

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

1. Sejarah Singkat BMT Ben Makmur Kenduren

KSU BMT Ben Makmur ialah gerakan Baitul maal yang berada di Kenduren, Kec. Wedung, Kab. Demak. Gerakan ini di prakarsai oleh LAZIS (Lembaga Amil Zakat, Infaq, Shadaqah) Al-Manar yang selanjutnya didukung oleh beberapa pihak maupun tokoh yang memilih mendasarkan usahanya kedalam konteks syari'ah. Sehingga, produk-produk yang dipakai dan digerakkan merupakan wujud dari fiqh muamalah meski beraliansi hukum koperasi. Selain itu, dalam rangka upaya peningkatan fungsi dan kinerja LAZIS, BMT tetap memaksimalkan manfaat Baitul Maal sebagai langkah gerakan sosial dakwah yang efektif bagi peradaban dan kemajuan umat. Secara umum Baitul Maal Ben Makmur memiliki misi sosial, lain halnya dengan Baitul Tamwil Ben Makmur yang memiliki misi bisnis.

Ketahanan usaha mikro maupun menengah dalam krisis sosial menunjukkan pentingnya fundamental dan keberadaan BMT ditengah masyarakat secara riil. BMT Ben Makmur hadir dengan membawa misi bisnis dilaksanakan dengan konsep baitul tamwil yang mana melaksanakan kegiatan menabung dengan akad mudhorobah, kegiatan jual beli menggunakan akad murobahah serta produk jasa menggunakan akad ijarah.

Pengesahan badan hukum Koperasi diterbitkan oleh dinas koperasi Demak dengan nomor: 01/BH.11-03/X/2003. Kantor pusat BMT Ben Makmur saat ini berada di Jl. Kenduren-Wedung, Ds. Kenduren, Kec. Wedung, Kab. Demak.¹

¹ Hasil Wawancara dengan bapak muhayyun manager BMT Ben Makmur, pada tanggal 5 november 2019, pukul 09:30 WIB

2. Visi dan misi BMT Ben Makmur

a. Visi BMT Ben Makmur

Membangun Umat, Meraih Makmur

b. Misi BMT Ben Makmur

1. Pemberdayaan umat melalui penerapan fiqih mu'amalah
2. Mengutamakan pelayanan umat dengan cepat, tepat dan bertanggung jawab²

3. Susunan Pengurus KSU BMT Ben Makmur Wedung Demak

PENGURUS

Ketua : K. Fathul Malik

Sekretaris : Nur Said, S. Ag.

Bendahara : Masurip, SE.

PENGAWAS SYARI'AH

Ketua : Muhayyun

Anggota 1 : H. Masrukhan

Anggota 2 : Abdur Rochim

PENGELOLA DAN PELAKSANA

Manager : Hafidz

Karyawan : - Administrasi : Rohmatun

-Keuangan : Wahyuningsih, S.E.

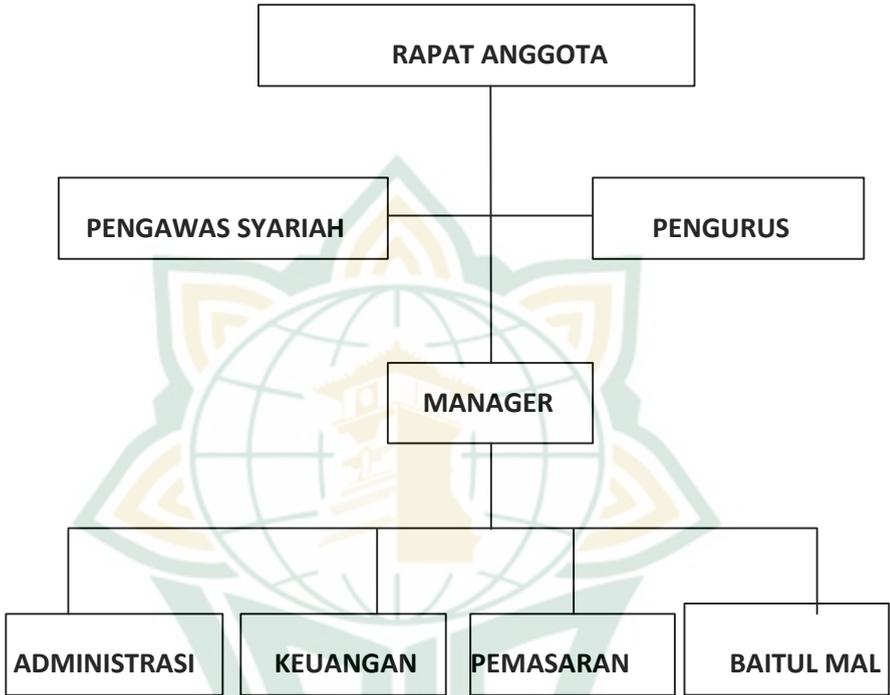
-Pemasaaan : Malikhan

-Baitul Maal : Fachrudin³

² Hasil Wawancara dengan karyawan BMT Ben Makmur, pada tanggal 8 november 2019, pukul 10:00

³ Hasil Wawancara dengan karyawan BMT Ben Makmur, pada tanggal 8 november 2019, pukul 10:00

4. Struktur Organisasi BMT Ben Makmur



B. DESKRIPSI DATA RESPONDEN

1. Karakteristik Responden

Penelitian ini melakukan penggalan data melalui sampel yang dipilih sebanyak 55 orang yakni nasabah BMT Ben Makmur. Respon jawaban dari konsumen/sampel dapat disajikan sebagai berikut:

a. Jenis Kelamin

Tabel berikut menunjukkan perbandingan jenis kelamin nasabah BMT Ben Makmur :

Tabel 4.1

Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Perempuan	35	63,64 %
Laki-laki	20	36,36 %
Jumlah	55	100 %

Sumber: Data Primer Diolah 2020

Tabel 4.1 menunjukkan bahwa konsumen terbanyak kue keciput merpati berjenis kelamin perempuan dengan persentase sebesar 63,64% atau dengan jumlah sebanyak 35 sampel, sedangkan konsumen dengan jenis kelamin laki-laki hanya berjumlah 20 sampel (36,36%).

b. Usia

Berikut disajikan data yang menunjukkan rentan usia nasabah BMT Ben Makmur :

Tabel 4.2
Usia Responden

Usia	Jumlah	Persentase
16-25 tahun	13	23,63 %
26-40 tahun	18	32,73 %
> 41 tahun	24	43,64 %
Jumlah	55	100 %

Sumber: Data Primer Diolah 2020

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa responden dengan usia 16-25 tahun berjumlah 13 konsumen (23,63 %), yang berusia 26-40 tahun sebanyak 18 (32,73%), dan yang berusia > 41 tahun sebanyak 24 (43,64 %). Hal ini menunjukkan mayoritas nasabah BMT Ben Makmur berusia 26-40 tahun.

c. Pekerjaan

Tabel berikut menunjukkan pekerjaan dari nasabah BMT Ben Makmur :

Tabel 4.3
Jenis Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Mahasiswa/Pelajar	10	18,18 %
Pegawai swasta	22	40,00 %
Wiraswasta	13	23,64 %
Lain-Lain	10	18,18 %
Jumlah	55	100 %

Sumber: Data Primer Diolah 2020

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa sebanyak 10 orang (18,18%), nasabah BMT Ben Makmur memiliki profesi sebagai mahasiswa/pelajar, sebanyak 22 orang (40,00%) berprofesi pegawai swasta, Wiraswasta sebanyak 13 orang (23,64%), dan konsumen dengan profesi lain sebanyak 10 orang (18,18%). Sehingga bisa ditarik kesimpulan kategori jenis profesi pada nasabah BMT Ben Makmur tersebar secara merata.

C. DESKRIPSI DATA PENELITIAN

Adapun respon jawaban responden mengenai **“Analisis faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menabung di BMT BEN MAKMUR KENDUREN WEDUNG DEMAK** adalah :

1. Variabel Pelayanan (X1)

Pelayanan ialah perilaku produsen sebagai bentuk pemebuhan keinginan konsumen agar kepuasan konsumen dapat tercapai.⁴ Kualitas pelayanan ialah konsep yang tak tampak serta tidak mudah untuk dimengerti, karena karakteristik pelayanan bersifat tidak berwujud, tidak tahan lama, serta terjadinya kesamaan waktu dalam produksi dan konsumsi.

Tabel 4.4
Frekuensi Variabel Pelayanan (X1)

Variabel	Item	Total SS	%	Total S	%	Total RR	%	Total TS	%	Total STS	%
Pelayanan (X1)	P1	13	23,7	35	63,6	7	12,7	0	0	0	0
	P2	5	9,1	39	70,9	11	20,0	0	0	0	0
	P	4	7,4	42	77,7	9	16,7	1	1,9	0	0

⁴ Ahmad Hasan Ridwan. *Manajemen Baitul Mal Wa Tamwil*. Hlm. 150

	3		3		6, 3		6, 4				
P 4	6		1 0, 9	37	6 7, 3	12	2 1, 8	0	0	0	0
P 5	5		9, 1	34	6 1, 8	15	2 7, 3	1	, 8	0	0

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Tabel 4.4 menunjukkan bahwa :

Item 1, jawaban sangat setuju sebanyak 13 konsumen, setuju 34 konsumen, dan ragu-ragu 7 konsumen. Sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa kebanyakan responden setuju atas pelayanan yang diterapkan oleh BMT Ben Makmur.

Item 2, jawaban sangat setuju sebanyak 5 konsumen, setuju 39 konsumen, dan ragu-ragu 11 konsumen. Sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa kebanyakan responden setuju atas pelayanan yang diterapkan oleh BMT Ben Makmur.

Item 3, jawaban sangat setuju sebanyak 4 konsumen, setuju 42 konsumen, dan ragu-ragu 9 konsumen. Sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa kebanyakan responden setuju atas pelayanan yang diterapkan oleh BMT Ben Makmur.

Item 4, jawaban sangat setuju sebanyak 6 konsumen, setuju 37 konsumen, dan ragu-ragu 12 konsumen. Sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa kebanyakan responden setuju atas pelayanan yang diterapkan oleh BMT Ben Makmur.

Item 5, jawaban sangat setuju sebanyak 5 konsumen, setuju 34 konsumen, ragu-ragu 15 konsumen, dan tidak setuju 1 konsumen. Sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa kebanyakan responden setuju atas pelayanan yang diterapkan oleh BMT Ben Makmur.

2. Variabel Produk (X2)

Produk ialah semua hal yang dapat dipasarkan ke masyarakat agar memperoleh perhatian, dibeli,

dipakai atau dikonsumsi sehingga konsumen merasa puas dan kebutuhan atau keinginannya tercukupi. Sedangkan yang dimaksud dengan produk tabungan ialah produk yang diterbitkan oleh BMT kepada konsumen agar dijadikan bahan pertimbangan dan alternatif yang mampu digunakan nasabah sesuai dengan kebutuhan.⁵

Fandy Tjiptono mengklasifikasikan delapan dimensi dasar terkait kualitas produk yakni⁶: Kinerja (*performance*), Keistimewaan tambahan (*feuturs*), Keandalan (*reability*), Kesesuaian spesifikasi (*conformance*), Daya tahan (*durability*), Kemampuan pelayanan (*servicibility*), Estetika (*aesthetic*), Persepsi terhadap kualitas (*perceived quality*).

Tabel 4.5
Frekuensi Variabel Produk (X2)

Varia bel	It e m	Tot al SS	%	Tot al S	%	Tota l RR	%	Tot al TS	%	Tota l STS	%
Produ k (X2)	P 1	16	29,1	32	58,2	7	12,7	0	0	0	0
	P 2	7	12,7	33	60	13	23,7	2	3,6	0	0
	P 3	7	12,7	34	61,8	13	23,7	1	1,8	0	0
	P 4	6	10,9	35	63,6	14	25,5	0	0	0	0
	P 5	8	14,4	31	56,6	11	20	3	5,2		3

⁵ Ayu Nurtika dewi, *Analisis Faktor Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat untuk Menabung*, hlm. 3

⁶ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2008), 25-26.

			5		4				5		6
--	--	--	---	--	---	--	--	--	---	--	---

Sumber: Data Primer Diolah 2020

Tabel 4.5 menunjukkan bahwa :

Item 1, 16 sampel menjawab sangat setuju, 32 sampel setuju, 7 sampel ragu-ragu. Sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa kebanyakan sampel setuju atas produk yang ada pada BMT Ben Makmur.

Item2, 7 sampel menjawab sangat setuju, 33 sampel setuju, 13 sampel ragu-ragu dan 2 orang menjawab tidak setuju. Sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa kebanyakan sampel setuju atas produk yang ada pada BMT Ben Makmur.

Item3, 7 sampel menjawab sangat setuju, 34 sampel setuju, 13 sampel ragu-ragu dan 1 orang menjawab tidak setuju. Sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa kebanyakan sampel setuju atas produk yang ada pada BMT Ben Makmur.

Item 4, 6 sampel menjawab sangat setuju, 35 sampel setuju dan 14 sampel ragu-ragu. Sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa kebanyakan sampel setuju atas produk yang ada pada BMT Ben Makmur.

Item 5, 8 sampel menjawab sangat setuju, 31 sampel setuju, 11 sampel ragu-ragu dan 3 orang menjawab tidak setuju. Sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa kebanyakan sampel setuju atas produk yang ada pada BMT Ben Makmur.

3. Variabel Lokasi (X3)

Lokasi adalah tempat operasional suatu lembaga atau perusahaan yang mana penentuan lokasi ini bersifat krusial, pemilihan tempat yang strategis dapat mendukung tercapainya tujuan lembaga perusahaan. Faktor-faktor yang dapat dijadikan bahan pertimbangan ialah terkait perkembangan ekonomi dan stabilitas, persaingan, kondisi, politik, dan sebagainya.⁷

⁷Rizqa Ramadhani Tyas dan Ari Setiawan, Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang, jurnal ekonomi Sekolah Tinggi Agama

Tabel 4.6
Frekuensi Variabel Lokasi (X3)

Variabel	Item	Total SS	%	Total S	%	Total RR	%	Total TS	%	Total STS	%
Lokasi (X3)	P1	15	27,3	32	58,2	8	14,5	0	0	0	0
	P2	10	18,1	32	58,2	13	23,7	0	0	0	0
	P3	8	14,5	36	65,5	10	18,1	1	1,8	0	0
	P4	3	5,5	28	50,9	22	40,0	2	3,6	0	0
	P5	3	5,5	30	54,6	15	27,3	6	10,9	1	1,6

Sumber: Data Primer Diolah 2020

Tabel 4.6 menunjukkan bahwa :

Item 1, 15 sampel menjawab sangat setuju, 32 sampel setuju, 8 sampel ragu-ragu. Sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa kebanyakan sampel setuju atas lokasi yang ada pada BMT Ben Makmur.

Item 2, 10 sampel menjawab sangat setuju, 32 sampel setuju, 13 sampel ragu-ragu. Sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa kebanyakan sampel setuju atas lokasi yang ada pada BMT Ben Makmur.

Item 3, 8 sampel menjawab sangat setuju, 36 sampel setuju, 10 sampel ragu-ragu serta 1 orang menjawab tidak setuju. Sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa kebanyakan sampel setuju atas lokasi yang ada pada BMT Ben Makmur.

Item 4, 3 sampel menjawab sangat setuju, 28 sampel setuju, 22 sampel ragu-ragu serta 2 orang menjawab tidak setuju. Sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa kebanyakan sampel setuju atas lokasi yang ada pada BMT Ben Makmur.

Item 5, 3 sampel menjawab sangat setuju, 30 sampel setuju, 15 sampel ragu-ragu serta 6 orang menjawab tidak setuju. Sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa kebanyakan sampel setuju atas lokasi yang ada pada BMT Ben Makmur.

4. Variabel Keputusan Nasabah (Y)

Keputusan adalah proses memilih sesuatu dengan cara yang efektif dalam situasi atau kepentingan tertentu dan menetapkan sesuatu yang telah dinilai paling bermanfaat.

Tabel 4.7
Frekuensi Variabel Minat Nasabah (Y)

Variabel	Item	Total SS	%	Total S	%	Total RR	%	Total TS	%	Total STS	%
Keputusan Nasabah (Y)	P1	26	47,3	27	49,1	2	3,6	0	0	0	0
	P2	15	27,3	36	65,5	4	7,2	0	0	0	0
	P3	15	27,3	34	61,8	6	10,9	0	0	0	0
	P4	16	29,1	34	61,8	5	9,1	0	0	0	0
	P5	19	34,5	32	58,2	4	7,2	0	0	0	0

Sumber: Data Primer Diolah 2020

Tabel 4.7 menunjukkan bahwa :

Item 1, 26 sampel menjawab sangat setuju, 27 sampel setuju, 2 sampel ragu-ragu. Sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa kebanyakan sampel setuju atas Ikeputusan nasabah yang ada pada BMT Ben Makmur.

Item 2, 15 sampel menjawab sangat setuju, 36 sampel setuju, 4 sampel ragu-ragu. Sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa kebanyakan sampel setuju atas Ikeputusan nasabah yang ada pada BMT Ben Makmur.

Item 3, 15 sampel menjawab sangat setuju, 34 sampel setuju, 6 sampel ragu-ragu. Sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa kebanyakan sampel setuju atas keputusan nasabah yang ada pada BMT Ben Makmur.

Item 4, 16 sampel menjawab sangat setuju, 34 sampel setuju, 5 sampel ragu-ragu. Sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa kebanyakan sampel setuju atas Ikeputusan nasabah yang ada pada BMT Ben Makmur.

Item 5, 19 sampel menjawab sangat setuju, 32 sampel setuju, 4 sampel ragu-ragu. Sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa kebanyakan sampel setuju atas keputusan nasabah yang ada pada BMT Ben Makmur.

D. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas Instrumen

Uji validitas ditujukan untuk menguji kecermatan instrumen dalam melaksanakan fungsinya sebagai alat ukur. Uji validitas ini juga berfungsi untuk menguji konsistensi tiap item instrumen mengenai kemampuannya dalam mengungkap atau menunjukkan data dalam mengukur suatu variabel.⁸

Data penelitian dikatakan teliti atau baik apabila masing-masing variabel atau r hitung lebih besar dari pada r tabel. Diketahui nilai r tabel ($DF = N-2$) sebesar

⁸ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher, 2009), hal. 96

0,2656. Tabel dibawah ini menyajikan hasil korelasi r tabel dan r hitung pada masing-masing variabel.

a. Variabel Pelayanan (X_1)

Tabel 4.8

Uji Validitas Variabel pelayanan (X_1)

Pertanyaan	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
Item 1	0,714	0,2656	Valid
Item 2	0,575	0,2656	Valid
Item 3	0,603	0,2656	Valid
Item 4	0,612	0,2656	Valid
Item 5	0,750	0,2656	Valid

Sumber: Data Primer Diolah 2020

b. Variabel Produk (X_2)

Tabel 4.9

Uji Validitas Variabel Produk (X_2)

Pertanyaan	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
Item 1	0,645	0,2656	Valid
Item 2	0,713	0,2656	Valid
Item 3	0,516	0,2656	Valid
Item 4	0,513	0,2656	Valid
Item 5	0,812	0,2656	Valid

Sumber: Data Primer Diolah 2020

c. Variabel Lokasi (X_3)

Tabel 4.10

Uji Validitas Variabel Keputusan nasabah (Y)

Pertanyaan	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
Item 1	0,675	0,2656	Valid
Item 2	0,536	0,2656	Valid
Item 3	0,616	0,2656	Valid
Item 4	0,703	0,2656	Valid
Item 5	0,734	0,2656	Valid

Sumber: Data Primer Diolah 2020

Variabel Keputusan Nasabah (Y)

Tabel 4.11
Uji Validitas Variabel Keputusan Nasabah (Y)

Pertanyaan	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
Item 1	0,742	0,2656	Valid
Item 2	0,579	0,2656	Valid
Item 3	0,625	0,2656	Valid
Item 4	0,677	0,2656	Valid
Item 5	0,721	0,2656	Valid

Sumber: Data Primer Diolah 2020

Tabel diatas menunjukkan bahwa semua instrumen valid, hal ini dibuktikan dengan besarnya nilai R_{hitung} dibanding R_{tabel} pada tiap-tiap pertanyaannya. Itu artinya, instrument layak untuk diuji cobakan.

2. Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas berfungsi untuk menunjukkan bahwa data yang didapat itu merupakan data yang terpercaya dan relevan dengan tujuan oengukuran.⁹ Penelitian ini menggunakan uji reliabilitas *Cronbach Alpha* diukur atas dasar skala *Cronbach Alpha* 0 sampai 1. Indeks reliabilitas soalnya memakai *one shot* pengukuran yang hanya dilakukan sekali lalu hasilnya dibandingkan dengan item atau soal lain atau yang mengukur hubungan antar jawaban. SPSS merupakan salah satu *softwere* yang memberikan kegunaan untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α), jika nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$ maka variabel bisa disebut reliabel.

Berikut disajikan data mengenai uji reliabelitias sebagai berikut :

Tabel 4.12
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	<i>Reliability Coefiens</i>	Alpha	Keterangan
----------	-----------------------------	-------	------------

⁹ Agus Eko Sujianto. *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0.*, hal. 97

Pelayanan(X_1)	5 item	0,664	<i>Reliabel</i>
Produk (X_2)	5 item	0,653	<i>Reliabel</i>
Lokasi (X_3)	5 item	0,664	<i>Reliabel</i>
Keputusan Nasabah (Y)	5 item	0,691	<i>Reliabel</i>

Data diatas menunjukkan hasil perhitungan standardized *item alpha* variabel Pelayanan(X_1), Produk (X_2), Lokasi (X_3) dan variabel Keputusan Nasabah (Y). sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa semua variabel (X_1 , X_2 , X_3 dan Y) tiap item yang akan diujikan bersifat reliabel.

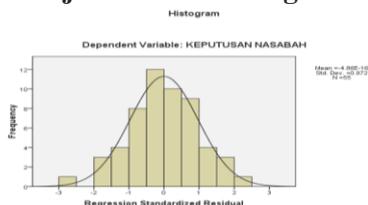
E. Hasil Uji Asumsi Klasik

Tujuan dari uji asumsi klasik ini ialah untuk mengetahui apakah data tersebut dapat dianalisis secara efesian atau tidak bias. Berikut karakteristik dari uji asumsi klasik sebagai berikut:

1. Uji normalitas

Uji ini digunakan untuk melihat normal atau tidaknya dari distribusi variabel *dependen* dan *independen*. Apabila data yang didapat berpola lurus tidak melenceng dan tidak runcing kesalah satu sisi maka data tersebut dapat dikatakan sebagai distribusi data yang baik.¹⁰ Pada penelitian ini, uji normalitas disajikan dalam bentuk histogram atau memakai grafik normal P-P Plot dengan melihat data penyebarannya sebagai berikut:

Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas dengan P-P Plot

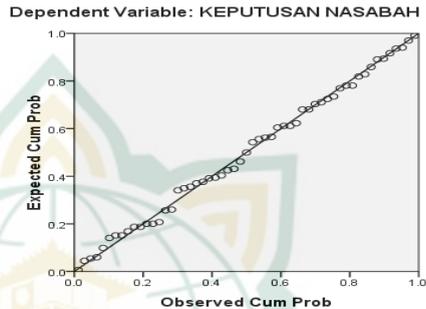


Sumber: Data primer yang diolah, 202

¹⁰ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Eds. 1, Cet. 1, Media Ilmu Press, Kudus, 2016, hlm, 106.

Gambar 4.2
Hasil Uji Normalitas dengan P-P Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Data diatas menunjukkan bahwa data yang terdistribusi bersifat normal, hal ini dibuktikan dengan residual data menunjukkan kurva normal (berbentuk lonceng sempurna).Adapun cara lain yang dapat digunakan untuk melihat uji normalitas ialah dengan memakai grafik normal P-P Plot, gambar diatas menunjukkan titik-titik tersebar disekitar garis diagonal. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa data tersebut terdistribusi secara normal dan sudah memenuhi kriteria asumsi klasik.

2. Uji Multikolinieritas

Uji mulkinolinieritas ditujukan untuk menilai ada atau tidaknya model regresi yang berkorelasi antar variabel. Jika tidak ada korelasi antar variabel maka dapat dikatakan moedel regresinya berjalan baik begitupun sebaliknya. Variabel independen yang nilai korelasi antar sesamanya sama dengan nol disebut variabel ortogonal. Suatu regresi dianggap tidak terjadi multikolinearitas jika nilai *tolerance* $\leq 0,01$ atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$.¹¹Berikut tabel untuk

¹¹Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*,(Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2001), 92.

mendiagnosa ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi dengan nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) :

Tabel 4.13
Hasil Uji Multikolinieritas dengan Koefisien

Collinearity Statistics	
Tolerance	VIF
.386	2.592
.368	2.718
.345	2.896

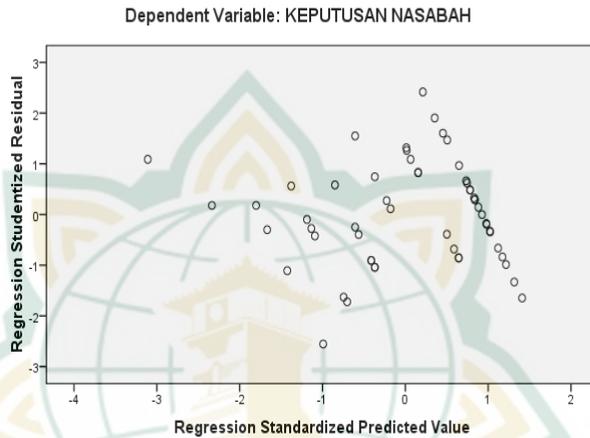
Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Tabel 4.13 menunjukkan nilai tolerance masing-masing variabel etika bisnis Islam dan kualitas produk sebesar (0,609), serta nilai VIF masing-masing variabel etika bisnis Islam dan kualitas produk sebesar (1,642). Itu artinya, tidak ada variabel bebas yang memiliki *tolerance* $\leq 0,10$ dan tidak ada variabel bebas yang memiliki *VIF* ≥ 10 . Sehingga bisa ditarik kesimpulan tidak ada multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

3. Uji Heterokedastisitas

Uji ini berfungsi untuk melihat adanya perbedaan atau ketidaksamaan varians pada model regresinya. Jika perbedaan dari antar residual tetap, maka tergolong homoskedastisitas jika sebaliknya maka dinamakan heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dilaksanakan dengan mengamati grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Pengujian ini disajikan dalam gambar dibawah ini:

Gambar 4.3
Hasil Uji Heteroskedastisitas
 Scatterplot



Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Gambar diatas menunjukkan terjadinya penyebaran titik-titik secara acak baik diatas maupun diawah angka 0 pada sumbu Y. sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa model regresi ini pantas dan bagus untuk dipakai dalam memprediksi pengaruh variable bebas terhadap variabel terikat.

4. Uji Autokorelasi

Autokorelasi merupakan pengoreksian atau observasi yang dilakukan secara berlanjut yang berkaitan satu dengan yang lain. Uji autokorelasi pada penelitian ini ditampilkan dalam tabel dibawah ini:

Tabel 4.14
Hasil Uji Autokolerasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.959 ^a	.920	.915	.567	1.950

- a. Predictors: (Constant)X3, X2, X1
- b. Dependent Variable:
Y

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Tabel 4.14 menunjukkan nilai *Durbin-Watson* yang didapatkan dari model regresi adalah 2,150. *Durbin-Watson* akan dikomparasikandengan nilai signifikansi 0,05 , jumlah sampel (n) = 55 dan jumlah variabel independen 3 (k=3) di peroleh nilai dL sebesar 1,609 , dU sebesar 1,701 dan 4-dU = 2,299, maka nilai DW lebih besar dari batas dalam (dU) dan kurang dari (4-dU) atau $dU < DW < 4-dU$ ($1,701 < 1,950 < 2,299$), sehingga dapat ditarik kesimpulan penelitian ini lolos uji autokorelasi.

F. Hasil Analisis Data

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini berhubungan lurusantara dua atau lebih variabel bebas dengan variabel terikat. Analisis ini ditujukan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan sehingga dilakukan analisis adakah pengaruh variabel terhadap variabel terikat.¹²

Tabel 4.15
Hasil Analisis regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		T	Sig.
		B	Std. Error		
1 (Constant)	2.201	.824		2.670	.010

¹²Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*,(Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2001),108

X1	.445	.067	.421	6.606	.000
X2	.178	.056	.209	3.196	.002
X3	.364	.058	.420	6.236	.000

a. Dependent Variable:

Y

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Hasil analisis regresi berganda pada tabel di atas diperoleh koefisien untuk variabel bebas $X_1=0,445$, $X_2=0,178$, $X_3=0,364$ dan konstanta sebesar 2,201 sehingga model persamaan regresi yang diperoleh adalah:

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

$$Y = 2,201 + (0,445)X_1 + 0,178X_2 + 0,364X_3$$

Dimana :

Y = Variabel dependen (Keputusan Nasabah)

X_1 = Variabel independen (Pelayanan)

X_2 = Variabel independen (Produk)

X_3 = Variabel independen (Lokasi)

a = Nilai Intercept (konstanta)

b_1 = Koefisien regresi Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah

b_2 = Koefisien regresi Produk terhadap Keputusan Nasabah

b_3 = Koefisien regresi Lokasi terhadap Keputusan Nasabah

Nilai koefisien regresi dari variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan nasabah dengan memakai tingkat signifikan alpha sebesar 0,05 dapat ditampilkan sebagai berikut:

- Nilai sebesar 2,201 merupakan nilai konstanta, yang berarti bahwa jika tidak ada variabel bebas yang terdiri dari variabel pelayanan, produk, dan lokasi yang mempengaruhi keputusan nasabah. Maka keputusan nasabah akan memperoleh nilai 2,201.
- Koefisien regresi 0,445 menyatakan bahwasetiap kenaikan pelayanan sebesar satu satuan akan meningkatkan keputusan nasabah

- sebesar 0,445 tanpa dipengaruhi variabel lainnya.
- c. Koefisien regresi 0,178 menyatakan bahwa setiap terjadi kenaikan produk sebesar satu satuan akan meningkatkan keputusan nasabah sebesar 0,178 tanpa dipengaruhi variabel lainnya.
 - d. Koefisien regresi 0,364 menyatakan bahwa setiap terjadi kenaikan lokasi sebesar satu satuan akan meningkatkan keputusan nasabah sebesar 0,364 tanpa dipengaruhi variabel lainnya.
 - e. Persamaan $Y = 2,201 + (0,445)X_1 + 0,178X_2 + 0,364X_3 + e$ dapat disimpulkan bahwa faktor terbesar yang mempengaruhi keputusan nasabah menabung adalah pelayanan, hal itu dapat dibuktikan dengan nilai koefisien regresi yang paling besar jika dibandingkan dengan nilai koefisien regresi pada variabel independen lainnya.

2. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji T)

Uji iniditujukan untuk mengetahui seberapa pengaruh model regresi variabel bebas (X) secara parsial (individual) terhadap variabel terikat (Y). langkah mencari t tabel ialah tabel distrbusi t dicari pada derajat kebebasan (df) $n-k-1$, (ialah jumlah sampel dan k merupakan jumlah variabel bebas). Maka tabel distribusi t diketahui bahwa t_{tabel} dalam penelitian ini untuk derajat kebebasan df $(55-3-1) = 51$ dengan tingkat signifikansi 5%, dengan pengujian dua sisi hasil diperoleh untuk t tabel sebesar 1,675. Sedangkan kriteria pengujiannya adalah apabila nilai $t_{hitung} > \text{nilai } t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sebaliknya apabila $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.¹³ Hasil pengujian hipotesis secara parsial dapat dilihat pada tabel berikut ini:

¹³ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2001), 68-69.

Tabel 4.16
Hasil Uji Parsial (Uji T)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.201	.824		2.670	.010
	X1	.445	.067	.421	6.606	.000
	X2	.178	.056	.209	3.196	.002
	X3	.364	.058	.420	6.236	.000

a. Dependent Variable:
Y

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

a. Uji Hipotesis Variabel Pelayanan

Berdasarkan hasil pengujian yang diperoleh untuk variabel Pelayanan diperoleh $t_{hitung} = 6,606$ dengan tingkat signifikansi 0,000. Oleh karena nilai $t_{hitung} (6,606) > t_{tabel} (1,675)$ maka H_0 di tolak dan H_1 di terima, artinya secara parsial Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah pada BMT Ben Makmur.

b. Uji Hipotesis Variabel Produk

Berdasarkan hasil pengujian yang diperoleh untuk variabel Produk diperoleh $t_{hitung} = 3,196$ dengan tingkat signifikansi 0,002. Oleh karena nilai $t_{hitung} (3,196) > t_{tabel} (1,675)$ maka H_0 ditolak dan H_2 diterima, artinya secara parsial variabel Produk berpengaruh terhadap keputusan nasabah pada BMT Ben Makmur.

c. Uji Hipotesis Variabel Lokasi

Berdasarkan hasil pengujian yang diperoleh untuk variabel Lokasi diperoleh $t_{hitung} = 6,236$ dengan tingkat signifikansi 0,000. Oleh karena nilai $t_{hitung} (6,236) > t_{tabel} (1,675)$ maka H_0 ditolak dan H_3 diterima, artinya secara parsial variabel Produk

berpengaruh terhadap keputusan nasabah pada BMT Ben Makmur.

3. Uji F

Uji ini digunakan untuk mengetahui masing-masing sumbangan variabel bebas secarabersama-sama terhadap variabel tergantung, menggunakan uji masing-masing koefisien regresi variabel bebas apakah mempunyai pengaruh yang bermakna atau tidak terhadap variabel terikat. Step yang harus dilakukan pada uji ialah :¹⁴

Tabel 4.17
Hasil Uji F Simultan

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	188.542	3	62.847	195.830	.000 ^a
	Residual	16.367	51	.321		
	Total	204.909	54			

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

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Dari hasil analisis uji F didapat F_{hitung} sebesar 195,830 dengan tingkat signifikansi 0,000. Pada F_{tabel} dengan tingkat signifikan 5%, dk pembilang = 3 dan penyebut dk = 51, sehingga diperoleh untuk F tabel sebesar 2,79. Jadi, karena F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($195,830 > 3,10$) dengan tingkat probabilitas signifikansi 0,000 maka H_0 ditolak dan H_3 diterima, artinya Pelayanan, Produk, dan Lokasi secarabersama-

¹⁴Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2001), 84

sama berpengaruh terhadap keputusan nasabah pada BMT Ben Makmur.

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Ghozali berpendapat nilai koefisien determinasi dipakai untuk menakar besarnya kontribusi dari variabel bebas yang diamati terhadap variasi variabel tergantung. Koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh *skill* model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi ialah antara nol sampai dengan satu.¹⁵ Nilai R^2 kecil berarti kemampuan variabel menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Secara matematis jika nilai $r^2 = 1$, maka $adjusted R^2 = r^2 = 1$ sedangkan jika nilai $r^2 = 0$, maka nilai $adjusted R^2 = (1 - k)/(n - k)$ jika $k > 1$, maka $adjusted R^2$ akan bernilai negatif.¹⁶

Tabel 4.18
Hasil Uji Koefisien Diterminasi (R^2)
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.959 ^a	.920	.915	.567

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

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Hasil analisis determinasi dapat dilihat pada *output Model Summary* dari hasil analisis regresi linier berganda di atas dilihat dari nilai R^2 (*R Square*)

¹⁵Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*,(Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2001), 83

¹⁶Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*,(Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2001), 97

sebesar 0,920 atau 92%. Hal ini menunjukkan bahwa persentasekontribusi pengaruh variabel bebas(Pelayanan, Produk, dan Lokasi)terhadap variabel terikat (Keputusan nasabah menabung) sebesar 92%. Sisanya dipengaruhi beberapa variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa terjadi hubungan antara Pelayanan, Produk, dan Lokasiterhadap keputusan nasabah menabung di BMT Ben Makmur.

G. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisis regresi yang dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat dijelaskan hal-hal sebagai berikut:

1. Pengaruh Pelayanan terhadap keputusan nasabah pada BMT Ben Makmur

Berdasarkan hasil pengujian yang diperoleh untuk variabel Pelayanan diperoleh $t_{hitung} = 6,606$ dengan tingkat signifikansi 0,000. Oleh karena nilai t_{hitung} ($6,606$) $>$ t_{tabel} ($1,675$) maka H_0 ditolak dan H_1 di terima, artinya secara parsial variabel Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung. t_{hitung} positif dan lebih besar dari t_{tabel} dengan tingkat signifikansi $<0,05$. Jadi, Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah pada BMT Ben Makmur. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan pelayanan yang diterapkan pada BMT Ben Makmur cukup baik.

2. Pengaruh Produk terhadap keputusan nasabah pada BMT Ben Makmur

Berdasarkan hasil pengujian yang diperoleh untuk variabel Produk diperoleh $t_{hitung} = 3,196$ dengan tingkat signifikansi 0,002. Oleh karena nilai t_{hitung} ($3,196$) $>$ t_{tabel} ($1,675$) maka H_0 ditolak dan H_2 diterima, artinya secara parsial Produk berpengaruh terhadap Keputusan nasabah. t_{hitung} positif dan lebih besar dari t_{tabel} dengan tingkat signifikansi $< 0,05$. Jadi, Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah pada BMT Ben Makmur.

Sehingga menurut hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, semakin baik produk maka akan mempengaruhi keputusan nasabah menabung.

3. Pengaruh Lokasi terhadap keputusan nasabah pada BMT Ben Makmur

Berdasarkan hasil pengujian yang diperoleh untuk variabel Lokasi diperoleh $t_{hitung} = 6,236$ dengan tingkat signifikansi 0,000. Oleh karena nilai t_{hitung} ($6,236$) > t_{tabel} ($1,675$) maka H_0 ditolak dan H_3 diterima, artinya secara parsial Lokasi berpengaruh terhadap Keputusan nasabah. t_{hitung} positif dan lebih besar dari t_{tabel} dengan tingkat signifikansi < 0,05. Jadi, Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah pada BMT Ben Makmur.

Sehingga menurut hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, semakin baik Lokasi maka akan mempengaruhi keputusan nasabah menabung.

4. Pengaruh Pelayanan, Produk, dan Lokasi terhadap keputusan nasabah pada BMT Ben Makmur

Dari hasil analisis uji F didapat F_{hitung} sebesar 195,830 dengan tingkat signifikansi 0,000. Pada F_{tabel} dengan tingkat signifikan 5%, dk pembilang = 3 dan penyebut dk = 86, sehingga diperoleh untuk F tabel sebesar 2,79. Jadi, karena F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($195,830 > 2,79$) dengan tingkat probabilitas signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_3 diterima, artinya Pelayanan, Produk, dan Lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan nasabah pada BMT Ben Makmur.

Dari hasil analisis, terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Hal ini membuktikan bahwa, Pelayanan, Produk, dan Lokasi secara bersama-sama mempengaruhi keputusan nasabah menabung. Jika pelayanan, produk, dan lokasi diterapkan oleh BMT Ben Makmur dilaksanakan dengan maksimal, maka keputusan nasabah menabung akan semakin baik.