

BAB IV

DESKRIPSI, PEMBUKTIAN HIPOTESIS, DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Gambaran Umum BMT Nu Cab. Kadur

a. Sejarah BMT Nuansa Umat Cabang Kadur

BMT Nuansa Umat lahir berangkat dari sebuah keprihatinan pengurus MWC Nahdlatul Ulama Gapura atas kondisi masyarakat pada umumnya, masyarakat Kecamatan sumenep pada khususnya, atas semakin merajalelanya praktik rentenir dengan bunga hingga 50% perbulan yang nyata-nyata mencekik usaha mereka sehingga sulit berkembang.

Sejatinya, umat Islam mempunyai potensi yang sangat besar dalam bidang ekonomi. Tetapi mengapa kita masih berada di "pinggiran" dalam peta perekonomian? Salah satu penyebabnya yaitu belum adanya kesadaran bersama untuk melakukan gerakan secara berjama'ah untuk memaksimalkan potensi yang besar itu.

Serangkaian upaya telah dilakukan oleh Lembaga Perekonomian MWC NU Gapura, diawali dengan pelatihan kewirausahaan (08-10 April 2003), Bincang Bersama Alumni Pelatihan guna merumuskan Model Penguatan Ekonomi Kerakyatan (13 Juni 2003), Temu Usaha (21 Nop. 2003), Lokakarya Tanaman Alternatif selain Tembakau (13 Mei 2004) dan Lokakarya Perencanaan Pembentukan BUMNU (Badan Usaha Milik NU).

Lokakarya tersebut akhirnya ditemukan bahwa persoalan yang perlu pertama kali diatasi yakni penguatan modal bagi usaha umat Islam yang selama ini kurang mendapatkan akses permodalan dan dikuasai oleh para pemodal

besar atau praktek rentener yang cenderung mencekik usaha mereka. Akhirnya pada tanggal 01 Juni 2004 Pengurus MWC NU menyepakati untuk mendirikan sebuah usaha simpan pinjam pola syariah yang diberi nama BMT (*Baitul Maal wa Tamwil*). Kemudian pada tahun 2016 BMT Nuansa Umat berubah nama menjadi KSPPS BMT Nuansa Umat.

Awal berdirinya, BMT Nuansa Umat memiliki Modal Rp. 400.000,- (Empat Ratus Ribu Rupiah) dengan jumlah Anggota sebanyak 17 (tujuh Belas) orang. Kemudian seiring dengan berjalannya waktu ternyata kehadiran BMT Nuansa Umat sangat membantu masyarakat miskin dalam hal permodalan, sehingga BMT Nuansa Umat semakin berkembang dan dari perkembangan ini BMT Nuansa Umat Gapura mulai mendirikan Cabang diberbagai tempat seperti halnya di desa Ponteh, Dungkek, Saronggi, Bluto, Lenteng, Pragaan, Ru-Baruh, Manding, Batu Putih, Batang-Batang dengan tujuan yang sama yaitu membantu masyarakat miskin dalam hal permodalan dan menjauhkan dari kekejaman para rentenir. Berdirinya BMT Nuansa Umat Cabang Kadur, tidak terlepas dari peran BMT Nuansa Umat Gapura sebagai kantor pusatnya. Oleh karena itu, berbicara mengenai sejarah berdirinya BMT Nuansa Umat Cabang Kadur, tidak jauh berbeda dari sejarah berdirinya BMT Nuansa Umat Gapura, BMT Nuansa Umat Cabang Kadur beralamatkan di Jl. Raya Kadur, Lot Polot, Kadur, Kabupaten Pamekasan, Jawa Timur 69355 .¹

b. Visi dan Misi KSPPS BMT Nuansa Umat Cabang Kadur

1) Visi

¹<http://blog.bmtnujatim.com/> di akses tanggal 18 September 2017

Terwujudnya BMT NU yang jujur, amanah, dan profesional sehingga mampu melayani dan melampaui harapan anggota serta pada tahun 2018 memiliki prestasi di tingkat Nasional dengan Aset Rp. 20 milyar menuju kesejahteraan Anggota yang Mardhatillah.

2) Misi

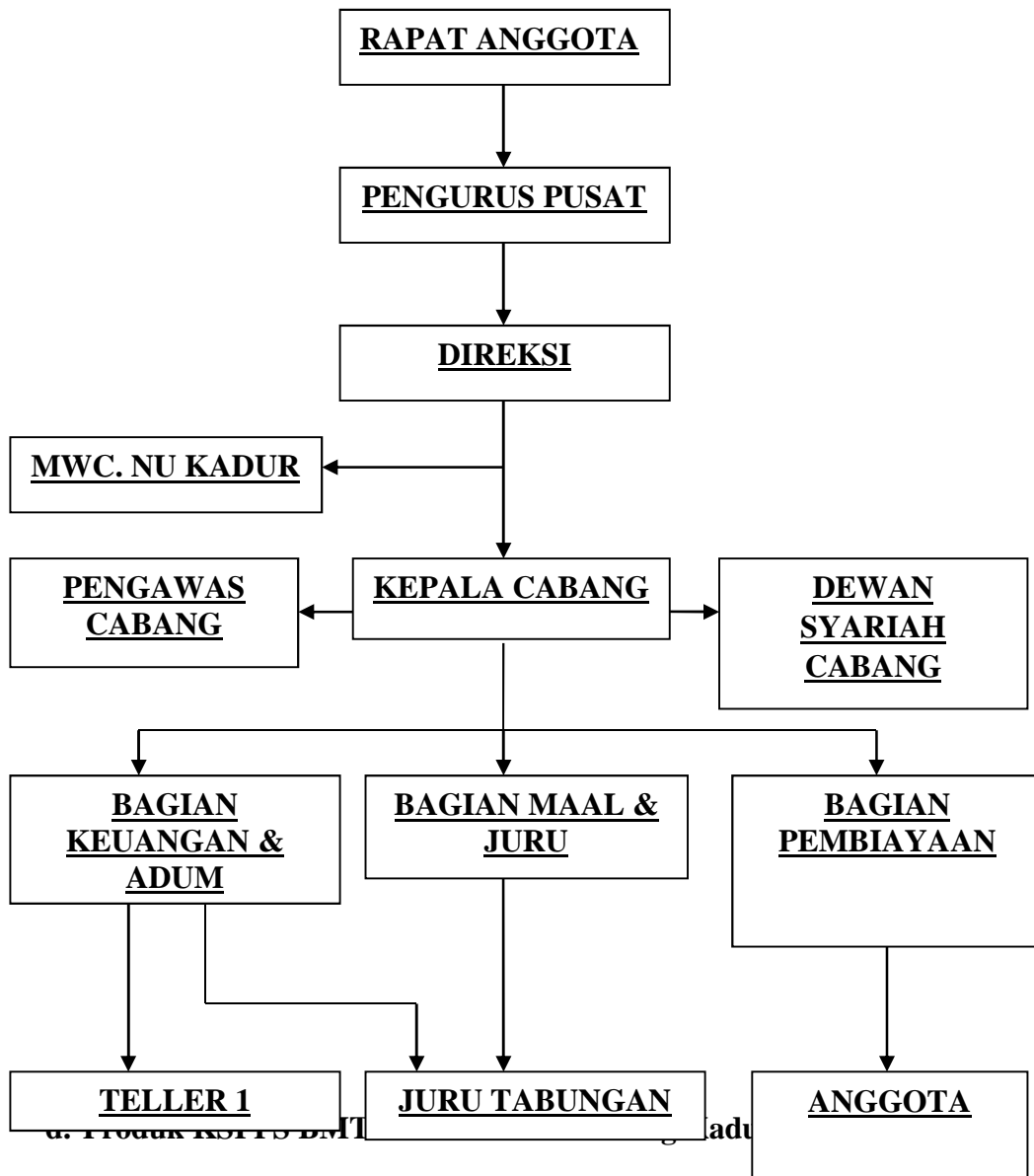
- a) Menerapkan prinsip-prinsip syari'at dalam kegiatan ekonomi, memberdayakan pengusaha kecil dan menengah, dan membina kepedulian aghniyaa (orang mampu) kepada *dhuafaa* (kurang mampu) secara terpola dan berkesinambungan.
- b) Memberikan layanan usaha yang prima kepada seluruh Anggota dan mitra BMT Nuansa Umat.
- c) Mencapai pertumbuhan dan hasil usaha BMT Nuansa Umat yang layak serta proporsional untuk kesejahteraan bersama.
- d) Memperkuat permodalan sendiri dalam rangka memperluas jaringan layanan KSPPS BMT Nuansa Umat.
- e) Turut berperan serta dalam gerakan pengembangan ekonomi syariah.²

c. Struktur Organisasi BMT Nuansa Umat Cabang Kadur

Struktur yang ada di BMT Nuansa Umat Cabang Kadur dapat digambarkan melalui bagan berikut dibawah ini:

²<http://blog.bmtnujatim.com/> di akses tanggal 18 September 2017

Gambar 4.1
Struktur Pengelola BMT NU Cabang Kadur



Produk Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah BMT Nuansa Umat

Cabang Kadur Pamekasan secara umum tergolong ke dalam 4 (empat) kategori, yaitu produk simpanan/tabungan, produk pembiayaan, produk jasa, serta layanan antar jemput tabungan dan pembiayaan.³

1) Simpanan/Tabungan (*funding*)

³Brosur BMT NU JATIM

Simpanan/tabungan (penghimpunan dana) dari berbagai kalangan masyarakat, KSSPS BMT Nuansa Umat Cabang Kadur menerapkan beberapa produk yang bisa dipilih oleh anggota/mitra sesuai dengan kebutuhannya. Produk-produk tersebut yaitu:

a) Simpanan Anggota (SIAGA)

Siaga merupakan simpanan pemilik KSSPS BMT Nuansa Umat dengan bagi hasil yang menguntungkan yaitu 70% dari SHU (maksimal 60% sebagai partisipasi modal dan minimal 10% sebagai dana cadangan). Produk ini menggunakan akad *musyarakah*. SIAGA terdiri dari SIAGA Pokok dibayar satu kali sebesar Rp. 100.000,- SIAGA Wajib dibayar setiap bulan Rp. 20.000,- dan SIAGA Khusus dibayar kapan saja dengan minimal setoran Rp. 1.000.000,- SIAGA pokok dan wajib hanya dapat ditarik ketika berhenti dari ke anggotaan, sedangkan SIAGA Khusus dapat ditarik setiap bulan Januari.

b) Simpanan Berjangka *Mudlarabah* (SIBERKAH)

Siberkah merupakan Simpanan dengan keuntungan yang melimpah dengan bagi hasil 65%. Produk ini menggunakan akad *mudlarabah muthlaqah*. Setoran minimal Rp. 500.000,- dengan jangka waktu minimal satu tahun.

c) Simpanan Berjangka *Wadi'ah* Berhadiah (SAJADAH)

Sajadah merupakan Simpanan dengan keuntungan yang dapat dinikmati diawal dengan memperoleh hadiah langsung tanpa diundi. Produk ini menggunakan akad *wadiah yad al-dhamanah* dan dapat ditarik sesuai dengan kesepakatan bersama.

d) Simpanan Pendidikan Fathonah (SIDIK Fathonah)

Sidik Fathonah merupakan simpanan untuk Siswa dan Orang tua siswa yang ingin meraih cita-cita pendidikan secara sempurna dengan bagi hasil 45% yang menguntungkan. Produk ini menggunakan akad *mudlarabah muthlaqah* yang dapat disetor kapan saja dan dapat ditarik pada saat tahun ajaran baru dan semesteran. Setoran awal Rp. 2.500,- dan setoran selanjutnya minimal Rp. 500,-.

e) Simpanan Haji dan Umrah (SAHARA)

Sahara merupakan simpanan yang dapat mempermudah menunaikan ibadah haji dan umrah dengan memperoleh keuntungan yang melimpah dengan bagi hasil 65% sebagai bekal tambahan biaya haji dan umrah. Produk ini menggunakan akad *mudlarabah muthlaqah* dengan setoran awal minimal Rp. 1.000.000,-.

f) Simpanan Lebaran (SABAR)

Sabar merupakan simpanan yang bisa mempermudah untuk memenuhi kebutuhan lebaran dengan memperoleh keuntungan dari bagi hasil sebesar 55%. Produk ini menggunakan akad *mudlarabah muthlaqah* dengan setoran awal Rp. 25.000,- dan setoran selanjutnya minimal Rp. 5.000,-. Setoran kapan saja sedangkan penarikannya hanya dapat dilakukan pada Bulan Ramadhan.

g) Tabungan *Mudlarabah* (TABAH)

Produk ini merupakan tabungan yang bisa mempermudah untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari karena setoran dan penarikannya dapat dilakukan kapan saja. Setoran awal tabungan ini Rp. 10.000,- dan setoran selanjutnya Rp. 2.500,-. Tabungan ini juga memperoleh keuntungan dari bagi hasil sebesar 40%.

h) Tabungan Ukhrawi (TARAWI)

Tarawi merupakan tabungan sekaligus media beramal tanpa kehilangan uang tabungan, karena bagi hasil tabungan anda disedekahkan kepada fakir miskin dan anak yatim piatu. TARAWI menggunakan akad *mudlarabah muthlaqah* dengan setoran awal Rp. 25.000,- dan setoran selanjutnya minimal Rp. 5.000,- dengan bagi hasil 50%.

2) Pembiayaan/Pinjaman (*Lending*)

a) *al-Qardul Hasan*

Pembiayaan dengan jasa seikhlasnya (tanpa bagi hasil dan margin), dengan jangka waktu maksimal 36 bulan dengan angsuran mingguan, bulanan, dan atau cash tempo. Jumlah pinjaman sebesar Rp250.000,- untuk 1 bulan dan sebesar jumlah permintaan nasabah atau anggota dengan pertimbangan jumlah tabungan nasabah dan loyalitasnya.

b) *Murabahah* dan *Bai' Bitsamanil Ajil*

Pembiayaan dengan pola jual beli barang. Harga pokok diketahui bersama dengan harga jual berdasarkan kesepakatan bersama. Selisih harga pokok dengan harga jual merupakan margin KSSPS BMT Nuansa Umat. Jangka waktu maksimal 36 bulan, dengan angsuran bulanan (*bai' bitsamanil ajil*) dan atau cash tempo (*murabahah*).

c) *Mudlarabah* dan *Musyarakah*

Pembiayaan seluruh modal kerja yang dibutuhkan (*mudlarabah*) atau sebagian modal kerja (*musyarakah*) dengan pola bagi hasil bagi hasil dihitung berdasarkan keuntungan yang sebenarnya dengan bagi hasil berdasarkan kesepakatan atau sesuai proporsi modal. Jangka waktu maksimal 36 bulan, dengan angsuran bulanan atau cash tempo.

d) *Rahn/Gadai*

Pembiayaan dengan menyerahkan barang dan atau bukti kepemilikan barang sebagai tanggungan pinjaman dengan nilai pinjaman maksimal 80% dari harga barang. Masa pinjaman maksimal 4 (empat) bulan dan diperpanjang maksimal 3 (tiga) kali.

Barang yang diserahkan berupa barang berharga seperti perhiasan emas dan sebagainya. Biaya taksir dan uji barang ditanggung pemilik barang. KSSPS BMT Nuansa Umat mendapatkan ujroh/ongkos penitipan barang setiap harinya sebesar Rp. 6 untuk setiap kelipatan Rp. 10.000 dari harga barang.

3) Produk Jasa

Layanan Mobile BMT NU yang bisa bertransaksi di manapun berada, tidak perlu datang ke kantor KSSPS BMT Nuansa Umat Cabang Kadur, cukup melalui android sudah bisa melakukan transaksi apa saja. Caranya download aplikasi Mobile BMT NU di Play Store.

- a) Transfer/kiriman uang antar Bank dalam Negeri maupun Luar Negeri
- b) Pendaftaran haji dan umroh
- c) Pembayaran tagihan PLN, telephone, internet, pulsa, dll.
- d) Pembayaran biaya pendidikan perguruan tinggi.
- e) Produk Layanan Jasa antar Jemput Tabungan

KSSPS BMT Nuansa Umat Cabang Kadur menyediakan layanan jasa yang siap mengantarkan dan menjemput tabungan ke rumah atau tempat usaha anggota. Caranya: hubungi nomor handphone karyawan yang dikenal atau nomor telephone atau nomor handphone kantor tempat usaha yang dimiliki.⁴

⁴Pimpinan BMT Nu Cab. Kadur

2. Deskripsi Umum Responden

Penelitian ini menyebarkan 31 kuesioner kepada nasabah yang menggunakan aplikasi Mobile BMT Nu. Berikut ini adalah rincian data responden yang diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, dan masa/lama kerja dalam penelitian ini:

a. Jenis Kelamin

Data mengenai jenis kelamin nasabah BMT Nu yang menjadi responden pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1
Jumlah Jenis Kelamin Responden

		Jenis_Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki Laki	14	46.7	46.7	46.7
	Perempuan	17	53.3	53.3	100.0
	Total	31	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah oleh SPSS 21, Tahun 2020

Dari Tabel diatas dapat diketahui responden berdasarkan jenis kelaminnya, untuk responden yang berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 14 orang atau sebesar 46,7% dan untuk jenis kelamin perempuan sebanyak 17 orang atau sebesar 53,3%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah BMT Nu yang menggunakan aplikasi Mobile BMT Nu didominasi oleh perempuan.

b. Umur

Data mengenai usia responden, peneliti mengelompokkannya menjadi 5 kategori, yaitu dibawah usia kurang dari 20 tahun, usia 20 - 30 tahun, usia 30-40, usia 40-50 dan usia lebih dari 50. Berikut ini adalah rincian usia responden yang berpartisipasi pada penelitian ini:

Tabel 4.2**Umur**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<20	5	13.3	13.3	13.3
20-30	5	16.7	16.7	30.0
30-40	13	43.3	43.3	73.3
Valid 40-50	3	10.0	10.0	83.3
>50	5	16.7	16.7	100.0
Total	31	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah oleh SPSS 21, Tahun 2020

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini yang berusia < 20 tahun berjumlah 5 orang atau sebesar 13,3%, usia 20-30 tahun berjumlah 5 orang atau sebesar 16,7% , usia 30-40 tahun berjumlah 13 orang atau sebesar 43,3%, usia 40-50 tahun berjumlah 3 orang atau sebesar 10% dan responden yang berusia >50 tahun berjumlah 5 orang atau sebesar 16,7%. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah BMT Nu yang menggunakan aplikasi mobile BMT Nu didominasi oleh nasabah yang berusia 30-40 tahun.

c. Lama Menjadi Nasabah BMT Nu

Data mengenai berapa lama menjadi nasabah BMT Nu, peneliti mengelompokkan menjadi 4 kategori yaitu 1 tahun, 1 - < 2tahun, 2 tahun - <3 tahun, >3 tahun. Berikut adalah rincian lama menjadi nasabah pada responden yang berpartisipasi pada peneliti

Tabel 4.3**Lama Menjadi Nasabah BMT Nu Cab. Kadur****Lama_Menjadi_Nasabah**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3 Bulan-< 6 Bulan	8	26.7	26.7	26.7
6 Bulan-< 1 Tahun	5	13.3	13.3	40.0
Valid 1 Tahun-< 2 Tahun	16	53.3	53.3	93.3
2 Tahun-< 3 Tahun	2	6.7	6.7	100.0
Total	31	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah oleh SPSS 21, Tahun 2020

Berdasarkan tabel diatas lama nasabah yang telah menjadi nasabah BMT Nu Cab Kadur 3-<6 Bulan berjumlah 8 orang atau sebesar 26,7%, 6-<1Tahun berjumlah 5 orang atau sebesar 13,3%, 1-<2tahun berjumlah 16 orang atau sebesar 53,3%, dan 2 Tahun-> 3 tahun berjumlah 2 orang atau sebesar 6,7%. Hal ini menunjukkan lama nasabah yang telah menjadi nasabah di BMT Nu Cab Kadur di dominasi dengan 1-<2Tahun.

d. Pendidikan Terakhir

Data mengenai pendidikan terakhir nasabah BMT Nu yang menjadi responden, peneliti mengelompokkan menjadi 3 kategori yaitu SMA, Akademi/Diploma, Sarjana. Berikut adalah rincian pendidikan terakhir nasabah pada responden yang berpartisipasi pada peneliti

Tabel 4.4
Pendidikan_Terakhir

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SMA	10	30.0	30.0	30.0
Akademi/Diploma	7	23.3	23.3	53.3
Sarjana	14	46.7	46.7	100.0
Total	31	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah oleh SPSS 21, Tahun 2020

Berdasarkan tabel diatas pendidikan terakhir yang di tempuh anggota BMT Nu yang menggunakan aplikasi Mobile BMT Nu yaitu SMA berjumlah 10 orang atau sebesar 30,0%, Akademi/Diploma berjumlah 7 orang atau sebesar 23,3%, Sarjana berjumlah 14 atau sebesar 46,7%. Hal ini menunjukkan pendidikan terakhir yang ditempuh anggota BMT Nu yang menggunakan aplikasi Mobile BMT Nu didominasi oleh Sarjana

e. Penghasilan Per Bulan

Data mengenai berapa lama menjadi nasabah PT. BPRS Sarana Prima Mandiri, peneliti mengelompokkan menjadi 4 kategori yaitu <1.000.000, 1.000.000 - 2.000.000, 2.000.000 - 3.000.000, >3.000.000.berikut hasil rincian pendapatan nasabah yang berpartisipasi dengan peneliti.

Tabel 4.5
Penghasilan Per Bulan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
< 1.000.000	6	16.7	16.7	16.7
1.000.000 -2.000.000	13	43.3	43.3	60.0
Valid 2.000.000 - 3.000.000	7	23.3	23.3	83.3
> 3.000.000	5	16.7	16.7	100.0
Total	31	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah oleh SPSS 21, Tahun 2020

Berdasarkan tabel 4.5 diatas anggota yang memiliki pendapatan <1.000.000 berjumlah 6 orang atau sebesar 16,7%, 1.000.000 - 2.000.000 berjumlah 13 orang atau sebesar 43,3%, 2.000.000 - 3.000.000 berjumlah 7 orang atau sebesar 23,3%, dan yang memiliki pendapatan >3.000.000 berjumlah 5 orang atau sebesar 16,7%. Hal ini menunjukkan bahwa anggota BMT Nu yang menjadi Responden lebih dominan memiliki pendapatan 1.000.000 - 2.000.000.

3. Analisis Deskriptif

Pada penelitian ini instrumen yang digunakan adalah kuesioner. Kuesioner yang disebarakan sebanyak 3 kuesioner, terdiri dari 12 butir pertanyaan untuk variabel bebas (Atribut Produk) , terdiri dari 12 butir pertanyaan untuk variabel terikat (Loyalitas Nasabah). Adapun tanggapan (respon) Nasabah yang berpartisipasi pada penelitian ini yaitu:

a. Atribut Produk

Tabel 4.6
Jawaban Responden Tentang Atribut Produk

No Item	STS		TS		N		S		SS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1					5	13,3	20	66,7	6	20
2			1	3,3	6	20	16	53,3	7	23,3
3					5	16,7	19	63,3	6	20
4					8	26,7	16	53,3	6	20
5					8	26,7	16	53,3	6	20
6					4	13,3	19	63,3	7	23,3
7					8	26,7	16	53,3	6	20
8					8	26,7	16	53,3	6	20
9					3	10	17	56,7	10	33,3
10					3	10	18	60	9	30
11					2	6,7	16	53,3	12	40
12			1	3,3	2	6,7	20	66,7	7	23,3

Tanggapan responden sebagaimana pada tabel menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan baik dan sangat baik terhadap item-item pelatihan.

$$\begin{aligned}
 \text{Skor} &= \{ (TS \times 2) + (N \times 3) + (S \times 4) + (SS \times 5) \} : (n \times 12 \times 5) \\
 &= \{ (2 \times 2) + (22 \times 3) + (209 \times 4) + (88 \times 5) \} : (30 \times 12 \times 5) \\
 &= \{ 4 + 66 + 836 + 440 \} : (1800) \\
 &= 1343 : 1800 \\
 &= 0,747 \times 100 \% \\
 &= 74,67\% \text{ (Baik)}
 \end{aligned}$$

b. Loyalitas Nasabah

Tabel 4.7
Jawaban Responden Tentang Loyalitas Nasabah

No Item	STS		TS		N		S		SS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1					4	13,3	20	66,7	6	20
2			2	3,3	6	20	16	53,3	7	23,3
3					5	16,7	19	63,3	6	20
4					8	26,7	16	53,3	6	20
5					4	13,3	20	66,7	6	20
6					4	13,3	19	63,3	7	23,3
7					8	26,7	16	53,3	6	20
8					8	26,7	16	53,3	6	20
9					3	10	17	56,7	10	33,3
10					3	10	18	60	9	30
11					2	6,7	16	53,3	12	40
12			1	3,3	2	6,7	20	66,7	7	23,3

Tanggapan responden sebagaimana pada tabel menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan baik dan sangat baik terhadap item-item pelatihan.

$$\begin{aligned}
 \text{Skor} &= \{ (TS \times 2) + (N \times 3) + (S \times 4) + (SS \times 5) \} : (n \times 12 \times 5) \\
 &= \{ (3 \times 2) + 57 \times 3) + (213 \times 4) + (88 \times 5) \} : (30 \times 12 \times 5) \\
 &= \{ 6 + 171 + 852 + 440 \} : (1800) \\
 &= 1469 : 1800 \\
 &= 0,816 \times 100 \% \\
 &= 81,6 \% \text{ (Sangat Baik)}
 \end{aligned}$$

4. Uji Kualitas Data

Berdasarkan instrumen penelitian yang digunakan, kualitas data yang dihasilkan dapat dievaluasi melalui uji validitas dan uji reliabilitas. Uji kualitas

instrumen dilakukan untuk menguji kualitas suatu instrumen penelitian, maka uji validitas dan uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan SPSS versi 21 dilakukan untuk mengetahui kualitas suatu instrumen. Berikut hasil uji validitas dan uji reliabilitas:

a. Uji Validitas

Uji validitas ini menggunakan alat bantu SPSS koefisien korelasi tiap pertanyaan akan dibandingkan dengan r_{tabel} dimana $df = n-2$ dengan dengan taraf signifikan 5% (0,05). Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pernyataan tersebut dikatakan valid. Namun jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka pertanyaan tersebut tidak valid. Berikut ini peneliti paparkan hasil uji validitas setiap item pernyataan dengan jumlah responden sebanyak 31, jadi $df = 31 - 2 = 29$ dengan taraf signifikan sebesar 5% (0,05) maka nilai r_{tabel} sebesar 0.3061.

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Tiap Item Pernyataan
Dari Variabel Atribut Produk (X) dan Loyalitas Nasabah (Y)

Variabel	Item	Korelasi	Kritik (r_{xzy})	Keterangan
Atribut Produk	X.1	0,933	0.3061	Valid
	X.2	0,900	0.3061	Valid
	X.3	0,938	0.3061	Valid
	X.4	0,889	0.3061	Valid
	X.5	0,869	0.3061	Valid
	X.6	0,889	0.3061	Valid
	X.7	0,869	0.3061	Valid
	X.8	0,869	0.3061	Valid
	X.9	0,871	0.3061	Valid
	X.10	0,867	0.3061	Valid

	X.11	0,868	0.3061	Valid
	X.12	0,829	0.3061	Valid
Loyalitas Nasabah	Y.1	0,953	0.3061	Valid
	Y.2	0,907	0.3061	Valid
	Y.3	0,955	0.3061	Valid
	Y.4	0,870	0.3061	Valid
	Y.5	0,953	0.3061	Valid
	Y.6	0,882	0.3061	Valid
	Y.7	0,834	0.3061	Valid
	Y.8	0,834	0.3061	Valid
	Y.9	0,890	0.3061	Valid
	Y.10	0,878	0.3061	Valid
	Y.11	0,882	0.3061	Valid
	Y.12	0,848	0.3061	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah spss 21, tahun 2020

Berdasarkan tabel 4.8 dapat dilihat bahwa seluruh item pernyataan dinyatakan valid karena hasil t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} .

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui konsistensi jawaban responden atas kuesioner yang telah diberikan. Dalam penelitian ini untuk menentukan kuesioner reliabel atau tidak reliabel menggunakan *alpha cronbach* pada program SPSS. Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel jika nilai $Alpha > 0,60$ dan dikatakan tidak reliabel jika nilai $Alpha < 0,60$. Berikut ini hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini.

Tabel 4.9
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item Pertanyaan	Nilai Cronbach Alpha	Keterangan
Atribut Produk (X)	12	0,974	Reliabel
Loyalitas Nasabah (Y)	12	0,976	Reliabel

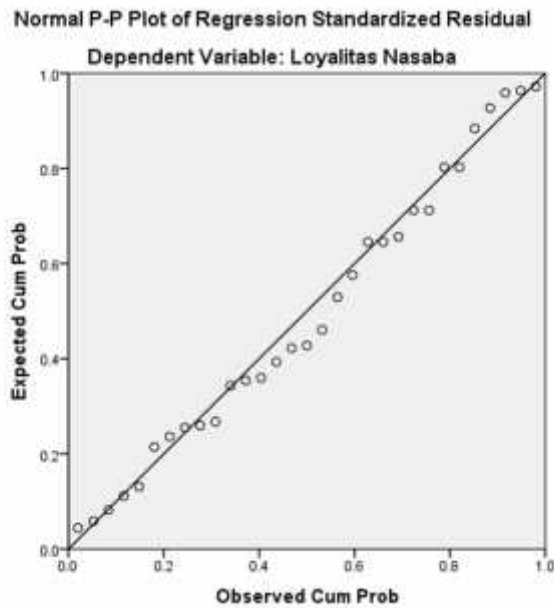
Sumber: Data Primer yang diolah spss 21, tahun 2020

5. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas berguna untuk mengetahui apakah kedua variabel berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini cara yang ditempuh untuk menguji kenormalan data adalah dengan menggunakan Grafik Normal P-P Plot yaitu jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, maka model regresi yang digunakan memenuhi asumsi normalitas. Sedangkan jika pada tabel *test of normality* dengan menggunakan *One Sample Kolmogorov-Smirnov* yaitu dilakukan dengan melihat nilai-nilai pada Asymp. Sig. (2-tailed), nilainya diatas 5%, maka data berdistribusi normal. Adapun uji normalitas sebagaimana berikut ini:

Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Menggunakan Grafik Normal P-P Plot



Sumber: Data Primer yang diolah spss 21, tahun 2020

Dari hasil pengolahan data SPSS pada gambar 4.2 diatas pada grafik *normal probability plot* menunjukkan bahwa data (titik-titik) menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal, maka dapat disimpulkan model regresi memenuhi asumsi normalitas. Pada pengujian normalitas ini juga menggunakan uji *One Sample Kolmogorof-Smirnov*. Berikut adalah hasil uji tersebut :

Tabel 4.10

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		31
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	5.26447068
Most Extreme Differences	Absolute	.090
	Positive	.090
	Negative	-.059

Kolmogorov-Smirnov Z	.499
Asymp. Sig. (2-tailed)	.965

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data Primer yang diolah spss 21, tahun 2020

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas berguna untuk mengetahui apakah pada model regresi yang diajukan telah ditemukan korelasi kuat antarvariabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Cara untuk menguji multikolinearitas dalam penelitian ini yaitu dengan melihat nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Nilai *tolerance* dan VIF merupakan nilai yang bisa menunjukkan ada atau tidaknya multikolinearitas. Jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) tidak lebih dari 10 dan nilai *tolerance* tidak kurang dari 0,1, maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolinearitas. Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.11
VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *Tolerance*

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.085	.634		.134	.895		
Atribut Produk	1.002	.013	.997	76.526	.000	1.000	1.000

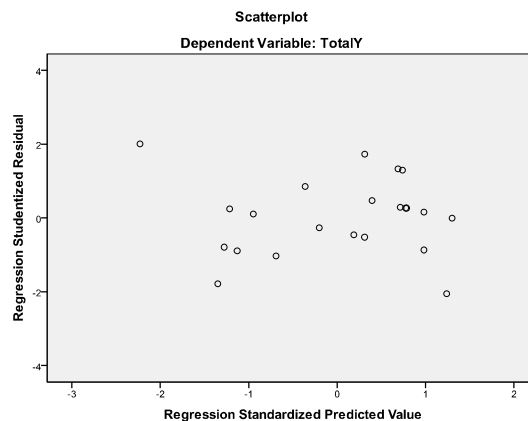
a. Dependent Variable: Loyality Nasabah
Sumber: Data Primer yang diolah spss 21, tahun 2020

Berdasarkan tabel 4.11 dapat disimpulkan bahwa model regresi yang diajukan telah baik karena bebas dari multikolinearitas (tidak terjadi multikolinearitas). Karena nilai VIF tersebut sebesar 1.000 dan nilai tersebut tidak lebih dari 10 dan tidak kurang dari 0,1.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Untuk mengetahui ada tidaknya masalah heteroskedastisitas adalah dengan media grafik diagram pencar (scatterplot), model yang baik didapatkan jika tidak terdapat pola tertentu pada grafik, seperti mengumpul di tengah, menyempit kemudian melebar atau sebaliknya melebar kemudian menyempit.

Gambar 4.3
SRESID by ZPRED SCATTERPLOT



Sumber: Data Primer yang diolah spss 21, tahun 2020

Dari grafik scatterplot memperlihatkan bahwa titik-titik pada grafik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan untuk menguji apakah dalam satu model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan periode t-1 (sebelumnya). Cara yang dilakukan untuk mendeteksi gejala autokorelasi dengan Uji *Durbin Watson* dengan taraf signifikan 5% .

Tabel 4.12
Ketentuan Pengambilan Keputusan

Hipotesis Nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < dl$
Tidak ada autokorelasi positif	<i>No desiacion</i>	$dl \leq d \leq du$
Tidak ada autokorelasi negative	Tolak	$4 - dl < d < 4$
Tidak ada autokorelasi negative	<i>No desiacion</i>	$4 - du \leq d \leq 4 - dl$
Tidak ada autokorelasi positif atau Negatif	Tidak ditolak	$du < d < 4 - du$

Sumber: tabel pengambilan keputusan ada tidaknya korelasi

Hasil uji autokorelasi berdasarkan program SPSS 21, yaitu:

Tabel 4.13
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.997 ^a	.995	.995	.750	.995	5856.293	1	30	.000	1.534

a. Predictors: (Constant), Atribut Produk

b. Dependent Variable: Loyaltis Nasabah

Sumber: Data Primer yang diolah spss 21, tahun 2020

Tabel diatas menyatakan jika nilai DW sebesar 2,101, maka untuk mengetahui ada tidaknya autokorelasi, nilai DW tersebut akan dibandingkan dengan nilai DW tabel sebagaiberikut:

Tabel 4.14

Hasil Pengujian Asumsi Klasik Autokorelasi

dL	dU	4 - dL	4 - dU	DW	Keputusan
1.363	1.4957	2.637	2.5043	1.534	Tidak ada autokorelasi positif atau Negatif

Keterangan:

Nilai DW 1,790 diperoleh dari tabel Durbin-Watson dengan ketentuan= 5%, dimana n (sampel) = 31 serta k (jumlah variabel independent) = 1.

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai DW sebesar 1,534 berada diantara nilai dU = 1.4957 dan nilai 4 - dU = 2.5043 ($dU < DW < (4 - dU)$), sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi autokorelasi atau tidak terdapat autokorelasi positif maupun negatif pada data yang diuji.

B. Pembuktian Hipotesis

1. Uji Analisis Regresi Sederhana

Regresi linier sederhana digunakan hanya untuk satu variabel bebas (*independent*) dan satu variabel tak bebas (*dependent*). Persamaan umum regresi linier sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + bX$$

Dari hasil analisis menggunakan program spss versi 21 for windows diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.15
Hasil analisis regresi sederhana
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.085	.634		.134	.895
1 Atribut Produk	1.002	.013	.997	76.526	.000

a. Dependent Variable: Loyaltis Nasabah

Sumber: Output SPSS data primer yang diolah 2020

Bedasarkan hasil analisis regresi sederhana pada tabel 4.15 tersebut diperoleh koefisien variabel independent Atribut Produk (X) = 1.002 serta konstanta sebesar = 0,085, sehingga model persamaan regresi yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = 0,085 + 1.002 X$$

Dari model persamaan tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Konstanta sebesar 0,085 menyatakan bahwa jika Atribut Produk tidak dipertimbangkan (bernilai 0), maka Loyalitas Nasabah di BMT Nu Cab Kadur adalah sebesar 0,085
- 2) Pada persamaan tersebut nilai koefisien regresi untuk variabel Atribut Produk adalah positif. Hal ini berarti pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent adalah positif. Sifat pengaruh yang positif menunjukkan bahwa apabila terjadi peningkatan terhadap variabel independent maka Loyalitas Nasabah di BMT Nu Cab Kadur juga akan meningkat.
- 3) Nilai koefisien regresi variabel Pemberdayaan Koperasi Wanita 1.002 berarti bahwa jika terjadi peningkatan sebesar satu satuan pada variabel tersebut maka Loyalitas Nasabah meningkat sebesar 1,002 dengan asumsi variabel-variabel yang lain dianggap tetap.

a. Uji T

Uji-t dilakukan untuk mengetahui adakah pengaruh antara variabel X (Atribut Produk) dengan variabel Y (Loyalitas Nasabah) dengan $\alpha = 0,05$. Hipotesis diuji dengan pengambilan keputusan jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima (H_a ditolak), tetapi jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan menerima H_a . Berikut hasil Uji-t dengan menggunakan SPSS versi 21:

Tabel 4.16
Hasil Uji-t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.085	.634		.134	.895
	Atribut Produk	1.002	.013	.997	76.526	.000

a. Dependent Variable: Loyality Nasabah

Sumber: Output SPSS data primer yang diolah 2020

Dari tabel 4.16 analisis uji-t tersebut, hasil thitung untuk variabel Atribut Produk (X) diperoleh sebesar 76,526 dengan taraf signifikan 0,000 (lebih kecil dari signifikan 0,05) sedangkan t_{tabel} sebesar 0,68276, hal ini menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan taraf signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak, artinya Atribut Produk mempunyai pengaruh terhadap Loyalty Nasabah BMT Nu Cab. Kadur

b. Koefisien Korelasi

Uji-t diatas dilakukan untuk mengetahui adakah pengaruh secara parsial/individual variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y), sedangkan mencari koefisien korelasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar hubungan antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) dengan menggunakan SPSS 21 Adapun hasil koefisien korelasi sebagaimana berikut ini:

Tabel 4.17

Hasil Uji Koefisien Korelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.997 ^a	.995	.995	.750

a. Predictors: (Constant), Atribut Produk

b. Dependent Variable: Loyality Nasabah

Dari tabel 4.17 di atas menunjukkan bahwa pada kolom R adalah 0,997. Dengan demikian, besarnya koefisien korelasi (r) adalah 0,997. Jadi, dengan koefisien korelasi (R) sebesar 0,99 maka antara variabel bebas (Atribut Produk) dan variabel terikat (Loyalitas Nasabah) keeratan hubungannya adalah kuat.

c. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) berfungsi untuk mengetahui sejauh mana atau seberapa besar kemampuan variabel bebas (Atribut Produk) terhadap variabel terikat (Loyalitas Nasabah). Berikut hasil koefisien determinasi (R²) dengan menggunakan SPSS 21:

Tabel 4.18
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.997 ^a	.995	.995	.750

a. Predictors: (Constant), Atribut Produk
b. Dependent Variable: Loyalits Nasabah

Hasil analisis data pada tabel 4.18 di atas dapat diketahui bahwa besarnya R *Square* adalah 0,995 atau 99,5% yang berarti bahwa variabel independen (Atribut Produk) mampu menjelaskan variabel dependen (Loyalitas Nasabah) sebesar 99,5%. Sedangkan sisanya (100% - 99,5 % = 0,5%) dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diperhitungkan dalam analisis penelitian ini.

C. Pembahasan

1. Pengaruh Atribut Produk Terhadap Loyalitas Nasabah BMT Nu Cab. Kadur (Studi pada Pengguna Mobile BMT Nu)

Banyak faktor yang dapat meningkatkan Loyalitas Nasabah salah satunya yaitu dengan Atribut Produk. Berdasarkan analisis terhadap hasil temuan penelitian diketahui bahwa Atribut Produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Karena dalam hasil penelitian yang dilakukan t_{hitung} yang diperoleh lebih besar dari pada t_{tabel} . t_{hitung} yang diperoleh sebesar 76,526 sedangkan t_{tabel} 0,68276. Di penelitian ini juga terlihat bahwa *p-value* hasil dari uji-t dari variabel Atribut Produk ini sebesar 0,000. Hasil itu lebih kecil dari tingkat signifikan = 5%. Dengan itu hipotesis₀ ditolak yang berarti Atribut Produk mempunyai pengaruh dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah.

Hal ini juga sama dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya dengan hasil pengujian simultan (Uji F) menunjukkan bahwa variabel [Merek (X1), Kemasan (X2), Label (X3), Pelayanan (X4), dan Garansi (X5)] secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan *Tupperware*. Hasil pengujian parsial menunjukkan bahwa variabel Merek (X1), Label (X3), Pelayanan (X4), dan Garansi (X5) berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan *Tupperware*. Sedangkan variabel Kemasan (X2) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan *Tupperware* (Studi pada Dosen dan Tenaga Kependidikan Fakultas Ekonomi Universitas Tadulako).

2. Seberapa Pengaruh Signifikan Atribut Produk Terhadap Loyalitas Nasabah

Hasil analisis data dapat diketahui bahwa besarnya *R Square* adalah 0,995 atau 99,5% yang berarti bahwa variabel independen (Atribut Produk) mampu menjelaskan variabel dependen (Loyalitas Nasabah) sebesar 99,5%. Sedangkan sisanya ($100\% - 99,5\% = 0,5\%$) dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diperhitungkan dalam analisis penelitian ini. Jadi, Atribut Produk sangat mempengaruhi loyalitas nasabah dalam penelitian ini.