

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Data

1. Deskripsi Perusahaan

a. Sejarah Berdirinya BMT NU Cabang Kadur Pamekasan

BMT NU lahir berangkat dari sebuah keprihatinan pengurus MWC Nahdatul Ulama atas kondisi masyarakat sumenep pada umumnya dan masyarakat kecamatan gapura pada khususnya atas semakin merajalelanya praktik rentenir dengan bunga hingga 50% perbulan yang nyata-nyata mencekik usaha mereka sehingga sulit berkembang. Oleh karenanya, pada tahun 2003 pengurus MWC NU Gapura waktu itu bertindak sebagai rois Suriyah KHM. Asy'ari Marzuki dan sebagai ketua Tanfidziah. KH. Moh. Ma'ruf, memberikan tugas kepada lembaga perekonomian yang waktu itu bertindak sebagai ketua lembaga perekonomian adalah masyudi untuk melakukan aksi nyata dalam meningkatkan ekonomi warga nahdliyin. Berangkat dari kesepakatan bersama, akhirnya lembaga perekonomian merencanakan program penguatan ekonomi kerakyatan untuk kesejahteraan masyarakat yang mardhatillah.¹⁰⁷

Adapun KSPPS BMT NU Cabang Kadur dibentuk pada 14 Maret 2017 berada di jalan pahlawan, kadur. BMT NU Cabang Kadur merupakan cabang ke30 dari 100 cabang yang ada. Kepercayaan masyarakat yang semakin besar terhadap lembaga keuangan syari'ah, membentuk KSPPS BMT NU Cabang Kadur mengoperasikan dan menyalurkan dana secara transparan kepada masyarakat.

¹⁰⁷ www.bmtnujatim.com diakses pada tanggal 20 Mei 2023, pukul 14.18.

Diharapkan melalui kegiatan berbasis islam KSPPS BMT NU Cabang Kadur bisa menjadi penggerak kemajuan ekonomi syariah pada tingkatan mikro terkhusus wilayah Kadur.¹⁰⁸

Adapun produk-produk yang ditawarkan oleh BMT NU Cabang Kadur meliputi produk tabungan, pembiayaan dan pinjaman. Produk tabungan terdiri dari:

- 1) produk SIAGA (Simpann Anggota),
- 2) Sidik Fathonah (Simpanan Pendidik Fathonah),
- 3) SAJADAH (Simpanan Berjangka Wadiah Berhadiah), SIBERKAH (Simpanan Berjangka Mudharabah),
- 4) SAHARA (Simpanan Haji dan Umrah),
- 5) SABAR (Simpanan Lebaran),
- 6) TABAH (Tabungan Mudharabah),
- 7) TARAWI (Tabungan Ukhrawi).

Sedangkan produk pembiayaan dan pinjaman terdiri dari:

- 1) produk Al-Qardlul Hasan,
- 2) Murabahah dan Musyarakah,
- 3) Rahn/Gadai,
- 4) Pembiayaan tanpa Jaminan,
- 5) Pembiayaan Hidup Sehati.

Dari sekian produk yang disebutkan diatas penelitian ini terfokus untuk meneliti pada poduk pembiayaan murabahah. Pembiayaan murabahah di BMT NU Cabang Kadur merupakan pembiayaan dengan pola jual beli barang, harga pokok diketahui bersama dengan harga jual berdasarkan kesepakatan, selisih harga pokok

¹⁰⁸ Hasyim As'ari, karyawan BMT NU Cabang Kadur bagian pembiayaan, 23 Mei 2023.

dengan harga jual merupakan margin/keuntungan BMT NU, jangka waktu maksimal 36 bulan dengan angsuran bulanan, 4 bulanan, 6 bulanan (Bai' Bitsamanil Ajil) dan atau cash tempo (Murabahah).

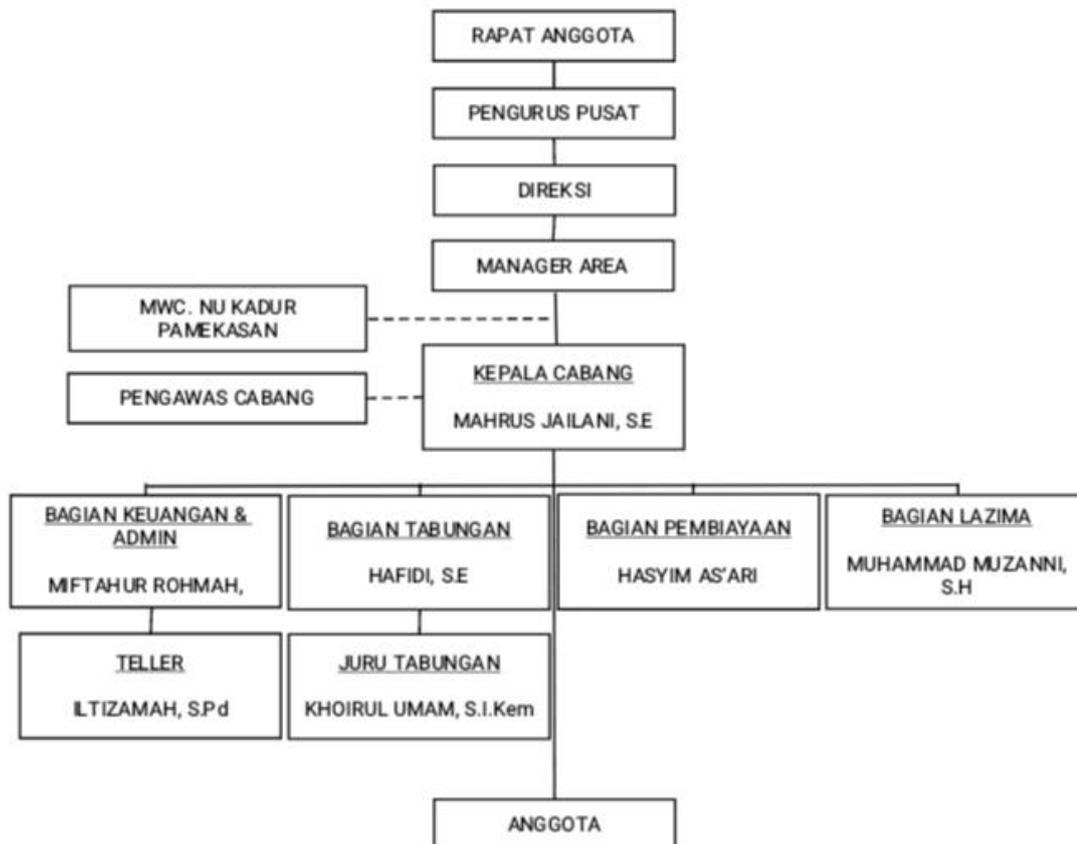
Persyaratan pembiayaan yang digunakan BMT NU Cabang Kadur antara lain:

- 1) Mengisi Aplikasi Permohonan Pembiayaan Baik di Kantor Cabang atau Secara Online melalui Aplikasi BMT NU Keren.
- 2) Mengisi Form Sistem Informasi Mitra (SIM)
- 3) Menjadi Anggota KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur
- 4) Memiliki Tabungan Aktif di BMT NU Jawa Timur
- 5) Bersedia Diwawancarai, Dilakukan Survei Usaha serta Kelayakan dan Dinilai Jaminannya
- 6) Menyerahkan Bukti Kepemilikan Barang Jaminan Berupa : Sertifikat Tanah/Bangunan, BPKB Mobil/Motor, SK Pertama dan SK Terakhir Pengangkatan PNS, dan atau Jaminan Tabungan atau Atas Nama Perorangan atau Lembaga.
- 7) Bersedia Menyerahkan Photo Copy KTP/SIM/KARTANU dan Kartu Tanda Pengenal Lainnya dan Serta Persyaratan Administrasi Lainnya yang ditentukan kemudian.

b. Struktur Organisasi

BMT NU Kadur merupakan cabang dari BMT Jatim Pusat yang berada di Kabupaten Sumenep. Adapun struktur organisasi dari BMT NU Cabang Kadur adalah sebagaimana gambar berikut:

Gambar 4.1
Struktur Anggota Karyawan BMT NU Cabang Kadur Pamekasan



Sumber: BMT NU Cabang Kadur Kabupaten Pamekasan, 2023

2. Deskripsi Data Penelitian dan Responden

a. Deskripsi Data Penelitian

Data penelitian dikumpulkan dengan cara membagikan kusioner langsung kepada anggota. Penelitian ini menyebarkan 84 kusioner kepada anggota produk pembiayaan murabahah di BMT NU cabang Kadur. Pengumpulan data secara langsung dikumpulkan peneliti dengan menggunakan alat analisis SPSS 24, dengan sampel terpenuhi. Rincian data penelitian dengan kusioner yang ditujukan dalam table sebagai berikut:

Tabel 4.1
Rincian penerimaan dan pengambilan kuesioner

Kuesioner yang disebar	84
Kuesioner yang tidak kembali	0
Kuesioner yang kembali	84
Kuesioner yang digugurkan	0
Kuesioner yang digunakan	84
Tingkat pengembalian	100%
Tingkat pengembalian yang digunakan	100%

b. Deskripsi Data Responden

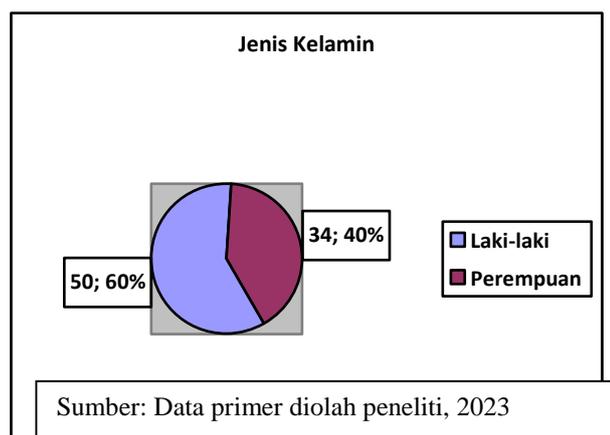
Keadaan atau kondisi responden digambarkan oleh data hasil kuesioner yang merupakan informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian. Responden dalam penelitian ini memiliki beberapa karakteristik penelitian. Karakteristik penelitiannya terdiri dari:

1) Jenis Kelamin Responden

Berikut merupakan gambaran dari jumlah responden berdasarkan jenis kelamin:

Gambar 4.2

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

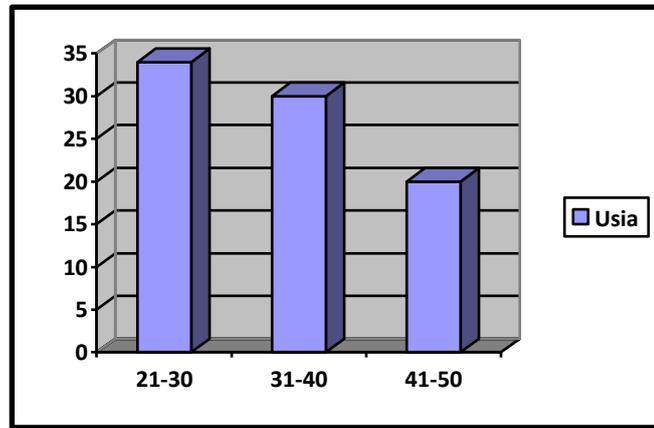


Gambar 4.2 menunjukkan bahwa mayoritas jenis kelamin responden adalah perempuan sebanyak 50 orang dengan presentase 59,5% dan sisanya adalah laki-laki sebanyak 34 orang dengan presentase 40,5%.

2) Usia Responden

Berikut merupakan gambaran dari jumlah responden berdasarkan usia:

Gambar 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia



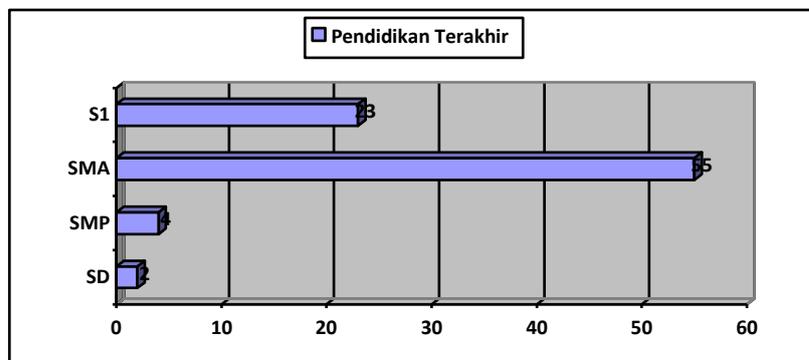
Sumber: Data diolah Peneliti, 2023

Gambar 4.3 menunjukkan dari segi usia respnden yang diambil adalah 21-30 tahun sebanyak 34 orang, untuk usia 31-40 tahun sebanyak 30 orang, dan sisanya untuk usia 41-50 tahun sebanyak 20 orang.

3) Pendidikan Terakhir Responden

Berikut merupakan gambaran dari jumlah responden berdasarkan pendidikan terakhir:

Gambar 4.4
Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir



Sumber: Data Primer diolah peneliti, 2023

Gambar 4.4 menunjukkan dari segi pendidikan terakhir responden yang diambil adalah pendidikan terakhir tingkat SD sebanyak 2 orang dengan presentase 2,4%, untuk SMP sebanyak 4 orang dengan presentase 4,7%, untuk SMA sebanyak 55 orang dengan presentase 65,5%, dan pendidikan terakhir S1 sebanyak 23 orang dengan presentase 27,4%.

c. Deskripsi Variabel

Tanggapan nasabah berpartisipasi pada penelitian ini (responden) mengenai *personal selling* dan kualitas pelayanan terhadap keputusan anggota memilih produk pembiayaan *murabahah* di BMT NU Cabang Kadur Pamekasan, dapat dijelaskan melalui tanggapan responden. Variabel bebas terdiri dari *personal selling* (X_1) dengan jumlah pertanyaan 6 butir dan kualitas pelayanan (X_2) dengan jumlah pertanyaan 12 butir. Sedangkan variabel terikat yaitu keputusan anggota (Y) dengan jumlah pertanyaan 6 butir.

1) *Personal Selling*

Berikut hasil jawaban dari responden terhadap variabel *personal selling* (X_1):

Tabel 4.2
Respon Terhadap Pernyataan Personal Selling (X_1)

No Item	SS	S	KS	TS	STS	Total
	F	F	F	F	F	
1	28	53	3	-	-	84
2	26	56	2	-	-	84
3	34	46	4	-	-	84
4	30	53	1	-	-	84
5	31	51	2	-	-	84
6	35	45	4	-	-	84
Jumlah	184	304	16			504

Sumber: Data primer diolah peneliti, 2023

Berdasarkan tabel 4.2 diatas mengenai tanggapan responden pada pernyataan-pernyataan personal selling. Pernyataan pertama diketahui bahwa respon terbanyak adalah poin setuju dengan jumlah 53 responden, terjawab sangat setuju sebanyak 28 responden, terjawab kurang setuju sebanyak 3 responden, sedangkan poin tidak setuju dan sangat tidak setuju belum mendapat jawaban dari responden.

Pernyataan kedua diketahui bahwa respon terbanyak adalah poin setuju dengan jumlah 56 responden, terjawab sangat setuju sebanyak 26 responden, terjawab kurang setuju sebanyak 2 responden, sedangkan poin tidak setuju dan sangat tidak setuju belum mendapat jawaban dari responden.

Pernyataan ketiga diketahui bahwa respon terbanyak adalah poin setuju dengan jumlah 46 responden, terjawab sangat setuju sebanyak 34 responden, terjawab kurang setuju sebanyak 4 responden, sedangkan poin tidak setuju dan sangat tidak setuju belum mendapat jawaban dari responden.

Pernyataan keempat diketahui bahwa respon terbanyak adalah poin setuju dengan jumlah 53 responden, terjawab sangat setuju sebanyak 30 responden, terjawab kurang setuju sebanyak 1 responden, sedangkan poin tidak setuju dan sangat tidak setuju belum mendapat jawaban dari responden.

Pernyataan kelima diketahui bahwa respon terbanyak adalah poin setuju dengan jumlah 51 responden, terjawab sangat setuju sebanyak 31 responden, terjawab kurang setuju sebanyak 2 responden, sedangkan poin tidak setuju dan sangat tidak setuju belum mendapat jawaban dari responden.

Pernyataan keenam diketahui bahwa respon terbanyak adalah poin setuju dengan jumlah 45 responden, terjawab sangat setuju sebanyak 35 responden,

terjawab kurang setuju sebanyak 4 responden, sedangkan poin tidak setuju dan sangat tidak setuju belum mendapat jawaban dari responden.

Dari semua pernyataan diatas, sebanyak 184 terjawab sangat setuju, 304 terjawab setuju, 16 terjawab kurang setuju. Dari hasil yang dapat dilihat di tabel 4.2, menunjukkan bahwa pernyataan yang ada pada variabel *personal selling* banyak yang setuju dengan jumlah 304 pernyataan terjawab setuju oleh responden.

Pernyataan di nomor 6 yaitu, “karyawan BMT NU Cabang Kadur memberikan kesan yang baik setelah anggotanya merasakan keberatan atau keluhan”. Pernyataan tersebut mendapati penilaian sangat setuju lebih banyak yaitu 35 responden dibandingkan pernyataan yang lain di variabel *personal selling*.

2) Kualitas Pelayanan

Berikut hasil jawaban dari responden terhadap variabel kualitas pelayanan

(X2):

Tabel 4.3
Respon Terhadap Pernyataan Kualitas Pelayanan (X2)

No Item	SS	S	KS	TS	STS	Total
	F	F	F	F	F	
7	22	54	8	-	-	84
8	19	62	3	-	-	84
9	19	62	3	-	-	84
10	22	58	4	-	-	84
11	26	54	1	3	-	84
12	25	59	-	-	-	84
13	23	60	1	-	-	84
14	22	53	6	3	-	84
15	21	58	5	-	-	84
16	37	42	5	-	-	84
17	39	38	7	-	-	84
Jumlah	275	600	43	6		1.008

Sumber: Data primer diolah peneliti, 2023

Berdasarkan tabel diatas mengenai tanggapan responden pada pernyataan-pernyataan kualitas pelayanan. Pernyataan pertama diketahui bahwa respon terbanyak adalah poin setuju dengan jumlah 54 responden, terjawab sangat setuju sebanyak 22 responden, terjawab kurang setuju sebanyak 8 responden, sedangkan poin tidak setuju dan sangat tidak setuju belum mendapat jawaban dari responden.

Pernyataan kedua diketahui bahwa respon terbanyak adalah poin setuju dengan jumlah 62 responden, terjawab sangat setuju sebanyak 19 responden, terjawab kurang setuju sebanyak 3 responden, sedangkan poin tidak setuju dan sangat tidak setuju belum mendapat jawaban dari responden.

Pernyataan ketiga diketahui bahwa respon terbanyak adalah poin setuju dengan jumlah 62 responden, terjawab sangat setuju sebanyak 19 responden, terjawab kurang setuju sebanyak 3 responden, sedangkan poin tidak setuju dan sangat tidak setuju belum mendapat jawaban dari responden.

Pernyataan keempat diketahui bahwa respon terbanyak adalah poin setuju dengan jumlah 58 responden, terjawab sangat setuju sebanyak 22 responden, terjawab kurang setuju sebanyak 4 responden, sedangkan poin tidak setuju dan sangat tidak setuju belum mendapat jawaban dari responden.

Pernyataan kelima diketahui bahwa respon terbanyak adalah poin setuju dengan jumlah 54 responden, terjawab sangat setuju sebanyak 26 responden, terjawab kurang setuju sebanyak 1 responden, dan terjawab tidak setuju sebanyak 3 responden. sedangkan poin sangat tidak setuju belum mendapat jawaban dari responden.

Pernyataan ke3namdiketahui bahwa respon terbanyak adalah poin setuju dengan jumlah 59 responden, terjawab sangat setuju sebanyak 25 responden.

Sedangkan poin kurang setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju belum mendapat jawaban dari responden.

Pernyataan ketujuh diketahui bahwa respon terbanyak adalah poin setuju dengan jumlah 60 responden, terjawab sangat setuju sebanyak 23 responden, terjawab kurang setuju sebanyak 1 responden, sedangkan poin tidak setuju dan sangat tidak setuju belum mendapat jawaban dari responden.

Pernyataan kedelapan diketahui bahwa respon terbanyak adalah poin setuju dengan jumlah 53 responden, terjawab sangat setuju sebanyak 22 responden, terjawab kurang setuju sebanyak 6 responden, dan terjawab tidak setuju sebanyak 3 responden. sedangkan poin sangat tidak setuju belum mendapat jawaban dari responden.

Pernyataan kesembilan diketahui bahwa respon terbanyak adalah poin setuju dengan jumlah 58 responden, terjawab sangat setuju sebanyak 21 responden, terjawab kurang setuju sebanyak 5 responden, sedangkan poin tidak setuju dan sangat tidak setuju belum mendapat jawaban dari responden.

Pernyataan kesepuluh diketahui bahwa respon terbanyak adalah poin setuju dengan jumlah 42 responden, terjawab sangat setuju sebanyak 37 responden, terjawab kurang setuju sebanyak 5 responden, sedangkan poin tidak setuju dan sangat tidak setuju belum mendapat jawaban dari responden.

Pernyataan kesebelas diketahui bahwa respon terbanyak adalah poin sangat setuju dengan jumlah 39 responden, terjawab setuju sebanyak 38 responden, terjawab kurang setuju sebanyak 7 responden, sedangkan poin tidak setuju dan sangat tidak setuju belum mendapat jawaban dari responden.

Dari semua pernyataan diatas, sebanyak 275 terjawab sangat setuju, 600 terjawab setuju, 43 terjawab kurang setuju, dan 6 terjawab tidak setuju. Dari hasil yang dapat dilihat di tabel 4.3, menunjukkan bahwa pernyataan yang ada pada variabel kualitas pelayanan banyak yang setuju dengan jumlah 600 pernyataan terjawab setuju oleh responden. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel kualitas pelayanan masuk dalam kategori positif secara umum.

Pernyataan di nomor 17 yaitu, “merasa tidak khawatir selama masih menjadi anggota dari produk pembiayaan *murabahah* di BMT NU Cabang Kadur”. Pernyataan tersebut mendapati penilaian sangat setuju lebih banyak yaitu 39 responden dibandingkan pernyataan yang lain di variabel kualitas pelayanan.

3) Keputusan Anggota

Berikut hasil jawaban dari responden terhadap variabel keputusan anggota (Y):

Tabel 4.4
Respon Terhadap Pernyataan Keputusan Anggota (Y)

No Item	SS	S	KS	TS	STS	Total
	F	F	F	F	F	
18	26	56	2	-	-	84
19	32	51	1	-	-	84
20	30	51	3	-	-	84
21	32	50	2	-	-	84
22	36	47	1	-	-	84
Jumlah	156	255	9			420

Sumber: Data primer diolah peneliti, 2023

Berdasarkan tabel diatas, tanggapan responden pada pernyataan-pernyataan keputusan anggota. Pernyataan pertama diketahui bahwa respon terbanyak adalah poin setuju dengan jumlah 56 responden, terjawab sangat setuju sebanyak 26

responden, terjawab kurang setuju sebanyak 2 responden, sedangkan poin tidak setuju dan sangat tidak setuju belum mendapat jawaban dari responden.

Pernyataan kedua diketahui bahwa respon terbanyak adalah poin setuju dengan jumlah 51 responden, terjawab sangat setuju sebanyak 32 responden, terjawab kurang setuju sebanyak 1 responden, sedangkan poin tidak setuju dan sangat tidak setuju belum mendapat jawaban dari responden.

Pernyataan ketiga diketahui bahwa respon terbanyak adalah poin setuju dengan jumlah 51 responden, terjawab sangat setuju sebanyak 30 responden, terjawab kurang setuju sebanyak 3 responden, sedangkan poin tidak setuju dan sangat tidak setuju belum mendapat jawaban dari responden.

Pernyataan keempat diketahui bahwa respon terbanyak adalah poin setuju dengan jumlah 50 responden, terjawab sangat setuju sebanyak 32 responden, terjawab kurang setuju sebanyak 2 responden, sedangkan poin tidak setuju dan sangat tidak setuju belum mendapat jawaban dari responden.

Pernyataan kelima diketahui bahwa respon terbanyak adalah poin setuju dengan jumlah 47 responden, terjawab sangat setuju sebanyak 36 responden, terjawab kurang setuju sebanyak 1 responden, sedangkan poin tidak setuju dan sangat tidak setuju belum mendapat jawaban dari responden.

Dari pernyataan diatas, sebanyak 156 terjawab sangat setuju, 255 terjawab setuju, dan 9 terjawab kurang setuju. Dari hasil yang dapat dilihat di tabel 4.4, menunjukkan bahwa pernyataan yang ada pada variabel keputusan anggota banyak yang setuju dengan jumlah 255 pernyataan terjawab setuju oleh responden. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel keputusan anggota masuk dalam kategori positif secara umum.

Pernyataan di nomor 22 yaitu, “saya memutuskan memilih produk pembiayaan *muarabah* karena keyakinan memberikan solusi di saat ada kebutuhan”. Pernyataan tersebut mendapat penilaian sangat setuju lebih banyak yaitu 36 responden dibandingkan pernyataan yang lain di variabel keputusan anggota.

d. Uji Kualitas Data

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

1) Uji Validasi

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 $alpha$ 0,1 ($\alpha = 10\%$). 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 84 dan $alpha$ 0,1 didapat r -tabel 0,1807. 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 kualitas pelayanan) serta item pernyataan pada variabel Y yaitu keputusan anggota dinilai valid karena memiliki nilai koefisien korelasi lebih besar dari 0,1807. Sebelum

semua pernyataan dikatakan valid, peneliti melakukan perbaikan pengujian sebanyak sekali agar semua data dapat dikatakan valid. Adapun cara yang dilakukan yang pertama yaitu, dengan membuang salah satu pernyataan indikator yang membuat data dikatakan tidak valid. Berikut ini adalah koefisien korelasi tiap item pernyataan terhadap skor totalnya.

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Koefisien Korelasi	r-tabel	Validitas
Kualitas Layanan (X1)	X1.1	0,739**	0,1807	Valid
	X1.2	0,800**	0,1807	Valid
	X1.3	0,804**	0,1807	Valid
	X1.4	0,717**	0,1807	Valid
	X1.5	0,840**	0,1807	Valid
	X1.6	0,775**	0,1807	Valid
Kualitas Produk (X2)	X2.1	0,848**	0,1807	Valid
	X2.2	0,821**	0,1807	Valid
	X2.3	0,816**	0,1807	Valid
	X2.4	0,840**	0,1807	Valid
	X2.5	0,821**	0,1807	Valid
	X2.6	0,612**	0,1807	Valid
	X2.7	0,891**	0,1807	Valid
	X2.8	0,784**	0,1807	Valid
	X2.9	0,907**	0,1807	Valid
	X2.10	0,670**	0,1807	Valid
	X2.11	0,892**	0,1807	Valid
Kepuasan Nasabah (Y)	Y.1	0,760**	0,1807	Valid
	Y.2	0,606**	0,1807	Valid
	Y.3	0,589**	0,1807	Valid
	Y.4	0,608**	0,1807	Valid
	Y.5	0,635**	0,1807	Valid

Sumber: Output SPSS, data primer diolah peneliti, 2023

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa hasil r_{hitung} yang lebih besar dan positif daripada nilai r_{tabel} . Maka, indikator dari variabel *personal selling* (X₁), kualitas pelayanan(X₂), dan keputusan anggota(Y) yaitu valid dan dapat dilakukan pengujian selanjutnya.

2) Uji Reabilitas

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. peneliti melakukan pengujian uji reliabilitas sama dengan uji validitas, yang mana pengujian melakukan pengujian sebanyak dua kali dengan cara yang sama seperti uji validitas sampai hasil yang didapat itu reliabel.

Berikut hasil pengujian dari uji reliabilitas:

Tabel 4.6
Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai <i>Alpha Cronbach</i>	Keterangan
Kualitas Layanan (X ₁)	0,870	Reliabel
Kualitas Produk (X ₂)	0,940	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	0,671	Reliabel

Sumber: Output SPSS, data primer diolah peneliti, 2023

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

e. Uji Asumsi Klasik

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

1) Uji Normalitas

Uji ini memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel bebas dan variabel terikat yang keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Pada uji normalitas menggunakan uji *Kolmogorov-Sirnov*, variabel dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikan $> 0,05$. Adapun hasil uji normalitas pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7
Hasil Uji Normalitas dengan *Kolmogorov-Smirnov*

		Unstandardized
		Residual
N		84
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.17968743
Most Extreme Differences	Absolute	.090
	Positive	.072
	Negative	-.090
Test Statistic		.090
Asymp. Sig. (2-tailed)		.092 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Output SPSS, 2023

Berdasarkan pada uji normalitas Kolmogrov smirnov di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,092. Artinya nilai signifikan $> 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

2) Uji Multikolinearitas

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 0,1 dan nilai VIF lebih kecil dari 10, maka tidak terjadi multikolinearitas. Hasil pengujian multikolinearitas sebagai berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Coefficients					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	9.780	1.406		6.955	.000		
	X1	.374	.088	.485	4.230	.000	.349	2.864
	X2	.131	.043	.347	3.025	.003	.349	2.864

a. Dependent Variable: Y

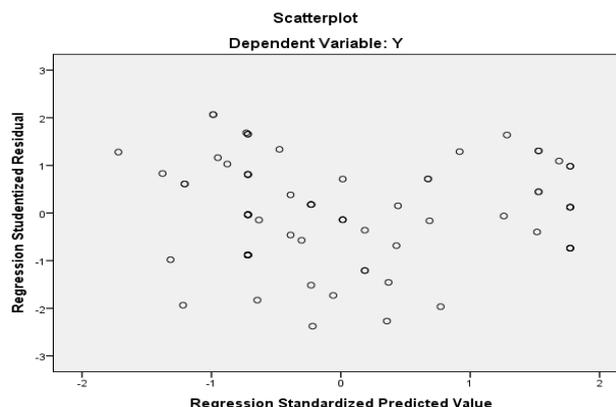
Sumber: Output SPSS, 2023

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.

3) 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 heterokedastisitas. Deteksi heterokedastisitas dapat dilakukan dengan metode *scatter plot* dengan memplotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan nilai residualnya.

Gambar 4.5
Hasil Uji Heterokedastisitas dengan *ScatterPlot*



Sumber: Output SPSS, 2023

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 signifikasi $> 0,1$, maka tidak terjadi heterokedastisitas. Berikut hasil uji Glejser.

Tabel 4.9
Hasil Uji *Glejser*

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.694	.858		1.974	.052
	X1	.007	.054	.024	.127	.899
	X2	-.019	.026	-.132	-.707	.481

a. Dependent Variable: RES_2

Sumber: Output SPSS, 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi variabel independen *personal selling*(X1) = 0,899 dan kualitas pelayanan(X2) = 0,481. Nilai tersebut lebih besar dari signifikansi 0,1. Sehingga dapat disimpulkan dalam model regresi pada penelitian ini tidak terjadi heterokedastisitas.

4) Uji Autokorelasi

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

Tabel 4.10
Pengambilan Keputusan Uji Autokorelasi

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

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah pada 2023

Hasil uji autokorelasi berdasarkan program SPSS sebagai berikut:

Tabel 4.11
Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.792 ^a	.628	.619	1.194	2.118

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Ouput SPSS Versi 24, data primer diolah pada 2023

Dari tabel tersebut DW sebesar 2,118 maka mengetahui ada tidaknya autokorelasi, nilai DW tersebut akan dibandingkan dengan nilai DW tersebut akan dibandingkan dengan DW tabel sebagai berikut:

Tabel 4.12
Hasil Pengujian Autokorelasi

dL	d_u	4 - dL	4 - d_u	DW	Keputusan
1,5991	1,7306	2,4009	2,2694	2,118	Tidak ada autokorelasi

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah pada 2023

Nilai DW 2,300 diperoleh dari tabel Durbin-Watson dengan ketentuan 5%, n (sampel) = 84 serta k (jumlah variabel independen) = 2 tabel diatas menunjukkan nilai Dw sebesar 2,118 berada diantara $d_u = 1,7306$ dan nilai $4 - d_u = 2,2694$ ($d_u < d < 4 - d_u$), sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi autokorelasi atau tidak terdapat korelasi positif maupun negative pada data yang diuji.

B. Pembuktian Hipotesis

1. Analisis Regresi Linear Berganda

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

Tabel 4.13
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.780	1.406		6.955	.000
	X1	.374	.088	.485	4.230	.000
	X2	.131	.043	.347	3.025	.003

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah pada 2023

Berdasarkan hasil regresi linear berganda pada tabel diatas dapat diperoleh koefisien variabel independen personal selling (X_1) = 0,374 dan variabel kualitas pelayanan (X_2) = 0,131. Konstanta (a) yang diperoleh sebesar 9,780 sehingga model persamaan regresi yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = 9,780 + 0,374 X_1 + 0,131 X_2 + e$$

Dari hasil persamaan diatas dapat dijabarkan

- a. $a = 9,780$ adalah nilai konstanta yang menunjukkan bahwa apabila variabel independen bernilai tetap maka nilai variabel keputusan anggota sebesar 9,780
- b. $b_1 = 0,374$ merupakan nilai koefisien variabel personal selling (X_1). Nilai positif menunjukkan bahwa jika kenaikan variabel personal selling sebesar satu satuan, maka nilai keputusan anggota (Y) akan naik sebesar 9,780 begitupun sebaliknya.
- c. $b_2 = 0,131$ merupakan nilai koefisien variabel kualitas pelayanan (X_2). Nilai positif menunjukkan bahwa jika ada kenaikan variabel kualitas pelayanan sebesar satu satuan, maka nilai keputusan anggota (Y) akan naik sebesar 9,780.
- d. Standart Error sebesar 1,406 artinya seluruh variabel yang dihitung dalam SPSS memiliki tingkat variabel pengganggu sebesar 1,406.

2. Uji Parsial (Uji t)

Uji t merupakan pengujian apakah variabel bebas yang terdiri dari personal selling (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara sendiri-sendiri mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat keputusan anggota (Y), pengujian ini membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} dan dengan propabilitas 0,005 ($\alpha = 5\%$) yaitu membandingkan nilai a dengan nilai Sig dan pengambilan keputusan

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

Tabel 4.14
Uji t
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.780	1.406		6.955	.000
	X1	.374	.088	.485	4.230	.000
	X2	.131	.043	.347	3.025	.003

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah pada 2023

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

- 1) Variabel personal selling (X1) diperoleh t_{hitung} 4,230, nilai t_{tabel} untuk model regresinya yaitu 1,98932. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} $4,230 > t_{tabel}$ 1,98932. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa

variabel personal selling (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota di BMT NU Cabang Kadur Pamekasan.

- 2) Variabel kualitas pelayanan (X2) diperoleh t_{hitung} 3,025, nilai t_{tabel} untuk model regresinya yaitu 1,98932. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikan $0,003 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} $3,025 > t_{tabel}$ 1,98932. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota di BMT NU Cabang Kadur Pamekasan Pamekasan.

3. Uji Simultan (Uji F)

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

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

Berikut hasil uji signifikan secara simultan variabel dependen:

Tabel 4.15
Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	194.778	2	97.389	68.294	.000 ^b
	Residual	115.508	81	1.426		
	Total	310.286	83			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah pada 2023

Hasil uji F tersebut diperoleh F_{hitung} sebesar 68,294 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 (lebih kecil dari 0,05) sedangkan nilai F_{tabel} sebesar 3,10. Berarti nilai F_{hitung} 68,294 > 3,10 dan tingkat signifikan 0,000 < 0,05 sehingga keputusannya adalah variabel personal selling (X1) dan kualitas pelayanan (X2) berpengaruh secara simultan terhadap variabel Y keputusan anggota.

4. Koefisien Determinasi (R^2)

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

Tabel 4.16
Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.792 ^a	.628	.619	1.194

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah pada 2023

Berdasarkan tabel diatas, hasil analisis koefisien determinasi terlihat bahwa *R square* adalah 0,628 atau 62,8%. Hal ini berarti bahwa variabel independen personal selling (X1) dan kualitas pelayanan (X2) mampu mempengaruhi keputusan anggota (Y) sebesar 62,8%. Sedangkan sisanya (100% - 62,8% = 37,2%) dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diperhitungkan dalam analisis penelitian ini.

C. Pembahasan

1. Pengaruh Personal Selling terhadap Keputusan Anggota Menggunakan Produk Pembiayaan *Murabahah* Di BMT NU Cabang Kadur Pamekasan.

Personal selling ialah presentasi verbal kepada satu atau lebih calon konsumen dengan maksud melaksanakan penjualan agar calon konsumen dapat memutuskan melaksanakan pembelian ataupun tidak.

Dari hasil uji regresi linier berganda menunjukkan bahwa besaran regresi variabel personal selling bernilai positif yang berarti personal selling berbanding lurus dengan keputusan anggota. Berdasarkan uji t (uji parsial) nilai t_{hitung} variabel personal selling (X1) diperoleh t_{hitung} 4,230, nilai t_{tabel} untuk model regresinya yaitu 1,98932. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} 4,230 $>$ t_{tabel} 1,98932. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel personal selling (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota di BMT NU Cabang Kadur Pamekasan.

Personal selling yang dilakukan BMT NU Cabang Kadur yaitu dengan mengatasi keberatan yang di rasakan calon nasabah pada saat karyawan memasarkan produk *murabahah* dengan memberikan respon tanggapan yang baik dari karyawan, sehingga calon anggota menjadi berminat akan produk *murabahah*. Dengan adanya tanggapan baik tersebut bisa mempengaruhi keputusan anggota karena jika sudah memberikan tanggapan yang baik dan memuaskan dari permasalahan yang dirasakan calon nasabah akan tertarik

Indikator yang pertama dari personal selling yaitu konfrontasi personal, merupakan suatu hubungan langsung dan saling aktif antar dua orang ataupun lebih.

Setiap bagian bisa mengamati keperluan dan karakteristik bagian lain secara lebih dekat dan segera melaksanakan adaptasi, sehingga bisa membuat nasabah terpicu dan mempengaruhi putusan anggota. Indeks ke-2 yakni pengembangan, merupakan suatu bentuk timbulnya berbagai macam kaitan dari keterkaitan penjualan sampai dengan keterkaitan pertemanan nasabah. Indikator ketiga yaitu tanggapan, menjadikan konsumen merasakan wajib guna mencermati, mengamati serta menanggapi suatu peniaga.

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Penelitian yang dilakukan oleh Brilian Rori, dkk. yang artikelnya berjudul “Analisis Branding Strategi, *Servicescape*, and *Personal Selling* Terhadap Keputusan Pembelian pada Dealer Yamaha Aimadidi”. Hasil penelitiannya adalah *Personal Selling* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.¹⁰⁹

Hasil penelitian ini bisa ditarik kesimpulan bahwasanya bagian pemasaran harus mampu menegakkan personal selling pada anggota/calon anggota. Adapun gambaran personal selling yang disampaikan guna mempertahankan pelanggan dalam buku Anang Firmansyah, yakni *field selling*, salesman yang menjual di luar perusahaan dengan mengunjungi dari rumah satu ke rumah lainnya atau dari perusahaan ke perusahaan lainnya, *retail selling*, yakni penjual yang melaksanakan penjualan dengan melayani pelanggan yang datang ke perusahaan, *executive selling*, yakni penjualan diluar manajer perusahaan, dalam hal ini manajer perusahaan juga terkait sebagai salesmen.¹¹⁰ Cara ini mampu mempertahankan personal selling dikarenakan paparan personal selling dilaksanakan secara benar

¹⁰⁹ Brilian Rori dkk, “Analisis Branding Strategi, *Servicescape*, and *Personal Selling* Terhadap Keputusan Pembelian pada Dealer Yamaha Aimadidi”, *Jurnal EMBA*,2 (Juni 2015).

¹¹⁰ Anang Firmansyah, *Komunikasi Pemasaran*, (Pasuruan: Qiara Media, 2020), 230-231

sehingga nasabah terpicat dan melaksanakan putusan guna menggunakan produk pembiayaan *murabahah* di BMT NU Cabang Kadur Pamekasan.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Anggota Menggunakan Produk Pembiayaan *Murabahah* Di BMT NU Cabang Kadur Pamekasan.

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

Dari hasil uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa besaran regresi variabel kualitas pelayanan bernilai positif yang berbanding lurus dengan keputusan anggota. Berdasarkan uji t (uji parsial) nilai t_{hitung} variabel kualitas pelayanan (X2) diperoleh t_{hitung} 3,025, nilai t_{tabel} untuk model regresinya yaitu 1,98932. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikan $0,003 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} 3,025 > t_{tabel} 1,98932. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota di BMT NU Cabang Kadur Pamekasan Pamekasan. Hasil uji diatas menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari indikator kepatuhan, jaminan, kehandalan, bukti fisik, empati dan daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota.

Pelayanan yang diberikan oleh BMT NU Cabang Kadur Pamekasan sudah sejalan dengan teori didalam buku *customer service excellent teori dan praktik* oleh Kasmir yaitu pelayanan yang baik mempunyai ciri-ciri: tersedianya karyawan yang baik, tersedianya sarana dan prasarana yang baik, bertanggung jawab kepada setiap nasabah, mampu melayani secara tepat dan mampu berkomunikasi dengan baik, hal ini bisa mempengaruhi keputusan anggota karena jika sudah memiliki pelayanan yang baik maka calon nasabah akan tertarik.¹¹¹

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Raihanah Daulay pada tahun 2014 tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menabung Nasabah pada Bank Mandiri Syariah di Kota Medan”. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan menabung nasabah pada bank mandiri syariah di kota medan dengan nilai t hitung $3.163 > t$ tabel 1,96.¹¹²

Dari hasil penelitian ini bisa ditarik kesimpulan bahwasanya bagian BMT NU Cabang Kadur Pamekasan mampu menegakkan serta menaikkan kualitas pelayanan yang dibagikan pada anggota, dikarenakan apabila kualitas pelayanan selaras dengan angan-angan anggota maka bisa mempengaruhi putusan anggota. Mengenai artikel infozone yang memaparkan tentang metode mempertahankan putusan anggota supaya tak berpaling atas koperasi atau lembaga keuangan syariah lainnya yakni dengan upaya menerima nasabah dengan tulus hati serta tanpa

¹¹¹ Kasmir, *Customer Service Excellent Teori Dan Praktik*, (Jakarta: Rajawali Pers,2017),67

¹¹² Raihanah Daulay, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil terhadap Keputusan Menabung Nasabah pada Bank Mandiri Syariah di Kota Medan”, *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, Vol.12, No.1,2014

tekanan dengan prinsip 5 S (senyum, salam, sapa, sopan serta santun).¹¹³ Kedua memberikan pelayanan prima atau yang terbaik kepada nasabah, baik saat meminta informasi sebelum menjadi nasabah maupun pada saat menjadi nasabah, ketiga tetap sabar, ramah pada saat nasabah merasa kurang puas, serta menjadi pendengar yang baik saat ada keluhan dari nasabah. Keempat bersikap empati, peduli dengan apa yang terjadi dengan nasabah dan yang terakhir minta masukan, ide atau pendapat dari nasabah mengenai perbaikan layanan yang telah diberikan.¹¹⁴

3. Pengaruh Personal Selling Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Anggota Menggunakan Produk Pembiayaan *Murabahah* Di BMT NU Cabang Kadur Pamekasan

Putusan anggota akan produk yang ditawarkan BMT NU Cabang Kadur pada anggota/calon anggota mempunyai evaluasi akan beberapa produk yang ditawarkan, sesudah beradaptasi dengan kebutuhannya, calon anggota akan membuat pilihannya. Harapan calon anggota terbentuk dari pengalaman anggota sendiri baik dari segi *personal selling* ataupun kualitas pelayanan yang diberikan pihak BMT NU Cabang Kadur Pamekasan.

Dari hasil uji F (simultan) diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 68,294 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 (lebih kecil dari 0,05) sedangkan nilai F_{tabel} sebesar 3,10. Berarti nilai $F_{hitung} 68,294 > 3,10$ dan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga keputusannya adalah variabel *personal selling* (X1) dan kualitas pelayanan (X2) berpengaruh secara simultan terhadap variabel Y keputusan anggota.

¹¹³Infozone, Diakses dari <https://infozoneen.blingspot.com/2016/03/bagaimana-cara-mmpertahankan-costumer.html?m=1> pada tanggal 30 Mei 2021 pukul 21.30 WIB.

¹¹⁴ Infozone, Diakses dari <https://infozoneen.blingspot.com/2016/03/bagaimana-cara-mmpertahankan-costumer.html?m=1> pada tanggal 30 Mei 2021 pukul 21.30 WIB.

Personal Selling serta kualitas layanan ialah hal yang utama untuk diraih oleh perusahaan dikarenakan apabila keduanya dilakukan dengan benar akan mempengaruhi putusan anggota/calon anggota, maka BMT NU Kadur Pamekasan perlu memberi personal selling dan pelayanan prima untuk menarik minat anggota memilih produk pembiayaan *murabahah*, sehingga bisa menimbulkan putusan anggota menggunakan produk pembiayaan *murabahah*.

Dari hasil analisis data besarnya koefisien determinasi (R^2), diketahui besarnya koefisien determinasi R square adalah 0,628 atau 62,8%. Hal ini berarti bahwa variabel independen personal selling (X1) dan kualitas pelayanan (X2) mampu mempengaruhi variabel dependen keputusan anggota (Y) sebesar 62,8%. Sedangkan sisanya ($100\% - 62,8\% = 37,2\%$) dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diperhitungkan dalam analisis penelitian ini.

R square yang tidak begitu besar dalam penelitian ini dikarenakan adanya faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan anggota pada produk pembiayaan *murabahah* di BMT NU Cabang Kadur Pamekasan. Nilai R Square yang diperoleh pada penelitian ini adalah sebesar 62,8%, menandakan bahwa nilai tersebut kurang dari standar, standar yang diasumsikan adalah sebesar 80%. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk kurang dari standar yang diasumsikan.