

## BAB IV

### DESKRIPSI, PEMBUKTIAN HIPOTESIS, DAN PEMBAHASAN

#### A. Deskripsi Data

##### 1. Gambaran Umum Obyek Penelitian

###### a. Sejarah Berdirinya BMT NU Cabang Utama Sumenep

BMT NU Jatim lahir berangkat dari sebuah keprihatinan atas kondisi masyarakat Sumenep pada umumnya dan masyarakat kecamatan Gapura pada khususnya. Oleh karenanya pada tahun 2003 pengurus MWC NU Gapura memberikan tugas kepada lembaga perekonomian adalah masyudi, berangkat dari kesepakatan bersama akhirnya lembaga perekonomian merencanakan program penguatan ekonomi kerakyatan untuk kesejahteraan masyarakat yang Mardhatillah. Sudah barang tentu keinginan tersebut diperlukan adanya upaya secara konkret, sistematis, dan terpadu guna mengatasi berbagai masalah ekonomi warga.<sup>84</sup>

Untuk mewujudkan program tersebut, serangkaian upaya telah dilakukan oleh lembaga perekonomian MWC NU Gapura, diawali dengan pelatihan kewirausahaan pada tanggal 08-10 April 2003, bincang bersama alumni. Pelatihan tersebut bertujuan untuk merumuskan model penguatan ekonomi kerakyatan pada tanggal 13 Juni 2003, temu usaha pada tanggal 21 November 2003, lokakarya Tanaman Alternatif selain

---

<sup>84</sup> Blog BMT NU Jawa Timur, diakses dari <https://bmtnujatim.com/blog/>, pada tanggal 4 September 2021 pukul 19:00.

Tembakau pada tanggal 13 Mei 2004 dan Lokakarya Perencanaan Pembentukan BUMNU (Badan Usaha Milik NU).

Akhirnya pada 01 Juni 2004 pengurus MWC NU bersama-sama dengan peserta lokakarya menyepakati gagasan untuk mendirikan sebuah usaha simpan pinjam pola syariah yang diberi nama BMT NU (Baitul Maal wat Tamwil Nahdlatul Ulama). Hanya saja berdasarkan keputusan rapat pengurus MWC NU Gapura pada tanggal 29 April 2007 yang bertempat di Mushalla KH. Dahlan Gapura barat nama BMT Nahdlatul Ulama diubah menjadi BMT Nuansa Umat yang disingkat BMT NU. Perubahan nama tersebut berdasarkan masukan dari Notaris serta pejabat koperasi dan UMKM Kab.Sumenep, bahwa nama Nahdlatul Ulama tidak boleh digunakan oleh lembaga lain tanpa adanya izin tertulis dari Pengurus Besar Nahdlatul Ulama.

## **b. Visi dan Misi**

### **1) Visi:**

Terwujudnya BMT NU yang Jujur, Amanah, dan Profesional sehingga anggun dalam layanan, Unggul dalam kinerja menuju terbentuknya 100 Cabang pada tahun 2026 untuk Kemandirian dan Kesejahteraan Anggota.

### **2) Misi:**

Memberikan layanan prima, bina usaha dan solusi kepada anggota sebagai pilihan utama menerapkan dan mengembangkan nilai-nilai Syariah secara murni dan konsekuen sehingga menjadi acuan tata kelola usaha yang profesional dan amanah.

- a) Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan yang berkesinambungan menuju berdirinya 100 kantor cabang pada tahun 2026.
- b) Mengutamakan penghimpunan dana atas dasar ta'awun dan penyaluran pembiayaan pada segment UMKM baik secara perseorangan maupun berbasis jamaah.
- c) Mewujudkan penghimpunan dan penyalur zakat, infaq, shadaqah, dan waqaf.
- d) Menyiapkan dan mengembangkan SDI yang berkualitas, profesional, dan memiliki integritas tinggi.
- e) Mengembangkan budaya dan lingkungan kerja yang ramah dan sehat serta manajemen yang sesuai prinsip kehati-hatian.
- f) Menciptakan kondisi terbaik SDI sebagai tempat kebanggaan dalam mengabdikan tanpa batas dan melayani dengan ikhlas sebagai pewujudan ibadah.
- g) Meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab kepada lingkungan dan jamaah.<sup>85</sup>

**c. Bentuk atau Badan Hukum**

Adapun eksekusi kelembagaan atas status badan hukum BMT sebagai Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) yang tunduk kepada UU No.25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian dan yang mengatur BMT adalah Keputusan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Nomor 91/Kep/MKUKM/2004 tentang Petunjuk Pelaksanaan

---

<sup>85</sup> Ibid.

Kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS). Adapun Bentuk Badan Hukum BMT Nu Jatim yaitu Nomor: 10, Badan Hukum:188.4/11/BH/XVI.26/435.113/2007,SIUP:503/6371/SIUPK/435,1 14/2007, TDP :132125200588, dan NPWP :02.599.962.4-608.000 No.188.4/11/BH/XVI.26/435.113/2007, yang diresmikan pada tanggal 4 Mei 2007. Koperasi tersebut bermaksud menggalang kerjasama untuk membantu kepentingan ekonomi anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya dalam rangka pemenuhan kebutuhan dan bertujuan memajukan kesejahteraan anggota dan masyarakat yang Mardhatillah.

Setelah BMT NU mulai berkembang di Gapura-Sumenep, BMT NU Jatim juga mulai membuka kantor cabang keberbagai daerah di Jawa Timur adalah:

**Tabel 4.1**  
**Sebaran Kantor Cabang BMT NU Jatim**

| No | Kabupaten   | Jaringan Kantor                    |
|----|-------------|------------------------------------|
| 1  | Sumenep     | 1 Kantor Pusat<br>16 Kantor Cabang |
| 2  | Pamekasan   | 7 Kantor Cabang                    |
| 3  | Sampang     | 5 Kantor Cabang                    |
| 4  | Bangkalan   | 4 Kantor Cabang                    |
| 5  | Lumajang    | 1 Kantor Cabang                    |
| 6  | Banyuwangi  | 1 Kantor Cabang                    |
| 7  | Situbondo   | 9 Kantor Cabang                    |
| 8  | Probolinggo | 1 Kantor Cabang                    |
| 9  | Bondowoso   | 7 Kantor Cabang                    |
| 10 | Jember      | 5 Kantor Cabang                    |

|    |         |                 |
|----|---------|-----------------|
| 11 | Jombang | 1 Kantor Cabang |
|----|---------|-----------------|

Sumber: Data penelitian diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.1 jaringan kantor BMT NU Jatim terdapat di Sebelas Kabupaten dengan jumlah 57 kantor cabang. Adapun yang menjadi obyek pada penelitian ini yaitu BMT NU Cabang Utama Sumenep.

#### **d. Struktur Organisasi**

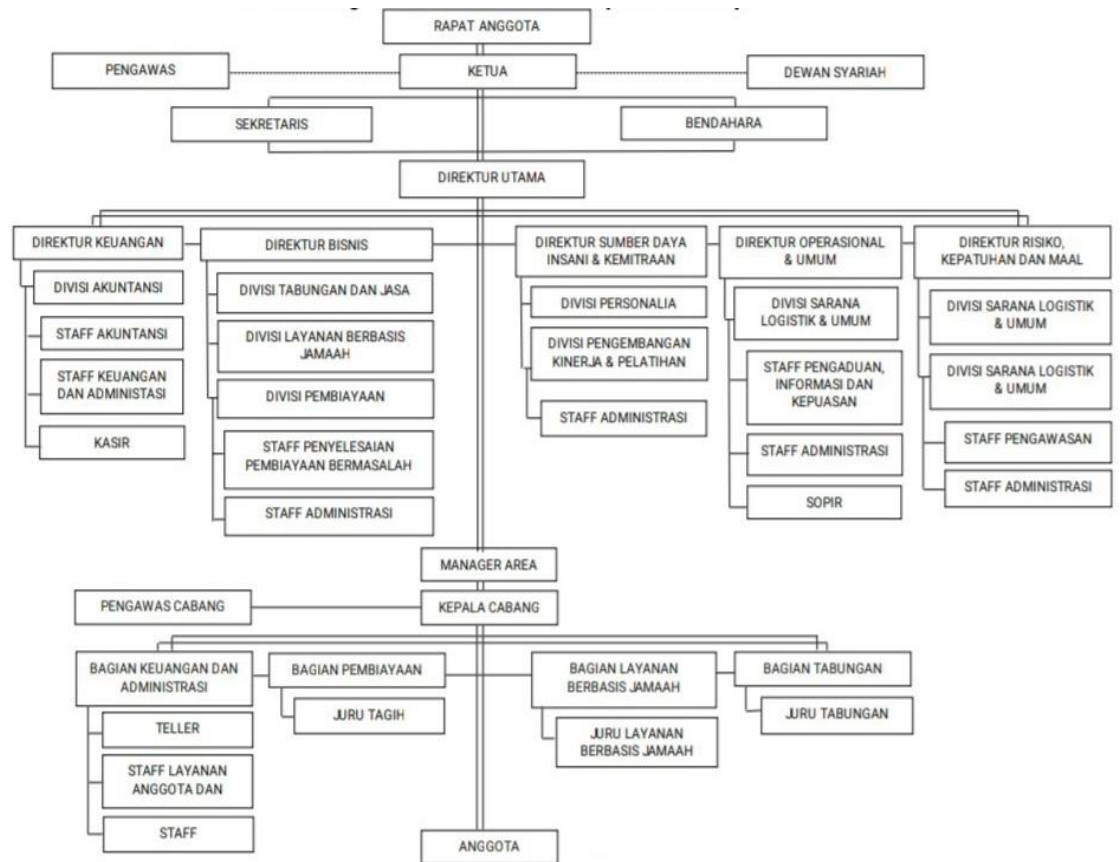
Struktur Organisasi adalah diagram yang menggambarkan rantai perintah, hubungan pekerjaan, tanggung jawab, rentang kendali dan pimpinan organisasi berfungsi sebagai kerangka kerja dan tugas pekerjaan yang dibagi. Struktur organisasi menunjukkan alur perintah yang mengindikasikan jabatan yang harus dipertanggung jawabkan oleh masing-masing tipe karyawan.<sup>86</sup>

Adapun struktur organisasi BMT NU Cabang Utama Sumenep adalah sebagai berikut:

---

<sup>86</sup> Muchlisin Riadi, Pengertian Struktur Organisasi, diakses dari <https://www.kajianpustaka.com/2020/09/struktur-organisasi.html?m=1> pada tanggal 2 Maret 2021.

**Gambar 4.1**  
**Struktur Organisasi BMT NU Cabang Utama Sumenep**



**Sumber:** Data Penelitian diolah, 2021

## 2. Deskripsi Data Penelitian dan Responden

### a. Deskripsi Data Penelitian

Data penelitian dikumpulkan dengan cara membagikan kuesioner langsung kepada anggota. Penelitian ini menyebarkan 99 kuesioner kepada anggota produk pembiayaan Murabahah di BMT NU Pusat Gapura Sumenep. Pengumpulan data secara langsung dikumpulkan peneliti dengan menggunakan alat analisis SPSS 24, dengan sampel terpenuhi. Rincian data penelitian dengan kuesioner yang ditujukan dalam tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.2**  
**Rincian Penerimaan dan Pengembalian Kuesioner**

|                                     |      |
|-------------------------------------|------|
| Kuesioner yang disebarakan          | 99   |
| Kuesioner yang tidak kembali        | 0    |
| Kuesioner yang kembali              | 99   |
| Kuesioner yang digugurkan           | 0    |
| Kuesioner yang digunakan            | 99   |
| Tingkat pengembalian                | 100% |
| Tingkat pengembalian yang digunakan | 100% |

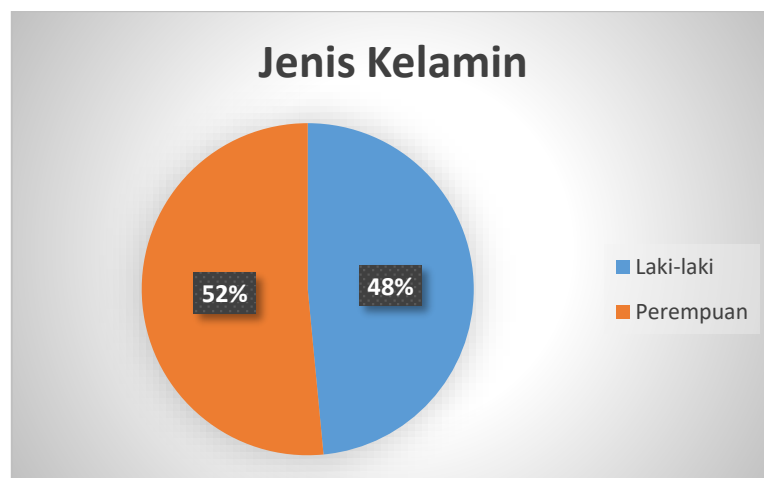
**Sumber:** Data diolah, 2021

#### **b. Deskripsi Data Responden**

Keadaan atau kondisi responden digambarkan oleh data hasil kuesioner yang merupakan informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian. Karakteristik penelitiannya terdiri dari:

##### **1) Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

**Gambar 4.2**  
**Jenis Kelamin Responden**

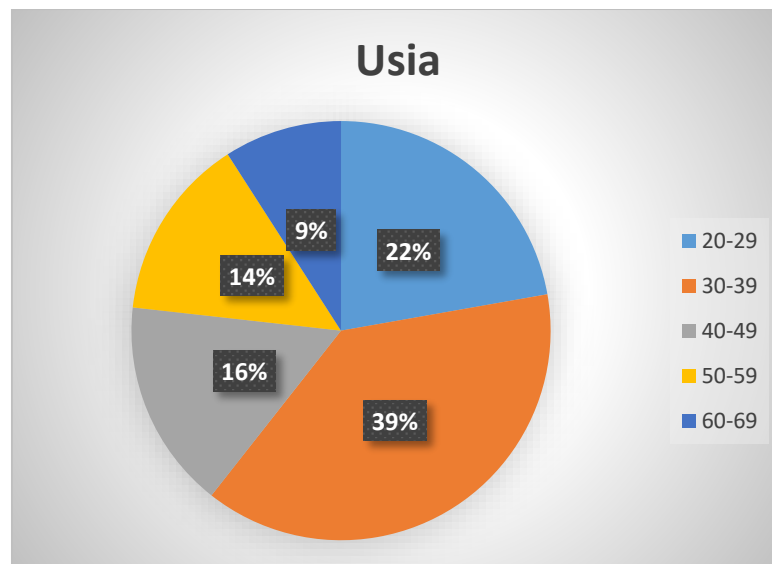


**Sumber :** Data Primer diolah Penulis, 2021

Pada tabel 4.3 menunjukkan bahwa total responden sebanyak 99 orang dengan jumlah responden jenis kelamin perempuan sebanyak 51 dengan persentase sebesar 52% dan sisanya yaitu laki-laki sebanyak 48 dengan persentase sebesar 48%. Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan.

## 2) Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

**Gambar 4.3**  
**Usia Responden**



**Sumber** : Data Primer diolah Penulis, 2021

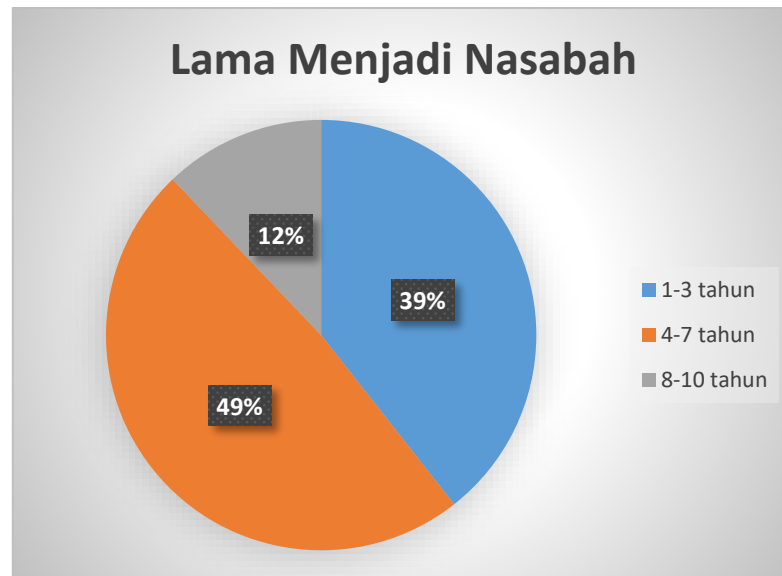
Pada tabel 4.4 menunjukkan bahwa usia responden sekitar 20-29 tahun dengan persentase sebesar 22%, 30-39 tahun dengan persentase sebesar 39%, 40-49 tahun dengan persentase sebesar 16%, 50-59 tahun dengan persentase sebesar 14%, dan 60-69 tahun dengan persentase sebesar 9%. Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan



bahwa dalam penelitian ini mayoritas responden berusia 30-39 tahun dengan persentase 38,4%.

### 3) Karakteristik Responden Berdasarkan Lama menjadi Nasabah

**Gambar 4.4**  
**Lama Menjadi Nasabah**



**Sumber :** Data Primer diolah Penulis, 2021

Pada tabel 4.5 menunjukkan bahwa lama menjadi anggota responden diperoleh data sebanyak 39 responden menjadi nasabah selama 1-3 tahun dengan presentase 39,4%, 48 responden menjadi nasabah selama 4-7 tahun dengan presentase 48,5% dan 12 responden menjadi nasabah selama 8-10 dengan presentase 12,1. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas lama nasabah menjadi anggota dalam penelitian ini yaitu 4-7 tahun.

### 3. Deskripsi Variabel Penelitian

Tanggapan nasabah berpartisipasi pada penelitian ini (responden) mengenai *Personal Selling* dan Kualitas Produk Terhadap Minat Anggota

di BMT NU Cabang Utama Sumenep, dapat dijelaskan melalui tanggapan responden. Variabel bebas terdiri dari *Personal Selling* (X1) dengan jumlah pernyataan 3 butir dan Kualitas Produk (X2) dengan jumlah pernyataan 4 butir. Sedangkan variabel terikat yaitu Minat Anggota (Y) dengan jumlah pernyataan 4 butir.

**Tabel 4.3**  
**Daftar Pernyataan Kuesioner**

| No | Pernyataan   | Keterangan |
|----|--|------------|
| 1  | Karyawan BMT NU Sumenep bertemu langsung saat memasarkan produk pembiayaan <i>murabahah</i> kepada saya.                       | X1.1       |
| 2  | Karyawan BMT NU Sumenep dapat menjalin hubungan baik dengan nasabah.   | X1.2       |
| 3  | Penjelasan dari karyawan BMT NU Sumenep sudah jelas sehingga saya bisa mendengarkan, memperhatikan dan menanggapi dengan baik. | X1.3       |
| 4  | Pembiayaan <i>murabahah</i> berfungsi untuk pemenuhan kebutuhan konsumsi saya  | X2.1       |
| 5  | BMT NU Sumenep memiliki sistem administrasi yang baik dan mudah dalam transaksi pembiayaan <i>murobahah</i> .                  | X2.2       |
| 6  | pelaksanaan transaksi pembiayaan <i>murabahah</i> aman dalam masa pembiayaannya  | X2.3       |

|           |  |      |
|-----------|--|------|
| <b>7</b>  | Spesifikasi produk pembiayaan <i>murabahah</i> yang ditawarkan sesuai dengan yang di browsur.              | X2.4 |
| <b>8</b>  | Saya tertarik untuk menggunakan produk pembiayaan <i>murabahah</i> di BMT NU Sumenep.                      | Y1   |
| <b>9</b>  | Saya ingin merekomendasikan produk <i>murabahah</i> ini kepada orang-orang disekitar saya.                 | Y2   |
| <b>10</b> | Saya memilih produk pembiayaan <i>murabahah</i> di BMT NU Sumenep karena lebih menarik perhatian saya.     | Y3   |
| <b>11</b> | Saya menanyakan informasi produk pembiayaan <i>murabahah</i> ini kepada orang sudah pernah menggunakannya. | Y4   |

Berdasarkan pada tabel diatas, peneliti dalam mendapatkan jawaban dari responden yang jumlahnya sebanyak 99 responden dari variabel *Personal Selling* (X1), Kualitas Produk (X2), dan Minat Anggota sebagai variabel (Y). Dari hasil jawaban tersebut dikelompokkan dengan cara menghitung frekuensi dan presentasinya. Dalam penelitian ini, dari setiap butir pernyataan diberi skor 5-4-3-2-1. Berikut ini merupakan hasil dari pengelompokan tersebut yaitu sebagai berikut:

a. **Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel *Personal Selling***  
(X1)

**Tabel 4.4**  
**Distribusi Jawaban *Personal Selling* (X1)**

| No            | SS  |      | S   |      | KS |      | TS |   | STS |   | Total |
|---------------|-----|------|-----|------|----|------|----|---|-----|---|-------|
|               | F   | %    | F   | %    | F  | %    | F  | % | F   | % |       |
| 1             | 39  | 39,4 | 39  | 39,4 | 21 | 21,2 |    |   |     |   | 99    |
| 2             | 31  | 31,3 | 48  | 48,5 | 20 | 20,2 |    |   |     |   | 99    |
| 3             | 36  | 36,3 | 47  | 47,5 | 16 | 16,2 |    |   |     |   | 99    |
| <b>Jumlah</b> | 106 |      | 134 |      | 57 |      |    |   |     |   |       |

Sumber: Output SPSS ver 24, 2021.

Berdasarkan tabel 4.7 diatas, tanggapan responden pada pernyataan-pernyataan *personal selling* sebanyak 106 hasil jawaban dari 3 indikator menyatakan sangat setuju, 134 setuju, dan 57 kurang setuju.

b. **Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel Kualitas Produk**  
(X2)

**Tabel 4.5**  
**Distribusi Jawaban Kualitas Produk (X2)**

| No | SS |      | S  |      | KS |     | TS |   | STS |   | Total |
|----|----|------|----|------|----|-----|----|---|-----|---|-------|
|    | F  | %    | F  | %    | F  | %   | F  | % | F   | % |       |
| 1  | 53 | 53,5 | 45 | 45,5 | 1  | 1   |    |   |     |   | 99    |
| 2  | 51 | 51,5 | 39 | 39,4 | 9  | 9,1 |    |   |     |   | 99    |
| 3  | 52 | 52,5 | 45 | 45,5 | 2  | 2   |    |   |     |   | 99    |

|               |     |      |     |      |    |   |  |  |  |  |    |
|---------------|-----|------|-----|------|----|---|--|--|--|--|----|
| 4             | 63  | 63,6 | 35  | 35,4 | 1  | 1 |  |  |  |  | 99 |
| <b>Jumlah</b> | 219 |      | 164 |      | 13 |   |  |  |  |  |    |

**Sumber:** Output SPSS ver 24, 2021.

Berdasarkan tabel 4.8 diatas, tanggapan responden pada pernyataan-pernyataan kualitas produk sebanyak 219 hasil jawaban dari 3 indikator menyatakan sangat setuju, 164 setuju, dan 13 kurang setuju.

#### c. Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel Minat Anggota (Y)

**Tabel 4.6**

**Distribusi Jawaban Minat Anggota (Y)**

| No            | SS  |      | S   |      | KS |     | TS |   | STS |   | Total |
|---------------|-----|------|-----|------|----|-----|----|---|-----|---|-------|
|               | F   | %    | F   | %    | F  | %   | F  | % | F   | % |       |
| 1             | 53  | 53,5 | 44  | 44,5 | 2  | 2   |    |   |     |   | 99    |
| 2             | 60  | 60,6 | 38  | 38,4 | 1  | 1   |    |   |     |   | 99    |
| 3             | 57  | 57,6 | 39  | 39,4 | 3  | 3   |    |   |     |   | 99    |
| 4             | 48  | 48,5 | 43  | 43,4 | 8  | 8,1 |    |   |     |   | 99    |
| <b>Jumlah</b> | 218 |      | 164 |      | 14 |     |    |   |     |   |       |

**Sumber:** Output SPSS ver 24, 2021.

Berdasarkan tabel 4.9 diatas, tanggapan responden pada pernyataan-pernyataan minat anggota sebanyak 218 hasil jawaban dari 3 indikator menyatakan sangat setuju, 164 setuju, dan 14 kurang setuju.

#### 4. Uji Instrumen (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 11 butir pernyataan, 3 butir pernyataan untuk variabel *personal selling* ( $X_1$ ), 4 butir pernyataan untuk variabel kualitas produk ( $X_2$ ), dan 4 butir pernyataan untuk variabel minat anggota ( $Y$ ).

##### a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk dapat mengetahui kevalidan kuesioner atau kelayakan pernyataan atau pertanyaan yang mendefinisikan suatu variabel atau indikatornya. Validitas diartikan sebagai sejauh mana ketetapan dan kecermatan alat ukur dalam menjalankan fungsi ukurnya. Hasil ini dapat dilakukan dengan uji signifikan yaitu dengan membandingkan nilai  $r$ -tabel dengan  $r$ -hitung untuk degree of freedom ( $df$ ) =  $n-2$ , dimana  $n$  adalah jumlah sampel dan  $\alpha$  0,1. Dikatakan valid apabila  $r$ -hitung lebih besar daripada  $r$ -tabel dan nilai positif, begitupun sebaliknya.

Penelitian ini memiliki sampel yang jumlahnya 99 dengan  $\alpha$  0,1 diperoleh  $r$ -tabel sebesar 0,1663 dan item yang memiliki nilai koefisien korelasi lebih kecil daripada nilai kritisnya tidak ikut disertakan dalam pengujian ini.

Setelah dilakukan uji validitas, seluruh item pernyataan atau pertanyaan pada variabel *personal selling* ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ) dan minat anggota ( $Y$ ) dinilai valid karena memiliki nilai koefisien korelasi

lebih besar dari 0,1663. Korelasi tiap item pernyataan atau pertanyaan terhadap skor totalnya adalah sebagai berikut:

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

| Variabel                                  | Item | Koefisien Korelasi | R-tabel | Validasi |
|---|------|--------------------|---------|----------|
| <i>Personal Selling</i> (X <sub>1</sub> ) | X1.1 | 0,773**            | 0,1663  | Valid    |
|   | X1.2 | 0,769**            | 0,1663  | Valid    |
|   | X1.3 | 0,762**            | 0,1663  | Valid    |
| Kualitas Produk (X <sub>2</sub> )         | X2.1 | 0,782**            | 0,1663  | Valid    |
|   | X2.2 | 0,705**            | 0,1663  | Valid    |
|   | X2.3 | 0,755**            | 0,1663  | Valid    |
|   | X2.4 | 0,722**            | 0,1663  | Valid    |
| Minat Anggota (Y)                         | Y1   | 0,706**            | 0,1663  | Valid    |
|   | Y2   | 0,775**            | 0,1663  | Valid    |
|   | Y3   | 0,760**            | 0,1663  | Valid    |
|   | Y4   | 0,703**            | 0,1663  | Valid    |

Sumber: Output SPSS ver 24, 2021.

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa hasil  $r_{hitung}$  yang lebih besar dan positif daripada nilai  $r_{tabel}$ . Maka, indikator dari variabel *personal selling* (X<sub>1</sub>), kualitas produk (X<sub>2</sub>), dan minat anggota (Y) yaitu valid dan dapat dilakukan pengujian selanjutnya.

#### **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  $0,600$ . Berikut ini adalah tabel hasil dari uji reliabilitas:

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

| Variabel | Alpha Cronbach's | Keterangan |
|----------|------------------|------------|
| X1       | 0,651            | Reliabel   |
| X2       | 0,716            | Reliabel   |
| Y        | 0,711            | Reliabel   |

**Sumber:** Data Primer diolah tahun 2021

Dari keterangan tabel diatas, dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *Alpha Cronbach*  $> 0,600$ . Dengan demikian variabel *personal selling*, kualitas produk, dan minat anggota dapat dikatakan reliabel dan dapat digunakan sebagai alat ukur untuk penelitian selanjutnya.

## 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 23. Adapun uji asumsi klasik yang digunakan sebagai berikut:

### a. Uji Normalitas

Uji ini memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel bebas dan variabel terikat yang keduanya memiliki



distribusi normal atau tidak. Pada uji normalitas variabel dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikan  $> 0,05$ . Adapun hasil uji normalitas pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.9**

**Hasil Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

|                                  |                | Unstandardized<br>Residual |
|----------------------------------|----------------|----------------------------|
| N                                |                | 99                         |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup> | Mean           | ,0000000                   |
|                                  | Std. Deviation | 1,33335746                 |
| Most Extreme Differences         | Absolute       | ,087                       |
|                                  | Positive       | ,076                       |
|                                  | Negative       | -,087                      |
| Test Statistic                   |                | ,087                       |
| Asymp. Sig. (2-tailed)           |                | ,063 <sup>c</sup>          |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

**Sumber:** Output SPSS ver 24, tahun 2021.

Berdasarkan pada uji normalitas Kolmogrov smirnov di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,063. Artinya nilai signifikan  $> 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

**b. Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas ini memiliki tujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik yaitu tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinearitas adalah

dengan melihat nilai *tolerance* dan nilai VIF. Apabila nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10 maka dapat dikatakan tidak terjadi multikolinearitas. Hasil uji multikolinearitas tiap variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.10**

**Hasil Uji Multikolinearitas**

| Model |            | Coefficients <sup>a</sup>   |            |                           |       |      | Collinearity Statistics |       |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
|       |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. | Tolerance               | VIF   |
|       |            | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |                         |       |
| 1     | (Constant) | 5,249                       | 1,808      |                           | 2,903 | ,005 |                         |       |
|       | X1         | ,256                        | ,082       | ,259                      | 3,144 | ,002 | 1,000                   | 1,000 |
|       | X2         | ,531                        | ,083       | ,529                      | 6,425 | ,000 | 1,000                   | 1,000 |

a. Dependent Variable: Y

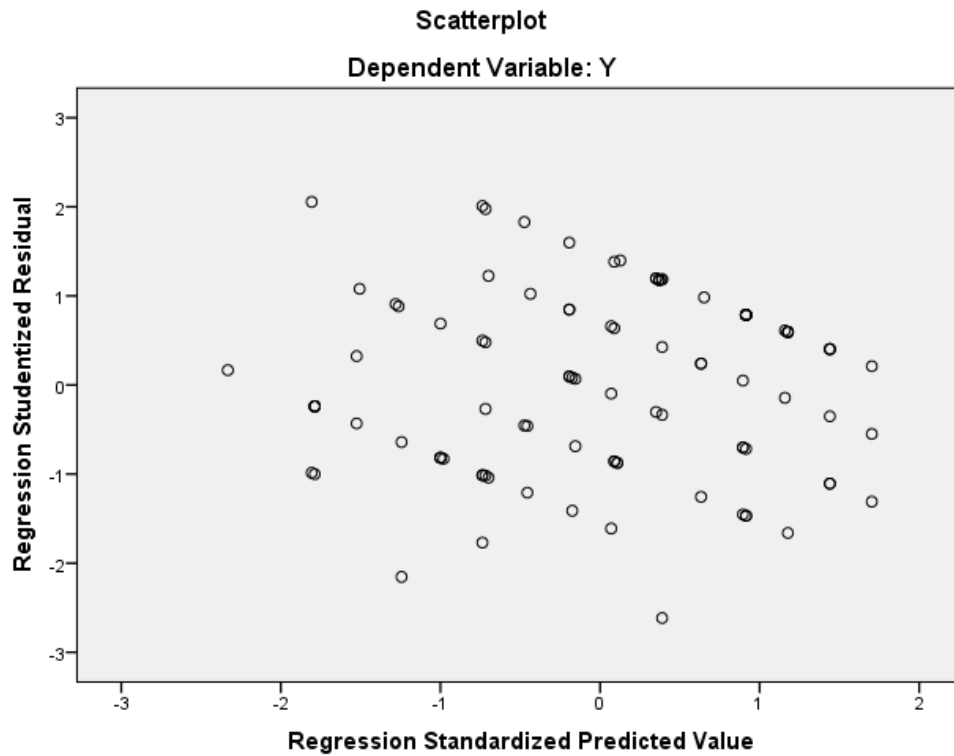
**Sumber:** Output SPSS ver 24, tahun 2021.

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas diatas menunjukkan bahwa nilai *tolerance* dari setiap variabel > 0,10 dan nilai VIF dari setiap variabel < 10. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi pada penelitian ini.

**c. Uji 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 4.5**  
**Hasil Uji Heterokedastisitas dengan *Scatter Plot***



**Sumber:** Output SPSS, 2021.

Berdasarkan gambar 4.5 diatas dari hasil output SPSS 23, 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 4.11**  
**Hasil Uji Heterokedastisitas dengan Uji *Glejser***

| Model |            | Coefficients <sup>a</sup>   |            |                           | t     | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|       |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |       |      |
|       |            | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1     | (Constant) | 1,550                       | ,943       |                           | 1,644 | ,103 |
|       | X1         | -,023                       | ,043       | -,056                     | -,549 | ,584 |
|       | X2         | -,007                       | ,043       | -,017                     | -,163 | ,871 |

a. Dependent Variable: ABSres

**Sumber:** Output SPSS Ver 24, tahun 2021.

Berdasarkan pada hasil uji *glejser* diatas dapat menunjukkan bahwa nilai sig variabel X1 sebesar 0,584 dan nilai sig variabel X2 sebesar 0,871. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai sig variabel X1 dan X2  $> 0,05$ . Jadi dapat dikatakan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas.

#### d. Uji Autokorelasi

Pada uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah pada model antar variabel pengganggu masing-masing variabel independen (bebas saling mempengaruhi). Cara untuk mengetahui gejala autokorelasi adalah uji *Durbin Watson* dengan taraf signifikansi sebesar 5%. Ketentun dalam pengambilan keputusan pada uji autokorelasi adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.12**  
**Pengambilan Keputusan Uji Autokorelasi**

| Hipotesis Nol                               | Keputusan     | Jika                  |
|---|---------------|-----------------------|
| Tidak ada autokorelasi positif              | Tolak         | $0 < d < dl$          |
| Tidak ada autokorelasi positif              | Nodecasion    | $dl < d < du$         |
| Tidak ada korelasi negative                 | Tolak         | $4 - dl < d < 4$      |
| Tidak ada korelasi negative                 | Nodecasion    | $4 - du < d < 4 - dl$ |
| Tidak ada autokorelasi positif dan negative | Tidak ditolak | $du < d < 4 - du$     |

Berdasarkan rumus di atas, maka dalam penelitian ini hasil uji autokorelasi berdasarkan pada program SPSS ver24 yaitu sebagai berikut:

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Autokorelasi**

| <b>Model Summary<sup>b</sup></b> |                   |          |                   |                            |               |
|----------------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| Model                            | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
| 1                                | ,591 <sup>a</sup> | ,349     | ,335              | 1,347                      | 1,849         |

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

**Sumber:** Output SPSS ver24, tahun 2021.

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa nilai DW atau d sebesar 1,849. Maka untuk mengetahui ada atau tidaknya autokorelasi, nilai DW tersebut nanti dibandingkan dengan nilai D. tabelnya yaitu sebagai berikut:

**Tabel 4.14**  
**Hasil Keputusan**

| <b>DI</b> | <b>Du</b> | <b>4 - dl</b> | <b>4 – du</b> | <b>D</b> | <b>Keterangan</b>      |
|-----------|-----------|---------------|---------------|----------|------------------------|
| 1,6317    | 1,7140    | 2,3683        | 2,286         | 1,849    | Tidak ada autokorelasi |

Keterangan:

Tabel diatas menyatakan bahwa nilai DW sebesar 1,849 berada di antara nilai  $du = 1,7140$  dan nilai  $4-du = 2,286$  ( $Du < D < 4 - Du$ ), maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi pada penelitian ini tidak terjadi autokorelasi.

## **B. Pembuktian Hipotesis**

### **1. Analisis Regresi Linier Berganda**

Pada uji analisis regresi linear berganda memiliki tujuan untuk mengetahui seberapa besar pola hubungan atau pengaruh positif atau negative antara variabel independen dengan variabel dependen. Berikut ini merupakan tabel dari hasil uji analisis regresi linear berganda:

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda**

| Model |                  | Coefficients <sup>a</sup>   |            |                           |       |      |
|-------|------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|       |                  | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|       |                  | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1     | (Constant)       | 5,249                       | 1,808      |                           | 2,903 | ,005 |
|       | Personal selling | ,256                        | ,082       | ,259                      | 3,144 | ,002 |
|       | Kualitas produk  | ,531                        | ,083       | ,529                      | 6,425 | ,000 |

a. Dependent Variable: Minat Anggota

**Sumber:** Output SPSS ver24, tahun 2021.

Berdasarkan tabel hasil analisis regresi linear berganda pada tabel 4.18 diatas diperoleh koefisien variabel independen *personal selling* ( $X_1$ ) = 0,256 dan variabel independen kualitas produk ( $X_2$ ) = 0,531 dengan konstanta sebesar (5,249). Berdasarkan hasil pengujian dengan metode regresi linear berganda di atas, maka model persamaan regresi yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 5,249 + 0,256X_1 + 0,531X_2 + e$$

Model persamaan regresi linear berganda tersebut dapat dipahami sebagai berikut:

- 1) Konstanta sebesar 5,249. Hal ini menunjukkan bahwa apabila variabel independen bernilai tetap atau konstan maka nilai variabel minat anggota pada produk pembiayaan *murabahah* di BMT NU Cabang Utama Sumenep sebesar 5,249.

- 2) Dari hasil analisis regresi linear berganda dengan persamaan  $Y = 5,249 + 0,256X_1 + 0,531X_2 + e$ . maka setiap peningkatan *personal selling* sebesar 1 satuan diprediksi dapat meningkatkan minat anggota sebesar 0,256 pada produk pembiayaan *murabahah* di BMT NU Cabang Utama Sumenep.
- 3) Dari hasil analisis regresi linear berganda dengan persamaan  $Y = 5,249 + 0,256X_1 + 0,531X_2 + e$ . maka setiap peningkatan kualitas produk sebesar 1 satuan diprediksi dapat meningkatkan minat anggota sebesar 0,531 pada produk pembiayaan *murabahah* di BMT NU Cabang Utama Sumenep.
- 4) Berdasarkan hasil uji regresi diatas dapat menunjukkan bahwa faktor kualitas produk ( $X_2 = 0,531$ ) merupakan faktor yang paling dominan mempengaruhi minat anggota pada produk pembiayaan *murabahah* di BMT NU Cabang Utama Sumenep.

## 2. Uji t (Uji Signifikan Secara Parsial)

variabel independen dengan SPSS versi 23 sebagai berikut: Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen (*personal selling* dan kualitas produk) berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen (minat nasabah) dengan  $\alpha = 0,1$ . Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Dengan membandingkan nilai t-hitung dan t-tabel
  - 1) Jika  $t_{tabel} > t_{hitung}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
  - 2) Jika  $t_{tabel} < t_{hitung}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
- b. Dengan menggunakan angka probabilitas signifikan



- 1) Jika angka probabilitas signifikan  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
- 2) Jika angka probabilitas signifikan  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Hasil uji signifikansi secara parsial:

**Tabel 4.16**

**Hasil Uji t**

| <b>Coefficients<sup>a</sup></b> |                             |            |                           |      |       |      |
|---------------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|------|-------|------|
| Model                           | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t    | Sig.  |      |
|                                 | B                           | Std. Error | Beta                      |      |       |      |
| 1                               | (Constant)                  | 5,249      | 1,808                     |      | 2,903 | ,005 |
|                                 | Personal selling            | ,256       | ,082                      | ,259 | 3,144 | ,002 |
|                                 | Kualitas produk             | ,531       | ,083                      | ,529 | 6,425 | ,000 |

a. Dependent Variable: Minat anggota

Hasil analisis uji t diatas nanti dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel}$  yaitu 1,98472. Nilai  $t_{tabel}$  diperoleh dari  $df = n$  (jumlah sampel) –  $k$  (jumlah variabel bebas),  $df = 99 - 2 = 97$  dan taraf signifikansi sebesar 0,05 diperoleh nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,98472. Pengaruh masing-masing variabel dijelaskan sebagai berikut:

Variabel *personal selling* (diperoleh)  $t_{hitung}$  sebesar 3,144 dengan taraf signifikansi 0,002. Nilai  $t_{tabel}$  yaitu 1,98472. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi  $0,002 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung}$   $3,144 > t_{tabel}$  1,98472, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya variabel *personal selling* berpengaruh positif dan

signifikan terhadap minat anggota pada produk pembiayaan *murabahah* di BMT NU Cabang Utama Sumenep.

Variabel kualitas produk ( $X_2$ ) diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 6,425 dengan taraf signifikansi 0,000. Nilai  $t_{tabel}$  yaitu 1,98472. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi  $0,000 < 0,1$  dan nilai  $t_{hitung} 6,425 > t_{tabel} 1,98472$ , dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat anggota pada produk pembiayaan *murabahah* di BMT NU Cabang Utama Sumenep.

### 3. 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:

- a. Dengan membandingkan nilai F-hitung dan F-tabel
  - a. Jika  $F_{tabel} > F_{hitung}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
  - b. Jika  $F_{tabel} < F_{hitung}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
- b. 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 23 sebagai berikut:

**Tabel 4. 17**  
**Hasil Uji F (Simultan)**

| <b>ANOVA<sup>a</sup></b> |            |                |    |             |        |                   |
|--------------------------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model                    |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.              |
| 1                        | Regression | 93,408         | 2  | 46,704      | 25,734 | ,000 <sup>b</sup> |
|                          | Residual   | 174,229        | 96 | 1,815       |        |                   |
|                          | Total      | 267,636        | 98 |             |        |                   |

a. Dependent Variable: Minat anggota

b. Predictors: (Constant), Personal selling, Kualitas produk

**Sumber:** Output SPSS ver 24, tahun 2021.

Dari hasil uji F diatas diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar 25,734 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 dengan nilai  $F_{tabel}$  sebesar 3,09. Hal ini berarti bahwa nilai  $F_{hitung}$  (25,734) > nilai  $F_{tabel}$  (3,09) dan sig 0,000 < 0,05 sehingga keputusannya adalah variabel X (*personal selling* dan kualitas produk) secara simultan berpengaruh terhadap minat anggota menggunakan produk pembiayaan *murabahah* di BMT NU Cabang Utama Sumenep. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak yang berarti “Ada pengaruh signifikan antara *personal selling* dan kualitas produk terhadap minat anggota pada produk pembiayaan *murabahah* di BMT NU Cabang Utama Sumenep”.

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

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

**Tabel 4.18**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

| <b>Model Summary</b> |                   |          |                   |                            |
|----------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model                | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1                    | ,591 <sup>a</sup> | ,349     | ,335              | 1,347                      |

a. Predictors: (Constant), Personal selling, Kualitas Produk

**Sumber:** Output SPSS ver 24, tahun 2021

Berdasarkan tabel tersebut, hasil analisis koefisien determinasi terlihat bahwa besarnya Adjusted R<sup>2</sup> adalah 0,335 atau 33,5%. Hal ini berarti sebesar 33,5% kemampuan model regresi pada penelitian ini dalam menerangkan variabel dependen. Artinya 33,5% variabel minat anggota pada produk pembiayaan *murabahah* di BMT NU Cabang Utama Sumenep dijelaskan oleh variasi variabel independen *personal selling* dan kualitas produk. Sedangkan sisanya (100% - 33,5% = 66,5%) dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## C. Pembahasan

### 1. H1: Pengaruh *Personal Selling* terhadap Minat Anggota pada Produk Pembiayaan *Murabahah* di BMT NU Cabang Utama Sumenep.

Personal selling yaitu suatu bentuk presentasi secara lisan dengan satu atau lebih kepada calon pembeli dengan tujuan melakukan penjualan sehingga calon pembeli bisa memutuskan untuk melakukan pembelian atau sebaliknya. *Personal selling* bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk

mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian ataupun penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

Dari hasil uji regresi linier berganda menunjukkan bahwa besaran regresi variabel personal selling bernilai positif yang berarti personal selling berbanding lurus dengan minat anggota. Berdasarkan uji t (uji parsial) nilai  $t_{hitung}$  variabel personal selling (X1) sebesar 3,144 dengan nilai signifikan 0,002 dan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,98472. Hal ini menunjukkan bahwa nilai  $sig$   $0,002 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung}$   $3,144 > t_{tabel}$  1,98472. Maka dapat disimpulkan hipotesis pertama diterima. Artinya variabel personal selling berpengaruh dan signifikan terhadap minat anggota produk pembiayaan murabahah di BMT NU Cabang Utama Sumenep.

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Siregar dan Natalia dengan judul “Pengaruh Merek dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Produk DVD Player Elecor pada PT. Cakrawala Elecorindo Medan” yang menyatakan bahwa variabel personal selling memiliki pengaruh dengan keputusan pembelian dengan nilai  $t_{hitung}$   $2,252 > t_{tabel}$  1,996 dan nilai signifikan  $0,028 < 0,05$ .<sup>87</sup>

Kemudian penelitian ini diperkuat dari hasil wawancara yang disampaikan oleh beberapa anggota produk pembiayaan *murabahah* mengenai promosi yang digunakan yaitu *personal selling*. Khalif selalu anggota pembiayaan *murabahah* berpendapat bahwasannya dengan *personal selling* yang dilakukan karyawan BMT NU Cabang Utama

---

<sup>87</sup> Ina Namora Putri Siregar dan Elisabeth Natalia, “Pengaruh Merek dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Produk DVD Player Elecor pada PT. Cakrawala Elecorindo Medan”, *Jurnal Niagawan*, Vol. 7, No. 2, (Juli, 2018), 88.

Sumenep, Khalif mengetahui dan mengenal bagaimana pembiayaan murabahah dijalankan dan sistem kerjanya seperti apa. Sehingga menumbuhkan minatnya untuk memutuskan menggunakan produk pembiayaan *muarabahah*.<sup>88</sup> Disisi lain, Titin Sholiha mengatakan bahwa beliau menggunakan atau membeli produk pembiayaan *murabahah* dimulai sesudah dikenalkan oleh pegawai BMT NU Cabang Utama Sumenep mengenai produk pembiayaan *murabahah* secara keseluruhan.<sup>89</sup>

Diperkuat lagi dengan pernyataan yang diungkapkan oleh Zakiyah, bahwasannya dengan memperkenalkan produk BMT NU dengan menggunakan cara *personal selling* atau tatap muka langsung, bisa menjadikan kita tahu produk-produk yang ada di BMT NU dan bagaimana sistem operasionalnya. Sehingga cara ini sangat efektif untuk menumbuhkan minat para calon konsumen untuk memutuskan membeli produk yang sesuai dengan kebutuhan masing-masing.<sup>90</sup>

Semua pernyataan yang terdapat dalam personal selling mendapat respon yang positif dari nasabah produk pembiayaan murabahah di BMT NU Cabang Utama Sumenep dengan jawaban responden setuju sebanyak 134. Hal ini dapat membuktikan bahwa personal selling yang baik dan benar dapat sangat menarik minat dari seorang anggota untuk memilih dan bertahan pada produk yang sudah mereka yakini cocok untuk dipilih dan dipertahankan.

---

<sup>88</sup> Khalif, Anggota Produk Pembiayaan *Murabahah*, wawancara langsung (6 Oktober 2021).

<sup>89</sup> Titin Sholiha, Anggota Produk Pembiayaan *Murabahah*, wawancara langsung (6 Oktober 2021).

<sup>90</sup> Zakiyah, Anggota Produk Pembiayaan *Murabahah*, wawancara langsung (7 Oktober 2021).

## **2. H2: Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Anggota pada Produk Pembiayaan *Murabahah* di BMT NU Cabang Utama Sumenep.**

Kualitas produk adalah suatu kemampuan dari produk agar memberikan hasil atau kinerja yang sesuai, bahkan bisa lebih dari apa yang diinginkan pemakainya. Kualitas produk disini mempunyai inti pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen yang bertujuan mengimbangi harapan yang diinginkan konsumen. Kualitas produk dapat juga diartikan sebagai kondisi dari sebuah produk untuk dapat memperagakan fungsinya. Dikatakan berkualitas, bilamana produk tersebut dapat menampilkan dan memberikan keistimewaan, baik nilai maupun manfaatnya, khususnya produk-produk yang ada di bank Syariah. Bagaimana produk itu dapat menarik perhatian masyarakat dan bagaimana produk itu dapat dipilih oleh masyarakat.

Dari hasil uji regresi linier berganda menunjukkan bahwa besaran regresi variabel kualitas produk bernilai positif yang berarti kualitas produk berbanding lurus dengan minat anggota. Berdasarkan uji t (uji parsial) nilai  $t_{hitung}$  variabel personal selling (X2) sebesar 6,425 dengan nilai signifikan 0,000 dan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,98472. Hal ini menunjukkan bahwa nilai  $sig$   $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung}$   $6,425 > t_{tabel}$  1,98472. Maka dapat disimpulkan hipotesis pertama diterima. Artinya variabel kualitas produk berpengaruh dan signifikan terhadap minat anggota produk pembiayaan murabahah di BMT NU Cabang Utama Sumenep.

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Arie Adi Satria dengan judul “Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk

Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36” yang menyatakan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap minat.<sup>91</sup>

Hasil penelitian diatas diperkuat lagi dengan hasil wawancara dari beberapa responden atau anggota produk pembiayaan *muarabahah*. Zakiyah mengatakan, bahwasannya kualitas produk sangatlah penting dan perlu diperhatikan, karena dari kualitas suatu produk nantinya dapat memberikan nilai tambah untuk memutuskan menggunakan produk tersebut.<sup>92</sup> Sedangkan pendapat Erfandi, bahwasannya dari kualitas produk dapat memberikan keistimewaan yang lebih sehingga membuat seseorang memutuskan untuk menggunakan produk *murabahah*.<sup>93</sup>

Hal diatas dapat ditunjukkan dengan respon yang diberikan oleh anggota produk pembiayaan *murabahah* di BMT NU Cabang Utama Sumenep dengan tanggapan responden dari pernyataan variabel kualitas produk sebanyak 219 terjawab sangat setuju. Kualitas dari produk pembiayaan *murabahah* ini terbukti sudah banyak diterima oleh anggotanya, mulai dari keunggulan sampai pelayanan yang diberikan oleh pihak BMT NU Cabang Utama Sumenep dalam memperkenalkan dan mempertahankan anggota pada produk pembiayaan *murabahah* di BMT NU Cabang Utama Sumenep.

---

<sup>91</sup> Arief Adi Satria, “Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Perusahaan A-36” *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1 (April, 2017), 51.

<sup>92</sup> Zakiyah, Anggota Produk Pembiayaan *Murabahah*, wawancara langsung (7 Oktober 2021).

<sup>93</sup> Erfandi, Anggota Produk Pembiayaan *Murabahah*, wawancara langsung (7 Oktober 2021).



### **3. H3: Pengaruh Personal Selling dan Kualitas Produk Terhadap Minat Anggota Pada Produk Pembiayaan Murabahah di BMT NU Cabang Utama Sumenep**

Pembahasan ini menjelaskan jawaban dari rumusan masalah “Apakah terdapat pengaruh personal selling dan kualitas produk dengan minat anggota pada produk pembiayaan murabahah di BMT NU Cabang Utama Sumenep?”

Setelah dilakukan uji F diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 25,734 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 (lebih kecil dari signifikan 0,05). Nilai  $F_{tabel}$  sebesar 3,09 diperoleh dari dk penyebut =  $V_2 = n$  (jumlah sampel) – k (jumlah variabel bebas) - 1 dan dk pembilang =  $V_1 = k - 1$ .  $V_2 = 99 - 3 = 96$  dan  $V_1 = 2 - 1 = 1$ .

Nilai  $F_{hitung}$  yang lebih besar dari  $F_{tabel}$  mengindikasikan bahwa variabel independen (personal selling dan kualitas produk) secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat anggota pada produk pembiayaan murabahah di BMT NU Cabang Utama Sumenep dengan tingkat signifikansi 0,000 yang berada dibawah  $\alpha = 0,05$ .

Hasil penelitian ini diperkuat juga dari wawancara yang dilakukan dengan beberapa anggota pembiayaan *murabahah*. Khalif mengatakan bahwa beliau memutuskan menggunakan produk pembiayaan *murabahah* karena mengetahui banyak hal yang berkaitan mengenai produk tersebut dari karyawan BMT NU Cabang Utama Sumenep yang melakukan pengenalan produk dan kualitasnya secara langsung atau tatap muka

(*personal selling*).<sup>94</sup> Selanjutnya menurut Titin Sholiha, memilih produk *murabahah* karena pegawai BMT NU sangat sabar saat mengenalkan produk-produknya dan juga kualitas dari produk pembiayaan *muarabah*, sehingga menumbuhkan rasa minat untuk membelinya.<sup>95</sup> Sedangkan menurut Erfandi, mengatakan bahwa alasan memilih produk pembiayaan *murabahah* karena kualitas produk pembiayaan *murabahah* sendiri yang membuat saya berminat untuk menjadi anggota dari produk pembiayaan *murabahah*.<sup>96</sup>

Selain dari hasil uji F dapat juga dilihat dari hasil analisis data besarnya koefisien determinasi ( $R^2$ ). Diketahui besarnya koefisien determinasi ( $R^2$ ) 0,335 atau 33,5% yang berarti bahwa variabel independen (*personal selling* dan kualitas produk) mampu menjelaskan variabel dependen (minat anggota) sebesar 33,5%. Sedangkan sisanya ( $100\% - 33,5\% = 66,5\%$ ) dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil uji diatas variabel (*personal selling* dan kualitas produk) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat anggota, hal ini berarti bahwa apabila *personal selling* dan kualitas produk baik, maka dapat berdampak pada semakin banyaknya minat calon anggota pada produk pembiayaan *murabahah* di BMT NU Cabang Utama Sumenep.

---

<sup>94</sup> Khalif, Anggota Produk Pembiayaan *Murabahah*, wawancara langsung (6 Oktober 2021).

<sup>95</sup> Titin Sholiha, Anggota Produk Pembiayaan *Murabahah*, wawancara langsung (6 Oktober 2021)

<sup>96</sup> Erfandi, Anggota Produk Pembiayaan *Murabahah*, wawancara langsung (7 Oktober 2021).