

## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran umum BMT Hudatama**

##### **4.1.1 Sejarah singkat BMT Hudatama**

BMT Hudatama didirikan pada tanggal 2 oktober 1998 oleh para pemuda dan tokoh Masyarakat yang peduli akan pemberdayaan ekonomirakyat. Pendirian ini didasari oleh semangat pemberian solusi kepada masyarakat terutama kepada usaha kecil dan menengah supaya dapat tumbuh dan berkembang dengan mengembangkan pola kemitraan sehingga usaha kecil dan menengah dapat menjadi penyangga ekonomi bangsa.

Undang-undang nomor 25 tahun 1992 tentang perkoperasian disusun untuk mempertegas jatidiri, kedudukan, permodalan, dan pembinaan koperasi sehingga dapat lebih menjamin kehidupan koperasi sebagaimana diamanatkan oleh pasal 33 undang-undang Dasar 1945. Dengan dikeluarkannya peraturan pemerintahan No.9 tahun 1995 tentang pelaksanaan kegiatan usaha simpan pinjam oleh koperasi serta kepmen koperasi dan UKM no.91/kep/M.KUM/IX/2004 tentang petunjuk pelaksanaan kegiatan usaha KJKS maka semakin jelas bahwa kegiatan usaha jasa keuangan syariah perlu ditumbuh kembangkan.

Persyaratan penting yang perlu dimiliki oleh koperasi jasa keuangan syariah adalah sebagai lembaga keuangan harus menjaga kredibilitas atau kepercayaan dari anggota pada khususnya dan masyarakat luas pada umumnya.

#### **4.1.2 Visi dan Misi BMT Hudatama**

##### **4.1.2.1 Visi BMT Hudatama**

Menjadi lembaga keuangan sayri'ah kebanggaan umat yang amanah, sehat, dan profesional dengan mengembangkan pola kemitraan untuk pemberdayaan ekonomi dalam rangka dakwah.

##### **4.1.2.2 Misi BMT Hudatama**

1. Memberikan mutu layanan yang baik, amanah, profesional, resiko yang minimal.
2. Meningkatkan peran pemberdayaan ekonomi masyarakat.
3. Membantu dan memberikan solusi kepada usaha kecil dan menengah dalam memecahkan permasalahan-permasalahannya.

#### **4.1.3 Struktur Organisasi**

Struktur organisasi merupakan gambaran tentang hubungan dan kerjasama dalam organisasi tersebut. Struktur organisasi BMT Hudatama adalah sebagai berikut:

**Pengurus dan pengawas**

## Dewan pengurus

Ketua : Mohammad Saleh

Wakil ketua :Hermawati

Sekretaris :Nursodik

Bendahara :Suhermini

Wakil bendahara :Sri Hastuti

## Dewan Pengawas keuangan

Ketua :Mahno Raharjo

Anggota : Suroto

## Dewan pengawas syari'ah

Ketua :Haerudin

Anggota : Samsudin

## Management

Manajer Utama :Khoiridin

Manajer Pemasaran :Bancol

Manjer Operasional :Herry Akhatiani

Kepala Cabang : 1. Bubun Hoerudin

2. Robi Aryanto

3. Nur Malik saefudin

4. Tri Wiyanto

Kepala bagian : 1.Dayanaji Gati Pambudi

2. Indah Kusumastuti

### 4.1.3 Produk BMT Hudatama

#### 4.1.3.1 Funding

##### a. Simpanan *wadiah yad adh-dhamanah*

Adalah simpanan anggota pada koperasi dengan akad *wadiah* namun dengan seizin penyimpanan dapat digunakan oleh BMT untuk kegiatan operasional koperasi, dengan ketentuan penyimpanan tidak mendapatkan bagi hasil atas penyimpanan dananya, tetapi bisa dikompensasi dengan imbalan bonus yang besarnya ditentukan sesuai kebijakan dan kemampuan koperasi.

Di BMT Hudatama seperti:

1. Titipan zakat, infak, sedekah untuk disampaikan kepada yang berhak.
2. Simpanan giro yang sewaktu-waktu dapat diambil.

##### b. Investasi *Mudharabah Al-Mutlaqoh*

Adalah simpanan anggota pada koperasi dengan akad *mudharabah al-mutlaqoh* yang diperlukan sebagai investasi anggota untuk dimanfaatkan secara produktif dalam bentuk pembiayaan kepada anggota koperasi, calon anggota, koperasi lain dan anggotanya secara profesional dengan ketentuan penyimpanan mendapatkan bagi hasil atas penyimpanannya sesuai *nisbah* yang disepakati pada saat pembukuan rekening tabungan.

Di BMT Hudatama seperti:

1. Simpanan biasa

2. Simpanan pendidikan
  3. Simpanan haji
  4. Simpanan umroh
- c. Investasi *Mudharabah* berjangka

Adalah simpanan anggota pada koperasi dengan akad *Mudharabah Al-Mutlaqah* yang penyetorannya dilakukan sekali dan penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu menurut perjanjian antara penyimpanan dengan koperasi yang bersangkutan.

Di BMT Hudatama seperti:

1. Simpanan Qurban.
2. Simpanan Aqiqah.

#### **4.1.4.2 Landing**

Beberapa produk landing BMT Hudatama antara lain:

- a. Pembiayaan *Mudharabah*

Adalah akad kerjasama permodalan usaha dimana koperasi sebagai pemilik modal (*sohibul maal*) menyetorkan modalnya kepada anggota, calon anggota sebagai pengusaha (*Mudhorib*) untuk melakukan kegiatan usaha sesuai akad dengan ketentuan pembagian keuntungan dibagi bersama sesuai kesepakatan (*nisbah*) dan apabila rugi ditanggung oleh pemilik modal sepanjang bukan merupakan kelalaian penerima modal.

b. Pembiayaan *Musyarokah*

Adalah akad kerjasama permodalan usaha antara koperasi dengan satu atau beberapa pihak sebagai pemilik modal pada usaha tertentu untuk mengabungkan modal dan melakukan usaha bersama dalam satu kemitraan, dengan *nisbah* pembagian hasil sesuai kesepakatan para pihak, sedangkan kerugian ditanggung secara profesional sesuai dengan kontribusi modal.

c. Pembiayaan *Murabahah*

Adalah tagihan atas transaksi penjualan barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan yang disepakati pihak penjual dan pembeli dan atas jual beli tersebut yang mewajibkan anggota untuk melunasi kewajibannya sesuai jangka waktu tertentu disertai dengan pembayaran imbalan berupa *margin* keuntungan yang disepakati dimuka sesuai akad.

d. Pembiayaan *salam*

Adalah tagihan anggota terhadap koperasi atas transaksi jual beli barang dengan cara pemesanan antara penjual dan pembeli dengan pembayaran dimuka dan pengiriman barang oleh penjual dilakukan di belakang atau kemudian dengan ketentuan bahwa spesifikasi barang disepakati pada akad transaksi salam.

e. Pembiayaan *istishna*

Adalah tagihan atas akad transaksi jual beli barang dalam bentuk pemesanan pembuatan barang dengan kriteria dan persyaratan tertentu yang disepakati antara pemesan atau pembeli dan penjual yang cara pembayarannya dapat dilakukan di muka dan diangsur sampai jangka waktu tertentu.

f. Pembiayaan *ijaroh*

Adalah tagihan akad sewa menyewa antara *mujir*(lessor/penyewa) dengan *musta'jir*(yang menyewa) atas *ma'jur* (objek sewa) untuk mendapatkan imbalan atas barang yang disewakan.

## 4.2 Deskripsi Data Penelitian dan karakteristik Responden

### 4.2.1 Deskripsi Data Penelitian

Penelitian dilakukan di BMT Hudatama cabang Mangkang yang berada di Jl.Wonosari Raya No.1 Mangkang Semarang. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan cara menemui anggota dirumah masing-masing berbekal alamat anggota yang diberikan oleh pihak BMT hal ini dilakukan untuk memastikan anggota benar-benar menggunakan produk *murabahah*, penyebaran kuesioner dimulai pada tanggal 7 juni sampai tanggal 26 juni 2013 dengan memperoleh 40 anggota yang menggunakan produk *Murabahah*.

#### 4.2.1 Karakteristik Responden

Sebelum dilakukan analisis terlebih dahulu penulis akan menjelaskan data –data responden adalah sebagai sampel yang diambil dari anggota yang menggunakan produk *murabahah* cabang Mangkang sebagai berikut:

##### a. Jenis Kelamin Responden

tabel 4.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	25	62.5	62.5	62.5
2	15	37.5	37.5	100.0
Total	40	100.0	100.0	

*Sumber dataprimer yang diolah 2013*

Berdasarkan keterangan diatas dapat diketahui tentang jenis kelamin anggota yang menggunakan produk *murabahah* di BMT Hudatama cabang Mangkang yang diambil sebagai responden angka 1 menunjukkan reponden berjenis kelamin pria dan angka 2 menunjukkan responden berjenis kelamin wanita, dan yang memilih sebagian besar berjenis kelamin pria sebanyak 25 orang atau dengan presentase 62.5% sedangkan sisanya adalah wanita yang berjumlah 15 orang atau dengan presentase 37.5% hal ini menunjukkan sebagian besar dari anggota yang menggunakan produk *murabahah* di BMT Hudatama cabang Mangkang adalah pria.

## b. Usia Responden

**Tabel 4.2**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	2.5	2.5	2.5
2	1	2.5	2.5	5.0
3	5	12.5	12.5	17.5
4	13	32.5	32.5	50.0
5	20	50.0	50.0	100.0
Total	40	100.0	100.0	

*Sumber data primer yang diolah 2013*

Berdasarkan keterangan diatas diketahui tentang usia responden anggota yang menggunakan produk *murabahah* di BMT Hudatama cabang Mangkang. Data mengenai usia responden disini peneliti mengelompokkan menjadi 5 kategori yaitu angka 1 berusia dibawah 17 tahun angka 2 usia 17-25 tahun angka 3 usia 26-30 tahun angka 4 usia 31-36 tahun angka 5 usia diatas 36 tahun. Pada kategori tersebut yang menunjukkan bahwa mayoritas responden berusia diatas 36 tahun sebanyak 20 orang atau dengan presentase 50% sedangkan sisanya adalah responden yang berusia 31-36 tahun sebanyak 13 orang atau dengan presentase 32.5%.

Sedangkan yang berusia 26-30 tahun sebanyak 5 orang atau dengan presentase 12.5 % dan yang berusia 17-25 dan dibawah 17 tahun ada 1 orang

atau dengan presentase 2.5%.hal ini menunjukkan menunjukkan bahwa sebagian besar dari anggota yang menggunakan produk *murabahah* di BMT Hudatama cabang Mangkang adalah anggota yang berusia diatas 36 tahun.

**c. Tingkat Pendidikan Responden**

**Tabel 4.3**

**P.Terakhir**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	5.0	5.0	5.0
	2	11	27.5	27.5	32.5
	3	21	52.5	52.5	85.0
	4	1	2.5	2.5	87.5
	5	5	12.5	12.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

*Sumber data primer yang diolah 2013*

Berdasarkan keterangan tabel diatas diketahui tentang tingkat pendidikan responden anggota yang menggunakan produk *murabahah* dengan menunjukkan angka 1 berpendidikan SD, angka 2 menunjukkan berpendidikan SMP, angka 3 menunjukkan berpendidikan SMA, angka 4 menunjukkan berpendidikan Diploma, angka 5 menunjukkan berpendidikan sarjana. Dan yang memilih produk *murabahah* sebagian besar responden tingkat pendidikan terakhir adalah

SMA sebanyak 21 orang atau dengan presentase 52.5%,sedangka SMP 11 orang atau dengan presentase 27.5%, dan yang berpendidikan Sarjana sebanyak 5 orang atau dengan presentase 12.5%, sedangkan yang berpendidikan Diploma berjumlah 1 orang atau dengan presentase 2.5%,dan yang berpendidikan SD ada 2 orang atau dengan presentase 5.0%.

Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar tingkat pendidikan dari anggotaBMT Hudatama yang menggunakan produk *murabahah*adalah SMA.

#### d. Jenis Pekerjaan Responden

**Tabel4.4**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	3	7.5	7.5	7.5
2	23	57.5	57.5	65.0
3	3	7.5	7.5	72.5
4	5	12.5	12.5	85.0
5	6	15.0	15.0	100.0
Total	40	100.0	100.0	

*Sumber data primer yang diolah 2013*

Berdasarkan keterangan tabel diatas diketahui tentang jenis pekerjaan responden anggota yang menggunakan produk *murabahah* di BMT Hudatama cabang Mangkang. Data mengenai pekerjaan responden, peneliti mengelompokkan menjadi 5 kategori yaitu, 1 untuk pekerjaan ibu rumah tangga, 2 untuk pekerjaan pegawai swasta, 3 untuk pekerjaan tani, 4 untuk pekerjaan PNS, 5 untuk pekerjaan wiraswasta.

Yang menunjukkan bahwa mayoritas pekerjaan responden sebanyak 23 orang atau dengan presentase 57.5%,sedangkan sisanya 6 orang atau dengan presentase 15.0%.Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pekerjaan anggotaBMT Hudatama yang menggunakan produk *murabahah* adalah pegawai swasta dan wiraswasta.

#### e. Penghasilan Responden

**Tabel 4.5**  
**Presentase penghasilan responden**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	2.5	2.5	2.5
	3	10	25.0	25.0	27.5
	4	21	52.5	52.5	80.0
	5	8	20.0	20.0	100.0
	T	40	100.0	100.0	

*Sumber data primer yang diolah 2013*

Berdasarkan keterangan pada tabel diatas diketahui tentang penghasilan responden disini, peneliti mengelompokkan menjadi 5 kategori , yaitu 1 untuk penghasilan 300.000, 2 untuk penghasilan 300.000-500.000, 3 untuk penghasilan 600.000-1000.000, 4 untuk penghasilan 1000.000-2000.000, 5 untuk penghasilan diatas 2000.000. yang menunjukkan bahwa mayoritas responden berpenghasilan antara 1000.000-2000.000 sebanyak 21 orang atau dengan presentase 52.5%.

Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar dari anggota yang menggunakan produk *murabahah* berpenghasilan 1000.000-2000.000.

### 4.3 Uji Validitas dan Reabilitas dan Normalis

Untuk menguji validitas dan reabilitas instrumen penulis menggunakan analisis SPSS berikut hasil pengujian validitas untuk tingkat validitas dilakukan uji signifikansi dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel. Untuk degree of freedom ( $df$ ) =  $N-k$  dalam hal ini  $N$  adalah jumlah sampel dan  $K$  adalah jumlah konstruk. Dalam kasus ini besarnya  $df$  dapat dihitung  $40-2=38$  dengan  $alpha$  0,05 didapat  $r$  tabel 0,264. Jika  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel dan nilai  $r$  positif maka pertanyaan tersebut valid.

**Tabel 4.6**  
**Uji validitas instrumen**

Item pertanyaan	R hitung	R tabel	Nilai signifikansi	Keterangan
P1	0,688171	0,264	0,05	Valid
P2	0,745142	0,264	0,05	Valid
P3	0,783165	0,264	0,05	Valid
P4	0,842959	0,264	0,05	Valid
P5	0,655597	0,264	0,05	Valid
P6	0,685993	0,264	0,05	Valid
P7	0,760244	0,264	0,05	Valid

*Sumber data primer yang diolah 2013*

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing item pertanyaan  $r$  hitung dan  $r$  tabel 0,264 dan bernilai positif validitas instrumen penelitian dikatakan valid apabila nilai korelasi lebih besar dari pada nilai  $r$  dalam tabel produk-moment tabel kritis dari nilai  $r$  produk moment untuk  $n= 40$  adalah 0,264 sementara hasil korelasi item kurang dari  $> 0,3120$  maka disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan dalam kuesioner valid.

**Tabel 4.7**  
**Uji Reliabilitas**

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.826	.828	7

*Sumber data primer yang diolah 2013*

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari pengujian reliabilitas instrumen penelitian, karena diperoleh nilai koefisien reabilitas  $>0,60$  maka dapat disimpulkan bahwa semua instrumen penelitian tersebut dinyatakan reliabel.

#### 4.4 Deskripsi Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel Marketing Syari'ah (X) dan Minat anggota menggunakan produk *murabahah*(Y). Pengaruh masing-masing variabel independen (Marketing Syari'ah) dan variabel dependen(Minat anggota menggunakan produk *murabahah*) untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.8**  
**Hasil skor X dan Y**

Variabel	Item pertanyaan	Total STS	%	Total TS	%	Total N	%	Total S	%	Total SS	%
Marketing Syari'ah(X)	Pertanyaan 1	0	0	1	2,5	8	22,5	17	42,5	14	35,0
	Pertanyaan 2	1	2,5	2	5,0	10	25,0	18	45,0	9	22,5
	Pertanyaan 3	1	2,5	2	5,0	17	42,5	12	30,0	8	20,0
	Pertanyaan 4	1	2,5	1	2,5	10	25,0	19	47,5	9	22,5
Minat (Y)	Pertanyaan 5	1	2,5	1	2,5	10	25,0	19	47,5	9	22,5
	Pertanyaan 6	1	2,5	0	0	21	52,5	9	22,5	9	22,5
	Pertanyaan 7	0	0	1	2,5	17	42,5	17	42,5	5	12,5

Pada item pertanyaan 1, responden lebih banyak yang setuju dan sangat setuju jika para marketer memasarkan produk *murabahah* mengedepankan prinsip syari,ah, kurang setuju ada 8 orang atau dengan presentase 22,5%, yang menyatakan setuju ada 17 orang atau 42,5% dan menyatakan sangat setuju 14 orang atau 35,0%.

Pada item pertanyaan 2, responden lebih banyak yang menyatakan setuju jika para marketer memasarkan produk *murabahah* mengedepankan nilai-nilai

moral dan etika, dengan presentase kurang setuju 25,0% dan yang menyatakan setuju 45,0%, dan yang menyatakan sangat setuju 22,5%.

Pada item pertanyaan 3, responden lebih banyak yang menyatakan kurang setuju dan setuju jika para marketer memasarkan produk *murabahah* dengan profesional, dengan presentase kurang setuju 42,5% dan menyatakan setuju 30,0% dan yang menyatakan sangat setuju 20,0%.

Pada item pertanyaan 4, responden lebih banyak yang menyatakan setuju jika para marketer memasarkan produk *murabahah* mengedepankan kejujuran, dengan presentase 25,0% kurang setuju, 47,5% menyatakan setuju, 22,5% menyatakan sangat setuju.

Pada item pertanyaan 5, responden lebih banyak yang menyatakan setuju jika produk *murabahah* di BMT Hudatama memberikan syarat yang mudah untuk mendapatkannya, sehingga banyak anggota yang berminat dalam menggunakan produk *murabahah*. Hasil kuesioner dengan presentase tidak setuju 25,0% dan 47,5% setuju, dan yang menyatakan sangat setuju 22,5%.

Pada item pertanyaan 6, responden lebih banyak yang menyatakan kurang setuju, setuju dan sangat setuju jika produk *murabahah* di BMT Hudatama memberikan keringanan untuk mendapatkan modal usaha sehingga tidak merasa berat. Hasil kuesioner dengan presentase 52,5% kurang setuju, setuju 22,5% dan yang menyatakan sangat setuju 22,5%.

Pada item pertanyaan 7, responden lebih banyak yang menyatakan kurang setuju dan setuju jika marketer syari'ah di BMT Hudatama transparansi terhadap penyampaian rincinan perhitungan biaya *murabahah*. Hasil kuesioner responden dengan presentase kurang setuju 42,5%, yang menyatakan setuju 42,5% dan yang menyatakan sangat setuju 12,5%.

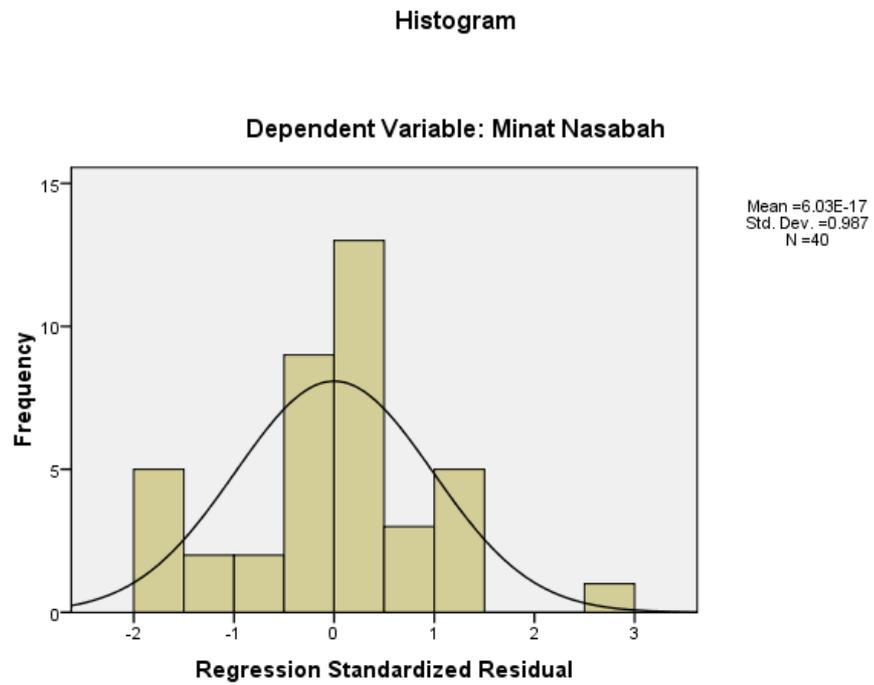
#### **4.4 Hasil Analisis Data**

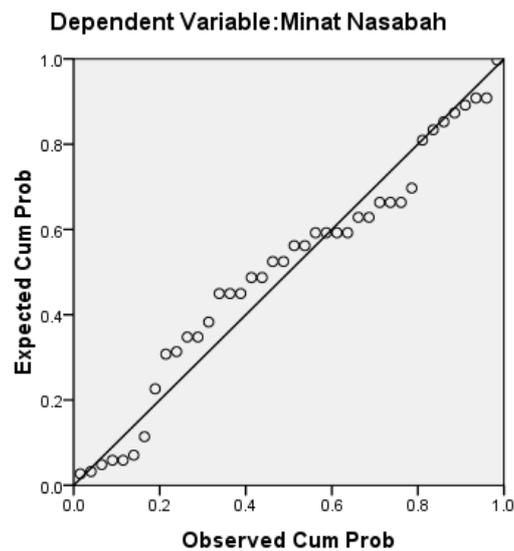
Penelitian ini menguji hipotesis dengan metode analisis regresi sederhana sesuai dengan rumusan masalah, tujuan dan hipotesis dalam penelitian ini metode regresi sederhana menghubungkan satu variabel dependen dengan independen. Analisa ini digunakan untuk menghitung besarnya pengaruh marketing syari'ah terhadap minat anggota menggunakan produk *murabahah*.

##### **4.4.1 Uji Normalis**

Uji normalis bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak cara yang bisa ditempuh untuk menguji kenormalan data adalah dengan menggunakan grafik normal P-P Plot dengan cara melihat penyebaran datanya, jika pada grafik tersebut penyebaran datanya mengikuti pola garis lurus maka datanya normal.

Gambar 4.2



**Gambar 4.3****Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual**

berdasarkan pada grafik histogram dan residual diatas telah menunjukkan kurva normal yang membentuk lonceng sempurna dan pada grafik normal P-P Plot residual diatas juga terlihat bahwa data titik-titikmenyebar disekitar garis linier (garis diagonal) serta penyebaranya mengikuti arah garis diagonal yang artinya data minat beli konsumen terdistribusi dengan normal dengan demikian model regresi ini telah memenuhi asumsi normalis

#### 4.4.2 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 4.9**  
**Uji koefisien Determinai**

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.720 <sup>a</sup>	.518	.505	1.22924	2.075

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

*Sumber: data primer yang diolah 2013*

Hasil output dengan SPSS 16,0 pada tabel diatas menunjukkan besaran koefisien korelasi antara variabel X terhadap Y yaitu sebesar 0,720 berarti bahwa terjadi korelasi yang sedang karena terletak pada interval nilai r 0,600-0,008 sedang atau cukup (Sambas Ali Muhidin) adanya tanda positif menunjukkan bahwa korelasi memiliki pola yang searah artinya semakin besar nilai X maka semakin besar nilai Y. Sedangkan hasil R square (koefisien diterminasi) sebesar 0,518 berarti 51,8% variabel Y dipengaruhi oleh variabel X, sedangkan 48,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model persamaan.

#### 4.4.3 Hasil Pengaruh Simultan (F test)

**Tabel 4.10**

<b>ANOVA<sup>b</sup></b>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	61.681	1	61.681	40.820	.000 <sup>a</sup>
	Residual	57.419	38	1.511		
	Total	119.100	39			

ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	61.681	1	61.681	40.820	.000 <sup>a</sup>
	Residual	57.419	38	1.511		
	Total	119.100	39			

a. Predictors: (Constant),y

b. Dependent Variable: x

*Sumber data primer yang diolah 2013*

Dari uji ANOVA atau Ftest, didapat F hitung adalah 40,820 dengan tingkat signifikan 0,000. Karena probabilitas (0,000) jauh lebih kecil dari 0,05, maka model regresi bisa dipakai untuk memprediksi minat.

#### 4.4.4 Uji t

Tabel 4.11

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.407	1.073		4.107	.000
	X	.442	.069	.720	6.389	.000

a. Dependent Variable: Y

*Sumber: data primer yang diolah 2013*

Langkah-langkah pengujian sebagai berikut:

**Pengujian koefisien regresi variabel marketing syari'ah terhadap minat anggota menggunakan produk murabahah.**

1. Menentukan hipotesis

Ho: marketing syari'ah tidak ada pengaruh signifikan terhadap minat anggota.

Ha: marketing syari'ah ada pengaruh signifikan terhadap minat anggota.

2. Menentukan tingkat signifikansi.

Tingkat signifikansi menggunakan  $\alpha = 5\%$ .

3. Menentukan t hitung

Berdasarkan tabel diperoleh t hitung sebesar 6,389.

4. Menentukan t tabel

Tabel distribusi t dicari pada taraf signifikansi  $\alpha = 5\%$  diperoleh taraf signifikan 0,000 dengan derajat kebebasan (df) =  $N - K - 1$  atau  $40 - 1 - 1 = 38$  ( N adalah jumlah kasus dan K adalah jumlah variabel independen) dengan pengujian dua sisi signifikansi = 0,000 hasil diperoleh untuk t tabel sebesar 0,3120.

5. Kriteria pengujian

Ho diterima jika  $t \text{ tabel} < t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ .

Ho ditolak jika  $t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$  atau  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ .

#### 6. Membandingkan t hitung dengan t tabel

Nilai t hitung  $> t \text{ tabel}$   $6,389 > 0,3120$  maka Ho ditolak artinya marketing syari'ah ada pengaruh signifikan terhadap minat anggota menggunakan produk murabahah.

Jadi dalam kasus ini dapat disimpulkan bahwa marketing syari'ah ada pengaruh signifikan terhadap minat anggota menggunakan produk murabahah.

#### **Analisis regresi sederhana**

$$Y = a + b x$$

$$Y = 4,407 + 0,442 x$$

Untuk itu dari hasil perhitungan tersebut maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut: berdasarkan persamaan regresi terlihat bahwa parameter koefisien regresinya untuk variabel independen adalah positif antara marketing syari'ah terhadap minat anggota menggunakan produk murabahah sehingga setiap terjadi peningkatan X akan diikuti pula oleh peningkatan Y dengan kata lain semakin tinggi marketing syari'ah semakin mempengaruhi minat anggota menggunakan produk murabahah.

Rumusan matematisnya adalah apabila nilai marketing syari'ah meningkat 1 skor maka minat anggota menggunakan produk murabahah meningkat 0,442 skor. Nilai konstanta sebesar 4,407 menunjukkan nilai rata-rata Y apabila X nol.

#### 4.5 Pembahasan

Dari analisis diatas variabel dapat diketahui pengaruh marketing syari'ah terhadap minat anggota menggunakan produk murabahah di BMT Hudatama cabang Mangkang.

Dari uraian diatas dapat diketahui bahwa pada variabel marketing syari'ah sebagian besar dijawab setuju dan sangat setuju dan sebagian kecil memilih netral. Dan sebagian besar memilih indikator kejujuran pada variabel marketing syari'ah dan memilih indikator kemudahan untuk variabel minat. Hal ini sejalan dengan pengujian hipotesis bahwa ada pengaruh signifikan antara marketing syari'ah dan minat anggota menggunakan produk murabahah di BMT Hudatama cabang Mangkang dengan ditunjukkan *P value* 0,000 yang lebih kecil dan nilai signifikansi 5 % atau 0,05 yang artinya lebih meningkat 5 % untuk menjadi anggota di BMT Hudatama cabang Mangkang.

Pengujian validitas instrumen ada dua syarat yang penting berlaku pada sebuah angket yaitu sebuah angket yang valid dan reliabel jika pertanyaan pada angket mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh angket tersebut, nilai valid suatu pertanyaan harus memenuhi standar bahwa  $r_{hitung} > r_{tabel}$

tabel (0,264). Dalam pengolahan data penelitian yang ditunjukkan pada **tabel 4.6** yaitu hasil pengolahan data validitas pertanyaan variabel marketing syari'ah dan minat anggota menggunakan produk murabahah berjumlah 7 nomor pertanyaan diatas 0,264 dengan nilai korelasi item > 0,3120 yang berarti semua pertanyaan dinyatakan valid.

Pengujian reliabilitas terhadap seluruh pertanyaan pada penelitian ini akan menggunakan rumus koefisien *cronbach alpha*  $\geq 0,60$  dikatakan reliabel hasil pengujian nilai *cronbach alpha* 0,826 X dan 0,828 Y yang artinya seluruh pertanyaan sudah memenuhi persyaratan dan dapat dikatakan item pertanyaan tersebut reliabel atau handal.

Dari out put uji F pada tabel 4.10 di dapat nilai F hitung 40,820 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang kurang dari nilai *alpha* 5 % atau 0,05 sehingga memberi keputusan untuk menolak  $H_0$ . Hal ini menunjukkan bahwa model persamaan regresi yang terbentuk sudah baik.

Berdasarkan hasil pengolahan **tabel 4.11** didapat nilai *t* hitung sebesar 6,389 dengan nilai signifikansinya 0,000 dimana nilai tersebut kurang dari nilai *alpha* sehingga memberikan keputusan untuk menolak  $H_0$  yang artinya menurut 40 sampel yang dianalisis bahwa ada pengaruh antara variabel X dan variabel Y

Dengan melihat **tabel 4.11** mendapatkan nilai *constan* sebesar 4,407 dan X 0,442 sehingga didapat persamaan regresi sebagai berikut  **$Y = 4,407 + 0,442$**

