

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum BMT Artha Salsabil Ngaliyan**

##### **4.1.1 Sejarah singkat BMT Artha Salsabil<sup>1</sup>**

Koperasi Artha Salsabil didirikan pada tanggal: 01 Pebruari 2009, berkantor di Ruko Grand Ngaliyan Square Kav 66, Jl. Prof. Hamka Semarang dengan Badan Hukum No.: 14189/BHKDK,11/I/2009 koperasi Artha Salsabil bertujuan untuk menjembatani dana dari pihak pemilik harta agar dikelola secara produktif dan profesional dalam bentuk pembiayaan berdasarkan prinsip syari'ah Islam.

##### **4.1.2 Visi, Misi, Value Perusahaan dan Budaya Kerja.**

a) Visi:

“memberdayakan dan mengembangkan potensi Ekonomi Umat secara kekeluargaan untuk kepentingan bersama dengan sistem Ekonomi Syari'ah”.

b) Misi:

1) Membangun lembaga jasa keuangan mikro syari'ah yang mampu memberdayakan jaringan ekonomi mikro syari'ah, sehingga menjadikan umat yang mandiri.

---

<sup>1</sup> Dokumen BMT Artha Salsabil

- 2) Menjadikan lembaga jasa keuangan mikro syari'ah yang tumbuh dan berkembang melalui kemitraan yang sinergi dengan lembaga syari'ah lain, sehingga mampu membangun tatanan ekonomi yang penuh kesetaraan dan keadilan.
- 3) Mengutamakan mobilisasi pendanaan atas dasar *ta'awun* dari golongan *aghniya*, untuk disalurkan ke pembiayaan ekonomi kecil dan menengah serta mendorong terwujudnya manajemen zakat, infak, shodakoh, guna mempercepat proses menyejahterakan ummat, sehingga terbebas dari dominasi ekonomi ribawi.
- 4) Mengupayakan peningkatan permodalan sendiri, melalui penyertaan modal dari para pendiri, anggota, pengelola dan segenap potensi ummat, sehingga menjadi lembaga jasa keuangan mikro syari'ah yang sehat dan tangguh.
- 5) Mewujudkan lembaga yang mampu memperdayakan, membebaskan dan membangun keadilan ekonomi ummat, sehingga menghantarkan ummat Islam sebagai khaeru ummat.
- 6) Menciptakan pengusaha-pengusaha muslim yang tangguh di lingkungan masyarakat bebas.

#### **4.1.3 Bidang Operasional**

Secara kelembagaan koperasi BMT Artha Salsabil akan dibentuk menjadi 2 corporate yang saling berkesinambungan. Dimana corporate dibuat dalam masing-masing divisi yang berbeda, yaitu antara lain:

#### 1) Baitul Tamwil

- a. Baitut Tamwil (sektor simpan-pinjam), ini akan menjalankan bisnis-bisnis yang mempunyai *economic value (profit oriented)*. Dan akan mengoperasionisasikan praktek perbankan dengan menjalankan system syari'ah islam.
- b. Baitut tamwil (sektor Riil Usaha), ini akan menjalankan bisnis-bisnis sector usaha-usaha yang bergerak dibidang jasa travelling, perusahaan perdagangan, perusahaan industri dan lain-lain.

#### 2) Baitul Mal

Pada baitul mal-nya akan menjalankan fungsi social-keagamaan, yaitu dengan membentuk divisi-divisi yang mengurus tentang zakat. Infaq dan shadaqoh serta Divisi peduli kaum dhuafa', yang memfasilitasi antara lain seperti pendistribusian zakat, penyaluran hewan qurban, pembangunan tempat-tempat ibadah (masjid/mushalla) dan lain sebagainya.

Dan juga kedepan (program jangka panjang) mengusahakan untuk bisa mendirikan yayasan islamic center, yaitu mendirikan panti asuhan serta lembaga pendidikan bagi anak yatim-piatu dan anak fakir miskin.

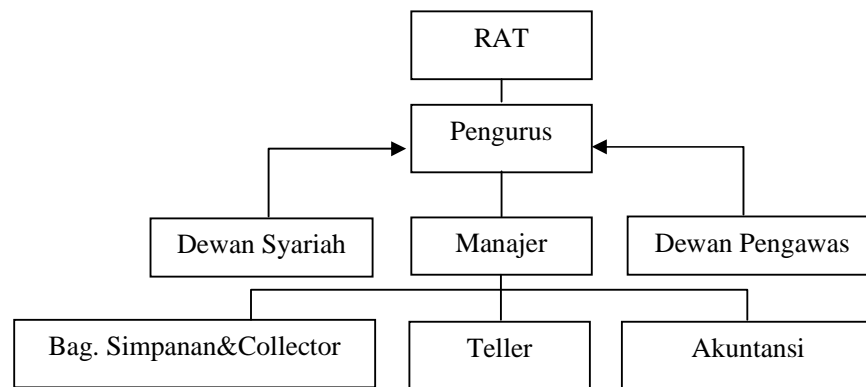
#### **4.1.4 Struktur Organisasi BMT Artha Salsabil**

Untuk memperlancar tugas-tugasnya, maka sebuah lembaga atau organisasi memerlukan struktur yang mendeskripsikan alur kerja yang harus dilakukan oleh personil yang ada dalam lembaga atau organisasi

tersebut. Adapun BMT Artha Salsabil mempunyai struktur organisasi yang jelas. Berikut ini adalah struktur organisasi BMT Artha Salsabil.<sup>2</sup>

Gambar 4.2

Struktur Organisasi BMT Artha Salsabil



Sumber: BMT Artha Salsabil

Sesuai dengan susunan gambar 4.1, struktur dalam BMT Artha Salsabil diantaranya:

RAT	: Seluruh anggota dan pengurus
Pengurus	:
Ketua	: Lastini
Sekretaris	: Catur Herman B, SH
Bendahara	: Ariyanto, SE
Dewan Pengawas Syariah	: Ketua: Prof. Dr. Amin Syukur, MA
Wakil ketua	: Imam Syafi'i, SE,MM, MHum
Anggota	: Ir. Rita Ermawati, MM
Manager	: Santoso

<sup>2</sup> Dokumen BMT Artha Salsabil

Bag. Simpanan dan Collector :

Akuntansi : Siti Nur Aminah, SE

Teller : Siti Saromah, SE

Adapun tugas dan wewenang dari struktur organisasi BMT Artha Salsabil adalah sebagai berikut:<sup>3</sup>

1. RAT

2. Pengurus

Bersama dewan syariah dan dewan pengawas melakukan koordinasi

3. Dewan Syariah

a. Memberikan arahan-arahan dan masukan-masukan kepada BMT Artha Salsabil

b. Memantau dan menyetujui produk-produk baru

4. Dewan Pengawas

a. Melakukan pengawasan secara tidak langsung

b. Melakukan koordinasi dengan pengurus

5. Manager

a. Memimpin organisasi dan bertanggung jawab penuh terhadap pengelolaan BMT Artha Salsabil

b. Mengevaluasi dan memutuskan setiap permohonan dan pembiayaan

c. Melakukan pengawasan dan pembinaan terhadap pengambilan pembiayaan

---

<sup>3</sup> Dokumen BMT Artha Salsabil

- d. Menandatangani perjanjian pembiayaan
  - e. Menandatangani buku tabungan dan sertifikat simpanan berjangka
  - f. Menyampaikan laporan pertanggungjawaban pengelola BMT Artha Salsabil kepada pengurus LM3 dan Departemen Koperasi (Depkop)
6. Bagian Simpanan & Collector
- Mencari orang baru untuk menjadi anggota BMT Artha Salsabil
7. Accounting
- a. Bertanggung jawab atas seluruh administrasi kegiatan BMT Artha Salsabil
  - b. Menyetujui setiap permohonan pembiayaan untuk selanjutnya di evaluasi dan diputuskan oleh manajer
  - c. Membuat buku tabungan dan sertifikat simpanan berjangka
  - d. Melakukan penagihan tunggakan pembiayaan
  - e. Membuat laporan keuangan bulanan dalam bentuk neraca dan laporan sisa hasil usaha
  - f. Membuat laporan-laporan lain sesuai dengan kebutuhan
  - g. Melakukan pembukuan atas asset dan omzet BMT Artha Salsabil
8. Teller
- a. Bertanggung jawab terhadap keluar masuknya uang kas
  - b. Menerima dan membayarkan uang atas seluruh transaksi BMT Artha Salsabil berdasarkan buku-buku yang sah.

- c. Mengelola kas beserta manajer mencatat seluruh transaksi keluar masuknya uang kas kedalam formulir atau buku yang telah disediakan

#### 4.1.5 Produk-produk BMT Artha Salsabil

Dalam operasionalnya BMT Artha Salsabil menawarkan berbagai produk, diantaranya:<sup>44</sup>

##### a. Produk Simpanan

###### 1) Simawar

Simpanan bagi anggota dan warga yang sangat menguntungkan, karena anggota dapat menyetor/menarik dananya sewaktu-waktu sehingga dapat mengatur arus kas pribadi, usaha maupun untuk investasi

###### 2) Situnas

Simpanan untuk anak sekolah. Simpanan ini sangat bermanfaat dalam pengaturan keuangan bagi anak-anak sekolah.

###### 3) Simpanan Religi

Simpanan yang berkaitan dengan ibadah *mahdhoh* dan ibadah muamalah

###### a) Simpanan Umroh dan Haji

###### b) Simpanan Idul Fitri

###### c) Simpanan Qurban

---

<sup>44</sup> Wawancara dengan bapak Santoso (manajer) BMT Artha Saslsabil pada tanggal 21 november 2011

4) Simpanan Berjangka/Deposito Simira

Simpanan investasi rakyat adalah simpanan investasi dengan akad *mudharabah* berjangka dimana anggota dapat menentukan jangka waktu yang dikehendaki dan atas investasi ini anggota berhak atas bagi hasil sesuai nisbah.

b. Produk Pembiayaan

1) Pembiayaan modal kerja

a) *Mudharabah*

b) *Musyarakah*

2) Piutang Jual Beli

a) *Murabahah*

b) Sewa (sewa-beli)

c) *Ijarah*

3) Multi jasa / IMB (Leasing Motor “Immas”)

a) *Rahn/Gadai*

b) Pinjaman/Dana Talangan Haji dan Umroh “*Al-Qard wa al-Ijarah*”

**4.1.6 Nilai Dasar Perusahaan / *Care Value***

1) Jujur

Jujur yaitu keadaan yang mengutamakan kebenaran hakiki pada diri kita, lingkungan dan rekan kerja.



## 2) Tanggung Jawab

Tanggung Jawab yaitu suatu kesediaan untuk menerima, menjalankan dan mengelola tugas, wewenang dan kepercayaan serta memikul resiko akibat penerimaan tugas, penggunaan wewenang dan menjaga kepercayaan yang diberikan kepadanya.

## 3) Disiplin

Disiplin yaitu memposisikan segala sesuatu pada tempat dan waktu yang semestinya.

## 4) Kerjasama

Kerjasama yaitu upaya untuk saling ketergantungan dalam mengoptimalkan pekerjaan yang mengandung unsur saling mengisi, saling membantu, saling mendukung, saling melengkapi, saling mengoreksi, saling menikmati hasil, saling menguntungkan.

## 5) Adil

Adil yaitu membagi segala sesuatu dengan proporsional.

## 6) Visioner

Visioner yaitu pandangan jauh kedepan yang berorientasi kepada pencapaian visi dan misi perusahaan.

## 7) Peduli

Peduli yaitu perhatian dan dorongan untuk menjaga, mempertahankan dan meningkatkan nilai, mutu atau tingkat kebaikan sesuatu hal, keadaan atau orang lain.

#### 4.1.7 Budaya kerja perusahaan

Koperasi BMT Artha Salsabil sebagai lembaga jasa keuangan mikro syari'ah menetapkan budaya kerja dengan prinsip-prinsip syari'ah yang mengacu pada sikap akhlaqul karimah dan kerahmatan.

Sikap tersebut terinspirasi dengan empat sifat Rasulullah yang disingkat SAFT;

1) *Shidiq*

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

2) *Amanah*

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

3) *Fathonah*

Profesionalisme dengan penuh inovasi, cerdas, trampil dengan semangat belajar dan berlatih yang berkesinambungan.

4) *Tabligh*

Kemampuan berkomunikasi atas dasar transparansi, pendampingan dan pemberdayaan yang penuh keadilan.

#### 4.2 Deskripsi Responden

Untuk mempermudah dalam mengidentifikasi responden, maka diperlukan karakteristik responden, diantaranya:

#### 4.2.1 Berdasarkan jenis kelamin

Jumlah responden jenis kelamin laki-laki lebih banyak dibandingkan responden jenis kelamin perempuan. Sebagaimana dapat dilihat dalam tabel.

**Tabel 4.3**

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis kelamin	Jumlah	Persen
Laki –laki	44	51,2%
Perempuan	42	48,8%
Total	86	100%

*Sumber: data primer yang sudah diolah, 2011*

Dari tabel 4.1 diatas dapat diketahui bahwa responden jenis kelamin laki-laki berjumlah 44 atau 51,2% sedangkan untuk responden jenis kelamin perempuan berjumlah 42 atau 48,8% dari keseluruhan responden yang berjumlah 86.

#### 4.2.2 Berdasarkan jenis umur

Berdasarkan tingkat umur, paling tinggi adalah responden berumur 31-30 tahun.

**Tabel 4.4**

Karakteristik responden berdasarkan umur

Umur	Jumlah	Persen
21-30 th	57	66,3%
31-40 th	26	30,2%
41-50 th	3	3,5%
Total	86	100%

*Sumber: data primer yang sudah diolah, 2011*

Dari tabel 4.2 diatas dapat diketahui bahwa responden yang berumur 21-30 tahun berjumlah 57 atau 66,3%, umur 31-40 tahun berjumlah 26 atau 30,2%, sedangkan umur 41-50 tahun berjumlah 3 atau 3,5% dari keseluruhan responden yang berjumlah 86.

#### 4.2.3 Berdasarkan jenis pekerjaan

Berdasarkan jenis pekerjaan, rata-rata yang nasabah di BMT Artha Salsabil adalah PNS.

**Tabel 4.5**

Karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persen
Wiraswasta	25	29,1%
PNS	39	45,3%
Lain-lain	20	25,6%
Total	86	100%

*Sumber: data primer yang sudah diolah, 2011*

Dari tabel 4.3 di atas dapat diketahui bahwa responden yang memutuskan menjadi anggota di BMT Artha Salsabil dengan pekerjaan wiraswasta adalah 25 atau 29,1%, PNS adalah 39 atau 45,3%, lain-lain adalah 20 atau 25,6% dari keseluruhan responden yang berjumlah 86.

### 4.3 Analisis Data

Dalam analisis data kuantitatif ini, penulis menggunakan program SPSS untuk menguji validitas dan reabilitas, dan untuk mengukur pengaruh

atribut produk dan pelayanan islam terhadap minat nasabah di BMT Artha Salsabil.

### 4.3.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji validitas ini bertujuan untuk menguji tingkat ketepatan instrumen dalam mengukur variabel-variabel penelitian, apakah instrumen yang digunakan memenuhi syarat-syarat alat ukur yang baik atau tidak. Apabila instrumen penelitian tersebut memenuhi sifat valid dan reliabel, maka dikatakan baik dan atau sebaliknya. Untuk mengetahui sifat instrumen valid dan reliabel maka dilakukan penghitungan uji validitas dan uji reabilitas, diantaranya:

#### 4.3.1.1 Analisis Uji Validitas

Untuk mengetahui soal valid dan tidak valid dapat dilihat nilai  $r_{hitung}$  dibandingkan dengan tabel *correlation produk moment* untuk dk (Derajat Kebebasan) =  $n-1 = 86 - 1 = 85$  untuk alfa 5% adalah 0,213. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka soal tersebut valid dan sebaliknya.

**Tabel 4.6**

Hasil uji validitas instrumen

Variabel	Item	Corrected item-total correlation ( $r_{hitung}$ )	$r_{tabel}$	Keterangan
Atribut Produk (X1)	Q 1	0,889	0,213	Valid
	Q2	0,831	0,213	Valid
	Q3	0,867	0,213	Valid
	Q4	0,531	0,213	Valid

	Q5	0,662	0,213	Valid
	Q6	0,509	0,213	Valid
	Q7	0,748	0,213	Valid
	Q8	0,842	0,213	Valid
Pelayanan Islami (X2)	Q1	0,324	0,213	Valid
	Q2	0,412	0,213	Valid
	Q3	0,261	0,213	Valid
	Q4	0,352	0,213	Valid
	Q5	0,280	0,213	Valid
	Q6	0,247	0,213	Valid
	Q7	0,240	0,213	Valid
	Q8	0,267	0,213	Valid
	Q9	0,321	0,213	Valid
	Q10	0,234	0,213	Valid
	Q11	0,437	0,213	Valid
	Q12	0,305	0,213	Valid
	Q13	0,260	0,213	Valid
Minat (Y)	Q1	0,305	0,213	Valid
	Q2	0,584	0,213	Valid
	Q3	0,618	0,213	Valid
	Q4	0,628	0,213	Valid
	Q5	0,520	0,213	Valid
	Q6	0,272	0,213	Valid
	Q7	0,206	0,213	Valid
	Q8	0,71	0,213	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2011

Dari tabel-tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing item pertanyaan memiliki  $r_{hitung} >$  dari  $r_{tabel}$  (0.213) dan bernilai positif. Dengan demikian butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

#### 4.3.1.2 Analisis Uji Reabilitas

Dalam analisis uji reabilitas ini menggunakan analisa *Cronbach Alpha*. Untuk mengetahui soal tersebut reliabel atau tidak dilihat pada nilai *Alpha* = 0,507 dicocokkan dengan nilai 0,60 ternyata nilai *Alpha* lebih kecil dari 0,6 artinya tidak signifikan atau tidak reliabel.

Tabel 4.7

Hasil uji reliabilitas instrumen

Variabel	Reliability coefficients	Alpha	Keterangan
X1	8 item	0,921	Reliable
X2	13 item	0,673	Reliable
Y	8 item	0,715	Reliable

*Sumber Data : output SPSS yang diolah, 2011*

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai cronbach alpha lebih dari 0.6, ( $\alpha >$  0.6), sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel  $X_1$ ,  $X_2$ , dan Y adalah reliabel.

### 4.3.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini bertujuan untuk menguji pengaruh atribut produk dan pelayanan islami terhadap minat nasabah di BMT Artha Salsabil.

Model regresi dapat disusun sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = minat nasabah

X<sub>1</sub> = atribut produk

X<sub>2</sub> = pelayanan islami

$\alpha$  = konstanta

$\beta_1$  = koefisien regresi variabel atribut produk

$\beta_2$  = koefisien regresi variabel pelayanan islami

e = pengganggu (*error*)

Tabel 4.8

Uji regresi linier berganda

Model	Unstandardized coefficients		Standardized coefficients
	B	Std.error	Beta
1. (constant)	34,777	5,186	
X1	,037	,072	,057
X2	,047	,086	,059

a. dependent variabel: Minat

Sumber :Data primer yang diperoleh, 2011



Berdasarkan hasil analisis regresi berganda pada tabel di atas diperoleh koefisien untuk variabel bebas  $X_1 = 0,37$ ,  $X_2 = 0,47$  dan konstanta sebesar 34,777 sehingga model persamaan regresi yang diperoleh adalah:

$$Y = 34,777 + 0,37X_1 + 0,47X_2$$

Dimana :

$Y$  = Variabel dependen (Minat)

$X_1$  = Variabel independen (atribut produk)

$X_2$  = Variabel independen (pelayanan islami)

- a. Nilai konstan ( $Y$ ) sebesar 34,777 artinya jika variabel atribut produk ( $X_1$ ) dan variabel pelayanan islami ( $X_2$ ) nilainya adalah 0 (nol), maka variabel minat ( $Y$ ) akan berada pada angka 34,777.
- b. Koefisien regresi  $X_1$  (atribut produk) dari perhitungan linier berganda didapat nilai *coefficients* ( $b_1$ ) = 0,37. Hal ini berarti setiap ada peningkatan atribut produk ( $X_1$ ) maka minat ( $Y$ ) juga akan meningkat dengan anggapan variabel pelayanan islami ( $X_2$ ) adalah konstan.
- c. Koefisien regresi  $X_2$  (pelayanan islami) dari perhitungan linier berganda didapat nilai *coefficients* ( $b_2$ ) = 0,47. Hal ini berarti setiap ada peningkatan pelayanan islami ( $X_2$ ) maka minat ( $Y$ ) akan meningkat, dengan anggapan variabel atribut produk ( $X_1$ ) adalah konstan.

### 4.3.3 Uji Statistika

#### 4.3.1.1 Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah suatu masing-masing variabel independen berpengaruh atau tidak terhadap variabel dependen. Lampiran hasil output.

Tabel 4.9  
Uji Partial  
**Coefficients(a)**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	34,777	5,186		6,706	,000
Atribut produk	,450	,072	,057	3,517	,001
Pelayanan islami	,319	,086	,059	3,540	,006

a Dependent Variable: minat

*Sumber :Data primer yang diperoleh, 2011*

Pengambilan keputusan (berdasarkan probabilitas) :

Jika probabilitas  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima

Jika probabilitas  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak

Keputusan : Terlihat bahwa pada kolom *Sig/significance* :

Variabel  $X_1$  dan  $X_2$  mempunyai angka signifikan di bawah 0,05,

karena itu, variable  $X_1$  dan  $X_2$  mempengaruhi Minat .

#### 4.3.1.2 Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah secara bersama-sama variabel independen berpengaruh atau tidak terhadap variabel dependen.

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji F**

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7,322	2	3,661	14,278	,000 <sup>a</sup>
	Residual	1091,759	83	13,154		
	Total	1099,081	85			

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

*Sumber: data primer yang diolah, 2011*

Dari Uji ANOVA atau F test, didapat F hitung adalah 14,278 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena probabilitas (0,000) jauh lebih kecil dari 0,05, maka model regresi bisa dipakai untuk memprediksi Minat . Atau bisa dikatakan, atribut produk dan pelayanan islami berpengaruh terhadap Minat

#### 4.3.1.3 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi yang memiliki fungsi untuk menjelaskan sejauh mana kemampuan variabel independen (atribut produk dan pelayanan islami) terhadap variabel dependen (minat nasabah). Dari hasil perhitungan melalui alat ukur statistik SPSS 18.0 *for Windows* didapatkan nilai koefisien determinasi sebagai berikut :

Tabel 4.11  
Uji Koefisien Determinasi

**Model Summary(b)**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,816(a)	,666	,656	3.62681

a Predictors: (Constant), pelayanan islami, atribut produk

b Dependent Variable: minat

Sumber :Data primer yang diperoleh, 2011

Tabel di atas menunjukkan bahwa variabel independen hanya mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 66.6%, sedangkan yang 33.4% sisanya dijelaskan variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini (tidak diteliti). Hasil uji koefisien determinasi tersebut memberikan makna bahwa masih terdapat variabel independen lain yang mempengaruhi Minat. Untuk itu perlu pengembangan penelitian lebih lanjut, terkait dengan topik ini.

#### 4.3.4 Uji Asumsi klasik

##### 4.3.4.1 Uji Normalitas

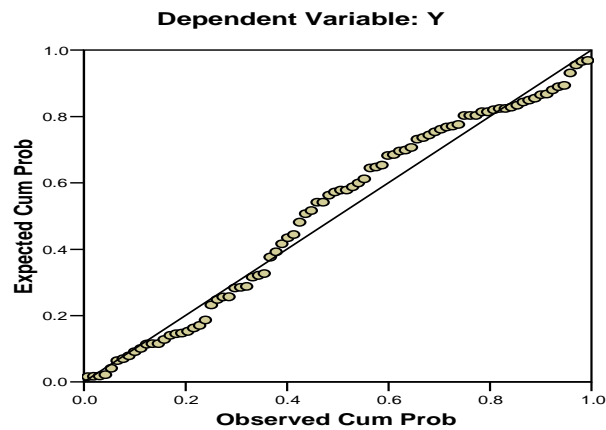
Deteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Dasar pengambilan keputusan :

1. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi Normalitas.
2. Jika data menyebar jauh garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal dan /atau tidak mengikuti arah garis

diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi Normalitas.

**Grafik 4.1**  
**Hasil Uji Normalitas**

**Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual**



*Sumber: Data primer yang diolah, 2011*

Dari grafik 4.1. di atas, terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Maka model regresi layak dipakai untuk prediksi Minat Beli berdasar masukan variabel independennya.

#### **4.3.4.2 Uji multikolinearitas**

Menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variable independent. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem Multikolinieritas (Multi).

Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variable independent.

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

Coefficients (a)

Model	Collinearity statistics	
	Tolerance	VIF
1. (constant)		
X1	,969	1,032
X2	,969	1,032

*Sumber :Data primer yang diolah, 2011*

**Deteksi adanya Multiko:**

Besaran VIF (*Variance Inflation Faktor*) dan *Tolerance*. Pedoman suatu model regresi yang bebas multiko adalah :

- a. Mempunyai nilai VIF dibawah angka 10
- b. Mempunyai angka TOLETANCE dibawah angka 1.

Catatan:  $Tolerance = 1/VIF$  atau bisa juga  $VIF = 1/Tolerance$

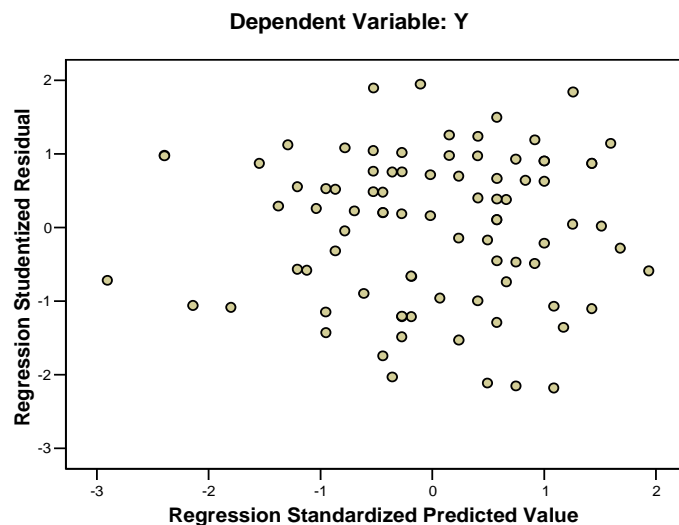
*Analisis:* Pada bagian COEFICIENT terlihat untuk ke-empat variable independent, angka VIF ada di bawah angka 10 (misal 1,032). Demikian juga nilai TOLERANCE dibawah angka 1 (seperti untuk variable  $X_1$  adalah 0,969).

Dengan demikian dapat disimpulkan model regresi tersebut tidak terdapat problem multikolinieritas (MULTIKO).

#### 4.3.4.3 Uji Heteroskedasitas

Menguji apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut Homoskedasitas. Dan jika varians berbeda, disebut Heteroskedasitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedasitas.

**Grafik 4.2**  
**Hasil Uji Heteroskedasitas**  
**Scatterplot**



*Sumber: data primer yang diolah, 2011*

Deteksi adanya Heteroskedasitas:

Deteksi dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik di atas, di mana sumbu X adalah Y yang telah

diprediksi, dan sumbu X adalah residual ( $Y$  prediksi –  $Y$  sesungguhnya) yang telah di *studentized*.

Dasar Pengambilan keputusan :

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik (point-point) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka telah terjadi Heteroskedasitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heteroskedasitas

**Analisis :** Dari grafik 4.2. di atas, terlihat titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini berarti tidak terjadi Heteroskedasitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk prediksi Minat berdasar masukan variable independennya.

#### 4.3.4.4 Uji Autokorelasi

Tujuan Uji autokorelasi ini adalah untuk Menguji apakah dalam sebuah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Tentu saja model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi.



**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Autokorelasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,816 <sup>a</sup>	,666	,656	3,62681	1,836

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

*Sumber: data primer yang diolah, 2011*

**Deteksi adanya Autokorelasi**

Besaran Durbin-Wanston

Panduan mengenai angka D-W (Durbin-Watson) untuk mendeteksi autokorelasi bisa dilihat pada Tabel D-W, yang bisa dilihat pada buku statistic yang relevan.

Namun demikian secara umum bisa diambil patokan :

- a. Angka DW di bawah -2 berarti ada autokorelasi positif.
- b. Angka DW di antara -2 sampai +2, berarti tidak ada autokorelasi
- c. Angka DW di atas +2 berarti ada autokorelasi negative.

**Analisis :**

Pada bagian Model Summary, terlihat angka D-W sebesar +1,836. Hal ini berarti model regresi di atas tidak terdapat masalah autokorelasi.

**4.4 Pembahasan Hasil Penelitian**

Di dalam pembahasan ini penulis menguraikan fakta-fakta lapangan yang telah diuraikan di atas kaitannya dengan menjawab rumusan masalah. Yaitu “apakah terdapat pengaruh atribut produk dan pelayanan islami

terhadap minat nasabah.” Berikut ini adalah pembahasan dari hasil analisis yang telah dilakukan.

Persamaan regresi linier berganda dapat diketahui dengan melihat angka koefisien regresi. Dalam penelitian ini diketahui besarnya parameter standar koefisien regresi variabel independen atribut produk ( $X_1$ ) dan pelayanan islami ( $X_2$ ) dengan variabel dependen minat nasabah ( $Y$ ) secara berturut-turut sebesar 0,37 ( $X_1$ ) dan 0,47 ( $X_2$ ) dengan konstanta sebesar 34,777. Sehingga dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 34,777 + 0,37X_1 + 0,47X_2$$

Keterangan :

$Y$  = Variabel dependen (minat nasabah)

$X_1$  = Variabel independen (atribut produk)

$X_2$  = Variabel independen (pelayanan islami)

Dengan demikian, terlihat bahwa parameter koefisien regresi untuk variabel atribut produk dan pelayanan islami adalah positif terhadap minat nasabah. Oleh karena itu setiap terjadi peningkatan kedua variabel independen tersebut, maka variabel minat nasabah juga akan mengalami kenaikan dengan catatan, minat nasabah konstan pada angka 34,777. Nilai konstan ( $Y$ ) sebesar 34,777 mengasumsikan bahwa jika variabel atribut produk ( $X_1$ ) dan variabel pelayanan islami ( $X_2$ ) nilainya adalah 0 (nol), maka variabel minat nasabah ( $Y$ ) akan berada pada angka 34,777. Dan jika koefisien regresi  $X_1$  (atribut produk) mengalami peningkatan, maka minat nasabah ( $Y$ ) juga akan meningkat dengan anggapan variabel pelayanan

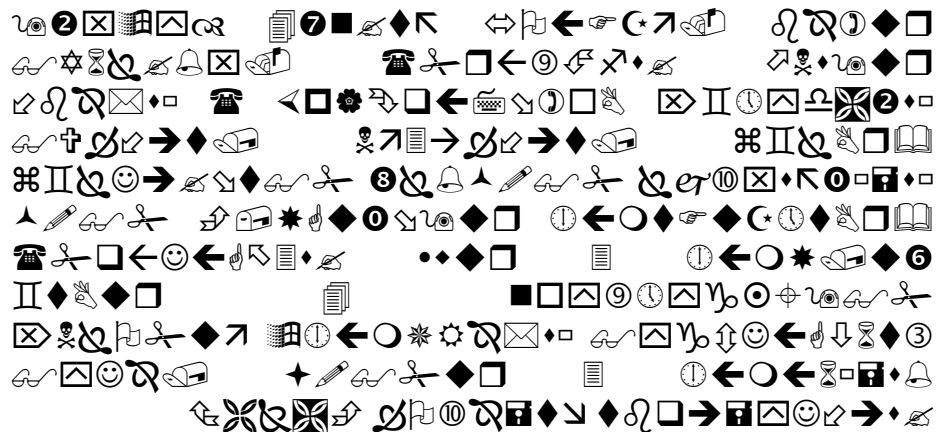
islami (X2) adalah konstan. Selanjutnya jika pelayanan islami (X2) mengalami peningkatan, maka minat nasabah (Y) akan meningkat, dengan anggapan variabel atribut produk (X1) adalah konstan.

Kontribusi variabel atribut produk dan pelayanan islami dalam upaya mempengaruhi variabel minat nasabah secara simultan (bersama-sama) dapat diwakili oleh besarnya koefisien determinasi. Sebagaimana sudah diuraikan diatas, bahwa nilai koefisien determinasi yang dinotasikan dalam angka  $R^2$  (R square) adalah sebesar ,666 yang artinya besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan adalah sebesar 66,6%, sisanya sebesar 33,4% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti. Besarnya kontribusi masing-masing variabel independen tersebut diatas baik secara parsial maupun parsial masih perlu dianalisa lebih lanjut guna mengetahui apakah hasilnya dapat diterima atau tidak. Dan untuk mengetahui diperlukan uji hipotesa. Diketahui dalam menguji hipotesa secara parsial, diperlukan uji T, sedangkan untuk menguji hipotesa secara simultan diperlukan uji F.

Sebagaimana telah diuraikan sebelumnya, hasil penghitungan uji T, diketahui nilai t hitung untuk variabel diferensiasi produk adalah lebih besar dibandingkan dengan nilai t tabel (3,517), ini artinya uji parsial yang menyatakan atribut produk berpengaruh positif terhadap minat nasabah dapat diterima. Dan otomatis menolak hipotesa 1 yang telah diajukan oleh peneliti. Pengujian hipotesa secara parsial untuk variabel pelayanan islami terlihat bahwa nilai t hitungnya lebih besar dibandingkan dengan t tabel

(3,540), artinya bahwa variabel pelayanan islami dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat nasabah. Dan otomatis hipotesa kedua yang diajukan peneliti tidak dapat ditolak.

Kemudian berdasarkan kuesioner yang telah disebar, mayoritas nasabah menyatakan bahwa karyawan BMT Artha Salsabil pelayanannya baik seperti amanah. Sikap ini perlu dipertahankan dan dikembangkan, karena dengan amanah dapat dipercaya kepada nasabah dapat membangun jaringan kerja yang tidak terbatas. Rasulullah SAW pernah bersabda:



Artinya: Jika kamu dalam perjalanan (dan bermu'amalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, Maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, Maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. dan barangsiapa yang menyembunyikannya, Maka Sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.

Dalam upaya untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh secara simultan, uji F diperlukan. Di pembahasan sebelumnya telah diuraikan bahwa nilai F hitung lebih besar dengan F tabel (14,278) ini artinya, secara tegas bahwa secara serempak variabel independen (atribut produk dan

pelayanan islami) berpengaruh positif terhadap variabel dependen (minat nasabah). hipotesa ketiga yang diajukan peneliti adalah dapat diterima.