

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Profil Lokasi Penelitian

##### 1. Sejarah BMT Ahsanu Amala Martapura

BMT Ahsanu Amala Martapura awalnya merupakan lembaga keuangan mikro syariah berbasis masyarakat Baitul Maal wat Tamwil (BMT) Ahsanu Amala yang didirikan dari, oleh dan untuk masyarakat ekonomi kecil kebawah, yang didukung sepenuhnya oleh para pengusaha, dengan mengembangkan kegiatan pelayanan jasa simpan pinjam berdasarkan prinsip, manajemen dan akad-akad keuangan syariah. Dalam praktik legal formal, operasional kelembagaan berada dibawah tanggung jawab Yayasan Ar-Ridho. Dalam bentuk Kelompok Swadaya Masyarakat (KSM), yang dibina langsung oleh Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi (Disperindagkop) Kabupaten Banjar. Didalam kegiatannya BMT Ahsanu Amala Martapura membangun kesadaran dan budaya menabung bagi anggotanya dengan berbagai produk tabungan, sebagai suatu semangat dalam mengelola pendapatan rumah tangga dan bebas dari jeratan kemiskinan, serta membangun budaya tolong-menolong dalam pemberian modal usaha untuk kegiatan ekonomi produktif yang dapat memperkuat ekonomi rumah tangga masyarakat kecil

kebawah. (Zainal Abidin, wawancara tanggal 23 Februari 2019).

Upaya pelayanan keuangan mikro syariah yang dilakukan tersebut, baik dengan membangun kesadaran budaya menabung dan mengelola modal pinjaman untuk peningkatan usaha ekonomi rumah tangga merupakan strategi yang efektif dalam kegiatan penanggulangan kemiskinan bagi masyarakat perkotaan ataupun pedesaan.

BMT Ahsanu Amala Martapura didirikan pada tanggal 20 Agustus 2001 dirumah kediaman Al-Mukarram Al-Habib Abu Bakar bin Hasan Al-Athas. Jalan Ahmad Yani samping Mesjid Pancasila Syi'arussolihin Martapura. Dengan dihadiri kurang lebih 150 orang yang terdiri dari para pengusaha, ulama, habib, aktivis dan masyarakat ekonomi kecil kebawah, dan secara khusus dihadiri oleh Bupati Banjar yang diwakili oleh Sekretaris Daerah (Sekda) Bapak Drs. H. Fahrian Hifni, serta Kepala Departemen Agama Kabupaten Banjar. Dalam perkembangannya pada tanggal 12 Juli 2009 Lembaga Keuangan Mikro Syariah berbasis masyarakat BMT Ahsanu Amala berubah nama menjadi Koperasi Syariah BMT Ahsanu Amala dengan badan hukum No.518/05/XIX-1/KOP/DKUMKM/VI/2009 yang beralamat jalan Sekumpul Muka Gang Madrasah Martapura. Dalam kegiatan awal BMT Ahsanu Amala Martapura menghimpun dana dari para pengusaha sebesar Rp 42.750.000,- (Empat Puluh Dua Juta Tujuh Ratus Lima Puluh



Ribu Rupiah), sebagai dana hibah dan titipan *Al-Wadiah* (berjangka), yang dijadikan modal awal untuk pemberian pinjaman modal usaha secara akad syariah kepada anggota dan seterusnya menggalang simpanan syariah kepada anggota.

Melakukan pendidikan menabung secara terprogram dan berkelanjutan melalui prinsip ekonomi Islam. Secara khusus BMT Ahsanu Amala Martapura mendapat hibah dana (berupa zakat) dari H. Husni Sekumpul sebesar Rp 32.600.000,- (Tiga Puluh Dua Juta Enam Ratus Ribu Rupiah).

## 2. Visi, Misi dan Tujuan

### Visi

Terwujudnya lembaga keuangan syariah berbasis masyarakat, yang dikelola secara transparan, akuntabel, demokratis, dan berdasarkan prinsip-prinsip serta manajemen keuangan syariah dan mendapatkan dukungan luas dari seluruh lapisan masyarakat.

### Misi

Mengoptimalkan fungsi dan peran lembaga keuangan syariah secara strategis dan berkelanjutan dalam rangka memberantas kemiskinan secara produktif menuju keswadayaan dan kemandirian umat.

### Tujuan

Tujuan dibentuknya BMT Ahsanu Amala Martapura adalah :



- a. Meningkatkan dan mengembangkan potensi ekonomi umat, khususnya pelaku ekonomi kecil.
- b. Meningkatkan semangat dan budaya menabung untuk terhindar dari kemiskinan dan semangat kerja keras untuk mengembangkan kegiatan usaha produktif rumah tangga.
- c. Memberikan pinjaman modal dengan akad sesuai syariah dan pinjaman bagi hasil, saling menguntungkan, berkeadilan dan menjauhkan umat dari praktik riba, rentenir dan uang panas yang sangat menyengsarakan masyarakat.
- d. Meningkatkan semangat tolong-menolong dan kepedulian sosial untuk mengatasi kemiskinan melalui kelembagaan ekonomi umat secara partisipatif, swadaya antar para pengusaha dan kalangan ekonomi menengah ke bawah.
- e. Mengumpulkan dan mengelola zakat, infak, sedekah, wakaf tunai serta hibah, sebagai kekuatan ekonomi umat yang dikelola secara produktif untuk perbaikan ekonomi menengah ke bawah.

### 3. Struktur Organisasi

Secara lengkap susunan kepengurusan BMT Ahsanu Amala Martapura adalah sebagai berikut:

Pengurus

- a. Ketua : Sayyid Ali Al Habsyi, SE
- b. Sekretaris : Gt. Nordin Iman, SE
- c. Bendahara : Joko Santoso, SE



#### Badan Pengawas

- a. Ketua : H. Nor Hakim, SH, M.Si
- b. Anggota : Fajriah
- c. Anggota : Siti Raudah

#### Karyawan

- a. Manager Officer : Sayyid Muhammad Rifky
- b. Accounting : Zainal Abidin, SE
- c. Kasir : Raihana, SP
- d. Marketing & Surveyor : Ami Akbar Rajab, SE
- e. Collector : Ismail Anwar

#### 4. Job Description / Deskripsi Tugas

Adapun tugas dari masing-masing bagian menurut penjelasan dari Pimpinan BMT Ahsanu Amala Martapura adalah:

##### a. Pengurus

- 1) Memimpin usaha koperasi di wilayah kerjanya sesuai dengan tujuan dan kebijakan umum yang telah ditentukan Koperasi.
- 2) Merencanakan, mengkoordinasikan dan mengendalikan seluruh aktivitas lembaga yang meliputi penghimpunan dana dari anggota dan lainnya serta penyaluran dana yang merupakan kegiatan utama lembaga serta kegiatan-kegiatan yang secara langsung berhubungan dengan aktivitas utama dalam upaya mencapai target.
- 3) Melindungi dan menjaga asset perusahaan yang berada



dalam tanggung jawabnya.

- 4) Membina hubungan dengan anggota, calon anggota, dan pihak lain dengan tujuan untuk mengembangkan pelayanan yang lebih baik.

b. Kasir/Costumer Service

- 1) Bertanggung jawab terhadap kelancaran rutinitas administrasi kasharian dan melaporkan kepada manajer (bekerjasama dengan administrasi keuangan).
- 2) Memberikan informasi tentang produk tabungan dan pembiayaan BMT Ahsanu Amala Martapura kepada nasabah.
- 3) Membantu proses pembukaan dan penutupan rekening nasabah.
- 4) Menerima transaksi uang masuk dan uang keluar.

c. Pembiayaan

- 1) Bertanggung jawab terhadap segala bentuk pembiayaan dan melaporkannya kepada pimpinan baik secara tertulis maupun lisan, serta mengembangkan pembiayaan dengan target yang riil.
- 2) Memberikan pelayanan dalam bentuk pembiayaan dan administrasi pembiayaan.
- 3) Survei calon nasabah pembiayaan.
- 4) Rapat penentuan pembiayaan.
- 5) Realisasi akad dan administrasi pembiayaan, cek jaminan



pembiayaan dan perjanjian pembiayaan.

- 6) Kwitansi akad, angsuran, daftar/data nasabah pembiayaan, bagi hasil, tabungan wajib dan saldo tabungan pembiayaan.

d. Administrasi Keuangan

- 1) Bertanggung jawab atas administrasi dan keuangan serta melaporkan kepada pimpinan.
- 2) Melaporkan laporan kas harian, bulanan dan tahunan.
- 3) Analisis laporan keuangan (data).
- 4) Bagi hasil bulanan.
- 5) Laporan keuangan tahunan/sisa hasil usaha (SHU).
- 6) Anggaran pendapatan dan pengeluaran lembaga.

## B. Produk dan Jasa

### 1. Produk Penghimpun Dana

#### a. Tabungan Mudharabah

Tabungan mudharabah adalah jenis simpanan yang pengambilannya dilakukan setiap saat pada jam kerja. Simpanan ini mendapatkan bagi hasil.

#### b. Tabungan Gula Ramadhan

Tabungan gula Ramadhan adalah jenis simpanan dengan niat persiapan menjalankan ibadah ramadhan dan dapat diambil menjelang tibanya bulan ramadhan berupa uang tunai atau



beberapa jenis sembako (sesuai permintaan).

c. Tabungan Santri/Siswa

Tabungan santri/siswa adalah jenis simpanan santri/siswa untuk mendidik mereka belajar menabung, hidup hemat dan digunakan untuk keperluan sekolah, bisa diambil kapan saja.

2. Produk Pembiayaan

a. Pembiayaan Mudharabah

Pembiayaan mudharabah adalah titipan modal secara amanah untuk usaha dengan sistem bagi hasil (misalnya 70:30 dari pendapatan bersih).



#### b. Pembiayaan Murabahah

Pembiayaan murabahah adalah pembiayaan dengan akad jual beli barang dengan cara dicicil atau diangsur dengan ketentuan sesuai dengan prinsip syariah.

### A. Kegiatan dan Kinerja Usaha Terkini

#### 1. Kegiatan BMT Ahsanu Amala Martapura

- a. Pembagian tabungan gula Ramadhan setiap bulan Sya'ban
- b. Buka puasa bersama anak yatim di bulan Ramadhan tetapi tidak setiap tahun
- c. Membagi paket dhuafa berupa sembako dan amplop santunan untuk anak yatim dan syarifah- syarifah janda tua di bulan Ramadhan
- d. Pembagian paket santri berupa alat tulis beserta buku pada tahun ajaran baru.

#### 2. Kinerja Usaha Terkini BMT Ahsanu Amala Martapura

Kinerja usaha terkini di BMT Ahsanu Amala Martapura adalah Tanah Kavling. Selain itu BMT juga menyediakan loket pembayaran tagihan yang dimana ini menjadi salah satu strategi untuk mempertahankan keanggotaan nasabah seperti Pembayaran PDAM, PLN/Token Listrik, Pulsa, dan Materai.

### D. Karakteristik Responden



Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini melalui penyebaran kuesioner secara media sosial dan sebagian secara wawancara kepada para nasabah BMT Ahsanu Amala Martapura yang menjadi responden. Jumlah kuesioner yang diperoleh dari responden merupakan sesuatu yang penting untuk mengetahui karakteristik responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini yaitu:

1. Jenis kelamin

Tabel 4.1

Karakter Responden berdasarkan Jenis Kelamin

No	Responden	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	26	26,5%
2	Perempuan	72	73,5%
	Jumlah	98	100 %

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2020)

Berdasarkan tabel di atas, persentase terbesar nasabah BMT Ahsanu Amala Martapura yang jadi responden adalah mereka yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 72 orang (73,5%), sedangkan 26 orang (26,5%) berjenis kelamin laki-laki.

2. Umur Responden

Tabel 4.2

Karakter Responden berdasarkan Umur

No	Umur Responden	Jumlah	Persentase
----	----------------	--------	------------



1	7 – 15	12	12,2%
2	16 – 35	47	48,0%
3	36 – 50	31	31,6%
4	> 50	8	8,2%
	Jumlah	98	100%

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2020)

Berdasarkan tabel di atas, umur responden yang paling banyak berumur 16 - 35 tahun sebanyak 47 orang (48,0%) diikuti responden yang berumur 36 - 50 tahun sebanyak 31 orang (31,6%) dan 7 – 15 tahun sebanyak 12 orang (12,2%), hanya sedikit responden yang berumur >50 tahun sebanyak 8 orang (8,2%).

### 3. Pendidikan Terakhir Responden

Tabel 4.3

Karakter Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase
1	SD	18	18,4%
2	MTs/SMP	27	27,6%
3	SMA/MA	43	43,9%



4	S-1	10	10,2%
	Jumlah	98	100%

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2020)

Berdasarkan tabel di atas, persentase terbesar nasabah BMT Ahsanu Amala Martapura yang jadi responden dengan pendidikan terakhir adalah mereka yang berjenis berpendidikan terakhir SMA/MA sebanyak 43 orang (43,9%), berpendidikan terakhir MTs/SMP sebanyak 27 orang (27,6%), dan berpendidikan terakhir SD sebanyak 18 orang (18,4%), sedangkan berpendidikan terakhir S-1 sebanyak 10 orang (10,2%).

#### 4. Pekerjaan Responden

Tabel 4.4

Karakter Responden berdasarkan Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	Pelajar	20	20,4%
2	Pedagang	31	31,6%
3	Karyawan	19	19,4%
4	PNS	1	1,0%
5	Lainnya	27	27,6%



	Jumlah	98	100%
--	--------	----	------

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2020)

Berdasarkan tabel di atas, persentase pekerjaan terbesar nasabah BMT Ahsanu Amala Martapura yang jadi responden adalah mereka yang memiliki status sebagai pedagang sebanyak 31 orang (31,6%), status sebagai lainnya sebanyak 27 orang (27,6%), status sebagai pelajar sebanyak 20 orang (20,4%), dan status sebagai karyawan sebanyak 19 orang (19,4%), sedangkan sebanyak 1 orang (1,0%) berstatus sebagai PNS.

#### 5. Jenis Tabungan

Tabel 4.5

Karakter Responden berdasarkan Jenis Tabungan

No	Jenis Tabungan	Jumlah	Persentase
1	Tabungan Mudharabah	44	44,9%
2	Tabungan Gula Ramadhan	36	36,7%
3	Tabungan Santri	18	18,4%
	Jumlah	98	100%

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2020)

Berdasarkan tabel di atas, persentase terbesar jenis tabungan nasabah BMT Ahsanu Amala Martapura yang jadi



responden adalah mereka yang memiliki tabungan mudharabah sebanyak 44 orang (44,9%), tabungan gula ramadhan sebanyak 38 orang (36,7%), sedangkan 17 orang (18,4%) memiliki tabungan santri.

### E. Analisis Deskripsi Variabel

Dari data yang diperoleh dari hasil pembagian angket kepada responden, maka akan dijabarkan deskripsi variabel mengenai pengaruh Produk ( $X_1$ ), Religiusitas ( $X_2$ ), Bagi Hasil ( $X_3$ ), Pelayanan ( $X_4$ ), Lokasi ( $X_5$ ) terhadap minat nasabah ( $Y$ ) pada BMT Ahsanu Amala Martapura.

#### 1. Produk

- a. Tersedianya berbagai macam produk dan jasa yang ditawarkan

Tabel 4.6

Tersedianya berbagai macam produk dan jasa yang ditawarkan

No	Persepsi Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	39	39,8%
2	Setuju	56	57,1%
3	Kurang Setuju	1	3,1%



4	Tidak Setuju	2	2,0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	-
	Jumlah	98	100%

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2020)

Berdasarkan hasil angket diperoleh bahwa sebagian besar nasabah (57,1%) menyatakan setuju tersedianya berbagai macam produk dan jasa yang ditawarkan. Karena hal ini dapat membuat calon nasabah berminat untuk menabung di BMT.

- b. Adanya BMT ini dapat mempermudah UKM kecil mengembangkan usahanya.

Tabel 4.7

Adanya BMT ini dapat mempermudah UKM kecil mengembangkan usahanya.

No	Persepsi Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	45	45,9%
2	Setuju	53	54,1%
3	Kurang Setuju	0	-
4	Tidak Setuju	0	-



5	Sangat Tidak Setuju	0	-
	Jumlah	98	100%

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2020)

Berdasarkan hasil angket diperoleh bahwa sebagian besar nasabah (54,1%) menyatakan setuju dengan adanya BMT ini dapat mempermudah UKM kecil mengembangkan usahanya.

- c. Pelayanan yang cepat dan mudah membuat saya berminat menjadi nasabah di BMT.

Tabel 4.8

Pelayanan yang cepat dan mudah

No	Persepsi Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	52	53,1%
2	Setuju	46	46,9%
3	Kurang Setuju	0	-
4	Tidak Setuju	0	-
5	Sangat Tidak Setuju	0	-
	Jumlah	98	100%

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2020)

Berdasarkan hasil angket diperoleh bahwa sebagian



besar nasabah (53,1%) menyatakan sangat setuju dengan pelayanan yang cepat dan mudah.

d. Adanya fasilitas tempat dan ruang pelayanan dengan baik.

Tabel 4.9

Adanya fasilitas tempat dan ruang pelayanan baik

No	Persepsi Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	36	36,7%
2	Setuju	61	62,2%
3	Kurang Setuju	1	1,0%
4	Tidak Setuju	0	-
5	Sangat Tidak Setuju	0	-
	Jumlah	98	100%

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2020)

Berdasarkan hasil angket diperoleh bahwa sebagian besar nasabah (62,2%) menyatakan setuju dengan tempat dan ruang pelayanan baik.

e. Adanya jaminan produk dan jasa yang ditawarkan serta mudahnya transaksi pembayaran.

Tabel 4.10

Adanya jaminan produk dan jasa yang ditawarkan serta mudahnya transaksi pembayaran.



No	Persepsi Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	32	32,7%
2	Setuju	65	66,3%
3	Kurang Setuju	1	1,0%
4	Tidak Setuju	0	-
5	Sangat Tidak Setuju	0	-
	Jumlah	98	100%

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2020)

Berdasarkan hasil angket diperoleh bahwa sebagian besar nasabah (66,3%) menyatakan setuju dengan jaminan produk dan jasa yang ditawarkan serta mudahnya transaksi pembayaran.

- f. Berbagai jenis produk dan jasa yang ditawarkan dapat diandalkan sebagai tabungan kedepannya.

Tabel 4.11

Berbagai jenis produk dan jasa yang ditawarkan dapat diandalkan sebagai tabungan kedepannya.

No	Persepsi Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	37	37,8%
2	Setuju	59	60,2%



3	Kurang Setuju	2	2,0%
4	Tidak Setuju	0	-
5	Sangat Tidak Setuju	0	-
	Jumlah	98	100%

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2020)

Berdasarkan hasil angket diperoleh bahwa sebagian besar nasabah (60,2%) menyatakan setuju dengan berbagai jenis produk dan jasa yang ditawarkan dapat diandalkan sebagai tabungan kedepannya.

- g. Penampilan karyawan dengan sopan santun dan dapat dipercaya membuat saya berminat menjadi nasabah di BMT.



Tabel 4.12

Penampilan karyawan dengan sopan santun dan dapat dipercaya.

No	Persepsi Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	56	57,1%
2	Setuju	42	42,9%
3	Kurang Setuju	0	-
4	Tidak Setuju	0	-
5	Sangat Tidak Setuju	0	-
	Jumlah	98	100%

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2020)

Berdasarkan hasil angket diperoleh bahwa sebagian besar nasabah (57,1%) menyatakan sangat setuju penampilan karyawan dengan sopan santun dan dapat dipercaya.

## 2. Religiusitas

- a. Mengamalkan semua perintah dan larangan yang ada dalam Al-Qur'an.

Tabel 4.13

Mengamalkan semua perintah dan larangan yang ada dalam Al-Qur'an.

No	Persepsi Responden	Frekuensi	Persentase
----	--------------------	-----------	------------



1	Sangat Setuju	57	58,2%
2	Setuju	41	41,8%
3	Kurang Setuju	0	-
4	Tidak Setuju	0	-
5	Sangat Tidak Setuju	0	-
	Jumlah	98	100%

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2020)

Berdasarkan hasil angket diperoleh bahwa sebagian besar nasabah (58,2%) menyatakan sangat setuju mengamalkan semua perintah dan larangan yang ada dalam Al-Qur'an.

- b. Selalu menjalankan sesuatu yang diperintahkan oleh Allah seperti sholat, bersedekah, dan menghindari transaksi yang mengandung riba.

Tabel 4.14

Selalu menjalankan sesuatu yang diperintahkan oleh Allah seperti sholat, bersedekah, dan menghindari transaksi yang mengandung riba.

No	Persepsi Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	67	68,4 %
2	Setuju	31	31,6 %



3	Kurang Setuju	0	-
4	Tidak Setuju	0	-
5	Sangat Tidak Setuju	0	-
	Jumlah	98	100%

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2020)

Berdasarkan hasil angket diperoleh bahwa sebagian besar nasabah (68,4%) menyatakan sangat setuju selalu menjalankan sesuatu yang diperintahkan oleh Allah seperti sholat, bersedekah, dan menghindari transaksi yang mengandung riba.

- c. Dengan menabung di Lembaga Syariah membuat nasabah tidak takut dalam bertransaksi karena menggunakan prinsip syariah.

Tabel 4.15

Dengan menabung di Lembaga Syariah membuat nasabah tidak takut dalam bertransaksi karena menggunakan prinsip syariah.

No	Persepsi Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	57	58,2%
2	Setuju	41	41,8%
3	Kurang Setuju	0	-



4	Tidak Setuju	0	-
5	Sangat Tidak Setuju	0	-
	Jumlah	98	100%

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2020)

Berdasarkan hasil angket diperoleh bahwa sebagian besar nasabah (58,2%) menyatakan sangat setuju dengan menabung di Lembaga Syariah membuat nasabah tidak takut dalam bertransaksi karena menggunakan prinsip syariah.

- d. Selalu menyelipkan akad dalam bertransaksi karena salah satu prinsip syariah dalam berjual beli.

Tabel 4.16

Selalu menyelipkan akad dalam bertransaksi karena salah satu prinsip syariah dalam berjual beli.

No	Persepsi Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	50	51,02%
2	Setuju	46	46,94%
3	Kurang Setuju	2	2,04%
4	Tidak Setuju	0	-
5	Sangat Tidak Setuju	0	-
	Jumlah	98	100%



Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2020)

Berdasarkan hasil angket diperoleh bahwa sebagian besar nasabah (51,02%) menyatakan sangat setuju Selalu menyelipkan akad dalam bertransaksi karena salah satu prinsip syariah dalam berjual beli.

- e. Selalu menanamkan prinsip-prinsip syariah dalam kehidupan sehari-hari.



Tabel 4.17

Selalu menanamkan prinsip- prinsip syariah dalam kehidupan sehari- hari.

No	Persepsi Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	44	44,9%
2	Setuju	53	54,08%
3	Kurang Setuju	1	1,02%
4	Tidak Setuju	0	-
5	Sangat Tidak Setuju	0	-
	Jumlah	98	100%

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2020)

Berdasarkan hasil angket diperoleh bahwa sebagian besar nasabah (54,08%) menyatakan setuju selalu menanamkan prinsip- prinsip syariah dalam kehidupan sehari- hari.

### 3. Bagi Hasil

- a. Berharap bagi hasil yang didapat bisa memperbesar jumlah tabungan saya



Tabel 4.18

Bagi hasil yang didapat bisa memperbesar jumlah tabungan

No	Persepsi Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	57	58,2%
2	Setuju	41	41,8%
3	Kurang Setuju	0	-
4	Tidak Setuju	0	-
5	Sangat Tidak Setuju	0	-
	Jumlah	98	100%

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2020)

Berdasarkan hasil angket diperoleh bahwa sebagian besar nasabah (58,2%) menyatakan sangat setuju bagi hasil yang didapat bisa memperbesar jumlah tabungan.

- b. Penjelasan dari karyawan mengenai besarnya bagi hasil sudah jelas dan dapat difahami.

Tabel 4.19

Penjelasan dari karyawan mengenai besarnya bagi hasil sudah jelas dan dapat difahami

No	Persepsi Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	67	68,4%
2	Setuju	31	31,6%



3	Kurang Setuju	0	-
4	Tidak Setuju	0	-
5	Sangat Tidak Setuju	0	-
	Jumlah	98	100%

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2020)

Berdasarkan hasil angket diperoleh bahwa sebagian besar nasabah (68,4%) menyatakan sangat setuju bagi hasil Penjelasan dari karyawan mengenai besarnya bagi hasil sudah jelas dan dapat difahami.

- c. Menabung di BMT karena bagi hasil yang diberikan oleh BMT tidak merugikan bagi saya

Tabel 4.20

Menabung di BMT karena bagi hasil yang diberikan oleh BMT tidak merugikan

No	Persepsi Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	32	32,7%
2	Setuju	63	64,3%
3	Kurang Setuju	3	3,0%
4	Tidak Setuju	0	-
5	Sangat Tidak Setuju	0	-



	Jumlah	98	100%
--	--------	----	------

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2020)

Berdasarkan hasil angket diperoleh bahwa sebagian besar nasabah (64,3%) menyatakan setuju bagi hasil menabung di BMT karena bagi hasil yang diberikan oleh BMT tidak merugikan.

- d. Bagi hasil antara pihak lembaga dan nasabah sudah sesuai dengan kesepakatan

Tabel 4.21

Bagi hasil antara pihak lembaga dan nasabah sudah sesuai dengan kesepakatan.

No	Persepsi Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	36	36,74%
2	Setuju	60	61,22%
3	Kurang Setuju	2	2,04%
4	Tidak Setuju	0	-
5	Sangat Tidak Setuju	0	-
	Jumlah	98	100%

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2020)

Berdasarkan hasil angket diperoleh bahwa sebagian besar nasabah (61,22%) menyatakan setuju bagi hasil antara



pihak lembaga dan nasabah sudah sesuai dengan kesepakatan.

#### 4. Pelayanan

##### a. Ketersediaan fasilitas yang dimiliki BMT memadai

Tabel 4.22

Ketersediaan fasilitas yang dimiliki BMT memadai.

No	Persepsi Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	25	25,51%
2	Setuju	67	68,37%
3	Kurang Setuju	6	6,12%
4	Tidak Setuju	0	-
5	Sangat Tidak Setuju	0	-
	Jumlah	98	100%

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2020)

Berdasarkan hasil angket diperoleh bahwa sebagian besar nasabah (68,37%) menyatakan setuju dengan ketersediaan fasilitas yang dimiliki BMT memadai.



- b. Kecepatan pelayanan yang diberikan oleh karyawan BMT dengan baik.

Tabel 4.23

Kecepatan pelayanan yang diberikan oleh karyawan BMT dengan baik.

No	Persepsi Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	44	44,9%
2	Setuju	53	54,1%
3	Kurang Setuju	1	1,0%
4	Tidak Setuju	0	-
5	Sangat Tidak Setuju	0	-
	Jumlah	98	100%

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2020)

Berdasarkan hasil angket diperoleh bahwa sebagian besar nasabah (54,1%) menyatakan setuju dengan kecepatan pelayanan yang diberikan oleh karyawan BMT dengan baik.

- c. Karyawan menerima, melayani dan merespon permintaan nasabah dengan baik.



Tabel 4.24

Karyawan menerima, melayani dan merespon permintaan nasabah dengan baik.

No	Persepsi Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	49	50 %
2	Setuju	49	50 %
3	Kurang Setuju	0	-
4	Tidak Setuju	0	-
5	Sangat Tidak Setuju	0	-
	Jumlah	98	100%

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2020)

Berdasarkan hasil angket diperoleh bahwa nasabah rata-rata menyatakan sangat setuju dan setuju dengan sikap karyawan menerima, melayani dan merespon permintaan nasabah dengan baik.

- d. Karyawan mampu menumbuhkan rasa aman, percaya dan konsisten bersikap sopan.



Tabel 4.25

karyawan mampu menumbuhkan rasa aman, percaya dan konsisten bersikap sopan.

No	Persepsi Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	44	44,9%
2	Setuju	54	55,1%
3	Kurang Setuju	0	-
4	Tidak Setuju	0	-
5	Sangat Tidak Setuju	0	-
	Jumlah	98	100%

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2020)

Berdasarkan hasil angket diperoleh bahwa sebagian besar nasabah (55,1%) menyatakan setuju karyawan mampu menumbuhkan rasa aman, percaya dan konsisten bersikap sopan.

- e. Karyawan memberikan perhatian secara individual kepada nasabah dan mengutamakan kepentingan nasabah



Tabel 4.26

karyawan memberikan perhatian secara individual kepada nasabah dan mengutamakan kepentingan nasabah.

No	Persepsi Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	42	42,9%
2	Setuju	56	57,1%
3	Kurang Setuju	0	-
4	Tidak Setuju	0	-
5	Sangat Tidak Setuju	0	-
	Jumlah	98	100%

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2020)

Berdasarkan hasil angket diperoleh bahwa sebagian besar nasabah (57,1%) menyatakan setuju karyawan memberikan perhatian secara individual kepada nasabah dan mengutamakan kepentingan nasabah

#### 5. Lokasi

- a. Lokasi BMT yang dekat dengan tempat tinggal dan pasar membuat saya berminat menabung di BMT.



Tabel 4.27

lokasi BMT yang dekat dengan tempat tinggal dan pasar.

No	Persepsi Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	45	45,9%
2	Setuju	50	51,0%
3	Kurang Setuju	3	3,1%
4	Tidak Setuju	0	-
5	Sangat Tidak Setuju	0	-
	Jumlah	98	100%

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2020)

Berdasarkan hasil angket diperoleh bahwa sebagian besar nasabah (51,0%) menyatakan setuju lokasi BMT yang dekat dengan tempat tinggal dan pasar.

- b. Tersedianya sarana dan prasarana yang membuat saya berminat menabung di BMT

Tabel 4.28

tersedianya sarana dan prasarana.

No	Persepsi Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	32	32,7%
2	Setuju	65	66,3%



3	Kurang Setuju	1	1,0%
4	Tidak Setuju	0	-
5	Sangat Tidak Setuju	0	-
	Jumlah	98	100%

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2020)

Berdasarkan hasil angket diperoleh bahwa sebagian besar nasabah (66,3%) menyatakan setuju tersedianya sarana dan prasarana.

- c. Lokasi BMT yang dekat dengan tempat kerja dan pusat pemerintahan

Tabel 4.29

lokasi BMT yang dekat dengan tempat kerja dan pusat pemerintahan.

No	Persepsi Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	26	26,53%
2	Setuju	67	68,37%
3	Kurang Setuju	4	4,08%
4	Tidak Setuju	1	1,02%
5	Sangat Tidak Setuju	0	-
	Jumlah	98	100%



Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2020)

Berdasarkan hasil angket diperoleh bahwa sebagian besar nasabah (68,37%) menyatakan setuju lokasi BMT yang dekat dengan tempat kerja dan pusat pemerintahan.

- d. Dengan melihat fenomena bisnis yang semakin berkembang, maka akan lebih baiknya jika eksistensi BMT dipertahankan dengan membuka cabang baru.

Tabel 4.30

Eksistensi BMT dipertahankan dengan membuka cabang baru.

No	Persepsi Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	32	32,65%
2	Setuju	63	64,29%
3	Kurang Setuju	3	3,06%
4	Tidak Setuju	0	-
5	Sangat Tidak Setuju	0	-
	Jumlah	98	100%

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2020)

Berdasarkan hasil angket diperoleh bahwa sebagian besar nasabah (64,29%) menyatakan setuju mempertahankan BMT dengan membuka cabang baru.





## F. Variabel Keputusan Nasabah dalam Memilih BMT

1. Saya berminat menabung di BMT karena terkesan mudah dan cepat dalam pencairan.

Tabel 4.31

Menabung di BMT karena terkesan mudah dan cepat dalam pencairan.

No	Persepsi Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	54	55,1%
2	Setuju	44	44,9%
3	Kurang Setuju	0	-
4	Tidak Setuju	0	-
5	Sangat Tidak Setuju	0	-
	Jumlah	98	100%

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2020)

Berdasarkan hasil angket diperoleh bahwa sebagian besar nasabah (55,1%) menyatakan sangat setuju menabung di BMT karena terkesan mudah dan cepat dalam pencairan.



2. Mencari informasi mengenai produk dan jasa yang ditawarkan BMT.

Tabel 4.32

mencari informasi mengenai produk dan jasa yang ditawarkan BMT.

No	Persepsi Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	36	36,7%
2	Setuju	57	58,2%
3	Kurang Setuju	2	2.0%
4	Tidak Setuju	3	3,1%
5	Sangat Tidak Setuju	0	-
	Jumlah	98	100%

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2020)

Berdasarkan hasil angket diperoleh bahwa sebagian besar nasabah (58,2%) menyatakan setuju mencari informasi mengenai produk dan jasa yang ditawarkan BMT.

3. Merasa lebih nyaman menabung di BMT dibandingkan menabung sendiri

Tabel 4.33

Merasa lebih nyaman menabung di BMT dibandingkan menabung sendiri.



No	Persepsi Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	63	64,3%
2	Setuju	35	35,7%
3	Kurang Setuju	0	-
4	Tidak Setuju	0	-
5	Sangat Tidak Setuju	0	-
	Jumlah	98	100%

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2020)

Berdasarkan hasil angket diperoleh bahwa sebagian besar nasabah (64,3%) menyatakan sangat setuju merasa lebih nyaman menabung di BMT dibandingkan menabung sendiri.

4. Memutuskan untuk menabung di BMT karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan.

Tabel 4.34

Sesuai dengan keinginan dan kebutuhan.

No	Persepsi Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	48	49.0%
2	Setuju	50	51,0%
3	Kurang Setuju	0	-
4	Tidak Setuju	0	-



5	Sangat Tidak Setuju	0	-
	Jumlah	98	100%

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2020)

Berdasarkan hasil angket diperoleh bahwa sebagian besar nasabah (51,0%) menyatakan setuju karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan.

5. Berminat mereferensikan produk dan jasa yang ditawarkan oleh BMT dimana responden menjadi nasabah di BMT tersebut kepada orang lain.

Tabel 4.35

Mereferensikan produk dan jasa yang ditawarkan oleh BMT dimana responden menjadi nasabah di BMT tersebut kepada orang lain.

No	Persepsi Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	32	32,7%
2	Setuju	64	65,3%
3	Kurang Setuju	2	2,0%
4	Tidak Setuju	0	-
5	Sangat Tidak Setuju	0	-
	Jumlah	98	100%

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2020)



Berdasarkan hasil angket diperoleh bahwa sebagian besar nasabah (65,3%) menyatakan setuju mereferensikan produk dan jasa yang ditawarkan oleh BMT dimana responden menjadi nasabah di BMT tersebut kepada orang lain.

## G. Analisis Data

### 1. Uji Validitas dan Realibilitas

Uji validitas dan realibilitas digunakan untuk menguji data menggunakan daftar pertanyaan atau kuesioner untuk melihat pertanyaan dalam koesioner yang diisi oleh repsonden tersebut layak atau belum pertanyaan-pertanyaan tersebut digunakan untuk mengambil data.

#### a. Uji Validitas

Penelitian ini menggunakan korelasi *product moment* dari Karl Person yaitu salah satu rumus yang dapat digunakan untuk melakukan uji data dengan program SPSS. Suatu angket dinyatakan valid jika nilai  $R_{hitung} >$  dari  $R_{tabel}$ . Karena dalam penelitian ini sampelnya berjumlah 98 maka  $R_{tabel}$  yang digunakan adalah 0,1986. Pengujian validitas selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 4.36 diberikut ini:

Tabel 4.36

#### Uji Validitas Data Variabel X<sub>1</sub> (Produk)

No	Variabel	Questi on	R hitung	R tabel	Sig	Keterangan
----	----------	--------------	----------	---------	-----	------------



1	Produk	1	0,511	0,1986	0	VALID
		2	0,657	0,1986	0	VALID
		3	0,784	0,1986	0	VALID
		4	0,617	0,1986	0	VALID
		5	0,608	0,1986	0	VALID
		6	0,706	0,1986	0	VALID
		7	0,674	0,1986	0	VALID
2	Religiusitas	8	0,610	0,1986	0	VALID
		9	0,578	0,1986	0	VALID
		10	0,740	0,1986	0	VALID
		11	0,675	0,1986	0	VALID
		12	0,643	0,1986	0	VALID
3	Bagi Hasil	13	0,610	0,1986	0	VALID
		14	0,578	0,1986	0	VALID
		15	0,721	0,1986	0	VALID
		16	0,754	0,1986	0	VALID
4	Pelayanan	17	0,661	0,1986	0	VALID
		18	0,679	0,1986	0	VALID
		19	0,831	0,1986	0	VALID
		20	0,777	0,1986	0	VALID
		21	0,808	0,1986	0	VALID
5	Lokasi	22	0,577	0,1986	0	VALID
		23	0,633	0,1986	0	VALID
		24	0,628	0,1986	0	VALID
		25	0,721	0,1986	0	VALID
6	Minat Nasabah	26	0,666	0,1986	0	VALID
		27	0,613	0,1986	0	VALID
		28	0,537	0,1986	0	VALID
		29	0,569	0,1986	0	VALID
		30	0,690	0,1986	0	VALID

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2020)

Berdasarkan tabel 4.36, maka dapat dilihat bahwa seluruh item pernyataan dari variabel  $X_1$  (Produk) memiliki status valid, karena nilai  $R_{hitung} > R_{tabel}$  sebesar 0,1986.

#### b. Uji Realibilitas

Uji realibilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi



alat ukur, apakah alat pengukur yang dapat digunakan diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Uji realibilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika Alpha Cronbach's > 0,6 maka reliable. Adapun realibilitas untuk masing-masing variabel hasilnya disajikan pada tabel berikut ini:



Tabel 4.37

## Uji Realibilitas

N o	Variabel	Cronbach' s Alpha	Uji Realibility	N of Items	Hasil
1	Produk	0,864	0,6	7	RELIABEL
2	Religiusitas	0,888	0,6	5	RELIABEL
3	Bagi Hasil	0,763	0,6	4	RELIABEL
4	Pelayana n	0,909	0,6	5	RELIABEL
5	Lokasi	0,797	0,6	4	RELIABEL
6	Minat Nasabah	0,798	0,6	5	RELIABEL

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2020)

Berdasarkan tabel 4.37, maka dapat dilihat bahwa seluruh item pernyataan dari variabel  $X_1$  (Produk) memiliki status valid, karena nilai  $R_{hitung} > R_{tabel}$  sebesar 0,6.

#### H. Uji Asumsi Klasik

Menurut Al-Ghazali, uji asumsi klasik dilakukan guna menguji kualitas data penelitian. Uji asumsi klasik yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji multikolonieritas, uji

autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas.



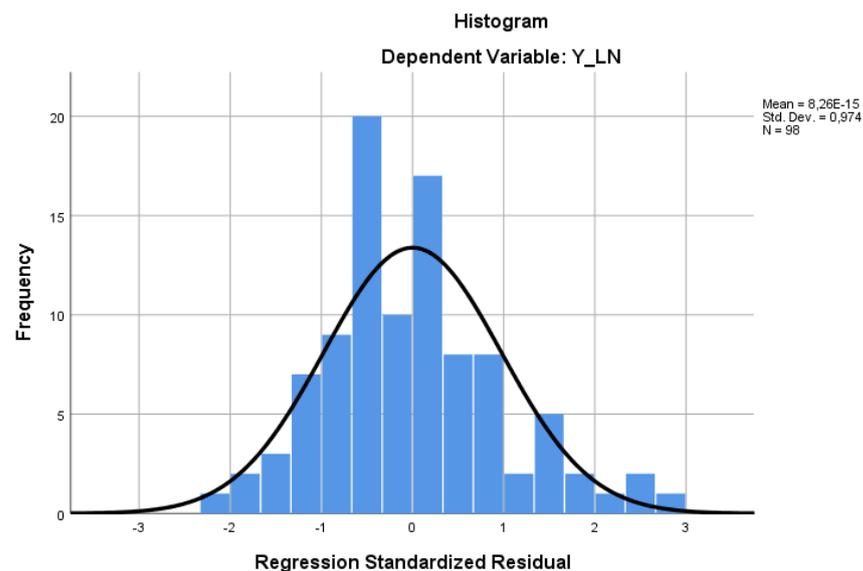
### a. Uji Normalitas

Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan analisis statistik.

#### 1) Analisis Grafik

Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan menggunakan *histogram regression residual* serta melihat diagram *normal probability-plot regression standardizet* dengan menggunakan SPSS 26 dengan hasil sebagai berikut:

Grafik 4.1

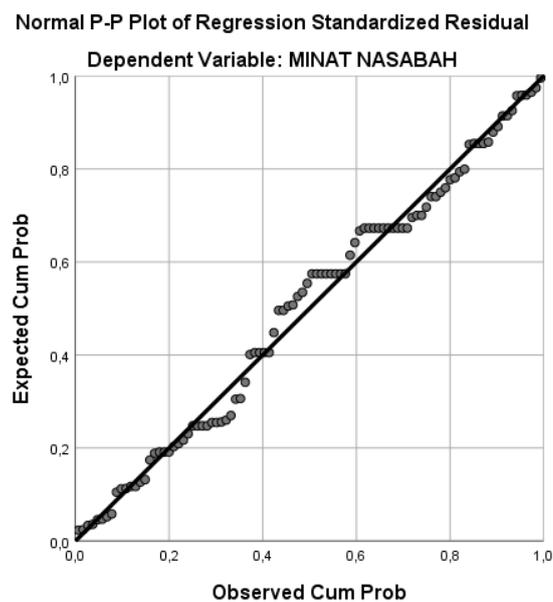


#### Uji Normalitas dengan Histogram

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2020)

Berdasarkan grafik 4.1 dapat diketahui bahwa data tidak condong ke kiri atau ke kanan, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Grafik 4.2 Uji Normalitas berdasarkan Normal P- P Plot



Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2020)

Dari Grafik 4.2 diatas dapat diketahui bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

## 2) Analisis Statistik

Uji statistik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik nonparametik. *Kolgomorov-Smirnov* (K-S) tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) 0,05. Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis:

Ho : Data residual terdistribusi normal apabila Sig hitung >

0,05

Ha : Data residual tidak terdistribusi normal apabila Sig hitung < 0,05.

Tabel 4.38

Uji Normalitas berdasarkan Analisis Statistik

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
N	Asymp. Sig. (2-tailed)
98	0,182

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2020)

Berdasarkan pada tabel 4.38 dapat diketahui hasil uji statistik nonparametric dengan *Kolmogorov-Smirnov* bahwa data Sig hitung (0,182) >  $\alpha$  (0,05), maka dapat disimpulkan bahwa data residual terdistribusi dengan Normal.

#### b. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas berarti terjadi korelasi yang kuat (hampir sempurna) antar variabel bebas. Model uji regresi yang baik selayaknya tidak terjadi multikolonieritas. Multikolonieritas dilakukan dengan melihat *variance inflation factor (VIF)* dan *tolerance*. Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai *tolerance value* kurang dari



0,10 atau sama dengan nilai VIF lebih dari 10. Jika nilai tolerance > 0,10 dan VIF < 10 maka tidak terjadi multikolonieritas diantara variabel bebas. Berikut hasil uji multikolinieritas dengan menggunakan SPSS versi 26 *for windows*.

Tabel 4.39

## Uji Multikolinieritas

Coefficients		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Produk	0,424	2,361
Regiliusitas	0,522	1,915
Bagi Hasil	0,531	1,884
Pelayanan	0,374	2,670
Lokasi	0,409	2,446

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2020)

Berdasarkan dari tabel 4.39 diatas diperoleh nilai *tolerance* > 0,10 dan VIF < 10, maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas diantara variabel bebas.

## c. Uji Heteroskedastisitas

Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadinya heteroskedastisitas. Untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan *Metode Korelasi Spearman* dan melihat ada tidaknya pola tertentu pada



grafik *Scatterplot* antara SRESID (residual) dan ZPRED (variabel terikat) dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah di-*studentized*. Adapun berikut ini uji heteroskedastisitas dengan menggunakan *SPSS 26 For Windows*.

Tabel 4.40

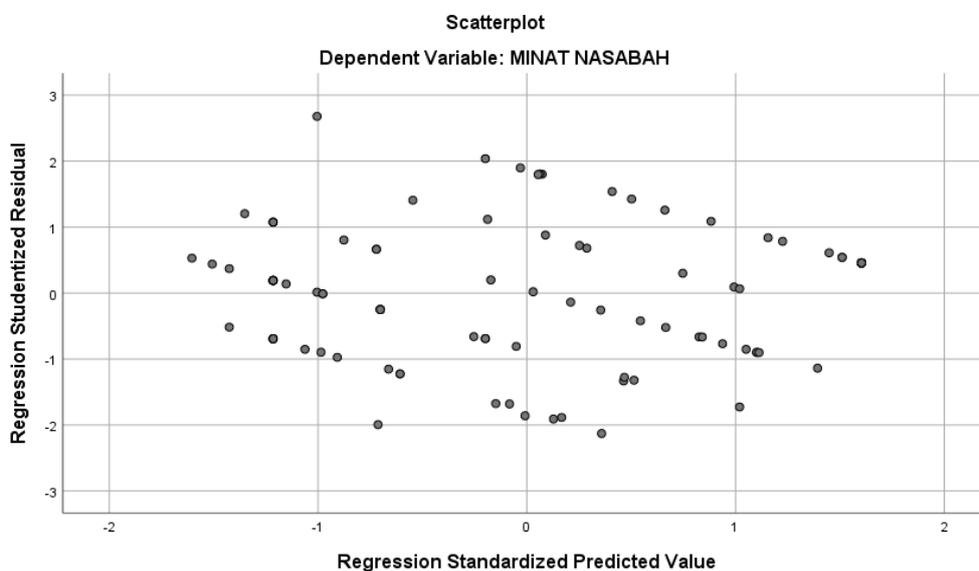
Uji Heteroskedastisitas dengan Metode Korelasi Spearman

Correlations	
Variabel	Sig. (2-tailed)
Produk	0,701
Religiusitas	0,612
Bagi Hasil	0,743
Pelayanan	0,799
Lokasi	0,909

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2020)

Grafik 4.3





### Uji Heteroskedastisitas dengan Scatterplot

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2020)

Berdasarkan dari tabel 4.41 dan grafik 4.3 diatas dapat diketahui bahwa uji heteroskedastisitas menggunakan *metode korelasi spearman* dan grafik *scatterplot* dengan hasil titik-titik menyebar secara acak, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

## I. Uji Hipotesis

### a. Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ )

Pengujian koefisien determinan ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besarnya pengaruh independen terhadap variabel dependen serta variabel diluar variabel independen yang diteliti.



Tabel 4.41  
Uji Koefisien Determinan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,740 <sup>a</sup>	,548	,523	1,36977
a. Predictors: (Constant), X5, X2, X1, X4, X3				

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2020)

Dari hasil penelitian ini nilai dari koefisien korelasi (R) sebesar 0,740 artinya hubungan antara variabel dependen Y (minat nasabah) dengan variabel independen X (produk, religiusitas, bagi hasil, pelayanan dan lokasi) sebesar 0,740. Koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,548 ini berarti kontribusi variabel independen (produk, religiusitas, bagi hasil, pelayanan dan lokasi) mempengaruhi variabel dependen (minat nasabah) sebesar 54,8 % sedangkan 45,2 % lain dijelaskan oleh variabel diluar variabel independen yang diteliti.

#### b. Analisis Regresi Linier Berganda

Pengaruh variabel bebas yaitu Produk, Religiusitas, Bagi Hasil, Pelayanan dan Lokasi terhadap Minat Nasabah pada BMT Ahsanu Amala Martapura dapat diketahui dengan melakukan pengujian analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS *for Windows* versi 26. Adapun hasil uji regresi linier berganda mengenai pengaruh Produk, Religiusitas, Bagi Hasil, Pelayanan dan Lokasi

terhadap Minat Nasabah pada BMT Ahsanu Amala Martapura adalah sebagai berikut:

Tabel 4.42  
Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coeffisients		
Model	B	Keterangan
Constant	8,588	Positif
Produk	0,031	Positif
Religiusitas	0,171	Positif
Bagi Hasil	0,274	Positif
Pelayanan	0,091	Positif
Lokasi	0,142	Positif

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2020)

berdasarkan tabel 4.43 diatas diketahui persamaan regresi linier berganda yaitu:  $Y = 8,588 + 0,031 + 0,171 + 0,274 + 0,091 + 0,142$

1) Konstanta

Nilai konstanta sebesar 8,588 menunjukkan pengaruh positif terhadap nilai dari variabel produk ( $X_1$ ), religiusitas ( $X_2$ ), bagi hasil ( $X_3$ ), pelayanan ( $X_4$ ), dan lokasi ( $X_5$ ) maka minat nasabah menabung di BMT ( $Y$ ) adalah sebesar 8,588.

2) Produk ( $X_1$ )

Variabel produk merupakan variabel yang diduga



berpengaruh terhadap minat nasabah pada BMT Ahsanu Amala Martapura pengaruhnya sebesar 0,031. Hal ini menunjukkan apabila variabel produk ditingkatkan 1% maka minat nasabah menabung akan meningkat sebesar 3,1% . Sebaliknya jika variabel produk diturunkan sebesar 1% maka akan diikuti menurunnya minat nasabah menabung sebesar 3,1% dengan asumsi bahwa variabel lain konstan.

### 3) Religiusitas ( $X_2$ )

Variabel religiusitas merupakan variabel yang diduga berpengaruh terhadap minat nasabah pada BMT Ahsanu Amala Martapura pengaruhnya sebesar 0,171. Hal ini menunjukkan apabila variabel religiusitas ditingkatkan 1% maka minat nasabah menabung akan meningkat sebesar 17,1% . Sebaliknya jika variabel religiusitas diturunkan sebesar 1% maka akan diikuti menurunnya minat nasabah menabung sebesar 17,1% dengan asumsi bahwa variabel lain konstan.



#### 4) Bagi Hasil ( $X_3$ )

Variabel bagi hasil merupakan variabel yang diduga berpengaruh terhadap minat nasabah pada BMT Ahsanu Amala Martapura pengaruhnya sebesar 0,274. Hal ini menunjukkan apabila variabel bagi hasil ditingkatkan 1% maka minat nasabah menabung akan meningkat sebesar 27,4% . Sebaliknya jika variabel bagi hasil diturunkan sebesar 1% maka akan diikuti menurunnya minat nasabah menabung sebesar 27,4% dengan asumsi bahwa variabel lain konstan.

#### 5) Pelayanan ( $X_4$ )

Variabel pelayanan merupakan variabel yang diduga berpengaruh terhadap minat nasabah pada BMT Ahsanu Amala Martapura pengaruhnya sebesar 0,091. Hal ini menunjukkan apabila variabel pelayanan ditingkatkan 1% maka minat nasabah menabung akan meningkat sebesar 9,1% . Sebaliknya jika variabel pelayanan diturunkan sebesar 1% maka akan diikuti menurunnya minat nasabah menabung sebesar 9,1% dengan asumsi bahwa variabel lain konstan.

#### 6) Lokasi ( $X_5$ )

Variabel lokasi merupakan variabel yang diduga berpengaruh terhadap minat nasabah menabung pada Koperasi Syariah BMT Ahsanu Amala pengaruhnya sebesar 0,142. Hal ini menunjukkan apabila variabel lokasi



ditingkatkan 1% maka minat nasabah menabung akan meningkat sebesar 14,2% . Sebaliknya jika variabel lokasi diturunkan sebesar 1% maka akan diikuti menurunnya minat nasabah menabung sebesar 14,2% dengan asumsi bahwa variabel lain konstan.

### c. Pengujian hipotesis secara parsial (Uji T)

Pengujian T digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi masing-masing variabel bebas (X) produk, religiusitas, bagi hasil, pelayanan, lokasi secara parsial berpengaruh terhadap variabel terikat (Y) minat nasabah pada BMT. Kriteria pengujian:

- 1) apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Artinya masing-masing variabel  $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5$  tidak berpengaruh signifikan terhadap Y.
- 2) apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya  $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5$  berpengaruh signifikan terhadap Y.

TABEL 4.43

UJI T atau Uji Parsial

Coefficients		
Model	T	Sig
Produk	0,480	0,633
Religiusitas	2,264	0,026



Bagi Hasil	2,001	0,048
Pelayanan	1,057	0,293
Lokasi	1,324	0,189

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2020)

Cara menghitung Ttabel:

Nilai Probabilitas = 5% = 0,05

N = 98 (jumlah observasi)

K = 6 (jumlah variabel bebas dan terikat)

DF = 92 (N- K)

Uji T =  $TINV(0,05;98) = 1,986086$

Dari tabel 4.43 diatas menunjukkan bahwa hasil uji T yang bertujuan menguji pengaruh variabel independent, yaitu produk, religiusitas, bagi hasil, pelayanan, dan lokasi diperoleh nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,986086. Berdasarkan hasil uji T diatas, maka ditarik kesimpulan sebagai berikut:

a. Pengujian hipotesis variabel produk ( $X_1$ )

Dari tabel *coefficient* diperoleh nilai  $t_{hitung}$  dari variabel produk ( $X_1$ ) sebesar 0,480 sementara  $t_{tabel}$  sebesar 1,986086. Ini berarti  $t_{hitung} < t_{tabel}$ . Dengan demikian hipotesis  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak dan berarti variabel produk ( $X_1$ ) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung di BMT (Y).

b. Pengujian hipotesis variabel religiusitas ( $X_2$ )



Dari tabel *coeffisient* diperoleh nilai  $t_{hitung}$  dari variabel religiusitas ( $X_2$ ) sebesar 2,264 sementara  $t_{tabel}$  sebesar 1,986086. ini berarti  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Dengan demikian hipotesis  $H_o$  ditolak dan  $H_a$  diterima dan berarti variabel religiusitas ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung di BMT (Y).

c. Pengujian hipotesis variabel bagi hasil ( $X_3$ )

Dari tabel *coeffisient* diperoleh nilai  $t_{hitung}$  dari variabel bagi hasil ( $X_3$ ) sebesar 2,001 sementara  $t_{tabel}$  sebesar 1,986086. Ini berarti  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Dengan demikian hipotesis  $H_o$  ditolak dan  $H_a$  diterima dan berarti variabel bagi hasil ( $X_3$ ) berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung di BMT (Y).

d. Pengujian hipotesis variabel pelayanan ( $X_4$ )

Dari tabel *coeffisient* diperoleh nilai  $t_{hitung}$  dari variabel pelayanan ( $X_4$ ) sebesar 1,057 sementara  $t_{tabel}$  sebesar 1,986086. Ini berarti  $t_{hitung} < t_{tabel}$ . Dengan demikian hipotesis  $H_o$  diterima dan  $H_a$  ditolak dan berarti variabel pelayanan ( $X_4$ ) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung di BMT (Y).

e. Pengujian hipotesis variabel lokasi ( $X_5$ )

Dari tabel *coeffisient* diperoleh nilai  $t_{hitung}$  dari variabel lokasi ( $X_5$ ) sebesar 1,324 sementara  $t_{tabel}$  sebesar 1,986086.



Ini berarti  $t_{hitung} < t_{tabel}$ . Dengan demikian hipotesis  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak dan berarti variabel lokasi ( $X_5$ ) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung di BMT ( $Y$ ).

#### d. Pengujian hipotesis secara simultan (Uji F)

Uji ini digunakan untuk membuktikan apakah variabel bebas (produk, religiusitas, bagi hasil, pelayanan, dan lokasi) berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat (minat nasabah menabung di BMT). Kriteria pengujian:

- a. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  Sig  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima
- b. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  Sig  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

TABEL 4.44

UJI F atau Uji Simultan

ANOVA		
Model	F	Sig
Regression	14,655	,000

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian (2020)

Cara menghitung  $F_{tabel}$ :

Nilai Probabilitas = 5% = 0,05

N = 98 (jumlah observasi)

K = 6 (jumlah variabel bebas dan terikat)



$$\begin{aligned}\text{Cari DF1} &= K - 1 &&= 6 - 1 = 5 \\ \text{Cari DF2} &= N - K &&= 98 - 6 = 92 \\ \text{Uji F} &= \text{FINV}(\text{deg\_freedom1}; \text{deg\_freedom2}) &&= \\ &2,313431\end{aligned}$$

Dari tabel 4.44 di atas dapat dilihat hasil dari nilai  $F_{\text{hitung}}$  adalah sebesar 14,655 sementara  $F_{\text{tabel}}$  sebesar 2,31. Sementara nilai Sig yang diperoleh adalah sebesar 0,000 dan nilai  $\alpha = 5\%$  atau 0,05. Ini menunjukkan bahwa  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$  maka  $H_a$  diterima. Ini berarti terdapat pengaruh antara produk, religiusitas, bagi hasil, pelayanan, dan lokasi secara simultan terhadap minat nasabah menabung di BMT. Jadi antara produk, religiusitas, bagi hasil, pelayanan, dan lokasi mempengaruhi terhadap minat nasabah.

