

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum KSPPS BMT Bina Umat Sejahtera (BUS)

1. Sejarah Berdirinya KSPPS BMT Bina Umat Sejahtera (BUS)

Koperasi simpan pinjam dan pembiayaan syari'ah BMT Bina Umat Sejahtera, berdirinya pada tanggal 10 November 1996, atas prakarsa ICMI Orsat Rembang dengan modal awal Rp 2.000.000, dibawah kepengurusan H. Abdul Yazid, bmt bus hanya dikelola 3 orang sarjana.

Pada masa awal operasional BMT BUS, pekerjaan yang dilakukan pertama kali adalah segmentasi pasar. Sebagaimana girah BMT, maka segmen pasar yang menjadi perhatian BMT BUS adalah para pedagang pasar tradisional yang berada pada kelompok *grass root*. Pada kelompok inilah yang merupakan kelompok rentan dengan praktik hutang rentenir. Dimana mereka menggunakan pinjaman modal dari pemilik uang dengan bunga yang relatif tinggi.

Tahun 1996 ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) Orsat Rembang berusaha menggerakkan organisasi dengan mendirikan sebuah lembaga keuangan alternatif berupa simpanan dan pinjaman yang dimotori gerakan kelompok swadaya masyarakat (KSM).

- a. berdasarkan anggaran dasar yang disahkan oleh menteri koperasi, pengusaha kecil dan menengah dengan surat keputusan Nomor: 1380/BH/KWK.11/III/1998 tanggal 31 maret 1998 dengan
 - 1) nama koperasi adalah koperasi serba usaha bina umat sejahtera (KSU BUS)
 - 2) mempunyai wilayah kerja meliputi seluruh wilayah kabupaten rembang.

Dalam perjalanannya, koperasi simpan pinjam dan pembiayaan syariah BMT Bina Umat Sejahtera telah mengalami beberapa bebrapa perubahan anggaran dasar, yaitu sebagai berikut

- b. Berdasarkan surat keputusan menteri negara koperasi dan usaha kecil dan menengah republik Indonesia Nomor: 03/BH/PAD/KDK.11/VII/2002 tanggal 1 juli 2002 mengesahkan akta perubahan anggaran dasar tentang:

- 1) Perubahan koperasi serba usaha menjadi koperasi simpan pinjam syariah Bina Umat Sejahtera (KSPS BUS)
 - 2) Perubahan wilayah kerja meliputi seluruh wilayah provinsi Jawa Tengah
- c. Berdasarkan surat keputusan gubernur Jawa Tengah Nomor 04/PAD/KDK.11/IV/2006 tanggal 4 April 2006 yang mengesahkan akta perubahan anggaran dasar nomor 120 tanggal 30 Januari 2006 oleh notaris Liembang Priyadi Daljono, SH. Yang berkedudukan di Blora tentang:
- 1) Perubahan dari koperasi simpan pinjam menjadi koperasi jasa keuangan syariah Bina Umat Sejahtera (KJKS BUS).
- d. Berdasarkan surat keputusan menteri koperasi dan usaha kecil dan menengah Republik Indonesia Nomor 188/PAD/M.KUKM.2/III/2014 tanggal 26 Maret 2014 yang mengesahkan akta perubahan anggaran dasar nomor 55 tanggal 26 Februari 2014 oleh notaris H. Muchamad Al Hilal, SH., M.Kn. yang berkedudukan di Rembang tentang:
- 1) Perubahan dari koperasi jasa keuangan syariah menjadi koperasi simpan pinjam syariah Baitul Maal wat Tamwil Bina Umat Sejahtera (KSPS BMT BUS).
 - 2) Perubahan wilayah kerja meliputi seluruh wilayah nasional Indonesia yang merupakan gabungan dari KJKS BMT Bina Umat Sejahtera Jawa Tengah, KJKS BMT Bina Umat Sejahtera Yogyakarta dan KJKS BMT Bina Umat Sejahtera Jakarta.
- e. Berdasarkan surat keputusan menteri koperasi dan usaha kecil menengah Republik Indonesia Nomor 216/PAD/M.KUKM.2/XII/2015 tanggal 15 Desember 2015 yang mengesahkan akta perubahan anggaran dasar Nomor 53 tanggal 21 Oktober 2015 oleh Notaris H. Muchamad Al Hilal, SH., M.Kn. yang berkedudukan di Rembang tentang:
- 1) Perubahan dari koperasi simpan pinjam syariah menjadi koperasi simpan pinjam dan pembiayaan syariah Baitul Maal wat Tamwil Bina Umat Sejahtera (KSPPS BMT BUS).
- Sesuai dengan pasal 4 anggaran dasar, bahwa koperasi bertujuan meningkatkan kesejahteraan anggota pada khususnya dan umat pada umumnya, sekaligus sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari tatanan perekonomian nasional yang demokratis dan berkeadilan. Untuk mencapai tujuan tersebut, maka KSPPS BMT “Bina Umat Sejahtera” kecamatan Lasem kabupaten

Reembang menyelenggarakan kegiatan usaha keuangan, persewaan dan jasa perusahaan serta mengadakan kerjasama antar koperasi juga pada badan usaha lainnya.¹

2. Filosofi KSPPS BMT Bina Umat Sejahtetera

a. Sasaran

Dengan memanfaatkan jaringan dan pengalaman, KSPPS BMT Bina Umat Sejahtera memfokuskan sasarannya pada:

- 1) Memberdayakan pengusaha kecil menjadi potensi masyarakat yang handal.
- 2) Sebagai lembaga *intermediary*, dengan menghimpun dan menyalurkan dana anggota dan calon anggota permanen dan kontinue untuk mengemabngkan ekonomi produktif bagi kemaslahatan masyarakat.
- 3) Proaktif dalam berbagai program pengembangan sarana sosial kemasyarakatan.
- 4) Mengangkat harkat dan martabat fakir miskin ke tingkat yang lebih baik.
- 5) Mewujudkan kehidupan yang seimbang dalam keselamatan, kedamaian, kesejahteraan dan pemerataan keadilan ekonomi antar kaum fakir ke miskin dengan *aghniya* (kaum berpunya).²

b. Visi dan Misi

1) Visi

Menjadi lembaga keuangan syari'ah terdepan dalam pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah yang mandiri

2) Misi

- a) Membangun lembaga keuangan syariah yang mampu memberdayakan jaringan ekonomi mikro syari'ah, sehingga manjadikan ummat yang mandiri.
- b) Menjadikan lembaga keuangan syariah yang tumbuh dan berkembang melalui kemitraan yang sinergi dengan lembaga syariah lain, sehingga mampu membangun tatanan ekonomi yang penuh kesetaraan dan keadilan.
- c) Mengutamakan mobilitasi pendanaan atas dasar ta'awun dari golongan *aghniya*, untuk disalurkan ke pembiayaan ekonomi mikro, kecil dan menengah, serta

¹ www.bmtbus.co.id, diakses pada tanggal 2 desember 2019.

² www.bmtbus.co.id, diakses pada tanggal 2 desember 2019.

mendorong terwujudnya manajemen zakat, infaq, shadaqoh dan wakaf, guna mempercepat proses menyejahterakan ummat, sehingga terbebas dari dominasi ekonomi ribawi.

- d) Mengupayakan peningkatan permodalan sendiri, melalui penyertaan modal dari para pendiri, anggota, pengelola dan segenap potensi ummat, sehingga menjadi lembaga keuangan syariah yang sehat dan tangguh.
- e) Mewujudkan lembaga yang mampu memperdayakan, membebaskan dan memabangun keadilan ekonomi ummat, sehingga menghantarkan ummat sebagai khoiro ummat.³

c. Budaya Kerja

KSPPS BMT Bina Umat Sejahtera sebagai lembaga jasa keuangan syari'ah yang mengatur budaya kerja dengan prinsip-prinsip syariah yang menetapkan pada sikap akhlaqul karimah dan kerahmatan. Sikap ini terinspirasi dengan sifat Rasulullah yang disingkat SAFT

1) Shidiq

Menjaga integritas pribadi yang bercirikan ketulusan niat, kebersihan hati, kejernihan berfikir, berkata benar, menentang terpuji dan mampu membuat teladan.

2) Amanah

Menjadi handal, peka, obyektif dan disiplin serta penuh tanggung jawab.

3) Fathonah

Profesionalisme dengan penuh inovasi, cerdas, terampil dengan semangat belajar dan melatih yang berkelanjutan.

4) Tabulasi

Kemampuan komunikasi dasar, pendampingan dan pemberdayaan yang penuh kebebasan.⁴

d. Prinsip Kerja

1) Pemberdayaan

KSPPS BMT Bina Umat Sejahtera adalah lembaga keuangan syariah yang selalu mentransfer ilmu kewirausahaan lewat pendampingan manajemen, pengembangan sumberdaya insani dan teknologi tepat

³ www.bmtbus.co.id, diakses pada tanggal 2 desember 2019.

⁴ www.bmtbus.co.id, diakses pada tanggal 2 desember 2019.

guna, kerjasama bidang finansial dan pemasaran, sehingga mampu memberdayakan wirausaha-wirausaha baru yang siap menghadapi persaingan dan perubahan pasar.

2) Keadilan

Sebagai *intermediary Institution*, KSPPS BMT Bina Umat Sejahtera, menerapkan azas kesepakatan, keadilan, kesetaraan dan kemitraan, baik antar lembaga dan anggota maupun antar sesama anggota dalam menerapkan bagi hasil usaha.

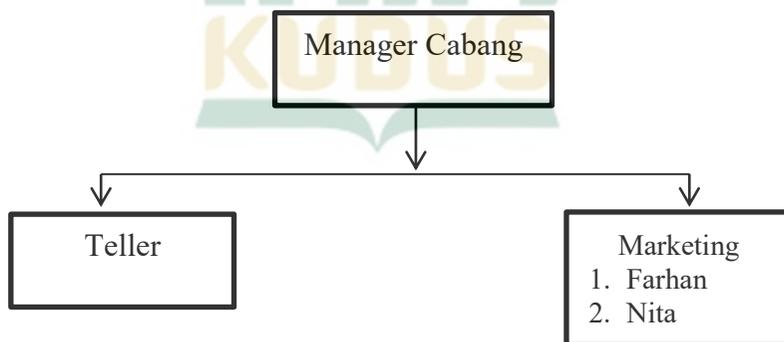
3) Pembebasan

Sebagai lembaga keuangan syariah, KSPPS BMT Bina Umat Sejahtera yang berasaskan akhlaqul karimah dan kerahmatan, melalui produk-produk, insya allah akan mampu membebaskan ummat dari penjajahan ekonomi, sehingga menjadi pelaku ekonomi yang mandiri dan siap menjadi tuan di negeri sendiri.⁵

3. Sumber organisasi KSPPS BMT BUS Cabang Nambuhan Purwodadi.

Dalam menjalankan perusahaan untuk mencapai tujuan yang diharapkan, maka diperlukan struktur organisasi yang baik dan jelas, sehingga dapat diketahui tugas masing-masing dan dapat menghindari kesalahfahaman dalam menjalankan tugas. Adapaun struktur organisasi KSPPS BMT BUS Cabang Nambuhan Purwodadi sebagai berikut:

Gambar 4.1
Struktur Organisasi KSPPS BMT BUS Cabang Nambuhan-Purwodadi



Sumber: Struktur Organisasi KSPPS BMT BUS Cabang Nambuhan

⁵ www.bmtbus.co.id, diakses pada tanggal 2 desember 2019.

B. Gambaran Umum Responden

Diskripsi responden disajikan dalam penelitian ini guna untuk menggambarkan keadaan atau kondisi responden yang dapat memberikan informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian. Penyajian data deskriptif penelitian ini bertujuan agar dapat dilihat profil dari data penelitian tersebut dan hubungan antar variabel yang digunakan dalam penelitian. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang cara pengambilan informasi atau data-data yang dibutuhkan peneliti mengenai tanggapan responden adalah dengan menggunakan angket. Untuk penyebaran kuesionernya dilakukan dengan cara peneliti langsung menyerahkan kuesioner yang ada kepada pembeli untuk diisi, hal ini dimaksudkan agar lebih efektif untuk meningkatkan *respon rate* responden dalam penelitian ini, dengan mengambil sampel sebanyak 80 responden sebagai syarat pemenuhan sampel yang dapat mewakili populasi. Dalam hal ini peneliti membagi karakteristik responden menjadi 3 jenis, yaitu:

1. Jenis Kelamin Responden

Adapun data mengenai jenis kelamin responden dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persen
Laki-laki	32	40%
Perempuan	48	60%
Jumlah	80	100%

Sumber data: Output SPSS 17.0 yang diolah, 2019.

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa jenis kelamin responden laki-laki 32 orang (40%) dan perempuan 48 orang (60%).

2. Usia Responden

Adapun data mengenai jenis kelamin responden dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi tiga kategori, yaitu dari umur 21 tahun s/d 30 tahun, 31 tahun s/d 40tahun, > 40 tahun. Data yang diperoleh dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.2
Usia Responden

Umur	Jumlah	Persen
21 th s/d 30 th	55	68,8%
31 th s/d 40 th	10	12,5%
>41 th	15	18,8%
Jumlah	80	100%

Sumber data: Output SPSS 17.0 yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa usia dari responden yang dijadikan sampel dalam penelitian adalah dari usia 21 th s/d 30 th sebanyak 55 orang (68,8%), usia 31 th s/d 40 th sebanyak 10 orang (12,5%), dan usia >40 th sebanyak 15 orang (18,8%).

3. Pendidikan Terakhir Responden

Adapun data mengenai pendidikan terakhir responden peneliti membaginya dalam lima kategori. Adapun data mengenai tingkat pendidikan terakhir responden yang diambil sebagai responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3
Pendidikan Terakhir Responden

Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persen
SD	10	12,5%
SMP	17	21,3%
SMA	47	58,8%
S1	6	7,5%
Jumlah	80	100%

Sumber data: Output SPSS 17.0 yang diolah, 2019.

Berdasarkan tabel diatas dikeathui bahwa pendidikan terakhir dari responden yang dijadikan sampel dalam penelitian adalah pendidikan terakhir SD sebanyak 10 orang (12,5%), pendidikan terakhir SMP sebanyak 17 orang (21,3%), pendidikan terakhir SMA sebanyak 47 orang (58,8%), dan pendidikan terakhir sarjana sebanyak 6 orang (7,5%).

C. Deskripsi Hasil Data Penelitian

Hasil dari masing-masing jawaban responden tentang pengaruh pelayanan, bagi hasil, dan promosi terhadap minat nasabah adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4
Hasil Data Penelitian

Variabel	Item	Total SS	%	Total S	%	Total N	%	Total TS	%	Total STS	%
Pelayanan (X1)	X1.1	35	43,8%	38	47,5%	7	8,8%	0	0%	0	0%
	X1.2	34	42,5%	39	48,8%	6	7,5%	1	1,3%	0	0%
	X1.3	39	48,8%	37	46,3%	4	5%	0	0%	0	0%

	X1.4	42	52, 5%	35	43, 5	3	3,8 %	0	0	0	0
	X1.5	44	55 %	34	42, 5%	2	2,5 %	0	0	0	0
	X1.6	45	56, 3%	31	38, 8%	3	3,8 %	1	1,3 %	0	0
	X1.7	45	56, 3%	32	40 %	1	1,3 %	2	2,5 %	0	0
Bagi Hasil (X2)	X2.1	20	25 %	51	63, 8%	6	7,5 %	3	3,8 %	0	0
	X2.2	17	21, 3%	52	65 %	10	12, 5%	1	1,3 %	0	0
	X2.3	25	31, 3%	47	58, 8%	7	8,8 %	1	1,3 %	0	
	X2.4	26	32, 5%	45	56, 3%	6	7,5 %	2	2,5 %	1	1,3 %
Promosi (X3)	X3.1	23	28, 8%	34	42, 5%	17	21, 3%	5	6,3 %	1	1,3 %
	X3.2	24	30 %	30	37, 5%	22	27, 5%	4	5%	0	0
	X3.3	20	25 %	33	41, 3%	24	30 %	3	3,8 %	0	0
	X3.4	21	26, 3%	26	32, 5%	28	35 %	4	5%	1	1,3 %
	X3.5	22	27, 5%	29	36, 3%	23	28, 8%	5	6,3 %	1	1,3 %
Minat Nasabah (Y)	Y1	35	43, 8%	40	50 %	4	5%	1	1,3 %	0	0
	Y2	36	45 %	35	43, 8%	6	7,5 %	3	3,8 %	0	0
	Y3	37	46, 3%	33	41, 3%	7	8,8 %	3	3,8 %	0	0
	Y4	36	45 %	36	45 %	5	6,3 %	3	3,8 %	0	0
	Y5	38	47, 5%	34	42, 5%	5	6,3 %	3	3,8 %	0	0
	Y6	36	45 %	35	43, 8%	7	8,8 %	2	2,5 %	0	0
	Y7	31	38, 8%	40	50 %	5	6,3 %	4	5%	0	0

Sumber data: output SPSS 17.0 yang diolah 2019

1. Pelayanan(X1)

- a. Item X1.1, Responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 35 orang (43,8%), yang menyatakan Setuju 38 orang (47,5%), yang menyatakan netral 7 orang (8,8%), yang menyatakan tidak setuju 0 orang (0%), dan yang menyatakan sangat tidak setuju 0 orang (0%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju karena pelayanan yang diberikan menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap jasa yang diberikan.
- b. Item X1.2, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 34 orang (42,5%), yang menyatakan setuju 39 (48,8%), yang menyatakan netral 6 orang (7,5%), yang menyatakan tidak setuju 1 orang (1,3%), dan yang menyatakan tidak sangat setuju 0 orang (0%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju karena pelayanan yang diberikan karyawan selalu bersikap sopan kepada nasabahnya.
- c. Item X1.3, Responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 39 orang (48,8%), yang menyatakan setuju sebanyak 37 orang (46,3%), yang menyatakan netral 4 orang (5%), yang menyatakan tidak setuju 0 orang (0%), dan yang menyatakan sangat tidak setuju 0 orang (0%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju karena karyawan selalu peduli terhadap nasabahnya dan selalu memberikan pelayanan kepada nasabahnya dengan cepat.
- d. Item X1.4, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 42 orang (52,5%), yang menyatakan setuju 35 orang (43,5%), yang menyatakan netral 3 orang (3,8%), yang menyatakan tidak setuju 0 orang (0%), dan yang menyatakan sangat tidak setuju 0 orang (0%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju karena pelayanan yang diberikan nasabah sangat berkualitas.
- e. Item X1.5, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 44 orang (55%), yang menyatakan setuju 34 orang (42,5%), yang menyatakan netral 2 orang (2,5%), yang menyatakan tidak setuju 0 orang (0%), dan yang menyatakan sangat tidak setuju 0 orang (0%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju karena pelayanan yang diberikan karyawan mempunyai penampilan personil tersendiri untuk melayani nasabah.

- f. Item X1.6, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 45 orang (56,3%), yang menyatakan setuju 31 orang (38,8%), yang menyatakan netral 3 orang (3,8%), yang menyatakan tidak setuju 1 orang (1,3%), dan yang menyatakan yang sangat tidak setuju 0 orang (0%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju karena pelayanan yang diberikan karyawan selalu menunjukkan fasilitas fisik yang dimiliki untuk diperlihatkan kepada nasabah.
- g. Item X1.7, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 45 orang (56,3%), yang menyatakan setuju 32 orang (40%), yang menyatakan netral 1 orang (1,3%), yang menyatakan tidak setuju 2 orang (2,5%), dan yang menyatakan tidak sangat setuju 0 orang (0%). Hal ini menyatakan bahwa sebagian besar responden sangat setuju karena karyawan selalu peduli terhadap nasabah-nasabahnya.

2. Bagi Hasil (X2)

- a. Item X2.1, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 20 orang (25%), yang menyatakan setuju 51 orang (63,8%), yang menyatakan netral 6 orang (7,5%), yang menyatakan tidak setuju 3 orang (3,8%), dan yang tidak menyatakan sangat tidak setuju 0 orang (0%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju karena bagi hasil yang disediakan mempunyai kejelasan.
- b. Item X2.2, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 17 orang (21,3%), yang menyatakan setuju 52 orang (65%), yang menyatakan netral 10 orang (12,5%), yang menyatakan tidak setuju 1 orang (1,3%), dan yang menyatakan sangat tidak setuju 0 orang (0%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju karena BMT BUS mempunyai bagi hasil yang kompetitif untuk pembiayaan mudharabah.
- c. Item X2.3, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 25 orang (31,3%), yang menyatakan setuju 47 orang (58,8%), yang menyatakan netral 7 orang (8,8%), yang menyatakan tidak setuju 1 orang (1,3%), dan yang menyatakan sangat tidak setuju 0 orang (0%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju karena BMT BUS selalu memberikan bagi hasil yang memberikan manfaat disetiap pembiayaan mudharabah.

- d. Item X2.4, responden yang menyatakan sangat setuju 26 orang (32,5%), yang menyatakan setuju 45 orang (56,3%), yang menyatakan netral 6 orang (7,5%), yang menyatakan tidak setuju 2 orang (2,5%), dan yang menyatakan sangat tidak setuju 1 orang (1,3%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju karena BMT BUS memberikan kemudahan dalam bagi hasil sesuai dengan syariat.

3. Promosi (X3)

- a. X3.1, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 23 orang (28,8%), yang menyatakan setuju 34 orang (42,5%), yang menyatakan netral 17 orang (21,3%), yang menyatakan tidak setuju 5 orang (6,3%), yang menyatakan sangat tidak setuju 1 orang (1,3%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju karena promosi yang disediakan memberikan hadiah kepada nasabah yang transaksi dalam produk pembiayaan mudharabah.
- b. X3.2, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 24 orang (30%), yang menyatakan setuju 30 orang (37,5%), yang menyatakan netral 22 orang (27,5%), yang menyatakan tidak setuju 4 orang (5%), dan yang menyatakan tidak sangat setuju 0 orang (0%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju karena dalam mempromosikan produk pembiayaan mudharabah menggunakan ilkan yang menarik kepada nasabahnya.
- c. X3.3, responden yang menyatakan sangat setuju 20 orang (25%), yang menyatakan setuju 33 orang (41,3%), yang menyatakan netral 24 orang (30%), yang menyatakan tidak setuju 3 orang (3,8%), yang menyatakan tidak sangat setuju 0 orang (0%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian responden setuju karena dalam karyawan BMT BUS selalu mampu dalam mempromosikan pembiayaan mudharabah kepada nasabahnya.
- d. X3.4, responden yang menyatakan sangat setuju 21 orang (26,3%), yang menyatakan setuju 26 orang (32,5%), yang menyatakan netral 28 orang (35%), yang menyatakan tidak setuju 4 orang (5%), dan yang menyatakan tidak sangat setuju 1 orang (1,3%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian responden netral (ragu-ragu) karena karyawan BMT BUS selalu tanggap terhadap mempromosikan produk pembiayaan mudharabah.

- e. X3.5, responden yang menyatakan sangat setuju 22 orang (27,5%), yang menyatakan setuju 29 orang (36,3%), yang menyatakan netral 23 orang (28,8%), yang menyatakan tidak setuju 5 orang (6,3%), dan yang tidak sangat setuju 1 orang (1,3%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju karena BMT BUS selalu ramah dalam mempromosikan produk pembiayaan mudharabah.

4. Minat Nasabah (Y)

- a. Y1, responden yang menyatakan sangat setuju 35 orang (43,8%), yang menyatakan setuju 40 orang (50%), yang menyatakan netral 4 orang (5%), yang menyatakan tidak setuju 1 orang (1,3%), dan yang menyatakan tidak sangat setuju 0 (0%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju karena sebelum mengenal produk pembiayaan mudharabah, nasabah mencari kesesuaian produk dan jasa yang akan digunakan.
- b. Y2, responden yang menyatakan sangat setuju 36 orang (45%), yang menyatakan setuju 35 orang (43,8%), yang menyatakan netral 6 orang (7,3%), yang menyatakan tidak setuju 3 orang (3,8%), dan yang menyatakan tidak sangat setuju 0 (0%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju karena sebelum mengenal pembiayaan mudharabah di KSPPS BMT BUS nasabah mencari tahu tentang ketersediaan produk yang terdapat di BMT.
- c. Y3, responden yang menyatakan sangat setuju 37 orang (46,3%), yang menyatakan setuju 33 orang (41,3%), yang menyatakan netral 7 orang (8,8%), yang menyatakan tidak setuju 3 orang (3,8%), dan yang menyatakan tidak sangat setuju 0 (0%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju karena sebelum mengenal pembiayaan mudharabah nasabah mencari tahu tentang produk pembiayaan mudharabah.
- d. Y4, responden yang menyatakan sangat setuju 36 orang (45%), yang menyatakan setuju 36 orang (45%), yang menyatakan netral 5 orang (6,3%), yang menyatakan tidak setuju 3 orang (3,8%), dan yang menyatakan tidak sangat setuju 0 (0%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju karena nasabah merasa cocok dengan kebutuhan.

- e. Y5, responden yang menyatakan sangat setuju 38 orang (47,5%), yang menyatakan setuju 34 orang (42,5%), yang menyatakan netral 5 orang (6,3%), yang menyatakan tidak setuju 1 orang (1,3%), dan yang menyatakan tidak sangat setuju 0 (0%). Hal ini menunjukkan bahwa responden sangat setuju karena nasabah merasa senang dengan kelebihan yang didapat dari pembiayaan mudharabah.
- f. Y6, responden yang menyatakan sangat setuju 36 orang (45%), yang menyatakan setuju 35 orang (43,8%), yang menyatakan netral 7 orang (8,8%), yang menyatakan tidak setuju 2 orang (2,5%), dan yang menyatakan tidak sangat setuju 0 (0%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju karena nasabah mengajak orang lain untuk berlangganan, karena jasa yang diberikan menguntungkan.
- g. Y7, responden yang menyatakan sangat setuju 31 orang (38,8%), yang menyatakan setuju 40 orang (50%), yang menyatakan netral 5 orang (6,3%), yang menyatakan tidak setuju 4 orang (5%), dan yang menyatakan tidak sangat setuju 0 (0%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju karena nasabah berlangganan pembiayaan mudhrabah karena mereka puas.

D. Pengujian Data

1. Uji Validitas Instrumen

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Untuk mengukur validitas dapat dilakukan dengan melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Uji signifikan dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r table untuk *degree of freedom* (df) = n-k, dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah konstruk dengan alpha 0,05. Apabila nilai r hitung > r tabel dan bernilai positif, maka variabel tersebut valid.⁶

Adapun hasil pengujian validitas dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

⁶ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Undip, 2009), 49.

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Instrumen
Responden

Variabel	item	Corrected item total correlation (R_{hitung})	R_{tabel}	Keterangan
Pelayanan (X1)	X1.1	0,525	0,220	Valid
	X1.2	0,423	0,220	Valid
	X1.3	0,604	0,220	Valid
	X1.4	0,634	0,220	Valid
	X1.5	0,695	0,220	Valid
	X1.6	0,667	0,220	Valid
	X1.7	0,699	0,220	Valid
Bagi Hasil (X2)	X2.1	0,875	0,220	Valid
	X2.2	0,722	0,220	Valid
	X2.3	0,871	0,220	Valid
	X2.4	0,802	0,220	Valid
Promosi (X3)	X3.1	0,869	0,220	Valid
	X3.2	0,836	0,220	Valid
	X3.3	0,862	0,220	Valid
	X3.4	0,890	0,220	Valid
	X3.5	0,866	0,220	Valid
Minat Nasabah (Y)	Y1	0,816	0,220	Valid
	Y2	0,868	0,220	Valid
	Y3	0,855	0,220	Valid
	Y4	0,815	0,220	Valid
	Y5	0,858	0,220	Valid
	Y6	0,803	0,220	Valid
	Y7	0,774	0,220	Valid

Sumber data: Output SPSS 17.0 yang diolah, 2019.

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa r hitung pada kolom *corrected item-total correlation* untuk masing-masing item memiliki r hitung lebih besar dibandingkan r tabel dan bernilai positif untuk 80 responden dengan α 0,05 didapat r tabel sebesar 0,220 maka, dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari keempat variabel pelayanan (X1), bagi hasil (X2), promosi (X3), dan Minat Nasabah (Y) adalah valid.

2. Uji Reliabilitas Instrumen

Uji Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk.

Suatu kuesioner yang dikatakan reliable jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk mengukur reliabilitas menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliable jika nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60 ($\alpha > 0,60$).⁷

Tabel 4.6

Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Responden

Variabel	Reliability Coefficient	Cronbach's Alpha	Keterangan
Pelayanan (X1)	7 item	845	<i>Reliabel</i>
Bagi Hasil (X2)	4 item	918	<i>Reliabel</i>
Promosi (X3)	5 item	950	<i>Reliabel</i>
Minat Nasabah (Y)	7 item	948	<i>Reliabel</i>

Sumber data: Output SPSS 17.0 yang diolah, 2019.

Dari tabel diatas diketahui masing-masing variabel memiliki nilai Cronbach Alpha lebih dari 0,60 ($>0,60$), sehingga dapat disimpulkan bahwa variable pelayanan (X1), Bagi hasil (X2), promosi (X3), dan Minat Nasabah (Y) adalah reliable.

E. Uji Asumsi Klasik**1. Uji Multikolinieritas**

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas (independen). Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Cara mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolinieritas antara lain dengan melihat nilai Variance Inflation Factor (VIP) dan

⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Undip, 2009), 45-46.

Tolerance, apabila nilai VIP kurang dari 10 dan Tolerance lebih dari 0,1 maka dinyatakan tidak terjadi multikolonieritas.⁸

Tabel 4.7
Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficient

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
X1	0,889	1,125
X2	0,963	1,038
X3	0,892	1,121

Sumber data: Output SPSS 17.0 yang diolah, 2019.

Dari hasil pengujian multikolonieritasnya dilakukan *tolerance* variabel pelayanan, bagi hasil, dan promosi masing masing sebesar 0,889, 0,963 dan 0,892. Sedangkan nilai VIF masing-masing sebesar 1,125, 1,038 dan 1,121. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel bebas memiliki nilai tolerance lebih dari 0,1 dan VIF kurang dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolonieritas antar variabel bebas dalam model regresi atau tidak ada korelasi antar variabel pelayanan, bagi hasil, dan promosi dalam model regresi.

2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu periode t dengan kesalahan periode $t-1$. Untuk mendeteksi terjadinya autokorelasi atau tidak dalam suatu model regresi dilakukan dengan melihat nilai statistic Durbin Watson (DW).⁹ Test pengambilan keputusan dilakukan dengan cara membandingkan nilai DW dengan du dan dl pada tabel.

⁸ Duwi Priyatno, *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis*, (Yogyakarta: ANDI, 2014), 103.

⁹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Undip, 2009), 99-100.

Tabel 4.8
Hasil uji autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.638 ^a	.407	.383	3.59845	1.875

a. Predictors: (Constant), Promosi, Bagi Hasil, Pelayanan

b. Dependent Variable: Minat Nasabah

Sumber data: Output SPSS 17.0 yang diolah, 2019.

Dari tabel diatas bahwa angka Durbin-Watson Test sebesar 1875. Lebih besar dari batas (du) 1,720 dan kurang dari 4-1,720 = 2,280 (4-du). Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi.

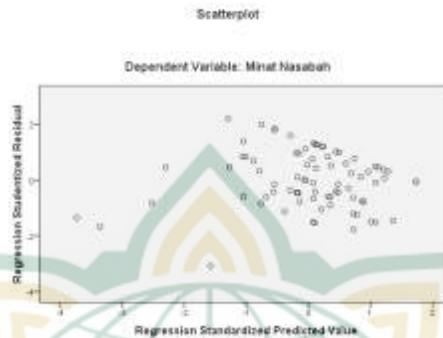
3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual atau pengamatan ke pengamatan lain. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat pada grafik scatterplot. Asumsinya adalah:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-tik yang membentuk pola tertentu (bergelombang, melebar kemudian mneyempit), maka mengidentifikasi telah terjadi heteroskedastisitas jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-tik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.¹⁰

¹⁰ Duwi Priyatno, *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis*, (Yogyakarta: ANDI, 2014), 125-126.

Grafik 4.1
Hasi Uji Heteroskedastisitas



Sumber data: Output SPSS 17.0 yang diolah, 2019

Grafik diatas menunjukkan bahwa tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

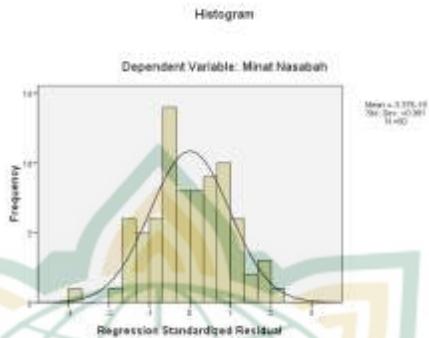
4. Uji Normalitas

Uji normalitas data adalah untuk menguji apakah model regresi variabel independen dan variabel dependen memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak dapat dilakukan dengan cara:

- a. Melihat histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal.
- b. Dengan melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal.¹¹

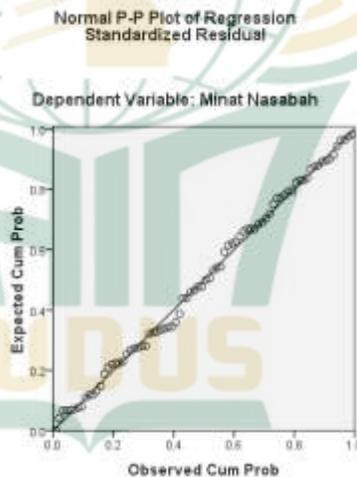
¹¹ Duwi Priyatno, *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis*, (Yogyakarta: ANDI, 2014), 149-150.

Grafik 4.2
Hasil Uji Normalitas



Sumber data: Output SPSS 17.0 yang diolah, 2019

Grafik 4.3
Normality Probability Plot



Sumber data Output SPSS 17.0, yang diolah, 2019.

Dari grafik diatas, dapat disimpulkan bahwa grafik histogram memberikan pola distribusi normal, sedangkan pada grafik Normal Probability Plot terlihat menyebar disekitar garis diagonal. Grafik ini menunjukkan keempat variabel mempunyai distribusi normal. Hal ini berarti model regresi layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas.

F. Analisis Data

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji hipotesa dari penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel pelayanan, bagi hasil dan promosi terhadap minat nasabah. Dalam regresi linier berganda, persamaan regresinya adalah $Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3$ yang digunakan untuk melakukan analisis secara simultan antara pelayanan, bagi hasil dan promosi terhadap minat nasabah. Dengan menggunakan bantuan alat oleh statistika SPSS for windows versi 17.0 diperoleh hasil perhitungannya sebagai berikut:

Tabel 4.9
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.192	4.600		.259	.796
	Pelayanan (X1)	.353	.138	.240	2.562	.012
	Bagi Hasil (X2)	.649	.168	.347	3.854	.000
	Promosi (X3)	.375	.103	.340	3.631	.001

a. Dependent Variable: Minat Nasabah (Y)

Sumber data: Output SPSS 17.0 yang diolah, 2019

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda pada tabel di atas diperoleh koefisien untuk variabel bebas $X_1 = 0,353$, $X_2 = 0,649$, $X_3 = 0,375$ dan konstanta sebesar 1,192 sehingga model persamaan regresi yang diperoleh adalah: $Y = 1,192 + 0,353 X_1 + 0,649 X_2 + 0,375 X_3$

Dimana:

Y = Variabel Dependen (Minat Nasabah)

X1 = Variabel Independen (Pelayanan)

X2 = Variabel Independen (Bagi Hasil)

X3 = Variabel Independen (Promosi)

- a. Nilai konstan (Y) sebesar 1,192 artinya jika variabel pelayanan (X1), bagi hasil (X2), dan promosi (X3) nilainya 0 (nol), maka variabel minat nasabah akan berada pada angka 1,192.
 - b. Variabel Pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap minat nasabah dengan koefisien regresi sebesar 0,353. Jika variabel pelayanan meningkat 1% maka minat nasabah akan mengalami peningkatan 0,353. Apabila terjadi penurunan sebesar 1% maka variabel pelayanan akan menurunkan karyawan sebesar 0,353.
 - c. Variabel bagi hasil mempunyai pengaruh positif terhadap minat konsumen dengan koefisien regresi sebesar 0,649. Jika variabel bagi hasil meningkat 1% maka minat konsumen akan mengalami peningkatan 0,649. Apabila terjadi penurunan sebesar 1% maka variabel bagi hasil akan menurunkan keputusan karyawan sebesar 0,649.
 - d. Variabel promosi mempunyai pengaruh positif terhadap minat nasabah dengan koefisien regresi sebesar 0,375. Jika variabel promosi meningkat 1% maka minat nasabah akan mengalami peningkatan 0,375. Apabila terjadi penurunan sebesar 1% maka variabel promosi akan menurunkan keputusan karyawan sebesar 0,375.
- 2. Hasil Uji Signifikansi Parameter Parsial (Uji t)**

Hasil statistika t pada dasarnya untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat. Uji signifikan parameter individual ini yang terdapat dalam hasil perhitungan statistik ditunjukkan dengan Thitung. Tabel distribusi ttabel dicari dengan derajat kebebasan (df) = n-k-1 (n adalah jumlah sampel, sedangkan k adalah jumlah variabel bebas). Sehingga ttabel diperoleh df = 80-3-1 dengan taraf kesalahan signifikan sebesar 5% adalah 1,992. Secara lebih rinci hasil thitung dijelaskan dalam tabel berikut:

Tabel 4.10
Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Variabel	t_{hitung}	Sig.
Pelayanan (X1)	2,562	0,012
Bagi Hasil (X2)	3,854	0,000
Promosi (X3)	3,631	0,001

Sumber data: Output SPSS 17.0 diolah, 2019.

Berdasarkan hasil pengujian tersebut, maka diketahui bahwa:

a. Pengujian Pelayanan Terhadap Minat Nasabah

Manajemen pelayanan dapat diartikan sebagai proses penerapan ilmu dan seni untuk menyusun rencana, mengimplementasikan rencana mengkoordinasikan dan menyelesaikan aktifitas-aktifitas pelayanan demi tercapainya tujuan pelayanan.¹²

Dengan pengujian yang menggunakan tingkat signifikan sebesar $\alpha = 0,05$ dengan $df = 76$, maka diperoleh $t_{tabel} = 1,992$. Karena nilai t_{hitung} bernilai positif, maka pengujian dilakukan disisi kanan kurva. Kaidah pengambilan keputusannya ialah dikatakan tidak terdapat pengaruh karena nilai t_{hitung} kurang dari nilai t_{tabel} . Hasil perhitungan pada regresi berganda diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,562. Dengan demikian t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,562 > 1,992$), seperti terlihat pada tabel. Artinya, terdapat pengaruh pelayanan terhadap minat nasabah, sehingga **H1 diterima**.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah. Berdasarkan nilai koefisien signifikansi sebesar 0,012 yang lebih kecil dari pada 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh pelayanan terhadap minat nasabah di KSPPS BMT Bina Umat Sejahtera (BUS) Cabang Nambunan Purwodadi.

b. Pengujian Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah

Sistem bagi hasil merupakan sistem di mana dilakukannya perjanjian atau ikatan bersama di dalam melakukan kegiatan usaha, Di dalam usaha tersebut diperjanjikan adanya pembagian hasil atas keuntungan yang akan di dapat antara kedua belah pihak atau lebih.¹³

Dengan pengujian yang menggunakan tingkat signifikan sebesar $\alpha = 0,05$ dengan $df = 76$, maka diperoleh $t_{tabel} = 1,992$. Karena nilai t_{hitung} bernilai positif, maka pengujian dilakukan disisi kanan kurva. Kaidah pengambilan keputusannya ialah dikatakan tidak terdapat pengaruh karena nilai t_{hitung} kurang dari nilai t_{tabel} . Hasil perhitungan pada

¹² Ratminto dan Atik Septia Winarsih, *Manajemen Pelayananan*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005), 2-3.

¹³ Wirdayani Wahab, "Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah" 1, no .2, (2016): 168-169

regresi berganda diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,854. Dengan demikian t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($3,854 > 1,992$), seperti terlihat pada tabel. Artinya, terdapat pengaruh bagi hasil terhadap minat nasabah, sehingga **H2 diterima**.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah. Berdasarkan nilai koefisien signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari pada 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh bagi hasil terhadap minat nasabah di KSPPS BMT Bina Umat Sejahtera (BUS) Cabang Nambuhan Purwodadi.

c. Pengujian Promosi Terhadap Minat Nasabah

Promosi ialah usaha yang dilakukan oleh marketing, berkomunikasi dengan calon nasabah baru. Komunikasi adalah proses pembagian ide, informasi atau perasaan kepada nasabah. Dapat disimpulkan pula bahwa promosi adalah sejenis komunikasi yang memberikan penjelasan kepada calon nasabah baru tentang barang dan jasa yang ditawarkan. Tujuan promosi adalah memperoleh, mendidik, memperingatkan dan meyakini calon nasabah.¹⁴

Dengan pengujian yang menggunakan tingkat signifikan sebesar $\alpha = 0,05$ dengan $df = 76$, maka diperoleh $t_{tabel} = 1,992$. Karena nilai t_{hitung} bernilai positif, maka pengujian dilakukan disisi kanan kurva. Kaidah pengambilan keputusannya ialah dikatakan tidak terdapat pengaruh karena nilai t_{hitung} kurang dari nilai t_{tabel} . Hasil perhitungan pada regresi berganda diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,854. Dengan demikian t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($3,631 > 1,992$), seperti terlihat pada tabel. Artinya, terdapat pengaruh promosi terhadap minat nasabah, sehingga **H3 diterima**.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah. Berdasarkan nilai koefisien signifikansi sebesar 0,001 yang lebih kecil dari pada 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh promosi terhadap minat nasabah di KSPPS BMT Bina Umat Sejahtera (BUS) Cabang Nambuhan Purwodadi.

¹⁴ M. Kadarisman, *Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), 124-125.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen (pelayanan, bagi hasil, dan promosi) dalam menerangkan variabel dependen (minat nasabah) dengan melihat R Square. Hasil koefisien dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.11
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate
1	.638 ^a	.407	.383	3.59845

a. Predictors: (Constant), Promosi (X3), Bagi Hasil (X2), Pelayanan (X1)

Sumber data: Output SPSS 17.0 yang diolah, 2019

Dari hasil analisis data diatas diketahui bahwa besarnya Adjusted R Square adalah 0,383 atau 3,83%. Hal ini berarti, sebesar 38,3% kemampuan model regresi dari penelitian ini menerangkan variabel dependen. Artinya 38,3% variabel loyalitas nasabah bisa dijelaskan oleh variansi dari variabel independen pelayanan, bagi hasil dan promosi. Sedangkan sisanya (100% - 38,3% = 61,7%) dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diperhitungkan dalam analisis penelitian ini. Seperti variabel produk, lokasi, pemasaran, budaya, tempat dan lain-lain.

4. Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji statistik F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimaksud dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Uji signifikan simultan ini terdaoat hasil perhitungan statistik ditunjukkan dengan Fhitung. Tabel Ftabel dicari dengan derajat kebebasan (df) = n-k (n adalah jumlah sampel, sedangkan k adalah jumlah variabel bebas). Sehingga Ftabel diperoleh df = 85-3 dengan taraf kesalahan 5% adalah 2,72. Secara lebih rinci hasil Fhitung dijelaskan dalam tabel berikut:

Tabel 4.12
Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	674.090	3	224.697	17.353	.000 ^a
	Residual	984.110	76	12.949		
	Total	1658.200	79			

a. Predictors: (Constant), Promosi (X3), Bagi Hasil (X2), Pelayanan (X1)

b. Dependent Variable: Minat Nasabah (Y)

Sumber data: Output SPSS 17.0 yang diolah, 2019.

Cara menentukan uji F yaitu dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} yaitu $F_{hitung} > F_{tabel}$. Cara mencari F_{tabel} yaitu pada derajat kebebasan (df) $k : n-k-1$ (k adalah jumlah variabel dan n adalah jumlah sampel). Sehingga diperoleh F_{tabel} df (3 : 80-3-1) atau df (3 : 76), dengan signifikan 5% adalah 2,72. Dengan demikian F_{hitung} lebih besar dari pada F_{tabel} ($17.353 > 2,72$). Yang artinya terdapat pengaruh pelayanan, bagi hasil dan promosi terhadap minat nasabah.

Berdasarkan nilai koefisien signifikan sebesar 0,000^a yang lebih kecil; dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif pelayanan, bagi hasil dan promosi secara bersama-sama terhadap minat nasabah menggunakan pembiayaan mudharabah di KSPPS BMT Bina Umat Sejahtera (BUS) Cabang Nambunan Purwodadi.

G. Pembahasan Hasil Penelitian

Dari hasil koefisien regresi dikatakan besarnya parameter koefisien regresi untuk masing-masing variabel bebas yaitu untuk variabel pelayanan (X1) sebesar 0,353, variabel bagi hasil (X2) 0,649, dan variabel promosi (X3) 0,375.

Dari persamaan regresi terlihat bahwa parameter koefisien regresi untuk variabel pelayanan (X1), variabel bagi hasil (X2), dan variabel promosi (X3) adalah positif terhadap minat konsumen (Y). dengan demikian setiap terjadi peningkatan variabel pelayanan (X1), variabel bagi hasil (X2) dan variabel promosi (X3) maka variabel minat nasabah (Y) akan mengalami peningkatan. Hal ini karena

terdapat pengaruh secara simultan antar variabel pelayanan, bagi hasil dan promosi terhadap minat nasabah menggunakan produk pembiayaan di KSPPS BMT Bina Umat Sejahtera (BUS) Cabang Nambuhan Purwodadi

Dalam penelitian ini hasil analisis regresi linier berganda dapat diketahui bahwa koefisien determinasi Dari hasil analisis data diketahui bahwa besarnya Adjusted R Square adalah 0,383 atau 38,3%. Hal ini berarti, sebesar 38,3% kemampuan model regresi dari penelitian ini menerangkan variabel dependen. Artinya 38,3% variabel loyalitas nasabah bisa dijelaskan oleh variansi dari variabel independen pelayanan, bagi hasil dan promosi. Sedangkan sisanya ($100\% - 38,3\% = 61,7\%$) dijelaskan oleh sebab-sebab lain yang belum diteliti oleh penulis dan dimasukkan dalam model penelitian ini.

Hipotesis pertama menyatakan bahwa variabel pelayanan mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap minat nasabah. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil hipotesa yang nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,562 > 1,992$). Oleh karena itu t_{hitung} berada didaerah tolak (H_0), yang artinya hipotesis nihil (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Sehingga hipotesis pertama diterima, bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan terhadap minat nasabah di KSPPS BMT Bina Umat Sejahtera (BUS) Cabang Nambuhan Purwodadi.

Dalam penelitian ini menunjukkan hasil yang signifikan karena didukung juga dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh H. Ade Sarwita dengan judul pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan nasabah untuk menabung. Yang mengungkapkan bahwa pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah.

Hipotesis kedua menyatakan bahwa variabel bagi hasil mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap minat nasabah. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil hipotesa yang nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($3,854 > 1,992$). Oleh karena itu t_{hitung} berada didaerah tolak (H_0), yang artinya hipotesis nihil (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Sehingga hipotesis kedua diterima, bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara bagi hasil terhadap minat nasabah di KSPPS BMT Bina Umat Sejahtera (BUS) Cabang Nambuhan Purwodadi.

Dalam penelitian ini menunjukkan hasil yang signifikan karena didukung juga dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Erni Susana dan Annisa Prasetyani dengan judul pelaksanaan

dan sistem bagi hasil pembiayaan mudharabah pada bank syariah. Yang mengungkapkan bahwa bagi hasil berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan produk pembiayaan mudharabah.

Hipotesis ketiga menyatakan bahwa variabel promosi mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap minat nasabah. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil hipotesa yang nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($3,631 > 1,992$). Oleh karena itu t_{hitung} berada didaerah tolak (H_0), yang artinya hipotesis nihil (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Sehingga hipotesis ketiga diterima, bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap minat nasabah di KSPPS BMT Bina Umat Sejahtera (BUS) Cabang Nambuhan Purwodadi.

Dalam penelitian ini menunjukkan hasil yang signifikan karena didukung juga dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Imroatul Khasanah dan Novian Yuga Pamujo dengan judul Analisis pengaruh atribut produk, bauran promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk merchandise. Yang mengungkapkan bahwa promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah.

Dalam penelitian ini hasil dari uji statistik F (uji parameter signifikansi simultan) dapat diketahui bahwa pelayanan, bagi hasil dan promosi secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat nasabah.

Hal ini dibuktikan dari hasil uji anova, didapat F_{hitung} sebesar 17,353 dengan F_{tabel} sebesar 2,72. Ini berarti nilai F_{hitung} lebih besar dari nilai F_{tabel} ($17,353 > 2,72$) dengan probabilitas (Signifikansi) 0,000^a. karena probabilitas lebih kecil dari 0,05 maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi minat nasabah atau dapat dikatakan bahwa pelayanan, bagi hasil dan promosi secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat nasabah di KSPPS BMT Bina Umat Sejahtera (BUS) Cabang Nambuhan Purwodadi.

Hasil penelitian ini memberikan bukti empirik bahwa pelayanan, bagi hasil dan promosi yang dimiliki KSPPS BMT Bina Umat Sejahtera (BUS) Cabang Nambuhan Purwodadi dapat meningkatkan minat nasabah itu sendiri. Artinya, semakin kuat pelayanan, bagi hasil dan promosi yang baik, maka akan dapat meningkatkan minat nasabah di KSPPS BMT Bina Umat Sejahtera (BUS) Cabang Nambuhan Purwodadi.

Hasil penelitian ini memberikan bukti empirik bahwa pelayanan, bagi hasil dan promosi yang dimiliki KSPPS BMT Bina Umat Sejahtera (BUS) Cabang Nambuhan-Purwodadi dapat

meningkatkan minat nasabah itu sendiri. Artinya, semakin kuat pelayanan dan bagi hasil yang diterapkan dan didukung oleh promosi yang baik, maka akan meningkatkan minat nasabah di KSPPS BMT Bina Umat Sejahtera (BUS) Cabang Nambuhan-Purwodadi.

