

BAB IV

DESKRIPSI DATA, PEMBUKTIAN HIPOTETIS DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Deskripsi Perusahaan

a. Sejarah Berdirinya BMT NU Jawa Timur dan Cabang Galis Pamekasan

Bmt Nu lahir dari sebuah keprihatinan atas kondisi masyarakat Sumenep pada umumnya dan masyarakat kecamatan Gapura pada khususnya, dimana kesejahteraan mereka tidak ada peningkatan, padahal etos kerja mereka cukup tinggi. Hal ini membuat Nahdatul ulama prihatin pada tahun 2003, pengurus MWC NU memberikan tugas kepada lembaga perekonomian yang waktu itu bertindak sebagai ketua lembaga tersebut adalah bapak masyudi. Berangkat dari kesepakatan bersama, akhirnya lembaga perekonomian merencanakan program penguatan ekonomi kerakyatan untuk kesejahteraan masyarakat.

Dalam mewujudkan program tersebut, serangkaian upaya telah dilakukan oleh lembaga perekonomian MWC NU Gapura diawali dengan pelatihan kewirausahaan (08-10 April 2003), bincang bersama alumni pelatihan guna meluruskan model penguatan ekonomi kerakyatan (13 Juni 2003), temu usaha (21 November 2003), lokakarya tanaman alternatif selain tembakau (13 Mei 2004) dan lokakarya perencanaan pembentukan BUMNU (Badan Usaha Milik NU).

Masyudi selaku ketua lembaga perekonomian NU kala itu, menawarkan gagasan untuk mendirikan *Baitul Mall Wat Tamwil* (BMT), sebagai lembaga keuangan mikro syari'ah yang bergerak dibidang usaha simpan pinjam bagi anggotanya. Gagasan ini berangkat dari sebuah keprihatinan rentenir. Informasi yang diterima masyudi saat itu sebanyak 3.311 pedagang kecil diwilayah Gapura dan

sekitarnya terjerat praktik rentenir maupun Bank harian dengan tingkat bunga hingga 50% perbulan. Salah satu tantangan terberat bagi pengurus diawal berdirinya adalah meyakinkan kembali seluruh pendiri KJKS BMT NU. Sebab diawal berdirinya dari tiga puluh enam orang yang bersepakat mendirikan BMT NU hanya dua puluh dua orang yang bersedia membayar simpanan anggota dan hanya terkumpul sebesar Rp 400.000,- (empat ratus ribu rupiah dan hanya mereka yang kemudian namanya tercatat sebagai anggota pertama sekaligus pendiri.

Berbagai langkah dan upaya terus dilakukan dengan semangat pengorbanan dan dedikasi yang maksimal selam dua tahun BMT NU berdiri,namun di tahun 2005 kondisinya masih tetap tidak jauh berbeda dengan tahun 2004. Seiring berjalannya waktu pada tahun 2006 kehadiran BMT NU mulai terasa mengalami perkembangan setelah menghadapi lika-liku yang terjadi pada pengurus dan pendiri BMT NU Alhamdulillah saat ini BMT NU tetap eksis dan mampu mempertahankan diri.

BMT NU Jawa timur Cabang Galis berdiri pada tanggal 31 mei 2015 dan mulai beroperasi pada tanggal 2 Juni 2015 dengan jumlah anggota sebanyak 9 orang penabung, sedangkan untuk jumlah pengelola awalnya 5 orang.

b. Visi dan Misi KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan

VISI

Terwujudnya BMT NU Yang jujur, amanah, dan professional sehingga anggun dalam layanan, unggul dalam kinerja menuju terbentuknya 100 kantor cabang pada tahun 2026 untuk kemandirian dan kesejahteraan anggota.

MISI

1. Memberikan layanan prima, bina usaha dan solusi kepada anggota sebagai pilihan utama.

2. Menerapkan dan mengembangkan nilai-nilai syariah secara murni dan konsekwen, sehingga menjadi acuan tata kelola usaha yang professional dan amanah.
3. Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan yang berkesinambungan menuju berdirinya 100 kantor cabang pada tahun 2026.
4. Mengutamakan penghimpunan dana atas dasar ta'awun dan penyaluran pembiayaan pada segmen UMKM baik secara perseorangan maupun berbasis jamaah.
5. Mewujudkan penghimpun dan penyaluran zakat, infaq, shodaqah dan wakaf.
6. Menyiapkan dan mengembangkan SDI yang berkualitas, professional dan memiliki integrasi yang tinggi.
7. Mengembangkan budaya dan lingkungan kerja yang ramah dan sehat serta menegement yang sesuai prinsip kehati-hatian.
8. Menciptakan kondisi terbaik bagi SDI sebagai tempat kebanggaan dalam mengabdikan tanpa batas dan melayani dengan ikhlas sebagai perwujudan ibadah.
9. Meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab kepada lingkungan dan jamaah.

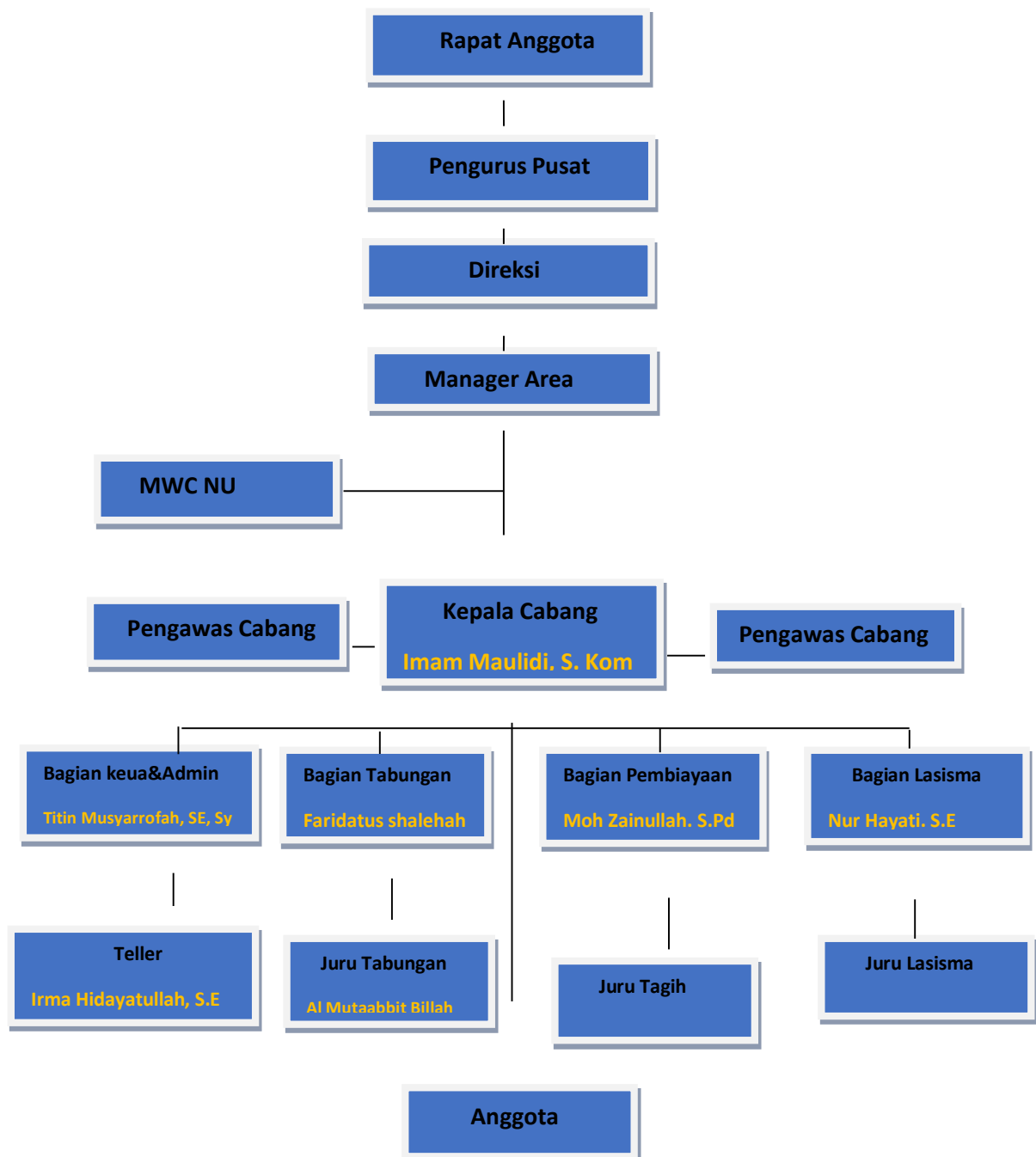
c. Stuktur Organisasi

Stuktur organisasi adalah suatu urutan jenjang dalam suatu wewenang yang ada dalam organisasi. Stuktur organisasi mutlak diperlukan untuk mencapai hasil yang optimal, karena dengan stuktur organisasi akan memperlancar tugas dan pendelegalisasian wewenang pada seluruh bagian perusahaan atau organisasi.

Adapun stuktur kepegawaian KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan adalah sebagai berikut:

Gambar 4.1

Stuktur Organisasi BMT NU Cabang Galis



2. Deskripsi Data Penelitian dan Responden.

a. Deskripsi Data Penelitian

Data penelitian dikumpulkan dengan cara membagikan kuesioner langsung kepada anggota. Penelitian ini menyebarkan 76 kuesioner kepada anggota produk simpanan lebaran di BMT NU Cabang Galis Pamekasan. Pengumpulan data secara langsung dikumpulkan peneliti dengan menggunakan alat analisis SPSS 24, dengan sampel terpenuhi. Rincian data penelitian dengan kuesioner yang ditunjukkan dalam table sebagai berikut:

Tabel 4.2

Rincian penerimaan dan pengambilan kuesioner

Kuesioner yang disebarkan	76
Kuesioner yang tidak kembali	0
Kuesioner yang kembali	76
Kuesioner yang digugurkan	0
Kuesioner yang digunakan	76
Tingkat pengembalian	100%
Tingkat Pengembalian yang digunakan	100%

b. Deskripsi Data Responden

Keadaan atau kondisi responden digambarkan oleh data hasil kuesioner yang merupakan informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian. Responden dalam penelitian ini memiliki beberapa karakteristik penelitian. Karakteristik penelitiannya terdiri dari:

1) Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.3

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Comulative Percent
Valid Laki-laki	16	21,1	21.1	2.1
Perempuan	60	78,9	78.9	100
Total	70	100	100	

Sumber: Output SPSS, Ver 24, Data primer diolah Peneliti, 2021

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa mayoritas jenis kelamin responden adalah perempuan sebanyak 60 orang dengan presentase 78,9% dan sisanya adalah laki-laki sebanyak 16 orang dengan presentase 21,1%.

2) Usia Responden

Tabel 4.4

Karakteristik Responden berdasarkan Usia

Umur

	Frequency	Percent	Valid Percent	Comulative Percent
Valid 20-35 thn	14	18.4	18.4	18.4
36-50 thn	45	59.2	59.2	77.6
51-65 thn	17	22.4	22.4	100.0

Total	76	100.0	100.0	
-------	----	-------	-------	--

Sumber : Output SPSS, Ver 24, Data Primer diolah Peneliti.

Tabel 4.3 menunjukkan dari segi usia responden yang diambil adalah 20-35 tahun sebanyak 14 orang, dengan presentase 18,4%, untuk usia 36-50 tahun sebanyak 45 orang dengan presentase 59,2% dan sisanya untuk usia 51-65 tahun sebanyak 17 orang dengan presentase 22,4%.

3) Pendidikan Terakhir Responden

Tabel 4.5

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir

Tingkat Pendidikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Comulative Percent
Valid SD	41	53.9	53.9	53.9
SMP	5	6.6	6.6	60.5
SMA	28	36.8	36.8	97.4
S1	2	2.6	2.6	100.0
Total	76	100.0	100.0	

Sumber: Output SPSS, Ver 24, Data Primer Diolah Peneliti

Tabel 4.4 menunjukkan dari segi pendidikan terakhir responden yang diambil adalah pendidikan terakhir tingkat SD sebanyak 41 orang dengan presentase 53,9%, untuk SMP sebanyak 5 orang dengan presentase 6,6%, untuk SMA sebanyak 28 orang dengan presentase 36,8% dan pendidikan terakhir S1 sebanyak 2 orang dengan presentase 2,6%.

c. Deskripsi Variabel Responden

Instrumen yang dipakai dalam penelitian ini adalah kuisisioner dan jumlah pernyataan sebanyak 3 butir untuk variabel motivasi (X1), 7 butir untuk variabel kualitas pelayanan (X2), dan 3 butir untuk variabel keputusan menabung (Y)

Tabel 4.6

Daftar Pernyataan Kuisisioner

Motivasi		
No	Pernyataan	Keterangan
1	Saya melakukan simpanan lebaran karena adanya dorongan kebutuhan lebaran.	X1.1
2	Saya melakukan simpanan lebaran karena merasa memberi kenyamanan untuk keperluan lebaran	X1.2
3	Saya melakukan simpanan lebaran karena memberikan kepuasan dari segi nisbah bagi hasil	X1.3
Kualitas Layanan		
1	Pencatatan dilakukan dengan teliti dalam setiap transaksi	X2.1
2	Memberikan pelayanan dengan ramah, senyum dan salam	X2.2

3	Fasilitas yang dimiliki membuat anggota nyaman dalam bertransaksi	X2.3
4	Menjamin keamanan dan kenyamanan nasabah pada saat bertransaksi	X2.4
5	Cepat dalam melayani kepentingan simpanan hari raya	X2.5
6	Staf BMT NU Cabang Galis Pamekasan bersikap simpatik terhadap permasalahan nasabah produk simpanan hari raya	X2.6
7	Transaksi produk simpanan hari raya bebas dari kekeliruan	X2.7
Keputusan pembelian		
1	Saya melakukan menabung simpanan lebaran karena sesuai dengan kebutuhan	Y1
2	Saya memutuskan memilih produk simpanan lebaran karena keinginan untuk mempermudah disaat lebaran	Y2
3	Saya memutuskan memilih produk simpanan hari raya karena keyakinan memberikan solusi di saat lebaran	Y3

Berdasarkan tabel diatas, peneliti mendapatkan jawaban responden sebanyak 76 responden yang terdiri dari variabel Motivasi (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan keputusan menabung (Y). Hasil dari jawaban tersebut dikelompokkan dengan menghitung tabel frekuensi dan presentasinya. Penilaian setiap butir pertanyaan diberi skor 4,3,2,1. Adapun dari hasil pengelompokannya sebagai berikut:

1) Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel Motivasi (X1)

Tabel 4.7									
Motivasi (X1)									
No	SS		S		TS		STS		Total
Item	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	31	40,8	43	56,3	2	2,6	-	-	76
2	24	31,6	50	65,8	2	2,6	-	-	76
3	18	23,7	42	55,3	13	17,1	3	3,9	76
Jumlah	73	-	135	-	17	-	3	-	228

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah pada 2021

Tanggapan responden sebagaimana tabel diatas memberikan tanggapan pada variabel motivasi (X1) tanggapan sangat setuju 73, tanggapan setuju 135, tanggapan tidak setuju 17, dan tanggapan sangat tidak setuju 3.

$$\frac{((\sum SS \times 4) + (\sum S \times 3) + (\sum TS \times 2) + (\sum STS \times 1))}{(n \times 4 \times 3)} \times 100\%$$

$$= \frac{((73 \times 4) + (135 \times 3) + (17 \times 2) + (3 \times 1))}{(76 \times 4 \times 3)} \times 100\%$$

$$= \frac{292 + 405 + 34 + 3}{912} \times 100\%$$

$$= \frac{734}{912} \times 100\%$$

$$= 80,4\%$$

Dari nilai ini menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel motivasi termasuk kategori baik

2) Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel Kualitas Layanan (X2)

Tabel 4.8									
Kualitas Pelayanan (X2)									
No	SS		S		TS		STS		Total
Item	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	15	19,7	55	72,4	6	7,9	–	–	76
2	10	13,2	56	73,7	8	10,5	2	2,6	76
3	17	22,4	46	60,5	12	15,8	1	1,3	76
4	11	14,5	62	81,6	2	2,6	1	1,3	76
5	10	13,2	55	72,4	9	11,8	2	2,6	76
6	10	13,2	58	76,3	8	10,5	–	–	76
7	7	9,2	65	85,5	4	5,3	–	–	76
Jumlah	80	–	397	–	49	–	6	–	532

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah pada 2021

Tanggapan responden sebagaimana tabel diatas memberikan tanggapan pada variabel Kualitas Pelayanan (X2) tanggapan sangat

setuju 80, tanggapan setuju 397, tanggapan tidak setuju 49, dan tanggapan sangat tidak setuju 6.

$$\frac{((\sum SS \times 4) + (\sum S \times 3) + (\sum TS \times 2) + (\sum STS \times 1))}{(n \times 4 \times 7)} \times 100\%$$

$$= \frac{((80 \times 4) + (397 \times 3) + (49 \times 2) + (6 \times 1))}{(76 \times 4 \times 7)} \times 100\%$$

$$= \frac{320 + 1.191 + 98 + 6}{2.128} \times 100\%$$

$$= \frac{1.615}{2128} \times 100\%$$

$$= 75,8 \%$$

Dari nilai ini menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel kualitas pelayanan termasuk kategori baik

3) Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel Keputusan Menabung (Y)

Tabel 4.9									
Keputusan Menabung (Y)									
No	SS		S		TS		STS		Total
Item	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	27	35,5	47	61,9	2	2,6	-	-	76
2	37	48,7	38	50,0	1	1,3	-	-	76
3	39	51,3	36	47,4	1	1,3	-	-	76
Jumlah	103	-	121	-	4	-	-	-	228

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah pada 2021

Tanggapan responden sebagaimana tabel diatas memberikan tanggapan pada variabel keputusan menabung (Y) tanggapan sangat setuju 103, tanggapan setuju 121, dan tanggapan tidak setuju 17.

$$\begin{aligned} & \frac{((\sum SS \times 4) + (\sum S \times 3) + (\sum TS \times 2) + (\sum STS \times 1))}{(n \times 4 \times 3)} \times 100\% \\ &= \frac{((103 \times 4) + (121 \times 3) + (4 \times 2) + (0 \times 1))}{(76 \times 4 \times 3)} \times 100\% \\ &= \frac{412 + 363 + 8 + 0}{912} \times 100\% \\ &= \frac{783}{912} \times 100\% \\ &= 85,8 \% \end{aligned}$$

Dari nilai ini menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel keputusan menabung termasuk kategori baik

d. Uji Kualitas Data

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji validitas dan uji reabilitas, peneliti menggunakan SPSS (*Statistical Package for The Social Science*) versi 24. Berikut ini merupakan uji validitas dan reabilitas.

1) Uji Validitas

Uji validitas ini digunakan untuk mengetahui valid tidaknya suatu kuesioner tersebut mampu membuktikan suatu variabel yang seharusnya diukur dan diuji *pearson correlation*. Untuk mengetahui tingkat validitas maka dilakukan uji signifikan yaitu dengan membandingkan nilai r_{hitung} dan nilai r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = n-2, n merupakan jumlah sampel

dan alpa ($\alpha = 5\%$). Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dan nilai r positif, maka setiap pernyataan dikatakan valid begitupun sebaliknya.

Penelitian ini besarnya df yakni $76-2$ atau 74 dan alpa ($\alpha = 5\%$) hasil yang diperoleh r_{tabel} $0,2257$. selanjutnya hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS, diperoleh r_{hitung} lebih besar dari pada r_{tabel} yang hasilnya sebagai berikut:

Tabel 4.10

Hasil Uji Validitas X1

Item	Koefisien Korelasi	r table	Keterangan
Motivasi			
X1.1	0,777	0,2257	Valid
X1.2	0,850	0,2257	Valid
X1.3	0,794	0,2257	Valid

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah pada 2021

Tabel 4.10

Hasil Uji Validitas X2

Item	Koefisien Korelasi	r table	Keterangan
Kualitas Layanan			
X2.1	0,548	0,2257	Valid
X2.2	0,467	0,2257	Valid
X2.3	0,689	0,2257	Valid
X2.4	0,504	0,2257	Valid
X2.5	0,651	0,2257	Valid

X2.6	0,613	0,2257	Valid
X2.7	0,452	0,2257	Valid

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah pada 2021

Tabel 4.11

Hasil Uji Validitas Y

Item	Koefisien Korelasi	R table	Keterangan
Keputusan Menabung			
Y1.1	0,831	0,2257	Valid
Y1.2	0,912	0,2257	Valid
Y1.3	0,882	0,2257	Valid

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah pada 2021

Tabel diatas menunjukkan hasil nilai r_{hitung} pada kolom koefisien korelasi jika untuk setiap pernyataan memiliki r_{hitung} yang lebih besar dan positif dari pada nilai r_{tabel} yaitu 0,2257 dengan jumlah responden 76 responden ($n = 76$) dan α 0,05 maka, indikator dari variabel X yaitu motivasi (X1) dan Kualitas Layanan (X2) yaitu Valid dan dapat dilakukan pengujian selanjutnya.

2) Uji Reabilitas

Uji Reabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi jawaban responden atas kuesioner yang diberikan. jika nilai *cronbach's alfa* suatu variabel lebih besar dari 0,60 maka indikator yang digunakan oleh variabel terikat (Y) tersebut reliabel, jika nilai *cronbach's alfa* suatu variabel kurang

dari 0,60 maka indikator yang digunakan oleh variabel tersebut tidak reliabel.

Tabel 4.12

Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
X1	0,703	Reliabel
X2	0,640	Reliabel
Y	0,847	Reliabel

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah pada 2021

Berdasarkan tabel 4.12 menunjukkan bahwa hasil perhitungan uji reabilitas dari semua variabel yaitu reliabel, karena nilai cronbach alpa berada diatas 0,60

e. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk menilai baik atau tidaknya nilai regresi yang digunakan dalam penelitian ini. Uji asumsi klasik yang digunakan sebagai berikut.

1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel bebas dan terikat mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi normal atau tidak normal, pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan *on sampel kolomograf-sminov*.

Hasil uji normalitas dengan menggunakan grafik normal *probability plot* yaitu:

Tabel 4.13

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		76
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.06747966
Most Extreme Differences	Absolute	.091
	Positive	.091
	Negative	-.078
Test Statistic		.091
Asymp. Sig. (2-tailed)		.196 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah pada 2021

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan menggunakan one-sample kolmogorof-smirnof diatas diperoleh nilai signifikan 0,196 lebih besar dari 0,005 ($\text{sig} > 0,05$) menunjukkan bahwa data berdistribusi normal.

2) Uji Multikolinearitas

Uji multi koloniaritas digunakan untuk menguji apakah mode regresi terjafi korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi auto korelasi. Ada atau tidaknya multikolinearitas dapat dideteksi dengan melihat nilai *tolerance* dan dan lwannya serta VIF (*Varian Inflation factor*), jika nilai tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10, maka tidak terjadi multikoleniaritas sebagai berikut:

Tabel 4.14

Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.588	1.293		1.228	.223		
	Motivasi	.334	.097	.351	3.441	.001	.783	1.278
	Kualitas Layanan	.258	.067	.394	3.863	.000	.783	1.278

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah pada 2021

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas, diperoleh nilai tolerance dari variabel bebas yaitu motivasi (X1), Kualitas Layanan (X2), nilai tolerancenya yaitu 0,783 dan 0,783 dan nilai VIF masing-masing yaitu 1,278 dan 1,278. hal ini menunjukkan nilai tolerance masing masing variabel bebas (X1) sebesar $0,783 > 0,10$ dan nilai (X2) $0,783 > 0,10$. Nilai VIF Masing-masing yaitu (X1) sebesar $1,278 < 10$ dan (X2) $1,278 < 10$, sehingga dapat disimpulkan bahwa antar variabel bebas tidak terjadi multikolinearitas.

3) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode $t - 1$ (sebelumnya). Uji autokorelasi ini menggunakan uji Durbin Watson dengan taraf signifikan 5% ketentuan pengambilan keputusan sebagai berikut:

Tabel 4.15

Pengambilan Keputusan Uji Autokorelasi

Hipotesis Nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < d_L$
Tidak ada autokorelasi positif	No decision	$d_L < d < d_U$
Tidak ada autokorelasi negative	Tolak	$4 - d_L < d < 4$
Tidak ada autokorelasi negative	No decision	$4 - d_U < d < 4 - d_L$
Tidak ada autokorelasi positif atau negative	Tidak ditolak	$d_U < d < 4 - d_U$

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah pada 2021

Hasil uji autokorelasi berdasarkan program SPSS sebagai berikut:

Tabel 4.16

Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.638 ^a	.407	.390	1.08200	2.065

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Motivasi

b. Dependent Variable: Keputusan Menabung

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah pada 2021

Dari tabel tersebut diperoleh DW sebesar 2.065 maka untuk mengetahui ada tidaknya autokorelasi, nilai DW tersebut akan

dibandingkan dengan nilai DW tersebut akan dibandingkan dengan DW tabel sebagai berikut:

Tabel 4.17

Hasil Pengujian Autokorelasi

d_L	d_U	$4 - d_L$	$4 - d_U$	DW	Keputusan
1,5467	1,7104	2,4533	2,2896	2,065	Tidak ada autokorelasi

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah pada 2020

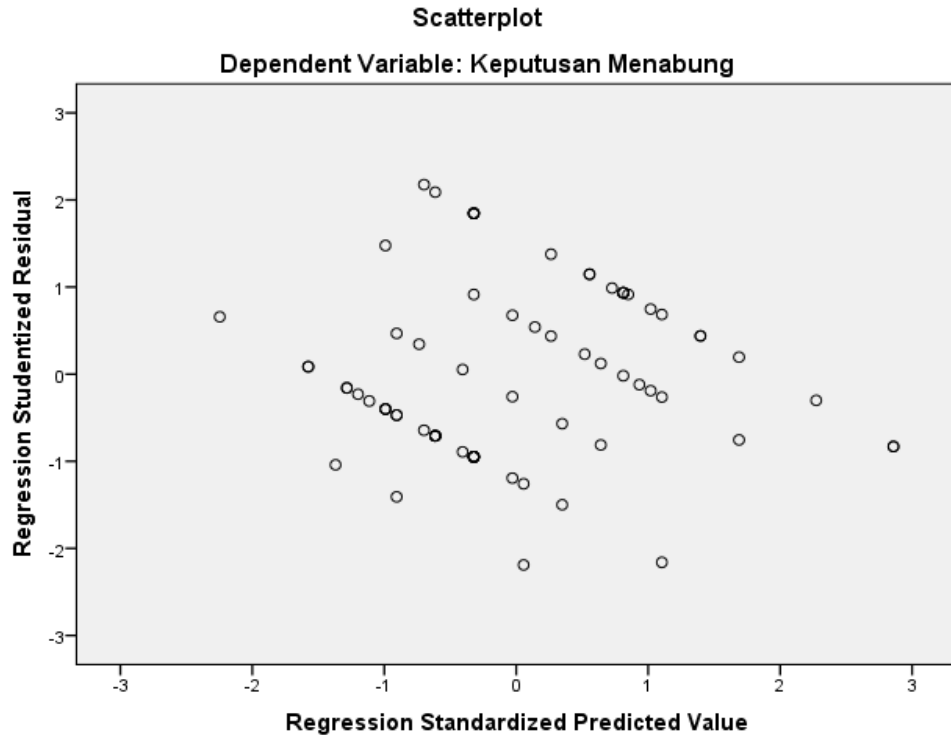
Nilai DW 2,065 diperoleh dari tabel Durbin-Watson dengan ketentuan 5%, n (sampel) = 93 serta k (jumlah variabel independen) = 2 tabel diatas menunjukkan nilai DW sebesar 2,065 berada diantara $d_u = 1,7104$ dan nilai $4 - d_u = 2,2896$ ($d_U < d < 4 - d_U$), sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi autokorelasi atau tidak terdapat korelasi positif maupun negative pada data yang diuji.

4) Uji Heterokodastisitas

Uji heterokodastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah homokedastisitas atau tidak ada heterokedastisitas. Deteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas salah satunya dengan menggunakan uji grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED sumbu Y yaitu Y yang telah diprediksi, dan sumbu X residual.

Gambar 4.18

Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Output SPSS Versi 24, data primer diolah pada 2021

Berdasarkan gambar diatas hasil dari output SPSS 24, grafik scatterplot memperlihatkan bahwa titik-titik pada grafik tidak bisa membentuk pola tertentu yang jelas, dimana titik-titik menyebar di bawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga grafik tersebut tidak bisa dibaca dengan jelas. Hasil ini memperlihatkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Untuk memperkuat bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas juga menggunakan uji park Gleser yakni jika nilai probilitasnya memiliki nilai signifikan $> \alpha = 0,005$ maka tidak terjadi heterosdasititas.

Hasil pengolahan data untuk uji Park Gleyser sebagai berikut:

Tabel 4.19

Hasil Uji Park Gleyser

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.693	.714		.971	.335
	X1	-.076	.054	-.185	-1.420	.160
	X2	.043	.037	.153	1.171	.245

a. Dependent Variable: Abs_RES1

Dari hasil uji Park Gleyser dapat diperoleh nilai Sig dari motivasi (X1) yakni 0,160 dan kualitas pelayanan (X2) yakni 0,245. Dapat disimpulkan dari hasil uji Park Gleyser tidak terjadi heterosdastisitas dari variabel motivasi dan variabel kualitas pelayanan dikarenakan melebihi dari α yakni 0,005

B. Pembuktian Hipotesis

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Uji analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui berapa besar pola hubungan atau pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 4.20

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.588	1.293		1.228	.223
	Motivasi	.334	.097	.351	3.441	.001
	Kualitas Layanan	.258	.067	.394	3.863	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah pada 2021

Berdasarkan hasil regresi linear berganda pada tabel di atas dapat diperoleh koefisien variabel independen motivasi (X_1) = 0,001 dan variabel kualitas pelayanan (X_2) = 0,000. Konstanta (a) yang diperoleh sebesar 1.588 sehingga model persamaan regresi yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = 1.588 + 0,001 X_1 + 0,000 X_2 + e$$

Dari hasil persamaan di atas dapat dijabarkan

- a. $a = 1.588$ adalah nilai konstanta yang menunjukkan bahwa apabila variabel independen bernilai tetap maka nilai variabel keputusan menabung sebesar 1.558
- b. $b_1 = 0,001$ merupakan nilai koefisien variabel motivasi (X_1). Nilai positif menunjukkan bahwa jika ada kenaikan variabel motivasi sebesar satu satuan, maka nilai keputusan menabung (Y) akan naik sebesar 0,001 begitupun sebaliknya.

- c. $b_2 = 0,000$ merupakan nilai koefisien variabel kualitas pelayanan (X2). Nilai positif menunjukkan bahwa jika ada kenaikan variabel kualitas pelayanan sebesar satu satuan, maka nilai keputusan menabung (Y) akan naik sebesar 0,000
- d. *Standart Error* sebesar 1,293 artinya seluruh variabel yang dihitung dalam SPSS memiliki tingkat variabel pengganggu sebesar 1,293

2. Uji Parsial (Uji-t)

Uji t merupakan pengujian apakah variabel bebas yang terdiri dari motivasi (X1) dan Kualitas Layanan (X2) secara sendiri-sendiri mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat keputusan menabung (Y), pengujian ini membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} dan dengan propabilitas 0,05 ($\alpha = 5\%$) yaitu membandingkan nilai t dengan nilai Sig dan pengambilan keputusan

- a. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka variabel bebas tidak berpengaruh pada variabel terikat
- b. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka variabel bebas berpengaruh pada variabel terikat

Tabel 4.21

Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.588	1.293		1.228	.223
	Motivasi	.334	.097	.351	3.441	.001
	Kualitas Layanan	.258	.067	.394	3.863	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah pada 2021

Berdasarkan Tabel analisis uji t diatas, pengaruh masing masing variabel diatas, pengaruh masing-masing variabel dijelaskan sebagai berikut:

- Variabel motivasi (X1) diperoleh t_{hitung} 3,441, nilai t_{tabel} untuk model regresinya yaitu 1,992. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikan $0,001 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} 3,441 $>$ t_{tabel} 1,992. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel motivasi (X1) berpengaruh signifikan terhadap terhadap keputusan menabung nasabah di BMT NU Cabang Galis Pamekasan.
- Variabel Kualitas layanan (X2) diperoleh t_{hitung} 3,863, nilai t_{tabel} untuk model regresinya yaitu 1,992. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} 3,863 $>$ t_{tabel} 1,992. dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap terhadap keputusan menabung nasabah di BMT NU Cabang Galis Pamekasan.

3. Uji Simulitan (Uji-F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh secara simultan (bersama-sama) antara variabel independen terhadap variabel dependen, dengan $\alpha = 0,05$ dan pengambilan keputusan

- jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat
- jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka variabel bebas berpengaruh pada variabel terikat

Berikut hasil uji signifikan secara simultan variabel dependen

Tabel 4.22

Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	58.576	2	29.288	25.017	.000 ^b
	Residual	85.463	73	1.171		
	Total	144.039	75			

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung

b. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Motivasi

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah pada 2021

Hasil uji F tersebut diperoleh F_{hitung} sebesar 25.017 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 (lebih kecil dari 0,05) sedangkan nilai jika F_{tabel} sebesar 3,12. Berarti nilai $F_{hitung} 25,017 > F_{tabel} 3,12$ dan tingkat signifikan $0,000 < 0,005$ sehingga keputusannya adalah variabel motivasi (X1) dan kualitas pelayanan (X2) berpengaruh secara simultan terhadap variabel Y keputusan menabung.

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen dengan melihat *R square*. Berikut hasil koefisien determinasi dari penelitian iniL

Tabel 4.23

Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.638 ^a	.407	.390	1.082

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah pada 2021

Berdasarkan tabel diatas, hasil analisis koefisien determinasi terlihat bahwa *R square* adalah 0,407 atau 40,7%. Hal ini berarti bahwa variabel independen motivasi (X1) dan kualitas pelayanan (X2) mampu mempengaruhi keputusan menabung (Y) sebesar 40,7%. Sedangkan sisanya (100% - 40,7% = 59,3%) dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diperhitungkan dalam analisis penelitian ini.

C. Pembahasan

1. H1: Pengaruh Motivasi Secara Parsial terhadap Keputusan Menabung Nasabah Produk Simpanan Lebaran di BMT NU Cabang Galis Pamekasan.

Motivasi merupakan suatu hal yang penting bagi pemasar yang tujuannya untuk mempengaruhi nasabah dalam mengambil keputusan, oleh karena itu motivasi sangat penting karena jika nasabah sudah

termotivasi maka mempermudah pemasar dalam mempengaruhi keputusan nasabah.

Metode pemberian motivasi yang dilakukan oleh pemasar yaitu metode langsung dan metode tidak langsung. Metode langsung yang diberikan pemasar yaitu dengan cara memotivasi nasabah dengan memberitahukan bahwa menabung produk simpanan lebaran ini bisa mengatasi kebutuhan saat lebaran yang memiliki nisbah bagi hasil yang cukup tinggi, dari nisbah bagi hasil tersebut bisa dimintai sembako atau uang tunai. Sedangkan metode pemberian motivasi secara tidak langsung yaitu pihak BMT memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah seperti cara berkominikasi, cepat dalam bertransaksi dan sebagainya.

Dari hasil uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa besaran regresi variabel motivasi bernilai positif yang berarti motivasi berbanding lurus dengan keputusan menabung nasabah. Berdasarkan uji t (uji parsial) nilai t_{hitung} variabel motivasi (X1) sebesar 3,441 dengan nilai signifikan 0,001 dan nilai t_{Tabel} sebesar 1,992. Hal ini menunjukkan bahwa nilai $sig. 0,001 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 3,441 > t_{Tabel} 1,992$. Maka dapat disimpulkan hipotesis pertama diterima. Artinya variabel motivasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung nasabah produk simpanan lebaran di BMT NU Cabang Galis Pamekasan.

Hasil uji diatas menunjukkan bahwa variabel motivasi yang terdiri dari indikator kebutuhan terhadap produk, kebutuhan mencari kenyamanan dari produk dan kebutuhan mencari kepuasan dari produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung. Dari ketiga indikator tersebut

kebutuhan terhadap suatu produk merupakan hal yang paling mendasar dari nasabah yang artinya setiap nasabah mempunyai kebutuhan akan suatu produk sehingga pihak pemasar memberitahukan tujuan yang ingin dilakukan perusahaan terhadap nasabah, selanjutnya pihak pemasar memberitahukan apa yang diperoleh saat menggunakan produk simpanan lebaran ini, serta memberikatakan kenyamanan dari menabung produk simpanan lebaran ini seperti jika menabung produk SABAR ini bisa mengatasi keperluan saat lebaran serta nisbah bagi hasil yang cukup tinggi. Dalam hal ini pemasar memberikan komunikasi secara efektif sehingga bisa mempengaruhi nasabah menabung produk simpanan lebaran.

Indikator yang pertama dari motivasi yaitu kebutuhan akan suatu produk, merupakan hal yang paling mendasar bagi nasabah, maka dari itu pihak pemasar memberitahukan bahwa produk simpanan lebaran bisa memenuhi kebutuhan di saat lebaran, sehingga nasabah merasa tertarik dan mempengaruhi keputusan menabung nasabah. Indikator yang kedua yaitu kebutuhan mencari kenyamanan dari suatu produk, merupakan hal yang dibutuhkan oleh nasabah, maka dari itu pihak pemasar memastikan keamanan produk tabungan atau simpanan yang ada di BMT NU sehingga memberikan kenyamanan bagi para nasabah. indikator ketiga yaitu kebutuhan mencari kepuasan akan suatu produk, hal ini merupakan hal yang paling penting sehingga nasabah bisa tertarik dan memutuskan untuk menabung produk simpanan lebaran, maka dari itu pihak pemasar menjelaskan mengenai nisbah bagi hasil yang cukup tinggi dan dari nisbah

bagi hasil tersebut bisa dimintai sembako maupun uang tunai dalam pemenuhan kebutuhan lebaran

Hasil dari penyebaran kuesioner yang diberikan kepada nasabah produk simpanan lebaran, nasabah menyatakan sangat setuju sebanyak 32,1% dan setuju sebanyak 59,3%, artinya pemberian motivasi yang dilakukan oleh pemasar mempengaruhi keputusan menabung nasabah. Hal ini sejalan dengan teori tehnik pendekatan untuk memepengaruhi keputusan menabung oleh Nugroho J Setiadi, yang menyatakan bahwa penyampaian tentang suatu produk dan merk kepada konsumen agar konsumen bisa termotivasi, sehingga dari motivasi tersebut konsumen bisa mengambil keputusan dalam membeli suatu produk-produk yang disampaikan.¹

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Arinal Khasanah dengan judul pengaruh tingkat pendidikan, pendapatan, motivasi dan promosi terhadap keputusan nasabah lembaga keuangan syariah di Lembaga keuangan syariah Salatiga yang menyatakan bahwa variabel motivasi memiliki pengaruh secara parsial dengan keputusan nasabah dengan nilai $t_{Hitung} 2,599 > t_{Tabel} 1,6614$ dan nilai signifikan $0,011 < 0,05$.²

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pihak pemasar harus bisa mempertahankan pemberian motivasi terhadap nasabah maupun calon nasabah. Adapun bentuk motivasi yang diberikan agar bisa mempertahankan konsumen didalam buku Nugroho J Setiadi, yaitu

¹ Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen Persepektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan Dan Keinginan*, Edisi Ketiga, (Jakarta: Purnamedia Grub, 2013). 17

² Arinal Khasanah, *Pengaruh Tingkat Pendidikan, Pendapatan, Motivasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Lembaga Keuangan Syariah*”, Skripsi IAIN Salatiga, 2016, 77

pemberian motivasi dalam bentuk insentif positif dan bentuk insentif negatif. Dalam bentuk insentif positif seperti merangsang nasabah/calon nasabah dengan memberikan hadiah, pelayanan yang optimum kepada nasabah dan lain-lain. Dalam bentuk insentif negatif dengan cara memotivasi nasabah, jika melakukan kegiatan menabung maka mereka akan mendapatkan ganjaran berupa bagi hasil.³ Metode ini bisa dilakukan dalam mempertahankan motivasi nasabah karena jika pemberian motivasi dilakukan secara baik maka nasabah maupun calon nasabah bisa tertarik dan memutuskan untuk menabung di BMT NU cabang Galis Pamekasan.

2. H2: Pengaruh Kualitas Pelayanan Secara Parsial Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Produk Simpanan Lebaran Di BMT NU Cabang Galis Pamekasan.

Setiap lembaga keuangan memerlukan kualitas pelayanan yang unggul, yaitu suatu sikap/cara karyawan dalam melayani konsumen secara memuaskan, hal ini secara tidak langsung mempengaruhi keputusan menabung nasabah karena jika kualitas pelayanan baik maka nasabah akan tertarik untuk memutuskan menabung pada suatu lembaga keuangan, maupun sebaliknya jika kualitas pelayanannya kurang sesuai dengan apa yang diharapkan maka nasabah maupun calon nasabah tidak akan memiliki ketertarikan untuk menabung,

Dari hasil uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa besaran regresi variabel kualitas pelayanan bernilai positif yang berbanding lurus

³ Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen Persepektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan Dan Keinginan*, Edisi Ketiga, (Jakarta: Purnamedia Grub, 2013). 35

dengan keputusan menabung nasabah. Berdasarkan uji t (uji parsial) nilai t_{hitung} variabel kualitas pelayanan (X2) sebesar 3,863 dengan nilai signifikan 0,000 dan nilai t_{Tabel} sebesar 1,992. Hal ini menunjukkan bahwa nilai sig. $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 3,863 > t_{Tabel} 1,992$. Maka dapat disimpulkan hipotesis kedua diterima. Artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menabung nasabah produk simpanan lebaran di BMT NU Cabang Galis Pamekasan. Hasil uji diatas menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari indikator bukti fisik, reabilitas, responvitas, jaminan dan empati berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung nasabah.

Indikator pertama dari kualitas pelayanan yaitu bukti fisik (berupa penampilan karyawan), merupakan hal yang pertama kali dilihat oleh nasabah, maka dari itu karyawan BMT NU berpenampilan yang sopan agar bisa mempengaruhi keputusan menabung nasabah. Indikator yang kedua yaitu *reabilitas* (keandalan) menjadi salah satu standart penilaian dari nasabah terhadap kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh pihak BMT NU, kehandalan dari karyawan BMT NU Cabang Galis sangatlah baik dengan melihat dari kemampuan karyawannya dalam menjelaskan keunggulan suatu produk yang ada, seberapa berkualitas produk tersebut sehingga bisa mempengaruhi keputusan menabung nasabah.

Selanjutnya Indikator yang ketiga yaitu *responvitas* (daya tanggap) dalam responvitas ini karyawan BMT NU khususnya BMT NU Cabang galis menetapkan setiap karyawan menurut keahlian masing-masing

sehingga konsisten dan professional dalam melayani nasabah, indikator keempat yaitu empati (perhatian), dalam memberikan perhatian pihak BMT melayani keluhan nasabah dan memberikan solusi terbaik, serta tidak membeda-bedakan nasabah yang satu dengan yang lainnya. Indikator yang kelima yaitu assurance (tanggung jawab) dalam memberikan tanggung jawab pihak BMT NU menerima koesekuensi dari kesalahan yang terjadi serta menjaga privasi nasabah hal ini bisa mempengaruhi keputusan menabung nasabah karena nasabah bisa memiliki rasa kepercayaan terhadap pihak BMT khususnya BMT NU Cabang Galis pamekasan.

Pelayanan yang diberikan oleh BMT NU Cabang Galis sudah sejalan dengan teori didalam buku *customer service excellent* teori dan praktik oleh Kasmir yaitu pelayanan yang baik mempunyai ciri-ciri: tersedianya karyawan yang baik, tersedianya sarana dan prasarana yang baik, bertanggung jawab kepada setiap nasabah, mampu melayani secara tepat dan mampu berkomunikasi dengan baik, hal ini bisa mempengaruhi keputusan nasabah karena jika sudah memiliki pelayanan yang baik maka nasabah akan tertarik.⁴

Hasil pembicaraan dengan informan produk SABAR menyatakan kualitas pelayanan yang diberikan oleh BMT sesuai dengan apa yang sudah diharapkan sehingga memberikan keamanan dan kenyamanan terhadap anggota. Serta respon dari karyawan cepat dalam memenuhi

⁴ Kasmir, Customer Service Excellent Teori Dan Praktik, (Jakarta: Rajawali Pers, 2017). 67

keperluan anggota. Dari penelitian ini diperoleh hasil bahwa kualitas pelayanan bisa mempengaruhi suatu keputusan menabung nasabah.

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Ach Sholihul Azis Amin di Asuransi Bumiputera Syariah Cabang Semarang yang menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian premi dengan nilai $\text{sig } 0,016 < 0,05$.⁵

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pihak BMT NU Cabang Galis harus bisa mempertahankan serta meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah, karena jika kualitas pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan nasabah maka akan mempengaruhi keputusan menabung. Adapun artikel infozone yang menjelaskan tentang cara mempertahankan keputusan menabung nasabah agar tidak berpaling terhadap lembaga keuangan yang lain yaitu dengan cara yang pertama, menyambut nasabah dengan ikhlas dan tanpa paksaan dengan prinsip 5 S (senyum, salam, sapa, sopan dan santun). Kedua memberikan pelayanan prima atau yang terbaik kepada nasabah, baik saat meminta informasi sebelum menjadi nasabah maupun pada saat menjadi nasabah, ketiga tetap sabar, ramah pada saat nasabah merasa kurang puas, serta menjadi pendengar yang baik saat ada keluhan dari nasabah. Keempat bersikap empati, peduli dengan apa yang terjadi dengan nasabah

⁵ Achmad Sholihu Aziz Amin, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Motivasi Nasabah Terhadap Keputusan Pembelian Premi Di Asuransi Bumiputera Syariah Cabang Semarang", Skripsi, UIN Walisongo, Semarang, 2018, 62

dan yang terakhir minta masukan, ide atau pendapat dari nasabah mengenai perbaikan layanan yang telah diberikan.⁶

3. H3: Pengaruh Motivasi Dan Kualitas Pelayanan Secara Simultan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Produk Simpanan Lebaran Di BMT NU Cabang Galis Pamekasan.

Keputusan menabung suatu produk yang ditawarkan oleh BMT NU kepada nasabah maupun calon nasabah memiliki penilaian terhadap beberapa produk yang ditawarkan, dan setelah menyesuaikan dengan kebutuhannya, calon nasabah akan membentuk pilihannya. Pengharapan calon nasabah sendiri dibentuk oleh pengalaman calon nasabah itu sendiri, baik dari segi motivasi maupun kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak BMT NU Cabang Galis pamekasan.

Dari hasil uji F (simultan) diperoleh nilai F_{hitung} 25,017 dengan taraf signifikan 0,000 dan F_{tabel} 3,12. Hal ini menunjukkan bahwa nilai $0,000 < 0,05$ dan nilai F_{hitung} 25,017 $> F_{tabel}$ 3,12. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga diterima yaitu motivasi dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan menabung nasabah produk simpanan lebaran di BMT NU Cabang Galis Pamekasan.

Motivasi dan kualitas pelayanan merupakan hal penting yang harus dijalankan oleh perusahaan karena jika keduanya dijalankan dengan baik maka akan mempengaruhi keputusan menabung nasabah dan calon nasabah yang ada, oleh sebab itu BMT NU cabang galis harus memberikan

⁶ Infozone, Diakses dari <https://infozoneen.blongsport.com/2016/03/bagaimana-cara-mempertahankan-costumer.html?m=1> Pada tanggal 13 Mei 2021 Pukul 12.30 WIB.

motivasi dan pelayanan prima agar nasabah bisa tertarik untuk menabung, sehingga bisa menimbulkan keputusan menabung.

Sedangkan koefisien determinasi terlihat bahwa besarnya *R square* adalah 0,407 atau 40,7 %. Hal ini membuktikan bahwa kemampuan model regresi pada penelitian ini 40,7% variabel keputusan menabung dijelaskan oleh variasi variabel independen motivasi dan kualitas pelayanan sedangkan sisanya 59,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Hasil dari pengaruh masing-masing variabel motivasi dan kualitas pelayanan terhadap terhadap keputusan menabung nasabah, yakni motivasi memiliki pengaruh sebesar 18,7% dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh sebesar 22%.

Melihat hasil dokumentasi pertumbuhan dan perkembangan nasabah produk simpanan lebaran yang setiap tahunnya mengalami peningkatan setiap tahunnya yakni sebesar 15% dari tahun 2017-2020, dalam hal ini menunjukkan motivasi dan kualitas pelayanan memberikan pengaruh sebesar 40,7% dalam mempengaruhi keputusan menabung nasabah produk simpanan lebaran di BMT NU Cabang Galis Pamekasan dan 59,3% dipengaruhi oleh variabel lainnya seperti kualitas produk, promosi, pengetahuan produk dan sebagainya.

