

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia keuangan khususnya perbankan pada tahun 2000-an telah memasuki masa kebangkitan dari keterpurukan setelah krisis moneter tahun 1998. Kemajuan ini ditunjukkan dunia perbankan melalui jumlah dana yang mampu diserap dari masyarakat dan disalurkan kembali ke masyarakat terus meningkat dengan diiringi kualitas yang makin baik pula. Di samping mengalami peningkatan pada keuangan, dunia perbankan juga terus bertumbuh dalam jumlah nasabah. Hal ini tentunya tidak lepas dari layanan yang diberikan sangat memanjakan nasabahnya serta semakin beragamnya produk yang ditawarkan.<sup>1</sup>

Penduduk Indonesia mayoritas beragama Islam, tetapi pengembangan produk syariah berjalan lambat dan belum berkembang sebagaimana halnya lembaga keuangan konvensional. Upaya pengembangan lembaga keuangan syariah tidak cukup hanya berlandaskan kepada aspek-aspek legal dan peraturan perundang-undangan tetapi juga harus berorientasi kepada pasar atau masyarakat sebagai pengguna jasa (konsumen). Lembaga keuangan syariah dalam fungsinya sebagai investor/penyalur dana menjanjikan suatu sistem operasional yang lebih adil, khususnya pada sistem *profit loss sharing* (bagi hasil) seperti yang ada pada sistem *Mudharabah* dan sistem *Musyarakah*. Kedua komponen tersebut

---

<sup>1</sup> Kasmir, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2013) hal.1

menggunakan akad bagi hasil atau *profit sharing*, dengan membagi porsi pendapatan hasil usaha masing-masing *shahibul maal* dan *mudharib*.<sup>2</sup>

Lembaga keuangan syariah di Indonesia sekarang ini dapat dibedakan menjadi dua yaitu lembaga keuangan syariah yang berbentuk bank dan non bank. Lembaga keuangan syariah yang berbentuk bank terdiri dari Bank Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Lembaga keuangan syariah yang bukan bank meliputi *takaful* (asuransi), *ijarah (leasing)*, *rahn* (pegadaian), reksadana syariah, Dana Pensiun Lembaga Keuangan (DPLK) Syariah, dan *Baitul Mal Wa Tamwil* (BMT).<sup>3</sup>

*Baitul Mal Wa Tamwil* (BMT) merupakan suatu lembaga yang terdiri dari dua istilah, yaitu *baitul maal* dan *baitul tamwil*. *Baitul maal* lebih mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dana dan penyaluran dana yang nonprofit, seperti: zakat, infaq dan sedekah. Adapun *baitul tamwil* sebagai usaha pengumpulan dan penyaluran dana komersial.<sup>4</sup>

Produk lembaga keuangan syariah tidak berbeda dengan lembaga keuangan konvensional, yaitu bertumpu pada penyediaan jasa simpanan dan pinjaman (pembiayaan). Ada banyak produk penghimpun dana yang secara teknis *finansial* dapat dikembangkan sebuah lembaga keuangan syariah. Hal ini dimungkinkan karena sistem syariah memberi ruang yang cukup untuk itu. Namun dalam

---

<sup>2</sup> Lutfi Efendi, “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Nasabah Pada Bank Muamalat Malang”, (Skripsi FE UIN Malang, 2009), hlm.21

<sup>3</sup> Muhammad, *Lembaga-lembaga Keuangan Umat Kontemporer*, (Yogyakarta: UII Press, 2010), hlm.62.

<sup>4</sup> Nurul Huda dan Mohamad Heykal, *Lembaga Keuangan Islam Tinjauan Teoritis dan Praktis*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), hlm.363

praktek, sebagian besar lembaga keuangan syariah masih membatasi diri dengan beberapa produk saja yang dianggap aman dan *profitable*.<sup>5</sup>

Salah satu simpanan yang ada di *Baitul Mal Wa Tamwil* (BMT) adalah simpanan tabungan, simpanan tabungan mempunyai syarat-syarat tertentu bagi pemegangnya dan persyaratan masing-masing *Baitul Mal Wa Tamwil* (BMT) berbeda satu sama lainnya. Disamping persyaratan yang berbeda dengan simpanan yang lain, tujuan nasabah menyimpan uang direkening tabungan juga berbeda. Dengan demikian strategi pemasaran dan sasaran *Baitul Mal Wa Tamwil* (BMT) dalam memasarkan produknya berbeda sesuai dengan sasarannya.<sup>6</sup>

Tujuan dibentuknya *baitul mal* dalam suatu Negara, karena *baitul mal* mempunyai peranan yang cukup besar sebagai sarana tercapainya tujuan Negara serta pemerataan hak dan kesejahteraan kaum muslimin.<sup>7</sup>

Hal positif mulai dirasakan oleh masyarakat, terutama kalangan usaha kecil dan menengah. Mereka sering memanfaatkan pelayanan *Baitul Mal Wa Tamwil* (BMT) yang kini tersebar luas di seluruh Indonesia. Hal ini disebabkan mereka memperoleh banyak keuntungan dan kemudahan dari *Baitul Mal Wa Tamwil* (BMT) yang tidak mereka peroleh sebelumnya dari lembaga sejenis yang menggunakan pendekatan konvensional.<sup>8</sup>

---

<sup>5</sup> Makhalul Ilmi SM, *Teori dan Praktek Lembaga Mikro Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: UII Pers, 2002), hlm.29.

<sup>6</sup> Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), hlm.69

<sup>7</sup> Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah Di Indonesia*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), hlm.315

<sup>8</sup> Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah Di Indonesia*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), hlm.317-318

Ada banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen, diantaranya menurut Essael<sup>9</sup> yaitu: faktor individual konsumen yang meliputi pendidikan dan penghasilan konsumen, pengaruh lingkungan dan strategi pemasaran. Dari teori Essael dikatakan faktor individual konsumen yang di dalamnya adalah pendidikan sangat mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen, hal ini disebabkan konsumen yang berpendidikan tinggi mempunyai pandangan yang berbeda terhadap alternatif produk, informasi produk, dan penilaian terhadap sebuah produk dibandingkan dengan konsumen berpendidikan lebih rendah. Perilaku konsumen dalam mengambil keputusan juga dipengaruhi oleh faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga, peran dan status. Seperti pada teori Kotler dan Keller<sup>10</sup> juga menyebutkan bahwa faktor-faktor yang berpengaruh pada perilaku konsumen adalah faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor personal, dan faktor psikologis.

Salah satu lembaga keuangan syariah di Palembang adalah *Baitul Mal Wa Tamwil* Tarbiyah yang memiliki kantor pusat di Jl.Tembus Terminal, Blok M 54 Km 12, Komplek BMT Tarbiyah (Unit Pasar Alang-Alang Lebar), Palembang, Sumatera Selatan. Baitul Mal Wa Tamwil Tarbiyah menjadi salah satu *Baitul Mal Wa Tamwil* (BMT) yang ada di kota Palembang yang mengalami perkembangan cukup pesat. Dalam hal ini penulis melakukan penelitian pada beberapa nasabah pengguna jasa *Baitul Mal Wa Tamwil* (BMT) Tarbiyah Palembang. Alasan dilakukan penelitian ini karena adanya persaingan yang sangat ketat dikarenakan

---

<sup>9</sup> Essael, Henry, *Consumer Behavior* 6<sup>th</sup> Edition, (New York: Thomson Learning, 2001)

<sup>10</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi ke Tiga Belas*, terj. Bob Sabran, (Yogyakarta: PT.Gelora Aksara Pratama, 2008).hlm.166

semakin banyaknya lembaga keuangan syariah saat ini. Agar mampu mensosialisasikan ke masyarakat luas, maka perusahaan harus mengetahui perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan untuk menjadi nasabah lembaga keuangan syariah khususnya *Baitul Mal Wa Tamwil* (BMT) Tarbiyah Palembang.

Dengan melihat permasalahan ini, maka penulis tertarik untuk mengambil judul penelitian **“PENGARUH TINGKAT PENDIDIKAN DAN PENGETAHUAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH PADA BMT TARBIYAH PALEMBANG”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis dapat mengambil rumusan masalah, yaitu :

1. Bagaimana pengaruh tingkat pendidikan konsumen terhadap keputusan menjadi nasabah pada Baitul Mal Wa Tamwil (BMT) Tarbiyah?
2. Bagaimana pengaruh pengetahuan konsumen terhadap keputusan menjadi nasabah pada Baitul Mal Wa Tamwil (BMT) Tarbiyah?

### **C. Tujuan**

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh tingkat pendidikan konsumen terhadap keputusan menjadi nasabah pada *Baitul Mal Wa Tamwil* (BMT) Tarbiyah.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh pengetahuan konsumen terhadap keputusan menjadi nasabah pada *Baitul Mal Wa Tamwil* (BMT) Tarbiyah.

### **D. Kontribusi Penelitian**

1. Kontribusi Teoritis :

Secara umum penelitian ini diharapkan dapat memberi wawasan baru bagi dunia pendidikan, dan hasil penelitian ini kiranya dapat digunakan untuk mengkaji lebih jauh tentang keberadaan *Baitul Mal Wa Tamwil* (BMT) di antara lembaga keuangan lainnya. Melalui penelitian ini pula diharapkan muncul berbagai kajian-kajian yang berkaitan dengan pengembangan *Baitul Mal Wa Tamwil* (BMT), yang selanjutnya dapat memberikan sumbangan berharga bagi kerangka berpikir serta model-model pengembangannya.

## 2. Kontribusi Praktis :

### a. Bagi Nasabah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan pada pengetahuan nasabah pada perbankan syariah, dan menambah wawasan masyarakat sebagai bacaan ilmiah.

### b. Bagi Lembaga

Dapat memberi kontribusi kepada *Baitul Mal Wa Tamwil* (BMT) Tarbiyah Palembang dalam meningkatkan jumlah nasabah.

## E. Sistematika Penulisan

Sistematika yang digunakan dalam skripsi ini adalah sebagai berikut :

### 1. BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kontribusi penelitian dan sistematika penulisan.

### 2. BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini diuraikan mengenai teori-teori yang melandasi penelitian yaitu tentang Pendidikan, Pengetahuan, dan Baitul Mal Wa Tamwil.

### 3. BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini akan diuraikan mengenai kerangka penelitian, data dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, dan teknis analisis data.

#### 4. BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi gambaran umum data sampel, deskripsi data, analisis data dan hasil penelitian.

#### 5. BAB V : PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan dan saran yang diharapkan adanya pemanfaatan bagi pihak yang bersangkutan dan bagi yang membaca.

## BAB II

### LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

#### A. Tinjauan Pustaka

##### 1. Tingkat Pendidikan

Pendidikan adalah usaha menarik sesuatu di dalam manusia sebagai upaya memberikan pengalaman-pengalaman belajar terprogram dalam bentuk pendidikan formal, nonformal, dan informal di sekolah, dan luar sekolah, yang berlangsung seumur hidup yang bertujuan optimalisasi kemampuan-kemampuan individu agar di kemudian hari dapat memainkan peranan hidup secara tepat.<sup>11</sup>

Undang-Undang RI Nomor 20 Tahun 2003 mendefinisikan pendidikan sebagai usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran sehingga peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, keserdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan, masyarakat, bangsa dan negara.<sup>12</sup>

Didin Kurniawan dan Imam Machali menuliskan bahwa pendidikan diartikan sebagai usaha yang dijalankan oleh seseorang atau kelompok orang lain agar menjadi dewasa atau mencapai tingkat hidup atau penghidupan yang lebih tinggi dalam arti mental.<sup>13</sup>

---

<sup>11</sup> Teguh Triwiyanto, *Pengantar Pendidikan*, (Jakarta: PT.Bumi Aksara, 2014), hlm.23-24

<sup>12</sup> Made Pidarta, *Landasan Kependidikan*, (Jakarta: PT.RINEKA CIPTA, 2009), hlm.11

<sup>13</sup> Didin Kurniadin dan Imam Machali, *Manajemen Pendidikan Konsep & Prinsip Pengelolaan Pendidikan*, (Yogyakarta: AR-RUZZ MEDIA, 2013), hlm.113.

Menurut UU No. 20 tahun 2003 Pasal I Ayat (11) dijelaskan pendidikan formal adalah jalur pendidikan yang terstruktur dan berjenjang yang terdiri atas pendidikan dasar, pendidikan menengah, dan pendidikan tinggi. Dan pada Ayat (12) dijelaskan tentang pendidikan nonformal adalah jalur pendidikan diluar pendidikan formal yang dapat dilaksanakan secara terstruktur dan berjenjang. Pada Ayat (13) tentang pendidikan informal adalah jalur pendidikan keluarga dan lingkungan. Jenjang pendidikan formal adalah pendidikan dasar, pendidikan menengah, pendidikan tinggi.<sup>14</sup>

Pendidikan nonformal meliputi pendidikan kecakapan hidup, pendidikan anak usia dini, pendidikan kepemudaan, pendidikan pemberdayaan perempuan, pendidikan keaksaraan, pendidikan keterampilan, dan pelatihan kerja, pendidikan kesetaraan, serta pendidikan lain yang ditujukan untuk mengembangkan kemampuan peserta didik. Satuan pendidikan nonformal terdiri atas lembaga kursus, lembaga pelatihan, kelompok belajar, pusat kegiatan belajar masyarakat, dan majelis taklim, serta satuan pendidikan yang sejenis. Kursus dan pelatihan diselenggarakan bagi masyarakat yang memerlukan bekal pengetahuan, keterampilan, kecakapan hidup, dan sikap untuk mengembangkan diri, mengembangkan profesi, bekerja, usaha mandiri, dan atau melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi.<sup>15</sup>

Kegiatan pendidikan informal yang dilakukan oleh keluarga dan lingkungan berbentuk kegiatan belajar secara mandiri. Contoh pendidikan

---

<sup>14</sup> UU RI No.20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, Pasal 14

<sup>15</sup> UU RI No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, Pasal 26

informal adalah agama, budi pekerti, etika, sopan santun, moral, dan sosialisasi.<sup>16</sup>

Semakin tinggi tingkat pendidikan diasumsikan semakin tinggi pula pengetahuannya. Dengan semakin tinggi pengetahuan seseorang akan semakin mudah mengakses informasi dan membuat satu keputusan. Hal ini akan mempengaruhi besarnya permintaan pembiayaan.

Indikator pendidikan yang digunakan dalam penelitian ini adalah tingkat pendidikan nasabah *Baitul Mal Wa Tamwil* yang terdaftar pada *Baitul Mal Wa Tamwil* Tarbiyah yang memiliki kantor pusat di Jl.Tembus Terminal, Blok M 54 Km 12, Komplek BMT Tarbiyah (Unit Pasar Alang-Alang Lebar), Palembang, Sumatera Selatan.

## **2. Pengetahuan Konsumen**

Pengetahuan adalah informasi yang disimpan dalam ingatan konsumen. Pengetahuan merupakan faktor penentu utama dari perilaku konsumen. Pengetahuan konsumen adalah himpunan informasi total yang relevan dengan fungsi konsumen di pasar. Karena pengetahuan merupakan faktor penentu utama perilaku pembelian konsumen, maka pemasar dapat mempertimbangkan mengenai kapan pembelian dilakukan konsumen.

---

<sup>16</sup> UU RI No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, Pasal 27

Pemasar dapat mengukur seberapa jauh kesadaran dan penilaian konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkannya.<sup>17</sup>

Mowen and Minor mendefinisikannya sebagai “*The amount of experience with and information about particular products or services a person has*”, atau pengetahuan adalah sejumlah pengalaman dengan berbagai macam informasi tentang produk atau jasa tertentu yang dimiliki.<sup>18</sup>

Berdasarkan kedua definisi tersebut dapat diartikan bahwa pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen.

Berdasarkan psikologi *kognitif*, jenis-jenis pengetahuan dapat dibedakan menjadi: (1) Pengetahuan *deklaratif*, yaitu pengetahuan yang melibatkan fakta subjektif yang sudah diketahui, dan (2) Pengetahuan *procedural*, yaitu pengetahuan yang mengacu pada bagaimana fakta dapat digunakan.<sup>19</sup>

---

<sup>17</sup> Ratih Hurriyati, Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen, (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm.84-85

<sup>18</sup> Mowen, Jhon C; Michael Minor, Consumer Behavior 6ed, (New Jersey : Prentice-Hall,Inc, 2008), hlm.106

<sup>19</sup> Ratih Hurriyati, Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen, (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm.85

Berdasarkan manfaat yang dirasakan konsumen, pengetahuan dapat dibedakan menjadi sebagai berikut.<sup>20</sup>

- a. Pengetahuan produk, merupakan gabungan dari berbagai jenis informasi yang berbeda yang terdiri dari: kesadaran kategori dan merek produk dalam katagori produk, *terminology* produk, atribut atau ciri produk, dan kepercayaan tentang kategori produk secara umum dan mengenai merek yang spesifik.
- b. Pengetahuan pembelian, meliputi berbagai macam potongan yang ada di dalam ingatan konsumen mengenai bagaimana suatu produk dapat digunakan dan apa yang diperlukan agar benar-benar menggunakan produk tersebut.

### 3. Keputusan Nasabah

Pengambilan keputusan adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku *alternative*, dan memilih salah satu diantaranya.<sup>21</sup>

Dalam tahap evaluasi konsumen membentuk *preferensi* antar merek dalam kumpulan pilihan. Konsumen mungkin juga membentuk maksud untuk membeli merek yang paling disukai. Dalam melaksanakan maksud

---

<sup>20</sup> Ratih Hurriyati, Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen, (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm.85

<sup>21</sup> Nugroho Setiadi, Perilaku Konsumen, (Jakarta: Prenada Media Group, 2012), hlm.332.

pembelian, konsumen dapat membentuk lima sub keputusan merek, penyaluran, kuantitas, waktu, dan metode pembayaran.<sup>22</sup>

Teori Seth bermula dari beberapa partisipan yaitu pembeli, ahli teknik, pemakaian yang memiliki tingkah laku tersendiri seperti halnya model Howard Seth untuk perilaku pembelian konsumen, tindakan-tindakan pembeli sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti.<sup>23</sup>

- a. Pendidikan Konsumen
- b. Corak Kehidupan Konsumen
- c. Orientasi Konsumen
- d. dan kepuasan terhadap pembelian sebelumnya.

Menurut Kotler faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan adalah:<sup>24</sup>

1. Faktor Budaya, yaitu meliputi budaya (penentu keinginan dan perilaku yang mendasar), sub-budaya (bangsa, agama, suku, daerah) dan kelas sosial.
2. Faktor Sosial, perilaku seorang konsumen dipengaruhi faktor-faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga, peran dan status.
3. Faktor Pribadi, merupakan faktor pribadi (usia, tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri pembeli).

---

<sup>22</sup> Philip Kotler, Manajemen Pemasaran Edisi ke Tiga Belas, terj. Bob Sabran, (Yogyakarta: PT.Gelora Aksara Pratama, 2008), hlm.258.

<sup>23</sup> Basu Swasta DH, Manajemen Pemasaran Modern, (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2005), hlm.128.

<sup>24</sup> Lutfi Efendi, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Nasabah Pada Bank Muamalat Malang", (Skripsi FE UIN Malang, 2009), hlm.25

4. Faktor Psikologis, faktor psikologis utama yaitu motivasi, persepsi, pengetahuan, serta keyakinan dan pendirian.

Menurut pandangan Islam mengenai pengambilan keputusan tersebut berdasarkan Q.S.al-Maidah ayat 100 yaitu:

قُلْ لَا يَسْتَوِي الْخَبِيثُ وَالطَّيِّبُ وَلَوْ أَعْجَبَكَ كَثْرَةُ الْخَبِيثِ فَاتَّقُوا اللَّهَ يَأُولِي الْأَلْبَابِ لَعَلَّكُمْ

25  تَفْلِحُونَ

*Riba* diharamkan dengan dikaitkan kepada suatu tambahan yang terlipat ganda. Allah berfirman dalam surat al-Imran ayat 130:

26  يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

#### 4. Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)

##### a. Pengertian Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)

*Baitul Mal Wa Tamwil* (BMT) adalah kependekan dari Badan Usaha Mandiri Terpadu atau, yaitu lembaga keuangan mikro (LKM) yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah.<sup>27</sup>

<sup>25</sup> Artinya : “Katakanlah : tidak sama yang buruk dengan yang baik, meskipun banyaknya yang buruk itu menarik hatimu, maka bertakwalah kepada Allah hai orang-orang berakal, agar kamu mendapat keberuntungan”.

<sup>26</sup> Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan.

*Baitul mal wa tamwil* (BMT) merupakan suatu lembaga yang mempunyai dua istilah, yaitu *baitul mal* dan *baitul tamwil*. *Baitul mal* lebih mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dan penyaluran dana yang nonprofit, seperti zakat, infak, dan sedekah. Adapun *baitul tamwil* sebagai usaha pengumpulan dan penyaluran dana komersial. Usaha-usaha tersebut menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari *Baitul mal wat tamwil* sebagai lembaga pendukung kegiatan ekonomi masyarakat kecil dengan berlandaskan syariat Islam. Lembaga ini didirikan dengan maksud untuk memfasilitasi masyarakat bawah yang tidak terjangkau oleh pelayanan bank syariah atau BPR syariah. Prinsip operasionalnya didasarkan atas prinsip bagi hasil, jual beli, *ijarah*, dan titipan (*wadi'ah*). Karena itu, meskipun mirip dengan bank syariah, bahkan boleh dikata menjadi cikal bakal dari bank syariah, *Baitul mal wat tamwil* memiliki pangsa pasar tersendiri, yaitu masyarakat kecil yang tidak terjangkau layanan perbankan serta pelaku usaha kecil yang mengalami hambatan “psikologis” bila berhubungan dengan pihak bank.<sup>28</sup>

*Baitul mal wa tamwil* (BMT) merupakan pengembangan ekonomi berbasis masjid sebagai sarana untuk memakmurkan masjid. Keanggotaan dan mitra usaha *Baitul mal wat tamwil* yakni masyarakat sekitar masjid, baik perorangan atau kelembagaan, sepanjang jelas domisili dan

---

<sup>27</sup> Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah Di Indonesia*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), hlm.135

<sup>28</sup> Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah Di Indonesia*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), hlm.136

identitasnya. Bentuk kegiatan *Baitul mal wat tamwil* menyerupai koperasi, tetapi harus berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam.<sup>29</sup>

Dalam pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa *Baitul mal wa tamwil* (BMT) adalah sebuah lembaga keuangan yang dioperasikan dengan sistem yang sesuai Syariat Islam. *Baitul mal wa tamwil* (BMT) merupakan institusi yang menjalankan dua kegiatan secara terpadu, yaitu *Bait al-Mall* (melakukan kegiatan sosial dan dakwah), dan *Bait at-Tamwil* (melakukan kegiatan bisnis).

#### 1. Asas dan Prinsip Dasar *Baitul Mal Wa Tamwil* (BMT)

*Baitul Mal Wa Tamwil* (BMT) didirikan dengan berasaskan pada masyarakat yang *salaam*, yaitu penuh keselamatan, kedamaian, dan kesejahteraan.

Prinsip dasar *Baitul Mal Wa Tamwil* (BMT):

- a. *Ahsan* (mutu, hasil kerja terbaik), *thayyiban* (terindah), *ahsanu'amala* (memuaskan semua pihak), dan sesuai dengan nilai-nilai *salaam* keselamatan, kedamaian dan kesejahteraan.
- b. *Barokah*, artinya berdayaguna, berhasil guna, adanya penguatan jaringan, *transparan* (keterbukaan), dan bertanggung jawab sepenuhnya kepada masyarakat.
- c. *Spiritual Communication* (penguatan nilai ruhiyah)

---

<sup>29</sup> Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah Di Indonesia*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), hlm.136

- d. *Demokratis, partisipatif, dan inklusif.*
- e. Keadilan sosial dan kesejahteraan *gender*, non diskriminatif.
- f. Ramah lingkungan
- g. Peka dan bijak terhadap pengetahuan dan budaya lokal serta keanekaragaman budaya.
- h. Keberlanjutan, memberdayakan masyarakat dengan meningkatkan kemampuan diri dan lembaga masyarakat lokal.<sup>30</sup>

## 2. Sifat, Peran, dan Fungsi *Baitul Mal Wa Tamwil* (BMT)

*Baitul Mal Wa Tamwil* (BMT) bersifat terbuka, independen, tidak partisan, berorientasi pada pengembangan tabungan dan pembiayaan untuk mendukung bisnis ekonomi yang produktif bagi anggota dan kesejahteraan sosial masyarakat sekitar, terutama usaha mikro dan fakir miskin.<sup>31</sup>

Peran *Baitul Mal Wa Tamwil* (BMT) dimasyarakat adalah sebagai:

- a. Motor penggerak ekonomi dan sosial masyarakat banyak.
- b. Ujung tombak pelaksanaan sistem ekonomi syariah.
- c. Penghubung antara kaum *aghnia* (kaya) dan kaum *dhu'afa* (miskin)

---

<sup>30</sup> Syarifudin Arif M, *Manajemen Keuangan Syariah*, (STAIN Tulungagung, 2011), hlm.105.

<sup>31</sup> Syarifudin Arif M, *Manajemen Keuangan Syariah*, (STAIN Tulungagung, 2011), hlm 105.

- d. Sarana pendidikan informal untuk mewujudkan prinsip hidup yang *barakah, ahsanu amaka, dan salaam* melalui *spiritual communication* dengan *dzikir qalbiyag ilahiah*.<sup>32</sup>

Fungsi *Baitul Mal Wa Tamwil* (BMT) dimasyarakat:

- a. Meningkatkan kualitas SDM anggota, pengurus, dan pengelola menjadi lebih profesional, salaam, dan amanah sehingga semakin utuh dan tangguh dalam berjuang dan berusaha (beribadah) menghadapi tantangan global.
- b. Mengorganisasi dan mengobalisasi dana sehingga dana yang dimiliki oleh masyarakat dapat dimanfaatkan secara optimal didalam dan diluar organisasi untuk kepentingan rakyat banyak.
- c. Mengembangkan kesempatan kerja
- d. Mengukuhkan dan meningkatkan kualitas usaha dan pasar produk-produk anggota.
- e. Memperkuat dan meningkatkan kualitas lembaga-lembaga ekonomi dan sosial masyarakat banyak.<sup>33</sup>

---

<sup>32</sup> Nurul Huda dan Muhammad Heykal, *Lembaga Keuangan Islam*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2010), hlm 365.

<sup>33</sup> Nurul Huda dan Muhammad Heykal, *Lembaga Keuangan Islam*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2010), hlm 364.

### a. Produk Baitul Mal Wa Tamwil (BMT)

Produk *Baitul Mal Wa Tamwil* (BMT) secara umum adalah:

#### 1. Produk Pengumpulan Dana

Adapun akad yang mendasari berlakunya simpanan di *Baitul Mal Wa Tamwil* (BMT) adalah :

- a. Simpanan *Wadiah*, adalah titipan dana yang tiap waktu dapat ditarik pemilik atau anggota dengan cara mengeluarkan semacam surat berharga pemindah bukuan/transfer dan perintah membayar lainnya.
- b. Simpanan *Mudharabah*, adalah simpanan pemilik dana yang penyetorannya dan penarikannya dapat dilakukan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati sebelumnya.

#### 2. Produk Penyaluran Dana

*Baitul Mal Wa Tamwil* (BMT) bukan sekedar lembaga keuangan non bank yang bersifat sosial. Namun, *Baitul Mal Wa Tamwil* (BMT) juga sebagai lembaga bisnis dalam rangka memperbaiki perekonomian umat. Sesuai dengan itu, maka dana yang dikumpulkan dari anggota harus disalurkan dalam bentuk pinjaman kepada anggotanya atau disebut juga pembiayaan.

Ada berbagai jenis pembiayaan yang dikembangkan oleh *Baitul Mal Wa Tamwil* (BMT), yang kesemuanya itu mengacu pada dua jenis akad, yaitu:

1. Akad *syirkah*
2. Akad jual beli

Dari kedua akad ini dikembangkan sesuai dengan kebutuhan yang dikehendaki oleh *Baitul Mal Wa Tamwil* (BMT) dan anggota. Di antara pembiayaan yang sudah umum dikembangkan oleh *Baitul Mal Wa Tamwil* (BMT) maupun lembaga keuangan islami lainnya adalah:

- a. Pembiayaan *Ba'I bitsaman ajil* (BBA)
- b. Pembiayaan *Murabahah* (MBA)
- c. Pembiayaan *Mudharabah* (MDA)

## **B. Penelitian Terdahulu**

Adapun penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini adalah penelitian Nuriyatus Sobakha (2004). Hasilnya adalah terdapat pengaruh yang signifikan antara laporan keuangan terhadap pengambilan keputusan di CV.Antika Jaya Baru Surabaya yang ditunjukkan dengan koefisien korelasi pengaruh laporan keuangan sebesar 0,981.<sup>34</sup>

Novi Natalia (2016) dari hasil analisis regresi berganda menunjukkan bahwa secara parsial (uji t) hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel independent berpengaruh positif terhadap variabel dependent karena memiliki  $t_{hitung}$  yang lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $374,176 > 3,15$ ) dan nilai signifikansi lebih kecil daripada taraf signifikansi 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ).<sup>35</sup>

---

<sup>34</sup> Nuriyatus Sobakha, "Analisis Laporan Keuangan Terhadap Pengambilan Keputusan Pada CV.Antika Jaya Baru Surabaya", (Surabaya: Skripsi. UIN Sunan Ampel, 2004)

<sup>35</sup> Novi Natalia, "Pengaruh Tingkat Pendidikan dan Lamanya Bekerja Terhadap Kompensasi Karyawan Pada PT MBI Kecamatan Batang Hari Leko Kabupaten Musi Banyuasin", (Palembang: Skripsi. UIN Raden Fatah, 2016)

Faqih Marsyad (2007) hasil penelitian bauran pemasaran 4P, *product*, *price*, *place*, dan *promotion* berpengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan anggota dalam menggunakan produk tabungan wadiah BMT. Dana Syariah dan juga dalam pembahasannya ia menegaskan strategi pemasaran jasa serta faktor-faktor perubahan kondisi pasar dan biaya seperti, faktor demografi, perekonomian, sosial, dan budaya, politik dan hukum, teknologi serta persaingan.<sup>36</sup>

Wahid Rohmad (2008) hasil penelitian secara simultan variabel harga, produk, tempat, promosi mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keputusan nasabah dalam mengambil pembiayaan murabahah pada *Baitul Mal Wa Tamwil* (BMT) Palur, dan secara parsial variabel yang mempunyai pengaruh paling dominan adalah variabel harga dengan signifikansi sebesar 0.020. t hitung 2,860 dan paling kecil nilainya adalah variabel tempat dengan signifikansi sebesar 0,047 t hitung 1,9777.<sup>37</sup>

Lutfi Efendi (2009) hasil penelitian adalah diketahui ada empat faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah untuk menabung pada bank muamalat cabang malang yaitu faktor tingkat pendidikan yang memperoleh tingkat signifikan sebesar 0,000 dengan taraf kepercayaan 95%, Tanggungan keluarga yang memperoleh tingkat signifikansi sebesar 0,021 dengan taraf kepercayaan 95%, pelayanan yang baik yang memperoleh tingkat signifikansi

---

<sup>36</sup> Faqih Marsyad, "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Anggota dalam Menggunakan Produk Tabungan Wadiah BMT Dana Syariah Giwangan" (Yogyakarta: Skripsi. UIN Sunan Kalijaga, 2007)

<sup>37</sup> Wahid Rohmad, "Pengaruh variabel Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah dalam Mengambil Pembiayaan Murabahah pada BMT Palur Karanganyar tahun 2007" (Yogyakarta: Skripsi. UIN Sunan Kalijaga, 2008)

sebesar 0,000 dengan taraf kepercayaan 95%, faktor syariah yang memperoleh tingkat signifikansi sebesar 0,001 dengan taraf kepercayaan 95%.<sup>38</sup>

Mazz Reza Pranata (2011) hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan konsumen mengenai perbankan syariah memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan wadiah pada PT.Bank Syariah Mandiri Cabang Medan.<sup>39</sup>

Joko Lelono Bambang widoyono (2011) hasilnya adalah variabel pendapatan, variabel pendidikan, variabel persepsi pelayanan ada pengaruh signifikan positif terhadap permintaan pembiayaan pada Baitul Mal Wa Tamwil (BMT) Muamalah Mandiri Baturetno Wonogiri.<sup>40</sup>

Rizqa Ramadhaning Tyas (2012) hasil penelitian pertama, terdapat pengaruh yang signifikan dari kualitas pelayanan yang terdiri reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles terhadap keputusan menabung. Kedua, terdapat pengaruh yang signifikan lokasi *Baitul Mal Wa Tamwil* (BMT) terhadap keputusan nasabah untuk menabung. Ketiga, variabel empathy merupakan variabel yang memberikan pengaruh dominan terhadap keputusan untuk menabung. Hal ini berarti kesediaan karyawan dan pengelola *Baitul Mal Wa*

---

<sup>38</sup> Lutfi Efendi, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Nasabah Pada Bank Muamalat Malang", (Malang: Jurnal Skripsi Publikasi Fakultas Ekonomi UIN Malang, 2009), hlm.6.

<sup>39</sup> Mazz Reza Pranata, "Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Wadiah Pada PT.Bank Syariah Mandiri Cabang Medan", (Medan: Skripsi. Universitas Sumatera Utara, 2011)

<sup>40</sup> Joko Lelono Bambang widoyono, "Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Pembiayaan Lembaga Keuangan Syariah (Studi Kasus Pada Baitul Mal Wa Tamwil (BMT) Muamalah Mandiri Baturetno Wonogiri), (Surakarta: Tesis. Universitas Sebelas Maret, 2011)

*Tamwil* (BMT) Sumber mulia untuk lebih peduli dengan memberikan pemahaman dan perhatian kepada nasabah menyebabkan nasabah mau untuk menabung.<sup>41</sup>

Lisnawati (2013) hasil penelitian faktor produk, faktor harga, faktor tempat, faktor promosi, faktor orang, faktor proses, faktor bukti fisik, ada pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan pembiayaan Murabahah pada *Baitul Mal Wa Tamwil* (BMT) Mitrama.<sup>42</sup>

Achmad Almuham Gaffar (2014) hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa dari hasil analisis regresi nampak bahwa pengetahuan konsumen yang terdiri dari Pengetahuan produk, pengetahuan pembelian, pengetahuan pemakaian mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah di Makassar. Hasil pengujian pengukuran pengetahuan konsumen menunjukkan bahwa variabel yang paling dominan memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih Bank Syariah di Makassar adalah pengetahuan pembelian, hal ini dikarenakan untuk variabel pengetahuan pembelian mempunyai nilai koefisien regresi terbesar serta memiliki nilai signifikan yang terkecil dari variabel pengetahuan pemakaian.<sup>43</sup>

---

<sup>41</sup> Rizqa Ramadhani Tyas, "Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Di Baitul Mal Wa Tamwil (BMT) Sumber Mulia Tuntang", (Salatiga: Skripsi. STAIN Salatiga, 2012)

<sup>42</sup> Lisnawati, "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Anggota Dalam Menggunakan Pembiayaan Murabahah (Studi Pada Produk Jasa Keuangan Mikro di BMT Mitrama)", (Yogyakarta: Skripsi. UIN Sunan Kalijaga, 2013)

<sup>43</sup> Achmad Almuham Gaffar, "Pengaruh Pengetahuan Konsumen Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah (Studi Kasus Nasabah Pada Bank Muamalat Cabang Makassar)", (Makassar: Skripsi. Universitas Hasanuddin, 2014)

Tabel 2.1

Tabel Penelitian Terdahulu

NO	NAMA/JUDUL	HASIL	PERBEDAAN	PERSAMAAN
1	Nuriyatus Sobakha (2004) Analisis Laporan Keuangan Terhadap Pengambilan Keputusan Pada CV.Antika Jaya Baru Surabaya	Hasilnya adalah terdapat pengaruh yang signifikan antara laporan keuangan terhadap pengambilan keputusan di CV.Antika Jaya Baru Surabaya yang ditunjukkan dengan koefisien korelasi pengaruh laporan keuangan sebesar 0,981.	Variabel X yaitu tingkat pendidikan, dan tempat penelitiannya yaitu BMT Tarbiyah Palembang	Variabel Y yaitu keputusan menjadi nasabah
2	Faqih Marsyad (2007) Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Anggota dalam Menggunakan Produk Tabungan Wadiah BMT Dana Syariah Giwangan	Hasilnya adalah bauran pemasaran 4p, produk, price, place, dan promotion berpengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan anggota dalam menggunakan produk tabungan wadiah BMT.	Variabel X yaitu tingkat pendidikan dan pengetahuan konsumen	Variabel Y yaitu keputusan nasabah, dan tempat penelitiannya sama meneliti di BMT
3	Wahid Rohmad (2008) Pengaruh variabel Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah dalam Mengambil Pembiayaan Murabahah pada BMT Palur Karanganyar tahun 2007	Hasilnya secara simultan variabel harga, produk, tempat, promosi mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keputusan nasabah dalam mengambil pembiayaan murabahah pada BMT Palur, dan secara parsial variabel yang mempunyai pengaruh paling dominan adalah variabel harga dengan	Variabel X yaitu tingkat pendidikan dan pengetahuan konsumen	Variabel Y yaitu keputusan nasabah, dan tempat penelitiannya sama-sama meneliti di BMT

		signifikansi sebesar 0.020. t hitung 2,860 dan paling kecil nilainya adalah variabel tempat dengan signifikansi sebesar 0,047 t hitung 1,9777		
4	Lutfi Efendi (2009) Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Nasabah Pada Bank Muamalat Malang	Hasilnya adalah diketahui ada empat faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah untuk menabung pada bank muamalat cabang malang yaitu faktor tingkat pendidikan yang memperoleh tingkat signifikan sebesar 0,000 dengan taraf kepercayaan 95%, Tanggungan keluarga yang memperoleh tingkat signifikansi sebesar 0,021 dengan taraf kepercayaan 95%, pelayanan yang baik yang memperoleh tingkat signifikansi sebesar 0,000 dengan taraf kepercayaan 95%, faktor syariah yang memperoleh tingkat signifikansi sebesar 0,001 dengan taraf kepercayaan 95%	Variabel X pengetahuan konsumen, dan tempat penelitiannya yaitu BMT Tarbiyah Palembang	Variabel X yaitu tingkat pendidikan, Variabel Y yaitu pengambilan keputusan
5	Mazz Reza Pranata (2011) Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Wadiah Pada PT.Bank Syariah Mandiri	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan konsumen mengenai perbankan syariah memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan wadiah pada PT.Bank Syariah Mandiri Cabang Medan	Variabel X yaitu tingkat pendidikan dan tempat penelitiannya yaitu BMT Tarbiyah Palembang	Variabel X yaitu pengetahuan konsumen dan Variabel Y yaitu keputusan nasabah.

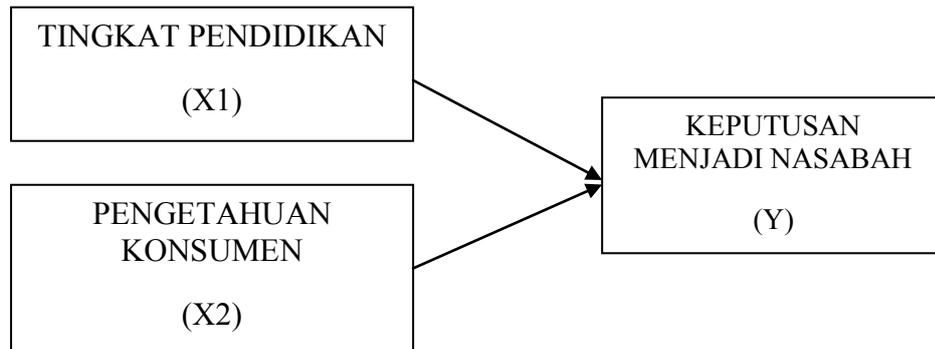
	Cabang Medan.			
6	Novi Natalia (2016) Pengaruh Tingkat Pendidikan dan Lamanya Bekerja Terhadap Kompensasi Karyawan Pada PT MBI Kecamatan Batang Hari Leko Kabupaten Musi Banyuasin.	hasil analisis regresi berganda menunjukkan bahwa secara parsial (uji t) hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel independent berpengaruh positif terhadap variabel dependent karena memiliki $t_{hitung}$ yang lebih besar dari $t_{tabel}$ ( $374,176 > 3,15$ ) dan nilai signifikansi lebih kecil daripada taraf signifikansi 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ).	Pengetahuan konsumen, dan Variabel Y yaitu keputusan nasabah dan tempat penelitiannya yaitu di Baitul Mal Wa Tamwil (BMT).	Variabel X yaitu tingkat pendidikan.
7	Joko Lelono Bambang widoyono (2011) Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Pembiayaan Lembaga Keuangan Syariah (Studi Kasus Pada Baitul Mal Wa Tamwil (BMT) Muamalah Mandiri Baturetno Wonogiri).	Hasilnya adalah variabel pendapatan, variabel pendidikan, variabel persepsi pelayanan ada pengaruh signifikan positif terhadap permintaan pembiayaan pada Baitul Mal Wa Tamwil (BMT) Muamalah Mandiri Baturetno Wonogiri	Variabel X yaitu tingkat pendidikan dan pengetahuan konsumen	Variabel Y yaitu keputusan nasabah dan tempat penelitiannya yaitu sama meneliti di BMT.
8	Rizqa Ramadhani Tyas (2012) Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Di	Hasilnya adalah pertama, terdapat pengaruh yang signifikan dari kualitas pelayanan yang terdiri reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles terhadap keputusan menabung. Kedua, terdapat pengaruh yang signifikan lokasi Baitul Mal Wa Tamwil	Variabel X yaitu tingkat pendidikan dan pengetahuan konsumen	Variabel Y yaitu keputusan nasabah dan Tempat penelitiannya yaitu sama meneliti di Baitul Mal Wa Tamwil (BMT)

	Baitul Mal Wa Tamwil (BMT) Sumber Mulia Tuntang	(BMT) terhadap keputusan nasabah untuk menabung. Ketiga, variabel empathy merupakan variabel yang memberikan pengaruh dominan terhadap keputusan untuk menabung.		
9	Lisnawati (2013) Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Anggota Dalam Menggunakan Pembiayaan Murabahah (Studi Pada Produk Jasa Keuangan Mikro di BMT Mitrama)	Hasilnya adalah faktor produk, faktor harga, faktor tempat, faktor promosi, faktor orang, faktor proses, faktor bukti fisik, ada pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan pembiayaan Murabahah pada Baitul Mal Wa Tamwil (BMT) Mitrama	Variabel X yaitu tingkat pendidikan dan pengetahuan konsumen dan Variabel Y yaitu keputusan nasabah.	Tempat penelitiannya yaitu sama meneliti di Baitul Mal Wa Tamwil (BMT)
10	Achmad Almuhrum Gaffar (2014) Pengaruh Pengetahuan Konsumen Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah (Studi Kasus Nasabah Pada Bank Muamalat Cabang Makassar).	Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa dari hasil analisis regresi nampak bahwa pengetahuan konsumen yang terdiri dari Pengetahuan produk, pengetahuan pembelian, pengetahuan pemakaian mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah di Makassar.	Variabel X yaitu tingkat pendidikan dan tempat penelitiannya.	Variabel X yaitu Pengetahuan Konsumen dan variabel Y keputusan nasabah.

Sumber : Di kumpulkan dari berbagai sumber, 2016.

### C. Kerangka Pikir

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Konseptual**



### D. Hipotesa

Hubungan antara variabel-variabel yang diteliti dapat digambarkan sebagai berikut:

H1 : Ha = Ada pengaruh yang signifikan antara tingkat pendidikan dengan keputusan nasabah.

Ho = Ada pengaruh yang signifikan antara pengetahuan konsumen dengan keputusan nasabah.

H2 : Ha = Tidak ada pengaruh yang signifikan antara tingkat pendidikan dengan keputusan nasabah.

Ho = Tidak ada pengaruh yang signifikan antara pengetahuan konsumen dengan keputusan nasabah.

## **BAB III**

### **Metode Penelitian**

#### **A. Ruang Lingkup Penelitian**

Dalam penelitian ini, penulis melakukan pembatasan masalah dengan tujuan agar penelitian dapat dilakukan secara terarah dan memperoleh hasil yang dapat dimanfaatkan sebaik-baiknya. Batasan-batasan tersebut adalah :

1. Lembaga yang di jadikan objek penelitian ini adalah *Baitul Mal Wa Tamwil* (BMT) Tarbiyah Palembang yang memiliki kantor pusat di Jl.Tembus Terminal, Blok M 54 Km 12, Komplek BMT Tarbiyah (Unit Pasar Alang-Alang Lebar), Palembang, Sumatera Selatan.
2. Variabel yang digunakan untuk melakukan pengukuran pengaruh atas keputusan nasabah antara lain, variabel tingkat pendidikan (X1) dan variabel pengetahuan konsumen (X2).

#### **B. Jenis dan Sumber Data**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, metode kuantitatif adalah metode penelitian eksperimen dan survey, data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.<sup>44</sup>

---

<sup>44</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm.7

Sumber data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Data Primer merupakan data yang diperoleh melalui penelitian lapangan, yaitu melakukan penelitian dengan cara terjun langsung ke lapangan dengan menggunakan teknik pengambilan data melalui kuesioner, wawancara dan observasi langsung.<sup>45</sup>
2. Data Sekunder merupakan data yang sudah dalam bentuk jadi, seperti data dalam dokumen dan publikasi.<sup>46</sup> Dalam hal ini, penulis mengambil data sekunder dari buku-buku, jurnal dan skripsi.

### **C. Populasi dan Sampel**

#### **a. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>47</sup>

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah nasabah yang menjadi nasabah pada Baitul Mal Wa Tamwil (BMT) Tarbiyah Palembang sebanyak 832 orang.

---

<sup>45</sup> Suharyadi dan Purwanto, Statistika Untuk Ekonomi Dan Keuangan Modern, (Jakarta, Salemba Empat, 2010), hlm.14

<sup>46</sup> Sugiono, Penelitian Administrasi Dan Perkantoran, (Bandung: Alfabeta, 2001), hlm.70

<sup>47</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm.80

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul *representative* (mewakili).<sup>48</sup>

Sampel yang digunakan dipilih dengan menggunakan teknik *insidental sampling*. *Insidental sampling* adalah di mana pengambilan elemen-elemen yang dimasukkan dalam sampel dilakukan dengan sengaja, dengan catatan bahwa sampel tersebut *representative* atau mewakili populasi. Di karenakan populasi *homogeny* dan dipilih secara acak sehingga setiap unsur dalam populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih. Penelitian ini dilakukan dengan cara memberikan pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab.

Untuk menentukan besarnya jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian adalah dengan menggunakan pendekatan rumus *Slovin*.

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Keterangan :

n : Sampel

N :Populasi

E : Standar error 10%

---

<sup>48</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm.81

Maka jumlah sampel, adalah :

$$n = \frac{832}{1+832 (10\%)^2}$$

$$n = \frac{832}{1+832 (0,01)}$$

$$n = \frac{832}{9,32}$$

$$n = 89,2$$

Di bulatkan menjadi 89 orang.

Berdasarkan rumus, jumlah sampel dalam penelitian ini dibutuhkan menjadi 89 orang dengan kesalahan (error) sebesar 10%. Metode penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *insidental sampling* di karenakan populasi homogen dan dipilih secara acak sehingga setiap unsur dalam populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih. Penelitian ini dilakukan dengan cara memberikan pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab.<sup>49</sup>

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yaitu cara memperoleh data dalam melakukan kegiatan penelitian.<sup>50</sup>

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan beberapa teknik yaitu:

---

<sup>49</sup>

<sup>50</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik cet.13*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006),Hlm.149

## 1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan teknik yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas.<sup>51</sup>

Kuesioner menggunakan skala likert, yang terdiri dari:

- a. Sangat Tidak Setuju (STS), diberi bobot 1
- b. Tidak Setuju (TS), diberi bobot 2
- c. Netral (N), diberi bobot 3
- d. Setuju (S) diberi bobot 4
- e. Sangat Setuju (SS), diberi bobot 5

Setelah itu keseluruhan skor yang dikumpulkan kemudian dijumlahkan dan diolah dengan menggunakan SPSS ( *Statistical Product And Service Solution* ) selanjutnya dilakukan perhitungan bobot nilai pada setiap jawaban responden akan dihitung untuk mendapatkan nilai persen (%) dan frekuensinya.

## 2. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah data yang diambil dari hasil-hasil penelitian sebelumnya yang ada kaitannya dengan penelitian ini, dokumentasi berupa arsip-

---

<sup>51</sup>Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta,2011),hlm 47

arsip yang ada pada Baitul Mal Wa Tamwil (BMT) Tarbiyah Palembang berupa data-data yang boleh dipublikasikan dan artikel-artikel yang bersumber dari internet.

## **E. Operasionalisasi Variabel**

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **a. Variabel Terikat (*Variabel Dependen*)**

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variable bebas.<sup>52</sup> Pada penelitian ini variabel yang digunakan sebagai variabel terikat adalah keputusan menjadi nasabah.

### **b. Variabel Bebas (*Variabel Independen*)**

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbul variabel terikat.<sup>53</sup> Pada penelitian ini variabel yang digunakan sebagai variabel bebas adalah tingkat pendidikan dan pengetahuan konsumen.

---

<sup>52</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2014), hlm.39

<sup>53</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2014), hlm.39

## F. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah penjabaran masing-masing variabel terhadap indikator-indikator yang membentuknya. Variabel dalam penelitian ini terdiri atas variabel bebas (independent) yang mencakup tingkat pendidikan (X1) dan pengetahuan konsumen (X2), sedangkan variabel terikat (dependent) adalah keputusan menjadi nasabah (Y).

### a. Tingkat pendidikan

Didin Kurniawan dan Imam Machali menuliskan bahwa pendidikan diartikan sebagai usaha yang dijalankan oleh seseorang atau kelompok orang lain agar menjadi dewasa atau mencapai tingkat hidup atau penghidupan yang lebih tinggi dalam arti mental.<sup>54</sup>

### b. Pengetahuan Konsumen

Mowen and Minor mendefinisikannya sebagai *“The amount of experience with and information about particular products or services a person has”*, atau pengetahuan adalah sejumlah pengalaman dengan berbagai macam informasi tentang produk atau jasa tertentu yang dimiliki.<sup>55</sup>

---

<sup>54</sup>Didin Kurniadin dan Imam Machali, *Manajemen Pendidikan Konsep & Prinsip Pengelolaan Pendidikan*, (Yogyakarta: AR-RUZZ MEDIA, 2013), hlm.113.

<sup>55</sup> Mowen, Jhon C; Michael Minor, *Consumer Behavior 6ed*, (New Jersey : Prentice-Hall,Inc, 2008), hlm.106

c. Keputusan menjadi Nasabah

Pengambilan keputusan adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku *alternative*, dan memilih salah satu diantaranya.<sup>56</sup>

## G. Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data kuantitatif. Analisis data kuantitatif adalah suatu pengukuran yang digunakan dalam suatu penelitian yang dapat di hitung dengan jumlah satuan tertentu atau dinyatakan dalam angka-angka. Analisis ini meliputi pengolahan data, pengorganisasian data, dan penemuan hasil. Dalam penelitian ini, analisis data kuantitatif yang digunakan antara lain.<sup>57</sup>

### 1. Uji Validitas

Uji ini dilakukan dengan membandingkan nilai *r* hitung (nilai *Corrected Item-Total Correlation* pada *output Cronbach Alpha*) dengan nilai *r* tabel untuk *degree of freedom* ( $df = n - k$ ), dalam hal ini *n* merupakan jumlah sampel dan *k* merupakan jumlah variabel. pada penelitian ini jumlah sampel ( $n$ ) = 89 dan besarnya *df* dapat dihitung  $89 - 3 = 86$ , dengan  $df = 86$  dan  $Alpha = 0,05$  didapat *r* tabel dengan uji dua sisi = 0,209. Jika *r* hitung lebih besar dari pada *r* tabel dan bernilai positif, maka butir pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid. Dengan jumlah (*n*) adalah 89 dan tingkat

---

<sup>56</sup> Nugroho Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2012), hlm.332.

<sup>57</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2014), hlm 73-75

signifikan 0,05 maka r tabel pada penelitian ini adalah  $r = (0,05; 89 - 3) \Rightarrow 0,209$ .

Bila :  $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ , berarti pernyataan tersebut dinyatakan valid.

$r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$  pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur konsistensi konstruk atau indikator (variabel) penelitian. suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk menguji kehandalan kuesioner yang digunakan, maka dilakukan analisis reliabilitas berdasarkan koefisien *Alpha Cronbach*. Koefisien *alpha cronbach* menafsirkan korelasi antara skala yang dibuat dengan semua skala indikator yang ada dengan keyakinan tingkat kendala. Indikator yang dapat diterima apabila koefisien Alpha diatas 0,60. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronch Alpha*  $> 0,60$ .

## 3. Uji Regresi Linier Berganda

Untuk mengetahui pengaruh tingkat pendidikan dan pengetahuan konsumen terhadap keputusan menjadi nasabah pada BMT Tarbiyah Palembang digunakan Teknik Analisis Regresi Linear Berganda dengan bantuan program SPSS.

Analisis regresi linier berganda adalah regresi dimana variabel terikat (Y) dihubungkan atau dijelaskan oleh lebih dari satu variabel, dua, tiga dan

seterusnya variabel bebas ( $X_1, X_2, X_3 \dots X_n$ ) namun masih menunjukkan diagram hubungan yang linier.<sup>58</sup>

Penggunaan metode analisis ini untuk menganalisis Tingkat Pendidikan ( $X_1$ ), dan Pengetahuan Konsumen ( $X_2$ ) terhadap Keputusan menjadi Nasabah ( $Y$ ) dengan model dasar dapat ditulis sebagai berikut:

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

Dimana :

$Y$  = Variabel dependen yakni Keputusan Nasabah

$a$  = Konstanta

$b_1 - b_2$  = Koefisien Regresi Variabel

$X_1$  = Tingkat Pendidikan

$X_2$  = Pengetahuan Konsumen

$e$  = Error atau Sisa

#### 4. Uji Asumsi Klasik

Dalam analisis regresi linier berganda terdapat asumsi-asumsi yang harus dipenuhi sehingga model regresi tidak memberikan hasil *bias* (*Best Linear Unibased Estimator/ BLUE*). Pengujian asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, multikolinieritas, heteroskedastisitas, dan autokolerasi.

---

<sup>58</sup> M. Iqbal Hasan, (*Pokok-Pokok Materi Statistik 2 (Statistik Inferensif)*), hlm. 254

Masing-masing pengujian asumsi klasik tersebut secara rinci dapat dijelaskan sebagai berikut :

**a. Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen dan variabel independen mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal, deteksi normalitas dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik.<sup>59</sup>

Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- 1) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Jika data jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

**b. Uji Multikolinieritas**

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah variabel dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas.<sup>60</sup> Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Uji multikolinieritas dapat dilakukan dengan melihat VIF (*Variance Inflation Factors*) dan nilai *tolerance*.

---

<sup>59</sup> Ghazali, *Model Persamaan Structural Konsep Dan Aplikasi Dengan Program AMOS Ver. 5.0*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2008), hlm. 113

<sup>60</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program (edisi ketujuh)*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), hlm. 105

Pengambilan keputusan dengan melihat nilai *tolerance* :

- 1) Tidak terjadi Multikolinieritas, jika nilai *tolerance* lebih besar 0,10.
- 2) Terjadi Multikolinieritas, jika nilai *tolerance* lebih kecil atau sama dengan 0,10.

Dengan melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factors*):

- 1) Tidak terjadi Multikolinieritas, jika nilai VIF lebih kecil 10,00.
- 2) Terjadi Multikolinieritas, jika nilai VIF lebih besar atau sama dengan 10,00.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali,<sup>61</sup> uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari *residual* atau pengamatan ke pengamatan lain. Jika varian dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau yang tidak terjadi heteroskedastisitas.

Salah satu cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan uji glejser. Uji glejser mengusulkan untuk meregresi nilai *absolut residual* terhadap variabel independen. Jika variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi variabel independen (*absolut residual*) maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas.

---

<sup>61</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program (edisi ketujuh)*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), hlm. 113

#### **d. Uji Autokorelasi**

Pengujian asumsi berikutnya dalam model regresi linier adalah autokorelasi. Ghozali<sup>62</sup> menjelaskan bahwa uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah ada korelasi antar variabel itu sendiri. Untuk menguji keberadaan autokorelasi dalam penelitian ini digunakan metode Durbin-Watson *test*, dimana dasar pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi adalah sebagai berikut:

- 1) Angka D-W di bawah -2, berarti ada autokorelasi positif.
- 2) Angka D-W di antara -2 sampai +2, berarti tidak ada autokorelasi.
- 3) Angka D-W di atas +2, berarti ada autokorelasi negatif.

#### **H. Uji Hipotesis**

Pengujian hipotesis berhubungan dengan penerimaan atau penolakan suatu hipotesis, yaitu dengan langkah sebagai berikut:

##### **a. Uji Simultan (F)**

Uji simultan (uji-F) ini digunakan untuk menguji pengaruh kedua variabel Uji simultan (uji F) ini digunakan untuk menguji pengaruh kedua secara bersama sama (simultan). Pengujian simultan dimaksudkan untuk menguji apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari tingkat pendidikan, pengetahuan konsumen terhadap keputusan menjadi nasabah.

---

<sup>62</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program (edisi ketujuh)*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), hlm. 110

**b. Uji Parsial (Uji t)**

Uji t digunakan untuk mengetahui berapa besar pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian parsial dimaksudkan untuk menguji bagaimana hubungan variabel tingkat pendidikan terhadap keputusan menjadi nasabah dan hubungan pengetahuan konsumen terhadap keputusan menjadi nasabah.

**c. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Pengujian koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen ( $X_1$ ,  $X_2$ ) secara serentak terhadap variabel dependen ( $Y$ ). Koefisien ini menunjukkan seberapa besar persentase variasi variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi variabel dependen.<sup>63</sup>

---

<sup>63</sup> Gema Satria, Lilis Sulistyowati, dan Jushermi, "Pengaruh Harga, Biaya Promosi dan Biaya *Personal Selling* Terhadap Volume Penjualan Hino Dump Truck pada PT Gita Riau Makmur Pekanbaru", *Jom Fekon*, Vol 1, No. 2 Oktober 2014, hlm. 5-6

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN**

##### **1. Sejarah Singkat Baitul Mal Wa Tamwil (BMT) Tarbiyah Palembang**

Baitul Mal Wa Tamwil (BMT) Tarbiyah berkedudukan di jalan M. Yusuf Zen No. 727 Rt. 16 Rw. 06 Kelurahan Talang Betutu Kecamatan Sukarami Palembang didirikan berdasarkan Badan Hukum Nomor : 00135/KPTS/BH/KDK.6.9/X/1999 tanggal 11 Oktober 1999.

Baitul Mal Wa Tamwil (BMT) Tarbiyah Palembang bergerak dalam bidang usaha simpan pinjam. Namun dengan terjadinya perkembangan zaman, Baitul Mal Wa Tamwil (BMT) Tarbiyah mulai merintis usaha untuk membangun pasar KM.12. Untuk memperlancar jalannya kegiatan operasionalnya maka Baitul Mal Wa Tamwil (BMT) Tarbiyah berpindah lokasi yaitu berkantor pusat di Jl.Tembus Terminal, Blok M 54 Km 12, Komplek BMT Tarbiyah (Unit Pasar Alang-Alang Lebar), Palembang, Sumatera Selatan

Baitul Mal Wa Tamwil (BMT) Tarbiyah Palembang mempunyai tujuan sebagai berikut :

- a. Memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan kesejahteraan masyarakat pada umumnya dalam rangka mewujudkan terlaksananya masyarakat yang maju, adil dan makmur berdasarkan pancasila.

- b. Meningkatkan dan menambah pengetahuan anggota tentang perkoperasian
- c. Mengupayakan latihan kerjaketerampilan perkoperasian untuk membantu anggota koperasi.
- d. Pengelolaan yang dilakukan secara demokrasi berdasarkan azaz kekeluargaan.

Dalam mencapai tujuan tersebut diatas Baitul Mal Wa Tamwil (BMT) Tarbiyah Palembang menyelenggarakan usaha-usaha sebagai berikut :

- a. Unit Usaha Simpan Pinjam
- b. Unit Pasar
- c. Unit Pertanian/Peternakan
- d. Unit Perdagangan

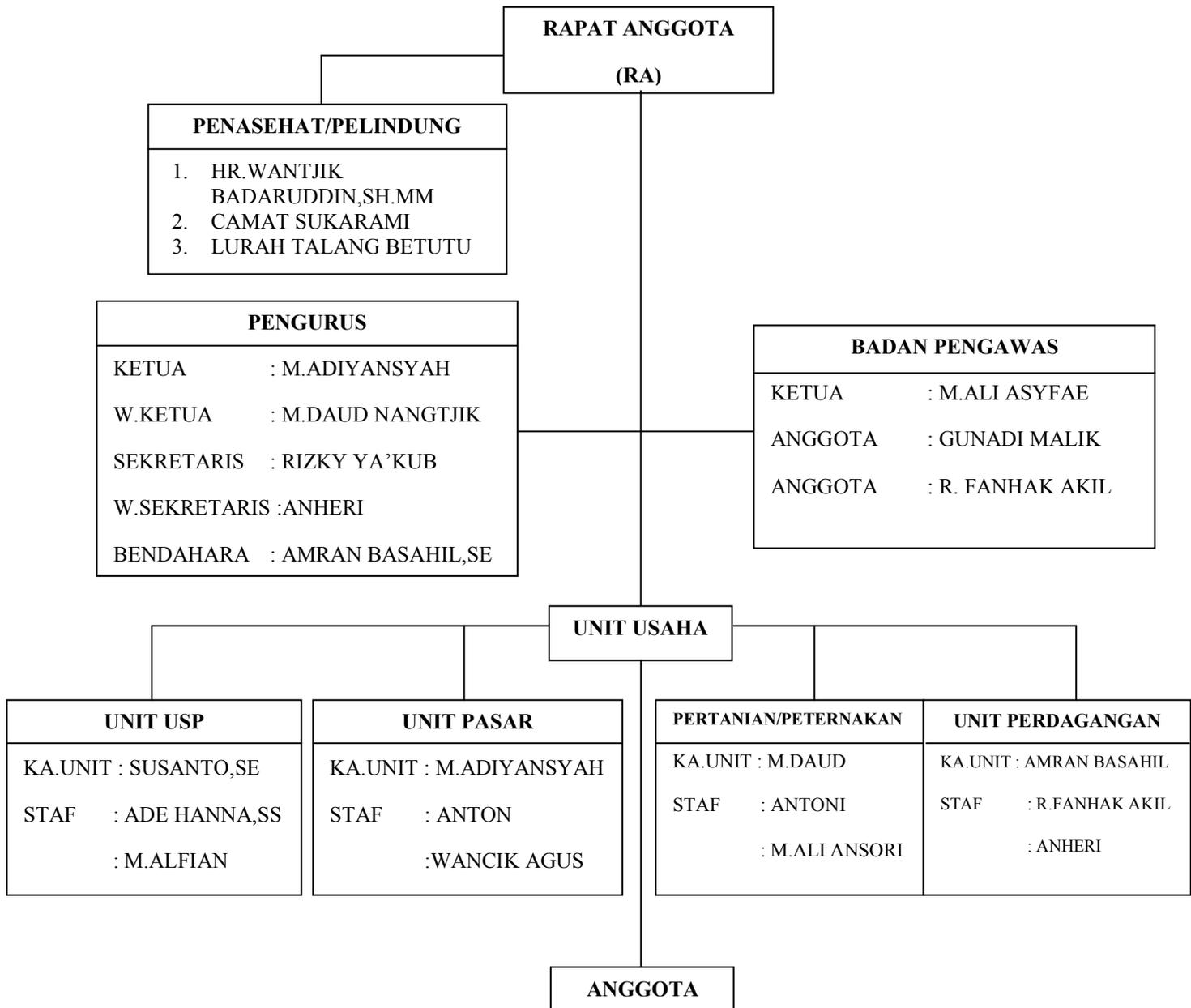
## **2. Struktur Organisasi Baitul Mal Wa Tamwil (BMT) Tarbiyah**

Struktur organisasi yang baik mencerminkan rangkaian tugas dan tanggungjawab yang jelas dalam organisasi perusahaan. Hal ini tentunya akan sangat berpengaruh terhadap kelancaran tugas yang pada akhirnya untuk pencapaian tujuan akhir perusahaan. Dengan struktur organisasi akan terlihat jelas garis wewenang dan tanggungjawab masing-masing bagian dalam organisasi tersebut. Baitul Mal Wa Tamwil (BMT) Tarbiyah Palembang menggunakan struktur organisasi yang berbentuk garis dan fungsional, dimana semua anggota dipimpin oleh Rapat Anggota (RA) dan bagian-bagian disesuaikan dengan fungsi-fungsi pimpinan dari sudut subjek atau lapangan

pekerjaannya, sehingga masing-masing orang yang bertugas dalam tiap-tiap bagian memusatkan perhatiannya pada bagian itu saja.

Berikut ini merupakan gambar struktur organisasi pada Baitul Mal Wa Tamwil (BMT) Tarbiyah Palembang.

**Gambar 4.1**  
**Struktur Organisasi Baitul Mal Wa Tamwil (BMT) Tarbiyah Palembang**



Sumber : Baitul Mal Wa Tamwil (BMT) Tarbiyah Palembang

### **3. Uraian Tugas**

Dari struktur organisasi pada Baitul Mal Wa Tamwil (BMT) Tarbiyah Palembang, adapun tugas dari masing-masing bagiannya yaitu :

#### **1. Rapat Anggota (RA)**

Adapaun wewenang dan tanggungjawab dari Rapat Anggota (RA) ini adalah sebagai berikut :

- a. Rapat anggota merupakan pemegang kekuasaan tertinggi dalam Baitul Mal Wa Tamwil (BMT) Tarbiyah Palembang.
- b. Semua keputusan hasil rapat anggota dilaksanakan oleh pengurus, kecuali dalam hal tertentu masih diperlukan persetujuan dari komandan.
- c. Rapat anggota baru sah apabila dihadiri lebih dari setengah jumlah anggota. Rapat anggota menetapkan dan mengesahkan :
  - a. Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga
  - b. Kebijakan umum di bidang organisasi, manajemen dan usaha Baitul Mal Wa Tamwil (BMT) Tarbiyah Palembang
  - c. Memilih mengangkat dan memberhentikan pengurus dan pengawas.
  - d. Rencana kerja, rencana anggaran pendapatan dan belanja koperasi serta mengesahkan laporan keuangan.
  - e. Pertanggung jawaban pengurus dan pengawas dalam pelaksanaan tugasnya.

- f. Pembagian Sisa Hasil Usaha.
- g. Penggabungan dan pembubaran koperasi.

## **2. Penasehat/Pelindung**

Adapun tugas dan fungsi Badan Penasehat :

- a. Bertugas memberikan pertimbangan dan nasehat baik diminta maupun tidak diminta untuk kepentingan dan kemajuan bmt.
- b. Berfungsi sebagai penasehat
- c. Dapat menghadiri Rapat Anggota, Rapat Gabungan dan Rapat Pengurus.

## **3. Pengurus**

### **a. Ketua**

Adapun wewenang dan tanggungjawab ketua pengurus adalah sebagai berikut :

1. Menyusun rencana kerja
2. Memimpin dan mengawasi pelaksanaan tugas anggota pengurus dan badan pelaksana.
3. Mengkoordinir tugas-tugas anggota pengurus dan badan pelaksanaan.
4. Mempertanggung jawabkan pelaksanaan tugas kepada Rapat Anggota Tahunan.

**b. Sekretaris**

Adapun wewenang dan tanggungjawab sekretaris pengurus adalah sebagai berikut :

1. Mengelola dan bertanggung jawab atas semua urusan kesekretarian, kepegawaian dan kearsipan.
2. Mengelola dan bertanggung jawab atas pengisian buku wajib koperasi, yaitu: buku anggota, buku pengurus dan buku pengawas.
3. Bertanggung jawab kepada Rapat Anggota Tahunan

**c. Bendahara**

Adapun wewenang dan tanggungjawab bendahara pengurus adalah sebagai berikut :

1. Mengelola dan bertanggungjawab atas keuangan bmt.
2. Menyusun atau membuat laporan keuangan yang berupa buku kas, buku bank, neraca keuangan bulanan atau tahunan, perhitungan pajak dan inventaris.
3. Bersama ketua membuat perhitungan jasa pengurus, transportasi pengurus dan perjalanan dinas.

**4. Badan Pengawas**

Adapun wewenang dan tanggungjawab dari Rapat Anggota (RA) ini adalah sebagai berikut :

- a. Badan pengawas dipilih dari dan oleh anggota dalam Rapat Anggota.

- b. Badan pengawas bertanggung jawab kepada anggota.
- c. Susunan dan anggota badan pengawas, yaitu 1 (satu) orang ketua dan 2 (dua) orang anggota.
- d. Melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan kebijaksanaan dan pengelolaan koperasi sekurang-kurangnya 3 (tiga) bulan sekali.
- e. Membuat laporan tertulis tentang hasil pengawasannya dan disampaikan kepada pengurus dan Rapat Anggota.

## **5. Anggota**

Anggota berhak mengetahui jalannya organisasi bmt, untuk itu mereka berhak pula atas :

- a. Informasi terbuka mengenai keadaan BMT.
- b. Pelayanan dan jasa BMT.
- c. Kesempatan memilih dan dipilih menjadi anggota badan pengurus atau badan pemeriksa.

## **6. Produk dan Layanan Baitul Mal Wa Tamwil (BMT) Tarbiyah**

Baitul Mal Wa Tamwil (BMT) Tarbiyah Palembang mempunyai empat unit usaha sebagai berikut :

- a. Unit Usaha Simpan Pinjam

Unit usaha simpan pinjam merupakan salah satu kegiatan yang diusahakan oleh Baitul Mal Wa Tamwil (BMT) Tarbiyah Palembang ini yang dalam pengurusannya terdiri dari kepala unit dan staf. Unit usaha simpan pinjam ini melayani anggota dalam memperoleh pinjaman serta simpanan.

b. Unit Pasar

Kegiatan unit pasar ini adalah menyediakan atau melakukan pengadaan pasar berupa bangunan-bangunan pasar seperti kios, los dan lapak. Pembelian bangunan ini dilakukan secara maupun kredit. Dan pembelian hanya dapat dilakukan oleh anggota Baitul Mal Wa Tamwil (BMT) Tarbiyah saja.

c. Unit Pertanian/Peternakan

Usaha yang dijalankan dalam unit ini adalah pengadaan hasil pertanian ataupun hasil peternakan yang dalam hal ini adalah pengadaan daging sapi. Barang-barang tersebut diperoleh dari anggota Baitul Mal Wa Tamwil (BMT) Tarbiyah Palembang.

d. Unit Perdagangan

Pada unit ini kegiatan usahanya adalah menyediakan kebutuhan barang dagang bagi unit pasar.

## **B. KARAKTERISTIK RESPONDEN**

Responden dalam penelitian ini adalah nasabah yang memiliki karakteristik berbeda-beda yaitu berdasarkan jenis kelamin, umur, pekerjaan, pendidikan terakhir, informasi, dan lama menjadi nasabah. Untuk lebih memperjelas karakteristik responden yang dimaksud, maka disajikan table mengenai jumlah responden seperti diterangkan dibawah ini:

## 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 4.1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Laki-laki	30	33.7
2	Perempuan	59	66.3
	Total	89	100.0

Sumber : Data primer diolah, 2016

Tabel 4.1 menunjukkan bahwa nasabah pada BMT Tarbiyah Palembang sebagian besar adalah perempuan dengan jumlah responden sebanyak 59 atau 66,3%, dan sisanya sebanyak 30 responden atau 33,7% adalah nasabah laki-laki.

## 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

**Tabel 4.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Umur**

No	Umur (Tahun)	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	<20 Tahun	2	2.2
2	21-30 Tahun	25	28.1
3	31-40 Tahun	27	30.3
4	41-50 Tahun	19	21.3
5	>50 Tahun	16	18.0
	Total	89	100.0

Sumber : Data primer diolah, 2016

Jumlah responden berdasarkan umur pada table 4.2 adalah responden yang berada pada interval 31-40 tahun yang paling banyak menjadi nasabah pada BMT Tarbiyah Palembang dengan jumlah 27

responden atau 30,3%, dan responden yang paling sedikit menjadi nasabah BMT Tarbiyah Palembang adalah responden yang berada pada usia <20 tahun sebanyak 2 responden atau 2,2%.

### 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

**Tabel 4.3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

No	Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Pedagang	67	75.3
2	Karyawan Swasta	21	23.6
3	Pelajar/Mahasiswa	1	1.1
	Total	89	100.0

Sumber : Data primer diolah, 2016

Pada tabel 4.3 menunjukkan nasabah pada BMT Tarbiyah Palembang yang paling banyak adalah responden dengan status pekerjaan sebagai pedagang yaitu sebesar 67 responden atau 75,3% dan nasabah yang paling sedikit adalah nasabah dengan status pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa yaitu sebanyak 1 responden atau sebesar 1,1%.

#### 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

**Tabel 4.4**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	SD	10	11.2
2	SMP	11	12.4
3	SMA	65	73.0
4	AKADEMI/PT	3	3.4
	Total	89	100.0

Sumber : Data primer diolah, 2016

Pada tabel 4.4 menunjukkan nasabah pada BMT Tarbiyah Palembang sebagian besar adalah nasabah dengan tingkat pendidikan terakhir SMA sebanyak 65 atau 73,0% dan yang paling sedikit adalah nasabah dengan tingkat pendidikan terakhir Akademi/PT sebanyak 3 responden atau 3,4%.

#### 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Informasi

**Tabel 4.5**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Informasi**

No	Informasi	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Keluarga/Teman	74	83.1
2	Media Elektronik	3	3.4
3	Brosur/Pamflet/Buku	1	1.1
4	Lainnya: (sebutkan)	11	12.4
	Total	89	100.0

Sumber : Data primer diolah, 2016

Pada tabel 4.5 menunjukkan nasabah pada BMT Tarbiyah Palembang sebagian besar memperoleh informasi dari keluarga/teman sebanyak 74 responden atau 83,1% dan yang paling sedikit adalah memperoleh informasi dari brosur/pamflet/buku sebanyak 1 responden atau 1,1%

## 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

**Tabel 4.6**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah**

No	Lama Menjadi Nasabah	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	<1 TAHUN	21	23.6
2	1-3 TAHUN	29	32.6
3	3-5 TAHUN	22	24.7
4	>5 TAHUN	17	19.1
	Total	89	100.0

Sumber : Data primer diolah, 2016

Pada tabel 4.6 menunjukkan nasabah pada BMT Tarbiyah Palembang yang paling banyak adalah responden yang menjadi nasabah selama 1-3 tahun dengan jumlah responden 29 atau 32,6% sedangkan nasabah yang paling sedikit adalah responden yang menjadi nasabah >5 tahun yaitu sebanyak 17 responden atau 19,1%.

## C. ANALISIS DATA

### a. Uji Validitas Data

Pengujian validitas data dalam penelitian ini menggunakan *Correlated Item-Item Correlation*. Analisis ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total dan melakukan korelasi terhadap nilai koefisien korelasi estimasi. Adapun dasar keputusan dalam uji validitas adalah :

- 1) Jika nilai hitung  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka pernyataan dalam angket berkorelasi signifikan terhadap skor total (artinya item angket dinyatakan valid).
- 2) Jika nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka item pernyataan dalam angket tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (artinya item angket dinyatakan tidak valid).

Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikansi 0.05. jumlah data (n) = 89, dan besarnya df dapat dihitung  $89 - 3 = 86$ , dengan  $df = 86$  dan  $\text{Alpha} = 0,05$  didapat r tabel dengan uji dua sisi = 0,2096. Setelah dilakukan pengujian validitas data pada variabel tingkat pendidikan dan pengetahuan konsumen masing-masing pernyataan dinyatakan valid.

Hasil uji validitas untuk masing-masing variabel penelitian dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Tingkat Pendidikan**

<b>Item/pernyataan ke</b>	<b>r hitung</b>	<b>r tabel</b>	<b>Keterangan</b>
1	0,238	0,209	Valid
2	0,439	0,209	Valid
3	0,473	0,209	Valid
4	0,408	0,209	Valid
5	0,297	0,209	Valid

Sumber : data primer diolah, 2016

Berdasarkan hasil uji validitas tabel 4.7 terlihat bahwa semua butir pertanyaan untuk masing-masing variabel menunjukkan nilai Corrected Item Total Correlation lebih besar dari 0,209, maka secara keseluruhan butir pertanyaan dinyatakan valid.

**Tabel 4.8****Hasil Uji Validitas Variabel Pengetahuan Konsumen**

<b>Item/pernyataan ke</b>	<b>r hitung</b>	<b>r tabel</b>	<b>Keterangan</b>
1	0,430	0,209	Valid
2	0,476	0,209	Valid
3	0,544	0,209	Valid
4	0,537	0,209	Valid
5	0,250	0,209	Valid

**Sumber : data primer diolah, 2016**

Berdasarkan hasil uji validitas tabel 4.8 terlihat bahwa semua butir pertanyaan untuk masing-masing variabel menunjukkan nilai Corrected Item Total Correlation lebih besar dari 0,209, maka secara keseluruhan butir pertanyaan dinyatakan valid.

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Nasabah**

Item/pernyataan ke	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,233	0,209	Valid
2	0,252	0,209	Valid
3	0,359	0,209	Valid
4	0,210	0,209	Valid
5	0,278	0,209	Valid

Sumber : data primer diolah, 2016

Berdasarkan hasil uji validitas tabel 4.9 terlihat bahwa semua butir pertanyaan untuk masing-masing variabel menunjukkan nilai Corrected Item Total Correlation lebih besar dari 0,209, maka secara keseluruhan butir pertanyaan dinyatakan valid.

#### **b. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui indikator atau kuesioner yang digunakan dapat dipercaya atau handal sebagai alat ukur variabel. Reliabilitas suatu indikator atau kuesioner dapat dilihat dari nilai *cronbach's alpha* ( $\alpha$ ), yaitu apabila nilai *cronbach's alpha* ( $\alpha$ ) lebih besar ( $>$ ) 0,60 maka indikator atau kuesioner adalah reliabel, sedangkan apabila nilai *cronbach's alpha* ( $\alpha$ ) lebih kecil ( $<$ ) 0,60 maka indikator atau kuesioner tidak reliabel. Secara keseluruhan hasil uji reliabilitas dapat dilihat hasilnya pada tabel berikut:

**Tabel 4.10**  
**Hasil Reliabilitas**

Variabel	<i>cronbach's alpha</i>	<i>Standar Reliabilitas</i>	Keterangan
Tingkat Pendidikan (X1)	0,683	0,60	Reliabel
Pengetahuan Konsumen (X2)	0,717	0,60	Reliabel
Keputusan Nasabah (Y)	0,617	0,60	Reliabel

**Sumber : data primer diolah, 2016**

Berdasarkan pada Tabel 4.10 hasil perhitungan menunjukkan nilai *cronbach's alpha* tingkat pendidikan ( $X_1$ ) sebesar 0,683, pengetahuan konsumen ( $X_2$ ) sebesar 0,717, dan keputusan nasabah sebesar 0,617. Nilai *cronbach's alpha* semua variabel lebih besar dari 0,60 sehingga dapat disimpulkan indikator atau kuesioner yang digunakan variabel tingkat pendidikan, pengetahuan konsumen, dan keputusan nasabah, semua dinyatakan handal atau dapat dipercaya sebagai alat ukur variabel.

## c. Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak, salah satu cara termudah untuk melihat normalitas adalah melihat histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal.

Namun demikian dengan hanya melihat histogram hal ini bisa menyesatkan khususnya untuk jumlah sampel yang kecil. Metode yang lebih handal adalah dengan melihat Normal Probability Plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal dan plotting data akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data adalah normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. (Ghozali, 2001).<sup>64</sup>

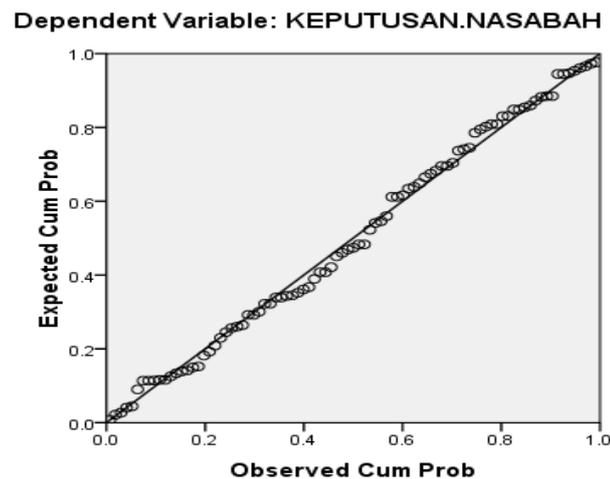
Berdasarkan hasil pengujian SPSS, Normal Probability Plot yang terbentuk adalah sebagai berikut :

---

<sup>64</sup> Ghozali, Imam, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2001).

**Gambar 4.11**  
**Scatter Plots Uji Normalitas**

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



**Sumber: Data primer diolah, 2016**

Berdasarkan gambar 4.11 dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan menunjukkan data berdistribusi normal. Hal ini karena semua data menyebar mengikuti garis normalitas.

## **2. Uji Multikolinieritas**

Menurut Ghozali (2001)<sup>65</sup> multikolinieritas dapat juga dilihat dari nilai Tolerance dan lawannya Variance Inflation Factor (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel bebas manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Dalam pengertian sederhana setiap variabel bebas menjadi variabel terikat dan diregresi terhadap variabel bebas lainnya. Tolerance mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih yang tidak dapat

---

<sup>65</sup>Ghozali, Imam, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2001).

dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai tolerance rendah 0,10 atau sama dengan nilai VIF di atas 10. Setiap analisa harus menentukan tingkat kolinieritas yang masih dapat ditolerir. Hasil uji kolinieritas sebagai berikut:

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

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
TINGKAT.PENDIDIKAN	.986	1.015
PENGETAHUAN.KONSUMEN	.986	1.015

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN.NASABAH

**Sumber: data primer diolah,2016**

Dari tabel 4.12 hasil uji multikolinieritas dapat dilihat nilai VIF <5 yaitu 1,015, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel tingkat pendidikan dan variabel pengetahuan konsumen tidak terdapat Multikolinieritas, sehingga asumsi Non-Multikolinieritas antar variabel tingkat pendidikan dan variabel pengetahuan konsumen terpenuhi.

### 3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi atau tidak terjadi korelasi. Pengujian autokorelasi menggunakan uji Durbin Watson. Dengan kriteria keputusan jika nilai

Durbin Watson pada tabel Model Summary dibawah 2 maka dapat dikatakan bahwa data tidak terdapat masalah autokorelasi.

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

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.531 <sup>a</sup>	.282	.266	1.733	2.214

a. Predictors: (Constant), PENGETAHUAN.KONSUMEN, TINGKAT.PENDIDIKAN

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN.NASABAH

Sumber: data primer diolah,2016

Dari hasil output pada table 4.13 diperoleh nilai Durbin Watson sebesar 2,214. Dimana nilai signifikansinya 5% atau 0,05 dengan k=2. Nilai du yang diperoleh sebesar 1,70 dan nilai dl 1,61. Berarti dapat disimpulkan nilai  $d > du$ , yaitu  $2,214 > 1,70$ . Sehingga dapat disimpulkan tidak ada autokorelasi dalam model regresi ini.

#### 4. Uji Heteroskedastisitas

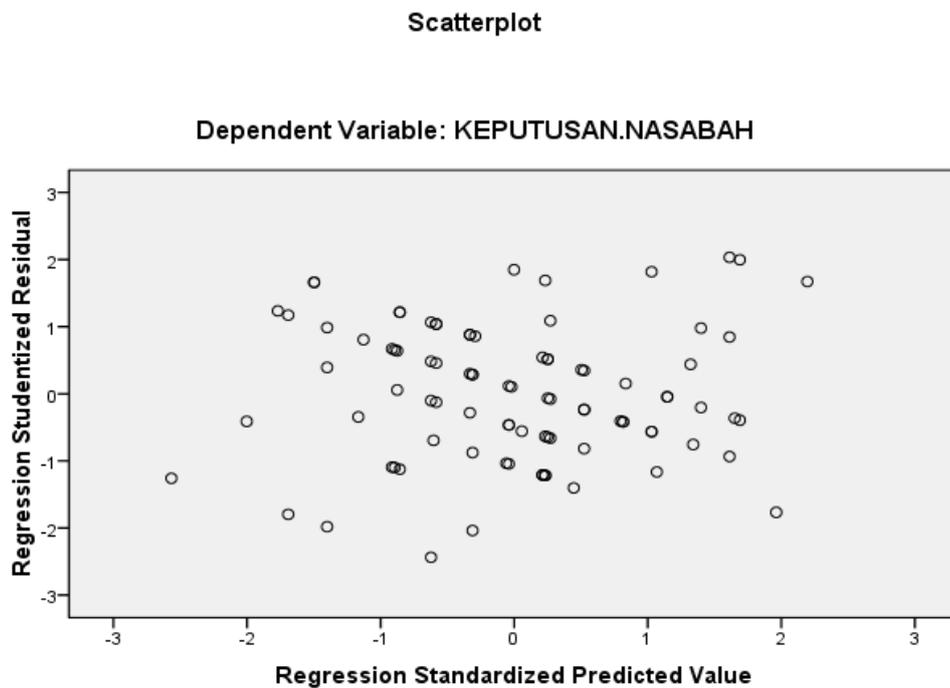
Ghozali (2001)<sup>66</sup> berpendapat bahwa Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut hereskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

<sup>66</sup> Ghozali, Imam, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2001).

Deteksi adanya Heteroskedastisitas dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik, dimana sumbu X adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu Y adalah residual ( $Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$ ) yang telah di-studentized. (Santoso, 2000)

Adapun grafik hasil pengujian dengan SPSS adalah sebagai berikut:

**Gambar 4.14**  
**Uji Heteroskedastisitas**



Dari gambar 4.14 terlihat titik-titik yang menyebar secara acak, tidak membentuk suatu pola yang jelas, serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. Hal ini berarti tidak terjadi Heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai memprediksi keputusan nasabah.

## D. HASIL PENGUJIAN HIPOTESIS

### a. Uji Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda bertujuan menghitung besarnya pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel terikat dan memprediksi variabel terikat dengan menggunakan dua atau lebih variabel bebas. Dengan menggunakan fasilitas program SPSS versi. 16, hasilnya adalah sebagai berikut:

**Tabel.4.11**  
**Koefisien Regresi Variabel Tingkat Pendidikan (X<sub>1</sub>), Pengetahuan**  
**Konsumen (X<sub>2</sub>), terhadap Keputusan Nasabah (Y)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.689	2.118		3.630	.000
	TINGKAT.PENDIDIKAN	.313	.085	.338	3.668	.000
	PENGETAHUAN.KONSUMEN	.292	.072	.372	4.040	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN.NASABAH

Sumber: data primer diolah,2016

Konstanta regresi ganda 7,689 koefisien regresi tingkat pendidikan (X<sub>1</sub>) 0,313, pengetahuan konsumen (X<sub>2</sub>) 0,292, maka persamaan linier berganda adalah:

$$Y = 7,689 + 0,313 X_1 + 0,292 X_2 + e$$

Maksudnya :

- 1) Jika tidak ada Tingkat Pendidikan ( $X_1$ ), Pengetahuan Konsumen ( $X_2$ ), maka Keputusan Nasabah ( $Y$ ) memiliki nilai tetap yaitu sebesar 7,689 satuan.
- 2) Setiap penambahan satu satuan terhadap Tingkat Pendidikan ( $X_1$ ) akan meningkatkan Keputusan Nasabah ( $Y$ ) sebesar 0,313 satuan.
- 3) Setiap penambahan satu satuan terhadap Pengetahuan Konsumen ( $X_2$ ) akan meningkatkan Keputusan Nasabah ( $Y$ ) sebesar 0,292 satuan.
- 4) Tingkat Pendidikan ( $X_1$ ) lebih berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah ( $Y$ ) dibandingkan dengan Pengetahuan Konsumen ( $X_2$ ), karena nilai koefisien regresi Tingkat Pendidikan ( $X_1$ ) lebih besar dibandingkan koefisien regresi Pengetahuan Konsumen ( $X_2$ ).
- 5) Terdapat faktor-faktor lain yang tidak diperhitungkan.

#### **b. Uji (F) Simultan**

Uji F bertujuan menunjukkan apakah semua variabel independent yang dimasukkan ke dalam model secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependent.

**Tabel.4.12**  
**Hasil Uji F**

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

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	101.574	2	50.787	16.914	.000 <sup>a</sup>
Residual	258.224	86	3.003		
Total	359.798	88			

a. Predictors: (Constant), PENGETAHUAN.KONSUMEN, TINGKAT.PENDIDIKAN

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN.NASABAH

Dari hasil pengujian hipotesis, ditunjukkan dengan hasil pengujian F test yang menunjukkan nilai 16,914 dengan tingkat signifikan sebesar  $0,000 < 5\%$ , maka secara bersama-sama (simultan) tingkat pendidikan dan pengetahuan konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis nol yang menyatakan “tidak ada pengaruh secara simultan antara variabel Tingkat Pendidikan dan Pengetahuan Konsumen terhadap Keputusan Nasabah” tidak dapat diterima yang berarti menerima hipotesis alternative yang berbunyi “secara simultan ada pengaruh yang signifikan antara variabel Tingkat Pendidikan dan Pengetahuan Konsumen terhadap Keputusan Nasabah”.

**c. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) menjelaskan proporsi variabel terikat yang dapat dijelaskan oleh variabel bebas secara bersamaan. Nilai koefisien determinasi berkisar antara  $0 \leq (R^2) \leq 1$ . Bila nilai ( $R^2$ ) semakin mendekati satu maka variabel

bebas yang semakin besar dalam menjelaskan variabel terikat, tetapi bila nilai ( $R^2$ ) mendekati nol maka variabel bebas semakin kecil dalam menjelaskan variabel terikat, dapat dilihat pada tabel 4.13 sebagai berikut :

**Tabel 4.13**  
**Hasil Pengujian Koefisien Determinasi**

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

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.531 <sup>a</sup>	.282	.266	1.733	2.214

a. Predictors: (Constant), PENGETAHUAN.KONSUMEN, TINGKAT.PENDIDIKAN

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN.NASABAH

Penggunaan nilai adjusted ( $R^2$ ) dianjurkan pada saat mengevaluasi model regresi, hal ini dikarenakan ( $R^2$ ) dapat naik atau turun apabila satu variabel independent ditambah ke dalam model. Dari hasil tabel pengujian hipotesis “*Model Summary*” dapat disimpulkan bahwa tingkat pendidikan dan pengetahuan konsumen berpengaruh sebesar 0,266 atau 26,6% terhadap keputusan nasabah, sedangkan 73,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil uji koefisien determinasi tersebut memberikan makna, bahwa masih terdapat variabel independent lain yang mempengaruhi keputusan nasabah. Untuk itu perlu pengembangan lebih lanjut terkait dengan topik ini.

#### d. Uji Parsial (T)

Uji parsial ini memiliki tujuan untuk menguji atau mengkonfirmasi hipotesis secara individual. Uji parsial ini, dalam hasil perhitungan statistik *Ordinary Least Square* (OLS) ditunjukkan dengan  $T_{hitung}$  secara terperinci hasil  $T_{hitung}$  dapat dijelaskan dalam tabel 4.14 sebagai berikut :

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji T**

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.689	2.118		3.630	.000
	TINGKAT.PENDIDIKAN	.313	.085	.338	3.668	.000
	PENGETAHUAN.KONSUMEN	.292	.072	.372	4.040	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN.NASABAH

Sumber : data primer diolah, 2016

Untuk menguji antara variabel independent dengan variabel dependent dalam model regresi linier digunakan uji t test.

$H_a$  = Terdapat pengaruh secara signifikan

$H_0$  = Tidak terdapat pengaruh secara signifikan

Dari hasil statistik uji t variabel tingkat pendidikan memperoleh nilai sebesar 3,668 dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . Sedangkan dari hasil nilai  $T_{tabel}$  sebesar 1,663 pada alpha 5% dan  $T_{hitung}$  sebesar 3,668 jadi nilai  $T_{hitung} > T_{tabel}$  sehingga dapat diputuskan untuk menolak  $H_0$  dan menerima

Ha bahwa secara parsial, tingkat pendidikan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah.

Sedangkan hasil statistik uji t variabel pengetahuan konsumen yang diperoleh adalah 4,040 dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . Sedangkan dari hasil nilai  $T_{tabel}$  1,663 pada alpha 5% dan  $T_{hitung}$  sebesar 4,040 jadi nilai  $T_{hitung} > T_{tabel}$  sehingga dapat diputuskan untuk menolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$  bahwa secara parsial, pengetahuan konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah.

## **E. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN**

### **1. Hasil Pengujian Hipotesis 1 (Variabel Tingkat Pendidikan)**

Hasil pengujian pertama adalah variabel tingkat pendidikan berpengaruh terhadap keputusan nasabah. Pengaruh variabel tingkat pendidikan terhadap keputusan adalah positif yang artinya semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, maka semakin baik dalam memutuskan menjadi nasabah. Disamping itu pengaruh variabel tingkat pendidikan terhadap keputusan nasabah mempunyai nilai signifikan yaitu  $0,000 < 0,05$ . Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel tingkat pendidikan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah BMT Tarbiyah Palembang. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Didin Kurniawan dan Imam Machali (2013:113) yang berpendapat bahwa pendidikan diartikan sebagai usaha yang dijalankan oleh seseorang atau kelompok orang lain agar menjadi

dewasa atau mencapai tingkat hidup atau penghidupan yang lebih tinggi dalam arti mental.<sup>67</sup>

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lutfi Efendi (2009) yang mengatakan bahwa tingkat pendidikan ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung pada bank muamalat cabang Malang dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 dengan taraf kepercayaan 95%.

## **2. Hasil Pengujian Hipotesis 2 (Variabel Pengetahuan Konsumen)**

Hasil pengujian kedua adalah variabel pengetahuan konsumen mempunyai pengaruh terhadap keputusan nasabah. Pengaruh variabel pengetahuan konsumen terhadap keputusan adalah positif yang artinya semakin luas pengetahuan konsumen, maka semakin baik dalam memutuskan menjadi nasabah. Disamping itu pengaruh variabel pengetahuan konsumen terhadap keputusan nasabah mempunyai nilai signifikan yaitu  $0,000 < 0,05$ . Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel pengetahuan konsumen memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah BMT Tarbiyah Palembang. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Mowen and Minor (2008:106) mendefinisikannya sebagai “*The amount of experience with and information about particular products or services a person has*”, atau pengetahuan adalah

---

<sup>67</sup>Didin Kurniadin dan Imam Machali, *Manajemen Pendidikan Konsep & Prinsip Pengelolaan Pendidikan*, (Yogyakarta: AR-RUZZ MEDIA, 2013), hlm.113.

sejumlah pengalaman dengan berbagai macam informasi tentang produk atau jasa tertentu yang dimiliki.<sup>68</sup>

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mazz Reza Pranata (2011) yang mengatakan bahwa pengetahuan konsumen mengenai perbankan syariah memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan wadiah pada PT.Bank Syariah Mandiri Cabang Medan.

---

<sup>68</sup> Mowen, Jhon C; Michael Minor, Consumer Behavior 6ed, (New Jersey : Prentice-Hall,Inc, 2008), hlm.106

## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

#### **A. KESIMPULAN**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tingkat pendidikan dan pengetahuan konsumen terhadap keputusan menjadi nasabah pada BMT Tarbiyah Palembang. Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel tingkat pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah yaitu dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan variabel tingkat pendidikan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah pada BMT Tarbiyah Palembang.
2. Variabel pengetahuan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah yaitu dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan variabel pengetahuan konsumen memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah pada BMT Tarbiyah Palembang.

#### **B. SARAN**

Berdasarkan kesimpulan yang didapatkan dari penelitian ini, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi nasabah adalah lebih meningkatkan pendidikannya yaitu meningkatkan pengetahuannya melalui berbagai sumber seperti dari internet, media cetak,

dan mengikuti penyuluhan-penyuluhan mengenai perekonomian khususnya tentang Baitul Mal Wa Tamwil (BMT) ataupun perkoperasian.

2. Bagi Baitul Mal Wa Tamwil (BMT), sebaiknya lebih meningkatkan kinerja pelayanan dan kualitas produk sehingga nasabah merasa nyaman dan akan meningkatkan penggunaan jasa.

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Almuhran Gaffar, “Pengaruh Pengetahuan Konsumen Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah (Studi Kasus Nasabah Pada Bank Muamalat Cabang Makassar), (Makassar: Skripsi. Universitas Hasanuddin, 2014)
- Basu Swasta DH, Manajemen Pemasaran Modern, (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2005)
- Didin Kurniadin dan Imam Machali, *Manajemen Pendidikan Konsep & Prinsip Pengelolaan Pendidikan*, (Yogyakarta: AR-RUZZ MEDIA, 2013)
- Essael, Henry, Consumer Behavior 6<sup>th</sup> Edition, (New York: Thomson Learning, 2001)
- Faqih Marsyad, “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Anggota dalam Menggunakan Produk Tabungan Wadiah BMT Dana Syariah Giwangan” (Yogyakarta: Skripsi. UIN Sunan Kalijaga, 2007)
- Gema Satria, Lilis Sulistyowati, dan Jushermi, “Pengaruh Harga, Biaya Promosi dan Biaya *Personal Selling* Terhadap Volume Penjualan Hino Dump Truck pada PT Gita Riau Makmur Pekanbaru”, *Jom Fekon*, Vol 1, No. 2 Oktober 2014
- Ghazali, *Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Dengan Program AMOS Ver. 5.0*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2008)
- Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2001).
- Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program (edisi ketujuh)*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013)
- Joko Lelono Bambang widoyono, “Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Pembiayaan Lembaga Keuangan Syariah (Studi Kasus Pada Baitul Mal Wa Tamwil (BMT) Muamalah Mandiri Baturetno Wonogiri), (Surakarta: Tesis. Universitas Sebelas Maret, 2011)
- Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013)
- Lisnawati, “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Anggota Dalam Menggunakan Pembiayaan Murabahah (Studi Pada Produk Jasa Keuangan Mikro di BMT Mitrama), (Yogyakarta: Skripsi. UIN Sunan Kalijaga, 2013)

- Lutfi Efendi, “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Nasabah Pada Bank Muamalat Malang”, (Skripsi FE UIN Malang, 2009)
- Made Pidarta, *Landasan Kependidikan*, (Jakarta: PT.RINEKA CIPTA, 2009)
- Makhalul Ilmi SM, *Teori dan Praktek Lembaga Mikro Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: UII Pers, 2002)
- Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah Di Indonesia*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015)
- Mazz Reza Pranata, “Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Wadiah Pada PT.Bank Syariah Mandiri Cabang Medan”, (Medan: Skripsi. Universitas Sumatera Utara, 2011)
- Mowen, Jhon C; Michael Minor, *Consumer Behavior 6ed*, (New Jersey : Prentice-Hall,Inc, 2008)
- Muhammad, *Lembaga-lembaga Keuangan Umat Kontemporer*, (Yogyakarta: UII Press, 2010)
- Muhammad Tho’in, “*Pengaruh Faktor-faktor Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah di Baitul Mal Wat Tamwil (BMT) Tekun Karanggede Boyolali*”, (Salatiga: Skripsi. STAIN Salatiga, 2011)
- M. Iqbal Hasan, *(Pokok-Pokok Materi Statistik 2 (Statistik Inferensif)*
- Nugroho Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2012)
- Nuriyatus Sobakha, “Analisis Laporan Keuangan Terhadap Pengambilan Keputusan Pada CV.Antika Jaya Baru Surabaya”, (Surabaya: Skripsi. UIN Sunan Ampel, 2004)
- Nurul Huda dan Mohamad Heykal, *Lembaga Keuangan Islam Tinjauan Teoritis dan Praktis*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010)
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi ke Tiga Belas*, terj. Bob Sabran, (Yogyakarta: PT.Gelora Aksara Pratama, 2008)
- Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung: Alfabeta, 2010)
- Rizqa Ramadhaning Tyas, “Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Di Baitul Mal Wa Tamwil (BMT) Sumber Mulia Tuntang”, (Salatiga: Skripsi. STAIN Salatiga, 2012)

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2014)

Syarifudin Arif M, *Manajemen Keuangan Syariah*, (STAIN Tulungagung, 2011)

Teguh Triwiyanto, *Pengantar Pendidikan*, (Jakarta: PT.Bumi Aksara, 2014)

UU RI No.20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, Pasal 14

UU RI No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, Pasal 26

UU RI No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, Pasal 27

Wahid Rohmad, “Pengaruh variabel Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah dalam Mengambil Pembiayaan Murabahah pada BMT Palur Karanganyar tahun 2007” (Yogyakarta: Skripsi. UIN Sunan Kalijaga, 2008)

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### Identitas Penulis

Nama : Rani Tri Yani  
 Tempat, Tanggal Lahir : Meranjat, 12 Juli 1994  
 Jenis Kelamin : Perempuan  
 Agama : Islam  
 Nama Orang Tua  
     Ayah : Wancik  
     Ibu : Rukiah  
 Anak Ke : 3 dari 4 bersaudara  
 Alamat : Desa Meranjat 1, Kec, Indralaya Selatan, Kab.  
           Ogan Ilir (OI)  
 Phone/Hp : 089654076832  
 Instagram : @ranitriyani

### Pendidikan

SD Negeri 1 Meranjat	(2000-2006)
SMP Negeri 1 Indralaya Selatan	(2006-2009)
SMA Negeri 1 Indralaya	(2009-2012)
S1 Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang	(2012-2016)



KEMENTERIAN AGAMA RI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
RADEN FATAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Prof. KH Zainal Abidin Fikry NO. 1 Km. 3,5 Palembang 30126 Telp. : (0711) 354668 website: www.raden.fatah.ac.id

LEMBAR KONSULTASI

Nama : Rani Tri Yani  
NIM : 12190164  
Fakultas/ Jurusan: FEBI/ Ekonomi Islam  
Judul Skripsi : Pengaruh Tingkat Pendidikan Dan Pengetahuan Konsumen Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada BMT Tarbiyah Palembang.  
Pembimbing I : Mawardi, SE., M.Si, Ak

No	Hari/Tanggal	Hal Yang Dikonsultasikan	Paraf
1.	15 - 3 - 2016	Revisi bab I s/d III	
2.	28 - 3 - 2016	Revisi bab I s/d III - Tambahkan teori - Perbaiki Penelitian Terdahulu	
3.	7 - 4 - 2016	Revisi bab I s/d III Perbaiki Penulisan.	
4.	10 - 6 - 2016	ACC bab I s/d III	
5.	21 - 6 - 2016	Revisi bab 4 s/d 5	
6.	11 - 7 - 2016	Revisi bab 4 s/d 5 Tambahkan Sumber pada bab 4	
7.	1 - 8 - 2016	Revisi bab 5	
8.	5 - 8 - 2016	ACC 1 s/d 5	



Jl. Prof. KH Zainal Abidin Fikry NO. 1 Km. 3,5 Palembang 30126 Telp. : (0711) 354668 website: www.raden.fatah.ac.id

KEMENTERIAN AGAMA RI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
RADEN FATAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

PEMBAR KONSULTASI

Nama : Rani Tri Yani  
NIM : 12190164  
Fakultas/ Jurusan: FEBI/ Ekonomi Islam  
Judul Skripsi : Pengaruh Tingkat Pendidikan Dan Pengetahuan Konsumen Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada BMT Tarbiyah Palembang.  
Pembimbing II : Lemiyana, SE., M.Si

No	Hari/ Tanggal	Hal yang di Konsultasikan	Paraf
1	1-12-2015	Lengkapi skripsi bab I s/d III	
2	16-02-2016	Revisi bab I s/d III	
3	25-2-2016	Revisi bab I s/d III - Penelitian terdahulu - latar belakang	
4	10-3-2016	Revisi bab I s/d III	
5	11-3-2016	ACC bab I s/d III	
6	5-4-2016	ACC kuesioner, lanjutkan bab 4	
7	23-5-2016	Revisi bab 4 s/d 5	
8	1-6-2016	Revisi bab 4 s/d 5	
9	2-6-2016	Lengkapi skripsi	
10	3-6-2016	ACC skripsi/ rpp 4/ suri	



PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UIN RADEN FATAH PALEMBANG

Formulir C

Hal : Persetujuan Skripsi untuk Diuji

Kepada Yth,  
Ketua Prodi Ekonomi Islam  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Raden Fatah Palembang

Assalamu'alaikum Wr-Wb.

Setelah disetujui judul dan permasalahan skripsi Mahasiswa :

Nama : Rani Tri Yani  
Nim/Program Studi : 12190164/Ekonomi Islam  
Judul Skripsi : Pengaruh Tingkat Pendidikan Dan Pengetahuan Konsumen Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada BMT Tarbiyah Palembang

Telah selesai dibimbing seluruhnya dan dapat diajukan untuk mengikuti ujian komprehensif dan munaqasyah.  
Demikian pemberitahuan dari kami, bersama ini kami lampirkan skripsi mahasiswa yang bersangkutan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing Utama

Mawardi, SE., M.Si, Ak  
NIP. 19730204 200604 1 002

Pembimbing Kedua

Lemivana, SE., M.Si  
NIP. 140601101342



UIN  
RADEN FATAH  
PALEMBANG

Alamat : Jl. Prof. KH. Zainal Abidin Fikri, Telepon 0711 353276, Palembang 30126

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UIN RADEN FATAH PALEMBANG

Formulir D.2

Hal : **Mohon Izin Penjilidan Skripsi**

Kepada Yth.  
Ibu Wakil Dekan I  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Raden Fatah Palembang

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan ini kami menyatakan bahwa mahasiswa :

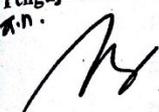
Nama : Rani Tri Yani  
Nim/Jurusan : 12190164 / Ekonomi Islam  
Judul Skripsi : Pengaruh Tingkat Pendidikan Dan Pengetahuan Konsumen Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada BMT Tarbiyah Palembang

Telah selesai melaksanakan perbaikan, terhadap skripsinya sesuai dengan arahan dan petunjuk dari para penguji. Selanjutnya, kami mengizinkan mahasiswa tersebut untuk menjilid skripsinya agar dapat mengurus ijazahnya.

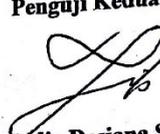
Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Palembang, Oktober 2016

Penguji Utama  
K.n.

  
Beny Cahaya Azwari, MM, MBA  
NIP. 197701312000031002

Penguji Kedua

  
Lidia Desiana, SE., M.Si  
NIP. 140601101352

Mengetahui  
Wakil Dekan I

  
Dr. Maftukhatulosikhah, M.Ag  
NIP. 19750928 200604 2 001

**KUISIONER PENELITIAN**  
**PENGARUH TINGKAT PENDIDIKAN DAN PENGETAHUAN**  
**KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH PADA**  
**BMT TARBIYAH PALEMBANG**

**I. Identitas Responden**

Pilihlah salah satu jawaban pada masing-masing pertanyaan di bawah ini.

Berilah tanda (X) pada jawaban yang dianggap paling benar.

1. Nama :
2. Jenis kelamin
  - a. Laki-laki
  - b. Perempuan
3. Umur
  - a. < 20 tahun
  - b. 21- 30tahun
  - c. 31- 40 tahun
  - d. 41- 50 tahun
  - e. > 50 tahun
4. Perkerjaan
  - a. PNS
  - b. Pedagang
  - c. Karyawan Swasta
  - d. Pelajar/ Mahasiswa
  - e. Petani
  - f. Lainnya : (sebutkan).....
5. Pendidikan formal terakhir
  - a. SD
  - b. SMP
  - c. SMA
  - d. Akademi/ PT
  - e. Tidak sekolah
6. Dari manakah Anda memperoleh informasi mengenai BMT Tarbiyah Palembang?
  - a. Keluarga/ teman
  - b. Media elektronik
  - c. Brosur/ pamflet/ buku
  - d. Lainnya : (sebutkan).....
7. Sudah berapa lama Anda menjadi nasabah BMT Tarbiyah Palembang?
  - a. < 1 tahun
  - b. 1-3 tahun
  - c. 3-5 tahun
  - d. > 5 tahun

## II. Petunjuk Pengisian

1. Mohon bantuan untuk bapak/ibu/saudara/saudari selaku nasabah pada BMT Tarbiyah Palembang untuk menjawab seluruh pertanyaan yang ada.
2. Penelitian ini sifatnya hanya untuk kegiatan ilmiah dan tidak untuk dipublikasikan sehingga identitas responden dirahasiakan.
3. Pilihlah satu jawaban dengan member tanda centang (✓) di kolom yang telah disediakan pada jawaban yang dianggap paling benar dan sesuai dengan pendapat anda.

Jawaban terdiri dari:

1. SS : Sangat Setuju
2. S : Setuju
3. N : Netral
4. TS : Tidak Setuju
5. STS : Sangat Tidak Setuju

## A. Tingkat Pendidikan

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Pendidikan yang tinggi dapat mengembangkan pola pikir seseorang dalam menentukan pilihan yang tepat.					
2	Pendidikan yang pernah Saudara/i tempuh sangat penting dalam memperoleh informasi dan pengetahuan yang luas.					
3	Tingkat pendidikan mempengaruhi keputusan menjadi nasabah pada BMT Tarbiyah Palembang.					
4	Tingkat pendidikan mempengaruhi loyalitas dalam menjadi nasabah di BMT Tarbiyah Palembang.					
5	Semakin tinggi tingkat pendidikan seorang nasabah maka pengetahuan dan keahlian dalam memilih BMT yang berkualitas juga tinggi					

## B. Pengetahuan Konsumen

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	N	TS	STS
1	Lokasi kantor BMT Tarbiyah sangat strategis dan mudah dijangkau oleh nasabah.					
2	Syarat dan prosedur membuka tabungan pada BMT Tarbiyah Palembang mudah dilakukan.					
3	Biaya membuka tabungan pada BMT Tarbiyah Palembang cukup terjangkau.					
4	Produk yang ditawarkan cukup memuaskan serta memberikan kebutuhan sesuai dengan yang di inginkan.					
5	Prosedur pengajuan pinjaman pada BMT Tarbiyah cepat diproses.					

## C. Keputusan Nasabah

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Sebelum menjadi nasabah terlebih dahulu anda memperoleh informasi atau pengetahuan mengenai BMT Tarbiyah Palembang.					
2	Sebelum memilih BMT Tarbiyah Palembang anda membandingkan terlebih dahulu dengan yang lain.					
3	Rekomendasi dari nasabah mempengaruhi keputusan anda untuk menjadi nasabah BMT Tarbiyah Palembang.					
4	Prosedur pengajuan peminjaman berpengaruh terhadap keputusan anda dalam memilih BMT Tarbiyah Palembang.					
5	Nisbah bagi hasil yang diberikan oleh BMT Tarbiyah Palembang mempengaruhi anda dalam memutuskan untuk menjadi BMT Tarbiyah.					

NO JK	U	PKJ	PENDT	INFO	LAMA MENJADI NASABAH	X										Y								
						TINGKAT PENDIDIKAN (X1)					JML PENGETAHUAN KONSUMEN (X2)					KERUTUSAN NASABAH (Y)								
						1	2	3	4	5	X1	1	2	3	4	5	X2	1	2	3	4	5		
1	1	5	2	3	1	4	5	5	1	3	5	19	4	3	3	4	4	18	5	4	5	4	1	19
2	2	4	2	3	1	1	5	4	3	4	2	18	5	4	4	3	4	20	2	3	3	3	4	15
3	1	3	2	3	1	2	5	4	3	4	4	20	3	4	5	4	2	18	4	5	4	3	4	20
4	2	2	3	3	2	2	4	5	4	3	4	20	2	4	4	5	4	19	3	3	3	4	3	16
5	2	1	3	3	2	2	5	3	4	4	4	20	4	2	4	4	4	18	5	5	4	4	3	21
6	2	2	2	3	2	2	4	5	4	4	4	21	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	4	20
7	2	2	4	4	1	1	5	4	4	4	3	20	5	4	3	4	3	19	4	3	3	4	4	18
8	2	3	2	4	1	4	5	4	2	4	4	19	2	3	3	3	4	15	5	4	4	2	5	20
9	2	2	2	3	3	2	5	4	4	5	2	20	4	4	3	3	3	17	4	4	2	3	4	17
10	2	2	2	4	1	1	4	4	3	4	4	19	4	4	5	4	5	22	5	4	1	4	4	18
11	2	2	2	3	1	3	5	4	5	3	5	22	4	4	4	4	3	4	19	5	2	4	4	19
12	2	1	2	3	1	1	4	5	4	5	4	22	5	4	5	4	3	21	4	3	4	5	4	20
13	2	2	3	3	1	2	4	5	3	4	4	20	5	3	5	4	4	21	5	5	4	4	5	23
14	2	3	2	3	1	4	5	5	3	4	5	22	4	5	3	4	3	19	4	4	3	4	5	20
15	1	4	2	3	1	4	4	5	4	4	3	20	4	2	3	2	4	15	4	4	2	5	4	19
16	1	3	3	3	1	2	5	5	2	5	4	21	3	4	3	4	5	19	4	3	4	4	5	20
17	2	4	3	3	1	1	5	4	4	4	5	22	5	5	4	3	4	21	5	4	4	3	4	20
18	1	5	2	3	1	2	5	4	4	3	5	21	5	4	4	4	3	20	5	4	3	5	4	21
19	2	2	3	3	4	3	5	4	1	3	5	18	4	3	4	4	5	20	4	5	2	4	4	19
20	2	3	2	3	1	4	5	4	4	4	2	19	5	5	5	5	5	25	5	4	5	5	5	24
21	1	4	2	3	1	4	4	5	3	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	1	4	5	18
22	2	2	3	3	1	3	5	4	4	2	4	19	2	5	4	3	4	18	5	4	4	3	4	20
23	2	5	2	3	1	1	5	5	5	5	5	25	4	3	3	3	2	15	4	2	4	4	5	19
24	2	2	3	3	1	4	5	4	4	3	4	20	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
25	1	3	2	3	1	2	4	3	4	4	5	20	4	3	4	2	4	17	3	4	5	4	5	21
26	2	3	2	3	4	1	3	4	5	4	5	21	5	4	3	4	4	20	5	4	4	4	4	21
27	2	4	2	3	1	2	5	4	3	4	4	20	3	3	2	4	3	15	2	4	4	5	5	20
28	1	5	2	3	1	3	5	4	2	4	5	20	4	4	3	4	4	19	4	3	5	4	4	20

29	1	2	3	3	1	1	1	4	5	2	3	5	5	19	2	2	4	4	4	4	4	3	15	4	3	2	3	5	21
30	1	2	2	3	1	2	2	5	5	5	5	5	5	25	5	4	4	4	4	4	4	2	19	5	4	4	4	4	21
31	2	3	2	3	1	4	4	4	4	5	4	4	4	21	4	5	2	3	4	4	4	4	18	5	4	4	4	4	20
32	2	3	2	3	1	2	5	4	3	4	5	5	5	21	5	5	5	5	4	2	21	5	4	3	4	4	4	4	20
33	2	4	2	3	1	3	5	5	5	5	5	5	5	25	4	5	3	5	4	4	21	5	5	5	5	5	5	5	25
34	2	3	2	3	1	4	4	5	4	2	5	20	5	4	5	4	5	5	1	20	4	4	4	4	4	4	3	4	19
35	1	2	3	3	4	1	5	4	4	3	4	20	4	3	2	3	5	5	17	4	4	4	4	4	4	4	4	5	21
36	1	3	2	3	1	2	5	5	5	3	23	5	5	3	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	25
37	2	2	3	2	1	3	4	2	3	3	4	16	4	2	3	3	3	3	15	4	3	3	3	3	3	2	3	3	15
38	2	2	3	3	1	4	5	4	4	4	4	21	5	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	25
39	2	2	2	3	1	1	5	5	4	2	4	20	5	4	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	18
40	1	3	2	3	1	1	5	4	2	4	4	19	5	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20
41	2	4	3	3	1	1	4	4	4	3	5	20	2	5	5	5	5	5	22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	21
42	2	3	2	3	1	2	5	4	3	4	4	20	5	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	22
43	2	2	2	3	1	3	5	4	4	4	4	21	5	5	5	5	5	5	24	5	4	4	4	4	4	4	4	4	20
44	2	4	2	2	4	2	4	3	4	5	5	21	5	5	5	5	5	5	25	3	4	4	4	4	4	4	4	4	20
45	2	3	2	3	1	2	4	5	4	5	5	23	5	5	5	5	5	5	23	5	5	3	5	5	5	3	4	4	21
46	1	3	2	3	1	3	5	5	5	5	5	25	5	5	5	3	4	5	21	4	4	5	4	4	4	4	4	4	21
47	2	4	2	2	1	3	5	5	4	5	5	24	4	5	5	4	4	3	21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	21
48	2	5	2	2	1	2	5	5	5	4	4	23	5	4	5	1	20	5	20	5	3	5	4	4	4	4	4	4	21
49	2	5	2	1	4	2	5	4	4	4	5	22	4	4	2	4	4	18	5	4	4	5	4	4	5	5	5	23	
50	1	3	2	3	1	3	5	5	5	5	5	25	5	5	3	3	4	19	5	4	4	4	4	4	4	4	4	21	
51	2	2	3	3	1	2	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20	5	4	2	5	4	2	5	4	4	20	
52	1	3	2	3	4	3	5	5	5	4	5	24	5	2	5	4	5	21	5	5	4	5	4	5	4	5	4	23	
53	2	5	2	2	1	2	5	4	3	4	4	20	4	4	3	3	2	16	5	5	4	4	4	4	4	4	4	20	
54	2	4	2	1	1	3	3	4	5	5	4	21	5	5	4	4	5	23	4	4	4	4	4	4	3	4	4	19	
55	2	5	2	1	1	3	5	3	4	2	3	17	3	4	2	3	4	16	5	1	3	4	4	4	4	4	4	17	
56	1	3	2	3	1	2	5	5	4	4	2	20	4	5	4	4	3	20	5	4	5	2	4	4	5	2	4	20	
57	1	2	3	2	1	2	5	4	2	5	5	21	5	5	5	5	5	25	5	4	4	4	5	5	4	5	5	23	
58	2	4	2	1	1	3	4	4	4	4	5	4	21	5	4	4	4	21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	19	
59	1	5	2	1	1	4	5	4	2	3	4	18	4	4	4	4	2	18	5	5	3	1	4	4	4	4	4	18	

60	1	3	2	3	1	4	3	4	3	4	5	19	5	5	5	5	4	5	4	2	5	20
61	2	4	2	2	1	1	4	5	2	4	4	19	3	4	4	4	5	19	5	4	4	18
62	2	3	3	4	3	3	5	4	3	4	3	19	4	5	4	4	3	20	4	3	5	4
63	2	5	2	1	4	1	3	3	2	4	3	15	5	2	4	5	4	20	5	4	5	3
64	2	5	2	1	1	1	4	3	4	4	5	20	5	4	4	4	4	21	4	4	2	4
65	2	4	2	1	1	4	4	4	3	2	4	17	4	4	4	4	4	20	4	4	4	1
66	1	2	3	3	1	3	5	4	4	2	4	19	5	4	5	1	5	20	2	5	5	4
67	2	3	2	3	1	2	5	5	2	4	1	17	5	5	5	5	5	25	3	3	4	4
68	2	4	2	2	1	1	3	4	3	4	4	18	4	4	4	4	3	19	4	2	4	5
69	2	4	2	2	1	2	5	3	4	3	5	20	5	2	4	4	5	20	5	2	4	4
70	2	5	2	1	1	2	4	4	3	4	5	20	4	4	3	4	4	19	5	4	4	3
71	1	3	2	3	4	1	5	4	4	3	4	20	5	3	4	3	3	18	4	4	3	4
72	1	2	3	3	1	1	5	4	4	2	5	20	4	5	4	4	4	21	3	3	4	4
73	1	3	2	3	4	3	5	5	5	5	5	25	4	4	5	4	5	22	4	4	4	3
74	2	4	2	3	1	3	4	4	3	4	4	19	5	5	4	5	2	21	4	3	2	5
75	2	5	2	3	1	2	3	3	3	3	3	15	5	4	5	5	1	20	5	4	4	4
76	2	2	3	3	1	4	5	4	2	3	5	19	4	5	4	5	4	22	5	4	3	1
77	2	3	2	3	1	3	4	4	4	4	5	21	5	4	3	4	4	20	4	2	5	4
78	1	3	2	3	1	4	5	4	4	4	4	21	5	4	4	4	5	22	4	4	4	3
79	1	3	2	3	1	4	5	4	2	4	4	19	4	4	5	5	4	22	5	4	4	4
80	2	4	2	2	1	4	4	5	4	4	5	22	4	3	4	4	4	19	4	4	4	5
81	1	3	2	3	1	2	4	4	2	4	3	17	4	4	3	5	4	20	4	3	4	4
82	2	5	2	1	1	1	3	3	3	3	3	15	5	5	4	3	2	19	4	4	3	5
83	2	5	2	2	1	3	5	4	2	4	4	19	4	4	4	5	3	20	5	4	4	2
84	1	2	3	3	1	1	5	3	4	4	5	21	5	5	2	4	5	21	5	4	4	3
85	1	2	3	3	4	1	4	4	3	2	5	18	4	3	5	5	3	20	4	5	3	5
86	2	3	2	3	1	3	4	4	4	3	4	19	4	4	3	4	5	20	5	5	4	2
87	1	4	2	3	1	3	3	4	2	4	5	18	4	5	3	4	4	20	4	2	4	5
88	2	5	2	3	1	2	4	4	3	4	5	20	3	4	3	4	4	18	5	3	5	4
89	2	4	2	3	1	2	5	4	4	3	2	18	4	4	4	4	3	19	3	5	4	4

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

### PENGELOMPOKAN BERDASARKAN JENIS KELAMIN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	LAKI-LAKI	30	33.7	33.7	33.7
	PEREMPUAN	59	66.3	66.3	100.0
	Total	89	100.0	100.0	

### PENGELOMPOKAN BERDASARKAN UMUR

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<20 TAHUN	2	2.2	2.2	2.2
	21-30 TAHUN	25	28.1	28.1	30.3
	31-40 TAHUN	27	30.3	30.3	60.7
	41-50 TAHUN	19	21.3	21.3	82.0
	>50 TAHUN	16	18.0	18.0	100.0
	Total	89	100.0	100.0	

### PENGELOMPOKAN BERDASARKAN PEKERJAAN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PEDAGANG	67	75.3	75.3	75.3
	KARYAWAN SWASTA	21	23.6	23.6	98.9
	PELAJAR/MAHASISWA	1	1.1	1.1	100.0
	Total	89	100.0	100.0	

**PENGELOMPOKAN BERDASARKAN PENDIDIKAN TERAKHIR**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD	10	11.2	11.2	11.2
	SMP	11	12.4	12.4	23.6
	SMA	65	73.0	73.0	96.6
	AKADEMI/PT	3	3.4	3.4	100.0
	Total	89	100.0	100.0	

**PENGELOMPOKAN BERDASARKAN INFORMASI**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KELUARGA/TEMAN	74	83.1	83.1	83.1
	MEDIA ELEKTRONIK	3	3.4	3.4	86.5
	BROSUR/PAMFLET/BUKU	1	1.1	1.1	87.6
	LAINNYA: (SEBUTKAN)	11	12.4	12.4	100.0
	Total	89	100.0	100.0	

**PENGELOMPOKAN BERDASARKAN LAMA MENJADI NASABAH**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<1 TAHUN	21	23.6	23.6	23.6
	1-3 TAHUN	29	32.6	32.6	56.2
	3-5 TAHUN	22	24.7	24.7	80.9
	>5 TAHUN	17	19.1	19.1	100.0
	Total	89	100.0	100.0	

## Scale: ALL VARIABLES

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	89	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	89	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.683	6

### Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
P1	4.52	.659	89
P2	4.17	.661	89
P3	3.51	1.013	89
P4	3.80	.842	89
P5	4.17	.907	89
TOTAL	20.16	2.179	89

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	35.80	17.254	.238	.689
P2	36.15	16.217	.439	.653
P3	36.81	14.338	.473	.627
P4	36.52	15.571	.408	.650
P5	36.15	16.013	.297	.676
TOTAL	20.16	4.748	1.000	.347

**Scale Statistics**

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
40.31	18.991	4.358	6

## Scale: ALL VARIABLES

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	89	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	89	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.717	6

### Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
P1	4.25	.830	89
P2	3.99	.898	89
P3	3.92	.895	89
P4	4.03	.804	89
P5	3.79	1.050	89
TOTAL	19.98	2.572	89

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	35.71	22.391	.430	.693
P2	35.97	21.669	.476	.682
P3	36.03	21.169	.544	.668
P4	35.92	21.778	.537	.675
P5	36.17	22.846	.250	.727
TOTAL	19.98	6.613	1.000	.486

**Scale Statistics**

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
39.96	26.453	5.143	6

## Scale: ALL VARIABLES

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	89	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	89	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.617	6

### Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
P1	4.33	.765	89
P2	3.80	.894	89
P3	3.74	.924	89
P4	3.84	.987	89
P5	4.13	.800	89
TOTAL	19.84	2.022	89

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	35.36	14.415	.233	.612
P2	35.89	13.874	.252	.606
P3	35.94	13.099	.359	.573
P4	35.84	13.839	.210	.621
P5	35.55	14.046	.278	.600
TOTAL	19.84	4.089	1.000	.072

**Scale Statistics**

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
39.69	16.354	4.044	6

Coefficients<sup>a</sup>

## Regression

Variables Entered/Removed<sup>b</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	PENGETAHUAN.KONSUMEN, TINGKAT.PENDIDIKAN <sup>a</sup>		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN.NASABAH

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.531 <sup>a</sup>	.282	.266	1.733	2.214

a. Predictors: (Constant), PENGETAHUAN.KONSUMEN, TINGKAT.PENDIDIKAN

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN.NASABAH

ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	101.574	2	50.787	16.914	.000 <sup>a</sup>
	Residual	258.224	86	3.003		
	Total	359.798	88			

a. Predictors: (Constant), PENGETAHUAN.KONSUMEN, TINGKAT.PENDIDIKAN

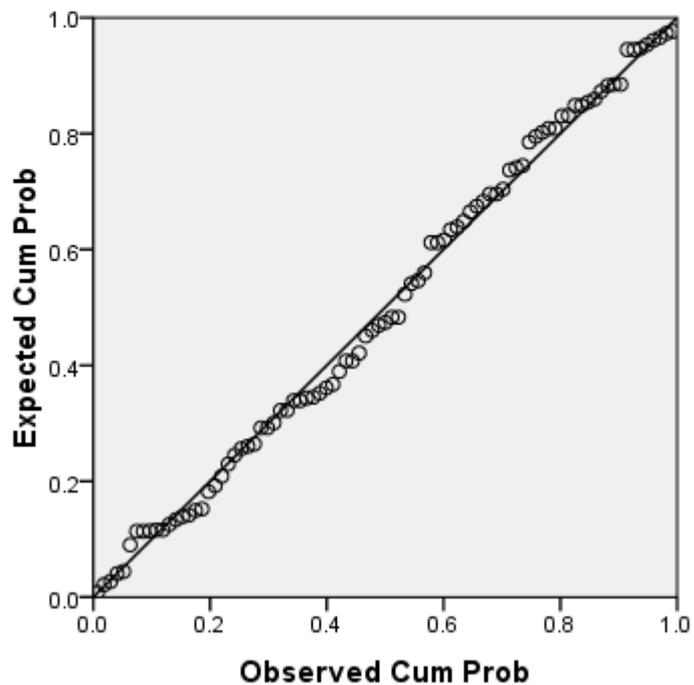
b. Dependent Variable: KEPUTUSAN.NASABAH

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.689	2.118		3.630	.000		
	TINGKAT.PENDIDIKAN	.313	.085	.338	3.668	.000	.986	1.015
	PENGETAHUAN.KONSUMEN	.292	.072	.372	4.040	.000	.986	1.015

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN.NASABAH

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

Dependent Variable: KEPUTUSAN.NASABAH



### Scatterplot

Dependent Variable: KEPUTUSAN.NASABAH

