadap Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan BBA pada BMT Pahlawan Cabang Gondang Tulungagung dapat dilihat pada hasil uji berikut:

**Tabel. 4.22**

#### **Hasil Uji Determinasi (*Adjusted R Square*)**

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.473 <sup>a</sup>	.224	.193	2.246

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

Dalam tabel di atas angka *R Square* atau koefisien determinasi adalah 0,224 (berasal dari 0,473 x 0,473) . Nilai *R Square* berkisar antara 0-1. Angka *Adjusted R Square* adalah 0,193 artinya 19,3% variabel terikat Keputusan nasabah memilih pembiayaan BBA dijelaskan oleh variabel Kualitas pelayanan, strategi pemasaran, tingkat margin dan sisanya 80,7% (100% - 19,3%) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.