

## **BAB IV**

### **DESKRIPSI, PEMBUKTIAN HIPOTESIS DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Deskripsi Data**

##### **1. Profil BMT NU Jawa Timur Cabang Pragaan**

###### **a. Sejarah BMT NU Jawa Timur Cabang Pragaan**

Sejarah berdirinya BMT NU Cabang Pragaan sebenarnya hampir sama dengan sejarah berdirinya BMT NU Pusat, yaitu sama-sama berangkat dari kekhawatiran pengurus MWC NU juga. Jauh sebelum BMT Pusat di Gapura berdiri, MWC NU Pragaan sudah ingin merintis koperasi, akan tetapi karena tidak ada tindak lanjut yang jelas juga tidak ada bimbingan khusus, dan belum menemukan orang yang bisa untuk mencetak kader pendirian koperasi itu sendiri. Pengurus MWC NU Pragaan pernah ikut pelatihan mengutus 3 orang dengan tujuan untuk mendirikan koperasi, namun setelah diklat pelatihan itu selesai tidak ada hasilnya.<sup>1</sup>

Sebenarnya jauh sebelum tahun 2012 sudah ingin mendirikan koperasi, akan tetapi terkendala kesibukan dan lain hal sehingga tidak bisa mendirikan koperasi secara mandiri. Akhirnya pada tahun 2012 ada penawaran dari BMT NU waktu itu namanya belum BMT NU Jawa Timur tapi masih BMT NU Gapura karena masih belum ada cabangnya. Ada penawaran akan melakukan kerja sama dengan MWC NU di masing-masing kecamatan, pada saat itu pengurus MWC NU

---

<sup>1</sup> Arifin, Kepala Cabang BMT NU Jawa Timur Cabang Pragaan (19 April 2023).

Pragaan langsung menyatakan siap sebelum yang lain siap, yang lain masih ragu tidak ada kesiapan baik dari tempat dan lain-lain. Akhirnya MWC NU Pragaan lah yang menerima tawaran pertama kali sehingga diresmikan pada tanggal 07 Februari 2012.

#### **b. Visi dan Misi BMT NU Jawa Timur Cabang Pragaan**

##### 1) Visi :

Terwujudnya BMT NU yang jujur, amanah, dan profesional sehingga unggul dalam layanan, unggul dalam kinerja menuju terbentuknya 100 kantor cabang pada tahun 2006 untuk kemandirian dan kesejahteraan anggota.

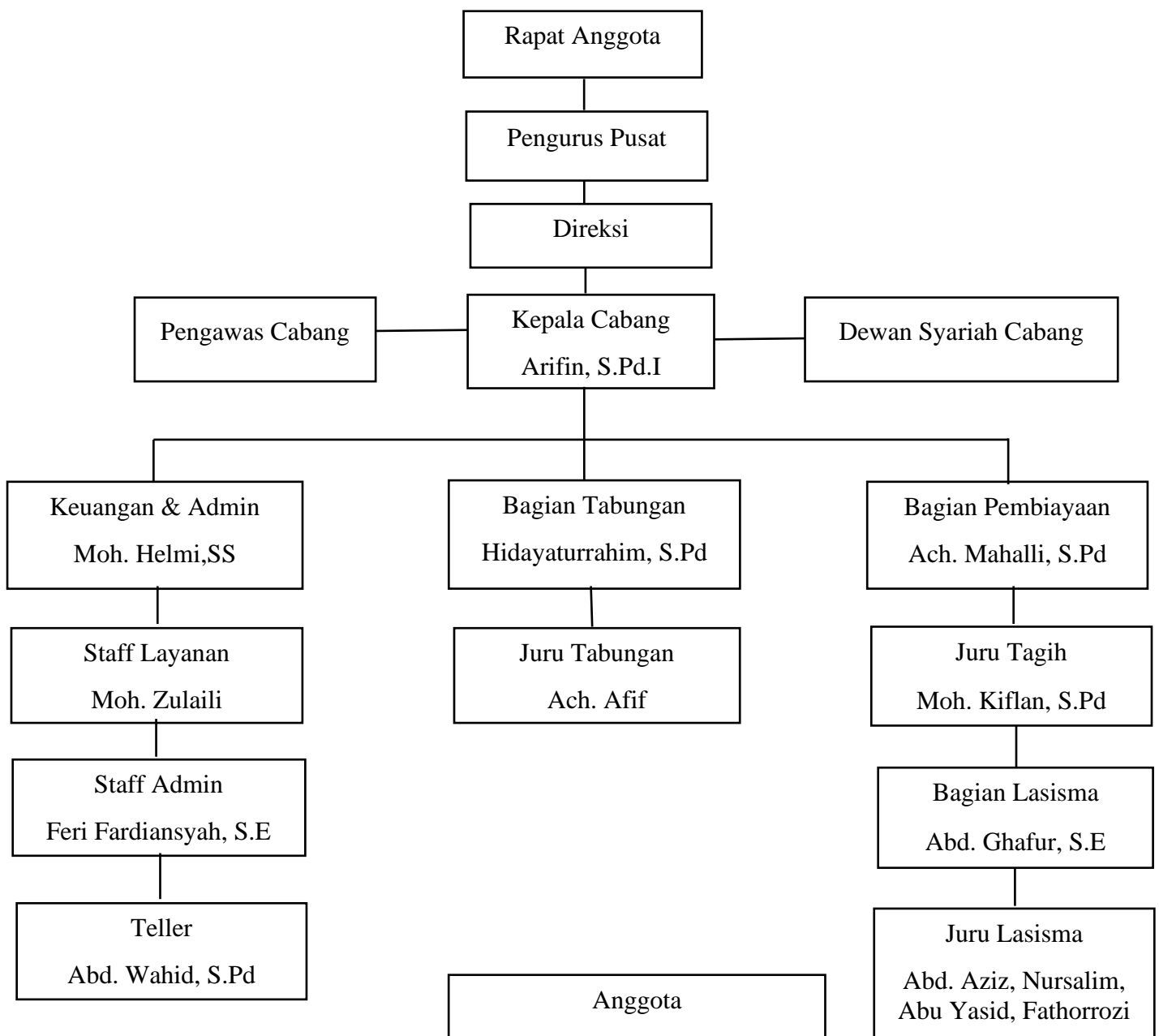
##### 2) Misi :

- a) Memberikan layanan prima, bina usaha dan solusi kepada anggota sebagai pilihan utama menerapkan dan mengembangkan nilai-nilai
- b) Syariah secara murni dan konsekuen sehingga menjadi acuan tata kelola usaha yang profesional dan amanah
- c) Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan yang berkesinambungan menuju berdirinya 100 kantor cabang pada tahun 2026
- d) Mengutamakan penghimpunan dana atas dasar ta'awun dan penyaluran pembiayaan pada segmen UMKM baik secara perseorangan maupun berbasis jamaah

- e) Mewujudkan penghimpunan dan penyaluran zakat, infaq, shodaqoh, dan waqaf
- f) Meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab pada lingkungan dan jama'ah.

**c. Struktur Organisasi BMT NU Jawa Timur Cabang Pragaan**

**Gambar 4.1**



#### **d. Logo BMT NU Jawa Timur Cabang Pragaan**

**Gambar 4.2**  
**Logo BMT NU Jawa Timur Cabang Pragaan**



#### **e. Produk BMT NU Jawa Timur Cabang Pragaan**

Adapun beberapa produk yang ditawarkan BMT NU Jawa Timur Cabang Pragaan meliputi antara lain:

##### **1) Produk Tabungan/Simpanan**

###### **a) SIAGA (Simpanan Anggota)**

Disediakan bagi yang berminat menjadi anggota 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 100.000, Siaga Wajib perbulan Rp. 20.000 dan Siaga Khusus dibayar kapan saja dengan setoran minimal Rp 100.000, Siaga pokok dan Siaga wajib hanya dapat ditarik ketika berhenti dari anggota sedangkan Siaga khusus dapat ditarik pada bulan Januari.

b) SIDIK fathanah (Simpanan Pendidikan Fathanah)

Simpanan bagi yang ingin meraih cita-cita pendidikan secara sempurna dengan bagi hasil 45% yang menguntungkan menggunakan akad Mudharabah Mutlaqah. Setoran kapan saja dan penarikan pada tahun ajaran baru dan semesteran. Setoran awal Rp. 2.500 dan selanjutnya minimal Rp 500.

c) SAJADAH (Simpanan Berjangka Wadiah Berhadiah)

Simpanan dengan keuntungan yang dapat dinikmati di awal dengan memperoleh hadiah langsung tanpa diundi. Menggunakan akad Wadiah Yad Al-Dhamanah dan dapat ditarik pada waktu berdasarkan ketentuan yang berlaku.

d) SIBERKAH (Simpanan Berjangka Mudharabah)

Keuntungan yang melimpah dengan bagi hasil 65% menggunakan akad Mudharabah Mutlaqah. Setoran minimal Rp 500.000 dengan jangka waktu minimal 1 tahun.

e) SAHARA (Simpanan Haji dan Umrah)

Simpanan yang dapat mempermudah menunaikan haji dan umrah dengan memperoleh keuntungan yang melimpah dengan bagi hasil 65% sebagai bekal tambahan biaya Haji dan Umrah menggunakan akad Mudharabah Mutlaqah. Setoran awal minimal Rp. 1.000.000 dan Setoran selanjutnya sesuai kemampuan. Setoran kapan saja dan penarikan hanya dapat dilakukan ketika akan melaksanakan Haji dan Umrah kecuali udzur syar'i.

f) SABAR (Simpanan Lebaran)

Simpanan yang bisa mempermudah memenuhi kebutuhan lebaran dengan memperoleh keuntungan dari bagi hasil sebesar 55%. Menggunakan akad Mudharabah Mutlaqah dengan setoran awal Rp. 25.000 dan setoran selanjutnya minimal Rp. 5000 Setoran kapan saja dan penarikannya hanya bisa dilakukan setiap bulan ramadhan.

g) 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 Mutlaqah. Setoran awal Rp. 10.000 dan selanjutnya minimal Rp. 2.500.

h) TARAWI (Tabungan Ukhrawi)

Tabungan sekaligus beramal, karena bagi hasil tabungan di sedekahkan kepada fakir miskin dan anak yatim piatu. Menggunakan akad Mudharabah Mutlaqah dengan setoran awal Rp. 25.000 dan selanjutnya minimal Rp. 5000 dengan bagi hasil 50%.

## 2) Produk Pembiayaan/Pinjaman

a) Al-Qardlul Hasan

Karakteristik dan ketentuan umum

- 1) Pembiayaan dengan plafond maksimal Rp. 1.000.000,-
- 2) Pembiayaan tanpa bagi hasil atau margin/keuntungan

3) Dianjurkan memberikan jaza'ul ihsan (balas budi) sesuai dengan keikhlasan mitra

4) Waktu pembiayaan sesuai kesepakatan bersama.

b) Murabahah dan Bai' Bitsamanil Ajil (BBA)

Karakteristik dan ketentuan umum

1) Pembiayaan dengan cara BMT NU menjual barang yang dibutuhkan mitra secara kredit pembayaran angsuran atau secara cash tempo.

2) BMT NU memperoleh margin (keuntungan) mulai 1,3% dari harga pokok barang

3) Plafond dan waktu pembiayaan sesuai dengan kesepakatan, dengan cara angsuran mingguan, atau bulanan (bai' bitsamanil ajil/BBA) atau cash tempo/ pembayaran diakhir jangka waktu (akad murabahah)

4) Untuk murabahah mitra diharuskan memberikan DP (uang muka) maksimal 20% dari harga jual barang

c) Mudharobah dan Musyarakah

Karakteristik dan ketentuan umum

1) Pembiayaan dengan system bagi hasil antar shohibul maal (BMT NU) dengan mudlarib (mitra)

2) Plafond dan waktu pembiyaan sesuai kesepakatan

3) Musyarakah: mudal usahanya dari kedua belah pihak (sharing modal). Bagi hasil sesuai dengan struktur modal.

- 4) Mudhrobah: modal usaha seluruhnya disediakan BMT dengan nisbah bagi hasil 65% (BMT) dan 35% (mitra).

d) Rahn Gadai.

Karakteristik dan ketentuan umum

- 1) Barang yang dapat digadaikan berupa perhiasan emas dan barang berharga lainnya
- 2) Mitra menanggung biaya taksir mulai 0,5% dari nilai taksir barang yang digadaikan
- 3) Jumlah pembiayaan 80% dari nilai taksir barang
- 4) Ujroh dihitung setiap hari (system, harian)
- 5) Memberikan ujroh biaya penitipan barang sebesar Rp.6- dari nilai taksir barang untuk kelipatan Rp.10.000,-

e) Pembiayaan Tanpa Jaminan

Layanan Berbasis Jamaah (LASISMA) merupakan layanan pinjaman atau pembiayaan tanpa jaminan bagi anggota yang berpenghasilan rendah dengan membentuk kelompok.

f) Pembiayaan Hidup Sehat

Pembiayaan Hidup Islami (HIDUP SEHATI) disiapkan bagi anggota yang belum memiliki jamban/WC/toilet dan sarana air bersih dan sehat dengan menggunakan akad murabahah.



### 3) Produk Jasa

- a) Pembayaran rekening PLN, telephone, internet, pulsa pasca bayar CDMA dan GSM.
- b) Transfer/kiriman uang antar bank seluruh Indonesia dan luar negeri.
- c) Pembayaran biaya pendidikan perguruan tinggi seluruh indonesia.
- d) Layanan Jasa Antar Jemput Tabungan.

## 2. Deskripsi Data Penelitian dan Responden

### a. Deskripsi data penelitian

Pengumpulan data penelitian ini dilakukan dengan cara membagikan kuesioner kepada anggota produk Tabungan Mudharabah di BMT NU Jawa Timur Cabang Pragaan. Penelitian ini membagikan atau menyebarkan 93 kuesioner kepada anggota BMT NU Jawa Timur Cabang Pragaan. Penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling* dengan metode *accidental sampling*, artinya unit sampel yang dipilih berdasarkan ketersediaannya. Mereka yang berada ditempat yang tepat dan diwaktu yang tepat itulah yang dipilih sebagai sampel pada sebuah penelitian begitupun dengan penelitian ini.

**Tabel 4.1**  
**Rincian Penyebaran Pengambilan Kuesioner**

Keterangan	Jumlah
Kuesioner yang disebarkan	93
Kuesioner yang tidak dikembalikan	0
Kuesioner yang kembali	93
Kuesioner yang digugurkan	0
Kuesioner yang digunakan	93

**Sumber:** data diolah tahun 2023

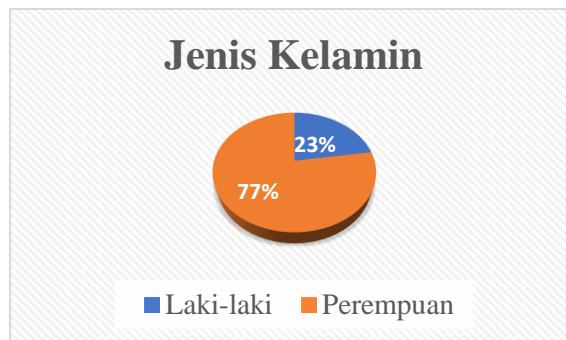
Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa jumlah kuesioner yang disebarakan sebanyak 93 dan kuesioner yang digunakan berjumlah 93. Bisa disimpulkan bahwa tingkat pengembalian yang digunakan yaitu 100%.

## b. Deskripsi Data Responden

### 1) Jenis Kelamin Responden

Berikut ini merupakan rincian jenis kelamin responden dalam penelitian ini:

**Gambar 4.3**

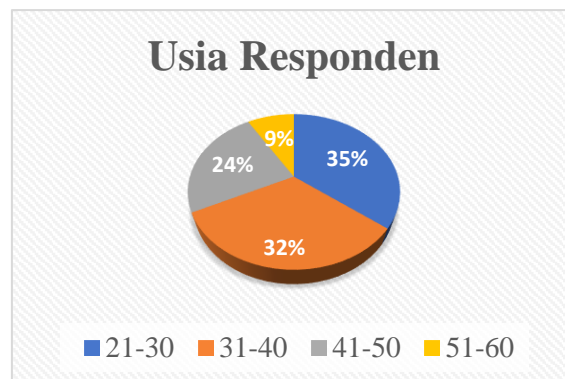


Berdasarkan gambar diagram diatas menunjukkan bahwa jenis kelamin responden yang terlibat dalam penelitian ini yaitu laki-laki sebanyak 21 orang dengan persentase sebesar 23% sedangkan jenis kelamin perempuan sebanyak 72 orang dengan persentase sebesar 77%.

### 2) Usia Responden

Berikut merupakan rincian usia responden dalam penelitian ini:

**Gambar 4.4**

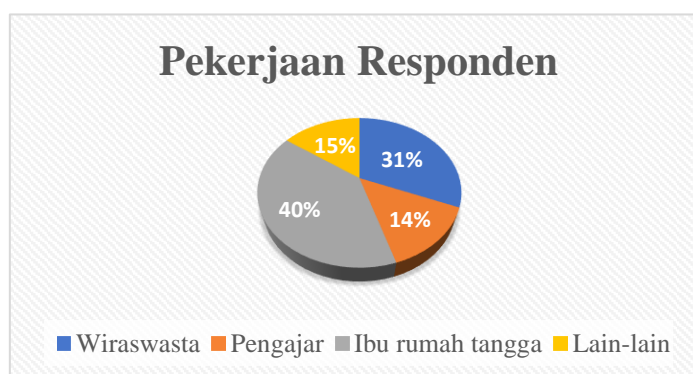


Berdasarkan gambar diagram diatas menunjukkan bahwa usia responden yang terlibat dalam penelitian ini yang berumur diantara 21-30 tahun sebanyak 33 orang dengan persentase sebesar 35%, sedangkan responden yang berumur diantara 31-40 tahun sebanyak 30 orang dengan persentase sebesar 32%, responden yang berumur 41-50 tahun sebanyak 22 orang dengan persentase sebesar 24% dan responden yang berumur 51-60 tahun sebanyak 8 orang dengan persentase 9%.

### 3) Pekerjaan Responden

Berikut merupakan rincian pekerjaan responden dalam penelitian ini:

**Gambar 4.5**



Berdasarkan gambar diagram diatas menunjukkan bahwa responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini mempunyai pekerjaan dengan rincian responden yang berprofesi sebagai wiraswasta berjumlah 29 orang dengan persentase 31%, responden yang berprofesi sebagai pengajar berjumlah 13 orang dengan persentase 14%, responden yang berprofesi sebagai ibu rumah tangga berjumlah 37 orang dengan persentase sebanyak 40% dan responden yang memiliki pekerjaan selain wiraswasta, pengajar, ibu rumah tangga berjumlah 14 orang dengan persentase 15%.

### c. Analisis Deskriptif Distribusi Frekuensi Jawaban Responden

Tanggapan respon yang berpartisipasi dalam penelitian ini mengenai pengaruh *personal selling* dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota menggunakan produk tabungan mudharabah di BMT NU Jawa Timur Cabang Pragaan dapat dijelaskan melalui tanggapan responden yang diperoleh dari hasil angket yang telah disebar, maka untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada distribusi frekuensi variabel dibawah ini:

#### 1) Distribusi Frekuensi Variabel *Personal Selling*

Sikap responden terkait variabel *personal selling* dijelaskan pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.2**  
**Distribusi Frekuensi Variabel *Personal Selling***

NO	Sangat tidak setuju: 1		Tidak setuju: 2		Kurang setuju: 3		Setuju: 4		Sangat setuju: 5		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1					13	14,0	38	40,9	42	45,2	93
2					8	8,6	40	43,0	45	48,4	93
3					4	4,3	41	44,1	48	51,6	93
4					4	4,3	45	48,4	44	47,3	93
5					3	3,2	33	35,5	57	61,3	93
Jumlah					32		197		236		

**Sumber:** data primer diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi variabel *personal selling* diatas menunjukkan bahwa responden memberikan jawaban atau tanggapan sangat setuju sebanyak 236, responden yang memberikan jawaban setuju sebanyak 197, sedangkan responden yang memberikan jawaban kurang setuju sebanyak 32 dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju.

$$\begin{aligned}
& \text{Skor: } ((\sum \text{STSx1}) + (\sum \text{TSx2}) + (\sum \text{KSx3}) + (\sum \text{Sx4}) + (\sum \text{SSx5})) : (n \times 5 \times 5) \\
& = ((0 \times 1) + (0 \times 2) + (32 \times 3) + (197 \times 4) + (236 \times 5)) : (93 \times 5 \times 5) \\
& = (0 + 0 + 96 + 788 + 1.180) : 2.325 \\
& = 2.064 : 2.325 \\
& = 0,88 \times 100\% = 88\%
\end{aligned}$$

Secara kontinum 88% termasuk kategori sangat kuat karena berada diantara 80% - 100%.

## 2) Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan

Sikap responden terkait variabel kualitas pelayanan dijelaskan pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.3**  
**Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan**

No	Sangat tidak setuju: 1		Tidak setuju: 2		Kurang setuju: 3		Setuju: 4		Sangat setuju: 5		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1					2	2,2	31	33,3	60	64,5	93
2					1	1,1	44	47,3	48	51,6	93
3					1	1,1	36	38,7	56	60,2	93
4					3	3,2	36	38,7	54	58,1	93
5					9	9,7	33	35,5	51	54,8	93
6					3	3,2	35	37,6	55	59,1	93
7					3	3,2	35	37,6	55	59,1	93
8					4	4,3	29	31,2	60	64,5	93
9							35	37,6	58	62,4	93
10					3	3,2	35	37,6	55	59,1	93
Jumlah					29		349		552		

**Sumber:** data primer diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi variabel kualitas pelayanan diatas menunjukkan bahwa responden memberikan jawaban atau tanggapan sangat setuju sebanyak 552, responden yang memberikan jawaban setuju sebanyak 349,

sedangkan responden yang memberikan jawaban kurang setuju sebanyak 29 dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju.

$$\text{Skor: } ((\sum \text{STSx1}) + (\sum \text{TSx2}) + (\sum \text{KSx3}) + (\sum \text{Sx4}) + (\sum \text{SSx5})) : (n \times 5 \times 10)$$

$$= ((0 \times 1) + (0 \times 2) + (29 \times 3) + (349 \times 4) + (552 \times 5)) : (93 \times 5 \times 10)$$

$$= (0 + 0 + 87 + 1.396 + 2.760) : 4.650$$

$$= 4.243 : 4.650$$

$$= 0,91 \times 100\% = 91\%$$

Secara kontinum 91% termasuk kategori sangat kuat karena berada diantara 80% - 100%.

### 3) Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Anggota

Sikap responden terkait variabel kepuasan anggota dijelaskan pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.4**  
**Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Anggota**

NO	Sangat tidak setuju: 1		Tidak setuju: 2		Kurang setuju: 3		Setuju: 4		Sangat setuju: 5		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1					3	3,2	33	35,5	57	61,3	93
2					1	1,1	36	38,7	56	60,2	93
3					3	3,2	33	35,5	57	61,3	93
4					6	6,5	41	44,1	46	49,5	93
5							43	46,2	50	53,8	93
6					1	1,1	35	37,6	57	61,3	93
7					4	4,3	34	36,6	55	59,1	93
8					1	1,1	33	35,5	59	63,4	93
Jumlah					16		288		437		

**Sumber:** data primer diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi variabel kepuasan anggota diatas menunjukkan bahwa responden memberikan jawaban atau tanggapan sangat setuju sebanyak 437, responden yang memberikan jawaban setuju sebanyak 288, sedangkan responden yang memberikan jawaban kurang setuju sebanyak 16 dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju.

$$\begin{aligned} \text{Skor: } & ((\sum \text{STSx1}) + (\sum \text{TSx2}) + (\sum \text{KSx3}) + (\sum \text{Sx4}) + (\sum \text{SSx5})) : (n \times 5 \times 8) \\ & = ((0 \times 1) + (0 \times 2) + (16 \times 3) + (288 \times 4) + (437 \times 5)) : (93 \times 5 \times 8) \\ & = (0 + 0 + 48 + 1.152 + 2.185) : 3.720 \\ & = 3.385 : 3.720 \\ & = 0,90 \times 100\% = 90\% \end{aligned}$$

Secara kontinum 90% termasuk kategori sangat kuat karena berada diantara 80% - 100%.

#### **d. Uji Kualitas Data**

Adapun tujuan dari pengujian kualitas data adalah untuk mengetahui apakah setiap item pertanyaan atau pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini layak atau tidak layak untuk digunakan. Peneliti mengajukan kuesioner yang berisi 23 pertanyaan yang meliputi beberapa variabel diantaranya variabel *personal selling* (X1), kualitas pelayanan (X2) dan kepuasan anggota (Y).

##### **1) Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya satu pertanyaan kuesioner masing-masing variabel atau indikator. Teknik pengujiannya menggunakan person correlation yakni korelasi antara skor item dengan skor total

item (nilai r-hitung) dibandingkan dengan r-tabel. Jika nilai r-hitung  $>$  r-tabel maka item tersebut dikatakan valid.

Berdasarkan jumlah sampel penelitian yang berjumlah 93 responden dengan  $\alpha = 0,05$ , sehingga nilai r-tabel 0,1716. Berdasarkan hasil uji validitas dalam penelitian ini, hasil analisisnya sebagai berikut:

**Tabel 4.5**  
**Tabel Hasil Uji Validitas**

UJI VALIDITAS					
Variabel	Item	Koefisien Korelasi	r-tabel	Sign	Validitas
<i>Personal Selling</i> (X1)	1.1	0,665	0,1716	0,000	Valid
	1.2	0,811	0,1716	0,000	Valid
	1.3	0,781	0,1716	0,000	Valid
	1.4	0,688	0,1716	0,000	Valid
	1.5	0,524	0,1716	0,000	Valid
Kualitas Pelayanan (X2)	2.1	0,509	0,1716	0,000	Valid
	2.2	0,514	0,1716	0,000	Valid
	2.3	0,580	0,1716	0,000	Valid
	2.4	0,615	0,1716	0,000	Valid
	2.5	0,515	0,1716	0,000	Valid
	2.6	0,486	0,1716	0,000	Valid
	2.7	0,400	0,1716	0,000	Valid
	2.8	0,478	0,1716	0,000	Valid
	2.9	0,622	0,1716	0,000	Valid
	2.10	0,592	0,1716	0,000	Valid
Kepuasan Anggota (Y)	3.1	0,655	0,1716	0,000	Valid
	3.2	0,599	0,1716	0,000	Valid
	3.3	0,585	0,1716	0,000	Valid
	3.4	0,639	0,1716	0,000	Valid
	3.5	0,604	0,1716	0,000	Valid
	3.6	0,666	0,1716	0,000	Valid
	3.7	0,707	0,1716	0,000	Valid
	3.8	0,634	0,1716	0,000	Valid

**Sumber:** data primer diolah tahun 2023



## 2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk melihat jawaban atau tanggapan dari responden akan menghasilkan hasil yang sama jika dilakukan pada tempat dan waktu berbeda. Suatu indikator variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha*  $> 0,60$ . Berikut adalah tabel hasil uji reliabilitas:

**Tabel 4.6**  
**Tabel Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
X1	0,730	Reliabel
X2	0,712	Reliabel
Y	0,789	Reliabel

**Sumber:** data primer diolah tahun 2023

Berdasarkan hasil uji reliabilitas diatas, semua indikator variabel *personal selling*, kualitas pelayanan dan kepuasan anggota tersebut dikatakan reliabel karna nilai *Cronbach's Alpha*  $> 0,60$ .

### e. Uji Asumsi Klasik

#### 1) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas, cara untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearitas dengan melihat nilai *tolerance* dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan pada model regresi. Tidak terjadi multikolinearitas apabila nilai *tolerance*  $> 0,10$  dan nilai VIF  $< 10$ . Berikut adalah hasil uji multikolinearitas setiap variabel.

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

Model		Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	26.406	4.034		6.545	.000		
	Personal Selling	.829	.103	.639	8.062	.000	.998	1.002
	Kualitas Pelayanan	-.182	.075	-.193	-2.431	.017	.998	1.002

a. Dependent Variable: Kepuasan Anggota

Sumber: data diolah dari SPSS, tahun 2023

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas diatas menunjukkan bahwa nilai *tolerance* dari masing-masing variabel  $> 0,10$  dan nilai VIF dari masing-masing variabel  $< 10$ . Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

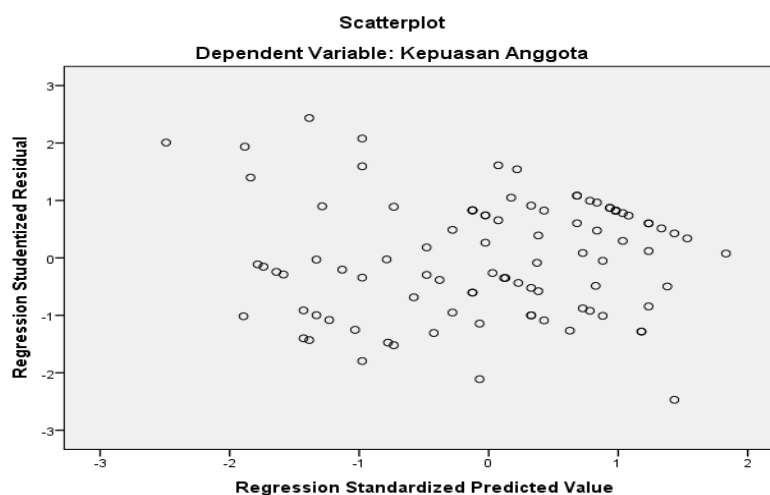
## 2) Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Variabel dapat dikatakan tidak terjadi heterokedastisitas apabila nilai sig  $> 0,05$  dan sebaliknya apabila nilai sig  $< 0,05$  maka terjadi heterokedastisitas. Ada atau tidaknya heterokedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *Scatterplot* dan dengan menggunakan Uji *Glejser*. Berikut adalah hasil uji heterokedastisitas.

### a) Uji *Scatterplot*

Berikut adalah hasil uji heterokedastisitas *scatterplot*

**Gambar 4.6**  
**Hasil Uji Heterokedastisitas *Scatterplot***



**Sumber:** data diolah dari SPSS, tahun 2023

Sesuai dengan grafik *scatterplot* diatas diperoleh titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak membentuk pola tertentu, artinya tidak terjadi gejala heterokedastisitas.

### b) Uji Glejser

Berikut adalah hasil uji heterokedastisitas glejser:

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Heterokedastisitas Glejser**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.378	2.118		.179	.859
	Personal Selling	-.092	.054	-.174	-1.701	.092
	Kualitas Pelayanan	.075	.039	.193	1.894	.061

a. Dependent Variable: Abs\_Res

Hasil uji glejser diatas diperoleh nilai sig variabel X1 sebesar 0,092 dan nilai sig variabel X2 sebesar 0,061 berdasarkan hasil tersebut nilai signifikan semua variabel dalam penelitian ini  $> 0,05$ . Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas.

### 3) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengunci apakah dalam model antara variabel pengganggu masing-masing variabel independen (bebas saling mempengaruhi). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi autokorelasi. Metode pengujiannya menggunakan uji *Durbin Watson* (DW). Adapun hasil pengujian pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Autokorelasi**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.660 <sup>a</sup>	.435	.423	2.10676	1.707

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Personal Selling

b. Dependent Variable: Kepuasan Anggota

**Sumber:** data diolah dari SPSS, tahun 2023

Tabel tersebut menunjukkan nilai DW  $> 1,707$ . Maka untuk mengetahui ada tidaknya autokorelasi, nilai DW tersebut akan dibandingkan dengan nilai DW tabel dan derajat kepercayaan yang digunakan 5%. Pada DW tabel dengan melihat jumlah sampel  $n=93$  dan jumlah variabel independen yang digunakan pada penelitian ini ( $k=2$ ) didapat nilai  $d_l$  dan  $d_u$  sebagai berikut:

**Tabel 4.10**  
**Hasil Keputusan Uji Autokorelasi**

DW	DI	Du	4-DI	4-Du	Keputusan
1,707	1,618	1,706	2,382	2,294	Tidak ada autokorelasi

**Sumber:** data primer diolah tahun 2023

Tabel tersebut menyatakan bahwa nilai DW sebesar 1,707 berada diantara nilai Du= 1,706 dan nilai 4-Du= 2,294 ( $Du < DW < 4-Du$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi autokorelasi.

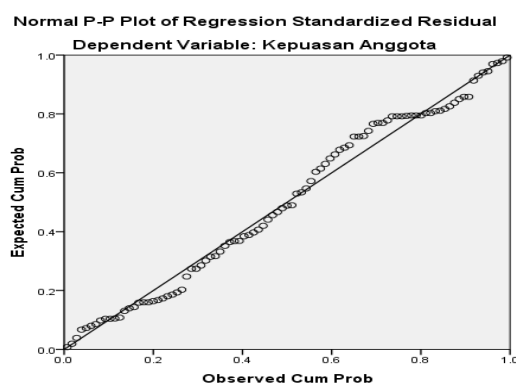
#### 4) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel bebas dan terikat yang keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas dalam penelitian ini dengan melihat penyebaran pada data melalui sebuah grafik normal probability plot dan one-sample kolmogorov-smirnov.

##### a) Normal Probability Plot

Berikut hasil uji normalitas dengan grafik normal probability plot:

**Gambar 4.7**  
**Hasil Normal Plot**



**Sumber:** data diolah dari SPSS, tahun 2023

Sesuai grafik diatas diperoleh (titik-titik) mengikuti arah garis diagonal.

Artinya grafik tersebut berdistribusi normal.

### b) One-Sample Kolmogorov-Smirnov

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		93
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.08373886
Most Extreme Differences	Absolute	.080
	Positive	.069
	Negative	-.080
Test Statistic		.080
Asymp. Sig. (2-tailed)		.175 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

**Sumber:** data diolah dari SPSS, tahun 2023

Berdasarkan hasil uji normalitas kolmogorov-smirnov diatas menunjukkan bahwa nilai-nilai signifikansi sebesar 0,175 dimana hasil tersebut lebih besar dari 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa uji tes penelitian ini adalah berdistribusi normal.

## B. Pembuktian Hipotesis

### 1. Analisis Regresi Linear Berganda

Uji analisis linear berganda digunakan untuk mengetahui berapa besar pola hubungan atau pengaruh positif atau negative antara variabel independen dengan variabel dependen. Berikut tabel hasil analisis regresi linear berganda:

**Tabel 4.12**  
**Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	26.406	4.034		6.545	.000
	Personal Selling	.829	.103	.639	8.062	.000
	Kualitas Pelayanan	.182	.075	.193	2.431	.017

a. Dependent Variable: Kepuasan Anggota  
**Sumber:** data diolah dari SPSS, tahun 2023

Hasil uji analisis regresi linear berganda pada tabel uji t diatas diperoleh koefisien variabel independen *personal selling* ( $X_1$ ) = 0,829, dan variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) = 0,182, serta konstanta ( $\alpha$ ) sebesar 26.406. Berdasarkan hasil pengujian dengan metode regresi linear berganda diatas, maka model persamaan regresi yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

$$Y = 26.406 + 0,829X_1 + 0,182X_2 + e$$

Dari hasil persamaan di atas dapat dijabarkan:

- a.  $\alpha = 26.406$  merupakan konstanta yang menunjukkan bahwa apabila variabel independen bernilai nol maka nilai variabel kepuasan anggota sebesar 26.406.
- b.  $\beta_1 = 0,829$  merupakan nilai koefisien variabel *personal selling* ( $X_1$ ). Nilai positif 0,829 menunjukkan bahwa jika terjadi peningkatan sebesar 1 satuan pada variabel *personal selling* ( $X_1$ ), maka kepuasan anggota produk tabungan mudharabah di BMT NU Jawa Timur Cabang Pragaan

akan meningkat sebesar 0,829 satuan dengan asumsi variabel-variabel lainnya dianggap tetap.

- c.  $\beta_2 = 0,182$  merupakan nilai koefisien variabel kualitas pelayanan (X2). Nilai positif 0,182 menunjukkan bahwa jika terjadi peningkatan sebesar 1 satuan pada variabel kualitas pelayanan (X2), maka kepuasan anggota produk tabungan mudharabah di BMT NU Jawa Timur Cabang Pragaan akan meningkat sebesar 0,182 satuan dengan asumsi variabel-variabel lainnya dianggap tetap.

Berdasarkan hasil uji regresi diatas menunjukkan bahwa faktor *personal selling* (0,829) merupakan faktor paling dominan mempengaruhi kepuasan anggota produk tabungan mudharabah di BMT NU Jawa Timur Cabang Pragaan.

## 2. Uji T (Parsial)

Uji t (parsial) digunakan untuk mengukur secara terpisah kontribusi yang ditimbulkan dari masing-masing variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (terikat) dengan  $\alpha = 0,05$  dengan pengambilan keputusan:

- a. Jika nilai sig  $< 0,05$  atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka terdapat pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel (Y).
- b. Jika nilai sig  $> 0,05$  atau  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka tidak terdapat pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y)



Berikut adalah hasil uji signifikansi secara parsial:

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Signifikansi Secara Parsial**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	26.406	4.034		6.545	.000
Personal Selling	.829	.103	.639	8.062	.000
Kualitas Pelayanan	.182	.075	.193	2.431	.017

a. Dependent Variable: Kepuasan Anggota

**Sumber:** data diolah dari SPSS, tahun 2023

Dari hasil uji t diatas menunjukkan  $t_{hitung}$  untuk variabel *personal selling* ( $X_1$ ) diperoleh hasil sebesar 8,062 (lebih besar dari  $t_{tabel} = 1,986$ ) dengan taraf sig. 0,000 (lebih kecil dari taraf sig. 0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_{a1}$  diterima dan  $H_0$  ditolak yang berarti terdapat pengaruh signifikan *personal selling* ( $X_1$ ) terhadap kepuasan anggota (Y). Sedangkan  $t_{hitung}$  untuk variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) diperoleh hasil sebesar 2,431 (lebih besar dari  $t_{tabel} = 1,986$ ) dengan taraf sig. 0,017 (lebih kecil dari taraf sig. 0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_{a2}$  diterima dan  $H_0$  ditolak yang berarti terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) terhadap kepuasan anggota (Y).

### 3. Uji F (Simultan)

Uji F (simultan) bertujuan untuk menguji apakah semua variabel independen yang terdiri dari *personal selling* ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) secara bersama-sama mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota (Y) dengan  $\alpha = 0,05$  dengan pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Jika nilai  $\text{sig} < 0,05$  atau  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$  maka terdapat pengaruh variabel independen (X) secara simultan terhadap variabel dependen (Y).
- b. Jika nilai  $\text{sig} > 0,05$  atau  $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$  maka tidak terdapat pengaruh variabel independen (X) secara simultan terhadap variabel dependen (Y).

Berikut adalah tabel hasil uji signifikansi secara simultan:

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Signifikansi Secara Simultan**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	307.786	2	153.893	34.673	.000 <sup>b</sup>
	Residual	399.461	90	4.438		
	Total	707.247	92			

a. Dependent Variable: Kepuasan Anggota

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Personal Selling

**Sumber:** data diolah dari SPSS, tahun 2023

Dari hasil uji F diatas diperoleh  $F_{\text{hitung}}$  sebesar 34,673 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 dan nilai  $F_{\text{tabel}}$  sebesar 3,10. Hal ini berarti bahwa nilai  $F_{\text{hitung}}$  (34,673) > nilai  $F_{\text{tabel}}$  (3,10) dan nilai sig. 0,000 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *personal selling* ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan anggota. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_{a3}$  diterima dan  $H_0$  ditolak yang berarti ada pengaruh signifikan antara *personal seling* dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota produk tabungan mudharabah di BMT NU Jawa Timur Cabang Pragaan.

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

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa jauh variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan melihat nilai *Adjusted R Square* sebagaimana tabel berikut ini:

**Tabel 4.15**  
**Hasil Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.660 <sup>a</sup>	.435	.423	2.10676

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Personal Selling

Sumber: data diolah dari SPSS, tahun 2023

Hasil analisis diatas menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,423 atau 42,3%. Hal ini sebesar 42,3% yang berarti bahwa variabel independen yaitu *personal selling* ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) mampu mempengaruhi variabel dependen yaitu kepuasan anggota ( $Y$ ) sebesar 42,3%. Sedangkan sisanya ( $100\% - 42,3\% = 57,7\%$ ) dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diperhitungkan dalam analisis penelitian ini.

#### C. Pembahasan

Pembahasan ini dilakukan untuk menganalisis hasil penelitian “Pengaruh *Personal Selling* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Produk Tabungan Mudharabah di BMT NU Jawa Timur Cabang Pragaan secara parsial dan simultan.

### **1. Pengaruh *Personal Selling* Terhadap Kepuasan Anggota Produk Tabungan Mudharabah di BMT NU Jawa Timur Cabang Pragaan.**

Hasil uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa besaran koefisien regresi variabel *personal selling* bertanda positif yang berarti *personal selling* berbanding lurus atau searah terhadap kepuasan anggota. Hasil uji T (parsial) menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  variabel *personal selling* ( $X_1$ ) sebesar 8,062 dengan taraf signifikansi sebesar 0,000 dan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,986. Hal ini menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  ( $8,062$ )  $>$   $t_{tabel}$  ( $1,986$ ) dan taraf sig ( $0,000$ )  $<$   $0,05$ . Maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_{a1}$  diterima dan  $H_0$  ditolak, artinya variabel *personal selling* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *personal selling* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota produk tabungan mudharabah di BMT NU Jawa Timur Cabang Pragaan.

Berdasarkan uraian penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa *personal selling* adalah strategi komunikasi yang cocok untuk membangun hubungan dengan anggota dan mendapatkan kepercayaan dari anggota. Hal-hal yang dapat dilakukan melalui strategi *personal selling* antara lain melakukan kunjungan rutin, membangun hubungan jangka Panjang dengan anggota dan memperhatikan detail kecil tentang anggota. Berdasarkan hasil observasi selama penelitian BMT NU Jawa Timur Cabang Pragaan memiliki keunggulan dalam memberikan perhatian khusus dengan melakukan kunjungan pribadi kepada anggotanya.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Hasil Observasi di BMT NU Jawa Timur Cabang Pragaan, 19 April 2023, 11.30 WIB.

Pengaruh positif dari penerapan strategi *personal selling* terhadap kepuasan anggota di BMT NU Jawa Timur Cabang Pragaan yaitu bisa juga dilihat dari hasil jawaban para responden yaitu 236 responden menjawab sangat setuju, 197 responden menjawab setuju, dan 32 responden menjawab kurang setuju, selebihnya untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju, tidak ada responden yang menjawabnya. Hal ini menunjukkan bahwa anggota BMT NU Jawa Timur Cabang Pragaan mayoritas sangat setuju dengan item-item pertanyaan pada variabel *personal selling* sudah dilaksanakan dengan baik oleh karyawan BMT NU Jawa Timur Cabang Pragaan. Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Zuliatin yang menyatakan bahwa *personal selling* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Studi Kasus pada BMT UGT Sidogiri KCP Kanigoro Blitar, dengan nilai  $t_{hitung} 3,858 > t_{tabel} 1,663$ .<sup>3</sup>

## **2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Produk Tabungan Mudharabah Di BMT NU Jawa Timur Cabang Pragaan.**

Uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa besaran koefisien regresi variabel kualitas pelayanan bertanda positif yang berarti kualitas pelayanan berbanding lurus atau searah terhadap kepuasan anggota. Hasil uji T (parsial) menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) sebesar 2,431 dengan taraf signifikansi sebesar 0,017 dan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,986. Hal ini menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung} (2,431) > t_{tabel} (1,986)$  dan taraf sig  $(0,017) < 0,05$ . Maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_{a2}$  diterima dan  $H_0$  ditolak,

---

<sup>3</sup> Zuliatin, "Pengaruh *Personal Selling*, *Direct Selling* dan Hubungan Masyarakat Terhadap Kepuasan Nasabah Studi Kasus Pada BMT UGT Sidogiri KCP Kanigoro Blitar", *Jurnal An-Nisbah*, 3, No. 1 (2016): 99.

artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota produk tabungan mudharabah di BMT NU Jawa Timur Cabang Pragaan.

Berdasarkan uraian diatas dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan yang diterapkan di BMT NU Jawa Timur Cabang Pragaan semakin baik, karena pengguna produk Tabungan Mudharabah tiap tahun mengalami peningkatan. Karena apabila anggota puas terhadap suatu produk tertentu, maka tidak menutup kemungkinan pada transaksi berikutnya anggota akan melakukan pembelian ulang. Hasil analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kehandalan, daya tanggap, jaminan, empathy dan bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota.

Pengaruh positif dari penerapan kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota di BMT NU Jawa Timur Cabang Pragaan yaitu bisa juga dilihat dari hasil jawaban para responden yaitu 552 responden menjawab sangat setuju, 349 responden menjawab setuju, dan 29 responden menjawab kurang setuju, selebihnya untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju, tidak ada responden yang menjawabnya. Hal ini menunjukkan bahwa anggota BMT NU Jawa Timur Cabang Pragaan mayoritas sangat setuju dengan item-item pertanyaan pada variabel kualitas pelayanan sudah dilaksanakan dengan baik oleh karyawan BMT NU Jawa Timur Cabang Pragaan.

Oleh karena itu, seorang dituntut untuk memberikan pelayanan yang prima kepada anggota, agar dapat memberikan pelayanan yang prima seorang harus mengenal karakteristik anggota dengan baik. Anggota memiliki bermacam-macam

tipe, penyebar, pendiam, dan hati-hati, masing-masing tipe ini kita harus dekati dengan metode yang berbeda pula. Sehingga untuk memberikan pelayanan terbaik, seorang harus memiliki sikap dan kepribadian yang baik, BMT NU Jawa Timur Cabang Pragaan harus memiliki sarana dan prasarana yang memadai, bertanggung jawab pada setiap anggota dan melayani secara cepat dan tepat, mampu berkomunikasi yang baik dengan anggota, berusaha memahami kebutuhan anggota dan mampu memberikan kepercayaan kepada anggota.

Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Halimatus Sa'diyah yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah koperasi "Sumber Makmur" berbasis syariah di Desa Sumberbening Kecamatan Bringin Kabupaten Ngawi, dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $6,856 > t_{tabel} 2,000$  dan nilai signifikansi  $0,000 > 0,05$ .<sup>4</sup>

### **3. Pengaruh *Personal Selling* Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Produk Tabungan Mudharabah Di BMT NU Jawa Timur Cabang Pragaan.**

Dari hasil uji F (simultan) menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 34,673 dengan taraf signifikansi sebesar 0,000 dan nilai  $F_{tabel}$  sebesar 3,10. Hal ini menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung} (34,673) > F_{tabel} (3,10)$  dan taraf sig  $(0,000) < 0,05$ . Maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_{a3}$  diterima dan  $H_0$  ditolak, artinya variabel *personal selling* dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap

---

<sup>4</sup> Halimatus Sa'diyah, "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Koperasi "SUMBER MAKMUR" Berbasis Syariah di Desa Sumberbening Kecamatan Bringin Kabupaten Ngawi", Skripsi: Muamalah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2018.

kepuasan anggota. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *personal selling* dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan anggota produk Tabungan Mudharabah di BMT NU Jawa Timur Cabang Pragaan. Adapun nilai koefisien determinasi sebesar 0,423 yang berarti bahwa variabel independen (*personal selling* dan kualitas pelayanan) mampu menjelaskan variabel dependen (kepuasan anggota) sebesar 42,3% sedangkan untuk sisanya 57,7% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diperhitungkan dalam analisis penelitian ini. variabel lain yang tidak diperhitungkan dalam analisis penelitian ini.