

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN

#### A. Gambaran Umum Objek Penelitian

##### 1. Profil BMT Pahlawan

BMT merupakan Balai Usaha Mandiri Terpadu yang berintikan *Baitul Maal* ( Lembaga Sosial ) dan *Baitul Tamwil* ( Lembaga Usaha ). Baitul Maal adalah Institusi yang melakukan pengelolaan zakat, infaq, shodaqoh dan hibah secara amanah. *Baitul Tamwil* adalah Institusi yang melakukan kegiatan usaha dengan mengumpulkan dana melalui penawaran simpoksus dan berbagai jenis simpanan atau tabungan yang kemudian dikembangkan dalam bentuk pembiayaan dan investasi bagi usaha – usaha yang produktif. Pembiayaan untuk modal usaha kecil dilakukan dengan sistem bagi hasil (tanpa bunga) dan pola jual beli. Praktek seperti ini sesuai syariat Islam, sehingga Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) disebut lembaga ekonomi keuangan syariah. Keberadaan Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) telah mendapatkan pembinaan dan pengawasan dari Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil (PINBUK).

Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Pahlawan Tulungagung merupakan salah satu dari 5000 Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) yang bertebaran diseluruh tanah air. Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Pahlawan hadir untuk memberdayakan ekonomi masyarakat kecil (akar rumput) sesuai syariah Islam, yakni sistem bagi hasil atau tanpa bunga. Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Pahlawan beroperasi sejak 10 Nopember 1996, diresmikan oleh

Bapak Bupati Tulungagung. 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, Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Pahlawan memberikan permodalan kepada para pengusaha kecil dan mikro dengan sistem bagi hasil.

Dengan sistem syariah terbukti Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Pahlawan makin berkembang dan diminati masyarakat sebagai lembaga keuangan alternatif. Jika pada saat berdirinya pada tahun 1996 BMT ini hanya bermodal 15 juta, kini dalam usianya yang 22 tahun Baitul Maal Wat Tamwil (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, pengrajin, pertanian, PKL dan lain – lain. Anggota Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) juga terdiri dari para penyimpan, dan para donator, berada di seluruh pelosok Tulungagung. Sehingga tidak mengherankan jika untuk mempermudah pelayanan dan jangkauan, Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) mendekatkan diri dengan membuka cabang – cabang dan Pokusma di beberapa tempat yakni; Cabang Bandung di Ruko Stadion Bandung No.14 Bandung Tulungagung, Cabang Gondang di Ruko Stadion Gondang No.1 Gondang Tulungagung, dan Pokusma di Notorejo Kecamatan Gondang Tulungagung.

Dalam beroperasi, BMT Pahlwan menjalankannya berdasarkan visi dan misi lembaganya, yaitu sebagai berikut :

a. Visi

Terwujudnya Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) yang terdepan, tangguh dan professional dalam membangun ekonomi umat.

b. Misi

- 1) Memberikan layanan yang prima kepada seluruh anggota, mitra dan masyarakat luas.
- 2) Mendorong anggota, mitra dan masyarakat luas dalam kegiatan menabung dan investasi.
- 3) Menyediakan permodalan dan melakukan pendampingan usaha bagi anggota, mitra dan masyarakat.
- 4) Memperkuat permodalan sendiri dalam rangka memperluas jaringan serta menambah produk dan fasilitas jasa layanan.
- 5) Mencapai pertumbuhan dan hasil usaha BMT yang layak serta proporsional dan berkelanjutan.
- 6) Turut serta dalam dalam gerakan pengembangan ekonomi syariah.

2. Bidang Kepengurusan BMT Pahlawan Tulungagung

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

**Dewan Pengawas BMT Pahlawan**

Drs. H. Murtadlo	Pengawas Syariah
H. Chamim Badruzzaman	Pengawas
H. Mulyono, SH	Pengawas

### **Dewan Pengurus BMT Pahlawan**

Dr. H. Laitupa Abdul Mutalib, Sp.PD	Ketua
Drs. Affandi	Wakil Ketua
Drs. H. Siswandi, MA	Sekretaris
Dr. H. Anang Imam M, Mkes	Wakil Sekretaris
Ir. Hj. Harmi Sulistyorini	Bendahara

### **Manajer Umum :**

H. Nyadin, MAP	General Manager
Dyah Iskandiana, S.Ag	Manager Keuangan
Feri Yeti, SE	Kabag Pembukuan
Mispono, SE	Manager Pembiayaan
Miftahul Jannah, SE	Kabag Data & Infromasi
Ariful Fauzi, SE.Sy	Bagian Tabungan
Juprianto, S.Ag	Manager Pokusma Notorejo
Dewi Kusnul Khotimah, S.HI	Kabag. Administrasi
Maratul Anisa, SE	Bagian Perpajakan
Nungky Suryandari, S.Sy	Pimpinan Cabang Bandung
Arini Hidayati, SE.Sy	Pimpinan Cabang Gondang
Fatkur Rohman Albanjari	Manager ZISWA
Moh. Syafi'I, SH	Bagian Penagihan
Astra B. Flamboyan, S.Psi	Bagian Teller

### 3. Bidang Usaha BMT Pahlawan Tulungagung

Sebagai mitra pengusaha kecil, BMT Pahlawan bertekad membantu mengurangi kemiskinan dengan meningkatkan ekonomi mereka. Adapun kegiatan yang dilakukan yakni: 1) Pembiayaan, 2) Menghimpun

Simpanan atau Tabungan, 3) Penghimpunan Simpanan Pokok Khusus (saham), 4) Kegiatan Mengelola ZIS dan Kegiatan Sosial Dakwah.

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. Oleh sebab itu dalam setiap pembiayaan berarti telah terjadi akad kerja sama (*syirkah*) antara BMT (sebagai pemilik modal) dengan pengusaha kecil (sebagai pemakai modal) untuk bersama-sama mengembangkan usaha. Dalam kerjasama inilah akan diperoleh bagian pendapatan.

Adapun jenis-jenis pembiayaan yang dilakukan BMT antara lain sebagai berikut :

1) Pembiayaan Musyarakah

Pembiayaan dengan akad *syirkah* / kerja sama 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

Sistem pembiayaan dengan akad jual beli, dimana nasabah membutuhkan barang (alat saran 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

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 Qodrul Hasan

Pembiayaan yang tidak memungut bagi hasil kepada nasabah walau untuk usaha dan ada hasilnya. Dan jika bangkrut yang bersangkutan akan dibebaskan dari pinjaman. Contoh: untuk pembelian obat, untuk member modal bagi orang yang tidak mampu.

## b. Simpanan

Macam-macam simpanan / tabungan di BMT Pahlawan adalah sebagai berikut :

### 1) Simpanan Pokok

Simpanan yang dibayarkan sekali ketika masuk anggota baru BMT.

2) Simpanan Wajib

Simpanan yang wajib dibayarkan tiap bulann atau setiap mengangsur pembiayaan.

3) Simpanan Pokok Khusus (Penyertaan Modal / Semacam Saham)

Simpanan yang dibayarkan untuk modal awal dan pemupukan modal BMT, simapanan ini tidak bisa di ambil kecuali dalam keadaan tertentu. simpanan ini akan memperoleh deviden (pembagian SHU) tiap tahun.

4) Simpanan Sukarela dengan pola mudharabah, ada 2 pola :

- a. Simpanan mudharabah biasa yaitu simpanan anggota BMT yang jumlahnya tidak terbatas, dapat diambil sewaktu-waktu serta jumlah pengembaliannya 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

Simpanan khusus bagi perorangan / kolektif jangka waktu minimal 5 tahun dan, akan memperoleh bagi hasil khusus yang dapat di ambil setiap bulannya.

6) Simpanan Haji dan Umroh

Yakni simpanan khusus bagi perorangan yang telah mempunyai niat untuk menunaikan ibadah haji ataupun umrah dengan menyisihkan RP 500.000,- tiap bulan penabung akan dapat menunaikan ibadah haji.

#### 7) Simpanan Pensiun

Yakni simpanan khusus bagi perorangan yang bisa diambil jika yang bersangkutan telah pensiun.

#### c. Pengumpulan Modal

Modal sangat diperlukan dalam sebuah usaha. Lebih-lebih bagi lembaga keuangan, ketersediaan modal sendiri sangat menentukan kokoh tidaknya BMT.

#### d. Pengelolaan Zakat, Infaq, Shodaqoh dan Wakaf

Sebagaimana dijelaskan dimuka bahwa kegiatan BMT adalah mengumpulkan zakat, infaq, shodaqoh dan hibah dari para aghniya' dan menyalurkannya kepada golongan 8 asnaf dan 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 sejenisnya. Tujuan program ZIS ini adalah dilaksanakan semata-mata untuk, Meminta hak dari para fakir miskin pada harta orang kaya sebagaimana yang dijelaskan pada QS Al dzariat 51:19 dan QS



Ali Imron 3:180. 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.

## B. Karakteristik Responden

Untuk mempermudah proses penelitian, maka peneliti membagi nasabah di BMT Pahlawan Tulungagung berdasarkan beberapa karakteristik, diantaranya yaitu :

### 1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 4.1**  
**Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1	Laki-laki	59	59%
2	Perempuan	41	41%
	<b>Total</b>	100	100%

*Sumber : Data Primer diolah 2018*

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa responden dengan jenis kelamin Laki-laki berjumlah 59 nasabah atau 59%. Sedangkan responden dengan jenis kelamin perempuan berjumlah 41 nasabah atau 41%. Dari karakteristik berdasarkan jenis kelamin, maka diketahui bahwa jumlah nasabah laki-laki lebih besar dari perempuan.

### 2. Karakteristik Berdasarkan Usia

**Tabel 4.2**  
**Karakteristik Berdasarkan Usia**

No	Usia (Tahun)	Jumlah	Presentase
1	20-30	9	9%

2	31-40	32	32%
3	41-50	31	31%
4	51-60	17	17%
5	>60	11	11%
	<b>Total</b>	100	100%

*Sumber : Data Primer diolah 2018*

Dari tabel diatas, diketahui bahwa jumlah responden dengan usia 20-30 tahun berjumlah 9 nasabah atau 9%, responden dengan usia 31-40 tahun berjumlah 32 nasabah atau 32%, responden dengan usia 41-50 berjumlah 31 nasabah atau 31%, responden dengan usia 51-60 tahun berjumlah 17 nasabah atau 20%, dan responden dengan usia >60 tahun berjumlah 11 nasabah atau 9%. Jumlah responden yang berusia 31-40 tahun lebih banyak dibandingkan jumlah nasabah dengan usia lainnya.

### 3. Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir

**Tabel 4.3**

**Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Presentase
1	SD	20	20%
2	SMP	11	11%
3	SMA	51	51%
4	SARJANA/DIPLOMA	18	18%
	Total	100	100%

*Sumber : Data Primer diolah 2018*

Dari tabel diatas, diketahui bahwa jumlah responden dengan pendidikan terakhir SD berjumlah 20 nasabah atau 20%, responden dengan pendidikan terakhir SMP berjumlah 11 nasabah atau 11%, responden dengan pendidikan terakhir SMA berjumlah 51 nasabah atau 51%, dan responden dengan pendidikan terakhir Diploma/Sarjana berjumlah 18 nasabah atau 18%. Jumlah

responden dengan pendidikan terakhir SMA lebih banyak dibandingkan jumlah nasabah dengan pendidikan lainnya.

### C. Hasil Penelitian

#### 1. Deskripsi Variabel Penelitian

Angket yang telah peneliti sebarakan kepada responden yang terdiri atas 32 item pernyataan dan dibagi dalam 4 kategori yaitu :

- a. Delapan pernyataan digunakan untuk mengukur pengaruh kualitas pelayanan ( $X_1$ )
- b. Delapan pernyataan digunakan untuk mengukur pengaruh kualitas produk ( $X_2$ )
- c. Delapan pernyataan digunakan untuk mengukur pengaruh citra merek ( $X_3$ )
- d. Delapan pernyataan digunakan untuk mengukur pengaruh keputusan menjadi nasabah ( $Y$ )

Hasil dari jawaban yang peneliti peroleh dari responden adalah sebagai berikut :

- a. Kualitas Pelayanan

**Tabel 4.4**

**Frekuensi Jawaban Angket Variabel Kualitas Pelayanan**

ITEM	SKOR JAWABAN									
	SS		S		N		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
$X_{1.1}$	46	46%	53	53%	1	1%	0	0%	0	0%
$X_{1.2}$	42	42%	51	51%	7	7%	0	0%	0	0%
$X_{1.3}$	49	49%	48	48%	3	3%	0	0%	0	0%
$X_{1.4}$	46	46%	46	46%	8	8%	0	0%	0	0%
$X_{1.5}$	45	45%	54	54%	1	1%	0	0%	0	0%

X <sub>1.6</sub>	26	26%	74	74%	0	0%	0	0%	0	0%
X <sub>1.7</sub>	43	43%	52	52%	5	5%	0	0%	0	0%
X <sub>1.8</sub>	51	51%	41	41%	8	8%	0	0%	0	0%

*Sumber : Data Primer diolah 2018*

Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) terdiri dari 8 item pernyataan.

Pernyataan pertama ( $X_{1.1}$ ) yaitu karyawan BMT Pahlawan berpenampilan rapi dan sesuai syariah mendapat respon sebanyak 46 responden atau 46% yang menyatakan sangat setuju, 53 responden atau 53% menyatakan setuju, 1 responden atau 1% menyatakan netral, tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju, maupun sangat tidak setuju. Pernyataan kedua ( $X_{1.2}$ ) yaitu ruang tunggu BMT pahlawan nyaman dan bersih mendapat respon sebanyak 42 responden atau 42% yang menyatakan sangat setuju, 51 responden atau 51% menyatakan setuju, 7 responden atau 7% menyatakan netral, tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju, maupun sangat tidak setuju.

Pernyataan ketiga ( $X_{1.3}$ ) yaitu karyawan BMT Pahlawan memiliki pengetahuan yang luas mendapat respon sebanyak 49 responden atau 49% yang menyatakan sangat setuju, 48 responden atau 48% menyatakan setuju, 3 responden atau 3% menyatakan netral, tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju, maupun sangat tidak setuju. Pernyataan keempat ( $X_{1.4}$ ) yaitu karyawan BMT Pahlawam melayani secara cepat dan tepat mendapat respon sebanyak 39 responden atau 39% yang menyatakan sangat setuju, 55 responden atau 55% menyatakan setuju, 6

responden atau 6% menyatakan netral, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

Pernyataan kelima ( $X_{1.5}$ ) yaitu karyawan BMT Pahlawan dapat dalam memahami permasalahan atau keinginan nasabah mendapat respon sebanyak 42 responden atau 42% yang menyatakan sangat setuju, 56 responden atau 56% menyatakan setuju, 2 responden atau 2% menyatakan netral, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Pernyataan keenam ( $X_{1.6}$ ) yaitu karyawan BMT Pahlawan dapat memberikan solusi kepada nasabah mendapat respon sebanyak 47 responden atau 47% yang menyatakan sangat setuju, 51 responden atau 51% menyatakan setuju, 2 responden atau 2% menyatakan netral, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

Pernyataan ketujuh ( $X_{1.7}$ ) yaitu BMT Pahlawan mampu menjaga kerahasiaan nasabah mendapat respon sebanyak 43 responden atau 43% yang menyatakan sangat setuju, 51 responden atau 51% menyatakan setuju, 6 responden atau 6% menyatakan netral, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Pernyataan kedelapan ( $X_{1.8}$ ) yaitu nasabah merasa aman ketika menyimpan dananya di BMT Pahlawan mendapat respon sebanyak 42 responden atau 42% yang menyatakan sangat setuju, 52 responden atau 52% menyatakan setuju, 6 responden atau 6% menyatakan netral, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

## b. Kualitas Produk

**Tabel 4.5**  
**Frekuensi Jawaban Angket Variabel Kualitas Produk**

ITEM	SKOR JAWABAN									
	SS		S		N		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X <sub>2.1</sub>	34	34%	60	60%	6	6%	0	0%	0	0%
X <sub>2.2</sub>	34	34%	62	62%	4	4%	0	0%	0	0%
X <sub>2.3</sub>	34	34%	61	61%	5	5%	0	0%	0	0%
X <sub>2.4</sub>	30	30%	68	68%	2	2%	0	0%	0	0%
X <sub>2.5</sub>	32	32%	61	61%	7	7%	0	0%	0	0%
X <sub>2.6</sub>	31	31%	64	64%	5	5%	0	0%	0	0%
X <sub>2.7</sub>	31	31%	64	64%	5	5%	0	0%	0	0%
X <sub>2.8</sub>	28	28%	69	69%	3	3%	0	0%	0	0%

*Sumber : Data Primer diolah 2018*

Variabel Kualitas Produk (X<sub>2</sub>) terdiri dari 8 item pernyataan.

Pernyataan pertama (X<sub>2.1</sub>) yaitu produk BMT Pahlawan sesuai dengan kebutuhan nasabah mendapat respon sebanyak 34 responden atau 34% yang menyatakan sangat setuju, 60 responden atau 60% menyatakan setuju, 6 responden atau 6% menyatakan netral, tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju, maupun sangat tidak setuju. Pernyataan kedua (X<sub>2.2</sub>) yaitu produk BMT Pahlawan sesuai dengan penjelasan karyawan mendapat respon sebanyak 34 responden atau 34% yang menyatakan sangat setuju, 62 responden atau 62% menyatakan setuju, 4 responden atau 4% menyatakan netral, tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju, maupun sangat tidak setuju.

Pernyataan ketiga (X<sub>2.3</sub>) yaitu produk BMT Pahlawan sesuai dengan harapan nasabah mendapat respon sebanyak 34 responden atau

34% yang menyatakan sangat setuju, 61 responden atau 61% menyatakan setuju, 5 responden atau 5% menyatakan netral, tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju, maupun sangat tidak setuju. Pernyataan keempat ( $X_{2.4}$ ) yaitu produk BMT Pahlawan sangat membantu nasabah mendapat respon sebanyak 30 responden atau 30% yang menyatakan sangat setuju, 68 responden atau 68% menyatakan setuju, 2 responden atau 2% menyatakan netral, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

Pernyataan kelima ( $X_{2.5}$ ) yaitu produk BMT Pahlawan bebas dari riba atau bunga mendapat respon sebanyak 32 responden atau 32% yang menyatakan sangat setuju, 61 responden atau 61% menyatakan setuju, 7 responden atau 7% menyatakan netral, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Pernyataan keenam ( $X_{2.6}$ ) yaitu persyaratan dari BMT Pahlawan cukup mudah mendapat respon sebanyak 31 responden atau 31% yang menyatakan sangat setuju, 64 responden atau 64% menyatakan setuju, 5 responden atau 5% menyatakan netral, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

Pernyataan ketujuh ( $X_{2.7}$ ) yaitu produk BMT Pahlawan sesuai dengan syariat islam mendapat respon sebanyak 31 responden atau 31% yang menyatakan sangat setuju, 64 responden atau 64% menyatakan setuju, 5 responden atau 5% menyatakan netral, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Pernyataan kedelapan ( $X_{2.8}$ ) yaitu

produk BMT Pahlawan sesuai dengan perkembangan zaman mendapat respon sebanyak 28 responden atau 28% yang menyatakan sangat setuju, 69 responden atau 69% menyatakan setuju, 3 responden atau 3% menyatakan netral, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

c. Citra Merek

**Tabel 4.6**  
**Frekuensi Jawaban Angket Variabel Citra Merek**

ITEM	SKOR JAWABAN									
	SS		S		N		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X <sub>3.1</sub>	29	29%	58	58%	13	13%	0	0%	0	0%
X <sub>3.2</sub>	38	38%	59	59%	3	3%	0	0%	0	0%
X <sub>3.3</sub>	31	31%	56	56%	13	13%	0	0%	0	0%
X <sub>3.4</sub>	31	31%	58	58%	11	11%	0	0%	0	0%
X <sub>3.5</sub>	38	38%	55	55%	6	6%	0	0%	0	0%
X <sub>3.6</sub>	44	44%	48	48%	8	8%	0	0%	0	0%
X <sub>3.7</sub>	38	38%	55	55%	7	7%	0	0%	0	0%
X <sub>3.8</sub>	37	37%	56	56%	7	7%	0	0%	0	0%

*Sumber : Data Primer diolah 2018*

Variabel Citra Merek (X<sub>3</sub>) terdiri dari 8 item pernyataan. Pernyataan pertama (X<sub>3.1</sub>) yaitu BMT Pahlawan mempunyai produk yang berkualitas mendapat respon sebanyak 29 responden atau 29% yang menyatakan sangat setuju, 58 responden atau 58% menyatakan setuju, 13 responden atau 13% menyatakan netral, tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju, maupun sangat tidak setuju. Pernyataan kedua (X<sub>3.2</sub>) yaitu produk BMT Pahlawan lebih banyak dibanding BMT Pahlawan mendapat respon sebanyak 38 responden atau 38% yang



menyatakan sangat setuju, 59 responden atau 59% menyatakan setuju, 3 responden atau 3% menyatakan netral, tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju, maupun sangat tidak setuju.

Pernyataan ketiga ( $X_{3,3}$ ) yaitu BMT Pahlawan merupakan salah satu BMT terbesar di Tulungagung mendapat respon sebanyak 31 responden atau 31% yang menyatakan sangat setuju, 56 responden atau 56% menyatakan setuju, 13 responden atau 13% menyatakan netral, tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju, maupun sangat tidak setuju. Pernyataan ke empat ( $X_{3,4}$ ) yaitu BMT Pahlawan lebih baik dibandingkan dengan BMT lain mendapat respon sebanyak 31 responden atau 31% yang menyatakan sangat setuju, 58 responden atau 58% menyatakan setuju, 11 responden atau 11% menyatakan netral, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

Pernyataan kelima ( $X_{3,5}$ ) yaitu nasabah merasa bangga menjadi nasabah BMT Pahlawan mendapat respon sebanyak 38 responden atau 38% yang menyatakan sangat setuju, 55 responden atau 55% menyatakan setuju, 6 responden atau 6% menyatakan netral, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Pernyataan keenam ( $X_{3,6}$ ) yaitu BMT Pahlawan mempunyai banyak nasabah mendapat respon sebanyak 44 responden atau 44% yang menyatakan sangat setuju, 48 responden atau 48% menyatakan setuju, 8 responden atau 8% menyatakan netral, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

Pernyataan ketujuh ( $X_{3,7}$ ) yaitu nama BMT Pahlawan mudah untuk diingat mendapat respon sebanyak 38 responden atau 38% yang menyatakan sangat setuju, 55 responden atau 55% menyatakan setuju, 7 responden atau 7% menyatakan netral, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Pernyataan kedelapan ( $X_{3,8}$ ) yaitu menjadi nasabah BMT Pahlawan sangat menguntungkan mendapat respon sebanyak 37 responden atau 37% yang menyatakan sangat setuju, 56 responden atau 56% menyatakan setuju, 7 responden atau 7% menyatakan netral, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

d. Keputusan Menjadi Nasabah

**Tabel 4.7**

**Frekuensi Jawaban Angket Variabel Keputusan Menjadi Nasabah**

ITEM	SKOR JAWABAN									
	SS		S		N		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Y <sub>1</sub>	46	46%	50	50%	4	4%	0	0%	0	0%
Y <sub>2</sub>	41	41%	54	54%	5	5%	0	0%	0	0%
Y <sub>3</sub>	41	41%	55	55%	4	4%	0	0%	0	0%
Y <sub>4</sub>	42	42%	54	54%	4	4%	0	0%	0	0%
Y <sub>5</sub>	40	40%	54	54%	6	6%	0	0%	0	0%
Y <sub>6</sub>	42	42%	54	54%	4	4%	0	0%	0	0%
Y <sub>7</sub>	43	43%	53	53%	4	4%	0	0%	0	0%
Y <sub>8</sub>	44	44%	52	52%	4	4%	0	0%	0	0%

*Sumber : Data Primer diolah 2018*

Variabel keputusan menjadi nasabah (Y) terdiri dari 8 item pernyataan. Pernyataan pertama (Y<sub>1</sub>) yaitu produk dari BMT Pahlawan sangat memuaskan mendapat respon sebanyak 46 responden atau 46%

yang menyatakan sangat setuju, 50 responden atau 50% menyatakan setuju, 4 responden atau 4% menyatakan netral, tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju, maupun sangat tidak setuju. Pernyataan kedua (Y<sub>2</sub>) yaitu saya memilih produk BMT Pahalwan karena saran seseorang mendapat respon sebanyak 41 responden atau 41% yang menyatakan sangat setuju, 54 responden atau 54% menyatakan setuju, 5 responden atau 5% menyatakan netral, tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju, maupun sangat tidak setuju.

Pernyataan ketiga (Y<sub>3</sub>) yaitu saya memilih produk BMT pahalwan karena persyaratannya mudah mendapat respon sebanyak 41 responden atau 41% yang menyatakan sangat setuju, 55 responden atau 55% menyatakan setuju, 4 responden atau 4% menyatakan netral, tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju, maupun sangat tidak setuju. Pernyataan ke empat (Y<sub>4</sub>) yaitu bagi hasil dari BMT Pahlawan lebih besar dibandingkan BMT lain mendapat respon sebanyak 42 responden atau 42% yang menyatakan sangat setuju, 54 responden atau 54% menyatakan setuju, 4 responden atau 4% menyatakan netral, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

Pernyataan kelima (Y<sub>5</sub>) yaitu produk BMT Pahlawan lebih baik dari BMT lain mendapat respon sebanyak 40 responden atau 40% yang menyatakan sangat setuju, 54 responden atau 54% menyatakan setuju, 6 responden atau 6% menyatakan netral, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Pernyataan keenam (Y<sub>6</sub>) yaitu Pelayanan

BMT Pahlawan lebih baik dari BMT lain mendapat respon sebanyak 42 responden atau 42% yang menyatakan sangat setuju, 54 responden atau 54% menyatakan setuju, 4 responden atau 4% menyatakan netral, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

Pernyataan ketujuh ( $Y_7$ ) yaitu saya akan menjadi nasabah BMT Pahlawan dalam waktu lama mendapat respon sebanyak 43 responden atau 43% yang menyatakan sangat setuju, 53 responden atau 53% menyatakan setuju, 4 responden atau 4% menyatakan netral, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Pernyataan kedelapan ( $Y_8$ ) yaitu saya akan menyarankan seseorang menjadi nasabah BMT Pahlawan mendapat respon sebanyak 44 responden atau 44% yang menyatakan sangat setuju, 52 responden atau 52% menyatakan setuju, 4 responden atau 4% menyatakan netral, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

#### **D. Analisis Data**

##### **1. Analisis Uji Validitas dan Reliabilitas**

###### **a. Uji Validitas**

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kebenaran suatu instrumen. Prinsip validitas adalah pengukuran atau pengamatan yang berarti prinsip keandalan instrumen dalam mengumpulkan data. Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner yang harus diganti karena dianggap tidak relevan. Pengujiannya dilakukan secara spesifik, yang dapat

dilakukan secara manual atau dukungan komputer, misalnya melalui bantuan paket komputer SPSS.<sup>103</sup>

Untuk tingkat validitas dilakukan uji signifikansi dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan nilai  $r$  tabel. Untuk degree of freedom ( $df$ ) =  $n - 2$  dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel. Pada kasus ini besarnya  $df$  dapat dihitung  $100 - 2$  atau  $df = 98$  dengan alpha 0.05 didapat  $r$  tabel 0,1966, jika  $r$  hitung (untuk tiap-tiap butir pertanyaan dapat dilihat pada kolom corrected item pertanyaan total sorrelation) lebih besar dari  $r$  tabel dan nilai  $r$  positif, maka butir pertanyaan tersebut dikatakan valid. Berikut hasil dari pengujian validitas pada kuesioner yang disebarakan pada nasabah Baitul Maal Wat Tamwil Pahlawan Tulungagung :

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item	Pearson Correlation	$R_{Tabel}$ (N=100) Taraf Signifikansi 5%	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X <sub>1</sub> )	X <sub>1.1</sub>	0,773	0,1966	Valid
	X <sub>1.2</sub>	0,901	0,1966	Valid
	X <sub>1.3</sub>	0,610	0,1966	Valid
	X <sub>1.4</sub>	0,880	0,1966	Valid
	X <sub>1.5</sub>	0,734	0,1966	Valid
	X <sub>1.6</sub>	0,674	0,1966	Valid
	X <sub>1.7</sub>	0,894	0,1966	Valid
	X <sub>1.8</sub>	0,894	0,1966	Valid
Kualitas Produk (X <sub>2</sub> )	X <sub>2.1</sub>	0,839	0,1966	Valid
	X <sub>2.2</sub>	0,840	0,1966	Valid
	X <sub>2.3</sub>	0,889	0,1966	Valid
	X <sub>2.4</sub>	0,843	0,1966	Valid
	X <sub>2.5</sub>	0,834	0,1966	Valid

<sup>103</sup> Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*.....Hlm. 166

	X <sub>2.6</sub>	0,887	0,1966	Valid
	X <sub>1.7</sub>	0,804	0,1966	Valid
	X <sub>1.8</sub>	0,752	0,1966	Valid
Citra Merek (X <sub>3</sub> )	X <sub>3.1</sub>	0,804	0,1966	Valid
	X <sub>3.2</sub>	0,651	0,1966	Valid
	X <sub>3.3</sub>	0,661	0,1966	Valid
	X <sub>3.4</sub>	0,784	0,1966	Valid
	X <sub>3.5</sub>	0,685	0,1966	Valid
	X <sub>3.6</sub>	0,771	0,1966	Valid
	X <sub>3.7</sub>	0,695	0,1966	Valid
	X <sub>3.8</sub>	0,766	0,1966	Valid
Keputusan Menjadi nasabah (Y)	Y <sub>1</sub>	0,941	0,1966	Valid
	Y <sub>2</sub>	0,944	0,1966	Valid
	Y <sub>3</sub>	0,970	0,1966	Valid
	Y <sub>4</sub>	0,937	0,1966	Valid
	Y <sub>5</sub>	0,913	0,1966	Valid
	Y <sub>6</sub>	0,974	0,1966	Valid
	Y <sub>7</sub>	0,970	0,1966	Valid
	Y <sub>8</sub>	0,963	0,1966	Valid

Sumber : Data Primer diolah 2018

Dari data tabel diatas dapat diketahui bahwa masing–masing item pertanyaan memiliki r hitung > dari r tabel (0.1966) dan bernilai positif. Dengan demikian butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas instrumen digunakan untuk mengetahui indeks kepercayaan atas instrumen penelitian. Reliabilitas instrumen diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Alpha Cronbach diukur berdasarkan Alpha Cronbach 0 sampai 1 . Suatu variabel dikatakan reliabel, apabila hasil Alpha Cronbach > 0,60. Jadi pengujian reliabilitas instrumen dalam suatu penelitian dilakukan karena

keterandalan instrumen berkaitan dengan keajekan dan taraf kepercayaan terhadap instrumen penelitian tersebut.

Jika skala itu dikelompok ke dalam lima kelas dengan reng yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai Alpha Cronbach 0,00 s.d. 0,20, berarti kurang reliabel.
- 2) Nilai Alpha Cronbach 0,21 s.d. 0,40, berarti agak reliabel.
- 3) Nilai Alpha Cronbach 0,42 s.d. 0,60, berarti cukup reliabel.
- 4) Nilai Alpha Cronbach 0,61 s.d. 0,80, berarti reliabel.
- 5) Nilai Alpha Cronbach 0,81 s.d. 1,00, berarti sangat reliabel.

Berikut hasil dari uji reliabilitas dari instrumen yang dilakukan di Baitul Maal Wat Tamwil Pahlawan Tulungagung :

**Tabel 4.9**

**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,919	8

*Sumber : Data Primer diolah 2018*

**Tabel 4.10**

**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,938	8

*Sumber : Data Primer diolah 2018*

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Citra Merek**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,873	8

*Sumber : Data Primer diolah 2018*

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Menjadi Nasabah**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,985	8

*Sumber : Data Primer diolah 2018*

Berdasarkan tabel di atas, nilai *Chonbach's Alpha* untuk variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) sebesar 0,919; untuk variabel kualitas produk ( $X_2$ ) sebesar 0,938; untuk variabel citra merek ( $Y_1$ ) sebesar 873; dan untuk variabel keputusan menjadi nasabah ( $Y_2$ ) sebesar 0,985, maka dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *Chonbach's Alpha* lebih dari 0,60 ( $\alpha > 0,60$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $Y_1$  dan  $Y_2$  adalah reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik
  - a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas diperlukan karena untuk melakukan pengujian-pengujian variabel lainnya dengan mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika



asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid dan statistik parametrik tidak dapat digunakan.<sup>104</sup>

Dalam uji normalitas, untuk mengetahui data tersebut berdistribusi normal maka harus membandingkan (Sig.) dengan taraf signifikan  $\alpha$ , dengan syarat :

- 1) Jika (Sig.)  $> \alpha$  maka data berdistribusi normal
- 2) Jika (Sig.)  $< \alpha$  maka data tidak berdistribusi normal acak (random)

Berikut hasil uji normalitas yang dilakukan menggunakan pendekatan *kolmogorov smirnov* :

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,5265293
	Std. Deviation	3,27625480
Most Extreme Differences	Absolute	,074
	Positive	,057
	Negative	-,074
Test Statistic		,074
Asymp. Sig. (2-tailed)		,195 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

*Sumber : Data Primer diolah 2018*

Dari uji normalitas data menggunakan pendekatan kolmogorov smirnov yang dilakukan, nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,195 >

<sup>104</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21, Ed. 7,* (Semarang : Universitas Diponegoro, 2013), Hlm. 110

0,05, dapat dikatakan data penelitian berdistribusi normal dan dapat digunakan untuk analisis regresi linier berganda.

b. Uji Multikolinieritas

Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dengan melihat nilai Tolerance dan VIF. Semakin kecil nilai Tolerance dan semakin besar nilai VIF maka semakin mendekati terjadinya multikolinieritas. Dalam kebanyakan penelitian jika nilai Tolerance lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF lebih kecil dari 10 maka tidak terjadi multikolinieritas. Berikut hasil uji multikolinieritas :

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1							
(Constant)	11,255	4,958		2,270	,025		
Kualitas Pelayanan	,632	,122	,527	5,182	,000	,649	1,541
Kualitas Produk	-,083	,099	-,069	-,836	,405	,995	1,005
Citra Merek	,128	,125	,105	1,031	,305	,648	1,543

a. Dependent Variable: Keputusan Menjadi Nasabah

Sumber : Data Primer diolah 2018

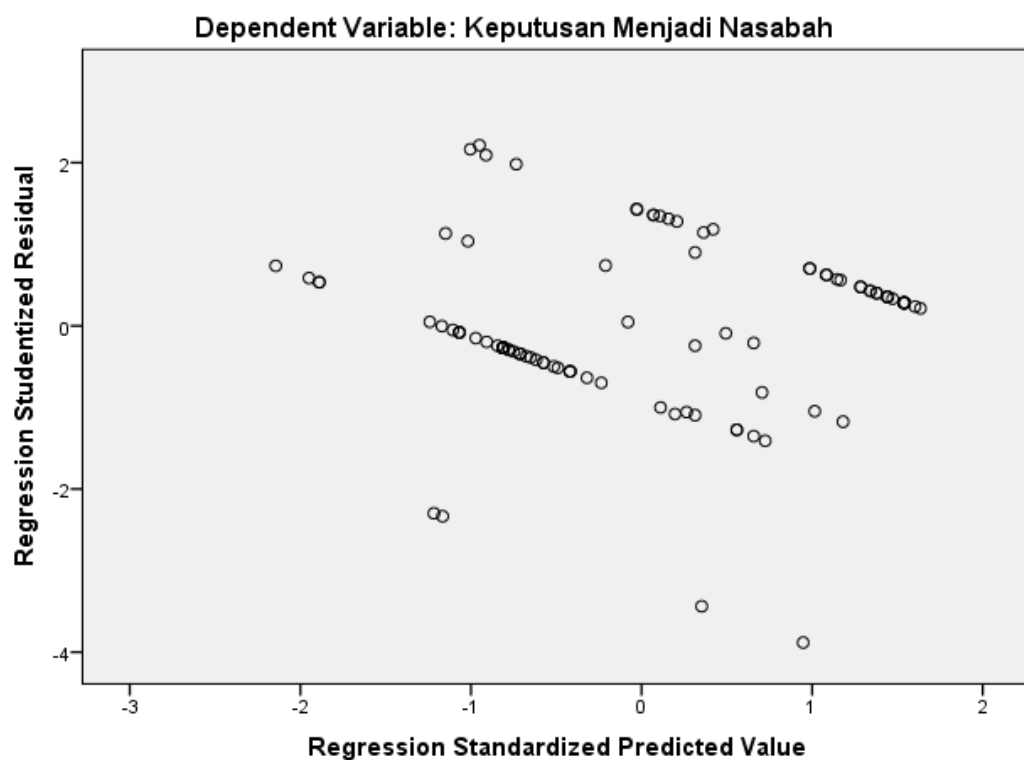
Tabel 4.14 terlihat bahwa tidak ada variabel yang memiliki nilai VIF  $\geq 10$  dan nilai tolerance  $\geq 0,10$  yang berarti bahwa tidak terdapat korelasi antar variabel bebas atau semua variabel dalam model tidak terkena masalah multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana terjadinya ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi. Heteroskedastisitas menyebabkan penaksir atau estimator menjadi tidak

efisien dan nilai koefisien determinasi akan menjadi sangat tinggi. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dengan melihat pola pada titik scatterplots regresi. Jika titik-titik menyebar dengan pola yang tidak jelas diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.<sup>105</sup>

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**  
**Scatterplot**



*Sumber : Data Primer diolah 2018*

### 3. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi berganda seringkali digunakan untuk mengatasi analisis regresi yang melibatkan hubungan dari dua atau lebih variabel bebas. Setelah

<sup>105</sup> Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0* (Jakarta : PT. Prestasi Pustaka, 2009), hal., 80

data penelitian berupa jawaban dari responden atas kuesioner yang telah dibagikan, selanjutnya dilakukan analisis data dengan berpedoman pada analisis berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \dots + \beta_n X_n + e$$

Hasil uji analisis regresi linier berganda dengan SPSS 22 adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji Regresi Linier Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9,952	5,073		1,962	,053
	Kualitas Pelayanan	,632	,122	,528	5,164	,000
	Kualitas Produk	-,041	,103	-,033	-,394	,694
	Citra Merek	,124	,125	,102	,997	,321

a. Dependent Variable: Keputusan Menjadi Nasabah

Sumber : Data Primer diolah 2018

Persamaan regresi yang dihasilkan adalah sebagai berikut :

$$Y = 9,952 + 0,632X_1 + (-0,041)X_2 + 0,124X_3$$

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

- a. Konstanta sebesar 9,952, artinya jika kualitas pelayanan ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ), dan citra merek ( $X_3$ ) nilainya adalah 0, maka keputusan menjadi nasabah ( $Y$ ) nilai sebesar 9,952.
- b. Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) sebesar 0,632, menyatakan bahwa setiap penambahan 1% kualitas pelayanan, maka akan meningkatkan keputusan menjadi nasabah sebesar 0,632.

- c. Koefisien regresi variabel kualitas produk ( $X_2$ ) sebesar  $-0,041$ , menyatakan bahwa setiap penambahan 1% kualitas produk, maka akan menurunkan keputusan menjadi nasabah sebesar  $0,033$ .
- d. Koefisien regresi variabel citra merek ( $X_3$ ) sebesar  $0,124$ , menyatakan bahwa setiap penambahan 1% kualitas produk, maka akan menurunkan keputusan menjadi nasabah sebesar  $0,124$ .

#### 4. Uji Hipotesis

##### a. Uji T (Secara parsial)

Uji t ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen, dimana jika t hitung lebih besar dari t tabel maka uji regresi dikatakan signifikan, begitu juga sebaliknya.

Hasil uji T pada data penelitian dengan menggunakan SPSS 22 adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.17**

**Hasil Uji T  
Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9,952	5,073		1,962	,053
	Kualitas Pelayanan	,632	,122	,528	5,164	,000
	Kualitas Produk	-,041	,103	-,033	-,394	,694
	Citra Merek	,124	,125	,102	,997	,321

a. Dependent Variable: Keputusan Menjadi Nasabah

Berdasarkan uji T diatas, dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Nilai signifikansi yang dihasilkan untuk variabel  $X_1$  (Kualitas Pelayanan) adalah sebesar  $0.000$ , nilai signifikansinya dibawah  $0.05$ .

Nilai  $t_{hitung}$  (untuk  $X_1$ ) sebesar 5,164 sedangkan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,988. Maka dapat diketahui  $t_{hitung} (5,164) > t_{tabel} (1,988)$ . Sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di Baitul Maal Wat Tamwil Pahlawan Tulungagung.

2) Nilai signifikansi yang dihasilkan untuk variabel  $X_2$  (Kualitas Produk) adalah sebesar 0.694, nilai signifikansinya di atas 0.05. Nilai  $t_{hitung}$  (untuk  $X_2$ ) sebesar (-0,394) sedangkan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,988. Maka dapat diketahui  $t_{hitung} (-0,394) < t_{tabel} (1,988)$ . Sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas produk berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di Baitul Maal Wat Tamwil Pahlawan Tulungagung.

3) Nilai signifikansi yang dihasilkan untuk variabel  $X_3$  (citra merek) adalah sebesar 0.321, nilai signifikansinya di atas 0.05. Nilai  $t_{hitung}$  (untuk  $X_3$ ) sebesar 0,997 sedangkan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,988. Maka dapat diketahui  $t_{hitung} 0,997 < t_{tabel} (1,988)$ . Sehingga dapat dikatakan bahwa citra merek berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di Baitul Maal Wat Tamwil Pahlawan Tulungagung.

b. Uji F

Uji F digunakan untuk membuktikan adanya pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan, kualitas produk dan citra merek berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap keputusan

menjadi nasabah di BMT Pahlwan Tulungagung. Berdasarkan hasil pengolahan dengan program SPSS maka didapat hasil uji – F, yang hasilnya dapat dilihat sebagai berikut :

**Tabel 4.18**  
**Hasil Uji F**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	655,053	3	218,351	17,284	,000 <sup>b</sup>
	Residual	1212,787	96	12,633		
	Total	1867,840	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Menjadi Nasabah

b. Predictors: (Constant), Citra Merek, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

Dari tabel 4.19, menunjukkan hasil perhitungan uji F diperoleh nilai F-hitung sebesar 17,284 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf signifikansi ( $\alpha = 0,05$ ) Sementara nilai F-tabel sebesar 2,7, ini berarti nilai F-hitung ( $17,284 > F\text{-tabel } (2,7)$ ). Hal ini berarti bahwa variabel independen (kualitas pelayanan, kualitas produk, dan citra merek) secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di BMT Pahlwan Tulungagung.

#### 5. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas menjelaskan variabel terikat yang dilihat melalui Adjust R. Semakin besar angka R<sup>2</sup> maka semakin baik model yang digunakan untuk menjelaskan hubungan variabel bebas terhadap variabel

terikat. Jika R<sup>2</sup> semakin kecil berarti semakin lemah model tersebut untuk menjelaskan dari variabel terikatnya.<sup>106</sup>

**Tabel 4.19**  
**Hasil Koefisien Determinasi**  
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,592 <sup>a</sup>	,351	,330	3,554

a. Predictors: (Constant), Citra Merek, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

Dari hasil output SPSS diatas, karena variabel yang diteliti adalah lebih dari dua, maka intrepretasi yang digunakan yakni dengan melihat *Adjusted R Square*. Nilai dari *Adjusted R Square* sebesar 0,351, artinya variabel pengetahuan tentang kualitas pelayanan, kualitas produk dan citra merek memiliki pengaruh 35,1% terhadap keputusan menjadi nasabah di Baitul Maal Wat Tamwil Pahlawan Tulungagung. Dan 64,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian.

---

<sup>106</sup> Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2007), hal. 87