

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah BMT Harum Purwosari Kabupaten Kudus

KSU BMT Harapan Ummat berawal dari kumpulan anak-anak muda aktivis Masjid yang merasa resah dengan keadaan ekonomi *ummat*, hingga pada tanggal 28 Oktober 1997 didirikan sebuah lembaga ekonomi mikro yang berbasis *syariah* beralamat di Jl. Besito No. 45 Krandon Kudus. Bermotivasi berani untuk mencoba dan semangat *jihad I'tishad* BMT Harapan Ummat semakin berkembang dan diterima oleh masyarakat, untuk meningkatkan pelayanan usaha maka pada 20 April tahun 2003 kantor pusat dipindahkan ke Jl. Kudus –Jepra No.421 prambanan Kudus. Selama tiga tahun BMT berkembang di Prambanan telah memiliki empat cabang dengan jumlah anggota mencapai lima ribu lebih. Untuk lebih meningkatkan pelayanan ke[ada anggota maka pada bulan Mei 2007, BMT Harapan Ummat memiliki kantor pusat sendiri di Jl. HM. Subchan ZE No. 47 Purwosari Kudus , dengan dimilikinya gedung sendiri diharapkan jumlah anggota yang terlayani semakin bertambah seiring peningkatan pelayanan dan bertambahnya kantor-kantor cabang baru.¹

BMT Harapan Ummat dikelola oleh tenaga-tenaga terdidik, *amanah*, dan professional dengan sistem rekrutmen karyawan yang ketat. Kegiatan operasional sehari-hari dilaksanakan oleh manajer yang bertanggung jawab kepada pengurus. Pengawasan Anggaran dan Pengawasan syariah dilakukan oleh pengurus dan Dewan Pengawas Syariah sehingga dalam hal ini pengurus dan Dewan Syari'ah berjalan beriringan sebagai penentu arah dan kebijakan Perusahaan. Pelayanan kebutuhan anggota merupakan satu hal yang harus diutamakan dengan prinsip

¹Hasil Dokumentasi Sejarah BMT Harum Purwosari Kabupaten Kudus, pada Hari Rabu 28 April 2021.

memberikan kemudahan dalam bertransaksi sesuai *Syari'ah*, BMT Harapan Ummat melayani anggota dengan sistem jempot bola simpanan dan angsuran dilayani ditempat anggota. Selain itu proses penciran dana diusahakan secepat dan sepraktis mungkin tanpa mengurangi prinsip kehati-hatian dan tetap berpegang teguh pada asas *kesyariahan* dan *profesionalitas*. Untuk menjamin keamanan dana surat-surat berharga milik anggota dari pencurian musibah lainnya, semua kantor BMT Harapan Ummat dilengkapi dengan peralatan yang *standart* digunakan dalam perbankan dengan didukung jaminan asuransi. Untuk mempercepat proses pelayanan kepada anggota BMT Harapan Ummat telah menggunakan Teknologi Informasi berupa *Software* berstandar perbankan, sehingga kebutuhan anggota cepat tertangani.²

2. Data BMT Harum Purwosari Kabupaten Kudus

Nama lembaga : Koperasi Serba Usaha BMT Harapan Ummat
 Alamat : Jl. HM.Subchan ZE No. 7 Purwosari, Kudus, Jawa Tengah
 No. Telp : 0291-438859
 No. fax : 0291-438859
 No. Npwp : 08.845.186.9-506.000
 SIUP/TDP : 504/308/11.52/Pk/2007/11.25.2.65.00139
 Berdiri : 28 oktober 1997
 Badan Hukum : 80/BH/KPPK.IV.Se/X/2001
 Tertanggal 10 Oktober 2001
 E-mail : bmtharumkds@gmail.com
 Jumlah anggota : 16.326 orang
 Jumlah pengurus : 42 orang³

3. Struktur Organisasi BMT Harum Purwosari Kabupaten Kudus

a) Dewan Pengawas Syariah

Ketua : Ust. Kamal Fauzi

² Hasil Dokumentasi Sejarah BMT Harum Purwosari Kabupaten Kudus, pada Hari Rabu 28 April 2021.

³ Hasil Dokumentasi Data BMT Harum Purwosari Kabupaten Kudus, pada Hari Rabu 28 April 2021.

- Anggota : Ust. Ahmad Hamdani
 MA
- Anggota : Ust. Ali Mahmudi, BA
- b) Dewan Pengurus
 Ketua : Setia Budi Wibowo, S.Ag, M, M
 Sekretaris : H. Sayid Yumanata S. Si
 Bendahara : Sri Bintaro, ST, MT
- c) Manajemen (Kantor Pusat)
 General Manajer : Rukani
 Manajer Keuangan : Prima Fuad Arifin
 Manajer Personalia dan Umum : efi Sofyan
 Kabag Administrasi : Dhaisy Yuli Rustanti
 Kabag Pembukuan : Dian Wahyuningrum
 Staff Administrasi : Wiwik Kusrini, SE
- d) Manajemen (Kantor Cabang Utama)
 Kepala cabang Utama : P.Zufar
 Staff Teller : Fitri Isnaini
 Staff CS : Wiwik Kusrini, SE
 Staff Markeeting : P. Gusnul
 Staff Security : Noor Syahid dan Angga
- e) Manajemen (Kantor Cabang Jember)
 Kepala Cabang Jember : M. Roffi
 Staff Teller : Ummatun Wahidah
 Staff Marketing : Arif Hermawan dan Sobirin
- f) Manajemen (Kantor Cabang Dawe)
 Kepala Cabang Dawe : Arief Muhtarom
 Staff Teller : Dewi Nawa Kartika
 Staff Marketing : Pujiyono
- g) Manajemen (Kantor Cabang Bitingan)
 Kepala Cabang Bitingan : Khasan Safrudi
 Staff Teller : Nia Hikmawati
 Staff Marketing : Ali Muhibin
- h) Manajemen (Kantor Cabang Kliwon)
 Kepala Cabang Kliwon : Gusnul Archamul
 Staff Teller : Sri Khomisati
 Staff Marketing : Nur Rohmad
- i) Manajemen (Kantor Cabang Jekulo)
 Kepala Cabang Jekulo : Abdur Rahman
 Staff Teller : Santi Dwi Primasari
 Staff Marketing : Shobirin

- j) Manajemen (Kantor Cabang Mejobo)
 - Kepala Cabang Mejobo : Noor Huda
 - Staff Teller : Erma Suryani
 - Staff Marketing : Arief Hermawan
- k) Manajemen (Kantor Cabang Undaan)
 - Kepala Cabang Undaan : Pandu
 - Staff Teller : Novita Sari
 - Staff Marketing : Sholahudin⁴

B. Gambaran Umum Responden

Gambaran umum responden adalah segala sesuatu yang erat kaitannya dengan diri responden secara individual yang telah menggunakan pembiayaan murabahah pada BMT Harum Purwosari Kabupaten Kudus. Pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan teknik metode *purposive sampling* karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan dengan menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian. Adapun identitas responden adalah sebagai berikut:

1. Jenis Kelamin Responden

Adapun data mengenai jenis kelamin responden nasabah yang telah menggunakan pembiayaan murabahah pada BMT Harum Purwosari Kabupaten Kudus adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1
Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin⁵

No.	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase (%)
1	Laki- laki	60	67,4%
2	Perempuan	29	32,6%
Jumlah		89	100%

Sumber: Data diolah, 2021

⁴ Hasil Dokumentasi Struktur Organisasi BMT Harum Purwosari Kabupaten Kudus, pada Hari Rabu 28 April 2021.

⁵ Hasil olah SPSS berdasarkan deskripsi responden dilihat dari jenis kelamin.

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa dari 89 responden nasabah yang telah menggunakan pembiayaan murabahah pada BMT Harum Purwosari Kabupaten Kudus mayoritas adalah laki-laki yaitu sebanyak 60 responden atau 67,4%, sedangkan responden perempuan sebanyak 29 responden atau 32,6%.

2. Umur Responden

Adapun data mengenai umur responden nasabah yang telah menggunakan pembiayaan murabahah pada BMT Harum Purwosari Kabupaten Kudus adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2
Deskripsi Responden Berdasarkan Umur⁶

No.	Umur	Jumlah Responden	Presentase (%)
1	< 30	8	9,0%
2	31- 40	66	74,2%
3	>40	15	16,9%
Jumlah		89	100%

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa dari 89 responden nasabah yang telah menggunakan pembiayaan murabahah pada BMT Harum Purwosari Kabupaten Kudus rata-rata respondennya adalah berusia 31- 40 tahun yaitu sebanyak 66 responden atau 74,2%, responden yang berusia >40 tahun yaitu sebanyak 15 responden atau 16,9%, responden, dan sisanya yang berusia kurang dari 30 yaitu hanya 8 responden atau 9,0%.

3. Tingkat Pendidikan Responden

Adapun data mengenai tingkat pendidikan responden nasabah yang telah menggunakan pembiayaan murabahah pada BMT Harum Purwosari Kabupaten Kudus adalah sebagai berikut:

⁶ Hasil olah SPSS berdasarkan deskripsi responden dilihat dari umur.

Tabel 4.3
Deskripsi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan⁷

No.	Pendidikan Responden	Jumlah Responden	Presentase (%)
1	SMP	12	13,5%
2	SMA	36	40,4%
3	S1	37	41,6%
4	S2	4	4,5%
Jumlah		89	100%

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa dari 89 responden nasabah yang telah menggunakan pembiayaan murabahah pada BMT Harum Purwosari Kabupaten Kudus rata-rata respondennya adalah berpendidikan S1 sebanyak 37 atau 41,6%, responden yang pendidikan terakhir SMA sebanyak 36 responden atau 40,4%, responden yang pendidikan terakhir SMP sebanyak 12 responden atau 13,5%, dan terakhir sisanya adalah pendidikan terakhir S2 sebanyak 4 responden atau 4,5%.

4. Jenis Pekerjaan Responden

Adapun data mengenai jenis pekerjaan responden nasabah yang telah menggunakan pembiayaan murabahah pada BMT Harum Purwosari Kabupaten Kudus adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4
Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan⁸

No.	Jenis Pekerjaan	Jumlah Responden	Presentase (%)
1	Karyawan Swasta	43	48,3%
2	Wiraswasta	6	6,7%
3	PNS	17	19,1%

⁷ Hasil olah SPSS berdasarkan deskripsi responden dilihat dari tingkat pendidikan.

⁸ Hasil olah SPSS berdasarkan deskripsi responden dilihat dari jenis pekerjaan.

4	Pedagang	12	13,5%
5	Lainnya	11	12,4%
Jumlah		89	100%

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa dari 89 responden nasabah yang telah menggunakan pembiayaan murabahah pada BMT Harum Purwosari Kabupaten Kudus rata-rata respondennya adalah bekerja sebagai karyawan swasta sebanyak 43 responden atau 48.3%, responden yang bekerja sebagai PNS adalah sebanyak 17 responden atau 19,1%, responden yang bekerja sebagai pedagang adalah sebanyak 11 responden atau 12,4% dan sisanya sebanyak 6 responden bekerja sebagai wirasawasta atau 6,7%.

5. Pendapatan Per Bulan Responden

Adapun data mengenai pendapatan per bulan responden nasabah yang telah menggunakan pembiayaan murabahah pada BMT Harum Purwosari Kabupaten Kudus adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5
Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan⁹

No.	Pendapatan per Bulan	Jumlah Responden	Presentase (%)
1	<1 Juta	8	9,0%
2	1-2 Juta	35	39,3%
3	>3 Juta	46	51,7%
Jumlah		89	100%

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa dari 89 responden nasabah yang telah menggunakan pembiayaan murabahah pada BMT Harum Purwosari Kabupaten Kudus rata-rata respondennya adalah berpenghasilan di atas 3 juta, yaitu sebanyak 46 responden atau 51.7%, responden yang pendapatan rata-rata nya 1-2 juta yaitu sebanyak 35 atau 39,3%,

⁹ Hasil olah SPSS berdasarkan deskripsi responden dilihat dari pendapatan per bulan.

dan sisanya yaitu pendapatan per bulan yang kurang dari 1 juta hanya 8 responden atau 9,0%.

C. Deskripsi Data Penelitian

1. Variabel Label Syariah (X1)

Label secara bahasa pada Kamus besar bahasa Indonesia memiliki makna merek dagang.¹⁰ Sedangkan Syariah mempunyai arti bank yang didasarkan atas hukum Islam.¹¹ Adapun secara istilah label syariah merupakan merek yang tugasnya menunjukkan potongan-potongan informasi produk sesuai dengan syariat Islam yang menunjukkan pada Alquran dan hadist.¹²

Adapun tiga indikator label Syariah yaitu sebagai berikut; a) dapat diingat, b) berarti, dan c) dapat disukai.¹³ Adapun hasil Label Syariah dapat dilihat dalam tabel di bawah ini:

Tabel 4.6
Frekuensi Variabel Label Syariah (X1)¹⁴

Item Pertanyaan	Tota l STS	%	Tota l TS	%	Total S	%	Tota l SS	%
P1	0	0%	10	11,2 %	23	25,8%	56	62,9 %
P2	0	0%	13	14,6 %	29	32,6%	47	52,8 %
P3	0	0%	11	12,4 %	27	30,3%	51	57,3 %

¹⁰Hasan Alwi, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta:Balai Pustaka, 2007), 356

¹¹Hasan Alwi, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, 473

¹² Izza Lutfiyah, “Pengaruh Label Syariah, Harga dan Fasilitas terhadap Niat Pembelian Ulang di Pasar Syariah Az-Zaitun 1 Surabaya”, *Skripsi*, Surabaya: UIN Sunan Ampel, Ekonomi dan Bisnis Islam, 2016, 23

¹³Izza Lutfiyah, *Pengaruh Label Syariah, Harga dan Fasilitas terhadap Niat Pembelian Ulang di Pasar Syariah Az-Zaitun 1 Surabaya*,23

¹⁴ Hasil olah data SPSS berdasarkan variabel Label Syariah (X₁).

				%				%
P4	0	0%	13	14,6 %	28	31,5%	48	53,9 %
P5	0	0%	14	15,7 %	23	25,8%	52	58,4 %
P6	0	0%	12	13,5 %	23	25,8%	54	60,7 %
P7	0	0%	12	13,5 %	21	23,6%	56	62,9 %
P8	0	0%	6	6,7%	28	31,5%	55	61,8 %
P9	0	0%	6	6,7%	25	28,1%	58	65,2 %

Berdasarkan tabel di atas, data hasil angka untuk variabel Label Syariah (X1) akan dijelaskan sebagai berikut:

- a) Pada item pertanyaan pertama, 10 responden atau 11,2% menyatakan tidak setuju dengan indikator yang menyatakan Tulisan label Syariah pada BMT Harum Purwosari Kudus dapat diingat karena jelas dibaca, sedangkan 23 responden atau 25,8% menyatakan setuju, dan 56 responden atau 62,9% menyatakan sangat setuju.
- b) Pada item pertanyaan kedua, 13 responden atau 14,6% menyatakan tidak setuju dengan indikator yang menyatakan Label Syariah pada BMT Harum Purwosari Kudus mudah diingat karena mudah ditemukan, sedangkan 29 responden atau 32,6% menyatakan setuju, dan 47 responden atau 52,8% menyatakan sangat setuju.
- c) Pada item pertanyaan ketiga, 11 responden atau 12,4% menyatakan tidak setuju dengan indikator BMT Harum Purwosari Kudus dapat diingat karena memiliki logo yang menarik, sedangkan 27 responden atau 30,3% menyatakan setuju, dan 51 responden atau 57,3% menyatakan sangat setuju.
- d) Pada item pertanyaan keempat, 13 responden atau 14,6% menyatakan tidak setuju dengan indikator

- BMT Harum Purwosari Kudus tidak ada riba, sedangkan 28 responden atau 31,5% menyatakan setuju, dan 48 responden atau 53,9% menyatakan sangat setuju.
- e) Pada item pertanyaan kelima, 14 responden atau 15,7% menyatakan tidak setuju dengan indikator BMT Harum Purwosari Kudus sangat menguntungkan calon nasabah, sedangkan 23 responden atau 25,8% menyatakan setuju, dan 52 responden atau 58,4% menyatakan sangat setuju.
 - f) Pada item pertanyaan keenam, 12 responden atau 13,5% menyatakan tidak setuju dengan indikator BMT Harum Purwosari Kudus sesuai dengan agama yang dianut, sedangkan 23 responden atau 25,8% menyatakan setuju, dan 54 responden atau 60,7% menyatakan sangat setuju.
 - g) Pada item pertanyaan ketujuh, 12 responden atau 13,5% menyatakan tidak setuju dengan indikator yang menyatakan BMT Harum Purwosari Kudus disukai nasabah karena sistemnya sangat mudah, sedangkan 21 responden atau 23,6% menyatakan setuju, dan 56 responden atau 62,9% menyatakan sangat setuju.
 - h) Pada item pertanyaan kedelapan, 6 responden atau 6,7% menyatakan tidak setuju dengan indikator BMT Harum Purwosari Kudus disukai nasabah karena tidak membedakan nasabah, sedangkan 28 responden atau 31,5% menyatakan setuju, dan 55 responden atau 61,8% menyatakan sangat setuju.
 - i) Pada item pertanyaan kesembilan, 6 responden atau 6,7% menyatakan tidak setuju dengan indikator yang menyatakan bahwa BMT Harum Purwosari Kudus disukai nasabah karena memiliki fasilitas yang lengkap, sedangkan 25 responden atau 28,1% menyatakan setuju, dan 58 responden atau 65,2% menyatakan sangat setuju.

2. Variabel Persepsi Anggota (X2)

Persepsi anggota merupakan proses memberi arti terhadap lingkungannya. Individu mengorganisasikan dan menafsirkan kesan-kesan indera mereka memaknai objek atau lingkungan yang dilihatnya.¹⁵

Adapun indikator persepsi anggota yaitu: a) Kesan-kesan terhadap wujud institusi perbankan, b) Kesan terhadap pelayanan bank syariah, c) Kesan terhadap SDM bank syariah, dan d) Kesan terhadap sistem bank syariah.¹⁶ Adapun hasil persepsi anggota dapat dilihat dalam tabel di bawah ini:

Tabel 4.7
Frekuensi Variabel Persepsi Anggota (X₂)¹⁷

Item Pertanyaan	T otal STS	T otal TS	%	T otal S	%	T otal SS	%
P1	0	7	7,9%	2	2,5%	6	6,2%
P2	0	3	4,6%	2	9,2%	5	6,2%
P3	0	8	9,0%	1	1,3%	6	9,7%
P4	0	1	2,4%	2	9,2%	5	8,4%
P5	0	9	0,1%	2	9,2%	5	0,7%
P6	0	8	9,0%	2	2,5%	6	8,5%
P7	0	8	9,0%	2	2,5%	6	8,5%

¹⁵ Robbins, *Perilaku Organisasi Jilid1*, (Jakarta: Prenhallindo, 2001), 45

¹⁶ Ch. Asta Nugraha, Joko Riyanto, dan Imam Ghozali, “Pengaruh Persepsi dan Nilai Nasabah terhadap Tingkat Kepercayaan Bank”, *Jurnal Media Ekonomi Manajemen*, p-ISSN: 0854-1442, Vol.32, No.1, 2017, 78

¹⁷ Hasil olah data SPSS berdasarkan variabel Persepsi Nasabah (X₂).

P8	0	%	7	7	2	2	5	6
				,9%	5	8,1%	7	4,0%
P9	0	%	7	7	1	1	6	7
				,9%	7	9,1%	5	3,0%
P10	0	%	7	7	2	2	5	6
				,9%	5	8,1%	7	4,0%
P11	0	%	9	1	1	1	6	7
				0,1%	6	8,0%	4	1,9%
P12	0	%	7	7	1	1	6	7
				,9%	4	5,7%	8	6,4%

Berdasarkan tabel di atas, data hasil angka untuk variabel persepsi anggota (X2) akan dijelaskan sebagai berikut:

- a) Pada item pertanyaan pertama, 7 responden atau 7,9% menyatakan tidak setuju dengan indikator yang menyatakan BMT Harum Purwosari Kudus adalah Bank yang selalu mementingkan keinginan nasabah, sedangkan 20 responden atau 22,5% menyatakan setuju, dan 62 responden atau 69,7% menyatakan sangat setuju.
- b) Pada item pertanyaan kedua, 13 responden atau 14,6% menyatakan tidak setuju dengan indikator yang menyatakan BMT Harum Purwosari Kudus tidak pernah memberatkan nasabah, sedangkan 26 responden atau 29,2% menyatakan setuju, dan 50 responden atau 56,2% menyatakan sangat setuju.
- c) Pada item pertanyaan ketiga, 8 responden atau 9,0% menyatakan tidak setuju dengan indikator yang menyatakan bahwa BMT Harum Purwosari Kudus selalu memberikah hadiah bagi nasabah yang rajin membayar, sedangkan 19 responden atau 21,3% menyatakan setuju, dan 62 responden atau 69,7% menyatakan sangat setuju.
- d) Pada item pertanyaan keempat, 11 responden atau 12,4% menyatakan tidak setuju dengan indikator yang menyatakan bahwa BMT Harum Purwosari Kudus selalu ramah dalam melayani nasabah, sedangkan 26 responden atau 29,2% menyatakan

- setuju, dan 52 responden atau 58,4% menyatakan sangat setuju.
- e) Pada item pertanyaan kelima, 9 responden atau 10,1% menyatakan tidak setuju dengan indikator yang menyatakan bahwa BMT Harum Purwosari Kudus selalu sabar melayani keluhan nasabah, sedangkan 26 responden atau 29,2% menyatakan setuju, dan 54 responden atau 60,7% menyatakan sangat setuju.
 - f) Pada item pertanyaan keenam, 8 responden atau 9,0% menyatakan tidak setuju dengan indikator yang menyatakan bahwa BMT Harum Purwosari Kudus selalu maksimal dalam melayani nasabah, sedangkan 20 responden atau 22,5% menyatakan setuju, dan 61 responden atau 68,5% menyatakan sangat setuju.
 - g) Pada item pertanyaan ketujuh, 8 responden atau 9,0% menyatakan tidak setuju dengan indikator yang menyatakan bahwa Pegawai BMT Harum Purwosari Kudus sangat ahli dalam menangani nasabah, sedangkan 20 responden atau 22,5% menyatakan setuju, dan 61 responden atau 68,5% menyatakan sangat setuju.
 - h) Pada item pertanyaan kedelapan, 7 responden atau 7,9% menyatakan tidak setuju dengan indikator yang menyatakan Pegawai BMT Harum Purwosari Kudus sangat jujur dalam menangani nasabah, sedangkan 25 responden atau 28,1% menyatakan setuju, dan 57 responden atau 64,0% menyatakan sangat setuju.
 - i) Pada item pertanyaan kesembilan, 7 responden atau 7,9% menyatakan tidak setuju dengan indikator yang menyatakan Pegawai BMT Harum Purwosari Kudus selalu adil dalam melayani nasabah, sedangkan 17 responden atau 19,1% menyatakan setuju, dan 65 responden atau 73,0% menyatakan sangat setuju.
 - j) Pada item pertanyaan kesepuluh, 7 responden atau 7,9% menyatakan tidak setuju dengan indikator yang menyatakan Produk pembiayaan BMT Harum Purwosari Kudus sesuai dengan aturan syariat Islam, sedangkan 25 responden atau 28,1% menyatakan

- setuju, dan 57 responden atau 64,0% menyatakan sangat setuju.
- k) Pada item pertanyaan kesebelas, 9 responden atau 10,1% menyatakan tidak setuju dengan indikator yang menyatakan Sistem BMT Harum Purwosari Kudus tidak berbelit-belit, sedangkan 16 responden atau 18,0% menyatakan setuju, dan 64 responden atau 71,9% menyatakan sangat setuju.
 - l) Pada item pertanyaan kedua belas, 7 responden atau 7,9% menyatakan tidak setuju dengan indikator yang menyatakan kegiatan operasional BMT Harum Purwosari Kudus sesuai dengan ajaran Syariat Islam, sedangkan 14 responden atau 15,7% menyatakan setuju, dan 68 responden atau 76,4% menyatakan sangat setuju.

3. Variabel Kualitas Produk (X3)

Kualitas produk merupakan salah satu pertimbangan penting konsumen dalam proses menemukan produk. Kualitas produk sangat mempengaruhi loyalitas konsumen pada suatu produk.¹⁸

Indikator yang digunakan untuk meneliti variabel kualitas produk adalah a) Fungsi dari produk memenuhi kebutuhan nasabah, b) Suku bunga yang ditawarkan kompetitif dan menarik minat untuk menggunakan produk, dan c) Kemudahan dalam syarat dan proses pengajuan penggunaan produk yang cepat.¹⁹ Adapun hasil kualitas produk dapat dilihat dalam tabel di bawah ini:

¹⁸ Frida Ayu Setianingsih, Endang Ety Herawaty, dan Edy Supriyadi, "Pengaruh Kualitas Produk Tabungan dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada PT.Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten, TBK di Wilayah Depok)", *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen*, vol.1, no.2, 2019.

¹⁹ Cokorda Istri Agung Krisna Dewi dan I Gede Merta Sudiarta, "Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah PT.Bank Pembangunan Daerah Bali", *E-Jurnal Unud*, vol.7, No.8, 2018, 4551

Tabel 4.8

Item Pertanyaan	Total STS	%	Total TS	%	Total IS	%	Total SS	%
P1	0	0%	6	6,7 %	33	37,1 %	50	56,2%
P2	0	0%	9	10,1 %	29	32,6 %	51	57,3%
P3	0	0%	8	9,0 %	27	30,3 %	54	60,7%
P4	0	0%	7	7,9 %	29	32,6 %	53	59,6%
P5	0	0%	7	7,9 %	23	25,8 %	59	66,3%
P6	0	0%	9	10,1 %	15	16,9 %	65	73,0%
P7	0	0%	7	7,9 %	18	20,2 %	64	71,9%
P8	0	0%	3	3,4 %	24	27,0 %	62	69,7%
P9	0	0%	3	3,4 %	10	11,2 %	76	85,4%

Frekuensi Variabel Kualitas Produk (X₃)²⁰

Berdasarkan tabel di atas, data hasil angka untuk variabel kualitas produk (X₃) akan dijelaskan sebagai berikut:

- a) Pada item pertanyaan pertama, 6 responden atau 6,7% menyatakan tidak setuju dengan indikator yang mengatakan bahwa Produk pembiayaan BMT Harum Purwosari Kudus dapat memenuhi kebutuhan nasabah, sedangkan 33 responden atau 37,1% menyatakan setuju, dan 50 responden atau 56,2% menyatakan sangat setuju.
- b) Pada item pertanyaan kedua, 9 responden atau 10,1% menyatakan tidak setuju dengan indikator yang mengatakan bahwa Produk pembiayaan BMT

²⁰ Hasil olah data SPSS berdasarkan variabel Kualitas Produk (X₃).

- Harum Purwosari Kudus dapat memenuhi keinginan nasabah, sedangkan 29 responden atau 32,6% menyatakan setuju, dan 51 responden atau 57,3% menyatakan sangat setuju.
- c) Pada item pertanyaan ketiga, 8 responden atau 9,0% menyatakan tidak setuju dengan indikator yang mengatakan bahwa Produk pembiayaan BMT Harum Purwosari Kudus sangat membantu kepentingan nasabah, sedangkan 27 responden atau 30,3% menyatakan setuju, dan 54 responden atau 60,7% menyatakan sangat setuju.
 - d) Pada item pertanyaan keempat, 7 responden atau 7,9% menyatakan tidak setuju dengan indikator yang mengatakan bahwa Bunga yang diberikan BMT Harum Purwosari Kudus tidak memberatkan nasabah, sedangkan 29 responden atau 32,6% menyatakan setuju, dan 53 responden atau 59,6% menyatakan sangat setuju.
 - e) Pada item pertanyaan kelima, 7 responden atau 7,9% menyatakan tidak setuju dengan indikator yang mengatakan bahwa Bunga yang dibebankan nasabah sangat rendah, sedangkan 23 responden atau 25,8% menyatakan setuju, dan 59 responden atau 66,3% menyatakan sangat setuju.
 - f) Pada item pertanyaan keenam, 9 responden atau 10,1% menyatakan tidak setuju dengan indikator yang mengatakan bahwa Bunga yang diberikan BMT Harum Purwosari Kudus tidak pernah melebihi BMT lainnya, sedangkan 15 responden atau 16,9% menyatakan setuju, dan 65 responden atau 73,0% menyatakan sangat setuju.
 - g) Pada item pertanyaan ketujuh, 7 responden atau 7,9% menyatakan tidak setuju dengan indikator yang mengatakan bahwa Proses pengajuan pembiayaan di BMT Harum Purwosari Kudus sangat cepat, sedangkan 18 responden atau 20,2% menyatakan setuju, dan 64 responden atau 71,9% menyatakan sangat setuju.
 - h) Pada item pertanyaan kedelapan, 3 responden atau 3,4% menyatakan tidak setuju dengan indikator yang

mengatakan bahwa Proses pengajuan pembiayaan di BMT Harum Purwosari Kudus sangat mudah, sedangkan 24 responden atau 27,0% menyatakan setuju, dan 62 responden atau 69,7% menyatakan sangat setuju.

- i) Pada item pertanyaan kesembilan, 3 responden atau 3,4% menyatakan tidak setuju dengan indikator yang mengatakan bahwa Syarat pengajuan pembiayaan di BMT Harum Purwosari Kudus tidak membingungkan nasabah, sedangkan 10 responden atau 11,2% menyatakan setuju, dan 76 responden atau 85,4% menyatakan sangat setuju.

4. Variabel Pengambilan Keputusan (Y)

Pengambilan keputusan adalah adanya kesadaran pada diri nasabah menentukan pengambilan keputusan nasabah untuk memilih produk yang sesuai dengan kebutuhannya. Adapun kebutuhan yang dimaksud disini adalah kebutuhan yang berasal dari dalam dirinya (rangsangan internal) maupun dari luar diri atau eksternal.²¹

Indikator yang digunakan untuk meneliti variabel pengambilan keputusan adalah a) Prioritas pembelian pada produk tertentu, b) Mencari informasi, c) Mengevaluasi terhadap produk, dan d) Merekomendasikan kepada orang lain setelah melakukan pembelian.²² Adapun hasil pengambilan keputusan dapat dilihat dalam tabel di bawah ini:

²¹ Syafril, *Mengapa Memilih Pembiayaan Syariah*, (Tkt: Qiara Media Patner, 2019), 22

²² Iin Emy Prastiwi, “Pengaruh Persepsi Anggota pada Sharia Compliance, Komitmen Agama dan Atribut Produk Islam terhadap Customer’s Trust yang Berdampak pada Keputusan Menggunakan Jasa Lembaga Keuangan Syariah (Studi pada BMT Amanah Ummah Sukoharjo)”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol.40, No.01, 2018,31

Tabel 4.9
Frekuensi Variabel Pengambilan Keputusan (Y)²³

Item Pertanyaan	Total STS	%	Total TS	%	Total S	%	Total SS	%
P1	0	0%	12	13,5%	18	20,2%	59	66,3%
P2	0	0%	6	6,7%	28	31,5%	55	61,8%
P3	0	0%	6	6,7%	24	27,0%	59	66,3%
P4	0	0%	5	5,6%	29	32,6%	55	61,8%
P5	0	0%	9	10,1%	19	21,3%	61	68,5%
P6	0	0%	9	10,1%	19	21,3%	61	68,5%
P7	0	0%	9	10,1%	17	19,1%	63	70,8%
P8	0	0%	6	6,7%	25	28,1%	58	65,2%
P9	0	0%	5	5,6%	19	21,3%	65	73,0%
P10	0	0%	5	5,6%	25	28,1%	59	66,3%
P11	0	0%	6	6,7%	21	23,6%	62	69,7%
P12	0	0%	6	6,7%	19	21,3%	64	71,9%

Berdasarkan tabel di atas, data hasil angka untuk variabel pengambilan keputusan (Y) akan dijelaskan sebagai berikut:

- a) Pada item pertanyaan pertama, 12 responden atau 13,5% menyatakan tidak setuju dengan indikator

²³ Hasil olah data SPSS berdasarkan variabel Pengambilan Keputusan (Y).

- yang mengatakan bahwa suka mengambil pembiayaan murabahah di BMT Harum Purwosari Kudus karena dapat membantu membiayai kebutuhan, sedangkan 18 responden atau 20,2% menyatakan setuju, dan 59 responden atau 66,3% menyatakan sangat setuju.
- b) Pada item pertanyaan kedua, 6 responden atau 6,7% menyatakan tidak setuju dengan indikator yang mengatakan bahwa suka mengambil pembiayaan murabahah di BMT Harum Purwosari Kudus karena dapat memenuhi keinginan, sedangkan 28 responden atau 31,5% menyatakan setuju, dan 55 responden atau 61,8% menyatakan sangat setuju.
 - c) Pada item pertanyaan ketiga, 6 responden atau 6,7% menyatakan tidak setuju dengan indikator yang mengatakan bahwa suka mengambil pembiayaan murabahah di BMT Harum Purwosari Kudus karena dapat membantu masalah keuangan keluarga, sedangkan 24 responden atau 27,0% menyatakan setuju, dan 59 responden atau 66,3% menyatakan sangat setuju.
 - d) Pada item pertanyaan keempat, 5 responden atau 5,6% menyatakan tidak setuju dengan indikator yang mengatakan bahwa sudah membandingkan dengan BMT lainnya, sebelum akhirnya mengambil pembiayaan murabahah di BMT Harum Purwosari Kudus, sedangkan 29 responden atau 32,6% menyatakan setuju, dan 55 responden atau 61,8% menyatakan sangat setuju.
 - e) Pada item pertanyaan kelima, 9 responden atau 10,1% menyatakan tidak setuju dengan indikator yang mengatakan bahwa sudah mencari informasi dari berbagai media, sebelum memilih BMT Harum Purwosari Kudus, sedangkan 19 responden atau 21,3% menyatakan setuju, dan 61 responden atau 68,5% menyatakan sangat setuju.
 - f) Pada item pertanyaan keenam, 9 responden atau 10,1% menyatakan tidak setuju dengan indikator yang mengatakan bahwa sudah mencari informasi dari orang lain tentang BMT Harum Purwosari

- Kudus, sebelum akhirnya memilih BMT tersebut, sedangkan 19 responden atau 21,3% menyatakan setuju, dan 61 responden atau 68,5% menyatakan sangat setuju.
- g) Pada item pertanyaan ketujuh, 9 responden atau 10,1% menyatakan tidak setuju dengan indikator yang mengatakan bahwa sudah membandingkan dengan produk pembiayaan lainnya, sebelum akhirnya mengambil pembiayaan murabahah di BMT Harum Purwosari Kudus, sedangkan 17 responden atau 19,1% menyatakan setuju, dan 63 responden atau 70,8% menyatakan sangat setuju.
 - h) Pada item pertanyaan kedelapan, 6 responden atau 6,7% menyatakan tidak setuju dengan indikator yang mengatakan bahwa sudah mengevaluasi produk pembiayaan dari berbagai pendapat orang lain, sebelum akhirnya mengambil pembiayaan murabahah di BMT Harum Purwosari Kudus, sedangkan 25 responden atau 28,1% menyatakan setuju, dan 58 responden atau 65,2% menyatakan sangat setuju.
 - i) Pada item pertanyaan kesembilan, 5 responden atau 5,6% menyatakan tidak setuju dengan indikator yang mengatakan bahwa sudah mengevaluasi produk dari berbagai informasi, sebelum akhirnya mengambil pembiayaan murabahah di BMT Harum Purwosari Kudus, sedangkan 19 responden atau 21,3% menyatakan setuju, dan 65 responden atau 73,0% menyatakan sangat setuju.
 - j) Pada item pertanyaan kesepuluh, 5 responden atau 5,6% menyatakan tidak setuju dengan indikator yang mengatakan bahwa puas mengambil pembiayaan murabahah di BMT Harum Purwosari Kudus dan akan mempromosikannya pada keluarga, sedangkan 25 responden atau 28,1% menyatakan setuju, dan 59 responden atau 66,3% menyatakan sangat setuju.
 - k) Pada item pertanyaan kesebelas, 6 responden atau 6,7% menyatakan tidak setuju dengan indikator yang mengatakan bahwa senang dengan pembiayaan murabahah di BMT Harum Purwosari Kudus dan

- akan mempromosikannya pada teman, sedangkan 21 responden atau 23,6% menyatakan setuju, dan 62 responden atau 69,7% menyatakan sangat setuju.
- 1) Pada item pertanyaan kedua belas, 6 responden atau 6,7% menyatakan tidak setuju dengan indikator yang mengatakan bahwa telah yakin dengan pembiayaan murabahah di BMT Harum Purwosari Kudus dan akan mempromosikannya pada saudara, sedangkan 19 responden atau 21,3% menyatakan setuju, dan 64 responden atau 71,9% menyatakan sangat setuju.

D. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Non Responden

1. Uji Validitas Instrumen Non Responden

Dalam penelitian ini uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai *r* hitung dengan *r* tabel. Apabila nilai *r* hitung > dari *r* tabel dan bernilai positif maka butir pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid. Nilai *r* hitung diambil dari hasil *output* SPSS *For Windows* 21.0 pada kolom *Corrected Item-Total Correlation*. Sedangkan nilai *r* tabel dihitung dengan menggunakan rumus $df = n - 2$.²⁴ Dengan rumus tersebut maka di dapat $df = n - 2 = 30 - 2 = 28$ dengan alpha sebesar 5% maka menghasilkan *r* tabel sebesar 0,3610. Berikut hasil uji validitas instrumen:

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Instrumen Non Responden

Variabel	Item	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>r</i> tabel	Keterangan
Label	P1	0,667	0,361	<i>Valid</i>
Syariah	P2	0,539	0	<i>Valid</i>
(X1)	P3	0,694	0,361	<i>Valid</i>
	P4	0,697	0	<i>Valid</i>

²⁴ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006), 49.

	P5	0,664	0,361	<i>Valid</i>
	P6	0,694	0	<i>Valid</i>
	P7	0,664	0,361	<i>Valid</i>
	P8	0,697	0	<i>Valid</i>
	P9	0,764	0,361	<i>Valid</i>
			0	
			0,361	
			0	
			0,361	
			0	
			0,361	
			0	
Persepsi Anggota (X2)	P1	0,843	0,361	<i>Valid</i>
	P2	0,743	0	<i>Valid</i>
	P3	0,676	0,361	<i>Valid</i>
	P4	0,619	0	<i>Valid</i>
	P5	0,843	0,361	<i>Valid</i>
	P6	0,843	0	<i>Valid</i>
	P7	0,843	0,361	<i>Valid</i>
	P8	0,619	0	<i>Valid</i>
	P9	0,741	0,361	<i>Valid</i>
	P10	0,595	0	<i>Valid</i>
	P11	0,676	0,361	<i>Valid</i>
	P12	0,843	0	<i>Valid</i>
			0,361	
			0	
			0,361	
			0	
			0,361	
			0	
			0,361	
			0	
			0,361	
			0	

Kualitas Produk (X3)	P1	0,927	0,361	<i>Valid</i>
	P2	0,927	0	<i>Valid</i>
	P3	0,912	0,361	<i>Valid</i>
	P4	0,900	0	<i>Valid</i>
	P5	0,867	0,361	<i>Valid</i>
	P6	0,876	0	<i>Valid</i>
	P7	0,826	0,361	<i>Valid</i>
	P8	0,750	0	<i>Valid</i>
	P9	0,750	0,361	<i>Valid</i>
			0	
			0,361	
			0	
			0,361	
		0		
		0,361		
		0		
Pengambilan Keputusan (Y)	P1	0,883	0,361	<i>Valid</i>
	P2	0,883	0	<i>Valid</i>
	P3	0,878	0,361	<i>Valid</i>
	P4	0,851	0	<i>Valid</i>
	P5	0,802	0,361	<i>Valid</i>
	P6	0,833	0	<i>Valid</i>
	P7	0,853	0,361	<i>Valid</i>
	P8	0,828	0	<i>Valid</i>
	P9	0,828	0,361	<i>Valid</i>
	P10	0,800	0	<i>Valid</i>
	P11	0,587	0,361	<i>Valid</i>
	P12	0,422	0	<i>Valid</i>
			0,361	
		0		
		0,361		
		0		
		0,361		
		0		

			0,361	
			0	
			0,361	
			0	
			0,361	
			0	

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat diketahui bahwa Corrected Item-Total Correlation memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari nilai r tabel 0,3610, yang berarti semua butir pertanyaan atau indikator dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas Instrumen Non Responden

Reliabilitas adalah uji untuk mengukur suatu indikator dari variabel penelitian. Reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila alat ukur tersebut digunakan berulang kali. Untuk melakukan uji reliabilitas dapat digunakan program SPSS dengan menggunakan uji statistik Cronbach Alpha. Dan sebaliknya jika Cronbach Alpha < 0,60 maka dikatakan tidak reliabel.²⁵ Berikut hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini:

Tabel 4.11

Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Non Responden

Variabel	Reliability Coeffiencence	Cronbach's Alpha (> 0,60)	Keterangan
Label Syariah (X1)	9 item	0,904	<i>Reliabel</i>
Persepsi Anggota (X2)	12 item	0,943	<i>Reliabel</i>
Kualitas Produk (X3)	9 item	0,852	<i>Reliabel</i>
Pengambilan	12 item	0,956	<i>Reliabel</i>

²⁵ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*,46.

Keputusan (Y)			
------------------	--	--	--

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat diketahui bahwa nilai Cronbach Alpha dari seluruh variabel yang diuji lebih dari 0,60, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh konstruk atau variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

E. Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apa dalam model regresi terdapat korelasi antar variabel bebas yang diharuskan korelasi tersebut tidak ada. Apabila terdapat korelasi antar variabel bebas maka variabel-variabel tersebut artinya tidak ortogonal atau tidak memiliki nilai korelasi sama dengan nol. Multikolinieritas dapat ditunjukkan dengan nilai *Tolerance and Variance Inflation Factor* (VIF) yang masing-masing harus memiliki nilai *Tolerance* lebih dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10.²⁶ Dari hasil pengujian SPSS diperoleh nilai korelasi antar kedua variabel-variabel bebas adalah sebagai berikut:

Tabel 4.12
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Collinierity Statistics	
	Nilai Tolerance	Nilai VIF
Label Syariah	0,872	1,147
Persepsi	0,905	1,103
Kualitas Produk	0,811	1,135

Sumber: Data diolah, 2021

Menurut hasil pengujian multikolonieritas yang dilakukan diketahui bahwa nilai *tolerance* variabel label Syariah, persepsi nasabah dan kualitas produk masing-masing sebesar: 0,872; 0,905; 0,881 dan VIF masing-masing sebesar: 1,147; 1,105; 1,135. Hal ini

²⁶ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*, 95- 96.

menunjukkan bahwa tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai *Tolerance* lebih dari 0,10 dan tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolonieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah uji untuk mengetahui apakah ada korelasi antar kesalahan sekarang dengan kesalahan sebelumnya. Regresi yang bagus adalah model regresinya harus bebas dari autokorelasi. Uji autokorelasi bisa ditunjukkan dengan melihat nilai Durbin Watson (DW Test) sesuai dengan hipotesis yang peneliti uji.²⁷ Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi autokorelasi. Berikut hasil uji autokorelasi pada penelitian ini:

Tabel 4.13
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	Durbin-Watson
1	2.276

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Persepsi Nasabah, Label Syar

b. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan Nasabah

Sumber: Data diolah, 2021

Hasil pengujian autokorelasi di atas, menunjukkan bahwa nilai DW sebesar 2,276. Untuk mengetahui ada tidaknya autokorelasi maka angka DW tersebut harus dibandingkan dengan nilai *d* teoritis (*du* dan *dl*) pada tabel Durbin Watson dengan tingkat signifikan sebesar 5 %. Dengan $n = 89$ dan $k = 3$, maka di dapat nilai *du* sebesar 1,7221 dan *dl* sebesar 1,5780. Hasil pengujiannya adalah $du < d < 4 - du$ ($1,7221 \leq 2,276 \leq 4 - 1,7221$) sebesar ($1,7221 \leq 2,276 \leq 2,2779$) maka dapat

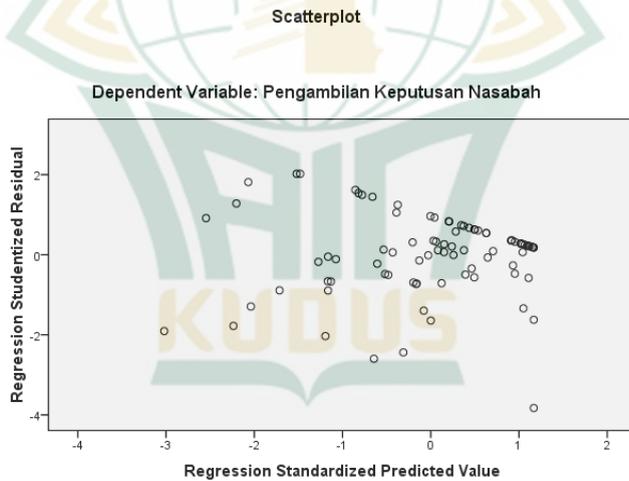
²⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*, 99-100

disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak ada autokorelasi baik positif ataupun negatif.

3. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi yang diuji terdapat perbedaan atau ketidaksamaan antar variabel satu ke yang lainnya atau tidak. Apabila nilai variabel dari satu ke yang lainnya tetap maka disebut homoskedastisitas dan apabila berbeda dinamakan heteroskedastisitas. Uji model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas.²⁸ Adapun hasil pengujian heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

Gambar 4.1
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan grafik *scatterplot* di atas menunjukkan bahwa titik-titik tidak membentuk pola yang jelas, dan titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada

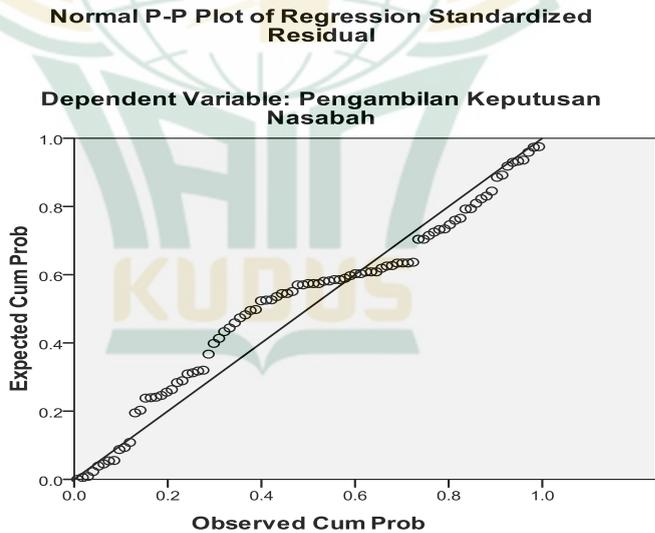
²⁸ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*,125.

sumbu Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heterokedastisitas pada model regresi.

4. Uji Normalitas

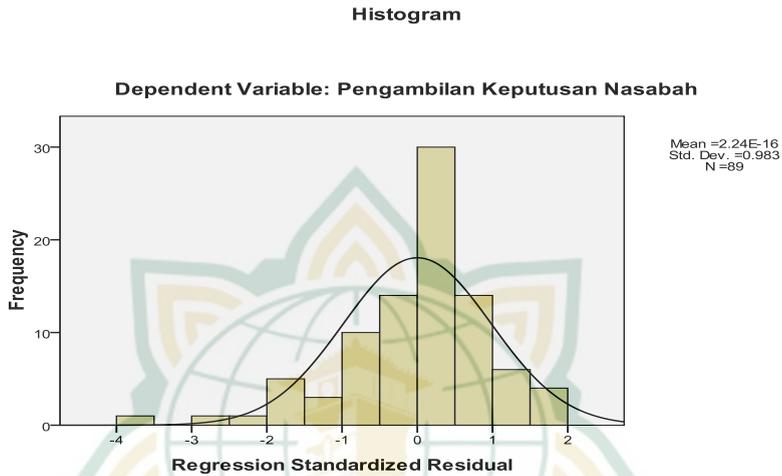
Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang diuji berdistribusi normal atau tidak. Untuk melihat data yang diuji berdistribusi normal atau tidak, bisa dilihat dari dua analisis yaitu analisis grafik dan uji statistik. Hasil uji normalitas data dapat dilihat dengan memperhatikan titik *Normal P-Plat of Regression Standizzed Residual* dari variabel terikat. Adapun hasil pengujian normalitas adalah sebagai berikut:

Gambar 4.2
Hasil Uji Normalitas



Sumber: Data diolah, 2021

Gambar 4.3
Hasil Uji Normalitas



Sumber: Data diolah, 2021

Dari grafik histogram pada gambar di atas, residual data telah menunjukkan kurva normal yang membentuk lonceng sempurna. Selain menggunakan grafik histogram, juga dapat dilihat uji normalitas dengan menggunakan grafik normal P-P Plot berdasarkan gambar di atas, terlihat titik-titik menyebar disekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Dengan demikian, data yang digunakan telah memenuhi asumsi klasik dan dapat dikatakan data terdistribusi normal.

F. Hasil Analisis Data

1. Analisis Regresi Berganda

Analisis ini dilakukan untuk menguji hipotesis dari penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya, yaitu untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel *Islamic quality of work life*, *work family conflict* dan sistem kompensasi terhadap *turnover intention* pengrajin. Maka dapat diketahui hasilnya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.14
Hasil Regresi Berganda

Variabel	Nilai β
Constant (Y)	12,945
Label Syariah	0,427
Persepsi	0,050
Kualitas Produk	0,455

Sumber: Data Diolah, 2021.

Dari hasil tabel di atas, maka bentuk persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

$$Y = 12,945 + 0,427X_1 + 0,050X_2 + 0,455X_3 + e$$

Di mana:

X_1 : Label Syariah

X_2 : Persepsi

X_3 : Kualitas Produk

Y : Pengambilan Keputusan

a : Konstanta

b_1 : Koefisien regresi antara Label Syariah terhadap Pengambilan Keputusan Anggota.

b_2 : Koefisien regresi antara Persepsi terhadap Pengambilan Keputusan Anggota.

b_3 : Koefisien regresi antara Kualitas Produk terhadap Pengambilan Keputusan Anggota.

e : Error

Dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Nilai $\beta_1 = 0,427$, menunjukkan bahwa label Syariah memberi pengaruh positif terhadap pengambilan keputusan anggota dalam menggunakan pembiayaan murabahah pada BMT Harum Purwosari Kudus sebesar 0,427, artinya apabila semakin baik label Syariah, maka akan meningkatkan pengambilan keputusan anggota.
- b. Nilai $\beta_2 = 0,050$, menunjukkan bahwa persepsi anggota memberi pengaruh positif terhadap pengambilan keputusan anggota dalam menggunakan pembiayaan murabahah pada BMT Harum Purwosari Kudus sebesar 0,050, artinya apabila semakin baik persepsi nasabah, maka akan meningkatkan pengambilan keputusan anggota.

c. Nilai $\beta_3 = 0,455$, menunjukkan bahwa kualitas produk memberi pengaruh negatif terhadap pengambilan keputusan anggota dalam menggunakan pembiayaan murabahah pada BMT Harum Purwosari Kudus sebesar 0,455, artinya apabila semakin baik kualitas produk, maka akan meningkatkan pengambilan keputusan anggota.

2. Koefisien Determinasi R²

Koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh nilai model variabel bebas dalam menjelaskan variabel dependen atau terikat.²⁹ Hasil dari analisis koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.15
Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.560 ^a	.414	.590

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Persepsi Nasabah, Label Syariah

b. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan Nasabah

Sumber: Data Diolah, 2021.

Berdasarkan hasil analisa regresi linear berganda Nilai Adjusted R² untuk model penelitian ini pada tabel di atas yaitu sebesar 0,590, nilai ini berarti 59,0% variasi dari pengambilan keputusan nasabah dapat dijelaskan oleh variasi dari variabel label Syariah, persepsi nasabah dan kualitas produk. Sedangkan sisanya sebesar 0,410 atau 41,0% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa faktor-faktor variabel yang digunakan dalam penelitian ini sudah

²⁹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*, 87.

mewakili variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah.

3. Uji F

Uji F diuji untuk menunjukkan seberapa besar nilai uji F yang ditunjukkan pada variabel bebas yang secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen atau terikat.³⁰ F tabel dapat dilihat pada tabel statistik dengan tingkat signifikansi 5%, maka $df_1 = 3$ dan $df_2 = (n-k-1) = (89-3-1) = 85$ maka diperoleh hasil untuk F tabel sebesar 2,71.

Tabel 4.16
Hasil Uji F

ANOVA^b

Model		F	Sig.
1	Regression	12.978	.000 ^a
	Residual		
	Total		

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Persepsi Nasabah, Label Syariah

b. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan Nasabah

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel di atas, maka dalam penelitian ini memiliki nilai F hitung sebesar 12,978. Dengan demikian nilai F hitung > Ftabel (12,978 > 2,71). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel label Syariah, persepsi nasabah dan kualitas produk secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam menggunakan pembiayaan murabahah pada BMT Harum Purwosari Kudus.

4. Uji t Parsial

Uji statistik atau uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel bebas

³⁰ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*, 88.

secara masing-masing individual dalam menerangkan variabel terikat. Uji statistik atau uji t bisa dilihat dari nilai t hitungnya. Apabila nilai T hitung lebih besar dari nilai t tabel, maka hipotesisnya di terima. Sebaliknya apabila nilai t hitung kurang dari t tabel, hipotesisnya berarti ditolak.³¹ Sehingga t tabel diperoleh $df (n-k) = (89-3)$ atau derajat kebebasan 86 dengan signifikan 5% hasil t tabel sebesar 1,9879. Penjelasan lebih lengkapnya dari hasil nilai uji t pada penelitian ini, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.17
Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	T	Sig.
1 (Constant)	2.021	.046
Label Syariah	3.978	.000
Persepsi Anggota	3.515	.008
Kualitas Produk	3.321	.001

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan Nasabah

Sumber: Data Diolah, 2021.

1. Pengaruh Label Syariah terhadap Pengambilan Keputusan (H₁)

Berdasarkan hasil uji hipotesis 1 (H₁), didapat bahwa pada tingkat signifikansi dibawah 0,05. Perbandingan nilai antara t hitung sebesar 3,978 lebih besar dengan nilai t tabel sebesar 1,9879 sehingga menunjukkan bahwa pengaruh variabel Label Syariah (X₁) terhadap Pengambilan

³¹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*, 89.

Keputusan (Y) secara parsial adalah berpengaruh positif dan signifikan. Sehingga hasil pengujian hipotesis 1 (H1) terbukti.

2. Pengaruh Persepsi Anggota terhadap Pengambilan Keputusan (H₂)

Berdasarkan hasil uji hipotesis 2 (H₂), didapat bahwa pada tingkat signifikansi dibawah 0,05. Perbandingan nilai antara t hitung sebesar 3,515 lebih besar dengan nilai t tabel sebesar 1,9879 sehingga menunjukkan bahwa pengaruh variabel Persepsi Anggota (X₂) terhadap Pengambilan Keputusan (Y) secara parsial adalah berpengaruh positif dan signifikan. Sehingga hasil pengujian hipotesis 2 (H₂) terbukti.

3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Pengambilan Keputusan (H₃)

Berdasarkan hasil uji hipotesis 3 (H₃), didapat bahwa pada tingkat signifikansi dibawah 0,05. Perbandingan nilai antara t hitung sebesar 3,321 lebih besar dengan nilai t tabel sebesar 1,9879 sehingga menunjukkan bahwa pengaruh variabel Kualitas Produk (X₃) terhadap Pengambilan Keputusan (Y) secara parsial adalah berpengaruh positif dan signifikan. Sehingga hasil pengujian hipotesis 3 (H₃) terbukti.

G. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Label Syariah terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah

Hipotesis pertama menyatakan bahwa variabel label Syariah (X₁) mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah. Hasil ini dibuktikan nilai antara t hitung sebesar 3,978 lebih besar dengan nilai t tabel sebesar 1,9879. Artinya semakin baik label Syariah dalam sebuah lembaga perbankan, maka akan dapat meningkatkan pengambilan keputusan nasabah dalam menggunakan pembiayaan murabahah pada BMT Harum Purwosari Kabupaten Kudus.

Hasil penelitian ini, telah didukung oleh temuan yang dilakukan Fitriyani, dengan judul “Pengaruh Label Syariah terhadap Keputusan Menjadi Nasabah pada PT. Bank BRI Syariah Cabang Kota Jambi”, yang dalam hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel label syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT. Bank BRI Syariah Cabang Kota Jambi.

Selain itu, hasil penelitian peneliti telah didukung oleh teori yang dinyatakan oleh Thorik Gunara dan Utus Hardiono, bahwa dalam Islam, konsep *branding* telah diajarkan oleh Nabi Muhammad SAW. Beliau bukan seorang pemilik perusahaan yang memiliki *brand* terkenal. Namun, Beliau memiliki *personal branding* yang sangat kuat dengan selalu bermodalkan kepercayaan, sikap jujur dan integritasnya.³² Dari teori tersebut dapat disimpulkan bahwa semakin baik dan jujur label Syariah sebuah lembaga keuangan, maka ini akan menjadi nilai tambah tersendiri bagi nasabah.

2. Pengaruh Persepsi Anggota terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah

Hipotesis kedua menyatakan bahwa variabel persepsi anggota (X_2) mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah. Hasil ini dibuktikan dengan nilai antara t hitung sebesar 3,515 lebih besar dengan nilai t tabel sebesar 1,9879. Artinya semakin baik persepsi nasabah, maka ini akan meningkatkan pengambilan keputusan nasabah dalam menggunakan pembiayaan murabahah pada BMT Harum Purwosari Kabupaten Kudus.

Hasil penelitian ini, telah didukung oleh temuan Rachmatina, dengan judul “Persepsi Nasabah terhadap Praktik Produk Pembiayaan Murabahah di Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh” memperoleh hasil penelitian yang menunjukkan bahwa persepsi nasabah berpengaruh terhadap praktik produk pembiayaan

³² Thorik Gunara dan Utus Hardiono, *Marketing Muhammad SAW*, (Bandung: Madania Prima, 2007), 79.

murabahah di Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh sebesar 19,7%.

Selain itu, hasil penelitian peneliti telah sesuai dengan teori Robbins yang menyatakan bahwa persepsi nasabah merupakan proses memberi arti terhadap lingkungannya. Individu mengorganisasikan dan menafsirkan kesan-kesan indera mereka memaknai objek atau lingkungan yang dilihatnya.³³ Maka dapat disimpulkan dari teori tersebut bahwa apabila seorang nasabah memberi arti yang baik terhadap sebuah lembaga perbankan, maka ini akan dapat meningkatkan perilaku nasabah dalam mengambil keputusan.

3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah

Hipotesis ketiga menyatakan bahwa variabel kualitas produk (X_3) mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah. Hasil ini dibuktikan dengan nilai antara t hitung sebesar 3,321 lebih besar dengan nilai t tabel sebesar 1,9879. Artinya semakin baik kualitas produk yang dimiliki, maka akan semakin meningkatkan nasabah untuk mengambil keputusan dalam menggunakan pembiayaan murabahah pada BMT Harum Purwosari Kabupaten Kudus.

Hasil penelitian ini, telah didukung oleh temuan yang dilakukan Cokorda Istri Agung Krisna Dewi dan I Gede Merta Sudiarta dengan judul, “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah PT.Bank Pembangunan Daerah Bali”, menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan. Semakin baik produk yang dimiliki, maka akan semakin tinggi pula nasabah dalam mengambil keputusan.

Selain itu, hasil penelitian ini telah sesuai dengan temuan yang dinyatakan oleh Tri Yanto bahwa sebuah perusahaan harus benar-

³³ Robbins, *Perilaku Organisasi Jilid1*, (Jakarta: Prenhallindo, 2001), 45

benar memahami apa yang dibutuhkan konsumen atas suatu produk yang akan dihasilkan. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah suatu usaha untuk memenuhi atau melebihi harapan konsumen, di mana suatu produk tersebut memiliki kualitas yang sesuai dengan standar kualitas yang ditentukan, dan kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah karena selera atau harapan konsumen pada suatu produk selalu berubah.³⁴ Semakin terjamin produk yang dibutuhkan nasabah, maka ini akan dapat meningkatkan perilaku nasabah dalam memilih lembaga perbankan yang memiliki kualitas yang sangat bagus



³⁴ Tri Yanto, “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Studi pada Swalayan Macro Mart Mojorot Kota Kediri”, *Simki Economic 01*, No. 02, (2017): 1.