

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH
DALAM PEMILIHAN PEMBIAYAN MUDHARABAH DI
BMT AL-ITTIHAD RUMBAI PEKANABARU**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mengikuti Ujian Oral Comprehensive
Serjana Lengkap Pada Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas
Islam Negeri Sultan Syarif Kasim
Pekanbaru Riau*

OLEH:

MERI NARISMAN

10671004697



JURUSAN MANAJEMEN

**FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM
PEKANBARU**

RIAU

2010

ABSTRAK

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH DALAM PEMILIHAN PEMBIAYAAN MUDHARABAH DI BMT AL-ITTIHAD RUMBAL PEKANBARU

Oleh: Meri Narisman

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk Mengetahui faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam pemilihan pembiayaan mudharabah pada BMT Al Ittihad Rumbal Pekanbaru dan Untuk mengetahui faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah dalam pemilihan pembiayaan. Terdapat 3 faktor yang dijadikan sebagai variabel independen dalam penelitian ini yaitu : Sikap Nasabah, Pelayanan Nasabah dan Sistem Syariah. Sedangkan yang dijadikan variabel dependen adalah Keputusan Nasabah tersebut. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner. Yang menjadi populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah 92 orang petugas dan nasabah mudharabah BMT Al-Ittihad Rumbal Pekanbaru. Dengan menggunakan metode accidental sampling, dimana metode pengambilan sampel dengan memilih siapa yang kebetulan ada/dijumpai oleh peneliti. Adapun kriteria sampel adalah, (1) responden adalah nasabah produk pembiayaan mudharabah pada BMT Al Ittihad Rumbal, (2) saat pengambilan sampel responden ada di wilayah Pekanbaru. Penelitian ini menggunakan regresi linear berganda dengan metode enter, hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa variabel Pelayanan Nasabah dan Sistem Syariah yang berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah, dengan pelayanan nasabah memiliki nilai t tabel sebesar $1,988 < t$ hitung sebesar $2,890$ dengan signifikan $0,005 < \text{signifikan } 0,05$ atau 5% maka H_2 DITERIMA dan system syariah memiliki nilai tabel t sebesar $1,988 < t$ hitung sebesar $4,206$ dengan signifikan $0,000 < \text{signifikan } 0,05$ atau 5% maka H_3 DITERIMA. Sedangkan satu dari variabel independent yang tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah yaitu: Sikap Nasabah yang memiliki nilai t tabel sebesar $1,988 > t$ hitung sebesar $1,079$ dengan signifikan $0,284 > \text{signifikan } 0,05$ atau 5%, maka H_1 DITOLAK. Sedangkan hasil pengujian secara simultan semua variabel independen berpengaruh terhadap keputusan nasabah, dengan diperoleh nilai F hitung sebesar $9,872 > F$ tabel sebesar $2,709$. Dengan nilai signifikan probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_4 DITERIMA. Nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa hanya 25,5% variabel keputusan nasabah terhadap pembiayaan mudharabah di BMT Al-Ittihad Rumbal Pekanbaru dipengaruhi oleh sikap nasabah, pelayanan nasabah dan system syariah.

Kata kunci : Sikap Nasabah, Pelayanan Nasabah, System Syariah dan Keputusan Nasabah

BAB I

PENDAHULUAN.

A. Latar Belakang Masalah

Dunia bisnis merupakan dunia yang paling banyak dibicarakan pada saat sekarang ini oleh masyarakat. Bisnis juga dijadikan tolak ukur pertumbuhan ekonomi pada suatu daerah dan Negara. Dunia bisnis juga terdiri dari berbagai macam kegiatan yaitu berupa bisnis pertambangan, perindustrian, pertanian, peternakan, perdagangan dan lainnya.

Dalam pengembangan dunia bisnis atau bisa disebut dunia usaha, terdiri dari sektor Nasional, Swasta, Daerah dan Koperasi atau swadaya masyarakat yang diarahkan untuk mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional dan serta membuka peluang kerja, memperluas kesempatan usaha, hingga meningkatkan taraf hidup masyarakat.

Masalah pokok yang sering dihadapi oleh para pebisnis atau usahawan. Berupa modal usaha untuk membiayai berbagai macam kegiatan bisnisnya. Disisi lain perusahaan yang bergerak dalam keuangan yang memegang peran penting untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Hal ini perusahaan dibidang keuangan seperti Bank, Koperasi dan Lembaga swadaya masyarakat lainnya. Bertindak sebagai perantara pihak yang membutuhkan modal dengan orang dan badan usaha yang mempunyai surplus modal.

Bank, Koperasi dan Lembaga swadaya masyarakat lainnya. Disini berfungsi sebagai penghimpun dana masyarakat dan menyalurkannya pada dunia usaha

lainya. Dalam konteks kreditur dan debitur, hal ini terjadi karena adanya keterbatasan modal yang dimiliki para usahawan dalam menjalankan bisnisnya dan meminimal resiko investasi yang dikhawatirkan oleh para investor dalam menanamkan modalnya. Pada siapa atau kemana dia menginvestasikan modalnya.

Mengingat hal ini Bank dan Lembaga keuangan lainya bergerak untuk menyalurkan dana tersebut pada pihak yang tepat dan membutuhkannya. Melalui Bank dan Lembaga keuangan lainya ini diharapkan dapat meminimalisir resiko atau kesalahan yang menyebabkan kerugian oleh masyarakat yang menginvestasikan surplus modalnya.

Bank dan Lembaga keuangan ini juga terdiri dari sektor konvensional dan syariah Islam. Bank konvensional adalah dimana lembaga keuangan yang menggunakan sistem bunga, hal ini dianggap sebagai riba oleh syariah Islam. Oleh karena itu, lahir Bank syariah, yang bergerak dengan sistem bagi hasil untuk mengatasi riba yang dijalankan oleh Bank konvensional. Bank dan Lembaga keuangan syariah lahir karena ketidakpuasan dan kekhawatiran kaum muslim terjerumus dalam riba, yang jelas dalam hukum Islam hal itu haram.

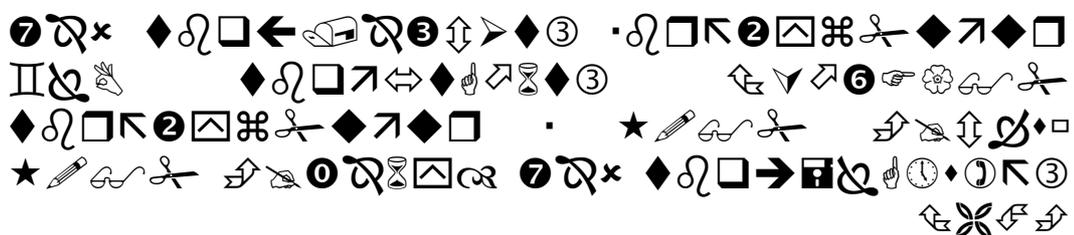
Bank dan Lembaga keuangan Islam, juga bergerak menghimpun dana masyarakat dalam bentuk tabungan dan menyalurkannya dalam bentuk pembiayaan. Perkembangan dan pertumbuhan Bank serta ekonomi Islam pada saat ini sangat menggembirakan. Sehingga banyak lembaga-lembaga ekonomi syariah bermunculan. Berkembangnya ekonomi Islam itu dapat mengikis praktek riba dan rentenir yang menindas atau menzalimi masyarakat lemah. Melalui

ekonomi Islam akan dapat menciptakan iklim perkonomian yang lebih bersih, adil, dan berkah.

Mudharabah adalah hubungan kemitraan atau kerja sama pemilik modal dalam istilah ekonomi Islamnya disebut sahibul maal dengan pengelola disebut mudharib. Modal digunakan oleh pengelola untuk mengelola suatu usaha 100% dari pemilik modal dengan keuntungan yang akan dibagi berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak. Apabila terjadi kerugian yang disebabkan oleh pengelola, maka kerugian itu ditanggung oleh pengelola atau mudharib itu sendiri. Apabila kerugian disebabkan oleh gangguan alam dan bukan karena kelalaian pengelola, maka kerugian ditanggung sahibul maal sesuai dengan proporsi modal yang di mudharabahkan.

Akad mudhrabah diperbolehkan dalam Islam karena bertujuan untuk saling membantu antara pemilik modal dan seseorang yang mempunyai keahlian dalam memutarakan uang (usaha/dagang). Mudharib sebagai enterpreuner adalah sebagian dari orang-orang yang melakukan perjalanan untuk mencari karunia dan ridha Allah S.W.T.

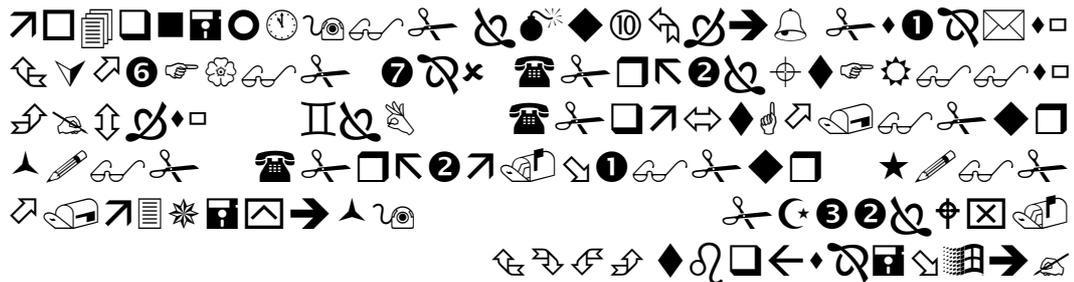
Firman Allah :



Artinya : “.... Dan orang-orang yang berjalan dimuka bumi mencari sebagian karunia Allah Swt....” (QS Al-Muzammil [73] : 20)

Mudharib dalam ayat ini gambarkan sebagai orang-orang yang melakukan perjalanan itu adalah orang yang melakukan usaha, perdangan dan kemitraan bisnis. Dalam mencari rezeki (karunia) dari Allah SWT, dengan cara yang dihalalkan oleh syariat Islam. Allah SWT, juga berfirman dalam Al-Qur'an yang berbunyi:

Firman Allah :



Artinya : “Apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung” (QS Al-Jum’ah [62] : 10)

Rusulullah S.A.W juga bersabda tentang pembiayaan mudharabah yang artinya : ” diriwayatkan dari Abu Abbas, bahwa Saidina Abbas Bin Abdul Muthalib. Jika memberikan dana kemitra usahanya secara mudharabah ia mengisyaratkan agar dananya tidak dibawa mengarungi lautan, menuruni lembah yang berbahaya atau membeli ternak yang berparauh-parauh basah, jika menyalahi aturan itu maka yang bersangkutan bertanggungjawab atas dana tersebut”.(H.R Thabrani)

Dalam hadis lain Rusulullah S.A.W juga bersabda: Rahmat Allah SWT. Tercurah atas dua pihak yang sedang berkerja sama selama mereka tidak melakukan penghianatan, manakala berkhianat, bisnisnya akan tercela dan keberkahan pun akan sirna dari padanya. (H.R Abu Daud, Baihaqi dan Al Hakam)

Baitul maal wattamwil (BMT) terdiri dari dua istilah, yaitu baitul maal dan baitul tamwil. Baitul maal lebih mengarah pada usaha – usaha pengumpulan dan penyaluran dana yang non – profit, seperti; zakat, infaq dan shadaqah. Sedangkan baitul tamwil sebagai usaha pengumpulan dan penyaluran dana komersial. BMT Al Ittihad Rumbai Pekanbaru, adalah lembaga keuangan berbentuk non Bank , tetapi berbentuk koperasi syariah. Kegiatan BMT Al Ittihad adalah menghimpun dana masyarakat dalam sifat nirlaba, dan dana yang terhimpun itu terdiri dari zakat perorangan anggota, hibah dan wakab, infak, simpanan wajib, simpanan pokok dan syarik/saham. Disamping itu BMT Al Ittihad juga lembaga keuangan yang bersifat mencari keuntungan, karena BMT melakukan kegiatan yang berkenaan jasa keuangan.

BMT Al Ittihad juga merupakan salah satu contoh lembaga keuangan mikro yang bergerak dalam peningkatan perekonomian umat, khususnya usaha kecil menengah. Di dalam kegiatan operasionalnya khusus dalam masalah pembiayaan BMT mempunyai beberapa pembiayaan, yaitu :

1. Pembiayaan Mudharabah adalah pembiayaan dengan adanya perjanjian usaha antara BMT dengan anggota dimana seluruh dana berasal dari BMT sedangkan anggota melakukan pengelolaan atas usaha. Hasil usaha ini dibagi sesuai dengan kesepakatan pada waktu aqad pembiayaan.
2. Pembiayaan Musyarakah adalah pembiayaan dengan perjanjian usaha antara BMT dengan anggota dimana BMT mengikutsertakan sebagian dana dalam usaha tersebut. Hasil usaha ini dibagi sesuai dengan

keepakatan bersama dengan mempertimbangkan proporsi modal. Jika terjadi kerugian, maka kerugian ditanggung bersama sesuai dengan proporsi modal.

3. Pembiayaan Murabaha adalah pemberian kredit modal kerja usaha produktif. BMT melakukan pembelian barang sedangkan anggota/pengusaha melakukan pembayaran ditangguhkan.
4. Pembiayaan Ba'i Bitsaman Ajil (BBA) adalah pembiayaan berupa pembelian barang dengan pembayaran cicilan, bisa dikatakan kredit modal/ investasi.
5. Pembiayaan Al-Qardul Hasan adalah berupa pembiayaan dengan syarat ringan pada anggota dengan tidak ditentukan/ dikenakan bagi hasilnya.
6. Pembiayaan lain yang bisa dilakukan tapi tidak terbatas dengan itu, seperti
 - a. Al Ijarah atau sewa menyewa barang
 - b. Al ju'alah atau pemberian jasa.

Dalam kegiatan BMT yang menawarkan produk pembiayaan dan bagi hasil yang difokuskan penulis pada pembiayaan mudharabah saja. Dalam ini kita dapat melihat jumlah anggota, nasabah mudharabah dan dana yang dimudharabahkan oleh BMT Al Itihhad Rumbai Pekanbaru. Pada Tabel 1, berikut ini:

Tabel 1 : Jumlah Anggota, Nasabah Mudharabah Dan Dana Yang Dimudharabahkan Pada BMT Al-Ittihad Tahun 2005-2009

TAHUN	JUMLAH ANGGOTA (ORANG)	JUMLAH NASABAH (ORANG)	PERSENTASE (Perkembangan Nasabah)	DANA MUDHARABAH
2005	1496	38	2,54 %	Rp.4.332.318.475
2006	2203	561	25,5 %	Rp.5.230.104.350
2007	2347	554	23,6 %	Rp.6.093.666.500
2008	2655	888	33,4 %	Rp.11.971.306.885
2009	2981	1053	35,3 %	Rp.15.998.551.855

Sumber: Laporan BMT AL Ittihad Rumbai

Berdasarkan Tabel 1, diatas menunjukkan bahwa jumlah anggota dan nasabah mudharabah BMT Al Ittihad Rumbai meningkat dari tahun 2005 berjumlah 1496 : 38 orang (2,54%) hingga mencapai 2981 : 1053 orang (35,5%) pada tahun 2009. Jumlah dana yang dimudharabahkanpun meningkat dari tahun 2005 sebesar Rp. 4.332.318.475 hingga pada tahun 2009 sebesar Rp. 15.998.551.855. pada tabel diatas juga terdapat penurunan nasabah mudharabah, dilihat dari persentase perkembangan nasabah yaitu pada tahun 2007 sebesar 23,6 % menurun dari pada peningkatan nasabah dari tahun 2005 ke 2006.

Beberapa penelitian mengenai keputusan nasabah dalam memilih bank dan produk bank syariah, telah dilakukan oleh **Naser, Jamal dan Al-Khatib (1999)**,

meneliti tentang bagaimana kesadaran dan kepuasan nasabah terhadap produk dan fasilitas bank syariah. Dengan sampel sebanyak 206 nasabah bank syariah di Yordania. Hasilnya menunjukkan meskipun nasabah sadar akan produk dan fasilitas yang ditawarkan Bank syariah seperti mudharabah, musyarakah dan murabaha. Namun tanggapan nasabah mengindikasikan belum puas atas produk dan fasilitas yang tersedia. Kemudian faktor yang mendorong nasabah memilih bank syariah adalah faktor reputasi Bank, alasan agama, prinsip syariah yang digunakan, kemampuan Bank menjaga kerahasiaan, dan alasan keuntungan. Sementara itu **Gerrad dan Cunningham (1997)** memelalui studi empirisnya di Singapura dengan menggunakan 190 responden, menemukan bahwa sikap muslim dan non muslim dalam memilih Bank syariah secara signifikan tidak berbeda. Faktor yang mendorong mereka memilih Bank syariah adalah pelayanan yang cepat dan efisien, kerahasiaan bank, reputasi dan citra bank, ringannya biaya cek, dan tersedianya tempat parkir. Disimpulkan bahwa mereka memilih Bank syariah didasarkan pada faktor ekonomis dan agama.

Pada penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya yaitu tempat penelitian di Pekanbaru Riau dan konsentrasi judul yaitu penelitian ini tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah pada pembiayaan mudharaba saja.

Penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui tanggapan para nasabah tentang pembiayaan pada Bank dan lembaga keuangan syariah. Disamping itu, juga mengingat produk-produk pembiayaan syariah itu belum banyak diketahui

dikalangan masyarakat Riau dan Indonesia pada umumnya. Oleh karena itu, penelitian ini mengangkat tema tentang produk pembiayaan mudharabah, diharapkan mampu memberi pengetahuan pada nasabah dan calon nasabah tentang produk-produk pembiayaan syariah.

Dari fenomena diatas, penulis tertarik untuk meneliti tentang faktor apa-apa saja yang mempengaruhi nasabah dalam memilih pembiayaan mudharabah pada BMT Al Ittihad Rumbai Pekanbaru. Dalam proposal penulis mengambil judul: **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Pemilihan Pembiayaan Mudharabah Pada BMT Al Ittihad Rumbai Pekanbaru”**.

B. PERUMUSAHAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut : Faktor-faktor apa yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam pemilihan pembiayaan mudharabah pada BMT Al Ittihad Rumbai Pekanbaru.

C. TUJUAN DAN MANFAATAN PENELITIAN

1. Tujuan Penelitian ini, sesuai dengan rumusan masalah diatas.

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

- a. Mengetahui faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam pemilihan pembiayaan mudharabah pada BMT Al Ittihad Rumbai Pekanbaru.
- b. Untuk mengetahui faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah dalam pemilihan pembiayaan.

2. Manfaat penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

- a. Melatih penulis untuk mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama masa perkuliahan/pendidikan.
- b. Sebagai pedoman dan masukan bagi BMT dan Nasabah dalam mengambil keputusan memilih pembiayaan yang tepat.
- c. Dapat dijadikan sebagai bahan informasi bagi pihak-pihak yang berkepentingan tentang pembiayaan mudharabah.

D. SISTEMATIKA PENULISAN

Adapun sistematika penulisan skripsi ini dibagi dalam enam Bab dimana pembahasan tiap Bab tersebut mempunyai kaitan antara satu dengan yang lainnya yaitu sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini mengemukakan mengenai latar belakang masalah, batasan masalah, perumusan masalah, tujuan dan pemanfaatan penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : TELAAH PUSTAKA

Pada bab ini dikemukakan berbagai teori yang berhubungan dengan penelitian, hipotesa dan variabel penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini penulis menguraikan tentang lokasi penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data dan analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini digambarkan sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi perusahaan serta aktifitas perusahaan

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini membahas tentang uraian analisis hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini mengemukakan kesimpulan yang diperoleh dari hasil uraian pembahasan serta mengajukan saran-saran sebagai pertimbangan suatu permasalahan.

BAB II

TELAAH PUSTAKA

A. Pengertian Pembiayaan Syariah

Mudharabah adalah akad yang telah dikenal oleh Umat muslim sejak zaman Nabi bahkan telah dipraktikkan oleh bangsa Arab sebelum turunya Nabi Muhammad SAW. Nabi Muhammad SAW juga pernah mempraktikannya sewaktu sebagai pedagang, ia melakukan akad mudharabah dengan Khadijah.

Dalam praktik mudharabah antara Khadijah dengan Nabi, saat itu Khadijah mempercayakan barang dagangannya untuk dijual oleh nabi Muhammad SAW keluar negeri. Dalam kasus ini Khadijah berperan sebagai pemilik modal (Shahib al maal) sedangkan Nabi Muhammad SAW berperan sebagai pelaksana usaha (mudharib). Hal ini yang disebut mudharabah. Atau singkatnya, akadnya mudharabah adalah persetujuan kongsi antara harta dari salah satu pihak dengan kerja pihak lain. **(Ibrahim, 2001)**

Produk pembiayaan Bank Syariah mempunyai spesifikasi khas, yaitu tidak didasarkan pada bunga tetapi menggunakan pola bagi hasil. Bagi hasil ini bisa bagi pendapatan atau bagi laba. Dari sekian banyak produk pembiayaan Bank syariah terdapat tiga yang sangat dominan, yaitu mudharabah, musyarakah, dan murabahah. *Mudharabah* merupakan perjanjian bagi hasil antara pemilik modal (uang atau barang) dengan pengusaha (*entrepreneur*) yang memiliki keahlian atau pengalaman dalam pengelolaan sebuah proyek. Di sini pemodal tidak diperbolehkan mengelola usaha namun sekedar pengusulan dan pengawasan. Bila

usaha ini mengalami kerugian akan sepenuhnya ditanggung pemilik modal kecuali bila ada penyelewengan dari pengusaha. *Musyarakah* merupakan perjanjian kerjasama antara dua pihak atau lebih pemilik modal (uang atau barang) untuk membiayai suatu usaha. Keuntungan dibagi sesuai perjanjian namun kerugian yang terjadi dibagi berdasarkan modal masing-masing. *Murabahah* merupakan persetujuan jual beli suatu barang dengan harga sebesar harga pokok ditambah keuntungan yang disepakati bersama, di sini disertakan cara pembayarannya. **(Khoiruddin, 2004)**

Al Mudharabah merupakan perjanjian bagi hasil antara pemilik modal (uang atau barang) dengan pengusaha (*entrepreneur*) yang memiliki keahlian atau pengalaman dalam pengelolaan sebuah proyek. Disini pemodal tidak diperbolehkan pengelola usaha namun sekedar pengusulan dan pengawasan. Bila usaha ini mengalami kerugian akan sepenuhnya ditanggung pemilik modal kecuali bila ada penyelewengan dari pengusaha. **Mahmoud Al-Anshari** membedakan prinsip ini atas beberapa jenis, yaitu :

1. *Mudharabah* khusus, berupa pemberian dana, sementara itu usaha mudharabah dilakukan oleh seseorang sebagai individu atau badan hukum.
2. *Mudharabah* berserikat, berupa penerimaan dana dari berbagai pihak untuk dipergunakan dalam bentuk mudharabah.
3. *Mudharabah* mutlak, berupa kebebasan dana yang diterimanya tanpa (*mudharib*) untuk mempergunakan dana yang diterimanya tanpa ada persyaratan-persyaratan tertentu dari pihak pemilik-dana. *Mudharib* menjamin pemeliharaan dan keamanan dana yang dikelolanya disamping untuk mendapat keuntungan. Jenis ini banyak dipraktekkan oleh bank Islam mengingat yang sifatnya fleksibel.
4. *Mudharabah* bersyarat, berupa kebalikandari mudharabah mutlak di mana pemilik dana menentukan syarat-syarat yang harus dipatuhi oleh mudharib dalam pengelolaan dana yang diterimanya.

5. *Al-Musyarakah* Merupakan perjanjian kerjasama antara dua pihak atau lebih pemilik modal (uang atau barang) untuk membiayai suatu usaha. Keuntungan dibagi sesuai perjanjian namun kerugian yang terjadi dibagi berdasarkan modal masing-masing. sistem ini merupakan konsep dasar bank Syariah
6. *Al Murabahah* merupakan persetujuan jual beli suatu barang dengan harga sebesar harga pokok ditambah keuntungan yang disepakati bersama, di sini disertakan cara pembayarannya.
7. *Musyarakah Mutanaqisah (decreasing participation)*, merupakan kombinasi antara musyarakah dengan ijarah/perkongsi dengan sewa.

B. Teori Prilaku Konsumen

1. Defenisi Konsumen

Konsumen itu terdiri dari dua jenis yaitu; konsumen individu dan konsumen organisasi. Konsumen individu adalah konsumen dalam membeli barang dan jasa untuk digunakan sendiri, serta kepentingan keluarganya sendiri. Sedangkan konsumen organisasi adalah konsumen yang membeli peralatan atau barang dan jasa untuk digunakan oleh kelompok atau organisasinya dalam memenuhi kepentingan organisasinya. Seperti pabrik mie intsan misalnya harus membeli bahan baku tepung terigu, bumbu-bumbu dan bahan baku lainnya untuk memproduksi mie instannya. (Sumarwan, 2004 : 24)

2. Prilaku Konsumen

Schiffman dan Kanuk (2000), perilaku konsumen diartikan sebagai perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, menginvestasi dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan mememuaskan kebutuhannya. *Engel, Blackwell dan Miniard (2004)*, mengartikan

sebagai tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan lainnya. Dari beberapa pendapat diatas penulis mengambil kesimpulan. Perilaku konsumen adalah tindakan yang dijalankan oleh konsumen baik berupa mencari, membeli, menggunakan, merencanakan, menginvestasikan, memutuskan dan menghabiskan nilai guna dari barang dan jasa tersebut.

C. Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen/ Nasabah

Faktor yang mempengaruhi perilaku dan keputusan kosumen itu dapat dilihat dua pendekatan, yaitu faktor internal adalah faktor yang timbul dari diri konsumen itu sendiri sedangkan faktor eksternal adalah faktor yang datang dari lingkungan atau dari luar diri konsumen itu sendiri. Faktor-faktor ini sangat dapat menentukan bagaimana keputusan yang diambil oleh konsumen dalam pemilihan produk yang akan digunakan atau dibeli. Sebagai proses pengambilan keputusan, perilaku konsumen untuk menjadi nasabah sangat dipengaruhi oleh faktor internal, seperti sikap, persepsi, motivasi, dan faktor eksternal, seperti pengaruh kelompok referensi, pendidikan, kondisi sosial(lingkungan) dan keluarga. Disamping itu dari pihak bank ada beberapa akibat maupun faktor yang dapat mempengaruhi sikap maupun perilaku nasabah untuk menjadi nasabah di suatu bank. Seperti lokasi Bank di kawasan strategis, segala sarana dan prasarana yang eksklusif yang memberikan kenyamanan, pelayanan yang cepat dan ramah, keamanan berinvestasi serta keuntungan yang akan diberikan. Dengan mengetahui alasan nasabah memutuskan untuk menjadi nasabah bank, pihak bank

akan mendapat gambaran mengenai siapa nasabahnya, untuk keperluan apa, dan maupun siapa mereka. **Khoiruddin (2004)**

D. Sikap

1. Definisi Sikap

Menurut **Thurstone (1993)**, sikap adalah salah satu yang cukup sederhana yaitu jumlah pengaruh yang dimiliki seseorang atas atau menentang suatu objek. Beberapa tahun kemudian Gordon Allport mengajukan definisi sikap yaitu sikap adalah suatu mental dan syaraf sehubungan dengan kesiapan untuk menanggapi, diorganisasikan melalui pengalaman dan memiliki pengaruh yang mengarahkan dan atau dinamis terhadap prilaku.

Sikap adalah determinan perilaku sebab sikap berkaitan dengan persepsi, kepribadian, dan motivasi. Sebuah sikap adalah perasaan positif atau negatif atau keadaan mental yang selalu disiapkan, dipelajari dan diatur melalui pengalaman yang memberikan pengaruh khusus pada respon seseorang terhadap sejumlah obyek-obyek, dan keadaan. Sedangkan komponen perilaku dari sikap mengacu pada kecenderungan seseorang untuk bertindak terhadap seorang atau sesuatu dengan cara tertentu misalnya, hangat, agresif, apatis dan sebagainya. **(Ari Kamayanti dan Parwita Setya W, 2009. PDF Download)**

2. Fungsi-Fungsi Sikap

Daniel Katz, mengklasifikasikan empat fungsi sikap yaitu:

- a. Fungsi Utilitarian, merupakan fungsi yang berhubungan dengan prinsip-prinsip dasar imbalan dan hukuman. Disini konsumen mengembangkan beberapa sikap terhadap produk atas dasar apakah suatu produk memberikan kepuasan atau kekecewaan.
- b. Fungsi Ekspresi Nilai, merupakan diaman konsumen mengembangkan sikap terhadap produk bukan didasarkan atas manfaat produk itu, tetapi lebih didasarkan atas kemampuan merek produk itu mengekspresikan nilai-nilai yang ada pada dirinya.
- c. Fungsi mempertahankan ego, merupakan sikap yang dikembangkan oleh konsumen cenderung untuk melindunginya dari tantangan eksternal maupun perasaan internal, sehingga membentuk fungsi mempertahankan ego.
- d. Fungsi pengetahuan, merupakan sikap membantu konsumen mengorganisasikan informasi yang begitu banyak yang setiap hari dipaparkan pada dirinya. Fungsi pengetahuan dapat membantu konsumen mengurangi ketidakpastian dan kebingungan dalam memilah-milah informasi yang relevan dan tidak relevan dengan kebutuhannya.

3. Peranan Sikap Dalam Pengembangan Strategi Pemasaran

Pengukuran sikap konsumen bagi pemasaran merupakan hal yang sangat penting. Dengan mengetahui sikap, pemasar dapat mengidentifikasi segmen manfaat, mengembangkan produk baru dan memformulasikan serta evaluasi strategi promosional. **(Setiadi, 2008 : 218)**

Sikap konsumen terhadap suatu produk dapat bervariasi bergantung pada apa orientasinya. Berkaitan dengan sikap ini, pemasar dapat mengidentifikasi segmen konsumen berdasarkan manfaat produk yang diinginkan konsumen. Misalnya: produk mobil dapat disegmentasikan berdasarkan kriteria ekonomis, performansi, dan segmen mobil mewah. Segmen manfaat merupakan hal yang

sangat mendasar untuk membindik konsumen, karena manfaat yang diinginkan akan mempengaruhi sikap dan perilaku konsumen terhadap merek.

4. Hubungan Antara Kepercayaan Dan Sikap

Hubungan antara kepercayaan dan sikap oleh beberapa teroi, antara lain adalah:

- a. Teori Keseimbangan Heider, adalah manusia dianggap selalu menjaga keseimbangan antara kepercayaan yang ada pada dirinya dengan evaluasi. Artinya orang akan menari keseimbangan jika misalnya informasi baru yang diterimanya tidak sesuai dengan kepercayaan yang selama ini diyakininya.
- b. Teori Ekspektasi Dan Rosenberg, menyatakan bahwa perilaku pada umumnya lebih dipengaruhi oleh pengharapan unutm mencapai sesuatu hasil yang diinginkan dari pada dorongan dari dalam diri. Konsumen memilih produk merek tertentu dibanding merek lainnya karena dia mengharapakan akibat positif atas pilihan tersebut.
- c. Teori Multiatribut Dari Fishbein, menjelaskan pembentukan sikap sebagai tanggapan atas atribut-atribut. Atribut bersifat lebih operasional, sedangkan nilai lebih bersipat abstrak dan susah dideverisasi kedalam bentuk konkrit.

5. Hubungan Antara Sikap Dan Perilaku

Model-model sikap yang berkembang akan mempunyai relevansi bagi para pemasar jika model itu mampu memprediksi perilaku konsumen. Dengan kata lain, sejauh mana sikap konsumen mampu dijadikan dasar untuk memprediksi perilakunya (Setiadi, 2008: 221). Model *reasoned action* dalam memprediksi perilaku berdasarkan sikap:

- a. Model *Reasoned Action* menekankan pada pengukuran sikap yang lebih menekankan pada maksud untuk berperilaku.

- b. Penilaian kepercayaan pada teori *Reasoned Action* yaitu menilai kepercayaan konsumen yang membentuk perilaku karena lebih memikirkan akibat dari tindakan yang dilakukan.
- c. Pada model *Reasoned Action* melibatkan variabel lain yaitu berupa norma-norma sosial yang turut mempengaruhi sikap seseorang.

6. Memprediksi Perilaku Dengan Sikap

Cialdini, Petty dan Cacciopo (1981), mengemukakan berbagai faktor yang mempengaruhi prediksi perilaku oleh sikap:

- a. Keterlibatan Konsumen. Dalam keputusan pembelian, sikap memungkinkan untuk memprediksi perilaku dalam tingkat keterlibatan yang tinggi.
- b. Pengukuran Sikap. Pengukuran sikap seharusnya dapat diandalkan (reliabel) dan sah (valid). Pernyataan-pernyataan tentang sikap konsumen seharusnya bersifat spesifik.
- c. Pengaruh Orang Lain. Keinginan orang lain terhadap pembelian, juga motivasi konsumen untuk menuruti keinginan-keinginan itu mempengaruhi kemampuan sikap memprediksi perilaku
- d. Faktor Situasional. Faktor-faktor situasional seperti liburan, kekurangan waktu, sakit dan hal-hal lain yang mungkin menghalangi dan menyebabkan sikap tidak dapat memprediksi perilaku dengan baik.
- e. Pengaruh Merek Lain. Walaupun sikap terhadap suatu merek cukup tinggi, tapi jika sikap terhadap merek lain lebih tinggi, maka merek lain itu yang mungkin lebih dibeli. Karena model sikap terhadap suatu objek gagal dimasukan sikap terhadap objek lain secara baik, hal ini akan menjadi masalah untuk memprediksi perilaku.

E. Pelayanan Konsumen (*Customer Services*)

1. Pengertian Pelayanan (*Customer Services*)

Pelayanan Konsumen (*Customer Services*) adalah setiap kegiatan yang diperuntukan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan konsumen, melalui

pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen dikemukakan oleh **Kasmir (2005 : 201)**. Pelayanan (CS) memegang peranan penting dalam dunia perbankan, tugas utama CS memberi pelayanan dan membina hubungan dengan masyarakat dan nasabah. Pelayanan yang baik dapat mendorong konsumen/nasabah dalam mengambil keputusan membeli dan menggunakan produk tersebut.

2. Fungsi Dan Tugas Pelayanan (Cs)

Sebagai seorang *Customer Services* tentu telah ditetapkan fungsi dan tugas yang diembannya (**Kasmir, 2005: 202**). Dalam praktiknya fungsi CS adalah sebagai berikut:

1. Sebagai *resepsionis*, artinya seorang CS berfungsi sebagai penerima tamu yang datang ke bank. Dalam hal menerima tamu CS harus bersikap dengan ramah tama, sopan dan menyenangkan.
2. Sebagai *deskman*, artinya seorang CS berfungsi sebagai orang yang melayani berbagai macam aplikasi yang diajukan nasabah atau calon nasabah.
3. Sebagai *salesmen*, artinya CS berfungsi sebagai orang yang menjual produk perbankan sekaligus sebagai pelaksana cross selling.
4. Sebagai *Customer Relation Officer*, yaitu berfungsi sebagai orang yang dapat membina hubungan baik dengan seluruh nasabah, termasuk merayu atau membujuk agar nasabah tetap bertahan tidak lari dari bank yang bersangkutan apabila menghadapi masalah.
5. Sebagai komunikator, yaitu berfungsi sebagai orang yang menghubungi nasabah dan memberikan informasi tentang segala sesuatu yang ada hubungannya antara bank dengan nasabah.

3. Dasar-Dasar Pelayanan Nasabah

Seorang CS dituntut untuk memberikan pelayanan yang prima kepada nasabah. Agar pelayanan yang diberikan dapat memuaskan nasabah, maka seorang CS harus memiliki dasar-dasar pelayanan yang kokoh. Pelayanan yang

diberikan akan berkualitas jika setiap CS telah dibekali dengan dasar-dasar pelayanan. Berikut dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami dan dimengerti seorang CS (**Kasmir, 2005: 204**) yaitu:

1. Berpakain rapi, perpenampilan rapi dan bersih.
2. Percaya diri, bersikap akrab dan penuh dengan senyuman.
3. Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebut nama jika kenal.
4. Tenang, sopan, hormat serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan.
5. Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar.
6. Bergairah dalam melayani nasabah dan tunjukkan kemampuannya.
7. Jangan menyelah atau menyelah pembicaraan.
8. Mampu meyakini nasabah serta memberikan kepuasan.
9. Jika tidak sanggup menangani permasalahan yang ada, minta bantuan.
10. Bila belum dapat melayani, beritahukan kapan akan dapat dilayani lagi.

4. Sifat-Sifat Nasabah

Dalam melayani nasabah sebaiknya seorang CS mampu memahami dan mengerti akan sifat-sifat masing-masing nasabahnya. Hal ini disebabkan masing-masing memiliki sifat-sifat yang berbeda. Secara umum nasabah memiliki keinginan yang sama, yaitu ingin dipenuhi keinginan dan kebutuhannya serta selalu ingin memperoleh perhatian. (**Kasmir, 2005: 207**)

Berikut sifat-sifat nasabah yang harus dikenal, yaitu:

1. Petugas CS harus menganggap nasabah adalah raja.
2. Nasabah mau dipenuhi keinginan dan kebutuhannya.
3. Nasabah tidak mau didebat dan tidak mau disinggung perasaannya.
4. Nasabah mau slalu diperhatikan keluhannya.
5. Nasabah adalah merupakan sumber pendapatan bank.

5. Sikap Melayani Nasabah

Berikut ini beberapa sikap yang harus diperhatikan dalam melayani nasabah, (Kasmir, 2005: 208) yaitu:

1. Memberi kesempatan kepada nasabah berbicara.
2. Dengar baik-baik selama nasabah mengungkapkan pendapatnya.
3. Jangan menyela pembicaraan sebelum nasabah selesai berbicara.
4. Ajukan pertanyaan setelah nasabah selesai berbicara.
5. Jangan marah dan jangan mudah tersinggung.
6. Jangan mendebat nasabah.
7. Jaga sikap sopan, ramah, dan selalu tenang.
8. Jangan menangani hal-hal yang bukan merupakan pekerjaannya.
9. Tunjukkan sikap perhatian dan sikap ingin membantu.

6. Ciri-Ciri Pelayanan Yang Baik

Setiap bank selalu ingin dianggap yang terbaik dimata nasabahnya. Nasabah pada intinya ingin diberikan pelayanan yang terbaik. Ciri-ciri pelayanan yang baik ini harus segera dapat dipenuhi oleh bank sehingga keinginan nasabah dapat diberikan secara maksimal.

Berikut ini beberapa ciri pelayanan yang baik harus diikuti oleh CS (Kasmir, 2005: 209), yaitu:

- a. Tersedia sarana dan prasarana yang baik.
- b. Tersedia karyawan yang baik.
- c. Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai.
- d. Mampu melayanai secara cepat dan tepat.
- e. Mampu berkomunikasi yang baik.
- f. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi.
- g. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik.
- h. Berusaha memahami kebutuhan nasabah.
- i. Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah.

F. Sistem Syariah

Sistem Syariah dalam mempengaruhi keputusan konsumen itu terdapat dalam lingkungan dan kepribadian konsumen tersebut. Menurut **Setiadi (2003 : 130)**, Kepribadian adalah organisasi dinamis dari sistem psikologi individu yang menentukan penyesuaian dirinya terhadap lingkungan secara unik. Kepribadian juga meliputi Agama, suku, dan lingkungan sosial. Kepribadian juga mempengaruhi seseorang dalam membeli dan mengkonsumsi barang dan jasa menurut kepribadianya masing-masing. Dalam hal ini penulis mengambil faktor kepribadian dalam sudut pandang keagamaan (sistem syariah). Sistem syariah adalah suatu sistem yang menganut unsur-unsur agama Islam, ekonomi Islam menolak sistem bunga karena dianggap riba. Prinsip utama yang dianut didalamnya adalah larangan riba (bunga) dalam berbagai bentuk transaksi, menjalankan bisnis yang syah menurut syariah dan memberikan bagi hasil sebagai pengganti bunga sesuai akad perjanjian (**Muhammad, 2008 ; 95**)

G. Proses Pengambilan Keputusan Konsumen

Schiffman dan Kanuk (2000), mendefinisikan suatu keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Seorang konsumen yang hendak melakukan pilihan maka ia harus memiliki pilihan alternatif. Contoh, seorang yang ingin memilih sebuah sedan, ia dihadapkan kepada beberapa merk kendaraan; Toyota, Suzuki, Hyundai, Honda. Dengan demikian ia harus mengambil keputusan merk apa yang akan dibelinya, atau ia harus memilih salah satu dari merk tersebut.

Langkah-langkah keputusan konsumen, menurut (Sumarwan, 2004 : 294), yaitu:

1. Pengenalan Kebutuhan. Pengenalan kebutuhan muncul apabila konsumen menghadapi suatu masalah, yaitu keadaan terdapat perbedaan keadaan yang diinginkan dengan keadaan yang sebenarnya terjadi.
2. Waktu. Dimana terjadi perbedaan kebutuhan antara waktu ke waktu hingga tingkat umur yang dialami oleh konsumen tersebut.
3. Perubahan Situasi. Perubahan situasi akan mengaktifkan kebutuhan. Konsumen yang masih bujangan akan banyak menghabiskan pengeluarannya untuk hiburan. Jika konsumen tersebut menikah ia akan mengenali banyak kebutuhan yang lain, misalnya ia harus lebih banyak menabung untuk menabung untuk persiapan kelahiran anaknya dan ia mengurangi pengeluaran hiburannya.
4. Pemilikan produk. Memiliki sebuah produk sering kali mengaktifkan kebutuhan, karena apabila kita memiliki suatu barang tentu akan membuat kita membutuhkan barang dan jasa lainnya.
5. Konsumsi Produk. Setelah kita mengkonsumsi atau menghabiskan barang tentu kita akan mencari dan membelinya lagi untuk konsumsi berikutnya.
6. Perbedaan Individu. Perbedaan individu akan mengaktifkan kebutuhan, karena dengan perbedaan individu akan membedakan tingkat kebutuhannya.
7. Pengaruh Pemasaran. Produk baru yang sering muncul dan dipromosikan di media masa itu akan mempengaruhi konsumen, bahwa ia akan merasa lebih mengenal produk tersebut dan akan merasa membutuhkannya.
8. Pencarian Informasi. Pencarian informasi akan mulai dilakukan oleh konsumen ketika mendang bahwa kebutuhan tersebut bisa dipenuhi dengan membeli dan mengkonsumsi barang dan jasa atau suatu produk.
9. Evaluasi Alternatif adalah proses mengevaluasi pilihan produk dan merek, memilihnya sesuai dengan yang diinginkan konsumen tersebut.
10. Menentukan Pilihan Produk. Setelah menentukan alternatif dan mengevaluasikannya, tentu konsumen akan mengambil keputusan untuk memilih produk mana yang akan dibeli. Ada beberapa teknik dalam pemilihan produk yaitu:
 - a. Teknik Kompensatori
Teknik Kompensatori adalah kelebihan suatu atribut dari sebuah merek dapat menutupi kelemahan dari atribut lainnya. Maka produk tersebut akan dipilih secara langsung.
 - b. Teknik Non Kompensatori
Teknik Nonkompensatori diterapkan oleh konsumen pada situasi keterlibatan rendah. Teknik menyatakan skor yang tinggi pada satu atribut tidak bisa menutupi skor yang rendah pada atribut lainnya. Teknik nonkompensatori disebut juga sebagai model hirarki pilihan, dimana konsumen membandingkan skor atribut produk satu persatu.

H. Nasabah

Pengertian Nasabah, Menurut kamus perbankan mendefinisikan nasabah adalah orang atau badan yang mempunyai rekening simpanan atau pinjaman pada bank (**Saladin, 2000 : 374**). Nasabah merupakan orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank (**Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, 2003 : 775**). Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa nasabah adalah orang yang menjadi pelanggan bank yang mempunyai rekening simpanan dan pinjam.

I. Pemasaran

Menurut **Philip Kotler (2000)**, pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan untukan memuaskan kebutuhan dan keinginan manausia melalui proses pertukaran. Menurut **William J. Stanton**, pemasaran terbagi dalam dua sudut pandang, yaitu:

1. Dalam arti kemasyarakatan, pemasaran adalah setiap kegiatan tukar-menukar yang bertujuan untuk memuaskan keinginan manusia.
2. Dalam arti bisnis, pemasaran adalah sebuah sistem kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, memberi harga, mempromosikan dan mendistribusikan jasa serta barang-barang pemuas keinginan pasar.

Dari beberapa pegertian diatas, terdapat beberapa istilah menurut **Sumarwan, (2004 : 112)**, seperti :

- a. Kebutuhan adalah suatu keadaan yang dirasakan ingin diperoleh oleh seseorang.
- b. Keinginan adalah pola kebutuhan manusia yang dibentuk oleh kebudayaan dan individualitas seseorang.
- c. Permintaan adalah keinginan terhadap produk-produk tertentu yang didukung oleh suatu kemampuan dan kemauan untuk membeli produk.

- d. Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan pada suatu pasar untuk mendapat perhatian, untuk dimiliki, penggunaan ataupun konsumsi yang bias memuaskan keinginan dan kebutuhan.
- e. Pertukaran adalah tindakan seseorang untuk memperoleh suatu benda yang diinginkan dengan menawarkan sesuatu sebagai pengantinya.

J. Modal

Pengertian modal dari beberapa penulis, yaitu sebagai berikut:

1. Liitge mengartikan modal hanyalah dalam artian uang (geldkapital).
2. Schwiedland memberikan pengertian modal dalam artian yang lebih luas, di mana modal itu meliputi baik modal dalam bentuk uang (geldkapital), maupun dalam bentuk barang (sachkapital), misalnya mesin, barang-barang dagangan, dan lain sebagainya. Kemudian ada beberapa penulis yang menekankan pada kekuasaan menggunakannya, yaitu antara lain J.B. Clark.
3. A. Amonn J. von Komorzynsky, yang memandang modal sebagai kekuasaan menggunakan barang-barang modal yang belum digunakan, untuk memenuhi harapan yang akan dicapainya.
4. Meij mengartikan modal sebagai “kolektivitas dari barang-barang modal” yang terdapat dalam neraca sebelah debit, sedangkan yang dimaksud dengan barang-barang modal ialah semua barang yang ada dalam rumah tangga perusahaan dalam fungsi produktifnya untuk membentuk pendapatan.
5. Polak mengartikan modal ialah sebagai kekuasaan untuk menggunakan barang-barang modal. Dengan demikian modal ialah terdapat di neraca sebelah kredit. Adapun yang dimaksud dengan barang-barang modal ialah barang-barang yang ada dalam perusahaan yang belum digunakan, jadi yang terdapat di neraca sebelah debit.
6. Bakker mengartikan modal ialah baik yang berupa barang-barang kongkret yang masih ada dalam rumah tangga perusahaan yang terdapat di neraca sebelah debit, maupun berupa daya beli atau nilai tukar dari barang-barang itu yang tercatat di sebelah kredit.

Keuangan diperlukan oleh setiap perusahaan untuk dapat memperlancar kegiatan operasinya. Menurut **Sundjaja dan Barlian (2002: 34)**, Pengertian keuangan adalah “keuangan merupakan ilmu dan seni dalam mengelola uang yang mempengaruhi kehidupan setiap orang dan setiap organisasi. Keuangan

berhubungan dengan proses, lembaga, pasar dan instrument yang terlibat dalam transfer uang diantara individu maupun antara bisnis dan pemerintahan”.

K. Pengertian Baitul maal wattamwil (BMT)

Baitul maal wattamwil (BMT) terdiri dari dua istilah, yaitu baitul maal dan baitul tamwil. Baitul maal lebih mengarah pada usaha – usaha pengumpulan dan penyaluran dana yang non – profit, seperti; zakat, infaq dan shadaqah. Sedangkan baitul tamwil sebagai usaha 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.

Secara kelembagaan BMT didampingi atau didukung Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil (PINBUK). PINBUK sebagai lembaga primer karena mengemban misi yang lebih luas, yakni menetapkan usaha kecil. Dalam prakteknya, PINBUK menetapkan BMT, dan pada gilirannya BMT menetapkan usaha kecil. Keberadaan BMT merupakan representasi dari kehidupan masyarakat dimana BMT itu berada, dengan jalan ini BMT mampu mengakomodir kepentingan ekonomi masyarakat.

Peran umum BMT yang dilakukan adalah melakukan pembinaan dan pendanaan yang berdasarkan sistem syariah. Peran ini menegaskan arti penting prinsip-prinsip syariah dalam kehidupan ekonomi masyarakat. Sebagai lembaga keuangan syariah yang bersentuhan langsung dengan kehidupan masyarakat kecil yang serba cukup ilmu pengetahuan ataupun materi maka BMT mempunyai tugas

penting dalam pengemban misi keislaman dalam segala aspek kehidupan masyarakat. Oleh karena itu , BMT diharapkan mampu berperan lebih aktif dalam memperbaiki kondisi ini.

Untuk meningkatkan peran BMT dalam kehidupan ekonomi masyarakat, maka BMT terbuka untuk menciptakan produk baru. Tetapi produk tersebut harus memenuhi syarat:

1. Sesuai dengan syariat dan disetujui oleh Dewan Syariah.
2. Dapat ditangani oleh sistem operasi BMT bersangkutan.
3. Membawa kemaslahatan

L. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian mengenai keputusan nasabah dalam pemilihan bank syariah dan produk-produk perbankan syariah tersebut. Telah dilakukan oleh Penelitian **Metawa dan Almosawi (1998)** yang dilakukan di Bahrain menemukan bahwa keputusan nasabah dalam menggunakan produk bank syariah adalah karena lebih didorong oleh faktor agama, yaitu ketaatannya pada prinsip-prinsip ajaran Islam. Riset **Erol dan El-Bdour (1989)** menemukan bahwa motif nasabah dalam memilih bank syariah didasarkan pada motif keuntungan, dan bukan motif agama. Selain itu, *peer group*, kesadaran nasabah terhadap keuntungan yang diperoleh melalui investasi *profit/loss sharing*, serta distribusi pendapatan sistem bank syariah juga mempengaruhi keputusan memilih bank syariah. **Haron dan Norafifah (2000)** dalam penelitiannya di Malaysia

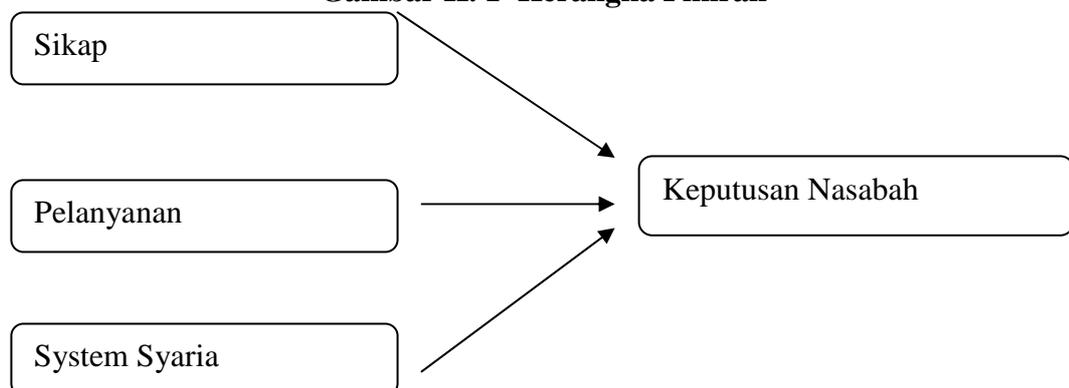
menemukan hubungan positif antara simpanan yang ada di bank syariah dan tingkat keuntungannya. Secara ringkas, riset tersebut menyimpulkan bahwa faktor yang mendorong nasabah menyimpan uangnya di bank syariah adalah motivasi mencari keuntungan atau faktor ekonomis.

Hasil penelitian *kerjasama Bank Indonesia dan Institut Pertanian Bogor (2000)* tentang bank syariah di wilayah Jawa Barat menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat menggunakan jasa bank syariah adalah lokasi/akses, pelayanan, kredibilitas, fasilitas, status, dan pengetahuan nasabah tentang bank syariah. Kesimpulan umum dari riset ini adalah bahwa masyarakat memilih dan menggunakan produk bank syariah lebih karena faktor ekonomis.

M. Kerangka Pikiran

Dari latar belakang dan telaah pustaka diatas, penulis menggambarkan kerangka pikiran dalam tulisan ini adalah sebagai berikut:

Gambar II. 1 Kerangka Pikiran



1. Sikap adalah determinan perilaku sebab sikap berkaitan dengan persepsi, kepribadian, dan motivasi. Sebuah sikap adalah perasaan positif atau

negatif atau keadaan mental yang selalu disiapkan, dipelajari dan diatur melalui pengalaman yang memberikan pengaruh khusus pada respon seseorang terhadap sejumlah obyek-obyek, dan keadaan. Sedangkan komponen perilaku dari sikap mengacu pada kecenderungan seseorang untuk bertindak terhadap seorang atau sesuatu dengan cara tertentu misalnya, hangat, agresif, apatis dan sebagainya. **(Ari Kamayanti dan Parwita Setya W, 2009. PDF Download)**

2. Pelayanan adalah merupakan hal penting yang harus dilakukan perusahaan pada konsumen supaya tetap loyal dan menggunakan kembali produk dan jasa yang ditawarkan. Kegiatan dan kesalahan pelayanan yang diberikan perusahaan akan menjadi alasan yang digunakan konsumen dalam dalam mengambil keputusan. *Technical Assistance Reseach Program Inc* (TARP), perusahaan penelitian pasar di Amerika Serikat membuat 4 resiko pelayanan dan **Nitisemito (2003 : 10)**, meneliti kembali perilaku pelayanan sebagai berikut:

- a. Pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen/pelanggan memberikan kepuasan maksimal bagi konsumen.
- b. Terjadi kesalahan pemberian pelayanan, tetapi pelanggan/konsumen tidak mengeluhkannya.
- c. Terjadi kesalahn pemberian pelayanan, pelanggan mengeluh. Mereka merasa dibohongi, meskipun demikian ini bukan kepuasan sebenarnya terhadap pelayanan.
- d. Terjadi kesalahan pemberian pelayanan, pelanggan mengeluh merasa tidak puas dengan hasil kerja pelayanan dan petugas pelayanan.

Jadi pelayanan adalah salah satu faktor penting yang menjadi tolak ukur pengambilan keputusan bagi konsumen dan pelanggan (nasabah bank).

3. Sistem Syariah. Dalam hal ini penulis mengambil faktor keprebadian dalam sudut pandang keagamaan (sistem syariah). Sistem syariah adalah suatu sistem yang menganut unsur-unsur agama Islam, ekonomi Islam menolak sistem bunga. Prinsip utama yang dianut didalamnya adalah larangan riba (bunga) dalam berbagai bentuk transaksi, menjalankan bisnis yang syah menurut syariah dan memberikan bagi hasil sebagai pengganti bunga sesuai akad perjanjian (**Muhammad, 2008 ; 95**)

N. Hipotesa

Dari beberapa latar belakang, telaah pustaka dan hasil penelitian terdahulu, diduga faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam pemilihan pembiayaan mudharabah pada BMT Al Ittihad Rumbai Pekanbaru dikarenakan:

- a. Sikap nasabah yang memandang keamanan pada produk BMT itu terjamin keamanannya.
- b. Pelayanan yang dijalankan oleh BMT itu sangat ramah dan tidak terlalu berbelit-belit.
- c. Sistem syariah yang dipercayakan oleh umat islam sabagai sebuah yang harus dijalankan untuk mendapat ridho Allah SWT.

O. Variabel Penelitian

Pada penelitian ini variabel yang digunakan sebagai berikut:

Variabel independen (X) adalah:

1. Sikap Konsumen (Nasabah)
2. Pelayanan
3. Sistem Syariah

Variabel dependen (Y) adalah : Keputusan Nasabah

BAB III

METODE PENELITIAN

Suatu penelitian tidak terlepas dari prosedur atau langkah-langkah penelitian. Berbagai tahap harus ditempuh hingga tercapai hasil yang sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu untuk mengetahui faktor-faktor apa yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam pemilihan pembiayaan mudharabah di BMT Al-Ittihad Rumbai Pekanbaru.

A. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dimulai pada bulan November 2009 hingga Mei 2010 pada BMT Al Ittihad Rumbai Pekanbaru, yang beralokasi di kompleks PT. Cevron Rumbai Pekanbaru.

B. Jenis Dan Sumber Data

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data primer.

a. Data primer

Data primer adalah sumber yang secara langsung akan memberikan informasi (data) dalam penelitian. Untuk mendapatkan data primer metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan:

1. Kuesioner

Yaitu metode pengumpulan data dengan membuat daftar pertanyaan tertulis. Kuesioner ini meliputi pertanyaan yang mencakup hal-hal yang akan memberikan jawaban mengenai faktor yang dipertimbangkan nasabah dalam memilih pembiayaan di BMT Al Ittihad, jenis pekerjaan dan variabel yang

memengaruhi nasabah dalam pengambilan keputusan (sikap, pelayanan dan sistem syariah).

2. Wawancara

Yaitu metode pengumpulan data yang mengadakan tanya jawab langsung dengan anggota dan pihak BMT yang berhubungan dengan keterangan mengenai prosedur pembiayaan, dan variabel yang mempengaruhi nasabah dalam pengambilan keputusan.

b. Data skunder

Adalah data yang diperoleh dengan cara mengutip sumber-sumber lain. Untuk mendapat data skunder, maka metode pengumpulan data diperoleh dengan metode studi kepustakaan, yaitu metode pengumpulan data dengan mengumpulkan berbagai macam teori yang ada kegiatannya dengan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen/nasabah dalam pengambilan keputusan.

C. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data artinya penting dalam sebuah penelitian, mengingat data menjadi dasar dan alat untuk mencapai tujuan penelitian. Untuk itu metode yang digunakan dalam pengumpulan data ini adalah metode angket (kuesioner), wawancara dan observasi.

Penulis menyerahkan angket secara langsung kepada responden dan pengampilanya kembali. Cara ini dengan dasar untuk mendapatkan kepastian perolehan data dan memudahkan penulis untuk melakukan wawancara.

D. Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan dari objek yang akan diteliti. Sedangkan sampel adalah bagian dari populasi yang kita ambil untuk mewakili populasi secara keseluruhan yang akan dijadikan responden dalam suatu penelitian.

Dalam pengambilan data yang menjadi populasi untuk penelitian ini adalah pengurus dan anggota yang menjadi nasabah mudharabah BMT Al Ittihad Rumbai. Mengingat waktu dan biaya yang cukup besar dalam mengambil data dari responden yang besar jumlah populasinya. Untuk itu penulis menggunakan rumus slovin dalam menentukan sampel. (Umar, 2007 : 78)

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

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Besar populasi, yang diambil pada tahun 2009 sebesar 1053 orang

E = Nilai kritis (batas ketelitian) yang diinginkan (persentase kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan penarikan sampel) sebesar 10%

$$n = \frac{1053}{1 + 1053(0,1)^2}$$

$$n = \frac{1053}{11,53} = 91,33 \text{ (dibulatkan menjadi 92 orang)}$$

Jadi, jumlah sampel yang diperlukan sebesar 92 orang. Sedangkan teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel ini adalah *accidental sampling*, dimana metode pengambilan sampel dengan memilih siapa yang kebetulan

ada/dijumpai oleh peneliti. Adapun kriteria sampel adalah, (1) responden adalah nasabah produk pembiayaan mudharabah pada BMT Al Ittihad Rumbai, (2) saat pengambilan sampel responden ada di wilayah Pekanbaru. Nasabah yang dijadikan sampel sebanyak 92 orang.

E. Variabel dan Pengukuran Data

Didalam penelitian ini menggunakan bentuk kuesioner yang terisi beberapa daftar pertanyaan yang berkaitan dengan pengambilan keputusan nasabah dalam pemilihan pembiayaan mudharabah. Pertanyaan-pertanyaan merupakan alat untuk mengukur faktor-faktor apa yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam pemilihan pembiayaan mudharabah dengan penilain sikap, pelayanan, sistem syariah dan keputusan nasabah dalam pemilihan pembiayaan. Bentuk kuesioner yang diberikan terdiri dari pertanyaan faktor X dengan jumlah 12 item/butir pertanyaan dan pertanyaan faktor Y dengan 3 item/butir pertanyaan.

Dalam penelitian ini cara pengukuran yang digunakan untuk mengetahui seseorang terhadap suatu hal. Responden memberi tanggapan positif atau tanggapan negatif. Skala likert terdiri dari lima tingkatan, mulai dari tingkatan sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, sangat tidak setuju. Untuk suatu pertanyaan dijawab sangat setuju (SS) diberi skor (5), setuju (S) diberi skor (4), netral (N) diberi skor (3), tidak setuju (TS) diberi skor (2), sangat tidak setuju (STS) diberi skor (1). Jika jawaban yang diperoleh atas pertanyaan-pertanyaan tersebut rata-rata mendapatkan tingkatan skor tertinggi, berarti semua variabel yang diajukan penulis diterima sebagai faktor yang mempengaruhi keputusan

nasabah dalam pemilihan pembiayaan di BMT Al-Ittihad Rumbai. Sebaliknya, jika jawaban yang diperoleh atas pertanyaan-pertanyaan tersebut rata-rata mendapatkan tingkatan skor paling rendah, berarti semua variabel yang diajukan tidak berpengaruh dalam pengambilan keputusan nasabah dalam pemilihan pembiayaan di BMT Al-Ittihad Rumbai.

F. Pengukuran Instrumen

Dalam sebuah penelitian, data yang diperoleh harus diuji terlebih dahulu sebelum memasuki proses analisis. Pengujian data yang dilakukan meliputi pengujian validitas (keabsahan) dan pengujian reliabilitas. Pengujian validitas dilakukan untuk melakukan tingkat kemampuan suatu instrumen untuk mengungkapkan sesuatu yang menjadi sasaran pokok pengukuran yang dilakukan dengan instrumen untuk mengukur yang seharusnya diukur, sedangkan pengujian reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi instrumen yang dipakai.

a. Metode Pengujian Kualitas Data

Ketetapan penelitian suatu hipotesis sangat tergantung pada kualitas data yang dipakai. Kualitas data penelitian suatu hipotesis sangat tergantung pada kualitas data yang dipakai didalam penelitian tersebut. Kualitas data ditentukan oleh instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data untuk menghasilkan data yang berkualitas. **(Indriantoro, 2002 : 180)**

1. Uji Validitas

Validitas data yang ditentukan oleh proses pengukuran yang kuat. Suatu instrumen pengukuran dikatakan mempunyai validitas yang kuat apabila instrumen tersebut mengukur apa yang sebenarnya diukur.

Uji Validitas digunakan untuk mengetahui item-item yang ada didalam kuesioner mampu mengukur pengubah yang didapatkan dalam penelitian ini. Untuk mengetahui valid suatu variabel, dilakukan pengujian dengan menggunakan teknik *validity analysis* dengan nilai korelasi diatas 0,30 (**Sekaran, 2000: 169**)

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui instrumen penelitian yang dipakai dapat digunakan berkali-kali pada waktu yang berbeda. Pengujian dilakukan dengan menggunakan teknik *cronbach alpha*. Dimana suatu instrumen dapat dikatakan reliabel bila memiliki koefisien keandalan atau alpha sebesar; (a) $<0,6$ tidak reliabel, (b) $0,6-0,7$ acceptable, (c) $0,7-0,8$ baik dan (d) $>0,8$ sangat baik (**Sekaran, 2000: 171**)

3. Uji Normalitas Data

Menguji sebuah model regresi yaitu variabel dependen, variabel independen atau keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi normal atau mendekati normal. Untuk

mendeteksi normalitas dapat melihat grafik *Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual*. Deteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik (**Santoso, 2001: 214**).

Dasar pengambilan keputusan antara lain : (1) jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas, serta (2) jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. Untuk mendukung grafik *Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual* dalam uji normalitas data digunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*, kriteria yang digunakan adalah jika masing-masing variabel menghasilkan nilai K-S-Z dengan $P > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa masing-masing data pada variabel yang diteliti terdistribusi secara normal (**Ghozali, 2005: 30**).

b. Uji Asumsi Klasik

Untuk mengetahui estimasi regresi yang dilakukan terbatas dari bias. Yang mengakibatkan hasil regresi yang diperoleh tidak valid dan akhirnya hasil regresi tersebut tidak dapat dipergunakan sebagai dasar untuk menguji hipotesis dan penerikan kesimpulan, maka digunakan asumsi klasik. Tiga asumsi klasik yang dapat diperlihatkan:

1. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas dengan menggunakan VIF paling umum dilakukan dalam penelitian di Indonesia. Asumsi Multikolinearitas terpenuhi jika nilai VIF pada Output SPSS di bawah 10. Karena $VIF = 1/\text{tolerance}$ mendekati 1, data yang baik dapat dikatakan bebas Multikolinearitas.

2. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian Heteroskedastisitas dalam model regresi dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap. Maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas. Kebanyakan data *cross section* mengandung situasi Heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, besar).

Untuk membuktikan ada tidaknya gangguan Heteroskedastisitas jika *scatterplot* membentuk pola tertentu maka regresi mengalami gangguan Heteroskedastisitas. Sebaliknya jika *scatterplot* tidak membentuk pola tertentu (menyebar) maka regresi tidak mengalami gangguan Heteroskedastisitas.

G. Pengujian Hipotesis

Untuk mengetahui kesimpulan dari analisis ini maka terlebih dahulu dilakukan pengujian hipotesis yang dilakukan secara menyeluruh atau simultan (Uji F). Dan secara parsial (Uji t) yang dijelaskan sebagai berikut:

1. Uji Simultan (Uji F)

Untuk pengujian-pengujian variabel independen secara bersamaan digunakan statistik Uji F (F-test) dilakukan untuk melakukan apakah model pengujian hipotesis yang dilakukan tepat.

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah variabel secara bersamaan berpengaruh terhadap variabel dependen. Analisis Uji F ini dilakukan dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} dengan tingkat kepercayaan alpha yang ditentukan adalah 10% membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} yaitu apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $p_{value} < \alpha$, maka H_0 ditolak H_a diterima. Berarti bahwa variabel independen secara bersamaan mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Sebaliknya $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $p_{value} > \alpha$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hasilnya tidak signifikan yang berarti bahwa variabel independen tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.

2. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji atau membandingkan rata nilai sesuatu sampel dengan nilai lainnya. Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen

secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Pengujian dengan tingkat yang ditentukan adalah 95% dengan tingkat signifikansi sebesar 0,5% dan *degree of freedom* (df) $n - k$ membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Berarti bahwa variabel independen mempunyai pengaruh bermakna terhadap variabel dependen dan sebaliknya variabel independen tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.

Begitu juga untuk mengetahui variabel independen yang paling berpengaruh terhadap variabel dependen dilihat dari koefisien korelasi parsial. Variabel independen yang memiliki koefisien korelasi parsial yang paling besar adalah independen yang paling berpengaruh terhadap variabel dependen.

3. Koefisien Determinan

Koefisien Determinan (R) adalah sebuah koefisien yang menunjukkan seberapa besar persentase variabel-variabel independen. Semakin besar koefisien determinannya, maka semakin baik variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Dengan demikian regresi yang dihasilkan baik untuk mengestimasi nilai variabel dependen.

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Singkat BMT Al-Ittihad Rumbai Pekanbaru.

BMT Al-Ittihad Rumbai Pekanbaru adalah sebuah lembaga swadaya masyarakat yang berupaya meningkatkan kualitas perekonomian umat dengan berlandaskan syariah. BMT Al-Ittihad Rumbai Pekanbaru didirikan 12 Rabiul Awal 1421 H./ 15 Juni 2000. Disahkan lewat izin koperasi: No.272/BH/DISKOP&UKM/3/X/2001. Sertifikat Operasional BMT No: 034/PINBUK/Riau/XI/2000. Yang beranggotakan masyarakat dan kariawan PT.Chevron Rumbai Pekanbaru. Masyarakat dan kariyawan dapat menjadi anggota BMT asalkan dapat memenuhi syarat dan kewajibannya seperti membayar simpanan wajib, simpanan pokok dan simpanan mudharabah, setiap bulanya.

Unutk melancarkan usahanya BMT Al-Ittihad Rumbai Pekanbaru mengangkat sejumlah pengawas, pengurus dan pengelola, untuk mengarahkan usaha dalam hal untuk memenuhi kebutuhan yang diperlukan oleh masyarakat. Jika dilihat dari Visi dan Missi BMT Al-Ittihad Rumbai Pekanbaru sebagai berikut:

Visi : Menjadi pusat dakwah Islam terpadu untuk mewujudkan masyarakat madani yang sejahtera lahir dan batin serta bahagia dunia dan akhirat.

Missi : Memacu pembinaan umat dalam bidang pengembangan usaha muamalat Islam.

BMT Al-Ittihad berkedudukan di Komplek Masjid Al-Ittihad PT. CPI Cemara # 481 Rumbai Pekanbaru Riau, hingga saat ini BMT Al-Ittihad Rumbai memasuki usia 10 tahun.

B. Struktur Organisasi

Organisasi adalah sebuah perserikatan atau sekumpulan orang yang membentuk suatu wadah dengan cita-cita dan tujuan yang sama. Untuk berdirinya sebuah organisasi diperlukan faktor pendukung, seperti:

1. adanya sekelompok orang.
2. adanya hubungan dan pembagian kerja diantara anggotanya.
3. adanya tujuan yang ingin dicapai.

Menurut Prayudi Atmosudiryo, organisasi adalah struktur tata pembagian kerja antara sekelompok orang pemegang posisi yang berkerja sama secara tertentu untuk bersama-sama mencapai tujuan. Dalam hal ini ditekankan pada pembagian kerja dan struktur organisasi.

Struktur organisasi yang baik haruslah memenuhi syarat yang efektif dan efisien. Suatu organisasi yang efektif adalah bila struktur organisasi tersebut memungkinkan partisipasi dari tiap anggota untuk mencapai tujuan organisasi. Struktur organisasi yang efisien adalah jika memudahkan mencapai tujuan-tujuan oleh organisasi dengan biaya minimum.

Sehingga apa yang harus dikerjakan oleh masing-masing anggota dapat terlaksana dan para anggotanya dapat mengetahui apa yang menjadi tujuannya.

Sehingga masing-masing bagian dapat dikoordinir kesatu arah tujuan tertentu yang telah ditetapkan. Dengan demikian bahwa struktur organisasi menggambarkan tugas, wewenang dan tanggung jawab tugas, dari masing-masing bagian terdapat dalam organisasi.

Kepengurusan BMT Al-Ittihad Rumbai Pekanbaru Priode 2010

PANGAWAS

- Pengawas Syariah : Murtadho Habibi & DR. Mawardi
- Pengawas Keuangan : Kurnia AW & Dermon Syam

PENGURUS

- Ketua : Nasruddin
- Wakil Ketua : Aswandi Janahar
- Sekretaris : Ginesha, S.Pd
- Pengembangan Usaha : Zulkifli Bahkri
- Bendahara : Charles Chaidir

PENGELOLA

- Direktur : Indra Putra
- Project Officer : M. Efriand
- Pembiayaan : M. Efrianto, Sp & Tabrani
- Adm. Pembiayaan : Riski
- Reporting YKPI : Kiki Afriani Gultom
- Teller : Yurnalis & Safitri Handayani
- CS dan Bank Officer : Nanik Sudiar

C. Keanggotaan

Keanggotaan BMT Al-Ittihad Rumbai Pekanbaru adalah bersifat sukarela dan terbuka, perorangan serta menyetujui isi AD/ART. Ada dua macam keanggotaan:

1. Anggota Penuh adalah anggota yang mempunyai simpanan pokok khusus (saham), simpanan pokok, simpanan wajib, dan simpanan mudharabah.
2. Anggota Biasa adalah anggota yang mempunyai simpanan pokok, simpanan wajib dan simpanan mudharabah.

D. Pengawas Syariah dan Keuangan

Dalam operasinya BMT Al-Ittihad diawasi oleh pengawas syariah dan keuangan, yang dipilih dari dan oleh anggota dalam rapat anggota. Tujuannya agar operasi BMT Al-Ittihad tetap sesuai dengan syariah Islam dan Akutansi keuangan secara umum.

E. Pengurus

Pengurus adalah anggota penuh yang ditunjuk berdasarkan musyawarah rapat anggota yang berfungsi mengawasi aktifitas pengelolaan. Pemilihan anggota pengurus BMT Al-Ittihad dilaksanakan dalam rapat anggota.

F. Pengelola

Pengelola adalah tenaga profesional yang dipilih dan diangkat oleh pengurus BMT Al-Ittihad, untuk melakukan tugas dan wewenang yang diatur dalam Anggaran Rumah Tangga BMT Al-Ittihad Rumbai Pekanbaru.

G. Aktivitas BMT Al-Ittihad Rumbai Pekanbaru

Aktivitas BMT Al-Ittihad adalah pembiayaan yang diberikan BMT kepada anggotanya, sebagai berikut:

1. Pembiayaan Mudharabah adalah pembiayaan dengan adanya perjanjian usaha antara BMT dengan anggota dimana seluruh dana berasal dari BMT sedangkan anggota melakukan pengelolaan atas usaha. Hasil usaha ini dibagi sesuai dengan kesepakatan pada waktu aqad pembiayaan.
2. Pembiayaan Musyarakah adalah pembiayaan dengan perjanjian usaha antara BMT dengan anggota dimana BMT mengikutsertakan sebagian dana dalam usaha tersebut. Hasil usaha ini dibagi sesuai dengan kesepakatan bersama dengan mempertimbangkan proporsi modal. Jika terjadi kerugian, maka kerugian ditanggung bersama sesuai dengan proporsi modal.
3. Pembiayaan Murabaha adalah pemberian kredit modal kerja usaha produktif. BMT melakukan pembelian barang sedangkan anggota/pengusaha melakukan pembayaran ditangguhkan.
4. Pembiayaan Ba'i Bitsaman Ajil (BBA) adalah pembiayaan berupa pembelian barang dengan pembayaran cicilan, bisa dikatakan kredit modal/ investasi.
5. Pembiayaan Al-Qardul Hasan adalah berupa pembiayaan dengan syarat ringan pada anggota dengan tidak ditentukan/ dikenakan bagi hasilnya.
6. Pembiayaan lain yang bisa dilakukan tapi tidak terbatas dengan itu, seperti
 - a. Al Ijarah atau sewa menyewa barang
 - b. Al ju'alah atau pemberian jasa.

Dalam kegiatan operasionalnya, BMT Al-Ittihad memakai prinsip bagi hasil dan mengharamkan bunga. Perbandingan bagi hasil untuk simpanan mudharabah/ tabungan adalah 55% : 45 % dari keuntungan setelah dikurangi zakat. Keuntungan adalah pendapatan yang dikurangi biaya operasional langsung.

Usaha riil BMT adalah:

1. Waserda “Berkah” Al-Ittihad, komplek Mesjid Al-Ittihad Rumbai Pekanbaru.
2. Fhoto copy + ATK “ ASRI”, komplek Mesjid Al-Ittihad Rumbai Pekanbaru.

Kerja sama BMT Al-Ittihad adalah:

1. Dept. Koperasi : Dana Bergulir Syariaha (DBS)
2. Menpera : Perumahan
3. Bank Riau Syariah : Perumahan

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Identitas Umum Responden

Penelitian dilakukan pada bulan November 2009 sampai dengan April 2010, yakni dengan menyebarkan 92 kuesioner kepada responden dari jumlah kuesioner tersebut seluruhnya mengisi secara lengkap. dalam penelitian ini responden adalah nasabah mudhrabah pada BMT Al-Ittihad Rumbai Pekanbaru. Identitas responden dalam penelitian ini dibagi atas usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan dan pekerjaan. Identitas responden berdasarkan usianya terlihat pada Tabel V.1 dibawah ini:

Tabel V.1 : Identitas Responden Berdasarkan Usia

Usia (tahun)	Jumlah reponden (orang)	Persentase (%)
20 – 30	8	8,69
31 – 40	30	32,61
41 – 50	32	34,78
51 – 60	22	23,91
Jumlah	92	100%

Sumber: Data Dalam Olahan Tahun 2010.

Berdasarkan Tabel V.1, dilihat bahwa sebagian besar responden berusia diantara 41 samapai dengan 50 tahun yaitu sebanyak 32 responden atau 34,78%. Sedangkan 30 responden atau 32,61% responden berusia antara 31 sampai dengan 40 tahun. berarti dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden berusia produktif dan telah berkeluarga. Sedangkan dari jenis kelamin responden dapat dilihat pada Tabel V.2 dibawah ini:

Tabel V.2 : Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah responden (Orang)	Persentase (%)
- Laki-laki	72	78,26
- Perempuan	20	21,74
Jumlah	92	100

Sumber: Data Olahan Tahun 2010.

Berdasarkan Tabel V.2 dapat dilihat bahwa responden pada penelitian ini rata-rata berjenis kelamin laki-laki yaitu 70 responden atau 78,26%, sedangkan yang responden yang berjenis kelamin perempuan 20 responden atau 21,74 responden. Berarti pada penelitian ini responden rata-rata berjenis kelamin laki-laki. Sedangkan dari tingkat pendidikan responden dapat dilihat pada Tabel V.3 dibawah ini :

Tabel V.3 : Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan	Jumlah reponden (Orang)	Persentase (%)
- SD	-	-
- SMP	-	-
- SMA	36	39,14
- SERJANA	56	60,87
- LAINYA	-	-
Jumlah	92	100

Sumber: Data Olahan Tahun 2010.

Berdasarkan Tabel V.3 dapat dilihat tingkat pendidikan responden pada penelitian ini adalah Serjana yaitu 56 responden atau 60,87%, sedangkan tamatan SMA sebanyak 36 responden atau 39,14%. Berarti responden pada penelitian ini rata-rata adalah serjana. Sedangkan dari jenis pekerjaan responden dapat dilihat pada Tabel V.4 dibawah ini:

Tabel V.4 : Identitas Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Jenis pekerjaan	Jumlah responden (Orang)	Persentase (%)
- pegawai negeri	12	13,04
- pegawai swasta	38	41,30
- wiraswasta	42	45,65
- lain-lainya	-	-
Jumlah	92	100

Sumber: Data Olahan Tahun 2010.

Berdasarkan Tabel V.4 dapat dilihat bahwa pekerjaan responden pada penelitian ini adalah wiraswasta yaitu 42 responden atau 45,65%, sedangkan pegawai swasta yaitu 38 responden atau 41,30% dan pegawai negeri yaitu 12 responden atau 13,04% responden. Berarti responden pada penelitian ini rata-rata adalah wiraswasta dan pegawai swasta.

B. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Pemilihan Pembiayaan Mudharabah Di Bmt Al-Ittihad Rumbai Pekanbaru.

Adapun hasil tanggapan responden terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam pemilihan pembiayaan mudharabah di BMT Al-Ittihad Rumbai Pekanbaru, terlihat pada masing-masing deskripsi variabel dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. ASPEK SIKAP (X1)

Sikap adalah perasaan positif atau negatif atau keadaan mental yang selalu disiapkan, dipelajari dan diatur melalui pengalaman yang memberikan pengaruh khusus pada respon seseorang terhadap sejumlah obyek-obyek, dan keadaan. Dalam hal ini sikap dihubungkan pada perilaku konsumen/ nasabah dalam memilih pembiayaan mudharabah di BMT Al-Ittihad Rumbai Pekanbaru.

Adapun pernyataan-pernyataan yang termasuk dalam variabel sikap adalah Saya memilih pembiayaan mudharabah karena saya merasa puas dalam penggunaannya, Pilihan saya untuk menggunakan jasa BMT Al-Ittihad Rumbai dengan pembiayaan mudharabah adalah kebijaksanaan saya, Pembiayaan mudharabah pada BMT Al-Ittihad Rumbai benar-benar saya butuhkan untuk modal usaha saya, Dalam pemilihan pembiayaan mudharabah menjadi pengalaman terbaik saya dan Saya memilih pembiayaan mudharabah karena pembiayaan ini bisa menjadi solusi bagi permodalan usaha saya.

Tabel V.5 : Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Sikap Konsumen Terhadap Pembiayaan Mudharabah pada BMT Al-Ittihad Rumbai Pekanbaru

No	Pernyataan	Jawaban					Jumlah
		Ss	S	N	Ts	Sts	
1	Saya memilih pembiayaan mudharabah karena saya merasa puas dalam penggunaannya	40	41	11	-	-	92
2	Pilihan saya untuk menggunakan jasa BMT Al-Ittihad Rumbai dengan pembiayaan mudharabah adalah kebijaksanaan saya	33	33	26	-	-	92
3	Pembiayaan mudharabah pada BMT Al-Ittihad Rumbai benar-benar saya butuhkan untuk modal usaha saya	48	27	17	-	-	92
4	Dalam pemilihan pembiayaan mudharabah menjadi pengalaman terbaik saya	52	24	8	8	-	92
5	Saya memilih pembiayaan mudharabah karena pembiayaan ini bisa menjadi solusi bagi permodalan usaha saya	27	33	32	-	-	92

Sumber: Data Olahan Tahun 2010

Berdasarkan Tabel V.5 dapat dilihat rata-rata tanggapan responden terhadap variabel sikap yaitu 88,1% responden menjawab sangat setuju dan setuju terhadap pernyataan Saya memilih pembiayaan mudharabah karena saya merasa puas dalam penggunaannya, 71,8% responden menjawab sangat setuju dan setuju terhadap pernyataan Pilihan saya untuk menggunakan jasa BMT Al-Ittihad Rumbai dengan pembiayaan mudharabah adalah kebijaksanaan saya, 81,5% responden menjawab sangat setuju dan setuju terhadap pernyataan Pembiayaan mudharabah pada BMT Al-Ittihad Rumbai benar-benar saya butuhkan untuk modal usaha saya, 82,6% responden menjawab sangat setuju dan setuju terhadap pernyataan Dalam pemilihan pembiayaan mudharabah menjadi pengalaman terbaik saya, dan 65,2% responden menjawab sangat setuju dan setuju terhadap pernyataan Saya memilih pembiayaan mudharabah karena pembiayaan ini bisa menjadi solusi bagi permodalan usaha saya.

2. ASPEK PELAYANAN NASABAH (X2)

Pelayanan Konsumen (Customer Services) adalah setiap kegiatan yang diperuntukan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan konsumen, melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen dikemudian oleh **Kasmir (2005 : 201)**. Dalam hal ini pelayanan konsumen berhubungan faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam pemilihan pembiayaan mudharabah di BMT Al-Ittihad Rumbai Pekanbaru. Adapun pernyataan – pernyataan tentang variabel pelayanan nasabah adalah BMT Al-Ittihad Rumbai, memberikan pelayanan keluhan nasabah dan mengatasi masalah nasabah dengan cepat, BMT Al-Ittihad Rumbai, bersedia memberikan penjelasan produk-produk

yang ada di BMT tersebut, BMT Al-Ittihad Rumbai, mampu memberikan fasilitas yang baik untuk nasabah, kenyamanan dan kemudahan dalam bertransaksi, BMT Al-Ittihad, mampu memberikan kepastian, keamanan dan jaminan kerahasiaan bagi nasabah, dan Sikap peduli dan simpati dalam memberikan solusi terhadap masalah nasabah, mana yang baik dan sesuai dengan kebutuhan nasabah. Hal ini selalu diberikan BMT Al-Ittihad Rumbai.

Tabel V.6 : Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Pelayanan Konsumen/nasabah Terhadap Pembiayaan Mudharabah Di BMT Al-Ittihad Rumbai Pekanbaru

No	Pernyataan	Jawaban					Jumlah
		Ss	S	N	Ts	Sts	
1	BMT Al-Ittihad Rumbai, memberikan pelayanan keluhan nasabah dan mengatasi masalah nasabah dengan cepat	66	18	7	1	-	92
2	BMT Al-Ittihad Rumbai, bersedia memberikan penjelasan produk-produk yang ada di BMT tersebut.	46	31	15	-	-	92
3	BMT Al-Ittihad Rumbai, mampu memberikan fasilitas yang baik untuk nasabah, kenyamanan dan kemudahan dalam bertransaksi	58	1	26	7	-	92
4	BMT Al-Ittihad, mampu memberikan kepastian, keamanan dan jaminan kerahasiaan bagi nasabah	66	18	7	1	-	92
5	Sikap peduli dan simpati dalam memberikan solusi terhadap masalah nasabah, mana yang baik dan sesuai dengan kebutuhan nasabah. Hal ini selalu diberikan BMT Al-Ittihad Rumbai	38	32	21	1	-	92

Sumber: Data Olahan Tahun 2010

Berdasarkan Tabel V.6 dapat dilihat tanggapan responden terhadap pernyataan pada variabel pelayanan nasabah ini yaitu 91,3% responden menjawab sangat setuju dan setuju terhadap pernyataan BMT Al-Ittihad Rumbai, memberikan pelayanan keluhan nasabah dan mengatasi masalah nasabah dengan cepat, 83,7% responden menjawab sangat setuju dan setuju terhadap pernyataan BMT Al-Ittihad Rumbai, bersedia memberikan penjelasan produk-produk yang ada di BMT tersebut, 64,1% responden menjawab sangat setuju dan setuju terhadap pernyataan BMT Al-Ittihad Rumbai, mampu memberikan fasilitas yang baik untuk nasabah, kenyamanan dan kemudahan dalam bertransaksi, 91,3% responden menjawab sangat setuju dan setuju terhadap pernyataan BMT Al-Ittihad, mampu memberikan kepastian, keamanan dan jaminan kerahasiaan bagi nasabah dan 76,1% responden menjawab sangat setuju dan setuju terhadap pernyataan Sikap peduli dan simpati dalam memberikan solusi terhadap masalah nasabah, mana yang baik dan sesuai dengan kebutuhan nasabah.

3. Aspek Sistem Syariah (X3)

Sistem syariah adalah suatu sistem yang menganut unsur-unsur agama Islam, ekonomi Islam menolak sistem bunga karena dianggap riba. Prinsip utama yang dianut didalamnya adalah larangan riba (bunga) dalam berbagai bentuk transaksi, menjalankan bisnis yang syah menurut syariah dan memberikan bagi hasil sebagai pengganti bunga sesuai akad perjanjian (**Muhammad, 2008 ; 95**). Adapun pernyataan-pernyataan tentang variabel sistem syariah adalah Saya memilih pembiayaan mudharabah karena system bagi hasil yang ditawarkan, Saya

memilih pembiayaan mudharabah karena tidak menganut system riba sebagaimana pengkreditan modal kerja biasanya, Saya memilih pembiayaan mudaharabah karena menghindari terjat pada praktek riba, Saya memilih pembiayaan mudharabah karena system syariah mementingkan kemaslahtan umat dan Saya memilih pembiayaan mudharabah karena system ekonomi yang berbasis syariah.

Tabel V.7 : Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Sistem Syariah Terhadap Pembiayaan Mudharabah Di BMT Al-Ittihad Rumbai Pekanbaru

No	Pernyataan	Jawaban					Jumlah
		Ss	S	N	Ts	Sts	
1	Saya memilih pembiayaan mudharabah karena system bagi hasil yang ditawarkan	55	19	18	-	-	92
2	Saya memilih pembiayaan mudharabah karena tidak menganut system riba sebagaimana pengkreditan modal kerja biasanya	36	38	18	-	-	92
3	Saya memilih pembiayaan mudaharabah karena menghindari terjat pada praktek riba	37	18	37	-	-	92
4	Saya memilih pembiayaan mudharabah karena system syariah mementingkan kemaslahtan umat	18	36	29	9	-	92
5	Saya memilih pembiayaan mudharabah karena system ekonomi yang berbasis syariah	36	38	18	-	-	92

Sumber: Data Olahan Tahun 2010

Berdasarkan Tabel V.7 dapat dilihat rata-rata responden memberi tanggapan terhadap pernyataan pada variabel sistem syariah, yaitu 80,5% responden menjawab sangat setuju dan setuju terhadap pernyataan Saya memilih pembiayaan mudharabah karena system bagi hasil yang ditawarkan, 80,4%

responden menjawab sangat setuju dan setuju terhadap pernyataan Saya memilih pembiayaan mudharabah karena tidak menganut system riba sebagaimana pengkreditan modal kerja biasanya, 59,8% responden menjawab sangat setuju dan setuju terhadap pernyataan Saya memilih pembiayaan mudaharabah karena menghindari terjerat pada praktek riba, 58,7% responden menjawab sangat setuju dan setuju terhadap pernyataan Saya memilih pembiayaan mudharabah karena system syariah mementingkan kemaslahtan umat dan 80,4% responden menjawab sangat setuju dan setuju terhadap pernyataan Saya memilih pembiayaan mudharabah karena system ekonomi yang berbasis syariah.

4. Keputusan Nasabah (Y)

Keputusan adalah suatu tindakan yang diambil dari beberapa objek/pilihan yang dihadapkan pada seseorang. Adapun pernyataan-pernyataan dalam keputusan nasabah adalah Saya memilih pembiayaan mudharabah pada BMT Al-Ittihad Rumbai karena dorongan atas kebutuhan modal usaha, Saya memilih pembiayaan mudharabah pada BMT Al-Ittihad Rumbai karena popularitas system syariah saat ini, Saya memilih pembiayaan mudharabah karena tidak menaruh beban bunga terhadap pinjaman modal yang diberikan oleh BMT Al-Ittihad Rumbai, Keputusan saya memilih pembiayaan mudharabah pada BMT Al-Ittihad Rumbai adalah keputusan yang tepat, dan Saya akan mengulangi memilih dan menggunakan pembiayaan mudharabah karena saya mendapatkan pengalaman yang baik saat memilih pembiayaan pada masa lalu.

Tabel V.8 : Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Nasabah Terhadap Pembiayaan Mudharabah Di BMT Al-Ittihad Rumbai Pekanbaru

No	Pernyataan	Jawaban					Jumlah
		Ss	S	N	Ts	Sts	
1	Saya memilih pembiayaan mudharabah pada BMT Al-Ittihad Rumbai karena dorongan atas kebutuhan modal usaha	48	28	16	-	-	92
2	Saya memilih pembiayaan mudharabah pada BMT Al-Ittihad Rumbai karena popularitas system syariah saat ini	35	38	19	-	-	92
3	Saya memilih pembiayaan mudharabah karena tidak menaruh beban bunga terhadap pinjaman modal yang diberikan oleh BMT Al-Ittihad Rumbai	37	24	28	3	-	92
4	Keputusan saya memilih pembiayaan mudharabah pada BMT Al-Ittihad Rumbai adalah keputusan yang tepat	36	30	22	4	-	92
5	Saya akan mengulangi memilih dan menggunakan pembiayaan mudharabah karena saya mendapatkan pengalaman yang baik saat memilih pembiayaan pada masa lalu	30	37	25	-	-	92

Sumber: data olahan tahun 2010

Berdasarkan Tabel V.8 dapat dilihat rata-rata responden memberi tanggapan terhadap pernyataan pada variabel keputusan nasabah, yaitu 82,6% responden menjawab sangat setuju dan setuju terhadap pernyataan Saya memilih pembiayaan mudharabah pada BMT Al-Ittihad Rumbai karena dorongan atas kebutuhan modal usaha, 79,3% responden menjawab sangat setuju dan setuju terhadap pernyataan Saya memilih pembiayaan mudharabah pada BMT Al-Ittihad

Rumbai karena popularitas system syariah saat ini, 66,3% responden menjawab sangat setuju dan setuju dengan pernyataan Saya memilih pembiayaan mudharabah karena tidak menaruh beban bunga terhadap pinjaman modal yang diberikan oleh BMT Al-Ittihad Rumbai, 71,7% responden menjawab sangat setuju dan setuju terhadap pernyataan Keputusan saya memilih pembiayaan mudharabah pada BMT Al-Ittihad Rumbai adalah keputusan yang tepat dan 72,8% responden menjawab sangat setuju dan setuju terhadap pernyataan Saya akan mengulangi memilih dan menggunakan pembiayaan mudharabah karena saya mendapatkan pengalaman yang baik saat memilih pembiayaan pada masa lalu.

C. Hasil Uji Reliabilitas dan Validitas

Sebelum data yang terkumpul dianalisis, perlu dilakukan uji reliabilitas dan validitas. Pengujian ini akan menentukan layaknya data analisis lebih lanjut. Berdasarkan uji reliabilitas dan uji validitas, instrumen penelitian yang dilakukan terhadap seluruh item yang digunakan, hasilnya menunjukkan bahwa seluruh item yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah valid dan reliabel. Oleh karena itu, kuesioner layak untuk digunakan sebagai instrumen penelitian ini. Untuk selanjutnya peneliti membuat rekapitulasi hasil uji reliabilitas dan uji validitas dengan menggunakan program SPSS versi 16,0. seperti dalam Tabel V.9 dibawah ini:

Tabel V.9: Rekapitulasi Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabelitas

Variabel	Validitas		Reliability	
	KORELASI	KEPUTUSAN	Cronbach Alpha	KEPUTUSAN
SIKAP			0,777	Baik, Reliabel
X1.1	0,524	Valid		
X1.2	0,613	Valid		
X1.3	0,537	Valid		
X1.4	0,856	Valid		
X1.5	0,588	Valid		
PELAYANAN NASABAH			0,889	Baik, Reliabel
X2.1	0,841	Valid		
X2.2	0,775	Valid		
X2.3	0,651	Valid		
X2.4	0,841	Valid		
X2.5	0,686	Valid		
SISTEM SYARIAH			0,833	Baik, Reliabel
X3.1	0,715	Valid		
X3.2	0,821	Valid		
X3.3	0,641	Valid		
X3.4	0,424	Valid		
X3.5	0,821	Valid		
KEPUTUSAN			0,769	Baik, Reliabel
Y1	0,659	Valid		
Y2	0,713	Valid		
Y3	0,658	Valid		
Y4	0,568	Valid		
Y5	0,489	Valid		

Sumber: Lampiran Variabel 1 – 4 tahun 2010

Berdasarkan Tabel V.9 dapat dilihat bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah dalam pemilihan pembiayaan mudharabah pada BMT Al-Ittihad Rumbai Pekanbaru, diukur dengan 20 item pertanyaan yang terdiri dari :

1. Variabel sikap diukur dengan 5 item pernyataan. Hasil uji validitas menunjukkan nilai korelasi yang terendah yaitu 0,524 dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan tersebut 0,30 dan memenuhi syarat untuk valid. Setelah dilakukan uji reliability,

nilai cronbach alpha adalah 0,777 yang berarti variabel sikap tersebut reliabel dengan keputusan yang baik, karena memiliki nilai koefisien alpha diatas 0,60.

2. Variabel pelayanan nasabah, diukur dengan 5 item pernyataan. Hasil uji validitas menunjukkan nilai korelasi yang terendah yaitu 0,651 dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan tersebut 0,30 dan memenuhi syarat untuk valid. Setelah dilakukan uji reliability, nilai cronbach alpha adalah 0,889 yang berarti variabel pelayanan nasabah tersebut reliabel dengan keputusan yang baik, karena memiliki nilai koefisien alpha diatas 0,60.
3. Variabel sistem syariah, diukur dengan 5 item pernyataan. Hasil uji validitas menunjukkan nilai korelasi yang terendah yaitu 0,424 dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan tersebut 0,30 dan memenuhi syarat untuk valid. Setelah dilakukan uji reliability, nilai cronbach alpha adalah 0,833 yang berarti variabel sistem syariah tersebut reliabel dengan keputusan yang baik, karena memiliki nilai koefisien alpha diatas 0,60.
4. Variabel keputusan nasabah, diukur dengan 5 item pernyataan. Hasil uji validitas menunjukkan nilai korelasi yang terendah yaitu 0,489 dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan tersebut 0,30 dan memenuhi syarat untuk valid. Setelah uji reliability, nilai cronbach alpha adalah 0,769 yang berarti variabel keputusan

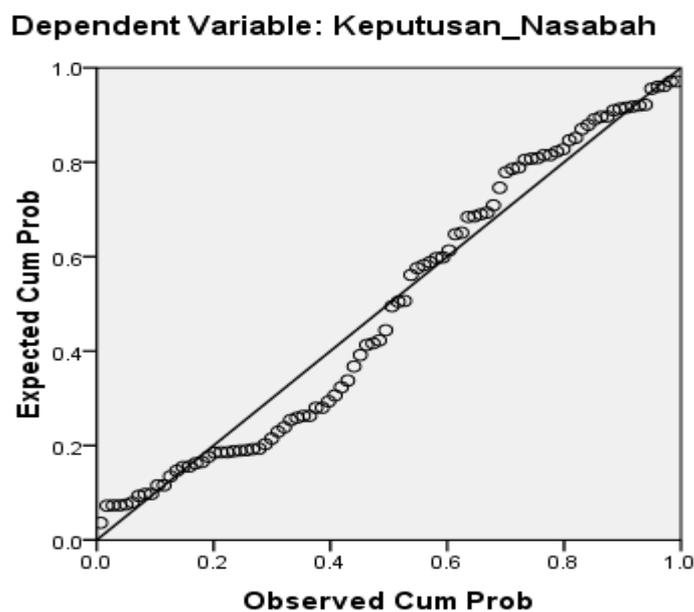
nasabah tersebut reliabel dengan keputusan yang baik, karena nilai koefisien alpha diatas 0,60.

D. Analisis Data Penelitian

1. Uji Normalitas

Deteksi Normalitas dilihat dengan menggunakan grafik normal P-P Plot of Regression Standarized Residual. Pada gambar terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Maka model regresi memenuhi asumsi normalitas seperti pada Gambar V.1 berikut ini:

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber: Lampiran 5 tahun 2010

Uji normalitas adalah langkah awal yang harus dilakukan untuk setiap analisis Multivariate khususnya, jika tujuan adalah inferensi. Jika terdapat Normalitas, maka residual akan terdistribusi secara normal.

Pada penelitian ini uji normalitas data juga menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov, kriteria yang digunakan adalah jika masing-masing variabel menghasilkan nilai K-S-Z dengan $P > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa masing-masing data pada variabel yang diteliti terdistribusi secara normal. (Ghozali, 2005:30). hasil uji Normalitas disajikan sebagai berikut terlihat pada Tabel V.10 dibawah ini:

Tabel V.10 Hasil Uji Normalitas K-S-Z Test.

		One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Sikap	pelayanan_nasa bah	sistem_syariah	keputusan_nasa bah
N		92	92	92	92
Normal Parameters ^a	Mean	20.9674	21.9348	20.4783	19.9457
	Std. Deviation	3.19151	2.98643	2.75553	2.18569
	Most Extreme Differences				
	Absolute	.192	.258	.204	.172
	Positive	.171	.152	.204	.172
	Negative	-.192	-.258	-.199	-.131
Kolmogorov-Smirnov Z		1.842	2.471	1.958	1.650
Asymp. Sig. (2-tailed)		.002	.000	.001	.009

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Lampiran 5 tahun 2010.

Tabel V.10 menunjukkan nilai K-S-Z untuk variable *Sikap* adalah sebesar 1,842 dengan signifikansi sebesar 0,002 . Nilai K-S-Z untuk variable *Pelayanan Nasabah* adalah sebesar 2,471 dengan signifikansi sebesar 0,000. Nilai K-S-Z untuk variable *Sistem Syariah* adalah sebesar 1,985 dengan signifikansi sebesar 0,001. Nilai K-S-Z untuk variable *Keputusan Nasabah* adalah sebesar 1,650

dengan signifikansi sebesar 0,009. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa semua variable secara statistik telah terdistribusi secara normal dan layak digunakan sebagai data penelitian.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas dengan menggunakan VIF paling banyak dilakukan dalam penelitian di Indonesia. Asumsi Multikolinearitas terpenuhi jika nilai VIF pada Output SPSS dibawah 10. karena $VIF = 1/Tolerance$ diatas berbeda mendekati 1. Data yang baik dapat dikatakan bebas Multikolinearitas. Hasil uji Multikolinearitas disimpulkan seperti pada Tabel V.11 dibawah ini:

Tabel V.11 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.882	3.354		1.456	.149		
Sikap	.108	.100	.100	1.079	.284	.993	1.007
Pelayanan nasabah	.249	.086	.268	2.890	.005	.988	1.012
System syariah	.393	.094	.391	4.206	.000	.985	1.015

a. Dependent Variable:

keputusan_nasabah

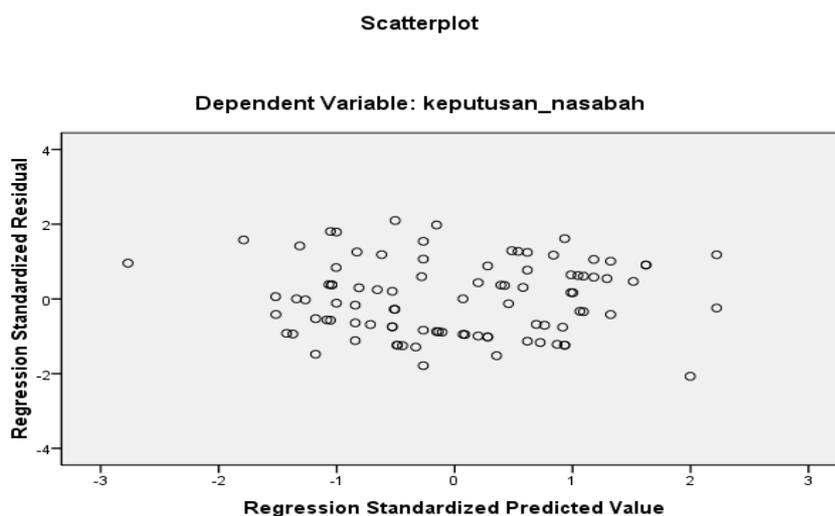
Sumber: Lampiran 6 tahun 2010

Pada Tabel V.11 menunjukkan variabel *sikap* mempunyai nilai Tolerance sebesar 0,993 sedangkan nilai VIF 1,007 , variabel *pelayanan nasabah* mempunyai Tolerance sebesar 0,988 sedangkan nilai VIF 1,012 dan variabel *sistem syariah* mempunyai Tolerance 0,985 sedangkan nilai VIF 1,015 . Dari

semua variabel independen tidak ada nilai VIF diatas 10, atau Tolerance mendekati 1. Berarti tidak terdapat gangguan multikolinearitas pada panalitian ini. Jadi dapat disimpulkan bahwa penelitian ini bebas dan layak digunakan.

b. Uji Heterokedastisitas

Untuk mendeteksi heterokedastisitas dapat melihat grafik scatterplot. Deteksinya dengan meilhat ada tidaknya pola tertentu pada grafik dimana sumbu X dan Y menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y (Santoso, 2001: 210). Seperti terlihat pada Gambar V.2 dibawah ini :



Sumber : Lampiran 6 tahun 2010

Pada Gambar V.2 tidak terlihat pola yang jelas karena titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada X dan Y, sehingga dapat dikatakan bahwa pada model regresi ini tidak terjadi gejala heterokedastisitas.

E. Analisa Hasil Penelitian

Penelitian ini menggunakan regresi linear, dilakukan dengan metode enter, dimana semua variabel dimasukan untuk mencari hubungan antara variabel

independen dengan variabel dependen, melalui meregresi keputusan nasabah sebagai variabel dependen terhadap sikap, pelayanan nasabah, dan sistem syariah sebagai variabel independen. Hasil pengujian hipotesis seperti yang tercantum dalam Tabel V.12 dibawah ini:

Tabel V.12 Hasil Uji Regresi

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.882	3.354		1.456	.149		
Sikap	.108	.100	.100	1.079	.284	.993	1.007
Pelayanan nasabah	.249	.086	.268	2.890	.005	.988	1.012
System syariah	.393	.094	.391	4.206	.000	.985	1.015

a. Dependent Variable:

keputusan_nasabah

Sumber : Lampiran 7 tahun 2010

Persamaan regresi dari hasil perhitungan statistik didapat sebagai berikut ini:

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

$$Y = 4,882 + 0,108X_1 + 0,249X_2 + 0,393X_3 + e$$

1. Konstanta sebesar 4,886 artinya : jika nilai variabel *sikap*, *pelayanan nasabah* dan *sistem syariah* nilainya adalah 0, maka *keputusan nasabah* nilainya 4,886.

2. Koefisien regresi variabel *sikap (X1)* sebesar 0,108 artinya: jika variabel lainya tetap dan *sikap* meningkat, maka *keputusan nasabah* akan meningkat 10,8%. Koefisien positif artinya terjadi hubungan positif antara *sikap* terhadap *keputusan nasabah*.
3. Koefisien regresi variabel *pelayanan nasabah (X2)* sebesar 0,249 artinya: jika variabel lainya tetap dan *pelayanan nasabh* meningkat, maka *keputusan nasabah* akan meningkat 24,9%. Koefisien positif artinya terjadi hubungan positif antara *pelayanan nasabah* terhadap *keputusan nasabah*.
4. Koefisien regresi variabel *sistem syariah (X3)* sebesar 0,393 artinya: jika variabel lainya tetap dan *sistem syariah* meningkat, maka *keputusan nasabah* akan meningkat 39,3%. Koefisien positif artinya terjadi hubungan positif antara *sistem syariah* terhadap *keputusan nasabah*.

1. Uji Regresi Secara Parsial

a. H1. *Sikap* Berpengaruh Dalam Pengambilan Keputusan Nasabah Dalam Pemilihan Pembiayaan Mudharabah Pada BMT Al-Ittihad Rumbai Pekanbaru.

Berdasarkan stastistik t tabel sebesar $1,988 > t$ hitung sebesar 1,079 dengan signifikan $0,284 > \text{signifikan } 0,05$ atau 5%, maka H1 DITOLAK. Hasil ini menunjukkan bahwa *sikap* tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam pemilihan pembiayaan mudharabah di BMT Al-Ittihad Rumbai Pekanbaru.

Faktor sikap merupakan faktor yang muncul dari dalam diri nasabah itu sendiri dari perilaku konsumen. Dimana sikap adalah perasaan positif atau negatif atau keadaan mental yang selalu disiapkan, dipelajari dan diatur melalui pengalaman yang memberikan pengaruh khusus pada respon seseorang terhadap sejumlah obyek-obyek, dan keadaan.

Dengan ditolaknya hipotesis diatas maka dapat disimpulkan bahwa faktor *sikap* tidak bisa dijadikan sebagai faktor yang dominan dalam pengambilan keputusan nasabah di BMT Al-Ittihad Rumbai Pekanbaru.

b. H2. Pelayanan Nasabah Berpengaruh Pengambilan Keputusan Nasabah Dalam Pemilihan Pembiayaan Mudharabah Pada BMT Al-Ittihad Rumbai Pekanbaru.

Berdasarkan statistik t tabel sebesar $1,988 < t$ hitung sebesar 2,890 dengan signifikan $0,005 < \text{signifikan } 0,05$ atau 5% maka H2 DITERIMA. Hasil ini menunjukkan bahwa *pelayanan konsumen* berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam pemilihan pembiayaan mudharabah di BMT Al-Ittihad Rumbai Pekanbaru.

Faktor pelayanan nasabah merupakan eksternal dalam perilaku konsumen. Dimana pelayanan adalah setiap kegiatan yang diperuntukan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan konsumen, melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen dikemukakan oleh **Kasmir (2005 : 201)**.

Dengan diterimany hipotesis diatas maka dapat disimpulkan bahwa faktor *pelayanan nasabah* bisa menjadi faktor yang dominan dalam mempengaruhi

pengambilan keputusan nasabah dalam pemilihan pembiayaan mudharabah di BMT Al-Ittihad Rumbai Pekanbaru.

c. H3. Sistem Syariah Berpengaruh Pengambilan Keputusan Nasabah Dalam Pemilihan Pembiayaan Mudharabah Pada BMT Al-Ittihad Rumbai Pekanbaru.

Berdasarkan statistik tabel t sebesar $1,988 < t$ hitung sebesar 4,206 dengan signifikan $0,000 < \text{signifikan } 0,05$ atau 5% maka H3 DITERIMA. Hasil ini menunjukkan bahwa *sistem syariah* berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam pemilihan pembiayaan mudharabah di BMT Al-Ittihad Rumbai Pekanbaru.

Faktor sistem syariah adalah faktor budaya dan kepribadian dalam perilaku konsumen. Dimana faktor ini sangat dominan dalam menentukan minat dan selera konsumen. Sistem syariah adalah suatu sistem yang menganut unsur-unsur agama Islam, ekonomi Islam menolak sistem bunga karena dianggap riba. Prinsip utama yang dianut didalamnya adalah larangan riba (bunga) dalam berbagai bentuk transaksi, menjalankan bisnis yang syah menurut syariah dan memberikan bagi hasil sebagai pengganti bunga sesuai akad perjanjian (Muhammad, 2008 ; 95)

Dengan diterimanya hipotesis diatas maka dapat disimpulkan bahwa faktor sistem syariah mempunyai pengaruh yang paling dominan dalam keputusan nasabah memilih pembiayaan mudharabah di BMT Al-Ittihad Rumbai Pekanbaru. Artinya jika sistem yang dijalankan oleh BMT Al-Ittihad tersebut berubah maka minat dan permintaan nasabah pun akan berubah terhadap produk-produk yang ditawarkan BMT tersebut. Misalnya sistem syariah itu semakin ditnggkatkan

kinerjanya, maka nasabah akan meningkat permintaanya terhadap pembiayaan yang dijalankan oleh BMT tersebut.

2. Hasil Uji Regresi Secara Simultan

Hasil uji regresi secara simultan atau uji F dapat dilihat pada Tabel V.13 dibawah ini:

Tabel V.13 : ANOVA

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	176.316	3	58.772	9.872	.000 ^a
	Residual	523.902	88	5.953		
	Total	700.217	91			

a. Predictors: (Constant), sistem_syariah, sikap, pelayanan_nasabah

b. Dependent Variable: keputusan_nasabah

Sumber: Lampiran 7 Tahun 2010

a. H4. Sikap, Pelayanan Nasabah Dan Sistem Syariah Secara Bersama-Sama Berpengaruh Pengambilan Keputusan Nasabah Dalam Pemilihan Pembiayaan Mudharabah Pada BMT Al-Ittihad Rumbai Pekanbaru.

Pada Tabel V.13 hasil regresi menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar $9,872 > F$ tabel sebesar 2,709. Dengan nilai signifikan probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$ maka H4 DITERIMA. Maka model regresi menunjukkan bahwa secara bersama-sama *sikap, pelayanan nasabah, dan sistem syariah* secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan nasabah pada BMT Al-Ittihad Rumbai Pekanbaru.

Keputusan nasbah dapat diartikan sebuah kebijakan seorang nasabah terhadap pilihan-pilihan yang ada dihadapanya yang telah dievaluasi melalui berbagai pengujian alternatif. Tujuanya untuk supaya nasabah dalam memutuskan

sesuatu itu telah menjadi sebuah kebijakan yang tepat, dan tidak siap dengan resiko kebijakan yang telah diambil tersebut. Agar nasabah tidak terjerumus dalam resiko kebijakan yang merugikan terhadap usaha yang mereka jalankan.

Dengan diterimanya hipotesis diatas, maka dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama *sikap*, *pelayanan nasabah* dan *sistem syariah*, secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam pemilihan pembiayaan mudharabah di BMT Al-Ittihad Rumbai pekanbaru. Sikap dimana nasabah memiliki kebebasan dalam menyatakan sikapnya pada tiap pilahan yang dihadapkan padanya, pelayanan nasabah dimana keramah dan kemudahan serta fasilitas yang disediakan oleh BMT untuk memenuhi kepentingan nasabah nya, sistem syariah ialah dimana sistem yang dijalankan oleh BMT tersebut untuk membedakannya dengan lembaga keuangan lainnya hingga berpotensi menjadi penawaran yang dinyatakan dalam promosi produk-produknya.

Meskipun secara simultan menyatakan secara bersama-sama variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen, namun berdasarkan uji secara parsial menunjukkan bahwa hanya terdapat dua variabel independen yang berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu *pelayanan nasabah (X2)* dan *sistem syariah (X3)*. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa variabel *pelayanan nasabah (X2)* berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam pemilihan pembiayaan mudharabah di BMT Al-Ittihad Rumbai karena memiliki Berdasarkan statistik tabel t sebesar $1,988 > t$ hitung sebesar 2,890 dengan signifikan $0,005 < \text{signifikan } 0,05$ atau 5%, dan variabel *sistem syariah (X3)* yang berpengaruh paling dominan dibandingkan variabel lainnya, karena memiliki

statistik tabel t sebesar $-1,988 > t$ hitung sebesar $-2,625$ dengan signifikan $0,010 <$ signifikan $0,05$ atau 5% .

3. Koefisien Determinasi

Nilai R (koefisien determinasi) terlihat pada Tabel V.14 dibawah ini:

Tabel V.14: Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.502 ^a	.252	.226	2.43997	1.764

a. Predictors: (Constant), sistem_syariah, sikap, pelayanan_nasabah

b. Dependent Variable: keputusan_nasabah

Sumber: Lampiran 7 tahun 2010.

Tabel V.14, menunjukan nilai R sebesar $0,502$ atau $50,2\%$, berarti hubungan keeratan secara bersama-sama antara variabel dependen dengan variabel independen cukup erat. Nilai R^2 (koefisien determinasi) sebesar $0,252$ atau $25,2\%$ artinya keputusan nasabah dalam pemilihan pembiayaan mudharabah di BMT Al-Ittihad Rumbai Pekanbaru dipengaruhi *sikap, pelayanan nasabah, sistem syariah* sebesar $25,2\%$ sedangkan sisanya sebesar $74,8\%$ dipengaruhi faktor-faktor lainya yang tidak diteliti pada penelitian ini.

4. Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis penulis menyimpulkan bahwa secara parsial variabel *sikap* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam pemilihan pembiayaan mudharabah di BMT Al-Ittihad Rumbai Pekanbaru, karena memiliki nilai t hitung $< t$ tabel dan nilai signifikan propabilitas $> 0,05$. sedangkan variabel *pelayanan nasabah dan sistem syariah*

berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam pemilihan pembiayaan mudharabah di BMT Al-Ittihad Rumbai Pekanbaru karena memiliki nilai t hitung $> t$ tabel dan nilai signifikan probabilitas $< 0,05$.

Sedangkan secara simultan variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen, karena F hitung sebesar $9,872 > F$ tabel sebesar $2,709$. Dengan nilai signifikan probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$. Nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa hanya $25,2\%$ variabel keputusan nasabah dalam pemilihan pembiayaan mudharabah di BMT Al-Ittihad Rumbai Pekanbaru dipengaruhi oleh *sikap*, *pelayan nasabah* dan *sistem syariah*.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

Sebagai akhir dari penulisan, dalam bab ini disampaikan beberapa kesimpulan dan saran-saran yang relevan sesuai dengan hasil penelitian analisis data telah dilakukan.

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam pemilihan pembiayaan mudharabah di BMT Al-Ittihad Rumbai Pekanbaru, dengan jumlah responden 92 responden maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil pengujian hipotesis secara parsial variabel *sikap* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam pemilihan pembiayaan mudharabah di BMT Al-Ittihad Rumbai Pekanbaru, karena memiliki nilai t hitung $< t$ tabel dan nilai signifikan probabilitas $> 0,05$. sedangkan variabel *pelayanan nasabah dan sistem syariah* berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam pemilihan pembiayaan mudharabah di BMT Al-Ittihad Rumbai Pekanbaru karena memiliki nilai t hitung $> t$ tabel dan nilai signifikan probabilitas $< 0,05$.
2. Hasil Regresi menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar $9,872 > F$ tabel sebesar $2,709$. Dengan nilai signifikan probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_4 DITERIMA. Maka model regresi menunjukkan bahwa secara bersama-sama *sikap, pelayanan nasabah, dan sistem syariah* secara

signifikan berpengaruh terhadap keputusan nasabah pada BMT Al-Ittihad Rumbai Pekanbaru.

3. Nilai Koefisien Determinasi R sebesar 0,502 atau 50,2%, berarti hubungan keeratan secara bersama-sama antara variabel dependen dengan variabel independen cukup erat. Nilai R^2 (koefisien determinasi) sebesar 0,252 atau 25,2% artinya keputusan nasabah dalam pemilihan pembiayaan mudharabah di BMT Al-Ittihad Rumbai Pekanbaru dipengaruhi *sikap, pelayanan nasabah, sistem syariah* sebesar 25,2% sedangkan sisanya sebesar 74,8% dipengaruhi faktor-faktor lainnya yang tidak diteliti pada penelitian ini.
4. Pada variabel *sikap* rata-rata jawaban responden terhadap nilai tertinggi adalah 200 (43,5%) responden menyatakan sangat setuju. Maka dapat disimpulkan rata-rata tanggapan responden menyatakan sangat setuju akan faktor *sikap* atau perilaku konsumen merupakan faktor yang paling dominan dalam mengambil keputusan.
5. Pada variabel *pelayanan nasabah* rata rata jawaban responden terhadap nilai tertinggi adalah 274 (59,6%) responden menyatakan sangat setuju. Maka dapat disimpulkan rata-rata tanggapan responden terhadap *pelayanan nasabah* merupakan faktor yang paling dominan dalam mengambil keputusan.
6. Pada variabel *sistem syariah* rata-rata jawaban responden terhadap nilai tertinggi adalah 182 (39,6%) reponden menyatakan sangat setuju. Maka

dapat disimpulkan rata-rata tanggapan responden terhadap *sistem syariah* merupakan faktor yang paling dominan dalam mengambil keputusan.

7. Pada variabel *keputusan nasabah* rata-rata jawaban responden terhadap nilai tertinggi adalah 186 (40,4%) responden menyatakan sangat setuju. Maka dapat disimpulkan rata-rata tanggapan responden terhadap *keputusan nasabah* memilih pembiayaan *mudharabah* telah mempertimbangkan dan mengevaluasi alternatifnya.

B. Saran Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian penulis mengusulkan saran-saran yang kiranya bermanfaat, yaitu :

1. Bagi perusahaan, perusahaan harus memperhatikan pelayanannya dalam menarik minat para pelanggan dan calon pelanggannya. Karena pelayanan juga menjadi faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam mengambil keputusan membeli atau tidaknya.
2. Bagi konsumen, konsumen sebelum mengambil sebuah keputusan membeli atau tidaknya harus mempertimbangkan dan mengevaluasi alternatif-alternatif yang ada. Agar tidak mengalami kesalahan yang menyebabkan kerugian.
3. Bagi peneliti selanjutnya, sebaiknya menggunakan faktor-faktor lain dalam mengangkat masalah yang sama.
4. Untuk memperoleh hasil penelitian yang maksimal sesuai dengan yang diharapkan, penelitian selanjutnya sebaiknya menggunakan sampel yang lebih besar dari penelitian sekarang.

DAFTAR PUSTAKA

- Angipora. Marius P. *Dasar-Dasar Pemasaran* : PT Raja Grafindo Persada. Jakarta. 2002
- Ari Kamayanti & Parwita Setya. W, Presepsi Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah dan Bank Konvensional di Sidoarjo. (PDF dwounload, 26 Desember 2009)
- Arthesa Ade, Handiman Edia, *Bank & Lembaga Keuangan Lainnya* : PT. Indeks Kelompok Gramedia. Yogyakarta. 2006
- Bank Indonesia. *Potensi, Preferensi dan Perilaku Nasabah Bank Syariah di Pulau Jawa*. www.bi.go.id. 2000. (dwounload, 26 desember 2009)
- Engel, James F. Roger D. Blackwell & Paul W. Minard, *Perilaku konsumen*, Terjemahan F.X. Budiarto. Jilid 1, Edisi Ke-4 : Bina Rupa Aksara. Jakarta. 2004
- Erywildan, *Baitul maal wattamwil* (BMT), <http://one.indoskripsi.com>: (dwounload, 23 desember 2009)
- G. Kartasapoetra, *Praktek Pengelolaan Koperasi*: PT. Rineka Cipta. Jakarta. 2003
- Gibson, L/ James, Ivancevich dan Donnely. *Organisasi: Perilaku, Struktur, Proses*. Jilid 2: Binarupa Aksara. Jakarta. 2003
- Indarto, Nur, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Edisi Pertama : BPFE UGM. Yogyakarta. 2002
- Jochen Ropke, *Ekonomi Koperasi, edisi refisi*: Selembada Empat. Jakarta. 2000
- Karim Adiarman, *Bank Islam, Analisa Fiqh dan Keuangan* : PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta. 2004
- Kasmir, *Bank & Lembaga Keuangan Lainnya*: PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta. 2001
- M. Ali Hasan, *Masail fiqhiyah, Zakat, Pajak Asuransi Dan Lembaga Keuangan* : PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta. 2000

- Melinda, Tina. *Pengaruh Perilaku Pimpinan dan Praktik Manajemen Sumber Daya Manusia Terhadap Budaya Organisasi dan Kinerja Bank Perkreditan Rakyat di Jawa Timur*. Disertasi. Universitas Airlangga. 2006
- Moh Khoiruddin, *Manajemen Bank*, Unit Penerbitan Fakultas Ekonomi Universitas Cokroaminoto, Yogyakarta. 2004
- Muhammad, *Manajemen Bank Syariah : UPP AMP YKPN*. Yogyakarta. 2002
- Muhammad, *Manajemen Pembiayaan Mudharabah dibank syariah*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2008
- Muslehuddin Muhammad, *Sistem Perbankan Dalam Islam* : PT. Rineka Cipta, Jakarta. cetakan ketiga. 2004
- Nitisemito S. Alex, *Marketing, Cetakan Ketiga* : Ghalia Indonesia. Bogor. 2003
- Philip Kotler, *Marketing Managemant, The Millenium Edition*. UPP Soddle River, Printice Hall International Inc. 2000
- Ridwan S. Sundjaja & Inge Barlian, Laporan Keuangan. (PDF dwounload, 28 Desember 2009)
- Saladin, *Perilaku Konsumen Dan Pemasaran Strategik* : Intamasa. Jakarta. 2000
- Santoso, Singgih, *Mengelola Data Statistik Secara Professional Versi 11.5* : Elex Media Komputindo. Jakarta. 2001
- Schiffman, L.G & Kanuk, L.L, *Consumer Behavior*.7thEd. New Jersey, Prattice Hall. 2000
- Sekaran, Uma, *Research Method For Business*, Third Edition. Jhon Willey and Sons Inc. 2000
- Sumarwan. Ujang, *Perilaku Konsumen* : Ghalia Indonesia. Bogor. 2004
- Sumarwan. Ujang. *Perilaku konsumen* : PT Ghalia Indonesia. Bagor Selatan. 2004
- Sunarto. *Perilaku Konsumen.*: Amus. Yogyakarta. 2006
- Sutisna, *Prilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran* : Remaja Rosdakarya. Bandung. 2002

Lampiran 1 : Hasil Uji Validitas Dan Reliability Variabel Sikap

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	sikap
X1.1	Pearson Correlation	1	.622**	.130	.071	-.009	.524**
	Sig. (2-tailed)		.000	.216	.504	.936	.000
	N	92	92	92	92	92	92
X1.2	Pearson Correlation	.622**	1	-.042	.299**	.109	.613**
	Sig. (2-tailed)	.000		.693	.004	.302	.000
	N	92	92	92	92	92	92
X1.3	Pearson Correlation	.130	-.042	1	.557**	.012	.537**
	Sig. (2-tailed)	.216	.693		.000	.909	.000
	N	92	92	92	92	92	92
X1.4	Pearson Correlation	.071	.299**	.557**	1	.636**	.856**
	Sig. (2-tailed)	.504	.004	.000		.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92
X1.5	Pearson Correlation	-.009	.109	.012	.636**	1	.588**
	Sig. (2-tailed)	.936	.302	.909	.000		.000
	N	92	92	92	92	92	92
sikap	Pearson Correlation	.524**	.613**	.537**	.856**	.588**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	92	92	92	92	92	92

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.750	.777	6

Lampiran 2 : Hasil Uji Validitas Dan Uji Reliability Variabel Pelayanan Nasabah

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Pelayanan nasabah
X2.1	Pearson Correlation	1	.453**	.370**	1.000**	.512**	.841**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92
X2.2	Pearson Correlation	.453**	1	.404**	.453**	.632**	.775**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92
X2.3	Pearson Correlation	.370**	.404**	1	.370**	.062	.651**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.554	.000
	N	92	92	92	92	92	92
X2.4	Pearson Correlation	1.000**	.453**	.370**	1	.512**	.841**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92
X2.5	Pearson Correlation	.512**	.632**	.062	.512**	1	.686**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.554	.000		.000
	N	92	92	92	92	92	92
pelayanan nasabah	Pearson Correlation	.841**	.775**	.651**	.841**	.686**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	92	92	92	92	92	92

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.788	.889	6

Lampiran 3 : hasil uji validitas dan reliability variabel system syariah

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	System syariah
X3.1	Pearson Correlation	1	.863**	.122	-.249*	.863**	.715**
	Sig. (2-tailed)		.000	.247	.017	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92
X3.2	Pearson Correlation	.863**	1	.147	-.054	1.000**	.821**
	Sig. (2-tailed)	.000		.161	.606	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92
X3.3	Pearson Correlation	.122	.147	1	.609**	.147	.641**
	Sig. (2-tailed)	.247	.161		.000	.161	.000
	N	92	92	92	92	92	92
X3.4	Pearson Correlation	-.249*	-.054	.609**	1	-.054	.424**
	Sig. (2-tailed)	.017	.606	.000		.606	.000
	N	92	92	92	92	92	92
X3.5	Pearson Correlation	.863**	1.000**	.147	-.054	1	.821**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.161	.606		.000
	N	92	92	92	92	92	92
System syariah	Pearson Correlation	.715**	.821**	.641**	.424**	.821**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	92	92	92	92	92	92

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.767	.833	6

Lampiran 4 : hasil uji validitas dan reliability variabel keputusan nasabah

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Keputusan nasabah
Y1	Pearson Correlation	1	.815**	.321**	.002	-.080	.659**
	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.982	.447	.000
	N	92	92	92	92	92	92
Y2	Pearson Correlation	.815**	1	.416**	.008	-.017	.713**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.940	.874	.000
	N	92	92	92	92	92	92
Y3	Pearson Correlation	.321**	.416**	1	.228*	.094	.658**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000		.029	.372	.000
	N	92	92	92	92	92	92
Y4	Pearson Correlation	.002	.008	.228*	1	.482**	.568**
	Sig. (2-tailed)	.982	.940	.029		.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92
Y5	Pearson Correlation	-.080	-.017	.094	.482**	1	.489**
	Sig. (2-tailed)	.447	.874	.372	.000		.000
	N	92	92	92	92	92	92
Keputusan nasabah	Pearson Correlation	.659**	.713**	.658**	.568**	.489**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	92	92	92	92	92	92

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

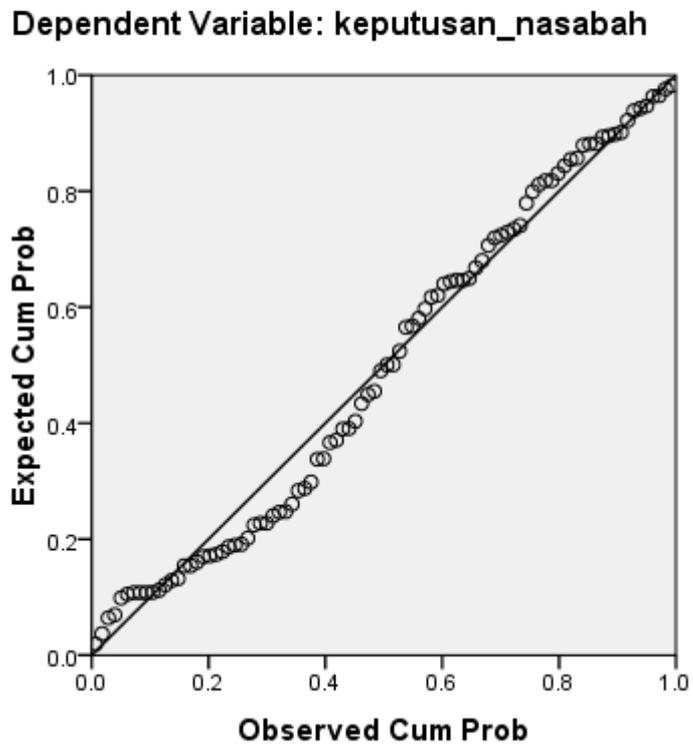
* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.742	.769	6

Lampiran 5 : hasil uji normalitas data

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		sikap	Pelayanan nasabah	System syariah	Keputusan nasabah
N		92	92	92	92
Normal Parameters ^a	Mean	20.9674	21.9348	20.4783	19.9457
	Std. Deviation	3.19151	2.98643	2.75553	2.18569
Most Extreme Differences	Absolute	.192	.258	.204	.172
	Positive	.171	.152	.204	.172
	Negative	-.192	-.258	-.199	-.131
Kolmogorov-Smirnov Z		1.842	2.471	1.958	1.650
Asymp. Sig. (2-tailed)		.002	.000	.001	.009
a. Test distribution is Normal.					

Lampiran 6 : Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinearitas

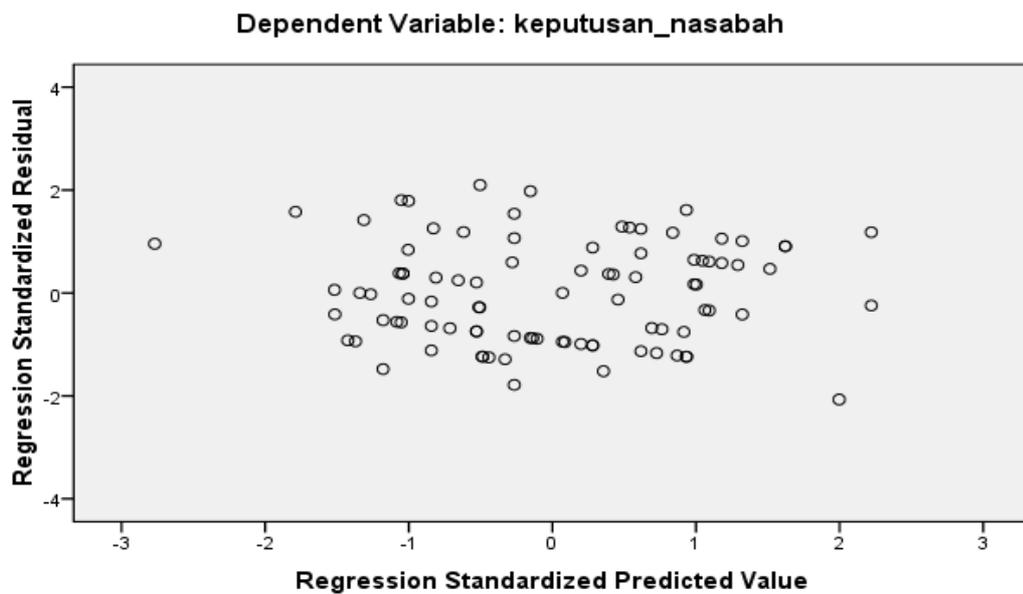
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.882	3.354		1.456	.149		
sikap	.108	.100	.100	1.079	.284	.993	1.007
pelayanan_nasabah	.249	.086	.268	2.890	.005	.988	1.012
sistem_syariah	.393	.094	.391	4.206	.000	.985	1.015

a. Dependent Variable: keputusan_nasabah

Uji Heterokedastisitas

Scatterplot



Lampiran 7: Hasil Uji Regresi

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	sistem_syariah, sikap, pelayanan_nasabah ^a		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: keputusan_nasabah

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.882	3.354		1.456	.149		
	sikap	.108	.100	.100	1.079	.284	.993	1.007
	pelayanan_nasabah	.249	.086	.268	2.890	.005	.988	1.012
	sistem_syariah	.393	.094	.391	4.206	.000	.985	1.015

a. Dependent Variable: keputusan_nasabah

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	176.316	3	58.772	9.872	.000 ^a
	Residual	523.902	88	5.953		
	Total	700.217	91			

a. Predictors: (Constant), sistem_syariah, sikap, pelayanan_nasabah

b. Dependent Variable: keputusan_nasabah

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.502 ^a	.252	.226	2.43997	1.764

a. Predictors: (Constant), sistem_syariah, sikap, pelayanan_nasabah

b. Dependent Variable: keputusan_nasabah

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Jumlah Anggota, Nasabah Mudharabah Dan Dana Yang Dimudharabahkan Pada BMT Al-Ittihad Tahun 2005-2009	7
Tabel V.1	Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	50
Tabel V.2	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel V.3 :	Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	51
Tabel V.4 :	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	52
Tabel V.5	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Sikap Konsumen Terhadap Pembiayaan Mudharabah pada BMT Al-Ittihad Rumbai Pekanbaru.....	53
Tabel V.6	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Pelayanan Konsumen/nasabah Terhadap Pembiayaan Mudharabah Di BMT Al-Ittihad Rumbai Pekanbaru.....	55
Tabel V.7	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Sistem Syariah Terhadap Pembiayaan Mudharabah Di BMT Al-Ittihad Rumbai Pekanbaru.....	57
Tabel V.8	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Nasabah Terhadap Pembiayaan Mudharabah Di BMT Al-Ittihad Rumbai Pekanbaru.....	59
Tabel V.9	Rekapitulasi Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabelitas	61
Tabel V.10	Hasil Uji Normalitas K-S-Z Test	64
Tabel V.11	Hasil Uji Multikolinearitas.....	65
Tabel V.12	Hasil Uji Regresi	67
Tabel V.13	ANOVA	71
Tabel V.14	Koefisien Determinasi	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Kerangka Pikiran.....	29
Gambar IV.1 Struktur Organisasi BMT Al-Ittihad Rumbai Pekanbaru	46
Gambar V.1 Diagram P-P Plot of Regression Standarized Residual.....	63
Gambar V.2 Diagram Scatterplot.....	66

BIOGRAFI PENULIS



Meri Narisman, lahir di Pematang 03 November 1987 Kecamatan Batang Peranap kabupaten Indragiri Hulu Riau. Anak kedua dari dua bersaudara dari pasangan Bapak Idris Tarif dan Ibu Syamsinar. Sepanjang masa pendidikan penulis banyak menghabiskan waktunya di kampung halaman sendiri mulai dari pendidikan dasar di SDN 009 Pematang tamatan pada angkatan tahun 2000, pendidikan menengah pertama di SMPN 3 Peranap tamatan tahun 2003 hingga berlanjut pada jenjang sekolah menengah atas di SMAN 1 Peranap selesai pada tahun 2006. Di semasa SMA penulis mengambil konsentrasi Ilmu Pengetahuan Sosial itu dikarena penulis terinspirasi dari cita-cita untuk menjadi seorang wirausaha dengan memiliki kontrol kerja sendiri. Berlanjut pada jenjang perguruan tinggi penulis mengambil jurusan Manajemen sebagai pilihan utama di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Pada tahun 2006 penulis diterima sebagai mahasiswa di UIN SUSKA Riau, sepanjang perkuliahan penulis aktif sebagai ketua mahasiswa manajemen A di lokal dimana penulis sebagai mahasiswa, dan ketika melakukan Program Kuliah Kerja Nyata dari Universitas penulis menjadi Ketua tim di desa tempat melakukan KUKERTA tersebut, penulis tergabung di KUKERTA XXXIII tahun 2009 bertepatan pada Kecamatan Medang Kampai Kota Dumai. Dari kebiasaan menjadi pimpinan itu penulis banyak mendapatkan pelajaran dan pengalaman hingga tantangan dalam menyelesaikan masalah-masalah yang sering dipelajari dari teori-teori perkuliahannya. Penulis menyelesaikan studi program serjana S1 pada tahun 2010 setelah menyelesaikan penelitian akhir dengan judul skripsi “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Pemilihan Pembiayaan Mudharabah Pada BMT Al-Ittihad Rumbai Pekanbaru” yang telah diseminarkan pada ujian munaqasah oleh Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada 9 Juni 2010 dinyatakan lulus dengan predikat sangat memuaskan.