

Pengaruh Margin dan Kualitas Produk Terhadap Minat Nasabah dalam  
Menggunakan Produk Pembiayaan *Murabahah* pada BMT (*Baitul Mal Wa  
Tamwil*) Mu'awanah Palembang



Oleh:

Sri Wulandari

14180207

TUGAS AKHIR

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah  
Palembang

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Perbankan Syariah  
(AMd)

PALEMBANG

2017



**PROGRAM STUDI D3 PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UIN RADEN FATAH PALEMBANG**

Alamat : Jl. Prof. KH. ZainalAbidinFikri, Telepon 0711 353276, Palembang 30126

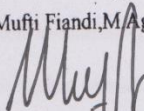
Formulir E.4

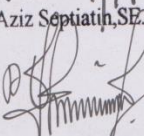
**LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR  
PROGRAM STUDI DIII PERBANKAN SYARIAH**

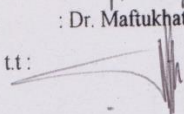
Nama : Sri Wulandari  
Nim/Jurusan : 14180207 / D3 Perbankan Syariah  
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Margin dan Kualitas Produk Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Produk Pembiayaan *Murabahah* pada BMT (*Baitu Mal Wa Tamwil*) Mu'awanaah Palembang


Telah diterima dalam ujian munaqasyah pada tanggal, 2 Mei 2017

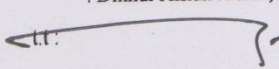
**PANITIA UJIAN MUNAQOSYAH**


Tanggal Pembimbing Utama : Mufti Fiandi, M.Ag  
t.t. : 

Tanggal Pembimbing Kedua : Aziz Septiatin, SE, M.Si  
t.t. : 

Tanggal Penguji Utama : Dr. Maftukhatulosikhah, M.Ag  
t.t. : 

Tanggal Penguji Kedua : Dessy Handayani, SE, M.Si  
t.t. : 

Tanggal ketua : Dinnul Alfian Akbar, SE, M.Si  
t.t. : 

Tanggal sekretaris : Lidia Desiana, SE, M.Si  
t.t. : 

#### PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sri Wulandari

Nim : 14180207

Jurusan : D3 Perbankan Syariah

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Margin dan Kualitas Produk Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Produk Pembiayaan *Murabahah* pada BMT (*Baitu Mal Wa Tamwil*) Mu'awanah Palembang

Menyatakan bahwa, Tugas Akhir ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain atau kelompok lain untuk memperoleh gelar akademis disuatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini yang disebutkan dalam daftar pustaka.

Palembang, April 2017

Saya yang Menyatakan



Sri Wulandari  
Nim 14180207

## MOTTO

*“ Ilmu lebih utama dari pada harta. Sebab ilmu warisan para Nabi adapun harta adalah warisan Qorun, Fir’aun dan lainnya. Ilmu lebih utama dari harta karena ilmu itu menjaga kamu, namun harta kamulah yang menjaganya. ”(Ali bin Abi Thalib)*

*Tugas Akhir ini kupersembahkan untuk*

*Ayahku Abdul Haris dan Ibundaku Yati tercinta yang selalu mendukungku dalam setiap langkah serta do’a untuk masa depanku*

*Kakak - kakakku Cecep Hariyadi dan Kiki Harkila  
Dora*

*Sahabat-sahabat terbaikku (Desi, Keke dan Rahmat)*

*Teman-teman Almamaterku*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan nikmat Iman dan Islam kepada kita semua. Sholawat dan salam semoga tercurahkan kepada Rasulullah Muhammad SAW, keluarga, sahabat dan kita sendiri sebagai generasi penerusnya hingga akhir zaman. Alhamdulillah, segala puji hanyalah milik Allah SWT, dzat yang melimpahkan rahmat dan karunia, khususnya pada penulis sehingga dengan hidayah-Nya penulis dapat Tugas Akhir yang berjudul **“Pengaruh Margin dan Kualitas Produk Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Produk Pembiayaan *Murabahah* pada BMT (*Baitu Mal Wa Tamwil*) Mu’awanah Palembang”** sebagai syarat penyelesaian studi pada Program Diploma 3 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir yang penulis buat ini masih banyak terdapat kekurangan, mengingat keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang penulis miliki. Untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan Tugas Akhir ini.

Dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini penulis banyak mendapatkan bimbingan, petunjuk dan bantuan serta nasihat dari berbagai pihak yang sangat berguna dalam penyelesaian Tugas Akhir ini, maka dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar – besarnya kepada:

1. Kedua orang tua tercintaku, Abdul Haris dan Yati yang selalu mendoakan dan memberikan motivasi, semangat tanpa henti serta dukungan sehingga saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.

2. Bapak Prof. Drs. H. Muhammad Sirozi, Phd, selaku Rektor UIN Raden Fatah Palembang.
3. Ibu DR. Qodariyah Barkah, M.H.I, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang.
4. Bapak Dinnul Alfian Akbar, S.E, M.Si, selaku Ketua Program Studi D3 Perbankan Syariah dan RA. Ritawati, SE, M.H.I selaku Sekretaris Jurusan D3 Perbankan Syariah.
5. RA.Ritawati, SE., M.H.I, selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan dalam kegiatan kuliah selama ini.
6. Bapak Mufti Fiandi, M.Ag, selaku Pembimbing I yang telah banyak membantu memberikan bimbingan serta arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan Tugas Akhir ini.
7. Ibu Aziz Septiatin, SE., M.Si selaku Pembimbing II yang juga telah banyak membantu dan memberikan bimbingan, saran dan petunjuk dalam penyempurnaan Tugas Akhir ini.
8. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang terimakasih untuk seluruh ilmu dan motivasi yang luar biasa.
9. Pimpinan beserta Staf Karyawan BMT Mu'awanah Palembang atas segala bantuan dalam penyediaan data – data yang diperlukan penulis.
10. Kepada Kakak – kakakku Cecep Hariyadi dan Kiki Harkila Dora yang tidak henti – hentinya memberikan semangat dan dukungan serta doa mereka yang tak pernah putus.

11. Teman-teman sepembimbing yang telah memberikan masukan dan menghibur satu sama lain, Siti Fatimah, Mayang Sari, Ica Trisnawati dan teman sepembimbing lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu;
12. Sahabat – sahabat terbaikku Tini, Rosa, Sofi, Cici, Siti, Sandora, dan Dani yang selalu memberikan dukungan dan motivasi

Akhirnya atas segala bantuan, petunjuk dan bimbingan serta semangat dari berbagai pihak, penulis hanya dapat menyerahkan semuanya kepada Allah SWT. Dan Mudah – mudahan Allah SWT melimpahkan segala kebaikan dan pengorbanan yang telah diberikan kepada penulis. Amin Ya Rabbal'Alamin. Semoga Tugas Akhir yang telah penulis buat ini mendapat Ridho dari Allah SWT dan bermanfaat bari para pembaca.

Palembang, April 2017

Sri Wulandari  
14180207

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
 <b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan penelitian .....	7
D. Kegunaan Penelitian .....	8
 <b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Tinjauan Umum BMT	
1. Pengertian Baitul Mal Wa Tamwil .....	10
2. Ciri – ciri BMT (Baitul Mal Wa Tamwil) .....	11
3. Tujuan dan Fungsi BMT (Baitul Mal Wa Tamwil).....	12
4. Visi dan Misi BMT (Baitul Mal Wa Tamwil) .....	13
5. Prinsip Dasar Pendirian BMT (Baitul Mal Wa Tamwil).....	13



B. Pembiayaan pada Baitul Maal Wa Tamwil	
1. Pengertian Pembiayaan.....	14
2. Unsur-unsur Pembiayaan.....	15
3. Tujuan Pembiayaan.....	16
4. Jenis-jenis Pembiayaan.....	17
5. Prinsip-prinsip Pembiayaan.....	18
C. Pembiayaan Murabahah	
1. Pengertian PembiayaanMurabahah.....	20
2. Syarat dan Rukun Pembiayaan Murabahah.....	21
3. Jenis – jenis Pembiayaan Murabahah.....	22
D. Minat Nasabah	
1. Pengertian Minat Nasabah.....	22
2. Faktor – faktor Minat Nasabah.....	24
3. Indikator Minat Nasabah.....	24
4. Aspek – aspek Minat Nasabah.....	25
E. Kualitas Produk	
1. Pengertian Kualitas Produk.....	26
2. Indikator Kualitas Produk.....	27
3. Ruang Lingkup Kualitas Produk.....	29
F. Margin	
1. Pengertian Margin.....	30
2. Indikator Margin.....	31
3. Faktor – faktor Margin.....	31
G. Penelitian Terdahulu.....	32
H. Kerangka Fikir.....	36
I. Hipotesis.....	37

### **BAB III METO PENELITIAN**

A. Seeting Penelitian.....	38
B. Definisi Operasional Variabel.....	38
C. Jenis dan Sumber.....	39

1. Jenis Data .....	39
2. Sumber Data.....	40
D. Populasi dan Sampel Penelitian	
1. Populasi .....	40
2. Sampel .....	40
E. Teknik Pengumpulan Data .....	42
F. Variabel – Variabel Penelitian	
1. Variabel Bebas .....	43
2. Variabel Terikar .....	43
G. Instrumen Penelitian	
1. Uji Validitas .....	44
2. Uji Reliabilitas .....	44
H. Teknis Analisis Data	
1. Uji Asumsi Klasik.....	45
2. Analisis Regresi Linier Berganda .....	48
3. Uji Hipotesis .....	49
4. Koefisien Determinasi .....	50

## **BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Hasil Penelitian	
1. Karakteristik Responden.....	52
B. Deskripsi Data Penelitian .....	54
C. Uji Validitas dan Reabilitas Insteumen	
1. Uji Validitas .....	57
2. Uji Reabilitas .....	58
D. Hasil Analisis Data	
1. Uji Asumsi Klasik.....	59
2. Analisis Regresi Linier Berganda .....	64
3. Uji Hipotesis .....	65
E. Pemabahasan Hasil Penelitian .....	69

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan.....	73
5.2 Saran .....	74

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>76</b>
-----------------------------	-----------

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	35
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	39
Tabel 3.2 Skala Likert .....	43
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	52
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	53
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	54
Tabel 4.4 Skor Kuisioner Variabel Margin .....	55
Tabel 4.5 Skor Kuisioner Variabel Kualitas Produk.....	55
Tabel 4.6 Skor Kuisioner Variabel Minat Nasabah.....	56
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Instrumen.....	57
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	58
Tabel 4.9 Hasil Nilai Normalitas Kolmogram-Smirnov Margin Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Nasabah.....	60
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	61
Tabel 4.11 Hasil Uji Linearitas Minat Nasabah dan Margin .....	63
Tabel 4.12 Hasil Uji Linearitas minat Nasabah dan Kualitas Produk.....	63

Tabel 4.13 Hasil Uji Analisis Linier Berganda .....	64
Tabel 4.14 Hasil Uji F (Simultan) .....	66
Tabel 4.15 Hasil Uji T (Parsial) .....	67
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Dererminasi .....	68

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Fikir.....	37
Gambar 4.1 Normal Probability Plot.....	60
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	62

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Pertumbuhan perekonomian suatu negara membutuhkan pola pengetahuan sumber daya yang tersedia secara terarah dan terpadu, sehingga hasil yang optimal bisa digunakan untuk peningkatan kesejahteraan masyarakat. Lembaga – lembaga ekonomi harus melaksanakan pola tersebut secara bersamaan untuk tujuan pembangunan nasional.<sup>1</sup>

Pada era globalisasi ini persaingan antara Bank dan Non Bank sangatlah pesat demi membangun perekonomian Indonesia, baik dari berbagai bentuk yang diciptakan dari lembaga – lembaga keuangan tersebut untuk meningkatkan minat seseorang agar berperan dalam kegiatan yang diberikan lembaga keuangan. Kedua lembaga keuangan tersebut memiliki caranya tersendiri salah satunya dalam pelayanan yang diberikan.

Bank dikenal sebagai lembaga keuangan yang kegiatan utamanya menerima simpanan giro, tabungan dan deposito. Kemudian bank juga dikenal sebagai tempat untuk meminjam uang (kredit) bagi masyarakat yang membutuhkan. Disamping itu, bank dikenal sebagai tempat untuk menukar uang, memindahkan uang atau menerima segala macam bentuk pembayaran dan setoran seperti pembayaran listik, telepon, air dan pembayaran lainnya.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup>Tri Astuti, *Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung*, (Yogyakarta: Skripsi, 3013) hal.1

<sup>2</sup> Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: Rajawali Persada,2010)hal.25

Lembaga keuangan Non Bank adalah badan usaha yang melakukan kegiatan dalam bidang keuangan yang secara langsung atau tidak langsung menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat.<sup>3</sup>

Beberapa Lembaga Keuangan Non Bank/LKNB di Indonesia adalah Koperasi Simpan Pinjam/Koperasi Kredit, Perusahaan Umum Pegadaian/Perum Pegadaian, Perusahaan Asuransi, Lembaga Dana Pensiun, Lembaga Pembiayaan, Bursa Efek.

Salah satu lembaga keuangan Non Bank adalah BMT (*Baitul Mal Wa Tamwil*). BMT (*Baitul Mal Wa Tamwil*) adalah Balai Usaha Mandiri Terpadu yang isinya berintikan *bayt al-mal wa al-tanwil* dengan kegiatan mengembangkan usaha – usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha kecil bawah dan kecil, antara lain dengan mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonominya. Selain itu, BMT bisa menerima titipan zakat, infaq, dan sedekah, serta menyalurkannya sesuai amanahnya.<sup>4</sup>

Sejak awal pendirian *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) dirancang sebagai suatu lembaga ekonomi rakyat yang secara konsepsi dan secara nyata memang lebih fokus kepada masyarakat bawah. Agenda kegiatannya yang utama adalah pengembangan usaha – usaha melalui bantuan permodalan. Untuk melancarkan usaha pembiayaan tersebut, maka BMT berupaya menghimpun dana yang terutama sekali berasal dari masyarakat lokal disekitarnya. Dengan kata lain,

---

<sup>3</sup> *Ibid*, hal. 30

<sup>4</sup> Djoko Muljono, *Perbankan dan Lembaga Keuangan Syari'ah*, (Yogyakarta: ANDI, 2015) hal.472



BMT pada prinsipnya berupaya mengorganisasi usaha saling tolong menolong antar warga masyarakat suatu wilayah dalam masalah ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan anggota dan umatnya.

Dalam konteks keuangan mikro, berdirinya lembaga BMT (*Baitul Mal Wa Tamwil*) merupakan salah satu perwujudan dan sistem keuangan syariah. Lembaga ini bisa disebut sebagai lembaga keuangan mikro karena melayani masyarakat miskin yang tidak mampu berhubungan dengan lembaga perbankan.

*Murabahah* adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (*margin*) yang disepakati antara penjual dan pembeli.<sup>5</sup> Karena dalam definisinya disebut adanya “keuntungan yang disepakati”, maka karakteristik *murabahah* adalah penjual harus memberi tahu pembeli tentang harga pembelian barang dan menyatakan jumlah keuntungan yang ditambahkan pada biaya tersebut.

Pembiayaan *murabahah* adalah pembiayaan yang diberikan kepada nasabah dalam rangka pemenuhan kebutuhan produksi, atas transaksi ini BMT (*Baitul Mal Wa Tamwil*) memperoleh sejumlah *margin* yang telah disepakati antara pihak BMT dan calon nasabah.

Dalam perspektif masyarakat, sering dianggap bahwa praktik *murabahah* tidak berbeda dengan kredit berbasis *fixed* pada Bank Konvensional. Hal ini dilihat dari sifat *margin murabahah* yang *fixed* dan juga menurut penulis, besarnya *margin* akad pembiayaan *murabahah* di perbankan syariah

---

<sup>5</sup> Adiwarmanto A. Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006) hal.113

seharusnya tidak hanya menggunakan rujukan suku bunga bank konvensional.<sup>6</sup> Hal tersebut dikarenakan perbankan syariah belum mempunyai acuan tersendiri untuk dijadikan sebagai pedoman penentuan tingkat margin, dengan kata lain masih mengikuti perbankan konvensional.

Dalam usahanya menjangkau minat nasabah pembiayaan, BMT tidak hanya bersaing dengan sesama lembaga keuangan syariah namun juga dengan lembaga keuangan konvensional. Dalam persaingan ini tidak hanya fokus dalam inovasi produk tetapi juga dalam berbagai strategi pelayanan dan taktik pemasaran. Persaingan pun menjadi semakin ketat sehingga menuntut kejelian nasabah dalam memilih produk – produk yang ditawarkan yang sesuai dengan harapannya.

BMT dalam melayani pengambilan pembiayaan syarat-syaratnya tidak sulit, dan cepat mengakses pengajuan pembiayaan akan mempengaruhi nilai yang diberikan nasabah berhubungan dengan keuntungan yang akan diterimanya.

BMT menyadari bahwa persaingan bisnis saat ini sangat ketat, kualitas pelayanan, kualitas produk yang bermutu dapat menciptakan kepuasan nasabah. Banyak pelayanan yang kurang memuaskan yang berakibat kurangnya minat dari nasabah. Hal ini dapat menyebabkan suatu perusahaan jasa akan kehilangan nasabahnya.<sup>7</sup>

Salah satu bentuk dari persaingan antara lembaga keuangan syariah dan lembaga keuangan konvensional adalah dalam pemberian margin atau selisih

---

<sup>6</sup> Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2005) hal.126

<sup>7</sup> Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip – prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2006) hal.87

dari harga pokok dengan harga jual suatu produk *murabahah*.<sup>8</sup> Penentuan harga merupakan aspek yang sangat penting, mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya suatu produk dan jasa yang ditawarkan. Jika harga jual *murabahah* yang ditawarkan terlalu tinggi, maka daya beli nasabah rendah atau kurang diminati dan sebaliknya. Hal ini sesuai dengan hukum teori permintaan tentang adanya hubungan yang bersifat negatif antara tingkat harga dengan jumlah barang yang diminta. Apabila harga naik, maka jumlah barang yang diminta sedikit dan apabila harga rendah jumlah barang yang diminta meningkat.<sup>9</sup>

Secara teknis yang dimaksud dengan margin keuntungan adalah persentase tertentu yang ditetapkan pertahun perhitungan *margin* keuntungan secara harian, maka jumlah hari dalam setahun ditetapkan 360 hari, perhitungan *margin* keuntungan secara bulanan, maka setahun ditetapkan 12 bulanan.

Kualitas produk BMT didapatkan dengan cara menemukan keseluruhan harapan nasabah, meningkatkan produk atau pelayanan dalam rangka memenuhi nasabah. Nasabah maupun minat terhadap produk tersebut menawarkan mutu, dan perlengkapan inovatif yang terbaik bagi nasabah.

BMT Mu'awanah Palembang adalah salah satu BMT yang terdapat di kota Palembang. Tentunya BMT Mu'awanah Palembang bukan satu – satunya lembaga keuangan mikro yang terdiri di kota palembang, namun banyak BMT bahkan Bank juga berada di wilayah kota palembang.

---

<sup>8</sup> *Ibid*, hal.14

<sup>9</sup> Paul A. Samuelson, *Ilmu Mikroekonomi*,(Jakarta: Media Global Edukasi, 2003) hal.173

Jumlah BMT Mu'awanah Palembang dari tahun – ketahun mengalami kenaikan karena, BMT Mu'awanah menetapkan tingkat margin yang tidak memberatkan bagi nasabah. Hal ini sesuai yang di katakan oleh Zulkipli Hariawan semakin rendah margin maka akan semakin tinggi jumlah anggota yang mengajukan pembiayaan *Murabahah*.<sup>10</sup>

Selain menetapkan margin yang rendah BMT Mu'awanah juga menekankan pada kualitas produk yang ditawarkan BMT Mu'awanah sendiri memiliki produk yang di tawarkan kepada nasabah untuk pembiayaan, yaitu *Murabahah* (jual beli).<sup>11</sup>

Antara *Margin* dengan minat nasabah dihubungkan berdasarkan keuntungan tertentu yang ditetapkan BMT agar tercapai keadilan dalam memperoleh keuntungan, baik bagi nasabah maupun BMT akan semakin banyak nasabah yang akan mengajukan pembiayaan.

Hubungan kualitas produk dengan minat nasabah menjadi pusat perhatian sehingga bisa menyesuaikan dengan tujuan dan kebutuhan nasabah. Banyaknya produk yang ditawarkan tidak memuaskan masyarakat sehingga nasabah kecewa dengan kualitas produk yang di tawarkan pada perusahaan yang mengakibatkan nasabah tidak peduli apa yang ditawarkan pada perusahaan tersebut. Kualitas Produk yang baik akan menciptakan kesesuaian dengan tujuan dan kebutuhan nasabahnya.<sup>12</sup>

---

<sup>10</sup> Zulkipli Hariawan, “*Pengaruh Prosedur Pembiayaan, Margin dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah di BMT Al-Aqobah Pusri Palembang*” Skripsi, (Palembang: UIN Raden Fatah Palembang, 2016)

<sup>11</sup> Muhammad Syafii Antonio. *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani 2001) hlm 95

<sup>12</sup> Adiwarmarman Karim. *Op. Cit.* Hlm 80

Sehubungan dengan hal tersebut maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Margin dan Kualitas Produk Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Produk Pembiayaan *Murabahah* pada BMT (*Baitul Mal Wa Tamwil*) Mu’awanah Palembang”**.

### **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana pengaruh *margin* terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan *murabahah* pada BMT Mu’awanah Palembang?
2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan *murabahah* pada BMT Mu’awanah Palembang?
3. Bagaimana pengaruh *margin* dan kualitas produk terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan *murabahah* pada BMT Mu’awanah Palembang ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Dari permasalahan diatas, maka secara keseluruhan tujuan penelitian adalah

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *margin* terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan *murabahah* pada BMT Mu’awanah Palembang.

2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan *murabahah* pada BMT Mu'awanah Palembang.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *margin* dan kualitas produk terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan *murabahah* pada BMT Mu'awanah Palembang.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Peneliti berharap penelitian ini berguna sebagai berikut :

1. Kegunaan Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan konstibusi dalam perkembangan ilmu pengetahuan dan pendidikan, khususnya mengenai pengaruh *margin* dan kualitas produk terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan *murabahah* pada BMT (*Baitul Mal Wa Tamwil*) Mu'awanah Palembang. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan juga dapat dijadikan sebagai acuan bagi penelitian lain yang akan melakukan penelitian sejenis.

2. Kegunaan Secara Praktisi

- a. Bagi Penulis

Memberikan pemahaman, pengetahuan, dan wawasan yang mendalam maupun membaca mengenai bagaimana pengaruh *margin* dan kualitas produk terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan *murabahah* pada BMT (*Baitul Mal Wa Tamwil*) Mu'awanah

Palembang dan untuk memperoleh pengalaman praktis dalam penulis karya ilmiah.

b. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi kepada pembaca dalam pengambilan kebijakan yang dapat diambil mengenai pengaruh *margin* dan kualitas produk terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk *murabahah* pada BMT (*Baitul Mal Wa Tamwil*) Mu'awanah Palembang.

c. Bagi Lembaga BMT Mu'awanah Palembang

Dengan dilakukan penelitian ini dapat memperkuat eksistensi BMT Mu'awanah Palembang di masyarakat luas, memberikan informasi tambahan serta pengetahuan yang dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk meningkatkan usaha secara syariah.

## BAB II

### PEMBIAYAAN MURABAHAH PADA BMT

#### A. Tinjauan Umum BMT

Baitul maal wa tamwil merupakan salah satu bentuk Lembaga keuangan syariah yang usahanya bergerak dibidang jasa keuangan yang berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Prinsip syariah yaitu prinsip yang menghilangkan unsur-unsur yang dilarang dalam Islam, kemudian menggantikannya dengan akad-akad tradisional Islam atau yang lazim disebut dengan prinsip syariah. Atau, lembaga keuangan syariah merupakan sistem norma yang didasarkan ajaran Islam.<sup>13</sup>

#### 1. Pengertian Baitul Mal Wa Tamwil

BMT adalah sebagai balai usaha mandiri terpadu yang isinya berintikan bayt al-mal wa-tamwil dengan kegiatan mengembangkan usaha – usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha kecil bawah dan kecil, antara lain dengan mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonominya.<sup>14</sup>

Baitul *mal wa tamwil* 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, infaq, dan sedekah. Adapun *baitul tamwil* sebagai usaha

---

<sup>13</sup> Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia*, (Jakarta:KENCANA, 2015) hal.1

<sup>14</sup> *Ibid*, hal.472



pengumpulan dan penyaluran dana komersial. Usaha – usaha tersebut menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari BMT sebagai lembaga pendukung kegiatan ekonomi masyarakat kecil dengan berlandaskan syariah islam. Lembaga ini didirikan dengan maksud untuk memfasilitasi masyarakat bahwa yang 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 jikal bakal dari bank syariah, BMT memiliki pasar tersendiri, yaitu masyarakat kecil yang terjangkau layanan perbankan serta pelaku usaha kecil yang mengalami hambatan “psikologis” bila berhubungan dengan pihak bank.<sup>15</sup>

BMT merupakan pengembang ekonomi berbasis masjid sebagai sarana untuk memakmurkan masjid. Keanggotaan dan mitra usaha BMT yakni masyarakat sekitar masjid, baik perorangan atau kelembagaan, sepanjang jelas domisili dan identitasnya. Bentuk kegiatan BMT merupakan koperasi, tetapi harus berdasarkan prinsip – prinsip syariah Islam.

### **3. Ciri – Ciri BMT (*Baitul Mal wa Tamwil*)**

- a. Berorientasi bisnis, mencari laba bersama, meningkatkan pemanfaatan ekonomi paling banyak untuk anggota dan lingkungannya.
- b. Bukan lembaga sosial melainkan dapat dimanfaatkan untuk mengefektifkan penggunaan zakat, infaq, sedekah bagi kesejahteraan orang banyak.

---

<sup>15</sup> Nurul Huda dan Mohammad Heykal, *Lembaga Keuangan Syariah Tinjauan Teoritis dan Praktis*, (Jakarta: Kencana, 2010) hal.362

- c. Ditumbuhkan dari bawah berdasarkan peran serta masyarakat sekitarnya.
- d. Milik bersama masyarakat kecil dan bawah dari lingkungan BMT (*Baitul Mal wa Tamwil*) itu sendiri, bukan milik orang seseorang atau orang dari luar masyarakat itu.

#### **4. Tujuan dan Fungsi BMT (*Baitul Mal Wa Tamwil*)**

Lahirnya BMT (*Baitul Mal Wa Tamwil*) bertujuan untuk meningkatkan kualitas usaha ekonomi untuk kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya. Mempunyai sifat, yaitu memiliki usaha bisnis yang bersifat mandiri, ditumbuh kembangkan dengan swadaya dan dikelola secara professional, serta berorientasi untuk kesejahteraan anggota masyarakat lingkungannya. Dalam rangka mencapai tujuannya BMT (*Baitul Mal Wa Tamwil*) berfungsi : <sup>16</sup>

- a. Meningkatkan kualitas SDM (*Sumber Daya Manusia*) anggota, pengurus, dan pengelola menjadi lebih professional, dan amanah sehingga semakin utuh dan tangguh berjuang dan berusaha (beribadah) menghadapi tantangan global.
- b. Mengorganisasi dan memobilisasi dana sehingga dana yang dimiliki oleh masyarakat dapat bermanfaat secara optimal didalam dan diluar organisasi untuk kepentingan rakyat banyak.
- c. Mengembangkan kesempatan kerja.

---

<sup>16</sup> Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2015) hal.322

- d. Mengukuhkan dan meningkatkan kualitas usaha dan pasar produk – produk anggota. Memperkuat dan meningkatkan lembaga – lembaga ekonomi dan sosial masyarakat banyak.

#### **5. Visi dan Misi BMT (*Baitul Mal Wa Tamwil*)**

BMT (*Baitul Mal Wa Tamwil*) mempunyai Visi, yaitu menjadi lembaga keuangan yang mandiri, sehat, dan kuat yang kualitas ibadah anggotanya meningkat sedemikian rupa sehingga mampu berperan menjadi wakil pengabdian Allah memakmurkan kehidupan anggota pada khususnya dan umat manusia pada umumnya.

Misi BMT (*Baitul Mal Wa Tamwil*), yaitu mewujudkan gerakan pembebasan anggota dan masyarakat dari belenggu rentenir, jerat kemiskinan dan ekonomi ribawi, gerakan pemberdayaan meningkatkan kapasitas dalam kegiatan ekonomi riil dan kelembagaannya menuju tatanan perekonomian yang makmur dan maju dan gerakan keadilan membangun struktur masyarakat madani yang adil, makmur, maju berlandaskan syariah dan ridha Allah SWT.

#### **6. Prinsip Dasar Pendirian BMT (*Baitul Mal Wa Tamwil*), yaitu: <sup>17</sup>**

- a. Keimanan dan ketakwaan kepada Allah SWT, dengan mengimplementasikan prinsip – prinsip syariah dan muamalah islam dalam kehidupan masyarakat.

---

<sup>17</sup> M. Nur Rianto al – Arif, *Lembaga Keuangan Syariah Suatu Kajian Teoritis dan Praktis*, (Bandung: Pustaka Setia, 2012) hal.321

- b. Keterpaduan (*kaffah*), yaitu nilai – nilai spritual berfungsi mengarahkan dan menggerakkan etika dan moral yang dinamis, proaktif, progresif, adil, dan berakhlak mulia.
- c. Kekeluargaan.
- d. Kebersamaan.
- e. Kemandirian.
- f. Profesionalisme.
- g. Istiqamah: konsisten, kontinuitas/berkelanjutan tanpa henti dan tanpa putus asa. Setelah mencapai suatu tahap, maju ke tahap berikutnya, dan hanya mengharap ridha Allah SWT.

## **B. Pembiayaan pada Baitul Mal Wa Tamwil**

### **1. Pengertian Pembiayaan**

Penyaluran dana dalam bank konvensional dikenal dengan istilah kredit atau pinjaman. Sedangkan dalam bank syariah untuk penyaluran dananya dikenal dengan istilah pembiayaan. Jika dalam bank konvensional keuntungan bank diperoleh dari bunga yang dibebankan, maka dalam bank syariah tidak ada istilah bunga, tetapi bank syariah menerapkan sistem bagi hasil.<sup>18</sup>

Pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pembayaran pada kewajiban pihak penerima pembiayaan untuk

---

<sup>18</sup> Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta,: PT.Raja Grafindo Persada, 2005) hal.171

melunasi utang setelah jangka waktu tertentu dengan jumlah margin pembagian hasil keuntungan.<sup>19</sup>

## 2. Unsur-unsur Pembiayaan

- a) Adanya dua pihak, yaitu pemberi pembiayaan (*Shahibul maal*) dan penerima pembiayaan (*mudharib*). Hubungan pemberi pembiayaan dan penerima pembiayaan merupakan hubungan kerja sama yang saling menguntungkan, yang diartikan merupakan hubungan kerja sama yang saling menguntungkan, yang diartikan pula sebagai kehidupan saling tolong menolong.
- b) Adanya kepercayaan *Shahibul maal* kepada *mudharib* yang didasarkan atas prestasi, yaitu potensi *mudharib*.
- c) Adanya persetujuan, berupa kesepakatan pihak *Shahibul maal* dengan pihak lainnya yang berjanji membayar dari *mudharib* kepada *Shahibul maal*. Janji membayar tersebut dapat berupa janji lisan, tertulis (akad pembiayaan) atau berupa instrumen (credit instrument).
- d) Adanya penyerahan barang, jasa, atau uang dari *Shahibul maal* kepada *mudharib*.
- e) Adanya unsur waktu (*time element*) . unsur waktu merupakan unsur esensial pembiayaan. Pembiayaan terjadi karena unsur waktu, baik dilihat dari *Shahibul maal* maupun dilihat dari *mudharib*.
- f) Adanya unsur risiko (*degree of risk*) baik dipihak *Shahibul maal* maupun dipihak *mudharib*. Risiko dipihak *Shahibul maal* adalah risiko gagal

---

<sup>19</sup> Melayu Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2004) hal.87

bayar (*risk of default*), baik karena kegagalan usaha (pinjaman komersial) atau ketidakmampuan bayar (pinjaman konsumen) atau karena ketidaksediaan membayar. Risiko di pihak mudharib adalah kecurangan dari pihak pembiayaan, antara lain berupa *Shahibul maal* yang dari semula dimaksudkan oleh *Shahibul maal* untuk mencaplok perusahaan yang diberikan pembiayaan atau tanah yang dijaminkan.<sup>20</sup>

g) Balas jasa merupakan sebagai imbalan atas dana yang disalurkan oleh kreditor, maka debitur akan membayar sejumlah uang tertentu sesuai dengan perjanjian. Dalam perbankan konvensional, imbalan tersebut berupa bunga, sementara didalam bank syariah tersebut berupa bagi hasil sesuai kesepakatan antara *Shahibul maal* dan *mudharib*.<sup>21</sup>

### 3. Tujuan Pembiayaan

Dalam membahas tujuan pembiayaan, mencangkup lingkup yang luas. Pada dasarnya, terdapat dua fungsi yang saling berkaitan dari pembiayaan, yaitu sebagai berikut.

a) *Profitability*, yaitu tujuan untuk memperoleh hasil dari pembiayaan berupa keuntungan yang diraih dari bagi hasil yang diperoleh dari usaha yang dikelola bersama nasabah. Oleh karena itu, bank hanya akan menyalurkan pembiayaan kepada usaha-usaha nasabah yang diyakini mampu dan mau mengembalikan pembiayaan yang telah diterimanya.

---

<sup>20</sup> Veithzal Rivai dan Arviyan Arifin, *Islamic Banking Sebuah Teori, Konsep, dan Aplikasi*, (Jakarta : PT.Bumi Aksara, 2010) hal.701

<sup>21</sup> Ismail, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta : Kencana, 2013) hal.95

b) *Safety*, keamanan dari prestasi atau fasilitas yang diberikan harus benar-benar terjamin sehingga tujuan *Profitability* dapat benar-benar tercapai tanpa hambatan yang berarti. Oleh karena itu, dengan keamanan ini dimaksudkan agar prestasi yang diberikan dalam bentuk modal, barang, atau jasa itu betul-betul terjamin pengembaliannya, sehingga keuntungan (*Profitability*) yang diharapkan dapat menjadi kenyataan.<sup>22</sup>

#### **4. Jenis-jenis Pembiayaan**

a) Jenis pembiayaan dilihat dari tujuan

(a) Pembiayaan konsumtif

Bertujuan untuk memperoleh barang-barang atau kebutuhan-kebutuhan guna memenuhi keputusan dalam konsumsi.

(b) Pembiayaan produktif

Pembiayaan produktif adalah bentuk pembiayaan yang bertujuan untuk memperlancar jalannya proses produksi, mulai dari saat pengumpulan bahan mentah, pengolahan, dan sampai kepada proses penjualan barang-barang yang sudah jadi.

(c) Pembiayaan modal kerja

Pembiayaan modal kerja merupakan pembiayaan untuk modal kerja perusahaan dalam rangka pembiayaan aktiva lancar perusahaan, seperti pembelian bahan baku/mentah, bahan penolong/pembantu, barang dagangan, biaya eksploitasi barang modal, piutang, dan lain-lain.

---

<sup>22</sup> *Loc. cit*, hal.711

(d) Pembiayaan investasi

Pembiayaan investasi merupakan (berjangka menengah atau panjang) yang diberikan kepada usaha-usaha guna merehabilitasi, modernisasi, perluasan ataupun pendirian proyek baru.<sup>23</sup>

b) Pembiayaan dilihat dari jangka waktu

(a) Pembiayaan jangka pendek

Pembiayaan jangka pendek merupakan pembiayaan yang diberikan dengan jangka waktu maksimal satu tahun. Biasanya diberikan oleh bank untuk membiayai modal kerja perusahaan yang mempunyai siklus usaha dalam satu tahun.

(b) Pembiayaan jangka menengah

Pembiayaan jangka menengah merupakan jangka waktu antara satu tahun sampai tiga tahun.

(c) Pembiayaan jangka panjang

Pembiayaan yang jangka waktunya lebih dari tiga tahun. Pembiayaan ini diberikan untuk pembiayaan Investasi, misalnya pembelian gedung, pembangunan proyek, pengadaan mesin dan peralatan, dan lain-lain.<sup>24</sup>

## 5. Prinsip-prinsip Pembiayaan

Prinsip-prinsip yang dalam pembiayaan tersebut yaitu :

- (a) *Character* adalah calon nasabah memiliki watak, moral dan sifat-sifat pribadi yang baik. Penilaian terhadap karakter ini dilakukan untuk

---

<sup>23</sup> Veithzal Rivai dan Arviyan Arifin, *Islamic Banking Sebuah Teori, Konsep, dan Aplikasi*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2010) hal.715

<sup>24</sup> Ismail, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Kencana, 2013) hal.102



mengetahui tingkat kejujuran, integritas, dan kemauan dari calon nasabah debitur untuk memenuhi kewajiban dan menjalankan usahanya. Informasi ini dapat diperoleh oleh bank melalui riwayat hidup, riwayat usaha, dan informasi dan usaha-usaha yang sejenis.

- (b) *Capacity* adalah kemampuan calon nasabah debitur untuk mengelolah kegiatan usahanya dan mampu melihat prospektif masa depan, sehingga usahanya akan dapat berjalan dengan baik dan memberikan keuntungan, yang menjamin bahwa ia mampu melunasi utang pembiayaan dalam jumlah dan jangka waktu yang telah ditentukan. Pengukuran kemampuan ini dapat dilakukan dengan berbagai pendekatan, misalnya pendekatan material, yaitu melakukan penilaian terhadap keadaan neraca, laporan laba rugi, dan arus kas (*cash Flow*) usaha dari beberapa tahun terakhir.
- (c) *Capital* adalah lembaga harus terlebih dahulu melakukan penelitian terhadap modal yang dimiliki oleh pemohon dana. Penyelidikan ini tidaklah semata-mata didasarkan pada besar kecilnya modal, akan tetapi lebih difokuskan kepada bagaimana distribusi modal ditempatkan oleh pengusaha tersebut, sehingga segala sumber yang telah ada dapat berjalan secara efektif.
- (d) *Collateral* adalah jaminan untuk persetujuan pemberian pembiayaan yang merupakan sarana pengaman (*back up*) atas resiko yang mungkin terjadi atas wanprestasinya nasabah debitur dikemudian hari, misalnya terjadi pembiayaan macet.

(e) *Condition of economy* adalah dalam pemberian pembiayaan oleh satu lembaga kondisi ekonomi secara umum dan kondisi sektor usaha pemohon pembiayaan perlu memperoleh perhatian dari lembaga untuk memperkecil risiko yang mungkin terjadi yang diakibatkan oleh kondisi ekonomi tersebut.<sup>25</sup>

## C. Pembiayaan Murabahah

### 1. Pengertian Murabahah

*Murabahah* adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (*Margin*) yang disepakati oleh penjual dan pembeli.<sup>26</sup> Sementara itu, *Murabahah* adalah tagihan atas penjualan barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (*Margin*) yang disepakati pihak penjual (koperasi) dan pembeli (nasabah), yang mewajibkan anggota untuk melunasi kewajibannya sesuai jangka waktu tertentu disertai dengan pembayaran imbalan berupa *margin* keuntungan yang disepakati dimuka sesuai akad. Berdasarkan pengertian diatas, maka peneliti menyimpulkan bahwa *Murabahah* merupakan suatu akad jual beli barang dengan harus menyatakan harga perolehan dan keuntungan (*Margin*), dan pelunasan kewajiban disertai pembayaran *Margin* yang disepakati sesuai dengan akad.

Dengan demikian, keputusan pengambilan pembiayaan *Murabahah* adalah keputusan nasabah pada saat melakukan pengambilan pembiayaan

---

<sup>25</sup> Hermansyah, *Hukum Perbankan Nasional Indonesia*, (Jakarta: KENCANA, 2005) hal.64

<sup>26</sup> *Ibid*, hal.113

*Murabahah* melalui serangkaian langkah – langkah meliputi : pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi *alternative*, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian untuk dilaksanakan dan ditindak lanjuti.

## **2. Syarat dan Rukun Pembiayaan *Murabahah***

Adapun mengenai syarat pembiayaan *Murabahah* adalah sebagai berikut : <sup>27</sup>

- a. BMT memberi tahu biaya modal kepada nasabah.
- b. Kontrak pertama harus sah sesuai dengan rukun yang ditetapkan.
- c. Kontrak harus bebas dari riba.
- d. BMT harus menjelaskan kepada pembeli bila terjadi cacat atas barang sesudah pembelian.
- e. BMT harus menyampaikan semua hal yang diberikan dengan pembeli, misalnya jika pembelian dilakukan secara utang.

Secara prinsip, jika syarat dalam (a), (d), atau (e) tidak dipenuhi, maka pembelian atau dalam hal ini adalah nasabah boleh memilih untuk melanjutkan pembelian, barang dikembalikan ke BMT dan minat ganti, atau membatalkan kontrak.

Adapun rukun *murabahah* adalah sama dengan rukun jual beli pada umumnya yaitu BMT sebagai penjual, anggota sebagai pembeli, barang yang dijual belikan, harga, dan ijab qobul.

---

<sup>27</sup> *Ibid*, hal.105

### 3. Jenis – Jenis Pembiayaan Murabahah

Jenis – jenis pembiayaan *murabahah* sebagai berikut :<sup>28</sup>

a. Murabahah tanpa pesanan

*Murabahah* tanpa pesanan maksudnya, ada yang pesan atau tidak, ada yang beli atau tidak, bank syariah menyediakan barang dagangannya. Penyediaan barang tidak terpengaruh atau terkait langsung dengan ada tidaknya pembeli.

b. Murabahah berdasarkan pesanan

*Murabahah* berdasarkan pesanan, maksudnya BMT baru akan melakukan transaksi murabahah atau jual beli apabila ada nasabah yang memesan barang sehingga penyediaan barang baru dilakukan jika ada pesanan. Pada murabahah ini, pengadaan barang sangat tergantung pada atau terkait langsung atau pembelian barang tersebut.

#### D. Minat Nasabah

##### 1. Pengertian Minat Nasabah

Minat sebagai aspek kejiwaan bukan hanya menawari perilaku seseorang untuk melakukan aktivitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik kepada sesuatu, tetapi juga dapat dikatakan sebagai sikap subjek atas dasar adanya kebutuhan dan keingintahuan untuk memenuhi kebutuhan. Dalam

---

<sup>28</sup> Wiroso, *Jual Beli Murabahah*, (Yogyakarta : UII Press, 2005) hal.37

kamus umum bahasa indonesia minat adalah kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu, perhatian, keinginan.<sup>29</sup>

Minat adalah suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai dengan perasaan senang. Dengan kata lain adalah suatu usaha (untuk mendekati, mengetahui, menguasai dan berhubungan) dari subjek yang dilakukan dengan perasaan senang, ada daya tarik dari objek.<sup>30</sup>

Minat suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan suatu diluar diri, semakin kuat atau dekat hubungan tersebut semakin besar minatnya.<sup>31</sup>

Minat adalah sumber motivasi yang mendorong untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih, bila mereka melihat bahwa sesuatu akan menguntungkan mereka merasa berminat. Ini akan mendapatkan kepuasan. Bila kepuasan berkurang, maka minat pun berkurang. Minat yang besar (keinginan yang kuat) terhadap sesuatu merupakan modal dasar untuk mencapai tujuan.<sup>32</sup>

---

<sup>29</sup> W.J.S, Poerwadarmanta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta : Balai Pustaka, 2006) hal.181

<sup>30</sup> Abdul Rahman Shaleh, *Psikologi Pengantar dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Prenanda Media Group,2004) hal.263

<sup>31</sup> Slameto, *Ekonomi Syariah*, (Jakarta : PT.Rineka Cipta, 2010) hal.180

<sup>32</sup> Meita Sari Jandra, *Psikologi*, (Surabaya: PT.Gelora Aksara Pratama, 2010) hal.116

Jadi minat nasabah merupakan sumber motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih suatu produk yang ditawarkan kepada mereka.

## **2. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat**

Faktor yang mempengaruhi minat nasabah adalah sebagai berikut: <sup>33</sup>

- a. Sikap orang lain, sejauh mana sikap orang lain mengurangi alternatif yang disukai seseorang akan tergantung pada dua hal yaitu, intensitas sifat negatif orang lain terhadap alternatif yang disukai konsumen dan motivasi konsumen untuk menuruti keinginan orang lain.
- b. Faktor situasi yang tidak terantisipasi, faktor ini nantinya akan dapat mengubah pendirian konsumen dalam melakukan pembelian. Hal tersebut tergantung dari pemikiran konsumen sendiri, apakah dia percaya diri dalam memutuskan akan membeli suatu barang atau tidak.

## **3. Indikator minat nasabah**

Indikator – indikator dari variabel minat nasabah antara lain: <sup>34</sup>

- a. Faktor internal

Kerap memainkan peranan penting dalam pengambilan keputusan konsumen, khususnya bila ada keterlibatan yang tinggi dan risiko yang dirasakan atas produk atau jasa yang memiliki fasilitas publik. Hal ini diungkapkan baik melalui kelompok maupun melalui komunikasi lisan.

---

<sup>33</sup> Philip Kotler , *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Indeks, 2005)

<sup>34</sup> Sangadji, Etta Mamang, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: ANDI, 2013) hal.41-43

b. Faktor eksternal

Faktor eksternal terdiri atas budaya, kelas sosial, dan keanggotaan dalam suatu kelompok. Budaya merupakan variabel yang mempengaruhi perilaku konsumen yang tercermin pada cara hidup, kebiasaan, dan tradisi dalam permintaan akan bermacam – macam barang dan jasa yang ditawarkan. Kelas sosial mengacu pada pengelompokan orang yang sama dalam perilaku berdasarkan posisi ekonomi mereka dalam pasar. Keanggotaan menyatakan bahwa setiap orang akan bergabung dengan kelompok – kelompok tertentu.

**4. Aspek – aspek yang terdapat dalam minat nasabah**

Adapun aspek – aspek dalam minat nasabah adalah sebagai berikut : <sup>35</sup>

- a. Ketertarikan (*interest*) yang menunjukkan adanya pemusatan perhatian dan perasaan senang.
- b. Keinginan (*desire*) ditunjukkan dengan adanya dorongan untuk ingin memiliki.
- c. Keyakinan (*conviction*) ditunjukkan dengan adanya perasaan percaya diri individu terhadap kualitas, daya guna, dan keuntungan dari produk yang akan dibeli.

---

<sup>35</sup> Ristiyanti Prest ijo, *Perilaku konsumen*, (Yogyakarta : Erlangga, 2005) hal.36

## **E. Kualitas Produk**

### **1. Pengertian Kualitas Produk**

Kualitas sebagai kesesuaian terhadap spesifikasi atau pemakaian. Kualitas dapat dibangun dengan tahap – tahap tertentu yang jelas berbeda antara satu dan lainnya, tergantung dengan produk yang akan dihasilkan. Permasalahan yang timbul dan menggunakan kualitas harus secepatnya dihilangkan, pengendalian kualitas dilakukan agar kepuasan pelanggan menjadi prioritas utama. Kualitas tidak hanya terletak pada hasil akhir atau produk, akan tetapi menyangkut kualitas manusia, kualitas proses dan kualitas lingkungannya.<sup>36</sup>

Produk adalah segala sesuatu yang dapat memenuhi dan memuaskan konsumen baik individu maupun suatu organisasi. Segala sesuatu yang ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian, atau konsumsi yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Jadi dari definisi diatas dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas produk merupakan keunggulan suatu produk dalam melaksanakan fungsinya termasuk keawetannya, keandalannya, ketepatan, kemudahan penggunaan, dan perbaikan.

---

<sup>36</sup> Zulian Yamit, *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*, (Yogyakarta : Ekonosia, 2004) hal.8



## 2. Indikator Kualitas Produk

Indikator – indikator dari variabel kualitas produk antara lain :

### a. Bentuk Fisik (*tangible*)

yaitu kemampuan dalam menunjukkan eksistensinya pada nasabah.

Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik bank dan lingkungan sekitarnya. Bentuk bangunan, tata ruang dan desain interior gedung merupakan bentuk fisik yang dapat meyakinkan nasabah.<sup>37</sup>

- 1) Penataan dan pengaturan ruang *front office*.
- 2) Peralatan dan fasilitas fisik.
- 3) Kerapian penampilan karyawan.

### b. Perhatian (*empathy*)

Yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual yang diberikan kepada para nasabah dengan berupa memahami keinginan nasabah.

- 1) Memahami kebutuhan nasabah.
- 2) Penyediaan jasa kerja untuk kebutuhan nasabah.
- 3) Perhatian individu kepada nasabah.

### c. Keandalan (*Reability*)

Yaitu kemampuan bank untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan.

- 1) Ketepatan waktu dimana bila pihak bank mengadakan perjanjian dengan nasabah mereka selalu menepatinya.

---

<sup>37</sup> Fandy Tjiptono. *Strategi Pemasaran*. (yogyakarta: Andi Ofset. 2001) hlm 221

- 2) Kecepatan dan ketepatan dalam melayani nasabah.
- 3) Memberikan keyakinan bahwa karyawan dapat diandalkan dan dapat dipercaya.

d. Ketanggapan (*responsiveness*)

Berkenan dengan ketersediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu/menolong nasabah dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan secara cepat.

- 1) Tanggap dalam merespon permintaan nasabah.
- 2) Kecepatan memberikan informasi.
- 3) Menyediakan waktu untuk melayani nasabah secara cepat dan tepat

e. Jaminan (*assurance*)

Yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan nasabah terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para nasabah.

- 1) Pihak karyawan meyakinkan nasabahnya dalam melaksanakan pekerjaannya.
- 2) Karyawan memiliki pengetahuan dan kemampuan dalam bidang pekerjaannya.
- 3) Kesopanan karyawan dalam melayani nasabah.<sup>38</sup>

---

<sup>38</sup> Karsono. *Peran Variabel Citra Perusahaan, Kepercayaan dan Biaya Perpindahan yang Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan*, (Jurnal Bisnis dan Ekonomi)

### 3. Ruang Lingkup Kualitas Produk

Faktor yang sering digunakan dalam mengevaluasi kualitas produk terhadap suatu produk atau bisa disebut dengan dimensi kualitas adalah : <sup>39</sup>

a. Kinerja (*performance*)

Kinerja merupakan karakteristik pokok dari produk yang dihasilkan oleh perusahaan.

b. Karakteristik Tambahan (*features*)

Karakteristik tambahan merupakan keistimewaan tambahan yang diberikan produsen dalam produk yang dihasilkan.

c. Kesesuaian (*conformance*)

Kesesuaian merupakan kesesuaian karakteristik dengan standar yang telah ditetapkan, baik desain maupun operasionalnya.

d. Keandalan (*reliability*)

Keandalan merupakan produk yang ditawarkan minim akan kecacatan yang mungkin terdapat baik fisik maupun fungsinya.

e. Daya Tahan (*durability*)

Daya tahan merupakan umur ekonomis dari suatu produk yang ditawarkan oleh produsen, baik jika digunakan maupun tidak.

f. Pelayanan (*serviceability*)

Pelayanan terhadap apa yang diperlukan oleh pelanggan baik dari sisi kecepatan, kenyamanan, ataupun penanganan terhadap keluhan yang timbul.

---

<sup>39</sup> *Ibid*, hal.68-69

g. Estetika

Estetika merupakan nilai menarik atau tidaknya bentuk fisik dari suatu produk yang bisa ditangkap oleh panca indra nasabah.

h. Persepsi (*perceived*)

Persepsi merupakan citra kualitas produk yang telah terbangun serta tanggung jawab produsen untuk tetap merealisasikan kualitas yang telah dipersepsikan oleh nasabah.

## **F. Margin**

### **1. Pengertian Margin**

*Margin* keuntungan adalah persentase tertentu yang ditetapkan pertahun perhitungan *margin* keuntungan secara harian, maka jumlah hari dalam setahun ditetapkan 360 hari, perhitungan *margin* keuntungan secara bulanan, maka setahun ditetapkan 12 bulan.<sup>40</sup>

*Margin* merupakan penyeimbangan dari modal kerja atau investasi yang dimanfaatkan oleh mitra. *Margin* digunakan agar terjadinya keadilan dalam memperoleh keuntungan baik pihak mitra maupun pihak lembaga.<sup>41</sup>

Dengan demikian berdasarkan beberapa pengertian diatas menyimpulkan bahwa *margin* adalah persentase keuntungan tertentu yang ditetapkan (harian, bulanan, dan tahunan) agar tercapai keadilan dalam memperoleh keuntungan baik bagi pihak lembaga maupun mitra.

---

<sup>40</sup> Karim, Adiwarmanto, *Bank Islam*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2010) hal.280

<sup>41</sup> Ahmad Sumiyanto, *BMT Menuju Koperasi Modern*, (Yogyakarta : ISES Publishing, 2008) hal.160

## **2. Indikator *margin***

Indikator – indikator dari variabel pengaruh margin antara lain :<sup>42</sup>

- a. Tidak Memberatkan, Margin yang ditetapkan tidak memberatkan nasabah untuk melakukan pembiayaan disana.
- b. Keunggulan Kompetitif, Mempunyai keunggulan kompetitif karena margin yang rendah.
- c. Memudahkan Perhitungan, Margin yang ditetapkan memudahkan untuk melakukan perhitungan harga.
- d. Sebanding, Margin yang ditetapkan sebanding dengan harga pasaran.
- e. Mudah Mengajukan Pembiayaan, Nasabah merasa mudah untuk mengajukan pembiayaan kembali.
- f. Kelancaran, Kelancaran dalam melakukan angsuran membuat nasabah mudah dalam mengajukan pembiayaan kembali.
- g. Karakteristik yang Berbeda, Harga jual yang ditetapkan memiliki karakteristik yang berbeda dengan pembiayaan konvensional.

## **3. Faktor – faktor yang mempengaruhi *margin***

Faktor yang mempengaruhi margin adalah sebagai berikut :<sup>43</sup>

### a. Jenis Barang

Selisih harga jual atau margin terhadap barang yang kompetitif dipasaran relatif lebih rendah dibanding investasi, sehingga BMT memperlihatkan faktor tersebut sebagai ajang kompetitif.

---

<sup>42</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Prenhalindo, 2002) hal.154

<sup>43</sup> Ahmad Sumiyanto, *Op. Cit*, hal.161

b. Ada Pembanding

Yaitu penentu harga barang sebanding dengan aktivitas transaksi yang dilakukan BMT terhadap *supplier*.

c. Reputasi Mitra pada Pembiayaan Sebelumnya

Reputasi mitra dilihat dari kelancaran angsuran, perkembangan dan prospek usaha, loyalitas serta tujuan usaha.

d. Alat Ukur

Pada bagian akhir BMT melakukan perhitungan berdasarkan rumus harga jual sebagai alat ukur atau sandaran menentukan harga, namun kompetisi harga dipasaran menjadi hal penting BMT sehingga membutuhkan strategi khusus. Yang perlu diperhatikan bahwa BMT tidak menetapkan harga jual bagi anggota pemilik dana namun hanya melakukan perkiraan biaya dana sehingga harga jual menjadi fleksibel dan bersaing.

## **G. Penelitian Terdahulu**

Isti Zulaiha (2013) Fakultas Syariah, Jurusan Ekonomi Islam IAIN Raden Fatah Palembang yang berjudul “Pengaruh Tingkat Keuntungan (Margin) Terhadap Minat Nasabah pada Produk Pembiayaan Murabahah pada PT.Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Al-Falah Banyuasin”. Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa analisis regresi menyatakan bahwa variabel keuntungan (*margin*) berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah, apabila

tingkat (*margin*) keuntungan naik maka minat nasabah pada pembiayaan *murabahah* akan turun atau sebaliknya.

Zulkipli Hariawan (2016) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Ekonomi Islam UIN Raden Fatah Palembang yang berjudul “Pengaruh Prosedur Pembiayaan *Margin*, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan *Murabahah* di BMT Al-Aqobah Pusri Palembang”. Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa prosedur pembiayaan dan *margin* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan *Murabahah*. Sedangkan kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan *Murabahah*.

Ellyza Wahyu Wulandari (2015) Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Jurusan Manajemen Dakwah UIN Sunan Kalijaga yang berjudul “Pengaruh Strategi Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Produk Pembiayaan *Mudharabah* di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Bangun Drajat Warga Yogyakarta”. Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat nasabah dengan data bahwa  $Sig. Hitung > sig. Tabel$  sebesar  $0,017 \leq 0,05$ . Bahwa kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat nasabah dengan data bahwa  $Sig. Hitung < 0,05$ . Hipotesis mayor bahwasannya strategi promosi dan kualitas produk secara bersama – sama mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah.

Sata Sutrianto (2014) Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Jurusan Ekonomi Syariah yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Nasabah Mandiri Cabang Tangerang”. Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas produk terhadap minat nasabah yang diberikan BSM Cabang tangerang memiliki pengaruh yang positif, berdasarkan tabel Anova diperoleh Sig=0,000 yang berarti < kriteria signifikat (0,05) dimana regresinya  $Y=53,925 + 0,046X$  adalah signifikan dan berpola linier dalam arti kualitas produk bertambah satu – satuan maka minat nasabah akan meningkat senilai 4,6%.

Rahmatika (2013) Jurnal yang berjudul “Pengaruh Margin Murabahah, Bunga KPR Bank Konvensional dan Ujrah Terhadap Tingkat Pertumbuhan Pembiayaan Kongsy Kepemilikan Rumah Syariah (KPRS) di Bank Muamalat Cabang Medan”. Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa Margin Murabahah, Bunga KPR Bank Konvensional, dan Ujroh berpengaruh terhadap Tingkat Pembiayaan Kongsy Kepemilikan Rumah Syariah (KPRS) di Bank Muamalat Cabang Medan, dengan nilai F hitung 14,18644 lebih besar dari F tabel 13,6. Sedangkan secara parsial margin murabahah sangat mempengaruhi tingkat pembiayaan kongsy kepemilikan rumah syariah (KPRS) di Bank Muamalat Cabang Medan, sebesar 38,84%, sedangkan variabel Ujroh berpengaruh secara positif dan signifikan, sebesar 20,52%, dan variabel Bunga KPR Bank Konvensional berpengaruh negatif dan signifikan, sebesar-20,81%.



Berikut tabel persamaan dan perbedaan penelitian yang dilakukan saat ini dan penelitian – penelitian yang dilakukan sebelumnya.

**Tabel 2.1**

**Tabel Penelitian Terdahulu**

No	Nama	Perbedaan	Persamaan
1	Isti Zulaiha (2013)	Penelitian ini lebih berfokus pada pengaruh keuntungan ( <i>Margin</i> ) terhadap minat nasabah.	Terdapat persamaan dalam penelitian ini yaitu pembahasan yang mengenai pengaruh <i>Margin</i> terhadap minat nasabah.
2	Zulkipli Hariawan (2016)	Penelitian ini lebih berfokus pada prosedur pembiayaan, <i>margin</i> dan kualitas pelayanan.	Terdapat persamaan dalam penelitian ini yaitu pembahasannya <i>Margin</i> .
3	Ellyza Wahyu Wulandari (2015)	Terdapat perbedaan dalam penelitian ini yaitu penelitian ini menggunakan strategi promosi.	Terdapat persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan kualitas produk terhadap minat nasabah.
4	Sata Sutrianto (2014)	Penelitian ini lebih berfokus pada pengaruh kualitas produk terhadap minat nasabah.	Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan pengaruh kualitas produk terhadap minat nasabah.
5	Rahmatika (2013)	Penelitian ini lebih berfokus pada Pengaruh <i>margin</i> murabahah bunga KPR.	Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan pengaruh <i>Margin</i> .

*Sumber : Data Olahan : 2017*

## H. Kerangka Fikir

*Margin* menjadi indikator yang disoroti dalam penelitian ini. Hal ini disebabkan karena *margin* menjadi kesepakatan bersama antara nasabah dengan BMT saat melakukan pembiayaan. Pemahaman minat nasabah terhadap penetapan *margin* yang telah ditetapkan oleh pihak BMT akan mendorong nasabah untuk mengambil pembiayaan. Selain itu, ketika nasabah merasa *margin* yang ditetapkan sesuai dengan kemampuan yang dimiliki oleh nasabah juga akan mendorong minat nasabah untuk mengambil keputusan mengajukan pembiayaan *Murabahah*.

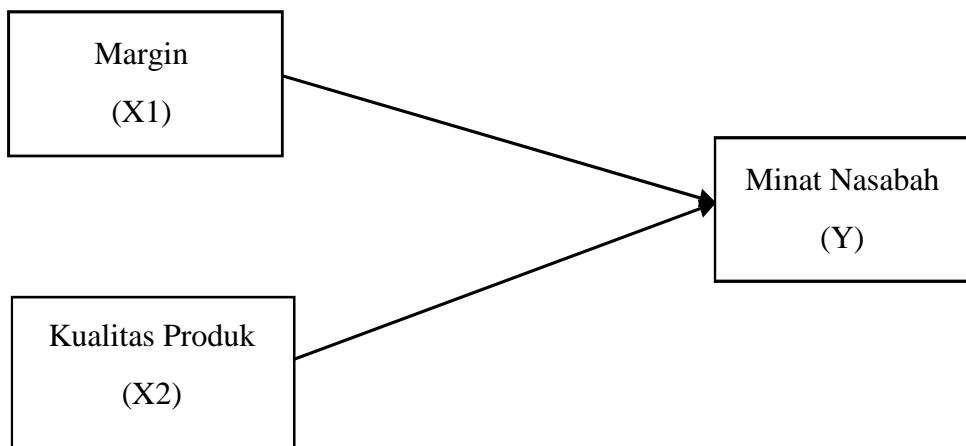
Kualitas produk salah satu saran utama pemasar yang memiliki standarisasi kualitas, dimana tujuan dari standarisasi kualitas ini adalah agar nasabah tidak akan kehilangan kepercayaan terhadap produk yang bersangkutan, karena produk yang dihasilkan telah memenuhi standar yang telah ditetapkan oleh BMT.

Pengaruh *margin* dan kualitas produk juga menjadi tolak ukur dalam penelitian ini dan dilihat secara bersama – sama pengaruhnya terhadap keputusan minat nasabah. Ketika persepsi nasabah positif terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan *murabahah* membuat nasabah yakin mengambil produk di BMT. Ditambah dengan pemahaman nasabah terhadap *margin* yang ditetapkan BMT dan kesesuaian dengan kemampuan nasabah akan mendorong minat nasabah menggunakan produk pembiayaan *murabahah*. Sebaliknya, jika kualitas produk negatif dan *margin*

yang ditetapkan kurang dipahami dan cenderung membertkan akan mendorong minat nasabah tidak menggunakan produk pembiayaan *murabahah* disana.

**Gambar 2.1**

**Kerangka Fikir**



### **I. Hipotesis**

H1 : Margin berpengaruh bagi minat nasabah.

H2 : Kualitas produk berpengaruh bagi minat nasabah.

H3 : Terdapat pengaruh antara margin, kualitas produk terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan *murabahah* pada BMT Mu'awanah.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Setting Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di *Baitul Maal Wat-Tamwil* (BMT) Mu'awanah Palembang yang berlokasi di jalan Silaberanti Lorong Cempaka No.12 RT.06 RW.02 Kelurahan Silaberanti Kecamatan Seberang Ulu 1 Plaju Palembang.

#### **B. Definisi Operasional Variabel**

Variabel Penelitian adalah suatu sifat atau nilai orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.<sup>44</sup>

1. Margin (X1) adalah selisih antara nilai penjualan setelah dikurangi semua biaya operasional dibagi dengan jumlah penjualan.
2. Kualitas Produk (X2) adalah keseluruhan barang dan jasa yang diberikan dengan keinginan konsumen yang secara keunggulan produk sudah layak diperjualkan sesuai harga dari pelanggan.
3. Minat adalah sesuatu yang pribadi dan berhubungan erat dengan sikap. Minat dan sikap merupakan dasar bagi prasangka, dan minat juga penting dalam mengambil keputusan. Minat dapat menyebabkan seseorang giat melakukan menuju ke sesuatu yang telah menarik minat.

---

<sup>44</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*, (R&D, 2014) hal.64-68

**Tabel 3.1**

**Definisi Operasional Variabel**

No.	Variabel	Indikator	Skala
1.	Margin (X1)	<ul style="list-style-type: none"><li>- Memberatkan</li><li>- Keunggulan kompetitif</li><li>- Memudahkan perhitungan</li><li>- Sebanding</li><li>- Mudah mengajukan pembiayaan</li><li>- Kelancaran</li><li>- Karakteristik yang berbeda</li></ul>	Likert
2.	Kualitas Produk (X2)	<ul style="list-style-type: none"><li>- Bentuk Fisik (<i>tangible</i>)</li><li>- Perhatian (<i>empathy</i>)</li><li>- Keandalan (<i>reliability</i>)</li><li>- Ketanggapan (<i>responsiveness</i>)</li><li>- Jaminan (<i>assurance</i>)</li></ul>	Likert
3.	Minat Nasabah (Y)	<ul style="list-style-type: none"><li>- Faktor Internal</li><li>- Faktor Eksternal</li></ul>	Likert

**C. Jenis dan Sumber Data**

**1. Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data deskriptif kuantitatif yaitu jenis data dengan menggunakan perhitungan berdasarkan penyebaran kuesioner (angket) dengan cara menyajikan dalam bentuk tabulasi yang diuraikan dengan tabel – tabel agar dapat menarik kesimpulan dari pertanyaan atau pernyataan sehingga dapat dipahami dengan jelas.<sup>45</sup>

---

<sup>45</sup> Sofyan, *Statistika Deskriptif untuk Penelitian*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2014) hal.80

## 2. Sumber Data

Untuk menganalisis masalah dalam penelitian ini, maka penulis membutuhkan data yang tepat dan objektif. Sumber data yang digunakan adalah data primer (*Primary Data*). Data primer merupakan data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan.<sup>46</sup> Data primer yang diperoleh dalam penelitian ini adalah dengan menyebarkan kuesioer kepada nasabah BMT Mu'awanah Plaju Palembang.

## D. Populasi dan Sampel Penelitian

### 1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek/subjek yang berbeda pada suatu wilayah dan memenuhi syarat – syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian, atau keseluruhan unit atau individu dalam ruang lingkup yang akan diteliti.<sup>47</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah BMT Mu'awanah Plaju Palembang yang berjumlah 350 Nasabah.

### 2. Sampel

Sampel adalah sebagian anggota populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasi.<sup>48</sup> Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga,

---

<sup>46</sup> *Ibid*, hal.128

<sup>47</sup> Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2012) hal.74

<sup>48</sup> *Ibid*, 74

dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi.

a. Penentuan Ukuran Sampel

Ukuran sampel adalah banyak individu, subyek atau elemen – elemen dari suatu populasi yang diteliti untuk diambil sampelnya. Untuk mengetahui jumlah sampel pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin adalah sebagai berikut :<sup>49</sup>

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

Di mana :

$n$  = Jumlah elemen/anggota sampel

$N$  = Jumlah elemen/anggota populasi

$e$  = Error level (tingkat kesalahan), umumnya di gunakan 0,1.

Jumlah nasabah (populasi) di BMT Mu'awanah Plaju Palembang adalah 350 nasabah, maka :

$$n = 350$$

$$n = \frac{350}{1+(350 \times 0,1^2)} = 76,47$$

Jadi, dapat dilihat rumus slovin yang didapat  $n = 77,78$  dibulatkan menjadi 78 sampel.

---

<sup>49</sup> Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta : Kencana, 2011) hal.158

## b. Penentuan Penarikan Sampel

Dalam hal ini peneliti menggunakan teknik *sampling purposive*. Purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.<sup>50</sup> Penarikan sampel berdasarkan kriteria yaitu nasabah yang ditemui tersebut merupakan nasabah di BMT Mu'awanah Plaju Palembang.

## E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dapat digunakan penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner (Angket). Kuesioner merupakan suatu rangkaian pertanyaan yang berhubungan dengan topik tertentu diberikan kepada sekelompok individu dengan maksud untuk memperoleh data.<sup>51</sup> Jenis angket ada dua, yaitu tertutup dan terbuka. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup yakni kuesioner yang sudah disediakan jawabannya, sehingga responden tinggal memilih dan menjawab secara langsung.

Dalam penelitian ini jenis pengukuran yang digunakan yakni *skala likert (Likert's Summated Ratings)*. Skala likert digunakan untuk mengukur pendapat, sikap, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.<sup>52</sup> Berikut ini adalah tabel *Skala Likert*. Skala Likert yakni

---

<sup>50</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2012) hal.85

<sup>51</sup> A Muri Yusuf, *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif, dan Peneitian Gabungan* (Jakarta : Prenanda Media Group 2014) hal. 199

<sup>52</sup> *Ibid*, hal. 132



menjawab pertanyaan, Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS).<sup>53</sup>

**Tabel 3.2**

**Tabel Skala Likert**

<b>Kriteria</b>	<b>Skor</b>
Sangat Setuju(SS)	5
Setuju(S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

## **F. Variabel – Variabel Penelitian**

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas dan variabel terikat :

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

Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel depeden (terikat).

---

<sup>53</sup> M. Iqbal Hasan, *Pokok – Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, (Bogor: Ghlmia Indonesia, 2002) hal.72

## 2. Variabel Terikat ( Dependent Variabel )

Variabel ini sering disebut sebagai variabel *output*, *kriteria*, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.

## G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian dilakukan dengan bantuan *software* yaitu SPSS, agar hasil yang didapatkan benar-benar akurat dan mudah diolah. Lalu, teknik analisis data dilakukan dengan beberapa tahapan agar hasil yang didapatkan benar-benar akurat. Dan menggunakan analisis regresi linear berganda.

### a. Uji Validitas

Tujuan dilakukan uji validitas adalah untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.<sup>54</sup>

Mengukur validitas dapat dilakukan dengan melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Yaitu dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel untuk *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-2$ , dimana ( $n$ ) adalah jumlah sampel penelitian. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dan

---

<sup>54</sup> Sugiyono. “*Metode Penelitian Kuantitatif dan R & D*”, (Bandung: Alfabeta, 2014). hlm 39

nilai positif maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid.<sup>55</sup>

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur konsistensi kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.<sup>56</sup>

Pengukuran reliabilitas yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan alat analisis SPSS (*Statistical Package for Social Science*), yakni dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu konstruk atau variabel dinyatakan reliabel jika nilai cronbach alpha  $> 0.60$ .<sup>57</sup>

## H. Teknis Analisis Data

### 1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tujuan dilakukannya uji normalitas terhadap serangkaian data adalah untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak.<sup>58</sup> model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati

---

<sup>55</sup> *Ibid*, Hlm. 39

<sup>56</sup> Sugiyono. "*Statistika Untuk Penelitian*," (Bandung: Alfabeta, 2010). Hlm 40

<sup>57</sup> Imam Ghozali. "*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*", (Semarang: UNDIP, 2005). Hlm 129

<sup>58</sup> Sofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 16*, (Jakarta : Rajawali Press, 2010) hal 153

normal, deteksi normalitas dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik.<sup>59</sup>

Penelitian ini menggunakan metode *Kolmogorov – Smirnov* untuk menguji normalitas data. Metode *Kolmogorov – Smirnov* prinsip kerjanya membandingkan frekuensi kumulatif distribusi teoritik dengan frekuensi kumulatif distribusi empirik (observasi).<sup>60</sup> Kaidah pengujian berdasarkan nilai probabilitas, yaitu :

- Ho diterima, jika *probabilitas (sig) > 0,05*
- Ho ditolak, jika *probabilitas (sig) < 0,05*

b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah modal regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen. Modal regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Untuk mengetahui adanya multikolinieritas dapat dilihat dari nilai toleransinya dan lawannya atau *Variance Inflation Factor (VIF)*. Untuk pengambilan keputusan dalam menentukan ada atau tidaknya multikolinieritas yaitu dengan kriteria sebagai berikut :<sup>61</sup>

- 1) Jika nilai  $VIF > 10$  atau jika  $tolerance < 0,1$  maka ada multikolinieritas dalam modal regresi.
- 2) Jika nilai  $VIF < 10$  atau jika nilai  $tolerance > 0,1$  maka tidak ada multikolinieritas dalam modal regresi.

---

<sup>59</sup> Ghozali. “*Model Persamaan Structural Konsep Dan Aplikasi Dengan Program Amos Ver.5.0*”. (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2008).Hlm 113

<sup>60</sup> *Ibid.*, hal.153

<sup>61</sup> *Ibid.*, hal.153

### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi. Persyaratan yang harus dipenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya heteroskedastisitas.<sup>62</sup>

Pengujian terhadap heteroskedastisitas dapat dilakukan melalui melakukan pengamatan terhadap pola *scatter plot* yang dihasilkan melalui SPSS. Dasar yang digunakan untuk menentukan heteroskedastisitas antara lain :

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik – titik yang ada membentuk pola tertentu yang tertentu (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika ada pola yang jelas serta titik – titik yang menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka terjadi heteroskedastisitas.

### d. Uji Linieritas

Uji linieritas adalah untuk mengetahui apakah garis regresi antara X dan Y membentuk garis liner atau tidak. Uji ini ditentukan untuk mengetahui apakah masing – masing variabel bebas sebagai prediktor mempunyai hubungan liner atau tidak dengan variabel terikat. Jika tidak linier maka analisis regresi tidak bisa dilanjutkan.<sup>63</sup>

---

<sup>62</sup> Dwi Priyanto, *Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS*, (Yohyakarta : Mediacom, 2010) hal 83

<sup>63</sup> Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung : Alfabeta, 2007) hal.265

## 2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel terikat bila dua atau lebih variabel bebas sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya).<sup>64</sup> Jika analisis regresi linier berganda akan dilakukan bila jumlah variabel bebasnya minimal 2.

Dalam penelitian ini analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat, yaitu Pengaruh Margin ( $X_1$ ) dan Kualitas Produk ( $X_2$ ) terhadap minat nasabah (Y). Adapun rumus regresi linier berganda adalah sebagai berikut: <sup>65</sup>

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

Dimana :

- $y$  : Variabel terikat (minat nasabah)
- $a$  : Koefisien regresi (konstanta)
- $b_1$  : Koefisien regresi margin
- $b_2$  : Koefisien regresi kualitas produk
- $X_1$  : Variabel bebas (margin)
- $X_2$  : Variabel bebas (kualitas produk)
- $e$  : Kesalahan pengganggu/ error

---

<sup>64</sup> *Ibid*, hal.275

<sup>65</sup> Sugiyono, *Loc Cit.*, Hal. 276

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Uji $t$ atau parsial

Uji ini digunakan untuk melihat signifikansi variabel independen mempengaruhi variabel dependen yang dilakukan secara parsial atau individu, dengan menggunakan uji  $t$  statistik untuk masing – masing variabel bebas, dengan tingkat kepercayaan tertentu.<sup>66</sup> Langkah – langkah uji  $t$  atau parsial :

##### 1) Menentukan hipotesis nilai dan alternatif

$H_0 : b_1, b_2 = 0$ , masing – masing variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

$H_a : b_1, b_2 \neq 0$ , masing – masing variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

##### 2) Menentukan tingkat signifikan ( $\alpha = 0,05$ )

##### 3) Kriteria pengujian

$H_0$  diterima apabila  $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$

$H_0$  ditolak apabila  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$

##### 4) Perhitungan nilai $t$

##### 5) Kesimpulan

$H_0$  diterima = Tidak dapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

$H_0$  ditolak = Terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

---

<sup>66</sup> Indra Siswanti, *Pengaruh Pengetahuan Agama, Iklan/Informasi, dan Pengalaman Mahasiswa PAI STAIN Salatiga Tentang Sistem Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah*, (Salatiga : Program Studi S1 Perbankan Syariah STAIN Salatiga, 2015) hal.61

#### b. Uji F atau Simultan

Pengujian terhadap koefisien regresi secara simultan dilakukan dengan uji F. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen yang terdapat di dalam model secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ) nilai  $F_{hitung}$  dari masing-masing koefisien regresi kemudian dibandingkan dengan nilai  $F_{tabel}$ . Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , artinya bahwa masing - masing variabel independen berpengaruh secara positif terhadap dependen. Uji F digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh *Margin* dan *Kualitas Produk* secara bersama – sama berpengaruh terhadap *Minat Nasabah*.

#### 4. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi  $R^2$  pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.<sup>67</sup>

Besarnya koefisien determinasi berkisar antara 0 sampai dengan 1 atau  $0 \leq R^2 \leq 1$ , yang berarti variasi dari variabel bebas semakin dapat menjelaskan variasi dari variabel tidak bebas bila angkanya semakin mendekati 1. Pada

---

<sup>67</sup> Widarjono, “*Ekonometrika Pengantar dan Aplikasinya disertai Panduan Eviews*” (Yogyakarta : UPPSTIM YKPN), 2013, hlm. 24.



penelitian ini juga akan digunakan koefisien determinasi yang telah disesuaikan dengan jumlah variabel dan jumlah observasinya, karena lebih menggambarkan kemampuan yang sebenarnya dari variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Hasil Penelitian

Untuk mengetahui margin dan kualitas produk terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan murabahah pada BMT Mu'awanah Palembang adalah dengan melakukan perhitungan hasil kuesioner yang telah disebarakan kepada responden yaitu BMT Mu'awanah sebanyak 78 orang. Responden diminta untuk memberikan tanggapan atas pernyataan-pernyataan yang penulis berikan dari kuesioner tersebut.

Penulis tidak menyertakan nama dan instansi responden tetapi hanya karakteristik responden yang terdiri dari jenis kelamin, usia, dan pekerjaan. Berikut ini disajikan tabel-tabel mengenai karakteristik responden :

##### 1. Karakteristik Responden

Responden sebanyak 78 orang yang terdiri dari 41 orang dengan jenis kelamin laki – laki dan 37 orang dengan jenis kelamin perempuan.

**Tabel 4.1**

#### **Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persen (%)</b>
Laki-laki	41	53%
Perempuan	37	47%
Jumlah	78	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel diatas responden dengan jenis kelamin laki – laki sebesar (41) orang atau (53%) dan perempuan sebanyak 37 orang atau (47%) Dari tabel di atas distribusi responden yang berdasarkan jenis kelamin yang terbanyak adalah laki – laki sebanyak 41 orang atau (53%)

Kemudian akan disajikan distribusi responden berdasarkan usia responden yang dapat dilihat melalui tabel berikut ini.

**Tabel 4.2**  
**Responden Berdasarkan Usia**

<b>Umur</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persen (%)</b>
18-25 Tahun	19	24%
25-35 Tahun	17	22%
35-45 Tahun	24	31%
>45 Tahun	18	23%
Jumlah	78	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel diatas distribusi responden berdasarkan usia adalah 18 – 25 tahun sebanyak 19 orang atau (24%), 25 – 35 tahun sebanyak 17 orang atau (22%), 35 – 45 tahun sebanyak 24 orang atau (31%), dan usia > 45 tahun sebanyak 18 orang atau (23%). Dari distribusi tabel diatas responden berdasarkan usia yang terbanyak adalah usia 35 – 45 tahun sebanyak 24 orang atau (31%).

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

<b>Pekerjaan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persen (%)</b>
PNS	6	8%
Pegawai Swasta	18	23%
Pedagang/ Wiraswasta	54	69%
Jumlah	78	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel diatas distribusi responden berdasarkan pekerjaan PNS sebanyak 6 orang atau (8%), pegawai swasta 16 orang atau (23%), pedagang/wiraswasta 54 orang atau (69%) Dari hasil kuesioner berdasarkan pekerjaan yang banyak atau mendominasi adalah pedagang/wiraswasta sebanyak 54 orang atau (69%).

## **B. Deskripsi Data Penelitian**

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari Margin dan Kualitas Produk sebagai variabel bebas (Independen) dan Minat Nasabah sebagai variabel terikat (Dependen). Data variabel-variabel tersebut di peroleh dari hasil kuesioner yang telah di sebar, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut ini:

**Tabel 4.4**  
**Skor Kuisioner Variabel Margin (X1)**

Variabel	Item Pertanyaan	Total SS	%	Total S	%	Total N	%	Total TS	%	Total STS	%
Margin (X1)	Margin 1	6	8	35	45	31	40	6	7	0	0
	Margin 2	6	8	31	40	35	45	6	7	0	0
	Margin 3	14	18	28	36	31	40	5	6	0	0
	Margin 4	17	22	28	36	27	34	6	8	0	0
	Margin 5	14	18	21	27	38	49	5	6	0	0
	Margin 6	7	9	36	46	31	40	4	5	0	0
	Margin 7	2	3	8	10	63	81	5	6	0	0

Sumber : Data Primer yang diolah, 2017

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.4 dapat dijelaskan bahwa tanggapan responden tentang kuisioner Margin item pertanyaan 7 Harga jual yang ditetapkan memiliki karakteristik yang berbeda dengan pembiayaan konvensional yang memiliki skor setuju paling tinggi sebanyak 63. Pada item pertanyaan Margin 5 saya merasa mudah untuk mengajukan pembiayaan kembali memiliki skor setuju paling rendah sebanyak 18.

**Tabel 4.5**  
**Skor Kuisioner Variabel Kualitas Produk (X2)**

Variabel	Item Pertanyaan	Total SS	%	Total S	%	Total N	%	Total TS	%	Total STS	%
Kualitas Produk (X2)	Kualitas Produk 1	1	1	9	12	52	67	16	20	0	0
	Kualitas Produk 2	3	4	6	8	40	51	29	37	0	0
	Kualitas Produk 3	0	0	19	24	21	27	38	49	0	0
	Kualitas Produk 4	0	0	17	22	45	58	16	20	0	0
	Kualitas Produk 5	1	1	17	22	34	44	26	33	0	0

	Kualitas Produk 6	2	3	19	24	47	60	10	13	0	0
	Kualitas Produk 7	4	5	23	30	32	41	19	24	0	0

Sumber : Data Primer yang diolah, 2017

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.5 dapat dijelaskan bahwa tanggapan responden skor setuju paling tinggi yaitu item Kualitas Produk 7 bahwa BMT Mu'awanah Palembang memberikan jaminan keamanan bagi nasabah yang menggunakan produknya yang memiliki skor setuju sebanyak 23. Pada item pertanyaan Kualitas Produk 2 Fasilitas yang diberikan BMT Mu'awanah Palembang dalam menunjang produknya membuat nasabah merasa nyaman memiliki skor setuju paling rendah sebanyak 6.

**Tabel 4.6**  
**Skor Kuisiner Variabel Minat Nasabah (Y)**

Variabel	Item Pertanyaan	Total SS	%	Total S	%	Total N	%	Total TS	%	Total STS	%
Minat Nasabah (Y)	Minat Nasabah 1	16	20	28	36	31	40	3	4	0	0
	Minat Nasabah 2	16	21	31	40	26	33	5	6	0	0
	Minat Nasabah 3	6	8	35	45	31	40	6	7	0	0
	Minat Nasabah 4	6	8	32	41	32	41	8	10	0	0
	Minat Nasabah 5	6	8	23	29	38	49	11	14	0	0
	Minat Nasabah 6	2	3	25	32	41	52	10	13	0	0

Sumber : Data Primer yang diolah, 2017

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.6 dapat dijelaskan bahwa tanggapan responden skor setuju paling tinggi yaitu item Minat Nasabah 3 bahwa keunggulan yang ditawarkan merupakan salah satu pertimbangan saya untuk mencoba produk Murabahah di BMT Mu'awanah Palembang karena saya sangat membutuhkan produk yang berlandaskan syariah yang memiliki skor setuju

sebanyak 35. Pada item pertanyaan Minat Nasabah 5 tingkat keuntungan di BMT Mu'awanah Palembang sudah adil antara nasabah dengan pihak BMT yang memiliki skor setuju paling rendah sebanyak 23.

### C. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen, penulis menggunakan analisis dengan SPSS. Berikut hasil pengujiannya.

#### 1. Uji Validitas

Untuk tingkat validitas dilakukan uji signifikansi dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan nilai  $r_{tabel}$ . Untuk *degree of freedom* (df) =  $n-k$  dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel dan  $k$  adalah jumlah konstruk. Pada kasus ini besarnya df dapat dihitung  $78-2$  atau  $df = 76$  dengan alpha 0,05 didapat  $r_{tabel} 0,2227$ , jika  $r_{hitung}$  (untuk tiap-tiap butir pertanyaan dapat dilihat pada kolom *corrected item* pertanyaan total *correlation*) lebih besar dari  $r_{tabel}$  dan nilai  $r$  positif, maka butir pertanyaan tersebut dikatakan valid.

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Validitas Instrumen**

Variabel	Item Pertanyaan	Corrected Item Pertanyaan Total Correlation	r tabel	Keterangan
Margin (X1)	Margin 1	.745	0,2227	Valid
	Margin 2	.799	0,2227	Valid
	Margin 3	.836	0,2227	Valid
	Margin 4	.835	0,2227	Valid
	Margin 5	.776	0,2227	Valid
	Margin 6	.764	0,2227	Valid
	Margin 7	.347	0,2227	Valid
Kualitas	Kualitas Produk 1	.669	0,2227	Valid
	Kualitas Produk 2	.642	0,2227	Valid

<b>Produk (X<sub>2</sub>)</b>	Kualitas Produk 3	.811	0,2227	Valid
	Kualitas Produk 4	.668	0,2227	Valid
	Kualitas Produk 5	.732	0,2227	Valid
	Kualitas Produk 6	.369	0,2227	Valid
	Kualitas Produk 7	.296	0,2227	Valid
<b>Minat Nasabah (Y)</b>	Minat Nasabah 1	.762	0,2227	Valid
	Minat Nasabah 2	.744	0,2227	Valid
	Minat Nasabah 3	.771	0,2227	Valid
	Minat Nasabah 4	.779	0,2227	Valid
	Minat Nasabah 5	.821	0,2227	Valid
	Minat Nasabah 6	.802	0,2227	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah, 2017

Dari tabel 4.7, dapat diketahui bahwa masing-masing item pertanyaan memiliki  $r_{hitung} >$  dari  $r_{tabel}$  (0,2227) dan bernilai positif. Dengan demikian butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan konsistensi dalam alat ukur dalam mengukur gejala yang sama dilain kesempatan. Dimana Kuisiонер dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari  $>$  0,60 sedangkan apabila nilai *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ )  $<$  0,60 maka indikator yang digunakan oleh variabel tersebut tidak reliabel. Hasil uji Reliabilitas adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Reliabilitas Instrumen**

Variabel	Reliabilitas Coefficient	Alpha	Keterangan
Margin (X <sub>1</sub> )	7 Item Pertanyaan	.790	Reliabel
Kualitas Produk (X <sub>2</sub> )	7 Item Pertanyaan	.763	Reliabel
Minat Nasabah (Y)	6 Item Pertanyaan	.820	Reliabel

Sumber: Data Primer yang diolah, 2017



Berdasarkan tabel 4.8 diatas bahwa seluruh nilai *Cronbach Alpha* melebihi nilai *Alpha*. Karena nilai seluruh *Cronbach Alpha* lebih besar pada 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen dinyatakan reliabel.

#### **D. Hasil Analisis Data**

##### **1. Uji Asumsi Klasik**

Berdasarkan hasil pengujian segala penyimpangan klasik terhadap data penelitian dapat dijelaskan sebagai berikut:

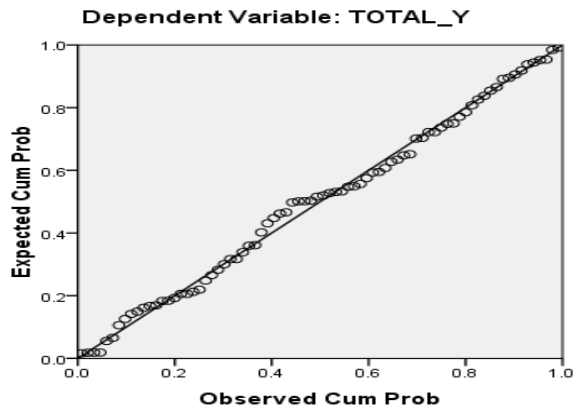
##### **a. Uji Normalitas**

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. Cara yang bisa ditempuh untuk menguji kenormalan data adalah dengan menggunakan Grafik Normal P-P Plot dengan cara melihat penyebaran datanya. Jika pada grafik tersebut penyebaran datanya mengikuti pola garis lurus, maka datanya normal. Jika pada tabel *test of normality* dengan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* nilai  $\text{sig} > 0.05$ , maka data berdistribusi normal. Adapun Uji Normalitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

**Gambar 4.1**

**Normal Probability Plot**

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



Sumber : Data Primer yang diolah, 2017

**Tabel 4.9**

**Nilai Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov Untuk Margin dan Kualitas Produk Terhadap Minat Nasabah**

<b>Uji kolmogorov-smirnov</b>	<b>Unstandarize Residual</b>
<b>N</b>	<b>78</b>
<b>Nilai kolmogorov-smirnov</b>	<b>1,011</b>
<b>Sig</b>	<b>0,258</b>

Sumber : Data Primer yang diolah, 2017

Pada gambar 4.3 terlihat bahwa titik-titik tersebar berhimpit di sekitar garis dan mengikuti arah garis diagonal. Berdasarkan gambar diatas, maka dapat dinyatakan bahwa model regresi pada penelitian ini memenuhi asumsi normalitas dan hal yang sama itu pun ditunjukkan pada tabel 4.9 pada uji *Kolomorov Smirnov* menunjukkan bahwa data yang didapat tersebut mengikuti distribusi normal, berdasarkan hasil output menunjukkan nilai *Kolmogorov-Smirnov* signifikan pada  $0,258 > 0,05$ .

Dengan demikian, residual data berdistribusi normal dan model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

**b. Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya bebas tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat masalah multikolinearitas. Nilai yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance* < 0,1 atau sama dengan nilai VIF > 10. Dan sebaliknya apabila VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

**Tabel 4.10**  
**Uji Multikolinearitas**

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	6.658	2.601		2.560	.012		
Total X1	.246	.105	.268	2.342	.022	.722	1.385
Total X2	.400	.130	.351	3.068	.003	.722	1.385

a. Dependent Variable: Total Y

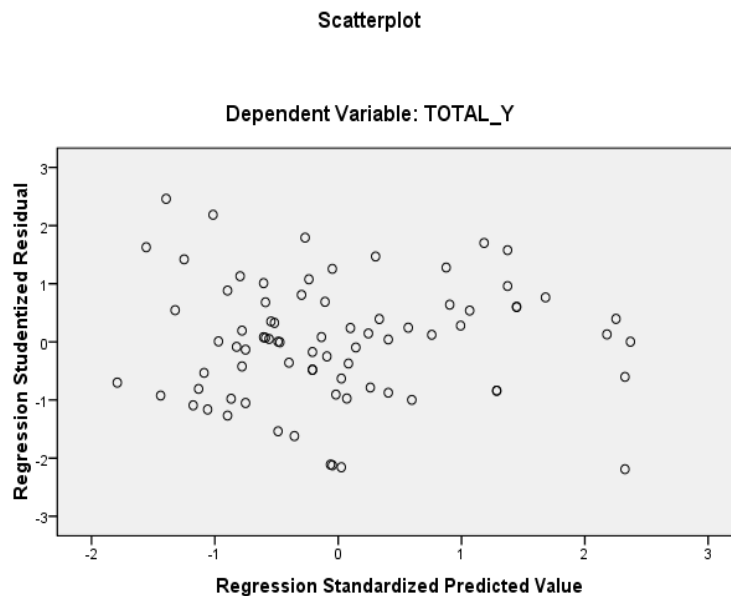
Sumber : Data Primer yang diolah, 2017

Dari tabel 4.10 diatas diketahui nilai VIF (*variance Inflation Faktor*) < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas (non-multikolinearitas).

### c. Uji Heteroskedastisitas

Heterokedastisitas diuji dengan melihat hasil uji spss pada gambar scatterplot dimana ketentuannya adalah apabila gambar membentuk pola maka terjadi Heterokedastisitas. Dan apabila pada gambar tidak membentuk pola atau acak maka tidak terjadi Heterokedastisitas. Berikut gambar yang disajikan di bawah ini:

**Gambar 4.2**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**



Sumber : Data Primer yang diolah, 2017

Dari gambar 4.1 di atas dapat diketahui bahwa titik-titik tidak membentuk pola yang jelas, dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas dalam model regresi.

#### d. Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui apakah data yang dianalisis berhubungan secara linier atau tidak. Uji linieritas dilihat dari nilai Sig. *Linearity* dan Sig. *Deviation from Linearity*. Jika nilai Sig.  $< \alpha = 0,05$  maka model regresi adalah linier dan sebaliknya.

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Linieritas Minat Nasabah dan Margin**

	Sig.
Minat Nasabah * Margin	0,000
<i>Linearity Deviation from Linearity</i>	0,029

Sumber : Data Primer yang diolah, 2017

Berdasarkan Tabel 4.11 diperoleh nilai Sig. *Linearity* sebesar  $0,029 < \alpha = 0,05$ , artinya regresi linier dapat dipergunakan untuk menjelaskan pengaruh antara Margin dan Minat nasabah.

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Linieritas Minat Nasabah dan Kualitas Produk**

	Sig.
Minat Nasabah * Kualitas Produk	0,000
<i>Linearity Deviation from Linearity</i>	0,047

Sumber : Data Primer yang diolah 2017

Berdasarkan Tabel 4.12 diperoleh nilai Sig. *Linearity* sebesar  $0,047 < \alpha = 0,05$ , artinya regresi linier dapat dipergunakan untuk menjelaskan pengaruh antara norma subjektif dan minat nasabah.

## 2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis linier berganda ini digunakan untuk mengetahui Pengaruh antara *Margin* ( $X_1$ ), *Kualitas Produk* ( $X_2$ ), Terhadap *Minat Nasabah* ( $Y$ ) Pada BMT Mu'awanah Palembang. Hasil analisis tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 4.13**  
**Hasil Analisis Linier Berganda**

Model		Coefficients <sup>a</sup>						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.658	2.601		2.560	.012		
	Total X1	.246	.105	.268	2.342	.022	.722	1.385
	Total X2	.400	.130	.351	3.068	.003	.722	1.385

a. Dependent Variable: Total Y

Sumber : Data Primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.13 diperoleh koefisien regresi masing-masing variabel yakni diperoleh persamaan regresi linear berganda dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Dimana :

$$Y = \text{Minat Nasabah}$$

$$a = 6,658$$

$$b_1 = 0,246$$

$$b_2 = 0,400$$

$$X_1 = \text{Margin}$$

$X_2 = \text{Kualitas Produk}$

$e = \text{Tingkat Error, tingkat kesalahan}$

Dari rumus tersebut maka mendapatkan hasil sebagai berikut:

$$Y = 6,658 + 0,246X_1 + 0,400X_2 + e$$

Koefisien-koefisien hasil dari persamaan regresi linier berganda diatas maka dapat dijelaskan bahwa sebagai berikut :

1. Ketika tidak ada variabel independen (Margin dan Kualitas Produk) maka Minat Nasabah sebesar 6.658.
2. Nilai koefisien regresi Margin sebesar 0,246 yang berarti setiap peningkatan Sikap sebesar 1% maka akan naik Minat nasabah sebesar 0,246 dengan catatan variabel lain dianggap tetap.
3. Nilai koefisien regresi Kualitas Produk sebesar 0,400 yang berarti setiap peningkatan Kualitas Produk sebesar 1% maka akan naik Minat nasabah sebesar 0,400 dengan catatan variabel lain dianggap tetap.

### **3. Uji Hipotesis**

#### **a. Uji F atau Simultan**

Uji F (Simultan) bertujuan untuk mengetahui apakah variabel *Margin* ( $X_1$ ), *Kualitas Produk* ( $X_2$ ), secara bersama/simultan berpengaruh terhadap variabel *Minat Nasabah* ( $Y$ ). Adapun hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut ini.

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji F (Simultan)**

ANOVA <sup>b</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	340.056	2	170.028	15.572	.000 <sup>a</sup>
	Residual	818.931	75	10.919		
	Total	1158.987	77			

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

b. Dependent Variable: Total Y

Sumber : Data Primer yang diolah,  
2017

Berdasarkan Tabel 4.14 diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar  $15,572 > F_{tabel}$  sebesar 3,12 dengan signifikan  $0,000 < 0,05$  dapat diartikan bahwa secara bersama – sama terdapat pengaruh yang signifikan antara Margin dan Kualitas Produk terhadap Minat Nasabah. Maka hipotesis yang menyatakan secara parsial *Margin* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan *Murabahah* pada BMT Mu'awanah Palembang.

**b. Uji t atau parsial**

Uji T (Parsial) bertujuan untuk mengetahui apakah antara variabel *Margin* ( $X_1$ ), *Kualitas Produk* ( $X_2$ ) secara individu/parsial berpengaruh terhadap variabel *Minat Nasabah* ( $Y$ ). Maka hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:



**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji T (Parsial)**

Model		Coefficients <sup>a</sup>						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.658	2.601		2.560	.012		
	Total X1	.246	.105	.268	2.342	.022	.722	1.385
	Total X2	.400	.130	.351	3.068	.003	.722	1.385

a. Dependent Variable: Total Y

Sumber : Data Primer yang diolah, 2017

Uji T dikatakan berpengaruh jika nilai  $T_{hitung}$  lebih besar dari  $T_{tabel}$   $> 1,99210$  sedangkan apabila nilai  $T_{hitung}$  lebih kecil dari  $T_{tabel} < 1,99210$  maka uji T dikatakan tidak berpengaruh. Berdasarkan tabel 4.15 diatas, maka dapat dijelaskan masing-masing variabel *Margin* ( $X_1$ ), *Kualitas Produk* ( $X_2$ ) secara individu/parsial berpengaruh terhadap *Minat Nasabah* (Y) pada BMT Mu'awanah Palembang:

- a. Pengaruh variabel *Margin* ( $X_1$ ) secara individu/parsial terhadap *Minat Nasabah* (Y). Berdasarkan tabel 4.15 diatas, maka dapat dilihat bahwa  $t_{hitung}$  untuk variabel *Margin* ( $X_1$ ) sebesar = 2,342, hal ini berarti  $t_{hitung} 2,342 > t_{tabel} 1,99210$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Maka ada pengaruh positif dan signifikan antara *Margin* ( $X_1$ ) terhadap *Minat Nasabah* (Y).
- b. Pengaruh variabel *Kualitas Produk* ( $X_2$ ) secara individu/parsial terhadap *Minat Nasabah* (Y). Berdasarkan tabel 4.15 diatas, maka dapat dilihat bahwa  $t_{hitung}$  untuk variabel *Kualitas Produk* ( $X_2$ )

sebesar = 3,068, hal ini berarti  $t_{hitung} 3,068 > t_{tabel} 1,99210$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Maka ada pengaruh positif dan signifikan antara *Kualitas Produk* ( $X_2$ ) terhadap *Minat Nasabah* (Y).

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

Uji Koefisien Determinasi (*R Square*), ini bertujuan untuk menentukan proporsi atau persentase total variasi dalam variabel terikat yang diterangkan oleh variabel bebas. Hasil perhitungan *R Square* dapat dilihat pada output *Model Summary*. Pada kolom *R Square* dapat diketahui berapa persentase yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel yang lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian. Adapun tabel yang disajikan dibawah ini:

**Tabel 4. 16**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.542 <sup>a</sup>	.293	.275	3.304

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

b. Dependent Variable: Total Y

Sumber : Data Primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.16 hasil output di atas menunjukkan bahwa pada kolom *R Square* diketahui jumlah persentase total variasi dalam variabel terikat yang diterangkan oleh variabel bebas adalah sebesar 0,293 atau 29,3%. Hal ini berarti besarnya pengaruh variabel bebas (variabel *Margin*,

variabel *Kualitas Produk*) terhadap variabel terikat (*Minat Nasabah*) adalah sebesar 29,3%, sedangkan sisanya 70,7% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

## **E. Pembahasan Hasil Penelitian**

Berdasarkan hasil analisis yang telah diuraikan di atas, maka secara keseluruhan pembahasan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **1. Pengaruh Margin Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Murabahah pada BMT Mu'awanah Palembang.**

Margin merupakan persentase keuntungan tertentu yang ditetapkan (harian, bulanan, dan tahunan) agar tercapai keadilan dalam memperoleh keuntungan baik bagi pihak lembaga maupun mitra.

Hasil penelitian dapat diketahui variabel margin berpengaruh positif terhadap minat nasabah. Dimana perhitungan uji secara parsial diperoleh  $T_{hitung}$  2,342 dengan nilai signifikan  $0,022 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima berarti secara parsial terdapat pengaruh margin terhadap minat nasabah ini berarti semakin rendah tingkat margin maka akan semakin tinggi minat nasabah mengajukan pembiayaan murabahah pada BMT Mu'awanah Palembang.

Hasil penelitian tersebut didukung oleh bukti empiris dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Isti Zulaiha (2013) dan Zulkipli Hariawan (2016) menurut Zulkipli Hariawan (2016) dalam penelitian menyatakan bahwa margin berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah

hal ini disebabkan margin sebagai indikator tidak memberatkan, margin rendah, memudahkan perhitungan, harga pasar dan sesuai syariah. Maka, margin mempunyai pengaruh terhadap keputusan pengambilan pembiayaan murabahah dengan hubungan positif dan pengaruh yang signifikan.

## **2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Murabahah pada BMT Mu'awanah Palembang.**

Kualitas Produk adalah segala sesuatu yang dapat memenuhi dan memuaskan konsumen baik individu maupun suatu organisasi. Segala sesuatu yang ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian, atau konsumsi yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Hasil penelitian dapat diketahui variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap minat nasabah. Dimana perhitungan uji secara parsial diperoleh  $T_{hitung}$  sebesar 3,068 dengan nilai signifikan  $0,003 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima berarti secara parsial terdapat pengaruh kualitas produk terhadap minat nasabah ini berarti semakin tinggi kualitas produk maka minat nasabah atas suatu produk akan memiliki peranan dalam membantu nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan murabahah pada BMT Mu'awanah Palembang.

Hasil penelitian tersebut didukung oleh bukti empiris dari penelitian terdahulu yang dilakukan Sata Sutrianto (2015) dan Ellyza Wahyu

Wulandari (2015) menurut Sata Sutrianto (2015) dalam penelitian menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah hal ini disebabkan kualitas produk mempunyai pengaruh namun cukup kecil dilihat dari hasil R square nya sedangkan sisanya masih banyak dipengaruhi oleh sebab – sebab lain di luar kualitas produk.

### **3. Pengaruh Margin dan Kualitas Produk Secara Simultan Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Murabahah pada BMT Mu'awanah Palembang.**

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa margin dan kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan murabahah. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai  $F_{hitung}$  sebesar 15,572 dengan signifikan  $0,000 > 0,05$  karena nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa margin dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan murabahah.

Berdasarkan hasil perhitungan variabel independen (margin dan kualitas produk) terhadap variabel terikat (minat nasabah) sebesar 0,293 atau 29,3 % minat nasabah dipengaruhi dan sisanya 70,7% dipengaruhi oleh faktor – faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Selama penelitian pengaruh margin dan kualitas produk secara bersama – sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah.

Hal ini terjadi karena minat nasabah pada BMT Mu'awanah Palembang. Sangat dipengaruhi dan dapat dijelaskan bahwa kedua variabel antara pengaruh margin dan kualitas produk.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Simpulan dari hasil penelitian yang berjudul “pengaruh margin dan kualitas produk terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan murabahah pada BMT Mu’awanah Palembang“ adalah sebagai berikut:

Setelah melakukan suatu pengujian data menggunakan analisis regresi berganda, peneliti melihat adanya suatu pengaruh dari kedua variabel bebas terhadap variabel terikat. Dari hasil analisis regresi berganda kedua variabel, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel *Margin* ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *minat nasabah* ( $Y$ ) dalam menggunakan produk pembiayaan murabahah pada BMT Mu’awanah Palembang. Sehingga semakin rendah tingkat *Margin* maka akan semakin tinggi minat nasabah yang mengajukan pembiayaan Murabahah di BMT Mu’awanah Palembang. Dengan demikian hipotesis pertama ( $H_1$ ) yang menyatakan “terdapat pengaruh *Margin* terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan murabahah pada BMT mu’awanah Palembang”.
2. Variabel *Kualitas Produk* ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *minat nasabah* ( $Y$ ) dalam menggunakan produk pembiayaan murabahah pada BMT Muawanah Palembang. Jika kualitas produk semakin baik,

maka minat nasabah atas suatu produk akan memiliki peran dalam membantu nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan murabahah pada BMT Mu'awanah Palembang. Dengan demikian hipotesis ( $H_2$ ) yang menyatakan “terdapat pengaruh *Kualitas Produk* terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan murabahah pada BMT Mu'awanah Palembang”.

## **B. Saran**

Penulis menyadari masih terdapat keterbatasan yang muncul dalam pelaksanaan penelitian ini. Oleh karena itu hasil penelitian ini belum dikatakan sempurna. Namun dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada semua pihak. Berdasarkan hasil penelitian terdapat hal yang harus dilakukan lebih lanjut diantaranya:

1. Dari sisi akademis

Untuk peneliti selanjutnya yang dapat diterapkan adalah sebagai dalam penelitian mendatang, dapat dilakukan penambahan variabel baru atau indikator baru agar dapat menghasilkan gambaran yang lebih luas tentang masalah penelitian yang sedang diteliti

2. Dari sisi perusahaan (BMT Mu'awanah Palembang)

Untuk perkembangan dalam BMT Mu'awanah Palembang sendiri ini sangat diperlukan, karena tidak ada batas teritorial dalam perdangangan, dengan demikian kegiatan operasional BMT Mu'awanah Palembang akan berjalan dengan lancar. Serta dapat pula dengan meningkatkan kualitas



produk, sehingga menjadi daya keunggulan untuk mengajak masyarakat luas bergabung menjadi anggota BMT Mu'awanah Palembang.

## DAFTAR PUSTAKA

- A. Karim, Adiwarmanto, 2006, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Hariawan, Zulkipli, 2016, “*Pengaruh Prosedur Pembiayaan, Margin dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah di BMT Al-Aqobah Pusri Palembang*” Skripsi, (Palembang: UIN Raden Fatah Palembang)
- Huda, Nurul dan Mohammad Heykal, 2010, *Lembaga Keuangan Syariah Tinjauan Teoritis dan Praktis*, Jakarta: Kencana
- Ismail, 2013, *Manajemen Perbankan*, Jakarta : Kencana
- Kasmir, 2010, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta: Rajawali Persada
- Kotler, Philip 2005, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Indeks
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2006, *Prinsip – Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga
- Mardani, 2015, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia*, Jakarta: Kencana
- Martono, Nanang, 2012, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta : Rajawali Pers
- Muhammad, 2005, *Manajemen Bank Syariah*, Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Muljono, Djoko, 2015, *Perbankan dan Lembaga Keuangan Syari’ah*, Yogyakarta: ANDI
- M. Nur Rianto al – Arif, 2010, *Lembaga Keuangan Syariah Suatu Kajian Teoritis dan Praktis*, Bandung: Pustaka Setia
- Noor, Juliansyah, 2011, *Metodologi Penelitian*, Jakarta : Kencana
- Paul A. Samuelson, 2003, *Ilmu Mikroekonomi*, Jakarta: Media Global Edukasi
- Prest ijo, Ristiyanti, 2005, *Perilaku konsumen*, Yogyakarta : Erlangga
- Priyanto, Dwi, 2010, *Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS*, Yogyakarta : Mediacom
- Sangadji, Etta Mamang, 2013, *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: ANDI

- Sari Jandra, Meita, 2010, *Psikologi*, Surabaya: PT.Gelora Aksara Pratama
- Slameto, 2010, *Ekonomi Syariah*, Jakarta : PT.Rineka Cipta
- Sofyan, 2014, *Statistika Deskriptif untuk Penelitian*, Jakarta: PT Rajagrafindo Persada
- Sugiyono, 2014, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta
- Tjiptono, Fandy dan Chandra, 2011, *Gregorius. Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta : Andi
- Yusuf, A. Muri, 2014, *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif, dan Peneitian Gabungan* Jakarta : Prenanda Media Group
- Widarjono, 2013, *Ekonometrika Pengantar dan Aplikasinya disertai Panduan Eviews*, Yogyakarta : UPPSTIM YKPN

# LAMPIRAN

**TABULASI DATA KUESIONER**

NO.	MARGIN							KUALITAS PRODUK							MINAT NASABAH								
	1	2	3	4	5	6	7	Total	1	2	3	4	5	6	7	Total	1	2	3	4	5	6	Total
1	3	3	4	4	3	4	3	24	3	3	2	2	2	3	3	18	4	4	3	4	3	4	22
2	3	3	3	3	2	3	3	20	3	3	2	2	2	3	3	18	3	3	3	2	2	2	15
3	3	3	2	3	3	3	3	20	2	2	2	3	2	4	4	19	3	3	3	2	3	2	16
4	2	2	2	2	3	3	3	17	2	2	2	3	2	3	2	16	3	3	3	2	2	2	15
5	4	3	4	4	4	4	3	26	3	3	2	2	2	3	3	18	3	2	2	3	2	3	15
6	4	3	3	3	3	4	3	23	2	2	2	3	2	3	3	17	2	3	2	3	2	3	15
7	3	4	4	4	4	5	3	27	3	2	2	3	3	3	4	20	4	4	4	3	3	3	21
8	3	3	3	3	3	2	3	20	3	3	2	2	2	4	5	21	2	3	3	2	3	2	15
9	3	3	3	3	3	2	2	19	2	2	2	2	3	3	4	18	3	3	3	2	2	2	15
10	4	4	3	4	3	4	3	25	3	2	3	3	3	4	3	21	4	4	3	4	3	4	22
11	4	3	3	4	3	3	3	23	3	3	3	3	3	4	4	23	4	4	3	4	3	4	22
12	2	3	3	3	3	3	4	21	3	2	2	3	3	3	3	19	4	4	3	3	2	3	19
13	3	3	3	3	3	3	3	21	3	2	2	3	3	3	4	20	4	4	3	3	3	3	20
14	3	3	4	4	3	4	3	24	3	3	2	2	2	3	3	18	4	4	3	3	3	3	20
15	4	4	4	3	3	3	3	24	3	2	2	3	3	4	4	21	3	3	3	3	3	3	18
16	4	4	4	4	4	4	3	27	3	3	3	3	3	5	4	24	5	4	4	4	4	4	25
17	4	4	4	4	4	4	3	27	3	3	3	3	3	3	3	21	4	4	4	4	4	3	23
18	5	4	5	5	5	5	4	33	4	5	4	4	4	3	4	28	5	5	4	4	4	4	26
19	4	5	5	5	3	5	3	30	3	3	4	4	4	4	3	25	5	5	4	4	4	4	26
20	4	5	5	5	5	4	4	32	4	4	4	4	3	3	3	25	5	5	5	4	4	4	27
21	3	3	3	3	3	3	3	21	2	2	2	3	3	3	4	19	3	3	3	3	2	2	16
22	4	4	4	4	4	4	3	27	4	4	4	4	3	3	4	26	4	4	4	3	3	3	21
23	4	4	4	3	3	4	3	25	2	2	2	3	2	4	5	20	4	3	4	3	3	3	20
24	3	3	3	4	4	4	3	24	3	3	2	2	2	4	4	20	4	4	3	3	3	3	20
25	4	3	4	4	4	4	3	26	3	3	3	3	3	4	3	22	4	4	4	3	4	3	22
26	3	2	3	2	2	2	3	17	3	3	4	4	4	3	3	24	5	3	4	5	4	5	26
27	4	3	4	4	3	3	3	24	2	2	2	3	2	3	3	17	4	4	3	3	3	3	20
28	3	3	4	3	4	4	3	24	3	3	2	3	3	3	3	20	4	3	3	3	3	3	19
29	4	5	5	5	5	4	3	31	3	3	3	3	4	3	3	22	4	4	4	4	4	4	24
30	4	4	5	5	5	4	4	31	4	3	3	3	5	3	3	24	5	5	5	4	4	4	27
31	2	3	3	3	3	3	3	20	3	3	3	3	3	3	3	21	4	4	3	3	3	3	20
32	3	4	3	3	5	3	5	26	3	2	3	3	3	3	3	20	3	2	4	3	3	4	19
33	4	4	4	5	4	4	3	28	3	2	2	3	3	3	3	19	3	3	3	3	3	3	18
34	3	4	4	3	3	3	2	22	2	2	2	2	2	3	2	15	5	5	4	4	4	4	26

35	4	4	3	5	4	4	3	27	3	3	2	3	3	3	2	19	2	3	2	3	2	2	14
36	4	3	3	4	3	3	3	23	3	3	2	3	3	3	2	19	4	4	3	4	3	3	21
37	2	3	3	4	2	3	3	20	3	3	4	3	4	3	2	22	3	3	4	4	5	4	23
38	3	2	3	3	3	3	2	19	3	2	2	2	2	3	2	16	5	5	4	3	3	3	23
39	5	4	5	5	5	4	3	31	3	3	4	4	4	3	2	23	5	5	4	5	5	5	29
40	5	4	4	4	5	4	3	29	3	3	3	3	3	4	3	22	4	4	4	4	4	3	23
41	4	4	5	5	4	5	4	31	5	4	4	4	4	4	4	29	4	4	4	4	4	4	24
42	3	3	2	2	3	3	3	19	3	3	3	3	3	2	4	21	4	4	4	4	4	3	23
43	3	3	2	2	3	3	3	19	3	3	4	4	3	2	2	21	4	4	3	3	3	3	20
44	3	3	3	3	3	3	3	21	3	3	2	2	2	2	2	16	3	3	4	4	3	3	20
45	4	4	4	3	3	3	3	24	3	2	2	3	3	2	2	17	3	3	3	3	3	3	18
46	4	4	4	4	4	4	3	27	3	2	2	3	3	3	3	19	4	5	5	3	4	4	25
47	4	4	4	4	4	4	3	27	3	2	2	3	3	2	3	18	4	4	4	4	4	4	24
48	5	4	5	5	5	5	4	33	4	5	4	4	4	3	3	27	3	5	5	5	4	4	26
49	4	5	5	5	3	5	3	30	3	3	4	4	4	3	4	25	5	5	4	4	4	4	26
50	4	5	5	5	5	4	4	32	4	4	4	3	4	4	5	28	5	5	4	5	4	4	27
51	3	3	3	3	3	3	3	21	2	2	2	3	2	3	3	17	3	2	3	2	3	3	16
52	4	4	4	4	4	4	3	27	4	4	4	4	3	4	3	26	3	4	4	4	3	3	21
53	4	4	4	3	3	4	3	25	2	2	2	3	2	3	4	18	3	4	3	4	3	3	20
54	3	3	3	4	4	4	3	24	3	3	2	2	2	2	2	16	3	4	3	3	3	3	19
55	4	3	4	4	4	4	3	26	3	3	3	3	3	4	4	23	3	3	3	4	3	3	19
56	3	2	3	2	2	2	3	17	3	3	4	4	4	5	4	27	4	5	4	5	4	4	26
57	4	3	4	4	3	3	3	24	2	2	2	3	2	4	4	19	3	3	3	4	3	3	19
58	3	3	4	3	4	4	3	24	2	3	3	3	3	3	3	20	3	3	4	3	3	3	19
59	4	5	5	5	5	4	3	31	4	5	4	4	4	4	4	29	3	3	3	4	3	3	19
60	4	4	5	5	4	4	4	30	4	3	3	4	4	2	2	22	5	5	4	4	5	4	27
61	2	3	3	3	3	3	3	20	3	3	3	3	3	4	5	24	3	4	4	3	3	3	20
62	3	4	3	3	5	3	5	26	3	2	3	3	3	4	4	22	3	2	4	3	3	4	19
63	4	4	4	5	4	4	3	28	3	2	2	3	3	3	4	20	3	4	3	3	3	3	19
64	3	4	4	3	3	3	2	22	2	2	2	2	2	3	4	17	5	5	4	4	4	4	26
65	4	4	3	4	5	4	2	26	3	2	3	2	2	4	4	20	3	2	2	3	2	2	14
66	4	3	3	4	3	3	3	23	3	3	3	3	3	3	3	21	5	3	3	4	3	3	21
67	2	3	3	4	2	3	3	20	3	3	4	3	4	3	3	23	3	3	4	4	5	4	23
68	3	2	3	3	3	3	3	20	2	2	2	3	2	3	3	17	3	3	4	4	5	4	23
69	5	4	5	5	5	4	3	31	3	3	4	4	4	3	3	24	5	5	5	5	5	4	29
70	5	4	4	4	5	4	3	29	3	3	3	3	3	3	3	21	4	4	4	4	4	3	23
71	4	4	5	5	4	5	3	30	3	3	4	4	4	3	2	23	5	5	5	4	3	3	25

72	3	3	2	2	3	3	3	19	3	3	3	3	3	3	2	20	4	4	4	4	4	3	23
73	3	3	3	4	3	3	3	22	3	3	4	4	4	2	2	22	3	3	2	2	2	2	14
74	3	3	4	3	3	4	3	23	2	2	2	3	2	3	3	17	4	4	4	3	4	3	22
75	4	4	4	4	4	3	3	26	3	3	2	2	2	3	2	17	4	4	4	3	3	3	21
76	3	2	3	3	3	3	3	20	2	2	2	3	2	3	2	16	3	3	3	2	2	2	15
77	3	3	3	4	3	4	3	23	3	3	2	2	2	2	2	16	3	3	2	3	3	3	17
78	3	3	3	3	3	4	3	22	3	4	3	2	2	2	2	18	3	4	3	3	3	3	19

## DATA RESPONDEN

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	6	7.7	7.7	7.7
	Netral	31	39.7	39.7	47.4
	Setuju	35	44.9	44.9	92.3
	Sangat Setuju	6	7.7	7.7	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	6	7.7	7.7	7.7
	Netral	35	44.9	44.9	52.6
	Setuju	31	39.7	39.7	92.3
	Sangat Setuju	6	7.7	7.7	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	5	6.4	6.4	6.4
	Netral	31	39.7	39.7	46.2
	Setuju	28	35.9	35.9	82.1
	Sangat Setuju	14	17.9	17.9	100.0
	Total	78	100.0	100.0	



**X1.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	6	7.7	7.7	7.7
	Netral	27	34.6	34.6	42.3
	Setuju	28	35.9	35.9	78.2
	Sangat Setuju	17	21.8	21.8	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

**X1.5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	5	6.4	6.4	6.4
	Netral	38	48.7	48.7	55.1
	Setuju	21	26.9	26.9	82.1
	Sangat Setuju	14	17.9	17.9	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

**X1.7**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	5	6.4	6.4	6.4
	Netral	63	80.8	80.8	87.2
	Setuju	8	10.3	10.3	97.4
	Sangat Setuju	2	2.6	2.6	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

**X2.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	16	20.5	20.5	20.5
	Netral	52	66.7	66.7	87.2
	Setuju	9	11.5	11.5	98.7
	Sangat Setuju	1	1.3	1.3	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

**X2.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	29	37.2	37.2	37.2
	Netral	40	51.3	51.3	88.5
	Setuju	6	7.7	7.7	96.2
	Sangat Setuju	3	3.8	3.8	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

**X2.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	38	48.7	48.7	48.7
	Netral	21	26.9	26.9	75.6
	Setuju	19	24.4	24.4	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

**X2.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	16	20.5	20.5	20.5
	Netral	45	57.7	57.7	78.2
	Setuju	17	21.8	21.8	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

**X2.5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	26	33.3	33.3	33.3
	Netral	34	43.6	43.6	76.9
	Setuju	17	21.8	21.8	98.7
	Sangat Setuju	1	1.3	1.3	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

**X2.6**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	10	12.8	12.8	12.8
	Netral	47	60.3	60.3	73.1
	Setuju	19	24.4	24.4	97.4
	Sangat Setuju	2	2.6	2.6	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

**X2.7**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	19	24.4	24.4	24.4
	Netral	32	41.0	41.0	65.4
	Setuju	23	29.5	29.5	94.9
	Sangat Setuju	4	5.1	5.1	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

**Y1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	3.8	3.8	3.8
	Netral	31	39.7	39.7	43.6
	Setuju	28	35.9	35.9	79.5
	Sangat Setuju	16	20.5	20.5	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

**Y2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	5	6.4	6.4	6.4
	Netral	26	33.3	33.3	39.7
	Setuju	31	39.7	39.7	79.5
	Sangat Setuju	16	20.5	20.5	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

**Y3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	6	7.7	7.7	7.7
	Netral	31	39.7	39.7	47.4
	Setuju	35	44.9	44.9	92.3
	Sangat Setuju	6	7.7	7.7	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

**Y4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	8	10.3	10.3	10.3
	Netral	32	41.0	41.0	51.3
	Setuju	32	41.0	41.0	92.3
	Sangat Setuju	6	7.7	7.7	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

**Y5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	11	14.1	14.1	14.1
	Netral	38	48.7	48.7	62.8
	Setuju	23	29.5	29.5	92.3
	Sangat Setuju	6	7.7	7.7	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

**Y6**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	10	12.8	12.8	12.8
Netral	41	52.6	52.6	65.4
Setuju	25	32.1	32.1	97.4
Sangat Setuju	2	2.6	2.6	100.0
Total	78	100.0	100.0	

## UJI VALIDITAS X1

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	45.7051	61.639	.745	.762
X2	45.7564	61.044	.799	.758
X3	45.5769	59.312	.836	.749
X4	45.5128	58.721	.835	.747
X5	45.6667	59.887	.776	.754
X6	45.6410	61.714	.764	.762
X7	46.1410	67.785	.347	.794
TOTALX1	24.6154	17.746	1.000	.891

## UJI REALIBILITAS X1

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.790	8

## UJI VALIDITAS X2

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	38.5000	40.643	.669	.736
X2.2	38.6538	39.606	.642	.730
X2.3	38.6795	37.363	.811	.708
X2.4	38.4231	40.247	.668	.733
X2.5	38.5256	38.564	.732	.720
X2.6	38.2692	42.537	.369	.757
X2.7	38.2821	42.205	.296	.762
TOTALX2	20.7179	11.556	1.000	.780

## UJI REALIBILITAS X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.763	8



## UJI VALIDITAS Y

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00043	38.2949	50.496	.762	.769
VAR00044	38.2821	50.387	.744	.769
VAR00045	38.5000	51.344	.771	.773
VAR00046	38.5641	50.872	.779	.771
VAR00047	38.7179	50.127	.821	.765
VAR00048	38.7821	51.575	.802	.774
VAR00049	21.0128	15.052	1.000	.900

## UJI REALIBILITAS Y

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.802	7

## UJI ASUMSI KLASIK

UJI REGRESI LINIER BERGANDA

UJI T

UJI MULTIKOLINERITAS

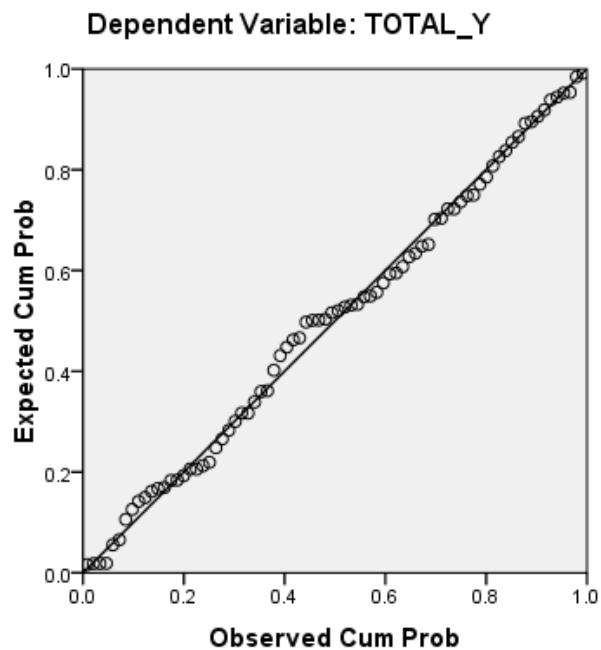
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	6.658	2.601		2.560	.012		
	Total X1	.246	.105	.268	2.342	.022	.722	1.385
	Total X2	.400	.130	.351	3.068	.003	.722	1.385

a. Dependent Variable: Total Y

## UJI NORMALITAS

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



## Nilai Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov Untuk Margin dan Kualitas Produk Terhadap Minat Nasabah

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

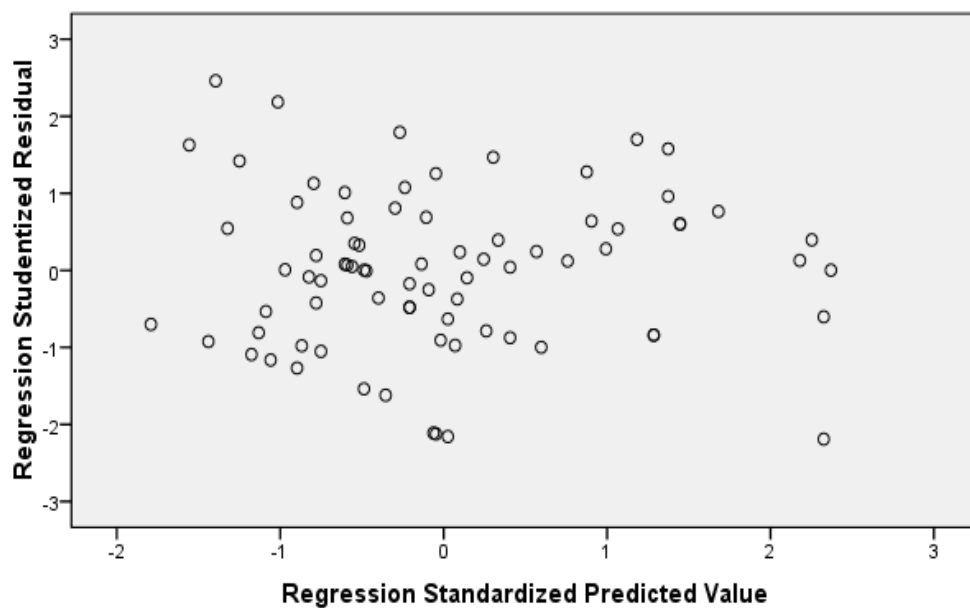
		Unstandardized Predicted Value
N		78
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	21.0128205
	Std. Deviation	2.10150354
Most Extreme Differences	Absolute	.114
	Positive	.114
	Negative	-.054
Kolmogorov-Smirnov Z		1.011
Asymp. Sig. (2-tailed)		.258

a. Test distribution is Normal.

## UJI HETEROSKEDASTISITAS

### Scatterplot

Dependent Variable: TOTAL\_Y



## Uji Linieritas

### Hasil Uji Linieritas Minat Nasabah dan Margin

ANOVA Table

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X1 Between Groups (Combined)	527.634	15	35.176	3.454	.000
Linearity	237.254	1	237.254	23.299	.000
Deviation from Linearity	290.380	14	20.741	2.037	.029
Within Groups	631.353	62	10.183		
Total	1158.987	77			

### Hasil Uji Linieritas Minat Nasabah dan Kualitas Produk

ANOVA Table

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X2 Between Groups (Combined)	527.661	14	37.690	3.761	.000
Linearity	280.157	1	280.157	27.957	.000
Deviation from Linearity	247.504	13	19.039	1.900	.047
Within Groups	631.326	63	10.021		
Total	1158.987	77			

## R SQUARE

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.542 <sup>a</sup>	.293	.275	3.304

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

b. Dependent Variable: Total Y

## UJI F

ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	340.056	2	170.028	15.572	.000 <sup>a</sup>
	Residual	818.931	75	10.919		
	Total	1158.987	77			

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

b. Dependent Variable: Total Y