

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Profil Lembaga

1. Sejarah BMT Istiqomah Plosokandang

Cikal bakal Koperasi Muamalah Syari'ah (Komsyah) "Istiqomah" adalah BMT Istiqomah, yaitu sebuah Kelompok Swadaya Masyarakat (KSM) sebagai Lembaga Ekonomi Rakyat (LER). BMT Istiqomah didirikan pada tanggal 3 Maret 2001 yang dibidani oleh 36 orang pendiri. Pada tanggal 4 Juni 2001 BMT Istiqomah diresmikan operasionalnya oleh Direktur Pinbuk Tulungagung dengan sertifikat Binaan Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil (PINBUK) tulungagung Nomor: 00101/52000/PINBUK/VI/2001.

Pada awal operasionalnya BMT Istiqomah hanya bermodalkan dana Rp. 15.000.000,00 yang dihimpun dari para anggota. Perlengkapan kantor pun masih sangat sederhana, yang kesemuanya merupakan hibah dan pinjaman dari para anggota juga. Demikian pula adanya tentang kantor, menyewa kepada salah satu anggota masyarakat dengan biaya sewa secara kekeluargaan. Selebihnya adalah semangat para pengurus dan karyawan untuk menghidupkan dan mengembangkan BMT dengan 'imbalan' yang tidak jelas entah sampai kapan.

Dalam waktu singkat ternyata sambutan masyarakat sangat luar biasa. Sehingga dirasa perlu untuk mengembangkan pelayanan dengan meningkatkan status badan hukum dari KSM menjadi Koperasi. Upaya ini

dilakukan dengan konsultasi dan koordinasi secara intensif dengan Kantor Koperasi dan UKM Pemerintah Kabupaten Tulungagung. Berkat dukungan seluruh anggota dan pihak Kantor Koperasi dan UKM maka terwujudlah keinginan untuk berbadan hukum Koperasi dengan diterbitkannya SK Nomor: 188.2/32/BH/424.75/2002 Tanggal 17 Mei 2002. Dengan terbitnya SK tersebut maka telah berdiri koperai baru yang bernama Koperasi Muamalah Syari'ah (Komsyah) Istiqomah Tulungagung. Dengan badan hukum Koperasi memungkinkan Komsyah Istiqomah untuk memperluas layanan dengan membuka unit-unit usaha baru, walaupun sampai hari ini yang dimiliki masih Unit Simpan Pinjam yang berupa BMT.

Setelah mengantongi badan hukum Koperasi, Komsyah Istiqomah menapaki babak baru dengan semakin meluasnya jangkauan wilayah pelayanan. Oleh karena itu pihak pengurus mengupayakan pendirian kantor cabang BMT. Maka pada bulan Nopember 2002 berhasil didirikan kantor cabang yang berada di kawasan Bago Tulungagung. Kantor tersebut diresmikan pada tanggal 4 Nopember 2002 oleh Direktur Pelaksana Pinbuk Tulungagung.

Pembukaan Kantor Cabang BMT semakin mendongkrak volume usaha, yang secara otomatis meningkatkan volume kegiatan kantor. Kantor Pusat yang semula dirasa cukup kini sudah tidak lagi nyaman. Tidak nyaman oleh berjubelnya dokumen, berjubelnya karyawan, dan tentu saja berjubelnya anggota yang antri untuk dilayani. Maka muncullah gagasan untuk pembangunan kantor baru.

Gagasan ini kemudian diusung Pengurus ke dalam forum RAT tanggal 9 Mei 2003. Dalam RAT tersebut anggota menyetujui dan menyerahkan perencanaan pembangunan Kantor BMT dengan catatan tidak mengganggu kegiatan operasional. Catatan tersebut memang benar adanya.⁸⁵ Artinya, kondisi keuangan memang tidak memungkinkan untuk pembangunan sebuah kantor yang representatif. Kebutuhan pembangunan kantor baru tidak didasarkan pada kemampuan, melainkan karena tuntutan keadaan.

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

Secara perlahan tapi pasti, proses pembangunan terus berjalan. Partisipasi anggotapun terus mengalir hingga tahap *finishing*, bahkan sampai pada acara puncak peresmian. Partisipasi anggota tersebut ada yang berupa dana, material, tenaga dan juga pikiran. Hanya saja semua bentuk partisipasi tidak lagi dalam konteks *sambatan*, melainkan sudah diperhitungkan oleh Pengurus sebagai penyertaan modal. Tepat dalam jangka waktu satu tahun, dan tanpa mengganggu keuangan BMT, sebuah kantor yang cukup

⁸⁵Rapat Anggaran Tahunan

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

Keberadaan kantor merupakan jantung bagi sebuah organisasi. Dari sanalah denyut nadi organisasi dipompakan. Namun demikian, sekalipun sudah tersedia kantor yang cukup representatif, masih sangat diperlukan adanya penataan dan penguatan pada sisi yang lain. Penataan sistem, peningkatan SDM dan etos kerja adalah 'PR' berikutnya yang harus segera mendapatkan perhatian.

2. Visi Dan Misi

a. Visi

Visi adalah cara pandang atau obsesi terhadap sesuatu. Maka dalam pengertian ini visi yang dikembangkan oleh Komsyah Istiqomah adalah:

- 1) Koperasi adalah sokoguru perekonomian nasional yang harus terus menerus dikembangkan.
- 2) Koperasi diharapkan mampu menumbuhkan dan mengembangkan kegiatan ekonomi anggota dan masyarakat.
- 3) Koperasi Syari'ah diharapkan mampu memberikan warna keagamaan dalam kegiatan ekonomi anggota dan masyarakat.

b. Misi

Misi adalah tujuan yang diemban dari aktivitas tertentu. Dari pengertian ini misi yang diamanatkan kepada Komsyah Istiqomah adalah:

- 1) Menjadikan Komsyah Istiqomah sebagai lembaga yang secara aktif mensosialisasikan arti penting Koperasi dalam kegiatan ekonomi anggota dan masyarakat.
- 2) Menciptakan peluang ekonomi, baik melalui pengembangan sektor usaha perkoperasian, penyediaan permodalan, maupun pembinaan usaha anggota dan masyarakat.
- 3) Berupaya mengimplementasikan konsep-konsep syari'ah dalam kegiatan ekonomi, baik dalam kaitannya dengan kegiatan dan usaha lembaga maupun kegiatan ekonomi dalam masyarakat.

3. Kegiatan Dan Usaha

a. Prinsip Operasional

Sampai saat ini unit usaha yang dimiliki Komsyah Istiqomah adalah unit simpan pinjam (USP) yang berupa BMT. Kegiatan BMT antara lain adalah simpan pinjam, tetapi berbeda secara prinsip dalam hal operasinya dengan USP konvensional. Kegiatan operasional BMT diatur dengan norma-norma hukum agama dalam hal ini adalah fiqh muamalah. Belum lagi pada kewajiban sosial yang diemban terkait dengan adanya Baitul Maal yang melekat padanya. Oleh karena itu USP konvensional tidak serupa dan tidak sama dengan BMT. Prinsip operasional yang dimaksud adalah sebagai berikut:

- 1) Tidak menggunakan sistem bunga
- 2) Prinsip jual beli
- 3) Prinsip bagi hasil
- 4) Prinsip non-profit

b. Baitul Maal

Secara harfiah Baitul Maal berarti rumah harta. Keberadaan Baitul Maal pada BMT seharusnya menjadi penunjang keberadaan Baitut Tamwilnya. Sehingga, pembiayaan-pembiayaan yang tidak dapat dilayani oleh Baitut Tamwil dapat tercover oleh Baitul Maal. Dan lebih ideal lagi kalau Baitul Maal dapat secara aktif memberikan kontribusi terhadap kegiatan sosial kemasyarakatan.

Dengan segala keterbatasannya kegiatan dan usaha yang telah dilaksanakan oleh Baitul Maal BMT Istiqomah adalah:

- 1) Penghimpunan Dana Zakat, Infaq, dan Shadaqah (ZIS)
- 2) Pembiayaan Qordhul Hasan
- 3) Penyembelian binatang qurban
- 4) Santunanyatimpiatu
- 5) Sumbangan kepada TPQ Istiqomah
- 6) Dan sumbangan lain baik kepada Masjid, Mushalla, fakir-miskin dan orang-orang jompo.

c. Baitut Tamwil

Secara harfiah Baitut Tamwil berarti rumah pengembangan harta. Dari arti ini dapat dipahami bahwa *Baitut Tamwil* berfungsi sebagai lembaga bisnis. Lembaga ini berfungsi sebagai mediator antara anggota pemilik dana dan anggota yang membutuhkan dana. Oleh karena itu kegiatan dan usaha yang menjadi jangkauan Baitut Tamwil adalah:

- 1) Penghimpunan dana

Dalam rangka pemupukan modal, salah satu langkah yang ditempuh adalah dengan memberlakukan simpanan, yaitu:

- a. Bentuk Simpanan meliputi :
 1. Simpanan Pokok Anggota Koperasi
 2. Simpanan Pokok Pembiayaan
 3. Simpanan Wajib Anggota
 4. Simpanan Pembiayaan
 5. Simpanan Wajib Pembiayaan
- b. Penyertaan modal
- c. Simpanan, meliputi: Simpanan Masyarakat Syari'ah (SIMASYA), Simpanan Pendidikan Istiqomah (Simpati), Simpanan Berjangka.
- d. Dana Bergulir Syari'ah

Berdasarkan kepmen Nomor: 74/KEP/M.KUKM/VIII/2004 komsyah Istiqomah Karangrejo memperoleh program perkuatan KSP/USP koperasi pola syariah untuk pemberdayaan Usaha Kecil dan Mikro sejumlah Rp. 50.000.000,00 pada tahun 2005 dan dana Hibah daerah Program Penanggulangan Pengangguran dan Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat (DHD P3PKM) Provinsi Jawa timur Tahun 2008 Rp. 175.000.000,00.

2) Penyaluran Dana

Dari keseluruhan dana yang telah berhasil dihimpun dari masyarakat tersebut, dikembalikan lagi kepada masyarakat yang membutuhkan. Di sinilah arti penting BMT sebagai lembaga

keuangan intermediasi, yaitu menjembatani masyarakat yang mempunyai potensi tabungan dan menyalurkannya kepada masyarakat yang memerlukan dialokasikan untuk pembiayaan dengan sistem:

- a. BBA (*Bai' bi Tsaman 'Ajil*)
- b. Murobahah, meliputi: Murabahah plus dan Murabahah Murni
- c. Mudharabah.

4. Struktur Dan Susunan Organisasi

Sebagaimana lazimnya sebuah Koperasi, kekuasaan tertinggi Komsyah Istiqomah terletak pada anggota. Anggotalah yang berhak menentukan kebijakan-kebijakan pokok mengenai bentuk AD/ART, rencana program, rencana anggaran dan belanja, serta menentukan Pengurus dan Pengawas Koperasi. Pada Komsyah Istiqomah, anggota memiliki hak dan kewajiban yang sama, tidak ditentukan oleh besar kecilnya penyertaan modal anggota. Kesetaraan hak dan kewajiban anggota ini diatur dalam anggaran dasar Komsyah Istiqomah Bab VI pasal 8, 9 dan 10.

Untuk menjalankan roda organisasi, Komsyah Istiqomah dipimpin oleh seorang Ketua, seorang sekretaris dan seorang bendahara. Tugas Pengurus yang diamanatkan dalam AD Komsyah Istiqomah Bab X pasal 27 adalah memimpin organisasi dan usaha organisasi, melakukan segala tindakan hukum untuk dan atas nama koperasi, mewakili koperasi di hadapan dan di luar pengadilan.

Dalam menjalankan usahanya pengurus Komsyah Istiqomah mengangkat Manajer, yang di BMT Istiqomah disebut Manajer Utama.

Manajer Utama inilah yang bertanggung jawab terhadap kegiatan operasional dua kantor unit BMT. Dalam menjalankan tugasnya Manajer Utama dibantu oleh Manajer Unit. Perjalanan pengurus dalam melaksanakan tugasnya, baik menyangkut pelaksanaan kebijakan maupun pengelolaan usaha dikontrol oleh Pengawas. Kelak, pengawas akan melaporkan hasil pengawasannya kepada anggota.

Karena pengurus dipilih oleh anggota, maka segala hasil pekerjaannya, di samping dikontrol oleh Pengawas juga akan dipertanggung jawabkan kepada anggota pada setiap tutup buku dalam forum Rapat Anggota Tahunan. Maka semua hasil kinerja Pengurus dan Pengawas dipulangkan kepada Anggota.

Tabel 4.1
Susunan Pengurus

No	Nama	Alamat	Jabatan
1.	Nursalim, SS..	Jl. Dahlia 09 Karangrejo Tulungagung	Ketua
2.	Adib Makarim, S.Ag.	Tunggulsari Kedungwaru Tulungagung	Sekretaris
3.	Suseno Wardoyo, SE.	Gedangan Karangrejo Tulungagung	Bendahara

Sumber: Data dari RAT BMT Istiqomah

Tabel 4.2
Susunan Pengawas

No	Nama	Alamat	Jabatan
1.	KH. Muhsin Ghozali	Ds. Bolu, Karangrejo Tulungagung	Pengawas Syari'ah
2.	Winarto, S.Ag.	Gendingan Kedungwaru	Pengawas Adm & Keuangan

Sumber: Data dari RAT BMT Istiqomah

Tabel 4.3
Susunan Pengelola

No	Nama	Pend	Alamat	Jabatan
1.	M. Arif Jauhari	S-1	Dsn.Krajan Karangrejo-Tagung	Manajger Utama
2.	Dini Indrawati, A.Md.	D – 3	Dsn. Temon- Sukorejo-T. Agung	Kasir
3.	Dwi Retno H. S.E.	S – 1	Jl. Kapten Kasihin Tulungagung	Kasir
4.	Riska Putri W	S – 1	Ds. Majan	Accounting
5.	Heru Sunarko	SLTA	Jln. Anggrek II Karangrejo-TAgung	Marketing
6.	Mugiono	SLTA	Ds. Sendang – Sendang- T Agung	Marketing
7.	Andi Rosa Wardhana, SE.	S-1	Dsn. Jenglik Sendang- T Agung	Marketing
8.	Sunar	SLTP	Karangrejo- Tulungagung	Kebersihan

Sumber: Data dari RAT BMT Istiqomah

B. Profil Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah pembiayaan BMT Istiqomah Plosokandang yang menjadi nasabah pembiayaan Murabahah. Adapun jumlah sampel yang ditentukan sebagai responden adalah 86 nasabah pembiayaan dengan teknik *sample random sampling*. setiap responden diberikan angket untuk memberikan jawaban atas pernyataan yang telah disediakan yang diukur dengan menggunakan *skala likert*.

C. Karakteristik Responden

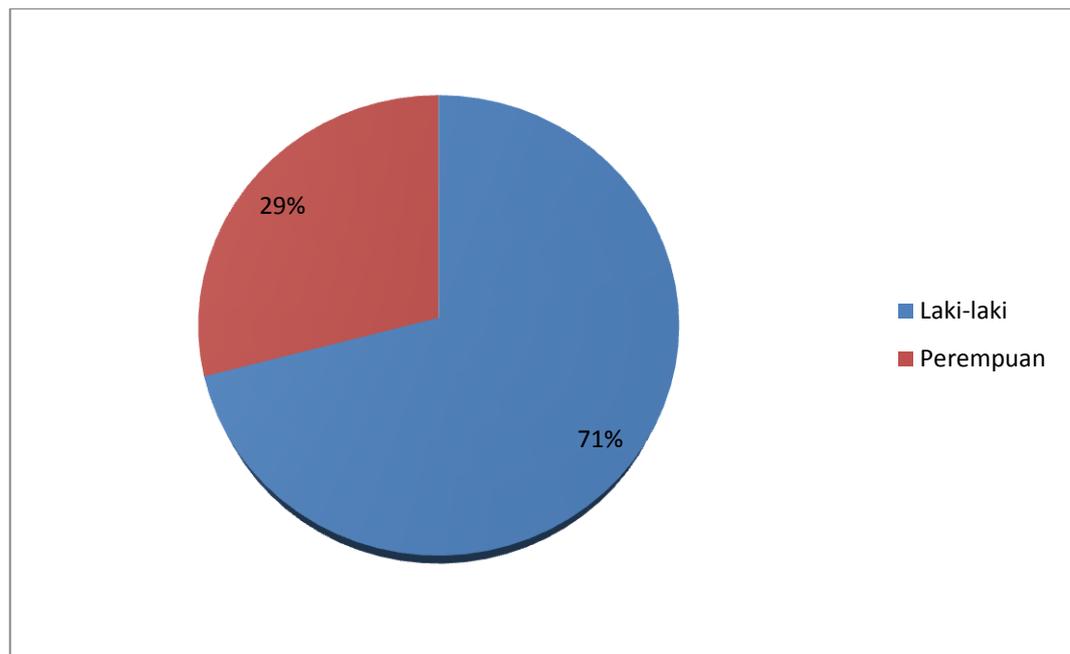
Sebelum dilakukan analisis, terlebih dahulu peneliti menjelaskan mengenai data-data responden yang digunakan sebagai populasi yang diambil dari nasabah pembiayaan di BMT Istiqomah Plosokandang Tulungagung.

1. Jenis Kelamin Responden

Adapun data mengenai jenis kelamin responden nasabah menabung BMT Istiqomah Plosokandang adalah sebagai berikut:

Diagram 4.1

Jenis Kelamin Responden



Sumber: Data Primer 2017.

Berdasarkan data pada diagram 4.1 diatas, dapat diketahui tentang jenis kelamin responden nasabah pembiayaan BMT Istiqomah Plosokandang yang diambil untuk dijadikan responden. Data diatas menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah berjenis kelamin laki-laki, yaitu sebanyak 61 orang atau 71%

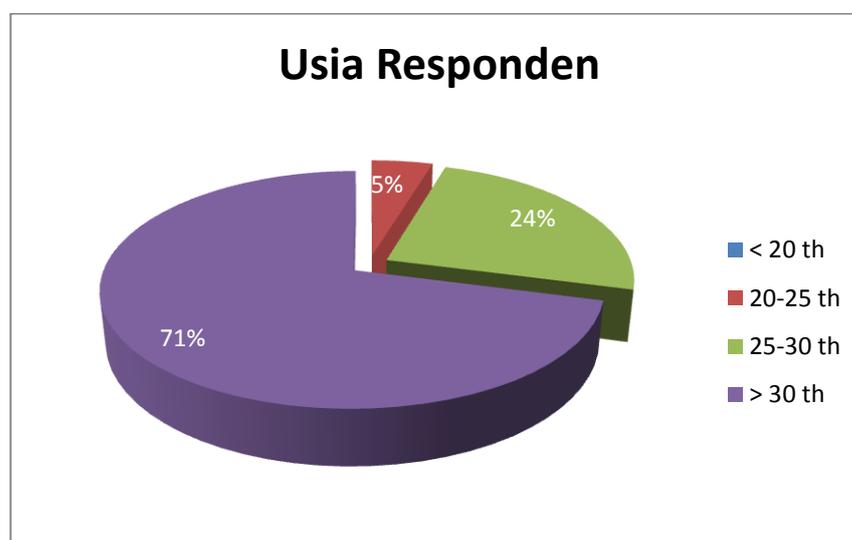
sedangkan sisanya adalah responden berjenis Perempuan sebanyak 25 atau 29% orang. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar dari nasabah pembiayaan BMT Istiqomah Plosokandang yang diambil sebagai responden adalah berjenis kelamin laki-laki memungkinkan mayoritas nasabah pembiayaan menggunakan pembiayaannya sebagai pemenuhan kebutuhan keluarga merupakan tanggung jawab sebagai kepala keluarga.

2. Usia Responden

Adapun data mengenai usia responden nasabah menabung BMT Istiqomah Karangrejo adalah sebagai berikut:

Diagram 4.2

Usia Responden



Sumber: Data Primer 2017.

Berdasarkan data pada diagram 4.2 diatas dapat diketahui bahwa nasabah pembiayaan BMT Istiqomah Plosokandang yang diambil populasi, menunjukkan bahwa responden dengan usia kurang dari 20 tahun tidak ada, responden berusia 20 tahun – 25 tahun sebanyak 4 orang atau 5%, responden

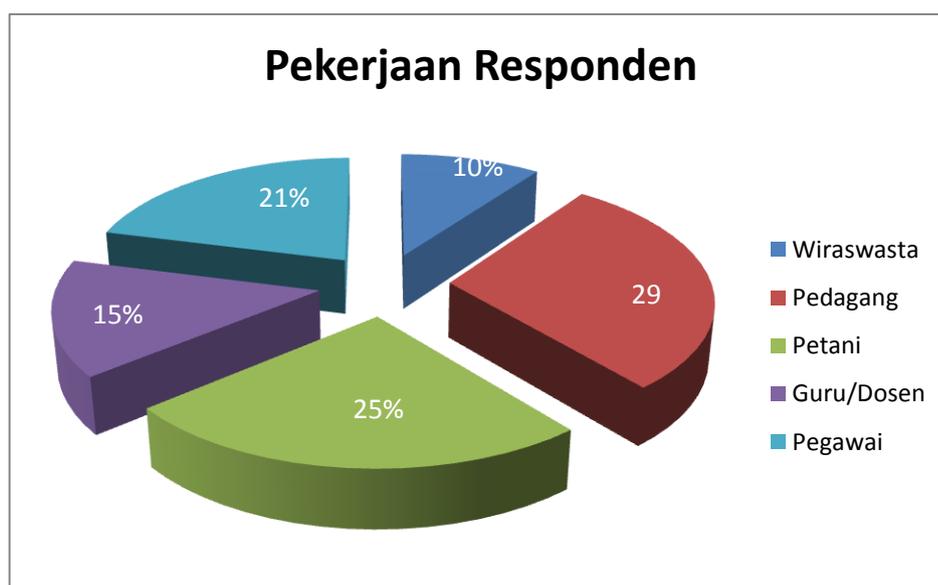
berusia 25-30 tahun sebanyak 21 orang atau 24%, dan responden berusia lebih dari 30 tahun sebanyak 61 orang atau 71%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah pembiayaan BMT Istiqomah Plosokandang berusia kisaran 30 tahun ke atas memungkinkan usia demikian masih produktif dalam bekerja sebagai upaya pemenuhan kebutuhan.

3. Pekerjaan Responden

Adapun data mengenai pekerjaan responden nasabah menabung BMT Istiqomah Plosokandang Tulungagung adalah sebagai berikut:

Diagram 4.3

Pekerjaan Responden



Sumber: Data Primer 2017

Berdasarkan data pada diagram 4.2 diatas dapat diketahui bahwa nasabah pembiayaan BMT Istiqomah Plosokandang Tulungagung yang diambil populasi, menunjukkan bahwa responden dengan profesi wiraswasta sebanyak 10 orang atau 10%, responden dengan profesi pedagang sebanyak 29 orang

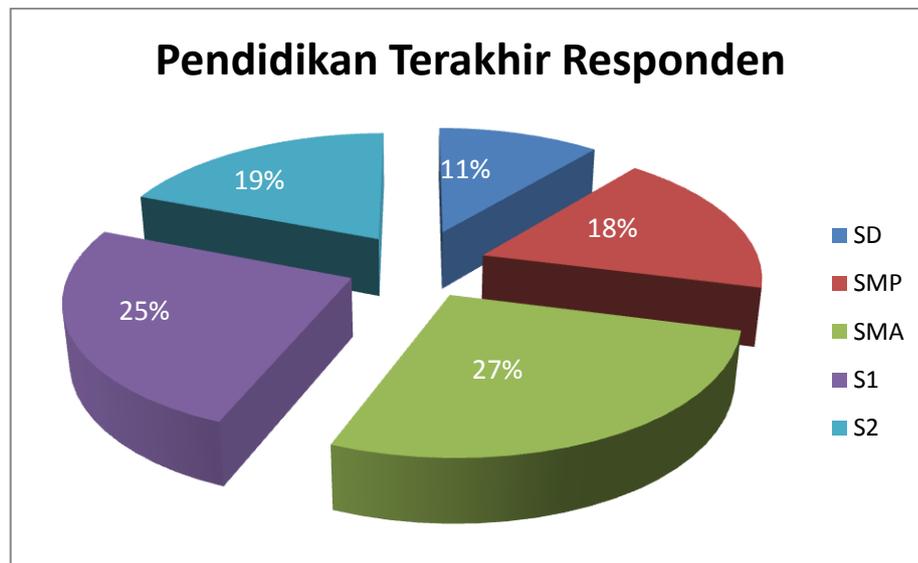
atau 29%, responden dengan profesi petani sebanyak 25 orang atau 25%, respondendengan profesi Guru/Dosen sebanyak 15 orang atau 15%, dan responden yang berprofesi pegawai sebanyak 21 orang atau 21%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah pembiayaan BMT Istiqomah Tulungagung berprofesi sebagai pedagang karena letak BMT dipinggiran kota yang banya berdiri kios-kios toko-toko maka kebutuhan seorang pedagang memungkinkan membutuhkan pembiayaan tambahan sebagai penunjang usahanya.

4. Pendidikan Terakhir

Adapun data mengenai pendidikan terakhir responden nasabah menabung BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung adalah sebagai berikut:

Diagram 4.4

Pendidikan Terakhir Responden



Sumber: Data Primer 2017.

Berdasarkan data pada diagram 4.2 diatas dapat diketahui bahwa nasabah menabung BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung yang diambil populasi,

menunjukkan bahwa responden dengan pendidikan SD sebanyak 11 orang atau 11%, responden dengan pendidikan SMP sebanyak 18 orang atau 18%, responden dengan pendidikan SMA sebanyak 27 orang atau 27%, responden dengan pendidikan S1 sebanyak 25 orang atau 25%, dan responden dengan pendidikan terakhir diluar dari pendidikan yang tercantum diatas sebanyak 19 orang atau 19%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah pembiayaan BMT Istiqomah Plosokandang Tulungagung berpendidikan terakhir SMA karena mayoritas nasabah BMT adalah nasabah lama yang masih setia menggunakan jasa BMT. Dan pada penelitian ini peneliti melihat pada jenjang SMA juga sedang melanjutkan pendidikannya ke jenjang sarjana, maka para responden mengisi kolom SMA pada kolom pendidikan.

D. Deskripsi Data

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui gambaran suatu tanggapan dari nasabah menabung di BMT Istiqomah Plosokandang Tulungagung. Berikut adalah gambaran yang diperoleh:

Tabel 4.4

Variabel Pendapatan nasabah

No.	Bobot	Skor	Jumlah	Prosentase
1	Sangat Setuju	5	229	22%
2	Setuju	4	566	55%
3	Cukup Setuju	3	230	22%
4	Tidak Setuju	2	7	1%
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	-

Sumber: Data Primer, 2017.

Dari tabel 4.4 dapat diketahui bahwa dari 86 responden yang ditemui saat dilapangan. Peneliti berhasil mendapatkan data bahwa responden memilih

pendapat sangat setuju terkait dengan pendapatan nasabah berjumlah 229 atau 22%, 566 atau 55% memilih setuju, 230 atau 22% memilih cukup setuju, 7 atau 1% memilih tidak setuju, dan 0 responden memilih sangat tidak setuju.

Tabel 4.5

Variabel Motivasi

No.	Bobot	Skor	Jumlah	Prosentase
1	Sangat Setuju	5	192	19%
2	Setuju	4	622	60%
3	Cukup setuju	3	207	20%
4	Tidak Setuju	2	11	1%
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	-

Sumber: Data Primer, 2017.

Dari tabel 4.5 dapat diketahui bahwa dari 86 responden yang ditemui saat dilapangan. Peneliti berhasil mendapatkan data bahwa responden memilih pendapat sangat setuju terkait dengan Motivasi berjumlah 192 atau 19%, 622 atau 60% memilih setuju, 207 atau 20% memilih cukup setuju, 11 atau 1% memilih tidak setuju, dan tidak ada yang memilih sangat tidak setuju.

Tabel 4.6

Kualitas Pelayanan

No.	Bobot	Skor	Jumlah	Prosentase
1	Sangat Setuju	5	262	25%
2	Setuju	4	566	55%
3	Cukup Setuju	3	196	19%
4	Tidak Setuju	2	8	1%
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	-

Sumber: Data Primer, 2017.

Dari tabel 4.6 dapat diketahui bahwa dari 86 responden yang ditemui saat dilapangan. Peneliti berhasil mendapatkan data bahwa responden memilih pendapat sangat setuju terkait dengan kualitas pelayanan berjumlah 262 atau

25%, 566 atau 55% memilih setuju, 196 atau 19% memilih cukup setuju, 8 atau 1% memilih tidak setuju, dan tidak ada yang memilih sangat tidak setuju.

Tabel 4.7
Brand Image

No	Bobot	Skor	Jumlah	Prosentase
1	Sangat Setuju	5	183	18%
2	Setuju	4	591	57%
3	Cukup Setuju	3	246	24%
4	Tidak Setuju	2	12	1%
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	-

Sumber: Data Primer, 2017.

Dari tabel 4.7 dapat diketahui bahwa dari 86 responden yang ditemui saat dilapangan. Peneliti berhasil mendapatkan data bahwa responden memilih pendapat sangat setuju terkait dengan brand image berjumlah 183 atau 18%, 591 atau 57% memilih setuju, 246 atau 24% memilih cukup setuju, 12 atau 1% memilih tidak setuju, dan tidak ada yang memilih sangat tidak setuju.

E. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan analisi untuk mengukur valid atau tidaknya butir-butir kuesioner menggunakan metode *Pearson's Product Moment Correlation*. Suatu data dikatakan valid apabila r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 86 responden. Dari jumlah responden tersebut dapat diketahui besarnya r_{tabel} adalah 0,1786 ($df = n-2 = 86-2 = 84$) dengan taraf kesalahan sebesar 10%. Berikut hasil dari uji validitas dari kuesioner penelitian:

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Pendapatan Nasabah

Nomor Item	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Keterangan
Pernyataan 1	0,466	Valid
Pernyataan 2	0,497	Valid
Pernyataan 3	0,361	Valid
Pernyataan 4	0,462	Valid
Pernyataan 5	0,296	Valid
Pernyataan 6	0,389	Valid
Pernyataan 7	0,531	Valid
Pernyataan 8	0,488	Valid
Pernyataan 9	0,362	Valid
Pernyataan 10	0,528	Valid
Pernyataan 11	0,653	Valid
Pernyataan 12	0,615	Valid

Sumber: Data Primer, 2017.

Berdasarkan tabel 4.8 di atas, seluruh item pendapatan nasabah dapat dinyatakan valid, hal ini terbukti dengan nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dibanding 0,1786. Dalam penelitian ini berarti semua item dalam instrument memenuhi persyaratan validitas atau benar secara statistik serta dapat mengukur dengan tepat dan cermat.

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Motivasi

Nomor Item	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Keterangan
Pernyataan 1	0,233	Valid
Pernyataan 2	0,276	Valid
Pernyataan 3	0,566	Valid
Pernyataan 4	0,293	Valid
Pernyataan 5	0,410	Valid
Pernyataan 6	0,302	Valid
Pernyataan 7	0,294	Valid
Pernyataan 8	0,508	Valid
Pernyataan 9	0,350	Valid
Pernyataan 10	0,252	Valid
Pernyataan 11	0,566	Valid
Pernyataan 12	0,495	Valid

Sumber: Data Primer, 2017.

Berdasarkan tabel 4.9 di atas, seluruh item motivasi dapat dinyatakan valid, hal ini terbukti dengan nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dibanding 0,1786. Dalam penelitian ini berarti semua item dalam instrument memenuhi persyaratan validitas atau benar secara statistik serta dapat mengukur dengan tepat dan cermat.

Tabel 4.10
Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Nomor Item	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Keterangan
Pernyataan 1	0,395	Valid
Pernyataan 2	0,290	Valid
Pernyataan 3	0,346	Valid
Pernyataan 4	0,675	Valid
Pernyataan 5	0,385	Valid
Pernyataan 6	0,401	Valid
Pernyataan 7	0,574	Valid
Pernyataan 8	0,445	Valid
Pernyataan 9	0,644	Valid
Pernyataan 10	0,302	Valid
Pernyataan 11	0,328	Valid
Pernyataan 12	0,570	Valid

Sumber: Data Primer, 2017.

Berdasarkan tabel 4.10 di atas, seluruh item kualitas pelayanan dapat dinyatakan valid, hal ini terbukti dengan nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dibanding 0,1786. Dalam penelitian ini berarti semua item dalam instrument memenuhi persyaratan validitas atau benar secara statistik serta dapat mengukur dengan tepat dan cermat.

Tabel 4.11
Uji Validitas Brand Image

Nomor Item	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Keterangan
Pernyataan 1	0,272	Valid
Pernyataan 2	0,454	Valid
Pernyataan 3	0,475	Valid
Pernyataan 4	0,477	Valid
Pernyataan 5	0,345	Valid
Pernyataan 6	0,590	Valid
Pernyataan 7	0,279	Valid
Pernyataan 8	0,343	Valid
Pernyataan 9	0,351	Valid
Pernyataan 10	0,366	Valid
Pernyataan 11	0,350	Valid
Pernyataan 12	0,186	Valid

Sumber: Data Primer, 2017.

Berdasarkan tabel 4.11 di atas, seluruh item Brand Image dapat dinyatakan valid, hal ini terbukti dengan nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dibanding 0,1786. Dalam penelitian ini berarti semua item dalam instrument memenuhi persyaratan validitas atau benar secara statistik serta dapat mengukur dengan tepat dan cermat.

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan skala *Alpha Cronbach's* sampai dengan 1. Berikut hasil dari pengujian reliabilitas:

Tabel 4.12
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach's	Keterangan
Pendapatan Nasabah	0,819	Reliabel
Motivasi	0,748	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,803	Reliabel
Brand Image	0,742	Reliabel

Sumber: Data Primer 2017.

Berdasarkan pada tabel 4.12 dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *Alpha Cronbach's* yang lebih besar dari 0,60. Menurut Triton, hal tersebut menunjukkan bahwa instrumen tersebut dinyatakan *Reliable*. Dengan demikian, hasil dari penelitian ini memiliki hasil pengukuran yang konsisten.

F. Analisis Multinormal

Analisis multinormal dari data faktor-faktor yang dipertimbangkan nasabah dalam memilih produk murabahah adalah sebagai berikut :

H_0 : Data berdistribusi normal multivariat

H_1 : Data tidak berdistribusi normal multivariate

Daerah kritis : Tolak H_0 jika $t < 0,5$

Tabel 4.13
Uji Multivariat normal

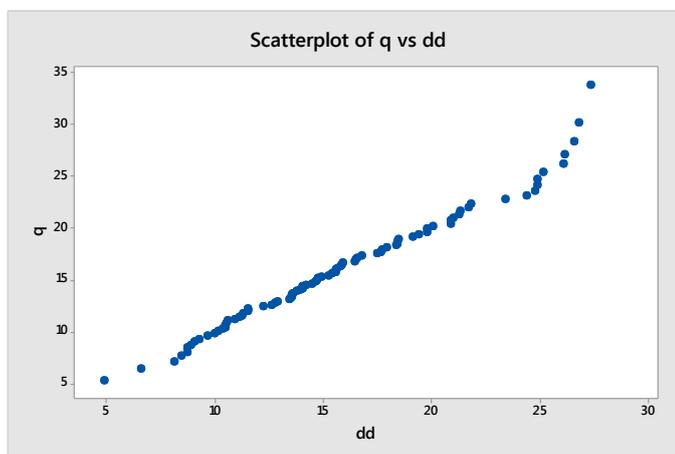
Data Display	
T	0.511628
Distribusi data multinormal	

Sumber: Output minitab, Data Diolah dari kuisisioner 2017

Berdasarkan pengujian uji normalitas secara multivariat di atas diperoleh hasil bahwa keempat variabel di atas distribusi data multinormal yaitu dapat dilihat dari nilai $t = 0.511628$ yang berarti bahwa $t > 0,5$ menunjukkan bahwa 51,16 % data berdistribusi normal parametrik sehingga dapat dikatakan bahwa data berdistribusi multinormal.

Gambar 4.1

Plot Multinormal



Sumber: Output minitab, Data Diolah dari kuisioner 2017

Dari gambar di atas dapat diketahui bahwa distribusi data multinormal yang mengikuti garis linear. Data membentuk sebuah garis linear dimana walaupun ada dua data yang terletak agak ke kanan namun data tersebut masih dalam garis linear yang terbentuk.

G. Analisis faktor

Setelah data diuji dan layak untuk diolah dengan metode statistik analisis faktor, maka selanjutnya adalah pembahasan mengenai hasil analisis faktor. Proses analisis faktor mencoba menemukan hubungan antara sejumlah variabel yang saling independen satu dengan yang lain, sehingga bisa dibuat satu atau beberapa kumpulan variabel yang lebih sedikit dari jumlah variabel awal.

1. Menentukan variabel yang akan dianalisis

Dalam analisis faktor, hal pertama yang harus dilakukan adalah menilai variabel mana yang layak untuk dimasukkan dalam analisis selanjutnya. Hal ini diukur dengan menggunakan statistik *Kaiser-Meyer Oklin (KMO) and Barlett's Test* dan uji *Anti-Image Matrics*.

Apabila nilai $MSA > 0,5$ maka indikator tersebut layak untuk digunakan dalam analisis faktor dan sebaliknya jika nilai $MSA < 0,5$ maka indikator tersebut tidak layak. *Anti-image* menyediakan informasi ini untuk menyeleksi indikator mana yang layak.

Dalam proses ini apabila ada lebih dari satu faktor yang tidak memenuhi nilai minimum MSA maka dikeluarkan indikator dengan nilai yang paling kecil dahulu.

Setelah dilakukan pengujian dengan bantuan *software* SPSS, maka diperoleh hasil dari uji *KMO and Barlett's Test* seperti pada tabel berikut :

Gambar 4.2

Hasil Uji KMO and Barlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,767
Approx. Chi-Square		1057,880
Bartlett's Test of Sphericity	df	120
	Sig.	,000

Sumber: Output SPSS 20.0, Data Diolah dari kuisioner 2017.

Hasil *output* pada *KMO and Barlett's Test* dan *Measure of Sampling Adequacy*. yang terdapat pada tabel di atas besarnya adalah 0,767, dengan tingkat signifikansi 0,000. Oleh karena angka *KMO and Barlett's Test* lebih besar dari 0,5, dan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,1, maka variabel dan sampel yang ada sudah dapat dianalisis lebih lanjut.

2. Estimasi Communalities

Communalities adalah jumlah varian dari suatu variabel mulamula yang bisa dijelaskan oleh faktor yang ada. Ketentuan dalam *estimasi communalities* yaitu bahwa semakin besar *communalities* sebuah variabel, berarti semakin erat hubungannya dengan faktor yang terbentuk.

Berikut adalah tabel yang menunjukkan nilai *communalities* dari variabel-variabel yang diujikan di dalam penelitian ini :

Tabel 4.14
Hasil Communalities

No	Pernyataan	Extraction
1	Pekerjaan sekarang dapat mengakomodir pembiayaan sekarang	0,647
2	Nasabah BMT mampu membayar pembiayaan tanpa tunggakan	0,667
3	Keuletan kerja nasabah menghasilkan pendapatan untuk mengakomodir pembiayaan	0,737
4	Gaji nasabah cukup untuk memenuhi kebutuhan dan pembiayaan	0,703
5	Pembiayaan di BMT memberikan kemudahan pemenuhan kebutuhan	0,587
6	Sistem pembiayaan di BMT dijamin kerahasiaan data nasabahnya	0,903
7	Karyawan BMT berkomunikasi dengan baik, lancar dan jelas sehingga nasabah mudah memahami	0,882
8	Sarana dan prasarana yang baik sehingga membuat nasabah nyaman	0,844
9	Pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang dipromosikan	0,780
10	Karyawan mempunyai pengetahuan dalam menjawab pertanyaan nasabah	0,771

11	Letak BMT yang strategis sehingga mudah dikunjungi oleh nasabah	0,796
12	Karyawan memberikan respon yang baik atas keluhan nasabah	0,682
13	Terdapat produk Murabahah plus di BMT Istiqomah sehingga memudahkan sistem pembayaran nasabah	0,841
14	Produk Murabahah dapat memenuhi kebutuhan nasabah	0,744
15	Sistem pembiayaan yang bebas riba	0,471
16	Sistem pembiayaan yang transparan dan sesuai dengan akad syariah	0,317

Sumber: Output SPSS 20.0, Data Diolah dari kuisisioner 2017

Dari hasil nilai *communalities* di atas, akan disusun berdasarkan nilai yang terbesar lebih dahulu, agar lebih mudah mengetahui variabel mana yang lebih erat hubungannya dengan faktor yang terbentuk.

- 1) Pada variabel Sistem pembiayaan di BMT dijamin kerahasiaan data nasabahnya nilai *communalitiesnya* 0,903, ini berarti sekitar 90,3% varians dari tabel ke-6 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.
- 2) Pada variabel Karyawan BMT berkomunikasi dengan baik, lancar dan jelas sehingga nasabah mudah memahami nilai *communalitiesnya* 0,882, ini berarti sekitar 88,2% varians dari tabel ke-7 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.

- 3) Pada variabel Sarana dan prasarana yang baik sehingga membuat nasabah nyaman nilai *communalitiesnya* 0,844, ini berarti sekitar 84,4% varians dari tabel ke-8 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.
- 4) Pada variabel Terdapat produk Murabahah plus di BMT Istiqomah sehingga memudahkan sistem pembayaran nasabah nilai *communalitiesnya* 0,841, ini berarti sekitar 84,1% varians dari tabel ke-13 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.
- 5) Pada variabel Letak BMT yang strategis sehingga mudah dikunjungi oleh nasabah nilai *communalitiesnya* 0,796, ini berarti sekitar 79,6% varians dari tabel ke-11 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.
- 6) Pada variabel Pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang dipromosikan nilai *communalitiesnya* 0,780, ini berarti sekitar 78% varians dari tabel ke-9 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.
- 7) Pada variabel Karyawan mempunyai pengetahuan dalam menjawab pertanyaan nasabah nilai *communalitiesnya* 0,771, ini berarti sekitar 77,1% varians dari tabel ke-10 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.
- 8) Pada variabel Produk Murabahah dapat memenuhi kebutuhan nasabah nilai *communalitiesnya* 0,744, ini berarti

sekitar 74,4% varians dari tabel ke-14 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.

- 9) Pada variabel Produk Murabahah dapat memenuhi kebutuhan nasabah nilai *communalitiesnya* 0,737, ini berarti sekitar 73,7% varians dari tabel ke-3 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.
- 10) Pada variabel Gaji nasabah cukup untuk memenuhi kebutuhan dan pembiayaan nilai *communalitiesnya* 0,703, ini berarti sekitar 70,3% varians dari tabel ke-4 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.
- 11) Pada variabel Karyawan memberikan respon yang baik atas keluhan nasabah nilai *communalitiesnya* 0,682, ini berarti sekitar 68,2% varians dari tabel ke-12 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.
- 12) Pada variabel Nasabah BMT mampu membayar pembiayaan tanpa tunggakan nilai *communalitiesnya* 0,667, ini berarti sekitar 66,7% varians dari tabel ke-2 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.
- 13) Pada variabel Pekerjaan sekarang dapat mengakomodir pembiayaan sekarang nilai *communalitiesnya* 0,647, ini berarti sekitar 64,7% varians dari tabel ke-1 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.
- 14) Pada variabel Pekerjaan sekarang dapat mengakomodir pembiayaan sekarang nilai *communalitiesnya* 0,587, ini

berarti sekitar 58,7% varians dari tabel ke-5 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.

15) Pada variabel Sistem pembiayaan yang bebas riba nilai *communalitiesnya* 0,471, ini berarti sekitar 47,1% varians dari tabel ke-15 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.

16) Pada variabel Sistem pembiayaan yang transparan dan sesuai dengan akad syariah nilai *communalitiesnya* 0,317, ini berarti sekitar 31,7% varians dari tabel ke-16 bisa dijelaskan oleh faktor terbentuk.

3. Penentuan jumlah Faktor

Proses selanjutnya dari analisis faktor adalah melakukan ekstraksi. Ekstraksi dilakukan terhadap sekumpulan variabel yang ada dan telah melalui pengujian seperti yang telah dilakukan dalam pemilihan variabel yang telah dibahas sebelumnya.

Dalam penelitian ini penentuan jumlah faktor didasarkan pada nilai *eigenvalue* dengan kriteria bahwa angka *eigenvalue* < 1 tidak digunakan dalam menghitung jumlah faktor yang terbentuk. Untuk menentukan jumlah faktor tersebut dapat dilihat pada tabel *Total Variance Explained* dari program SPSS.

Gambar 4.3***Total Variance Explained***

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings ^a
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total
1	7,055	44,091	44,091	7,055	44,091	44,091	5,263
2	2,090	13,060	57,151	2,090	13,060	57,151	3,748
3	1,222	7,639	64,790	1,222	7,639	64,790	4,559
4	1,004	6,272	71,062	1,004	6,272	71,062	2,454
5	,974	6,085	77,147				
6	,790	4,940	82,088				
7	,753	4,705	86,792				
8	,501	3,129	89,921				
9	,472	2,949	92,870				
10	,384	2,400	95,269				
11	,235	1,466	96,736				
12	,181	1,133	97,868				
13	,128	,800	98,668				
14	,095	,591	99,259				
15	,081	,506	99,765				
16	,038	,235	100,000				

Sumber: Output SPSS 20.0, Data Diolah dari kuisioner 2017

Pada gambar 4.3 *Total Variance Explained*, terlihat bahwa terdapat 4 (empat) faktor yang terbentuk dari 16 faktor yang ada. Hal ini diketahui dengan pembentukan jumlah faktor dalam analisis faktor jika *eigenvalue* <1, maka tidak dapat digunakan dalam pembentukan faktor.

Dari gambar 4.3 terlihat bahwa ada empat faktor yang terbentuk, karena satu faktor angka *eigenvalue* > 1, dua faktor angka *eigenvalue* > 1, tiga faktor angka *eigenvalue* > 1, empat faktor angka *eigenvalue* > 1 Akan tetapi untuk lima faktor, angka *eigenvalue* sudah berada < 1, yakni 0,974, sehingga proses *factoring* berhenti pada 4 (empat) faktor saja. Jadi hasil reduksi 16 variabel yang ada diperoleh 4 (empat) faktor.

Hasil *output* pada tabel *Total Variance Explained* terlihat bahwa nilai *varians* faktor pertama 44,091%, faktor kedua 13,060%, faktor ketiga 7,639%, faktor keempat 6,272%, keempat faktor tersebut dapat menjelaskan 71,062% variabilitas 16 faktor tersebut.

4. Pembentukan faktor

Setelah dilakukan ekstraksi, maka akan terbentuk satu atau beberapa faktor yang berisi sejumlah variabel. Proses rotasi dilakukan untuk mempermudah penempatan variabel yang ada ke faktor yang terbentuk. Dalam penelitian ini, rotasi menggunakan metode *Varimax* (bagian dari *Orthogonal*).

Setelah terbentuk faktor, maka tahap selanjutnya adalah menginterpretasikan faktor yang terbentuk. Dalam penelitian ini akan dilakukan interpretasi terhadap empat faktor yang terbentuk. Empat faktor ini terbentuk dari mereduksi variabel indikator yang dianggap berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk Murabahah di BMT dalam penelitian ini adalah BMT Istiqomah Plosokandang.

Interpretasi ini didasarkan pada nilai *loading* menunjukkan besar korelasi antara suatu variabel dengan faktor 1, faktor 2, faktor 3 dan faktor

4. Dalam penelitian ini maka harus dilakukan rotasi faktor. Rotasi faktor ini bertujuan untuk mendapatkan tampilan data yang jelas dari nilai *loading* untuk masing-masing variabel pada faktor yang ada.

Nilai *loading* untuk masing-masing variabel terhadap faktor dapat dilihat pada tabel *Rotated Component Matrix* yang diolah melalui *software* SPSS berikut ini.

Gambar 4.4

Rotated Componen Matrix

	Component			
	1	2	3	4
F1	-,129	,695	,344	,169
F2	,706	,307	,199	,186
F3	,624	,573	,136	,014
F4	,476	,665	-,132	,128
F5	,718	,115	,170	,174
F6	,135	,009	,940	-,017
F7	,376	,844	,157	,067
F8	,887	,121	,187	,084
F9	,046	,104	,057	,874
F10	,241	,061	,826	,163
F11	,149	,227	,809	,262
F12	,323	,493	,578	,000
F13	,842	,283	,225	,026
F14	,511	,679	,009	,147
F15	,321	,130	,263	,530
F16	,321	,320	,203	,265

Sumber: Output SPSS, Data Diolah dari kuisisioner 2017

Berikut adalah hasil dari faktor yang kemudian diperoleh beberapa variabel yang mendominasi masing-masing faktor dengan hasil sebagai berikut :

a) Faktor pertama, faktor ini merupakan faktor yang memiliki pengaruh terbesar yaitu dengan *eigenvalue* 7,055 dan mampu menjelaskan *variance total* sebesar 44.091% :

- 1) Nasabah BMT mampu membayar pembiayaan tanpa tunggakan. Karena variabel ini memiliki *loading* terbesar pada komponen 1, yaitu 0,706, maka variabel ini masuk ke dalam faktor 1.
- 2) Keuletan kerja nasabah menghasilkan pendapatan untuk mengakomodir pembiayaan. Karena variabel ini memiliki *loading* terbesar pada komponen 1, yaitu 0,624, maka variabel ini masuk ke dalam faktor 1.
- 3) Pembiayaan di BMT memberikan kemudahan pemenuhan kebutuhan. Karena variabel ini memiliki *loading* terbesar pada komponen 1, yaitu 0,718, maka variabel ini masuk ke dalam faktor 1.
- 4) Sarana dan prasaranan yang baik sehingga membuat nasabah nyaman. Karena variabel ini memiliki *loading* terbesar pada komponen 1, yaitu 0,887, maka variabel ini masuk ke dalam faktor 1.
- 5) Terdapat produk Murabahah plus di BMT Istiqomah sehingga memudahkan sistem pembayaran nasabah. Karena variabel ini

memiliki *loading* terbesar pada komponen 1, yaitu 0,842, maka variabel ini masuk ke dalam faktor 1.

- 6) Sistem pembiayaan yang transparan dan sesuai dengan akad syariah. Karena variabel ini memiliki *loading* terbesar pada komponen 1, yaitu 0,321, maka variabel ini masuk ke dalam faktor 1.

b) Faktor kedua, faktor ini merupakan faktor yang memiliki pengaruh terbesar yaitu dengan *eigenvalue* 2,090 dan mampu menjelaskan *variance total* sebesar 13,060% :

- 1) Pekerjaan sekarang dapat mengakomodir pembiayaan sekarang. Karena variabel ini memiliki *loading* terbesar pada komponen 2, yaitu 0,695, maka variabel ini masuk ke dalam faktor 2.
- 2) Gaji nasabah cukup untuk memenuhi kebutuhan dan pembiayaan. Karena variabel ini memiliki *loading* terbesar pada komponen 2, yaitu 0,665, maka variabel ini masuk ke dalam faktor 2.
- 3) Karyawan BMT berkomunikasi dengan baik, lancar dan jelas sehingga nasabah mudah memahami. Karena variabel ini memiliki *loading* terbesar pada komponen 2, yaitu 0,844, maka variabel ini masuk ke dalam faktor 2.
- 4) Produk Murabahah dapat memenuhi kebutuhan nasabah. Karena variabel ini memiliki *loading* terbesar pada komponen 2, yaitu 0,679, maka variabel ini masuk ke dalam faktor 2.

c) Faktor ketiga, faktor ini merupakan faktor yang memiliki pengaruh terbesar yaitu dengan *eigenvalue* 1,222 dan mampu menjelaskan *variance total* sebesar 7,639% :

- 1) Sistem pembiayaan di BMT dijamin kerahasiaan data nasabahnya. Karena variabel ini memiliki *loading* terbesar pada komponen 3, yaitu 0,940, maka variabel ini masuk ke dalam faktor 3.
- 2) Karyawan mempunyai pengetahuan dalam menjawab pertanyaan nasabah. Karena variabel ini memiliki *loading* terbesar pada komponen 3, yaitu 0,826, maka variabel ini masuk ke dalam faktor 3.
- 3) Letak BMT yang strategis sehingga mudah dikunjungi oleh nasabah. Karena variabel ini memiliki *loading* terbesar pada komponen 3, yaitu 0,809, maka variabel ini masuk ke dalam faktor 3.
- 4) Karyawan memberikan respon yang baik atas keluhan nasabah. Karena variabel ini memiliki *loading* terbesar pada komponen 3, yaitu 0,578, maka variabel ini masuk ke dalam faktor 3.

d) Faktor ke empat, faktor ini merupakan faktor yang memiliki pengaruh terbesar yaitu dengan *eigenvalue* 1,004 dan mampu menjelaskan *variance total* sebesar 6,272% :

- 1) Pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang dipromosikan. Karena variabel ini memiliki *loading* terbesar pada komponen 4, yaitu 0,874, maka variabel ini masuk ke dalam faktor 4.

2) Sistem pembiayaan yang bebas riba. Karena variabel ini memiliki *loading* terbesar pada komponen 4, yaitu 0,530, maka variabel ini masuk ke dalam faktor 4.

5. Penamaan faktor

Setelah mendapatkan 4 (empat) faktor yang terbentuk dari 16 (delapan belas) faktor, langkah berikutnya adalah memberi nama pada empat faktor tersebut. Penamaan faktor ini tergantung pada nama-nama faktor yang menjadi atau mendominasi pada suatu kelompok faktor tersebut.

Pada penelitian ini, faktor pertama terdiri dari, Nasabah BMT mampu membayar pembiayaan tanpa tunggakan, keuletan kerja nasabah menghasilkan pendapatan untuk mengakomodir pembiayaan, pembiayaan di BMT memberikan kemudahan pemenuhan kebutuhan, sarana dan prasarana yang baik sehingga membuat nasabah nyaman, terdapat produk Murabahah plus di BMT Istiqomah sehingga memudahkan sistem pembayaran nasabah, sistem pembiayaan yang transparan dan sesuai dengan akad syariah, faktor ini dinamakan faktor pendapatan nasabah, faktor motivasi dan faktor *brand image*.

Faktor kedua terdiri dari, pekerjaan sekarang dapat mengakomodir pembiayaan sekarang, gaji nasabah cukup untuk memenuhi kebutuhan dan pembiayaan, karyawan BMT berkomunikasi dengan baik, lancar dan jelas sehingga nasabah mudah memahami, produk Murabahah dapat memenuhi kebutuhan nasabah, faktor ini dinamakan faktor pendapatan nasabah.

Faktor ketiga terdiri dari, sistem pembiayaan di BMT dijamin kerahasiaan data nasabahnya, karyawan mempunyai pengetahuan dalam menjawab pertanyaan nasabah, letak BMT yang strategis sehingga mudah dikunjungi oleh nasabah, karyawan memberikan respon yang baik atas keluhan nasabah, faktor ini dinamakan faktor kualitas pelayanan.

Faktor keempat terdiri dari, pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang dipromosikan dan sistem pembiayaan yang bebas riba, faktor ini dinamakan faktor kualitas pelayanan dan *brand image*.

Kemudian dalam penelitian ini diketahui pula bahwa faktor pendapatan nasabah, faktor motivasi dan faktor *brand image* sebagai faktor yang paling dominan dalam pertimbangan keputusan nasabah dalam memilih produk murabahah yaitu dengan *eigenvalue* sebesar 7,055. Dalam hal ini dikarenakan keuletan kerja nasabah menghasilkan pendapatan untuk mengakomodir pembiayaan tanpa tunggakan selain itu juga terdapat produk Murabahah plus di BMT Istiqomah sehingga memudahkan sistem pembayaran nasabah yaitu sistem pembiayaan yang transparan dan sesuai dengan akad syariah sehingga nasabah merasa nyaman.

6. Interpretasi hasil

Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa faktor-faktor yang dipertimbangkan nasabah dalam memilih produk murabahah Murabahah di BMT Istiqomah Plosokandang adalah faktor pendapatan nasabah, faktor motivasi, faktor *brand image* dan faktor kualitas pelayanan dengan hasil olah data kuesioner nasabah pembiayaan di BMT Istiqomah Plosokandang.