

BAB IV

DESKRIPSI DATA, PEMBUKTIAN HIPOTESIS, DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Profil BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan

a. Sejarah BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan

BMT NU lahir berangkat dari sebuah keprihatinan atas kondisi masyarakat Sumenep pada umumnya dan masyarakat kecamatan Gapura pada khususnya dimana kesejahteraan mereka tidak ada peningkatan secara signifikan dan keprihatinan merajalelanya praktik rentenir. Pada tahun 2003 pengurus MWC NU Gapura memberikan tugas kepada Lembaga Perekonomian yang waktu itu bertindak sebagai Ketua Lembaga Perekonomian.¹ Untuk mewujudkan program tersebut, diawali dengan pelatihan kewirausahaan (8-10 April 2003), Temu Usaha (21 November 2003), dan Lokakarya Perencanaan Pembentukan BUMNU (Badan Usaha Milik NU).² Akhirnya pada tanggal 1 Juni 2004 pengurus MWC NU bersama-sama dengan peserta lokakarya menyetujui gagasan untuk mendirikan sebuah usaha simpan pinjam pola syari'ah yang diberi nama BMT (*Baitul Maal wa Tamwil*).

Melihat perkembangan BMT NU akhir tahun 2006, maka pengurus untuk melengkapi legal formalnya sebagai sebuah koperasi yang mendapatkan pengakuan dari pemerintah, dan akhirnya pada tanggal 4 Mei 2007 telah

¹ Ibid., pada tanggal 25 Mei 2021 pukul 13.30 WIB

² BMT NU Jawa Timur, "Sejarah", *BMT NU Jawa Timur*, www.bmtnujatim.com/blog, pada tanggal 25 Mei 2021 pukul 13.17 WIB

resmi terdaftar di akte notaris dengan Nomor: 10, Badan Hukum: 188.4/11/BH/XVI.26/435.113/2007, SIUP: 503/6731/SIUP-K/435.114/2007, TDP: 132125200588, dan NPWP: 02.599.962.4-608.000 dengan nama Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) Baitul Maal wa Tamwil Nuansa Umat yang disingkat dengan BMT NU.³ BMT NU sekarang ini telah mempunyai 72 cabang yang tersebar di Jawa Timur. Salah satu cabangnya yaitu BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan.

BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan merupakan cabang ke-26 yang berdiri pada 23 Oktober 2016, berlokasi di Jl. Kamal-Kalianget, Ragang, Branta Pesisir, Tlanakan, Pamekasan. Sedangkan legalitas berdirinya yaitu Nomor: 518.1/24725/108.2/2016. BMT NU setiap kecamatan menargetkan ada kantor cabang, di Pamekasan sendiri sudah ada 7 cabang diantaranya Galis, Larangan, Pakong, Pasean, Tlanakan, Propopo, dan Kadur. Jika diurutkan, maka Cabang Tlanakan merupakan cabang kelima yang dibuka di Pamekasan.

Pemilihan lokasi di Tlanakan dilihat dari gambaran secara umum tentang pekerjaan yang ditekuni warga Tlanakan, yaitu sebagai nelayan, pengepul ikan, dll, dimana sektor pencarian mata keuangan utamanya pada bidang perikanan. MWC NU Gapura (cabang pusat) juga khawatir masyarakat pesisir Branta Tlanakan terjerat rentenir dan bank-bank keliling lainnya, sehingga adanya inisiatif didirikannya cabang di Tlanakan dapat membantu permodalan masyarakat sekitar utamanya masyarakat NU disana. Adanya

³Ibid., pada tanggal 25 Mei 2021 pukul 13.30 WIB

BMT NU di Tlanakan juga diharapkan dapat semakin mempererat *ukhuwah islamiyah* antar warga NU.⁴

b. Produk-produk Tabungan BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan

Adapun produk-produk tabungan di BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan, yaitu:⁵

1) Siaga (Simpanan Anggota)

Disediakan bagi yang berminat menjadi anggota sekaligus pemilik BMT NU dengan bagi hasil yang menguntungkan yaitu 70% dari SHU dengan menggunakan akad *Musyarakah*. Siaga terdiri dari: Siaga Pokok dibayar satu kali sebesar Rp. 10.000, Siaga Wajib per bulan Rp. 20.000, dan siaga Khusus diabayar kapan saja dengan setoran minimal Rp. 10.000. Siaga Pokok dan Wajib dapat ditarik ketika berhenti dari keanggotaan sedangkan siaga Khusus dapat ditarik sesuai ketentuan.

2) Sidik Fathonah (Simpanan Pendidikan Fathonah)

Simpanan pendidikan dengan bagi hasil 45% yang menguntungkan. menggunakan akad *mudharabah muthlaqah*. Setoran kapan saja dan penarikan pada tahun ajaran baru dan semesteran. Setoran awal Rp. 25.000 dan selanjutnya minim Rp. 500.

3) Sajadah (Simpanan Berjangka *Wadi'ah* Berhadiah)

Simpanan dengan keuntungan yang dapat dinikmati diawal dengan memperoleh hadiah langsung tanpa diundi. Menggunakan akad *wadi'ah yad*

⁴ Hanafi, Kepala Cabang BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan, *Wawancara Langsung* (7 Juni 2021)

⁵ Bosur BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan.

al-Dhamanah dan dapat ditarik pada waktu berdasarkan ketentuan yang berlaku.

4) Siberkah (Simpanan Berjangka Mudharabah)

Simpanan berjangka mudharabah memiliki keuntungan melimpah dengan bagi hasil 65% menggunakan akad *mudharabah muthlaqah*. Setoran minimal Rp. 500.000 dengan jangka waktu minimal 1 (satu) Tahun.

5) Sahara (Simpanan Haji Dan Umrah)

Simpanan yang dapat mempermudah menunaikan haji dan umrah dengan bagi hasil 65% sebagai tambahan biaya haji dan umrah. Menggunakan akad *mudharabah muthlaqah*. Setoran awal minimal Rp. 1.000.000 dan setoran selanjutnya sesuai dengan kemampuan. Setoran bisa kapan saja dan penarikan hanya dapat dilakukan ketika akan melaksanakan haji dan umrah kecuali *udzhur syar'i*.

6) Sabar (Simpanan Lebaran)

Simpanan yang dapat mempermudah memenuhi kebutuhan lebaran dengan bagi hasil sebesar 55%. Menggunakan akad *mudharabah muthlaqah* dengan setoran awal minimal Rp. 25.000 dan setoran selanjutnya minimal Rp. 5.000. Setoran kapan saja dan penarikan hanya bisa dilakukan setiap bulan ramadhan.

7) Tabah (Tabungan Mudharabah)

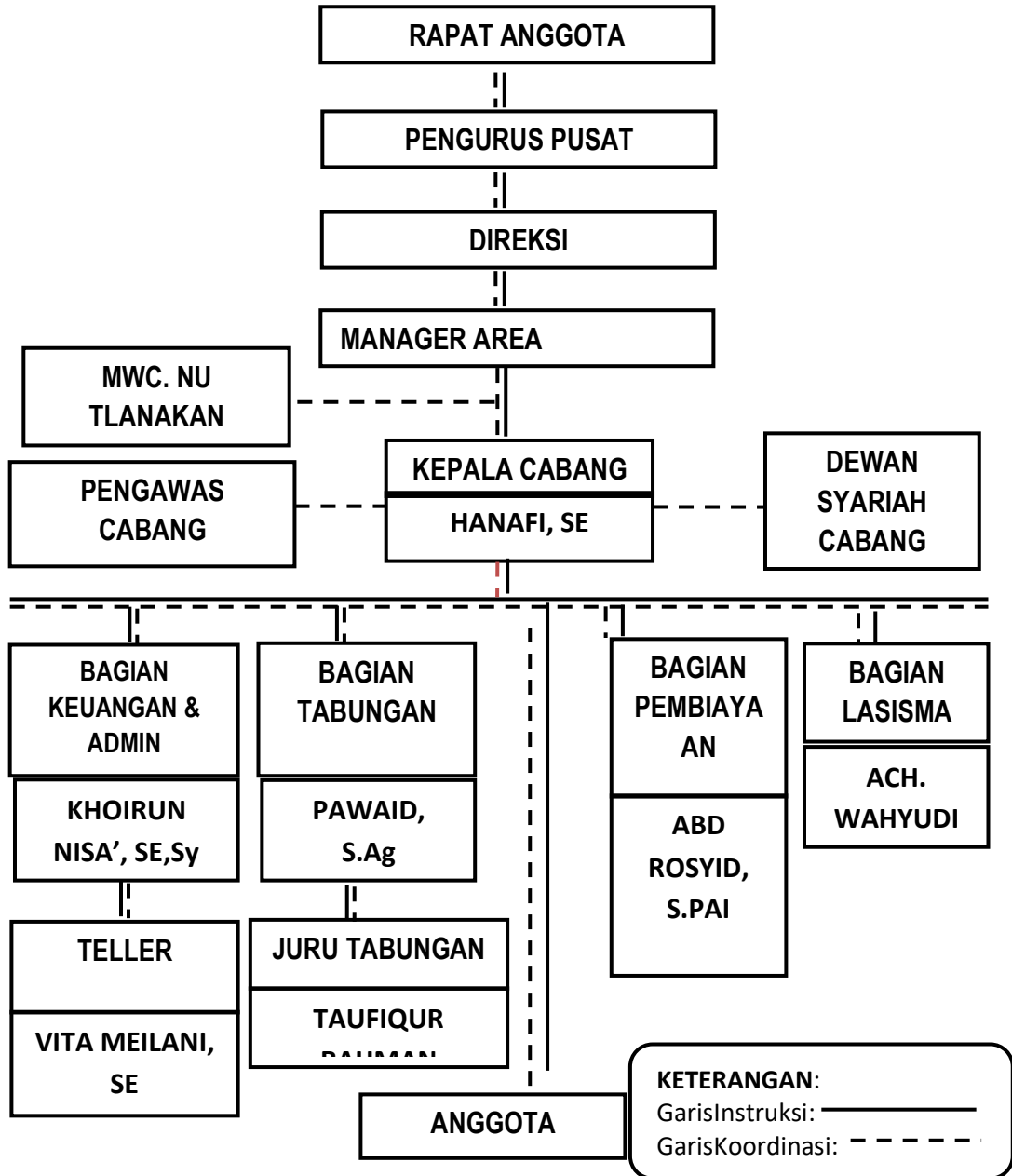
Simpanan yang bisa mempermudah memenuhi kebutuhan sehari-hari karena setoran dan penarikan dapat dilakukan kapan saja dan memperoleh keuntungan bagi hasil 40%. Menggunakan akad *mudharabah muthlaqah*. Setoran awal Rp. 10.000 dan selanjutnya minimal Rp. 2.500.

8) Tarawi (Tabungan *Ukhrawi*)

Tabungan sekaligus beramal, karena bagi hasil tabungan di sedekahkan kepada fakir miskin dan anak yatim piatu. Menggunakan akad *mudharabah muthlaqah* dengan setoran awal Rp. 25.000 dan selanjutnya minimal Rp. 5.000 dengan bagi hasil 50%.

c. Struktur Organisasi

Gambar 4.1
Struktur Pengelola BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan



Sumber: Dokumen BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan, 2021.

Dalam struktur di atas yang berperan penting dalam kegiatan *personal selling* yaitu bagian tabungan ada Pawaid, S. Ag dan bagian juru tabungan ada Taufiqur Rahman. Kegiatan *personal selling* dilakukan oleh pihak juru tabungan BMT NU dengan cara jemput bola, dan berkunjung sekolah-sekolah, instansi pemerintahan, pasar, serta masjid ta'lim.

2. Deskripsi Data Responden

Data penelitian ini dikumpulkan dengan cara membagikan kusioner kepada anggota BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan. Pada penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling* dengan *purposive sampling*. Dikatakan *pusposive sampling* karena menggunakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, sampel yang digunakan hanya yang memenuhi kriteria penelitian. Sehingga sampel pada penelitian ini sebanyak 184 orang. Syarat pengolahan data dengan alat SPSS sampel dapat terpenuhi. Berikut rincian pengumpulan data penelitian dengan kusioner.

Tabel 4.1
Rincian Penerimaan dan Pengembalian Kusioner

Kusioner	Jumlah
Kusioner yang disebarkan	184
Kusioner yang tidak kembali	0
Kusioner yang kembali	184
Kusioner yang digugurkan	0
Kusioner yang digunakan	184
Tingkat pengembalian	100%
Tingkat pengembalian yang digunakan	100%

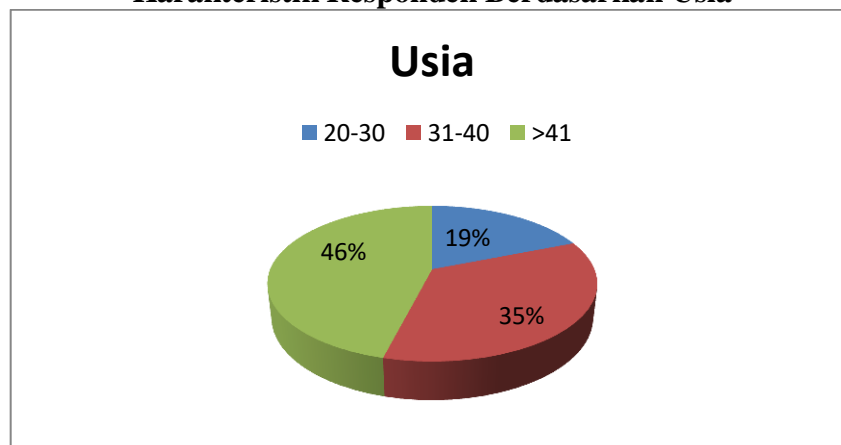
Sumber: Data primer yang diolah , 2021

Adapun karakteristik deskripsi data responden dibagi menjadi tiga yaitu:

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Data mengenai umur responden dalam penelitian ini, peneliti mengelompokkannya menjadi tiga kategori, yaitu mulai usia 20-30 tahun, 31-40 tahun dan usia 40 tahun ke atas. Adapun usia anggota BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan yang dijadikan responden pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia



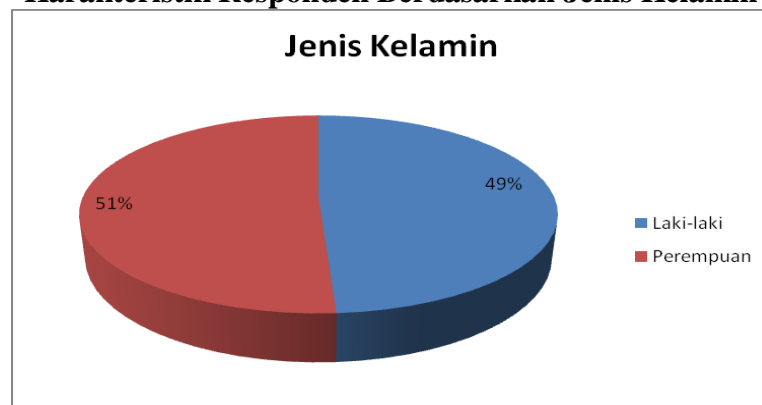
Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

Berdasarkan gambar diatas, dapat diketahui bahwa usia anggota BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan yang diambil sebagai responden yaitu 20-30 tahun berjumlah 34 orang dengan persentase 19% , 31-40 tahun sebanyak 66 orang dengan persentase 35% dan usia 40 tahun lebih berjumlah 84 orang dengan presentase 46%. Dari keterangan tersebut menunjukkan bahwa paling banyak anggota BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan berusia diatas 40 tahun dengan presentase 46%.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Data mengenai jenis kelamin anggota BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan yang menjadi responden pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Gambar 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



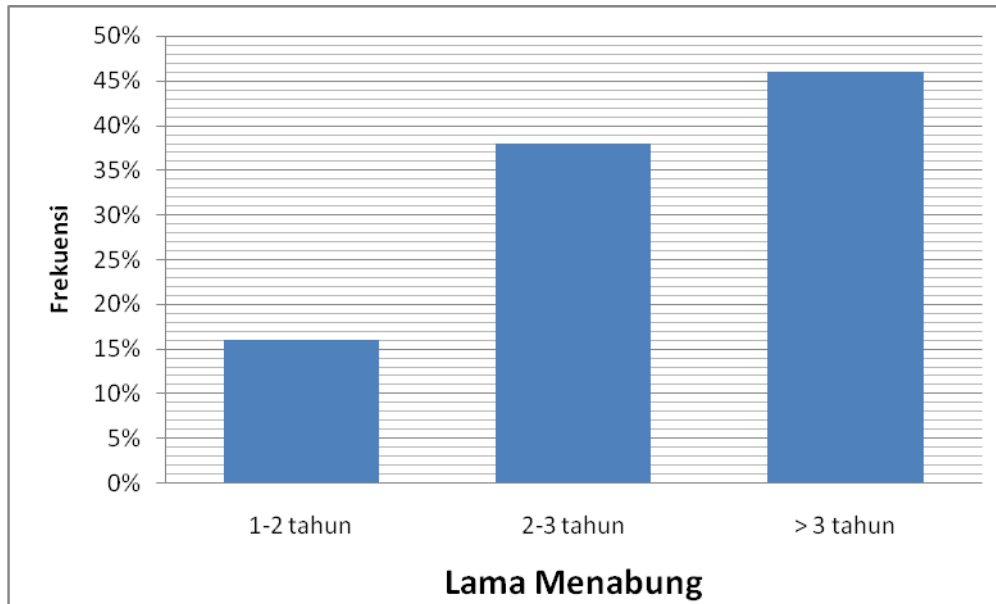
Sumber: Data Primer yang diolah, 2021.

Berdasarkan gambar diatas, dapat diketahui informasi anggota berdasarkan jenis kelamin responden laki-laki sebanyak 90 orang dengan persentase sebesar 49%, sedangkan sisanya adalah perempuan sebanyak 94 orang karyawan dengan persentase 51%.

c. **Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menabung**

Data mengenai lama menabung anggota BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan dibagi menjadi tiga kelompok yaitu, lama menabung 1-2 tahun, 2-3 tahun, dan lebih dari 3 tahun. Adapun lama menabung anggota BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan yang dijadikan responden pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menabung



Sumber: Data Primer yang diolah, 2021.

Berdasarkan gambar diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa lama menjadi anggota responden mayoritas diatas 3 tahun sebanyak 84 anggota BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan sebesar 46%, lama menjadi anggota responden 2-3 tahun sebanyak 70 anggota BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan sebesar 38%, 1-2 tahun sebanyak 30 anggota BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan sebesar 16%.

3. Deskripsi Variabel

Tanggapan anggota BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan berpartisipasi pada penelitian ini (responden) mengenai *Personal Selling* dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Menabung Di BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan, dapat dijelaskan melalui tanggapan responden. Variabel bebas terdiri dari *Personal Selling* (X1) dengan jumlah pernyataan 11 butir dan *Word of Mouth* (X2) dengan jumlah pertanyaan 6 butir. Sedangkan Variabel terikat yaitu Keputusan Menabung (Y) dengan jumlah pertanyaan 9 butir.

a. Variabel *Personal Selling* (X1)

Tanggapan responden tentang variabel *personal selling* setelah di uji menggunakan SPSS 20 dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.2
Respon Terhadap Variabel *Personal Selling* (X1)

No. item	SS		S		TS		STS		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	87	47,3	55	29,9	42	22,8	-	-	184
2	87	47,3	75	40,8	22	12	-	-	184
3	111	60,3	68	37	5	2,7	-	-	184
4	73	39,7	78	42,4	33	17,9	-	-	184
5	46	25	91	49,5	47	25,5	-	-	184
6	56	30,4	91	49,5	37	20,1	-	-	184
7	45	24,5	80	43,5	59	32,1	-	-	184
8	74	40,2	65	35,3	45	24,5	-	-	184
9	44	23,9	98	53,3	42	22,8	-	-	184
10	77	41,8	79	42,9	28	15,2	-	-	184

11	78	42,4	85	46,2	21	11,4	-	-	184
Jumlah	778		865		381		-		2.024

Sumber: Output SPSS 20, 2021.

Berdasarkan tabel 4.5 diatas, dapat diketahui bahwa tanggapan responden pada item-item variabel *personal selling* (XI) sebagai berikut:

Pernyataan tentang “Pegawai BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan berpenampilan rapi” pada item-1 mendapatkan respon 47,3% sangat setuju, 29,9% setuju, dan 22,8% tidak setuju.

Pernyataan tentang “Pegawai BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan berbicara dengan sopan” pada item-2 mendapatkan respon 47,3% sangat setuju, 40,8% setuju, dan 12% tidak setuju.

Pernyataan tentang “Pegawai BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan memperkenalkan diri dengan ramah” pada item-3 mendapatkan respon 60,3% sangat setuju, 37% setuju, dan 2,7% tidak setuju.

Pernyataan tentang “Pegawai BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan selalu antusias memulai percakapan” pada item-4 mendapatkan respon 39,7% sangat setuju, 42,4% setuju, dan 17,9% tidak setuju.

Pernyataan tentang “Pegawai BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan menjelaskan produk yang ditawarkan secara jelas” pada item-5 mendapatkan respon 25% sangat setuju, 49,5% setuju, dan 25,5% tidak setuju.

Pernyataan tentang “Pegawai BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan menguasai informasi produk yang dipasarkan” pada item-6 mendapatkan respon 30,4% sangat setuju, 49,5% setuju, dan 20,1% tidak setuju.

Pernyataan tentang “Pegawai BMT NU Cabang Tlanakan Pamekasan selalu mendengarkan keluhan” pada item-7 mendapatkan respon 24,5% sangat setuju, 35,3% setuju dan 24,5% tidak setuju.

Pernyataan tentang “Pegawai BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan mampu memberikan solusi dari keluhan yang disampaikan” pada item-8 mendapatkan respon 40,2% sangat setuju, 35,3% setuju, dan 24,5% tidak setuju.

Pernyataan tentang “Pegawai BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan pandai meyakinkan nasabah untuk melakukan pembukaan tabungan di BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan” pada item-9 mendapatkan respon 23,9% sangat setuju, 53,3% setuju, dan 22,8% tidak setuju.

Pernyataan tentang “Pegawai BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan tanggap dalam memberikan perincian tentang syarat-syarat pembukaan rekening” pada item-10 mendapatkan respon 41,8% sangat setuju, 42,9% setuju, dan 15,2% tidak setuju.

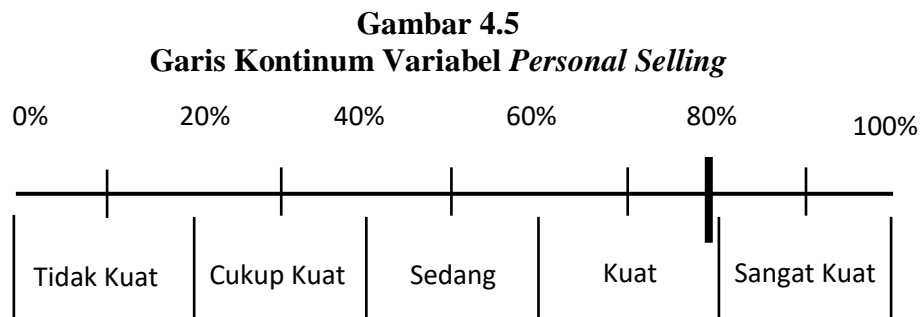
Pernyataan tentang “Pegawai BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan memberikan nomor telepon yang mudah dihubungi” pada item-11 mendapatkan respon 42,4% sangat setuju, 46,2% setuju, dan 11,4% tidak setuju.

$$\begin{aligned} \text{Skor} &= \{(\sum \text{STS} \times 1) + (\sum \text{TS} \times 2) + (\sum \text{S} \times 3) + (\sum \text{SS} \times 4)\} : (n \times 12 \times 4) \\ &= \{(0 \times 0) + (381 \times 2) + (865 \times 3) + (778 \times 4)\} : (184 \times 11 \times 4) \\ &= \{0 + 762 + 2.595 + 3.112\} : (8.096) \end{aligned}$$

$$= 6.469 : 8.096$$

$$= 0,799 \times 100\% = 79,9\%$$

Dari nilai tersebut menunjukkan tanggapan responden baik terhadap variabel *personal selling*. secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut:



Gambar diatas dapat dilihat bahwa letak garis kontinumnya berada di nilai 79,9%, ini menandakan kekuatan variabel yang sedang diteliti dikategorikan kuat.

b. Variabel *Word of Mouth* (X2)

Tanggapan responden tentang variabel *word of mouth* setelah di uji menggunakan SPSS 20 dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.3
Respon Terhadap Variabel *Word of Mouth* (X2)

No. Item	SS		S		TS		STS		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	83	45,1	64	34,8	37	20,1	-	-	184
2	69	37,5	92	50	23	12,5	-	-	184
3	89	48,4	74	40,2	21	11,4	-	-	184
4	87	47,3	69	37,5	28	15,2	-	-	184
5	45	24,5	71	38,6	68	37	-	-	184
6	78	42,4	72	39,1	34	18,5	-	-	184
Jumlah	451		442		211		-	-	1.104

Sumber: Output SPSS 20, 2021.

Berdasarkan tabel 4.6 diatas, dapat diketahui bahwa tanggapan responden pada item-item variabel *word of mouth* (X2) sebagai berikut:

Pernyataan tentang “Saya pernah mendengar seseorang membicarakan kelebihan fitur-fitur tabungan BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan” pada item-1 mendapatkan respon 83 sangat setuju, 64 setuju, dan 37 tidak setuju.

Pernyataan tentang “Saya mengetahui produk tabungan BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan melalui orang-orang terdekat” pada item-2 mendapatkan respon 69 sangat setuju, 92 setuju, dan 23 tidak setuju.

Pernyataan tentang “Seorang pemberi informasi menceritakan hal-hal positif tentang tabungan BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan” pada item-3 mendapatkan respon 89 sangat setuju, 74 setuju, dan 21 tidak setuju.

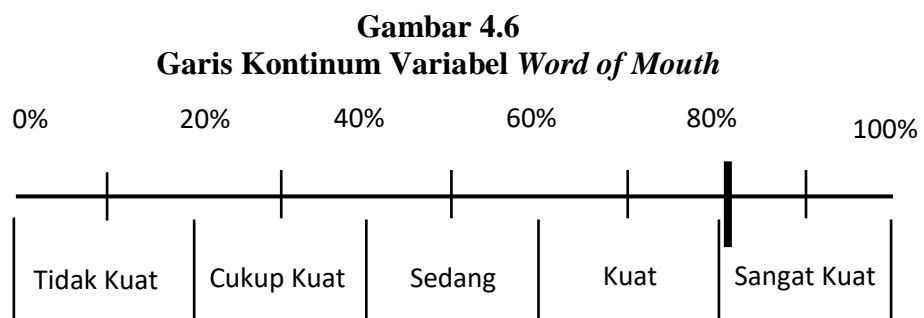
Pernyataan tentang “Saya mendapat rekomendasi dari seseorang tentang kelebihan menabung di BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan” pada item-4 mendapatkan respon 87 sangat setuju, 69 setuju, dan 28 tidak setuju.

Pernyataan tentang “Saya menyampaikan informasi seorang menjelaskan dengan menunjukkan/memberikan buku tabungan/brosur maupun media promosi lain yang berhubungan dengan produk tabungan BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan” pada item-5 mendapatkan respon 45 sangat setuju, 71 setuju, dan 68 tidak setuju.

Pernyataan tentang “Saya diajak oleh kerabat/teman untuk membuka tabungan di BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan” pada item-6 mendapatkan respon 78 sangat setuju, 72 setuju, dan 34 tidak setuju.

$$\begin{aligned}
 \text{Skor} &= \{(\sum \text{STS} \times 1) + (\sum \text{TS} \times 2) + (\sum \text{S} \times 3) + (\sum \text{SS} \times 4)\} : (n \times 12 \times 4) \\
 &= \{(0 \times 0) + (211 \times 2) + (442 \times 3) + (451 \times 4)\} : (184 \times 6 \times 4) \\
 &= \{0 + 422 + 1.326 + 1.804\} : (4.416) \\
 &= 3.552 : 4.416 \\
 &= 0,804 \times 100\% = 80,4\%
 \end{aligned}$$

Dari nilai tersebut menunjukkan tanggapan responden baik terhadap variabel *word of mouth*. secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut:



Gambar diatas dapat dilihat bahwa letak garis kontinumnya berada di nilai 80,4%, ini menandakan kekuatan variabel yang sedang diteliti dikategorikan sangat kuat.

c. Variabel Keputusan Menabung (Y)

Tanggapan responden tentang variabel keputusan menabung setelah di uji menggunakan SPSS 20 dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.4
Respon Terhadap Variabel Keputusan Menabung (Y)

No. Item	SS		S		TS		STS		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	56	30,4	67	36,4	61	33,2	-	-	184
2	64	34,8	86	46,7	34	18,5	-	-	184
3	80	43,5	85	46,2	19	10,3	-	-	184
4	51	20,7	96	52,2	37	20,1	-	-	184
5	80	43,5	79	42,9	25	13,6	-	-	184
6	48	26,1	78	42,4	58	31,5	-	-	184
7	90	48,9	57	31	37	20,1	-	-	184
8	123	66,8	46	25	15	8,2	-	-	184
9	141	76,6	34	18,5	9	4,9	-	-	184
Jumlah	733		628		295		-	-	1.656

Sumber: Output SPSS 20, 2021.

Berdasarkan tabel 4.7 diatas, dapat diketahui bahwa tanggapan responden pada item-item variabel keputusan menabung (Y) sebagai berikut:

Pernyataan tentang “Saya menabung di BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan karena sesuai dengan kebutuhan” pada item-1

mendapatkan respon 30,4% sangat setuju, 36,4% setuju, dan 33,2% tidak setuju.

Pernyataan tentang “Produk tabungan yang ada di BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan sesuai dengan lingkungan saya” pada item-2 mendapatkan respon 34,8% sangat setuju, 46,7% setuju, dan 18,5% tidak setuju.

Pernyataan tentang “Saya mencari informasi tentang produk tabungan BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan melalui orang-orang terdekat yang bukan pegawai BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan” pada item-3 mendapatkan respon 43,5% sangat setuju, 46,2% setuju, dan 10,3% tidak setuju.

Pernyataan tentang “Saya mencari informasi tentang produk tabungan BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan melalui brosur” pada item-4 mendapatkan respon 27,7% sangat setuju, 52,2% setuju, dan 20,1% tidak setuju.

Pernyataan tentang “Saya membandingkan produk tabungan di BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan dengan lembaga keuangan lainnya” pada item-5 mendapatkan respon 43,5% sangat setuju, 42,9% setuju, dan 13,6% tidak setuju.

Pernyataan tentang “Saya memutuskan menabung di BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan atas kemauan saya sendiri” pada item-6 mendapatkan respon 26,1% sangat setuju, 42,4% setuju, dan 31,5% tidak setuju.

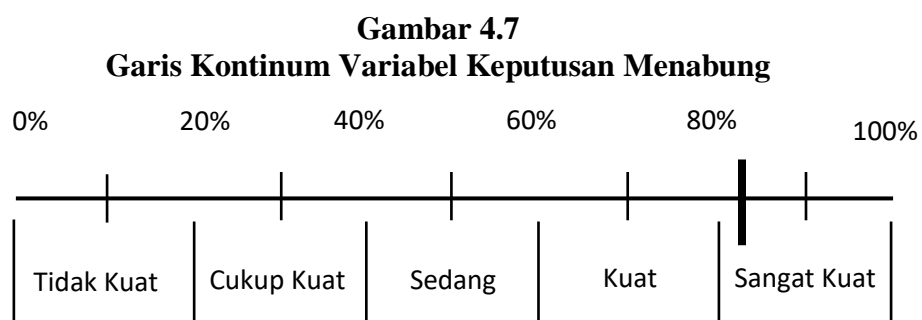
Pernyataan tentang “Saya memutuskan menabung di BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan karena saran dari orang terdekat” pada item-7 mendapatkan respon 48,9% sangat setuju, 31% setuju, dan 20,1% tidak setuju.

Pernyataan tentang “Setelah membuka tabungan di BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan, saya rajin menabung” pada item-8 mendapatkan respon 66,8% sangat setuju, 25% setuju, dan 8,2% tidak setuju.

Pernyataan tentang “Tabungan yang saya miliki di BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan bermanfaat bagi saya” pada item-9 mendapatkan respon 76,6% sangat setuju, 18,5% setuju, dan 4,9% tidak setuju.

$$\begin{aligned}
 \text{Skor} &= \{(\sum \text{STS} \times 1) + (\sum \text{TS} \times 2) + (\sum \text{S} \times 3) + (\sum \text{SS} \times 4)\} : (n \times 12 \times 4) \\
 &= \{(0 \times 0) + (295 \times 2) + (628 \times 3) + (733 \times 4)\} : (184 \times 9 \times 4) \\
 &= \{0 + 590 + 1.884 + 2.932\} : (6.624) \\
 &= 5.406 : 6.624 \\
 &= 0,816 \times 100\% = 81,6\%
 \end{aligned}$$

Dari nilai tersebut menunjukkan tanggapan responden baik terhadap variabel keputusan menabung. secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut:



Gambar diatas dapat dilihat bahwa letak garis kontinumnya berada di nilai 81,6%, ini menandakan kekuatan variabel yang sedang diteliti dikategorikan sangat kuat.

4. Uji Kualitas Data

Tujuan dari pengujian ini adalah untuk mengetahui apakah setiap item pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini layak atau tidak untuk digunakan. Peneliti mengajukan kuesioner yang berisi 26 butir pernyataan, 11 butir pernyataan untuk variabel *Personal Selling* (X1), 6 butir pernyataan untuk variabel *Word of Mouth* (X2), dan 9 butir pernyataan untuk variabel Keputusan Menabung (Y).

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen alat ukur telah menjalankan fungsi ukurnya. Validitas menunjukkan ketepatan dan kecepatan alat ukur dalam menjalankan fungsi ukurnya. Hasil ini dapat dilakukan dengan uji signifikansi yaitu dengan membandingkan nilai r-tabel dengan r-hitung untuk *degree of freedom* ($df = n-2$), dimana n adalah jumlah sampel dan $alpha$ 0,05 ($\alpha = 5\%$). Apabila r-hitung lebih besar daripada r-tabel dan nilai r positif, maka butir pernyataan tersebut dapat dikatakan valid, begitupun sebaliknya.

Pada penelitian ini dengan jumlah sampel 184 dan $alpha$ 0,05 didapat r-tabel 0,121. Item kuesioner yang memiliki nilai koefisien korelasi lebih kecil dari nilai kritisnya tidak diikutsertakan dalam pengujian selanjutnya.

Setelah dilakukan uji validitas dengan menggunakan program SPSS, seluruh item pernyataan pada variabel X yaitu (*Personal Selling* dan *Word of mouth*) serta item pernyataan pada variabel Y yaitu Keputusan Menabung dinilai valid karena memiliki nilai koefisien korelasi lebih besar dari 0,121. Berikut ini adalah koefisien korelasi tiap item pernyataan terhadap skor totalnya.

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Koefisien Korelasi	r-tabel	Validitas
<i>Personal Selling</i>(X1)	X1.1	0,648**	0,121	Valid
	X1.2	0,461**	0,121	Valid
	X1.3	0,466**	0,121	Valid
	X1.4	0,586**	0,121	Valid
	X1.5	0,600**	0,121	Valid
	X1.6	0,373**	0,121	Valid
	X1.7	0,632**	0,121	Valid
	X1.8	0,482**	0,121	Valid
	X1.9	0,545**	0,121	Valid
	X1.10	0,343**	0,121	Valid
	X1.11	0,589**	0,121	Valid
<i>Word of Mouth</i>(X2)	X2.1	0,640**	0,121	Valid
	X2.2	0,604**	0,121	Valid
	X2.3	0,541**	0,121	Valid
	X2.4	0,756**	0,121	Valid

	X2.5	0,559**	0,121	Valid
	X2.6	0,576**	0,121	Valid
Keputusan Menabung (Y)	Y.1	0,525**	0,121	Valid
	Y.2	0,487**	0,121	Valid
	Y.3	0,475**	0,121	Valid
	Y.4	0,563**	0,121	Valid
	Y.5	0,451**	0,121	Valid
	Y.6	0,692**	0,121	Valid
	Y.7	0,226**	0,121	Valid
	Y.8	0,325**	0,121	Valid
	Y.9	0,272**	0,121	Valid

Keterangan: **Korelasi signifikan diatas 0,01 *Korelasi signifikan diatas 0,05
Sumber: Output SPSS 20 diolah, 2021

b. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi jawaban responden atas kuesioner yang diberikan. Uji reliabilitas dilakukan dengan SPSS menggunakan teknik *Alpha Cronbach*. Bila hasil koefisien reliabilitas dari semua variabel menunjukkan positif dan signifikan, maka instrumen tersebut dinyatakan reliabel. Kuesioner dinyatakan reliabel jika *Alpha Cronbach* > 0,600 dan tidak reliabel jika sama dengan atau dibawah 0,600.

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai <i>Alpha Cronbach</i>	Keterangan
<i>Personal Selling</i> (X1)	0,732	Reliabel
<i>Word of Mouth</i> (X2)	0,666	Reliabel

Keputusan Menabung (Y)	0,635	Reliabel
-----------------------------------	-------	-----------------

Sumber: Output SPSS 20, 2021.

Dari keterangan tabel diatas, dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *Alpha Cronbach* > 0,600. Dengan demikian variabel *Personal Selling*, *Word of Mouth* dan Keputusan Menabung dapat dikatakan reliabel.

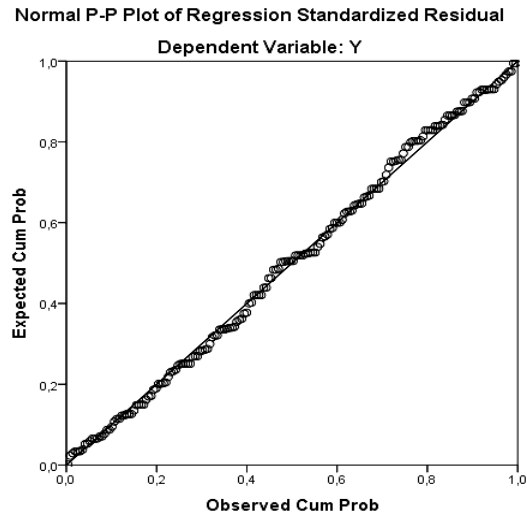
5. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk melihat atau menguji suatu model regresi termasuk layak atau tidak layak digunakan dalam penelitian. Uji asumsi klasik juga untuk menilai baik tidaknya model regresi yang dikembangkan. Pada penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS (*Statistical Package for The Social Sciences*) versi 20. Adapun uji asumsi klasik yang digunakan sebagai berikut:

a. Normalitas

Uji normalitas untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal atau tidak. Cara yang bisa ditempuh untuk menguji kenormalan data adalah dengan menggunakan grafik normal *probability plot* dengan cara melihat penyebaran data. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, model regresi memenuhi asumsi normalitas. Adapun hasil uji normalitas sebagai berikut:

Gambar 4.8
Hasil Uji Normalitas Menggunakan Grafik Normal *Probability Plot*



Sumber: Output SPSS 20, 2021

Dari hasil output SPSS di atas, pada grafik *normal probability plot* menunjukkan bahwa data (titik-titik) menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Uji kenormalan data juga bisa dilakukan dengan Uji *Kolmogorov-Smirnov*. Jika $Sig > 0,05$, maka data berdistribusi normal. Dalam penelitian ini juga dilakukan *One Sample Kolmogorov-Smirnov*. Berikut hasil uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* sebagai berikut.

Tabel 4.7
Hasil Uji Normalitas dengan Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual

N		184
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2,10608654
	Absolute	,040
Most Extreme Differences	Positive	,034
	Negative	-,040
Kolmogorov-Smirnov Z		,536
Asymp. Sig. (2-tailed)		,936

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Output SPSS 20, 2021

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* diatas, diperoleh nilai *One Sample Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0,539 dengan signifikasi 0,936 lebih dari 0,05 ($\text{sig} > 0,05$), hal ini berarti bahwa data berdistribusi normal.

b. Multikoleniarita

Uji multikolinearitas untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Cara untuk menguji ada tidaknya multikolinearitas dengan melihat nilai *tolerance* dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan pada model regresi. Jika nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10, maka tidak terjadi multikolinearitas. Hasil pengujian multikolinearitas sebagai berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
¹ <i>Personal Selling</i> (X1)	,561	1,782

<i>Word of Mouth (X2)</i>	,561	1,782
---------------------------	------	-------

Sumber: Output SPSS 20, 2021.

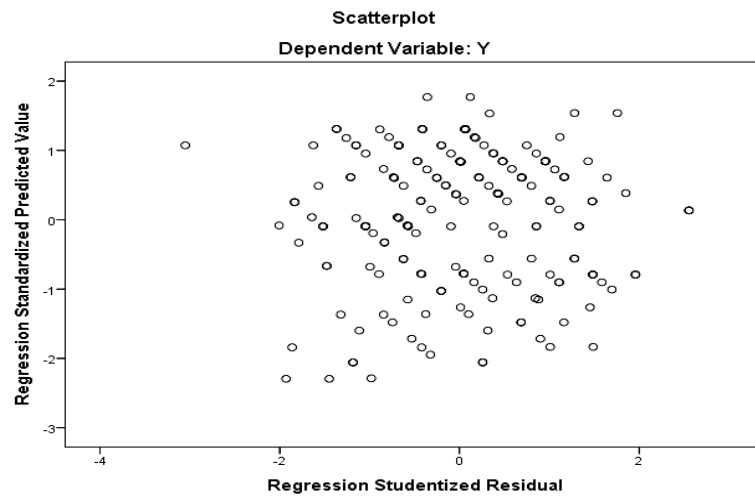
Dari hasil pengujian multikolinearitas yang dilakukan diketahui bahwa nilai *tolerance* masing-masing variabel bebas berada di atas 0,1 dan nilai VIF lebih kecil dari 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa antara variabel bebas tidak terjadi multikolinearitas. Artinya bahwa tidak terjadi korelasi antar variabel bebas.

c. Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Deteksi heterokedastisitas dapat dilakukan dengan metode *scatter plot* dengan memplotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan nilai residualnya.

Gambar 4.9

Hasil Uji Heterokedastisitas dengan *Scatter Plot*



Sumber: Output SPSS 20, 2021.

Berdasarkan gambar 4.6 diatas dari hasil output SPSS 20, grafik *Scatterplot* menunjukkan bahwa titik-titik pada grafik tidak bisa membentuk pola tertentu yang jelas, di mana titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga grafik tersebut tidak bisa dibaca dengan jelas. Hasil ini memperlihatkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas. Untuk lebih memastikan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi, peneliti juga melakukan uji Glejser. Apabila hasil signifikansi $> 0,05$, maka tidak terjadi heterokedastisitas. Berikut hasil uji Glejser.

Tabel 4.9
Hasil Uji Glejser
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	6,616	2	3,308	2,230	,110 ^b
Residual	268,448	181	1,483		
Total	275,064	183			

a. Dependent Variable: absRes

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Output SPSS 20, 2021.

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar $0,110 >$ signifikansi $0,05$. Sehingga dapat disimpulkan dalam model regresi pada penelitian ini tidak terjadi heterokedastisitas.

d. Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi linier terdapat hubungan yang kuat baik positif maupun negatif antar data yang ada pada variabel-variabel penelitian. Pada uji autokorelasi ini menggunakan uji *Durbin-Watson* (DW) dengan cara membandingkan DW hitung dengan DW tabelnya, derajat kepercayaan yang digunakan sebesar 5%.

Tabel 4.10
Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,820 ^a	,672	,667	1,397	1,798

Sumber: Output SPSS 20, 2020

Tabel tersebut menyatakan nilai DW sebesar 1,798, maka untuk mengetahui ada tidaknya autokorelasi, nilai DW tersebut akan dibandingkan dengan nilai tabel DW dan derajat kepercayaan yang digunakan 5%. Pada

tabel DW dengan melihat jumlah sampel $n = 184$ dan jumlah variabel bebas yang digunakan pada penelitian ini ($k = 2$), didapati nilai dL dan dU sebagai berikut:

Tabel 4.11
Pengambilan Keputusan Hasil Uji Autokorelasi

dL	dU	4 - dL	4 - dU	DW	Keputusan
1,736	1,780	2,263	2,219	1,798	Tidak terjadi autokorelasi

Sumber: Tabel Durbin-Watson

Tabel tersebut menyatakan bahwa nilai DW sebesar 1,798 berada diantara $dU = 1,780$ dan nilai $4 - dU = 2,219$ ($dU < DW < (4-dU)$), sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi autokorelasi.

6. Uji Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian ini model persamaan regresi berganda yang disusun untuk mengetahui pengaruh *Personal Selling* dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Menabung di BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Dari hasil analisis menggunakan program SPSS versi 20, diperoleh hasil sebagai berikut.

Tabel 4.12
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	13,027	1,396		9,334	,000

<i>Personal Selling</i> (X1)	,225	,051	,323	4,386	,000
<i>Word of Mouth</i> (X2)	,437	,078	,412	5,594	,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Output SPSS 20, 2021

Berdasarkan analisis regresi linier berganda pada tabel 4.15 di atas diperoleh koefisien variabel independen *Personal Selling* (X1) = 0,225 dan *Word of Mouth* (X2) = 0,437 dengan konstanta sebesar (13,027).. Sehingga model persamaan regresi yang diperoleh pada penelitian ini sebagai berikut.

$$Y = 13,027 + 0,225 X1 + 0,437 X2 + e$$

Dari model persamaan regresi linier berganda di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. (konstanta) sebesar 13,027 menyatakan bahwa jika variabel independen (*Personal Selling* dan *Word of Mouth*) tidak dipertimbangkan (bernilai nol), maka Keputusan Menabung anggota BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan bernilai 13,027.
- b. Nilai koefisien regresi variabel *Personal Selling* (X1) sebesar 0,225. Jika terjadi peningkatan sebesar 1 satuan pada variabel *Personal Selling* (X1), maka Keputusan Menabung anggota BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan akan meningkat sebesar 0,225 satuan dengan asumsi variabel-variabel lainnya dianggap tetap.
- c. Nilai koefisien regresi variabel *Word of Mouth* (X2) sebesar 0,437. Mempunyai arti bahwa jika *Word of Mouth* (X2) meningkat sedangkan variabel lain (*Personal Selling*) adalah tetap, maka Keputusan Menabung

anggota BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan sebesar 0,437 satuan.

B. Pembuktian Hipotesis

1. Uji T (Parsial)

Uji T dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen (*Personal selling* dan *Word of Mouth*) berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen (Keputusan Menabung) dengan $\alpha = 0,05$. Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

Dengan membandingkan nilai t-hitung dan t-tabel

- a. Jika $t_{\text{tabel}} > t_{\text{hitung}}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- b. Jika $t_{\text{tabel}} < t_{\text{hitung}}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Dengan menggunakan angka probabilitas signifikan

- a. Jika angka probabilitas signifikan $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- b. Jika angka probabilitas signifikan $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Hasil uji signifikansi secara parsial variabel independen dengan SPSS versi 20 sebagai berikut:

Tabel 4.13
Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	13,027	1,396		9,334	,000
1 <i>Personal Selling</i> (X1)	,225	,051	,323	4,386	,000
<i>Word of Mouth</i> (X2)	,437	,078	,412	5,594	,000

a. Dependent Variable: Y
Sumber: Output SPSS 20, 2021

Hasil analisis uji t diatas akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} . Nilai t_{tabel} diperoleh dari $df = n$ (jumlah sampel) – m (jumlah variabel), $df = 184 - 2 = 182$ dan taraf signifikasi sebesar 0,05 diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,653. Pengaruh masing-masing variabel dijelaskan sebagai berikut:

Variabel *Personal Selling* (X1) diperoleh t_{hitung} sebesar 4,386 dengan taraf signifikasi 0,000. Nilai t_{tabel} yaitu 1,653. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikasi $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 4,386 > t_{tabel} 1,653$, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel *Personal Selling* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menabung di BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan.

Variabel *Word of Mouth* (X2) diperoleh t_{hitung} sebesar 5,594 dengan taraf signifikasi 0,000. Nilai t_{tabel} yaitu 1,653. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikasi $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 5,594 > t_{tabel} 1,653$, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya

variabel *Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menabung di BMT NU Jawa Timur Cabang Tlnakan Pamekasan.

2. Uji F (Simultan)

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

Dengan membandingkan nilai F-hitung dan F-tabel

- a. Jika $F_{\text{tabel}} > F_{\text{hitung}}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- b. Jika $F_{\text{tabel}} < F_{\text{hitung}}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Dengan menggunakan angka probabilitas signifikan

- a. Jika angka probabilitas signifikan $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- b. Jika angka probabilitas signifikan $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Hasil uji signifikan secara simultan variabel independen dengan SPSS versi 20 sebagai berikut.

Tabel 4.14
Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	663,655	2	331,827	73,992	,000 ^b
	Residual	811,715	181	4,485		
	Total	1475,370	183			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Output SPSS 20, 2021

Hasil uji F tersebut diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 73,992 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 (lebih kecil dari signifikansi 0,05). Nilai F_{tabel} sebesar 3,05 diperoleh dari $dk penyebut = V_2 = n$ (jumlah sampel) $- m$ (jumlah variabel) $- 1$ dan $dk pembilang = V_1 = m - 1$. $V_2 = 184 - 3 = 181$ dan $V_1 = 3 - 1 = 2$. Berarti nilai $F_{hitung} 73,992 > F_{tabel} 3,05$ dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga keputusannya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel *Personal Selling* (X1) dan *Word of Mouth* (X2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menabung di BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan.

3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah angka yang menyatakan atau digunakan untuk mengetahui kontribusi atau sumbangan yang diberikan variabel X terhadap variabel Y.

Tabel 4.15
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,820 ^a	,672	,667	1,397

Sumber: Output SPSS 20, 2021

Berdasarkan tabel tersebut, hasil analisis koefisien determinasi terlihat bahwa besarnya nilai *Adjusted R Square* adalah 0,667 atau 66,7%. Hal ini berarti sebesar 66,7% kemampuan model regresi pada penelitian ini dalam menerangkan variabel dependen. Artinya 66,7% variabel Keputusan Menabung Di BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan dijelaskan oleh variasi variabel independen *Personal Selling* dan *Word of Mouth*. Sedangkan sisanya ($100\% - 66,7\% = 33,3\%$) dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

C. Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis regresi yang dilakukan dalam penelitian ini, maka peneliti mencoba memberikan pembahasan terhadap masing-masing

variabel yang dibahas di dalam penelitian ini. Berikut penjelasan mengenai pengujian hipotesis akan diuraikan sebagai berikut:

1. Pengaruh *Personal Selling* Terhadap Keputusan Menabung Di BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan

Hasil uji regresi linier berganda menunjukkan besaran koefisien regresi variabel *Personal Selling* bertanda positif yang berarti *Personal Selling* berbanding lurus atau searah terhadap Keputusan Menabung di BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan. Berdasarkan hasil uji-t diperoleh t_{hitung} sebesar 4,386 dengan taraf signifikan 0,000. Nilai t_{tabel} yaitu 1,653. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 4,386 > t_{tabel} 1,653$ dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak. Sehingga dapat disimpulkan variabel *Personal Selling* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menabung di BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan.

Fitri Maisya menyatakan bahwa *personal selling* merupakan cara untuk membantu perusahaan agar mudah mencari dan mendapatkan nasabah sehingga perusahaan dapat meningkatkan jumlah nasabah sesuai dengan target yang diinginkan.⁶ Selain itu Fandi Tjiptono mengemukakan bahwa *personal selling* merupakan komunikasi langsung penjual dengan calon pelanggan untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon pelanggan dan

⁶Fitri Maisya, "Pengaruh Periklanan, Promosi Penjualan dan Hubungan Masyarakat terhadap Keputusan Menabung di PT. BTN Tbk. Cabang Bukit Tinggi," *E-Journal Manajemen UNUD*, Vol. 4, No. 12 (2014): 87, <https://www.e-jurnal.com/2014/11/pengaruh-periklanan-promosi-penjualan.html?m=1>.

membentuk pemahaman terhadap suatu produk atau jasa sehingga kemudian akan mencoba dan membeli.⁷

Adanya *personal selling* wiraniaga dapat mengamati reaksi calon anggota baru dan dapat melakukan penyesuaian pendekatan yang tepat. Komunikasi yang terjadi antara wiraniaga dan calon anggota baru terletak pada janji-janji tentang keunggulan dan kelebihan dari produk yang ditawarkan, sehingga ketika itu calon anggota baru akan tertarik dan memutuskan untuk membeli/menabung produk yang ditawarkan dengan harapan kinerja produk sesuai dengan yang dijanjikan.

Vita Maryanti menyatakan BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan tepat melaksanakan janji-janjinya di awal, yaitu tetap rutin melakukan antar jemput tabungan. Pelayanan ini membuat anggota merasa nyaman karena tidak perlu datang ke bmt secara langsung, *feedback* dari pelayanan ini anggota merasa percaya dan tidak hanya menggunakan satu produk saja tetapi mencoba produk yang lainnya seperti menggadaikan emas.⁸

Hasil analisis deskriptif menunjukkan indikator yang paling penting dalam kegiatan *personal selling* berdasarkan jawaban responden adalah indikator keramahan pegawai BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan, dengan jawaban sangat setuju paling besar yaitu sebesar 60,3%. Hal tersebut menunjukkan keramahan pegawai dapat memberikan kenyamanan bagi anggota bmt, yang dapat menimbulkan kepuasan anggota. Kegiatan *personal selling* dapat membangun hubungan yang lama dengan

⁷ Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2008), hal.224

⁸Vita Maryanti, anggota BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan, wawancara, 11 Mei 2021.

pelanggannya. Sehingga, dapat dikatakan, *personal selling* digunakan dalam pertimbangan untuk memutuskan menabung.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Juliana Agesni yang menyatakan bahwa *personal selling* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung di PT. Bank Mandiri KCP Jakarta Ratu Plaza.⁹

2. Pengaruh *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Menabung Di BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan

Hasil uji regresi linier berganda menunjukkan besaran koefisien regresi variabel *Word of Mouth* bertanda positif yang berarti *Word of Mouth* berbanding lurus atau searah terhadap Keputusan Menabung di BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan. Berdasarkan hasil uji-t diperoleh t_{hitung} sebesar 5,594 dengan taraf signifikan 0,000. Nilai t_{tabel} yaitu 1,653. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} $5,594 > t_{tabel}$ 1,653 dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung di BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan.

Word of mouth pada dasarnya merupakan kesan terhadap produk atau jasa suatu perusahaan, ataupun tentang perusahaan itu sendiri, bentuknya berupa komentar baik tentang kinerja produk, pelayanan, keramahan, ataupun hal lainnya yang dirasakan dan dialami oleh anggota itu sendiri yang disampaikan kepada orang lain baik teman atau anggota keluarga. Hal ini

⁹Juliana Agesni, "Analisis Pengaruh Personal Selling dan Direct Marketing Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Mandiri Tabungan Rencana Di PT Bank Mandiri Persero (TBK) KCP Jakarta Ratu Plaza" (Skripsi: ABFI Institute Perbanas, 2015), 93.

dibuktikan dari hasil kusioner pada pernyataan “seorang pemberi informasi menceritakan hal-hal positif tentang tabungan BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan” dimana sebanyak 48,4% responden menyatakan sangat setuju dan 40,2% menyatakan setuju. Semakin banyak cerita positif tentang produk yang disebarakan maka kesempatan mendatangkan calon anggota baru semakin besar.

Salah satu indikator yang memiliki tingkat validitas tinggi yaitu mendapat rekomendasi tentang kelebihan menabung, dengan nilai koefisien korelasi yang nilanya jauh diatas nilai r-tabel.¹⁰ Dapat dijelaskan bahwa jawaban responden mampu memberikan gambaran terkait rekomendasi terhadap keputusan menabung. Menurut Rosen, seseorang cenderung lebih mendengarkan apa yang dikatakan orang atau kelompok yang menjadi rujukan seperti teman atau anggota.¹¹ Hal ini juga didukung dengan teori keputusan menabung, dimana faktor yang memengaruhi keputusan menabung salah satunya dari faktor lingkungan yaitu keluarga, kelompok refrensi, dan kelas sosial.¹²

Komunikasi pemasaran *word of mouth* dilakukan secara tidak sadar tanpa ada tujuan komersil, yang tercipta dari adanya kepuasan dengan pemberian informasi yang positif sehingga orang lain akan lebih mudah percaya. Hal ini juga terjadi di BMT NU Jawa Timur, dimana anggota-anggota yang merasa puas akan secara tidak sadar mempersuasi orang lain untuk menggunakan layanan yang sama, kegiatan pemasaran ini menjadikan variabel *word of*

¹⁰ Lihat bab 4 hlm. 85

¹¹ Lihat bab 2 hlm. 23

¹² Lihat bab 2 hlm. 35

mouth lebih dominan dapat mempengaruhi calon anggota untuk memutuskan menabung di BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Leni Handriyani yang menyatakan bahwa *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk BMT Tumang.¹³

3. Pengaruh *Personal Selling* dan *Word of Mouth* Secara Simultan Terhadap Keputusan Menabung Di BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan

Pembahasan ini akan menjelaskan jawaban dari rumusan masalah “Apakah *personal selling* dan *wod of mouth* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menabung di BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan?”

Setelah dilakukan uji F diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 73,992 dan nilai F_{tabel} sebesar 3,05 diperoleh dari dk penyebut = $V_2 = n$ (jumlah sampel) – m (jumlah variabel) ; dk pembilang = $V_1 = m - 1$. $V_2 = 184 - 3 = 181$ dan $V_1 = 3 - 1 = 2$, tingkat signifikansi sebesar 0,000 (lebih kecil dari signifikansi 0,05).

Nilai F_{hitung} yang lebih besar dari F_{tabel} mengindikasikan bahwa variabel independen *Personal Selling* (X1) dan *Word of Mouth* (X2) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menabung Di BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan.

Hasil uji diatas variabel *Personal Selling* dan *Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menabung, hal ini

¹³Leni Handriyani, “Pengaruh Bagi Hasil, Kualitas Layanan,dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk BMT Tumang,” (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Surakarta, Surakarta, 2019), 88.

berarti bahwa apabila *Personal Selling* dan *Word of Mouth* baik, maka akan berdampak pada semakin berpengaruhnya terhadap Keputusan Menabung Di BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan.

Berdasarkan hasil *adjusted R square* diperoleh nilai sebesar 66,7%. Artinya 66,7% variabel Keputusan Menabung di BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan dijelaskan oleh variasi variabel independen *personal selling* dan *word of mouth*, sedangkan sisanya (100% - 66,7% = 33,3%) dipengaruhi oleh variabel lainnya yaitu kepribadian dan gaya hidup, budaya dan demografi, persepsi, dan proses pembelajaran.¹⁴*Personal selling* dan *word of mouth* dapat dilakukan dalam satu waktu, dimana saat BMT NU melakukan kegiatan *personal selling* di masjid ta'lim dan diantara jamaah masjid ta'lim telah ada yang menjadi anggota BMT NU, maka hal ini dapat menjadi daya tarik bagi calon anggota lainnya karena telah ada pengguna sehingga akan merasa lebih yakin untuk menabung di BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Pamekasan.¹⁵

¹⁴ Lihat bab 2 hal 34-36

¹⁵ Lihat bab 1 hal 4-5