

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Sekilas Gambaran Umum Tentang Objek Penelitian

1. Sejarah Singkat BMT Subbulussalam Sleman

Koperasi Jasa Keuangan Syariah BMT Subbulussalam didirikan pada tahun 2005, dari inisiatif para pengurus yang ingin mendirikan koperasi serba usaha yang berbentuk BMT. Untuk lebih menguatkan pemberdayaan sektor riil dan dunia usaha mikro melalui lembaga keuangan. Pihak – pihak yang mencanangkan pendirian BMT ini adalah Paryanto,SP dan Nunik Zubaeni,SE (Tim manajemen), Azfa Mutiara Ahmad Pabulo,SE (Ketua), Eny Aprilianti (Sekertaris), dan Sarjiran/Wiyono Saputro (Bendahara) (Arsip profil BMT).

Pada awal perencanaanya, para pengurus bermaksud mendirikan KJKS BMT Subbulussalam guna menjembatani anggota yang memiliki kelebihan dana, untuk dapat disimpan di KJKS BMT Subbulussalam, kemudian menyalurkan kepada anggota yang membutuhkan modal untuk usaha. KJKS BMT Subbulussalam sebagai lembaga keuangan syariah merasa memiliki tanggung jawab, dengan keadaan ekonomi yang terjadi di masyarakat kecil (Arsip profil BMT).

Dengan diturunkanya Akte Pendirian Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) Subbulussalam, No. 21 tertanggal 31 maret 2005 dan SK MENEGKOP No.408/BH/MENEG.I/IV/2005, maka saat itu juga KJKS

BMT Subbulussalam mulai beroperasi. Dan dengan disusul keluarnya SK Pengesahan MENEGKOP/UKM/No.091/BH/XV.I/VI/2009. (Arsip profil BMT)

Seiring dengan berjalanya waktu KJKS BMT Subbulussalam mencoba mengembangkan sayapnya dengan membuka kantor cabang di Bantul, dalam usia ke-3 tahun kantor cabang KJKS BMT Subbulussalam bantul sudah beroperasi dengan baik, memberikan pelayanan yang terbaik bagi masyarakat sekitarnya baik dalam bentuk penyimpanan maupun penyaluran dana.

a. Pelaksanaan program KJKS BMT Subbulussalam

1) Bidang manajemen dan organisasi

- a) Menyelenggarakan rapat anggota, rapat pengurus, rapat tim manajemen dan rapat pengelola, kemudian rapat cabang dalam rangka konsolidasi dan koordinasi tugas kegiatan usaha.
- b) Menambah jumlah pengelola maupun calon pengelola.
- c) Mengikuti pelatihan maupun seminar yang mendukung program – program pengembangan koperasi dan pemberdayaan ekonomi umat.
- d) Meningkatkan pelayanan kepada anggota dan calon anggota dengan performa kantor yang lebih representatif, pelayanan lebih prima demi kemajuan koperasi.

- e) Merubah AD/ART yang mendukung operasional dan pengembangan usaha.
- f) Melakukan penataan dan peningkatan kinerja pengelola, agar dapat berkarya maksimal dengan memperbanyak pelatihan intern (outsourcing) maupun ekstern, dengan cara studi banding guna menghadapi tantangan segala bidang.
- g) Mulai merencanakan dan membuat plaining pembentukan cabang baru di wilayah Yogyakarta dan diluar Yogyakarta.
- h) Membekali pengelola maupun calon pengelola dengan ilmu agama, untuk mencegah penyelewengan – penyelewengan yang dapat terjadi baik secara *intern* maupun *ekstern*.

2) Bidang usaha dan keuangan

- a) Meningkatkan pelayanan dana melalui Simpanan anggota (simpanan pokok, simpanan wajib, dan simpanan penumpukan modal), simpanan umat, simpanan ukhwh pendidikan dan qurban serta simpanan berjangka. Saat ini baru 4 produk yang dikembangkan KJKS BMT subbulussalam dalam melakukan penggalangan dana masyarakat. (Brosur BMT Subulussalam).
- b) Memelihara likuiditas pada tingkat aman, KJKS BMT Subbulussalam selalu mencadangkan nilai aset tunai untuk mencukupi kebutuhan likuiditas sendiri, disamping itu juga ada program kerjasama dengan puskesmas Formes berupa call money, jika sewaktu – waktu KJKS BMT Subbulussalam butuh

dana tunai, maka puskopsyah fores akan dapat menyediakan dengan segera (Tabel kinerja keuangan BMT).

- c) Menyelesaikan seoptimal mungkin pembiayaan bermasalah sesuai dengan prosedur dan ketentuan syariah dengan cara melengkapi semua kebijakan dan perangkat yang diperlukam sampai tingkat penyelesaian juaminan. Secara garis besar pengurus juga selalu menyelesaikan pembiayaan bermasalah dengan melakukan pendekatan secara personal maupun kekeluargaan, sehingga akan diperoleh jalan kesepakatan untuk menyelesaikan pembiayaan yang belum terselesaikan (Tabel kinerja keuangan BMT).

3) Bidan sosial dan kesehatan umat

- a) Meningkatkan kualitas pengelola dana ZIS (Zakat, Infaq dan Shodaqoh) baik dalam penghimpunan maupun pemberdayaanya. Pada setahun terakhir ini dari dana ZIS yang terkumpul, KJKS BMT Subbulussalam telah mengadakan beberapa kegiatan sosial (Laporan pengelolaan dana ZIS).

4) Kerjasama pengembangan

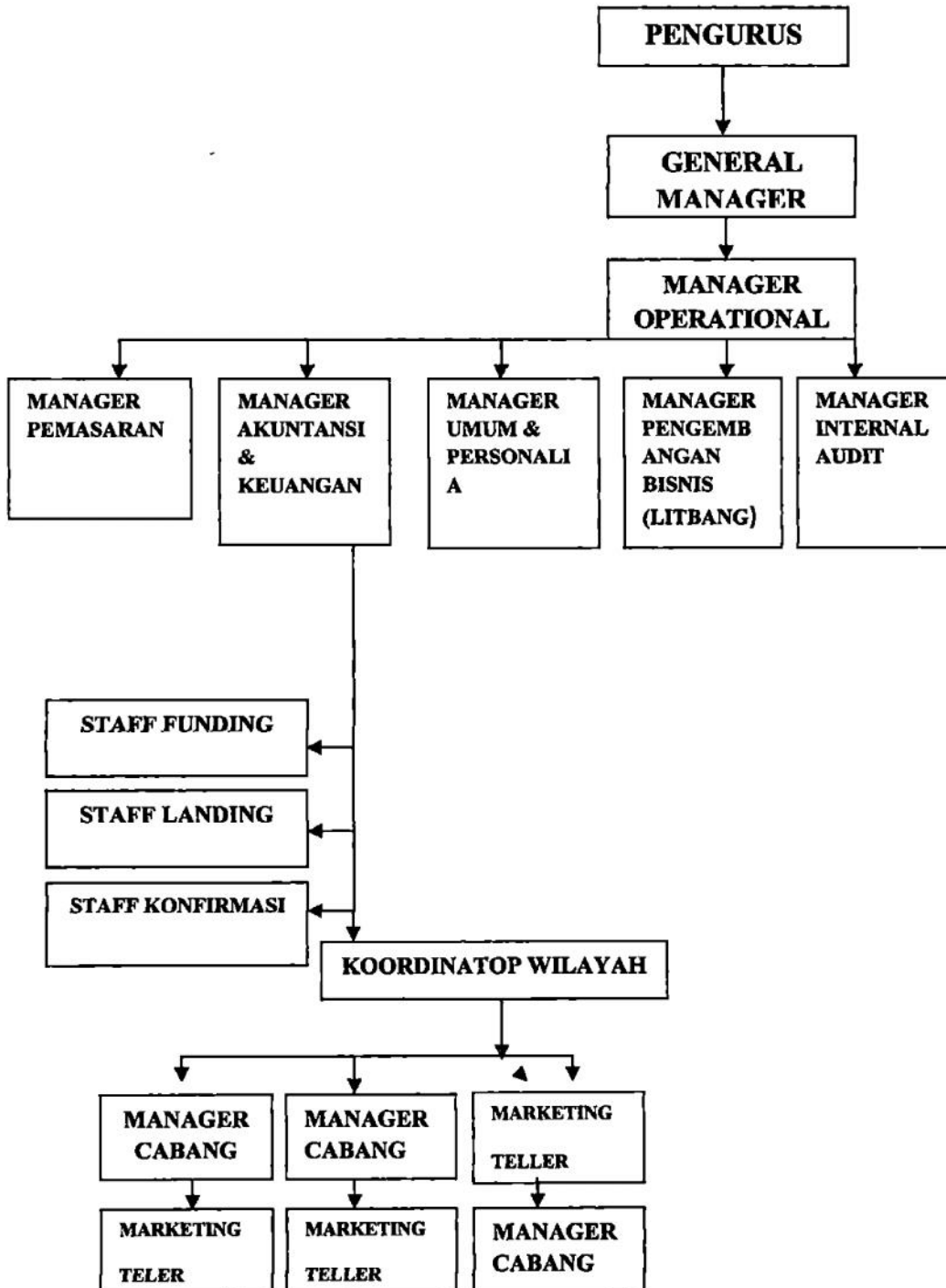
- a) Kerjasama dengan BMT Marhamah Wonosobo dalam hal asistensi manajemen maupun pengaplikasian IT.
- b) Kerjasama dengan Puskopsyah Formes sleman yogyakarta dalam hal pembinaan dan pengembangan kehidupan per-BMT-an.

- c) Kerjasama dengan BPRS formes sleman yogyakarta dalam hal pembiayaan kepada anggota.
- d) Kerjasama dengan BTN Syariah yogyakarta dalam hal pembiayaan kepada anggota.
- e) Kerjasama dengan Inskopsyah Jakarta dalam hal pembiayaan kepada anggota.
- f) Kerjasama dengan BPR Danagung Ramulti yogyakarta dalam hal pembiayaan kepada anggota.
- g) Kerjasama dengan PT Takaful dalam program asuransi kecelakaan untuk pengelola dan keluarga serta anggota.
- h) Kerjasama dengan anak pagi *Stiching* dan www.mobiljogja.com pada setiap kegiatan sosial yang dilakukan KJKS BMT subbulussalam sleman.
- i) Kerjasama dengan Bank Bukopin, Mandiri, BRI, BCA, dan Absindo Nusantara dalam pelayanan pembayaran listrik PLN secara online.
- j) Kerjasama dengan Puskopsyah DIY dalam ke-BMT-an.

b. Struktur Organisasi BMT Subbulussalam

Gambar.4.1.

Struktur Organisasi BMT Subbulussalam



Sumber : Arsip BMT Subulusalam

- 1) Pengawas Syariah : Drs. H Muhammad Yusuf, M.Ag
: H. Marsudi Widodo, B.Sc
- 2) Tim Manajemen : Paryanto, SP
: Nunik Zubaeni, SE
- 3) Pengurus terdiri dari
 - a) Ketua : Azfa Mutiara Ahmad Pabulo, SE
 - b) Sekretaris : Eny Aprilianti
 - c) Bendahara : Sarjiran/Wiyono Saputro
- 4) Pengelola terdiri dari
 - a) Manager Penjualan : Azfa Mutiara Ahmad Pabulo, SE
 - b) Manager Pemasaran : Paryanto, SP
 - c) Manager Keuangan : Nunik Zubaeni, SE
 - d) Staff Adm dan Pembukuan : Eka Yulianti, SE
: Ruliyanti Fadlik
 - e) Staff Pemasaran : Prastowo, S.Pt
: Istiandi
- 5) Devisi Maal : Yusy Duita Budiarti

Sumber : Arsip BMT Subulussalam

B. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah alat untuk mengukur relevansi tidaknya pengukuran dan pengamatan yang dilakukan dalam penelitian. Dalam penelitian ini uji

validitas dipergunakan untuk mengukur apakah kuesioner sebagai alat ukur yang digunakan sudah sesuai atau benar. Apabila hasil uji validitas indikator memiliki nilai koefisiensi korelasi antara skor item, dengan skor totalnya $> 0,3$ maka pernyataan dianggap valid dan dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya. Sebagaimana dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.1.
Uji Validitas Instrumen

No.	Indikator	Sub Indikator	Corrected item- total correlation	Keterangan
1.	Ditengah Pemukiman dan Terjangkau	Item 1	0,445	Valid
		Item 2	0,673	Valid
		Item 3	0,634	Valid
2.	Dekat Pasar	Item 1	0,528	Valid
3.	Mudah Transportasinya	Item 1	0,728	Valid
4.	Strategis	Item 1	0,585	Valid
5.	Dekat Pos Keamanan	Item 1	0,675	Valid
6.	Kelengkapan Informasi	Item 1	0,398	Valid
7.	Jumlah Media yang digunakan	Item 1	0,603	Valid
8.	Daya tarik Produk	Item 1	0,836	Valid
9.	<i>Personal Selling</i> Dilakukan Dengan Baik	Item 1	0,776	Valid
10.	Bukti Fisik	Item 1	0,708	Valid
		Item 2	0,497	Valid
		Item 3	0,452	Valid
		Item 4	0,446	Valid
		Item 5	0,502	Valid
		Item 6	0,544	Valid
11.	Kehandalan	Item 1	0,445	Valid
		Item 2	0,544	Valid
		Item 3	0,416	Valid
		Item 4	0,569	Valid
		Item 5	0,538	Valid
		Item 6	0,509	Valid
12.	Daya Tanggap	Item 1	0,351	Valid

		Item 2	0,513	Valid
		Item 3	0,536	Valid
		Item 4	0,59	Valid
		Item 5	0,481	Valid
13.	Jaminan	Item 1	0,569	Valid
		Item 2	0,422	Valid
		Item 3	0,449	Valid
		Item 4	0,417	Valid
		Item 5	0,442	Valid
14.	Empati	Item 1	0,367	Valid
		Item 2	0,444	Valid
		Item 3	0,446	Valid
		Item 4	0,421	Valid
		Item 5	0,593	Valid
15.	Pencarian Informasi	Item 1	0,771	Valid
16.	Kemauan Untuk Menabung	Item 1	0,675	Valid
17.	Kunjungan ke BMT	Item 1	0,835	Valid
18.	Kepercayaan	Item 1	0,664	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

Pada tabel 4.1 di atas, dapat dilihat bahwa indikator memiliki nilai koefisiensi korelasi antara skor item dengan skor totalnya $> 0,3$ maka pada kuisioner tahap selanjutnya digunakan sebanyak 42 butir pertanyaan.

2. Uji Reliabilitas

Sedangkan untuk tingkat reliabilitas ini dapat dilihat pada nilai (*cronbach's alpha*). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0.60 . Sebagaimana dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel.4.2
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha
Lokasi(X1)	0,726
Promosi (X2)	0,714
Kualitas Layanan (X3)	0,865
Minat Menabung (Y)	0,712

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

Berdasarkan tabel 4.2. bahwa variabel lokasi, promosi, kualitas layanan dan minat menabung dikatakan reliabel, sebab nilai *Cronbach Alpha* > 0.60.

C. Analisis Deskriptif

1. Karakteristik Responden

a. Jenis Kelamin

Pengumpulan data melalui kuesioner berdasarkan jenis kelamin 100 responden, diperoleh hasil seperti tabel berikut:

Tabel.4.3.
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Pria	24	24%
Wanita	76	76%
Total	100	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer

Berdasarkan tabel 4.3. dapat diketahui bahwa proporsi responden yang mengisi kuesioner, dari 100 responden ternyata sebanyak 24

responden atau 24 % adalah berjenis kelamin pria, sedangkan sisanya itu sebanyak 76 responden atau 76% adalah berjenis kelamin wanita.

b. Usia

Pengumpulan data melalui kuesioner berdasarkan status pada 100 responden, diperoleh hasil seperti tabel berikut:

Tabel.4.4
Usia Responden

Usia	Frekuensi	Persentase
17-25 th	7	7%
26-40 th	48	48%
41- 55 th	32	32%
>55 th	3	3%
Total	100	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

Berdasarkan tabel 4.4. dapat diketahui bahwa proporsi responden yang mengisi kuisisioner, dari 100 responden ternyata sebanyak 7 responden atau 7% adalah responden berusia 17-25 tahun, dan sebanyak 48 responden 48% adalah reponden berusia 26-40 tahun. Sebanyak 32 responden atau 32% adalah berusia 41-55 tahun, dan 3 responden atau 3% berusia lebih dari 55 tahun.

c. Pendidikan Terakhir

Pengumpulan data melalui kuesioner berdasarkan pendidikan terakhir pada 100 responden, diperoleh hasil seperti tabel berikut:

Tabel.4.5.
Pendidikan Responden

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase
SD	2	2%
SMP	6	6%
SMA	79	79%
Diploma	8	8%
S1	11	11%
S2	4	4%
Total	100	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

Berdasarkan tabel 4.5. dapat diketahui bahwa proporsi responden yang mengisi kuesioner, dari 100 responden ternyata sebanyak 2 responden atau 2% adalah responden yang menempuh pendidikan terakhir di SD dan sederajat, sebanyak 6 atau 6% responden adalah responden yang menempuh pendidikan terakhir di SMP dan Sederajat, dan sebanyak 79 responden atau 79% adalah responden yang menempuh pendidikan terakhir di SMA dan sederajat. Sedangkan sisanya, sebanyak 11 responden atau 11 % adalah responden yang menempuh pendidikan terakhir dengan gelar sarjana, kemudian 4 responden atau 4% adalah responden yang menempuh pendidikan terakhirnya dengan gelar S2, serta sebanyak 8 responden atau 8%

adalah responden yang menempuh pendidikan terakhir dengan gelar Diploma

d. Pekerjaan

Tabel.4.6.
Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Pelajar/mahasiswa	2	2%
Pegawai Swasta	13	13%
Wiraswasta	62	62%
Pegawai Negeri	10	10%
BUMN	3	3%
Petani	10	10%
Total	100	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

Berdasarkan tabel 4.6. dapat diketahui bahwa proporsi yang mengisi kuesioner, dari 100 responden ternyata sebanyak 2 responden atau 2% responden adalah seorang pelajar atau mahasiswa, sebanyak 13 responden atau 13% responden adalah seorang pegawai swasta, dan sebanyak 62 responden atau 62% responden adalah seorang wiraswasta. Sedangkan sisanya yaitu sebanyak 10 responden atau 10% responden adalah seorang pegawai negeri dan 3 responden atau 3% bekerja di bumh, serta 10 responden atau 10% memiliki pekerjaan sebagai petani.

e. Pendapatan Per Bulan

Pengumpulan data melalui kuesioner berdasarkan pengeluaran per bulan pada 100 responden, diperoleh hasil seperti tabel berikut:

Tabel.4.7.

Pendapatan Perbulan Responden

Pendapatan Perbulan	Frekuensi	Persetase
<Rp. 1.000.000	4	4%
1.000.000 - 5.000.000	84	84%
>5.000.000-10.000.000	10	10%
>10.000.000	2	2%
Total	100	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

Berdasarkan tabel 4.7. dapat diketahui bahwa proporsi responden yang mengisi kuesioner, dari 100 responden ternyata sebanyak 4 responden atau 4% adalah responden dengan pendapatan Rp <1.000.000, sebanyak 84 responden atau 84% adalah responden dengan pendapatan Rp 1.000.000 – Rp 5.000.000, dan sebanyak 10 responden atau 10% adalah responden dengan pendapatan Rp >5.000.000 – Rp 10.000.000. Sedangkan sisanya, yaitu sebanyak 2 responden atau 2% adalah responden dengan pendapatan Rp >10.000.000.

2. Tanggapan Responden Terhadap Variabel dan Indikator Penelitian

Tanggapan responden dari beberapa indikator variabel yang diajukan dalam bentuk pertanyaan kuesioner.

a) Tanggapan responden mengenai faktor lokasi

Tabel.4.8.

Ditengah pemukiman dan terjangkau.

Sub Indikator ditengah pemukiman dan terjangkau	Jawaban	Frekuensi	Persentase Nilai Rata-rata (skor 1-5)	Kriteria
1. Gedung BMT Subulussalam berada di pemukiman penduduk	Sangat tidak setuju Tidak setuju Netral Setuju Sangat Setuju	1 0 7 69 23	3,92	Baik
2. BMT Subulussalam berada di lokasi yang terjangkau dengan rumah saya	Sangat tidak setuju Tidak setuju Netral Setuju Sangat Setuju	5 9 5 50 31	3,93	Baik
3. BMT Subulussalam berada di lokasi yang terjangkau dengan tempat saya bekerja	Sangat tidak setuju Tidak setuju Netral Setuju Sangat Setuju	10 5 3 48 34	3,91	Baik

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

Tabel.4.9.
Dekat Pasar

Sub Indikator Dekat Pasar	Jawaban	Frekuensi	Persentase Nilai Rata- rata (skor 1-5)	Kriteria
1. BMT Subulussalam berada di dekat pasar tradisional	Sangat tidak setuju	1	4,11	Baik
	Tidak setuju	10		
	Netral	5		
	Setuju	45		
	Sangat Setuju	39		
2. BMT Subulusalam berada di dekat swalayan atau mall	Sangat tidak setuju	14	3,45	Baik
	Tidak setuju	17		
	Netral	6		
	Setuju	36		
	Sangat Setuju	27		

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

Tabel.4.10
Mudah Transportasinya

Sub Indikator Mudah Transportasinya	Jawaban	Frekuensi	Persentase Nilai Rata- rata (skor 1-5)	Kriteria
1. BMT Subulussalam berada di lokasi yang mudah dijangkau sarana transportasi umum	Sangat tidak setuju	6	3,70	Baik
	Tidak setuju	16		
	Netral	9		
	Setuju	40		
	Sangat Setuju	29		

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

Tabel.4.11.**Strategis**

Sub Indikator Strategis	Jawaban	Frekuensi	Persentase Nilai Rata- rata (skor 1-5)	Kriteria
1. BMT Subulussalam berada dipusat kota	Sangat tidak setuju	7	3,43	Baik
	Tidak setuju	25		
	Netral	8		
	Setuju	38		
	Sangat Setuju	22		

*Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer***Tabel.4.12.****Dekat Pos Keamanan**

Sub Indikator Dekat Pos Keamanan	Jawaban	Frekuensi	Persentase Nilai Rata- rata (skor 1-5)	Kriteria
1. BMT Subulussalam berada di dekat POS polisi	Sangat tidak setuju	5	3,59	Baik
	Tidak setuju	19		
	Netral	10		
	Setuju	44		
	Sangat Setuju	22		

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

b) Tanggapan Responden Mengenai faktor promosi

Tabel.4.13.

Kelengkapan Informasi

Sub Indikator Kelengkapan Informasi	Jawaban	Frekuensi	Persentase Nilai Rata-rata (skor 1-5)	Kriteria
1. Karyawan BMT Subulussalam memberikan informasi tentang produk secara lengkap dan menyediakan brosur yang memudahkan nasabah dalam mencari informasi	Sangat tidak setuju	1	3,99	Baik
	Tidak setuju	5		
	Netral	9		
	Setuju	64		
	Sangat Setuju	21		

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

Tabel.4.14.

Jumlah Media yang digunakan

Sub Indikator Jumlah Media yang digunakan	Jawaban	Frekuensi	Persentase Nilai Rata-rata (skor 1-5)	Kriteria
1. BMT Subulussalam memasang promosi di beberapa media	Sangat tidak setuju	7	3,61	Baik
	Tidak setuju	18		
	Netral	8		
	Setuju	41		
	Sangat Setuju	26		

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

Tabel.4.15.
Daya Tarik Produk

Sub Indikator Daya Tarik Produk	Jawaban	Frekuensi	Persentase Nilai Rata-rata (skor 1-5)	Kriteria
1. BMT Subulussalam memberikan hadiah atau cinderamata kepada nasabah	Sangat tidak setuju	5	3,91	Baik
	Tidak setuju	10		
	Netral	8		
	Setuju	43		
	Sangat Setuju	34		

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

Tabel.4.16.
Personal Selling dilakukan dengan baik

Sub Indikator Personal Selling dilakukan dengan baik	Jawaban	Frekuensi	Persentase Nilai Rata-rata (skor 1-5)	Kriteria
1. Karyawan BMT Subulussalam mendekati, mempresentasikan, mendemonstrasikan, mengatasi penolakan, serta mengajak anggota untuk menabung	Sangat tidak setuju	2	4,17	Baik
	setuju	4		
	Tidak setuju	8		
	Netral	47		
	Setuju	39		
Sangat Setuju				

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

c) Tanggapan responden mengenai faktor kualitas layanan

Tabel.4.17.

Bukti Fisik

Sub Indikator Bukti Fisik	Jawaban	Frekuensi	Persentase Nilai Rata- rata (skor 1-5)	Kriteria
1. Ruang tunggu yang nyaman dan bersih di BMT Subulussalam	Sangat tidak setuju Tidak setuju Netral Setuju Sangat Setuju	1 2 9 52 36	4,20	Sangat Baik
2. Tempat parkir yang mudah di BMT Subulussalam	Sangat tidak setuju Tidak setuju Netral Setuju Sangat Setuju	1 1 2 57 39	4,32	Sangat Baik
3. Karyawan di BMT Subulussalam Berpakaian rapi dan muslimah	Sangat tidak setuju Tidak setuju Netral Setuju Sangat Setuju	1 4 9 50 36	4,16	Baik
4. Karyawan di BMT subulussalam mengenakan tanda pengenal	Sangat tidak setuju Tidak setuju Netral Setuju Sangat Setuju	3 26 9 35 27	3,57	Baik
5. Materi-materi berkaitan dengan jasa yang berdaya tarik visual pada ruangan kantor di BMT Subulussalam	Sangat tidak setuju Tidak setuju Netral Setuju Sangat Setuju	2 19 7 47 25	3,74	Baik
6. Adanya media hiburan di ruang tunggu pada BMT Subulussalam	Sangat tidak setuju Tidak setuju Netral Setuju Sangat Setuju	2 18 2 51 27	3,83	Baik

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

Tabel.4.18.

Kehandalan

Sub Indikator Kehandalan	Jawaban	Frekuensi	Persentase Nilai Rata-rata (skor 1-5)	Kriteria
1. Para karyawan di BMT Subulussalam bersifat jujur	Sangat tidak setuju Tidak setuju Netral Setuju Sangat Setuju	1 11 2 54 32	4,05	Baik
2. Karyawan di BMT Subulussalam memberikan kemudahan dalam pelayanan	Sangat tidak setuju Tidak setuju Netral Setuju Sangat Setuju	2 10 2 43 43	4,15	Baik
3. Pelayanan karyawan di BMT Subulussalam sesuai prosedur	Sangat tidak setuju Tidak setuju Netral Setuju Sangat Setuju	3 10 6 44 37	4,02	Baik
4. Karyawan di BMT Subulussalam memahami yang dibutuhkan anggota	Sangat tidak setuju Tidak setuju Netral Setuju Sangat Setuju	3 17 2 41 37	3,92	Baik
5. Sifat percaya diri karyawan di BMT Subulussalam dalam pelayanan	Sangat tidak setuju Tidak setuju Netral Setuju Sangat Setuju	5 10 4 44 37	3,98	Baik
6. Penyimpanan dokumen di BMT Subulussalam tanpa kesalahan	Sangat tidak setuju Tidak setuju Netral Setuju Sangat Setuju	3 17 11 43 26	3,72	Baik

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

Tabel.4.19.

Daya Tanggap

Sub Indikator Daya Tanggap	Jawaban	Frekuensi	Persentase Nilai Rata-rata (skor 1-5)	Kriteria
1. Karyawan di BMT Subulussalam cepat dan tepat dalam melayani anggota	Sangat tidak setuju	3	3,73	Baik
	setuju	18		
	Tidak setuju	5		
	Netral	51		
	Setuju	23		
2. Karyawan di BMT Subulussalam jelas dalam memberikan informasi	Sangat tidak setuju	1	3,89	Baik
	setuju	17		
	Tidak setuju	6		
	Netral	44		
	Setuju	32		
3. Karyawan di BMT Subulussalam memberikan solusi dengan tepat dan cermat	Sangat tidak setuju	5	3,68	Baik
	setuju	23		
	Tidak setuju	3		
	Netral	37		
	Setuju	32		
4. Karyawan di BMT Subulussalam tidak meremehkan anggota	Sangat tidak setuju	5	3,94	Baik
	setuju	12		
	Tidak setuju	4		
	Netral	42		
	Setuju	37		
5. Layanan yang cepat bagi anggota	Sangat tidak setuju	4	3,78	Baik
	setuju	18		
	Tidak setuju	7		
	Netral	38		
	Setuju	33		
	Sangat Setuju			

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

Tabel.4.20.

Jaminan

Sub Indikator Jaminan	Jawaban	Frekuensi	Persentase Nilai Rata-rata (skor 1-5)	Kriteria
1. Karyawan di BMT Subulussalam bertanggung jawab dan dapat dipercaya	Sangat tidak setuju Tidak setuju Netral Setuju Sangat Setuju	4 10 5 47 34	3,97	Baik
2. Karyawan di BMT Subulussalam selalu menepati janji	Sangat tidak setuju Tidak setuju Netral Setuju Sangat Setuju	2 8 8 56 26	3,96	Baik
3. Kemampuan dan kecakapan karyawan di BMT Subulussalam	Sangat tidak setuju Tidak setuju Netral Setuju Sangat Setuju	0 6 8 49 37	4,17	Baik
4. Karyawan di BMT Subulussam bertanggung jawab terhadap kerahasiaan data nasabah	Sangat tidak setuju Tidak setuju Netral Setuju Sangat Setuju	1 7 8 45 38	4,47	Sangat Baik
5. Karyawan di BMT Subulussalam sopan dan menghargai anggota	Sangat tidak setuju Tidak setuju Netral Setuju Sangat Setuju	3 5 8 42 42	4,15	Baik

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

Tabel.4.21.

Empati

Sub Empati	Indikator	Jawaban	Frekuensi	Persentase Nilai Rata-rata (skor 1-5)	Kriteria
1.	Pemahaman karyawan di BMT Subulussalam memenuhi kebutuhan nasabah	Sangat tidak setuju Tidak setuju Netral Setuju Sangat Setuju	1 12 6 41 40	4,07	Baik
2.	Karyawan di BMT Subulussalam mendengarkan keluhan nasabah dengan senang hati dan antusias	Sangat tidak setuju Tidak setuju Netral Setuju Sangat Setuju	6 15 10 39 30	3,72	Baik
3.	Karyawan di BMT Subulussalam Membina hubungan baik dengan nasabah	Sangat tidak setuju Tidak setuju Netral Setuju Sangat Setuju	4 7 4 42 43	4,13	Baik
4.	Karyawan BMT Subulussalam melayani tanpa membedakan status anggota dan lain-lain	Sangat tidak setuju Tidak setuju Netral Setuju Sangat Setuju	2 5 4 51 38	4,18	Baik

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

d) Tanggapa responden mengenai faktor minat menabung

Tabel.4.22.

Pencarian Informasi

Sub Indikator Pencarian Informasi	Jawaban	Frekuensi	Persentase Nilai Rata- rata (skor 1-5)	Kriteria
1. Sebelum saya menabung di BMT Subulussalam saya mencari informasi yang lengkap tentang BMT Subulussalam	Sangat tidak setuju	6	3,83	Baik
	setuju	16		
	Tidak setuju	3		
	Netral	45		
	Setuju Sangat Setuju	30		

Sumber : Hasil Pengolahan Data Prime

Tabel.4.23.

Kemauan Untuk Menabung

Sub Indikator	Jawaban	Frekuensi	Persentase Nilai Rata- rata (skor 1-5)	Kriteria
1. Saya mempersiapkan syarat-syarat untuk menabung di BMT Subulussalam	Sangat tidak setuju	3	3,87	Baik
	setuju	2		
	Tidak setuju	7		
	Netral	53		
	Setuju Sangat Setuju	29		

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

Tabel. 4.24.
Kunjungan ke BMT

Sub Indikator Kunjungan ke BMT	Jawaban	Frekuensi	Persentase Nilai Rata-rata (skor 1-5)	Kriteria
1. Sebelum saya menabung, saya berkunjung ke Bmt Subulussalam untuk melihat lokasinya	Sangat tidak setuju	17	3,92	Baik
	setuju	15		
	Tidak setuju	1		
	Netral	38		
	Setuju	29		
Sangat Setuju				

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

Tabel.4.25.
Kepercayaan

Sub Indikator Kepercayaan	Jawaban	Frekuensi	Persentase Nilai Rata-rata (skor 1-5)	Kriteria
1. Saya akan merasa aman jika menyimpan uang di BMT Subulussalam	Sangat tidak setuju	0	4,16	Baik
	setuju	5		
	Tidak setuju	12		
	Netral	45		
	Setuju	38		
Sangat Setuju				

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

Tabel 4.26

Interpretasi Nilai Rata-rata Tanggapan Responden

Nilai	Keterangan
1,00 -1,79	Sangat Tidak Baik
1,80 – 2,59	Tidak Baik
2,60 – 3,39	Cukup
3,40 – 4,19	Baik
4,20 – 5,00	Sangat Baik

Berdasarkan tabel tanggapan responden diatas maka dapat disimpulkan :

1. Dari tabel diatas untuk variabel lokasi dengan indikator didekat pasar dan sub indikatornya adalah BMT Subulussalam Sleman berada di dekat pasar tradisional memiliki nilai rata-rata sebesar 4,11 (Baik), dan nilai terendah adalah 3,33(Baik), dengan indikator lokasi strategis, dan sub indikatornya BMT Subulussalam berada di dekat kota.
2. Dari tabel diatas untuk variabel promosi dengan indikator *Personal selling*, dilakukan dengan baik dan sub indikatornya adalah Karyawan BMT Subulussalam mendekati, mempresentasikan, mendemonstrasikan, mengatasi penolakan, serta mengajak anggota untuk menabung memiliki nilai rata-rata sebesar 4,17 (Baik), dan nilai terendah adalah 3,61 (Baik), dengan indikator jumlah media yang digunakan dan sub indikatornya BMT Subulussalam memasang promosi di beberapa media.

3. Dari tabel diatas untuk variabel kualitas layanan dengan indikator jaminan dan sub indikatornya adalah BMT Subulussalam Sleman bertanggung jawab terhadap kerahasiaan data nasabah memiliki nilai rata-rata sebesar 4,47(sangat baik), dan nilai terendah adalah 3,57 (Baik), dengan indikator bukti fisik, dan sub indikatornya Karyawan di BMT subulussalam mengenakan tanda pengenal.
4. Dari tabel diatas untuk variabel minat menabung dengan indikator kepercayaan dan sub indikatornya adalah Saya akan merasa aman jika menyimpan uang di BMT Subulussalam memiliki nilai rata-rata sebesar 4,16 (Baik), dan nilai terendah adalah 3,83 (Baik), dengan indikator pencarian informasi, dan sub indikatornya Sebelum saya menabung di BMT Subulussalam saya mencari informasi yang lengkap tentang BMT Subulussalam.

D. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas diperlukan untuk memperoleh korelasi yang sebenarnya, yang murni, yang tidak dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang mungkin saja berpengaruh. Istilah dikontrol menunjukkan pada pengertian ditiadakan pengaruhnya terhadap variabel-variabel yang dikorelasikan.

Tabel.4.27.
Nilai Tolerance dan VIF

Variabel	Tolerance	VIF
Lokasi	0,678	1,476
Promosi	0,668	1,497
Kualitas Layanan	0,538	1,864

Sumber : Hasil output regresi

Berdasarkan tabel 4.26 dari hasil uji *Variance Inflation Factor* (VIF) pada hasil output SPSS tabel *coefficients*, masing-masing varia independen memiliki $VIF < 10$ dan nilai *Tolerance* $> 0,1$. Maka dapat dinyatakan model regresi linier berganda tidak terdapat *multikolinieritas* antara variabel dependen dengan variabel independen yang lain sehingga dapat digunakan dalam penelitian.

2. Uji Heteroskedastisitas

Dalam penelitian ini, alat yang digunakan untuk pengujian heteroskedastisitas dengan menggunakan metode glejser, dilakukan dengan meregresikan semua variabel bebas terhadap nilai absolute residualnya. Jika nilai probabilitas lebih besar dari nilai alpha ($sig > \alpha$), maka dapat dipastikan model tidak mengandung gejala heteroskedastisitas.

Tabel.4.28.
Hasil Signifikan Variabel

Variabel	Signifikan
Lokasi	0,271
Promosi	0,788
Kualitas Layanan	0,085

Sumber : Hasil output regresi

Berdasarkan hasil tabel 4.27 dari ketiga variabel independent (lokasi, promosi dan kualitas layanan) diperoleh hasil nilai Sig. $> 5\%$.

Karena nilai Sig. > 5% maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas dan hasil uji dapat dilanjutkan.

3. Uji Normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov

Uji normalitas data dengan menggunakan pengolahan SPSS 16.00 sebagai berikut :

- a. Hasil uji normalitas variabel lokasi (X1) secara parsial

Tabel.4.29.

Nilai Kolmogorov-Smirnov dan signifikansi

Nilai Kolmogorov-Smirnov	Signifikansi
0,685	0,735

Sumber : Hasil output regresi

Hasil pengujian menunjukkan bahwa tingkat signifikansi residual sebesar 0,735 yang lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa model penelitian memiliki distribusi data normal.

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya.

Tabel.4.30.
Hasil Uji Autokorelasi

Nilai <i>dL</i>	Nilai <i>dU</i>	Nilai <i>dW</i>	Nilai 4- <i>dU</i>	Nilai 4- <i>dL</i>
0,790	1,990	2,113	2,01	3,21

Sumber : Hasil output regresi

Dari Tabel 4.10 dapat diketahui bahwa nilai *dW* (2,065) lebih besar dari nilai *dL* (0,790), dan nilai *dU* (1,990), namun nilai *dW* (2,065) lebih besar dari nilai 4-*dU* (2,01) dan lebih kecil dari nilai 4-*dL* (3,21). Sehingga dari hasil di atas, nilai *dW* berada di daerah keragu-raguan (daerah tanpa keputusan) atau dianggap tidak ada autokorelasi dalam penelitian ini.

E. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Pengujian persyaratan analisis dan asumsi klasik dasar regresi yang telah dilaksanakan sebelumnya memberikan hasil bahwa variabel-variabel yang terlibat didalamnya memenuhi kualifikasi persyaratan dan asumsi klasik tersebut, penelitian dilanjutkan dengan melakukan pengujian signifikan model dan interpretasi model regresi.

Persamaan Regresi Linier Berganda

Tabel.4.31.
Estimasi Regresi Linear Berganda

Variabel	Koef. Regresi	t_{hitung}	Sig	Keterangan
Lokasi	0,270	2,831	0,006	Signifikan
Promosi	0,234	2,433	0,017	Signifikan
Kualitas Layanan	0,274	2,557	0,012	Signifikan

Sumber : Hasil output regresi

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda pada tabel 4.30. diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 0,270 X1 + 0,234 X2 + 0,274 X3$$

Dari persamaan regresi berganda tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan adalah variabel yang paling mempengaruhi secara signifikan yaitu sebesar 0,274.

F. Uji Hipotesis

1. Uji t

Untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial (individual) terhadap variabel dependen adalah sebagai berikut:

a. Menguji signifikansi variabel lokasi(X1)

Terlihat bahwa t_{hitung} koefisien lokasi adalah 2,831, Sedang t_{tabel} bisa dihitung pada tabel t-test, dengan $\alpha = 0,05$ dan $df = 96$ didapat t_{tabel} adalah 1,984. Variabel promosi memiliki $p-value$ $0,006 < 0.05$ artinya signifikan, maka H_a diterima dan H_o ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien lokasi parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menabung.

b. Menguji signifikansi variabel promosi (X2)

Terlihat bahwa t hitung koefisien promosi adalah 2,433. Sedang t_{tabel} bisa dihitung pada tabel t-test, dengan $\alpha = 0.005$, dan $df = 96$. Didapat t_{tabel} adalah 1,984984. Variabel reputasi memiliki $p-value$ $0.017 < 0.05$

artinya signifikan, maka H_a diterima dan H_o ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menabung.

c. Menguji signifikansi variabel kualitas layanan (X_3)

Terlihat bahwa t_{hitung} koefisien lokasi strategis adalah 2,557. Sedangkan t_{tabel} bisa dihitung pada tabel t-test, dengan $\alpha = 0.05$, dan $df = 96$. Didapat t_{tabel} adalah 1,984984. Variabel lokasi strategis memiliki p -value $0.008 < 0.05$ artinya signifikan, maka H_a diterima dan H_o ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien kualitas layanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menabung.

2. Uji F

Tabel.4.32
ANOVA^b

Model	Sum of squares	Df	Mean square	F	Signifikan
Regresi	440,0	3	146.680	22.046	0,000 ^a
Residual	638,710	96	6.653		
Total	1078,750	99			

Sumber : Hasil output regresi

Pada tabel 4.31. dalam model ANOVA dapat diperoleh F_{hitung} sebesar 146,680. Maka dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel independen yaitu lokasi, promosi dan kualitas layanan dengan sangat signifikan memberikan kontribusi yang besar terhadap variabel keputusan minat menabung.

G. Uji Koefisiensi Determinasi (R_2)

Dari hasil pengujian koefisien determinasi yang telah dilakukan terhadap data yang ada, maka diperoleh data sebagai berikut:

Tabel.4.33.
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Standar Error
1	0,639^a	0,408	0,389	2,57939

Sumber : Hasil output regresi

Dalam tabel 4.32 (*model summary*) ini menunjukkan bahwa nilai R Square adalah 0,408 atau 40,8%. Hal ini berarti bahwa variabel-variabel independen yaitu lokasi, promosi, dan kualitas layanan mampu menjelaskan variabel dependen yaitu minat menabung sebesar 40,8% dan selebihnya 59,2% (100%-40,8%) ditentukan atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam analisa atau penelitian regresi ini. Karena R Square berkisar pada angka 0 sampai 1, dengan catatan semakin besar angka R Square maka semakin kuat variabelnya. Seperti diketahui 40,8% minat menabung dapat dijelaskan oleh variabel lokasi, promosi, dan kualitas layanan, artinya 59,2% dipengaruhi oleh variabel lain seperti reputasi dan bagi hasil yang tidak dalam cakupan penelitian ini.

H. Interpretasi

Hasil penelitian menunjukkan pengujian hipotesis, maka dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi secara parsial berpengaruh signifikan

terhadap minat menabung. Lokasi secara parsial mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap minat menabung, dengan uji regresi berganda pengaruh koefisien regresi sebesar 0,270 terhadap minat menabung, lokasi merupakan bahan pertimbangan penting bagi BMT, lokasi yang strategis adalah salah satu faktor untuk memaksimalkan laba (Swastha, 109:2003), dalam hal ini BMT harus bisa menerapkan strategi pemasaran melalui lokasi yang tepat.

Hal tersebut tidak hanya menyangkut berbagai lembaga *intern* maupun *ekstern* untuk mendekatkan produk tabungan kepada anggota, tetapi yang lebih esensial adalah bagaimana anggota mendapat respon atau mempengaruhi minat anggota untuk dapat menggunakan produk tabungan secara mudah. Dalam hal ini ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam memilih lokasi yang tepat yaitu ditengah pemukiman dan terjangkau masyarakat umum, dekat pasar, mudah transportasinya, strategis, dan dekat pos keamanan. Dari tabel tanggapan responden disimpulkan variabel lokasi dengan indikator didekat pasar dan sub indikatornya adalah BMT Subulussalam Sleman berada di dekat pasar tradisional merupakan tanggapan responden yang paling disetujui oleh responden, dan hasil responden yang menyetujui sangat rendah dengan indikator lokasi strategis, dan sub indikatornya BMT Subulussalam berada di dekat kota. Dinyatakan bahwa dengan meningkatkan lokasi yang strategis dan di pusat kota akan menjadi salah satu faktor minat menabung anggota lebih meningkat. hal ini sesuai dengan penelitian Wijayanti (2008) tentang "pengaruh bagi hasil dan promosi serta lokasi terhadap keputusan

menggunakan jasa kjks BMT BUS Lasem cabang Sumber”, dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap penggunaan jasa di KJKS BMT BUS Lasem.

Promosi dilihat dari hasil perhitungan diperoleh nilai koefisien regresi 0,234 pada uji regresi berganda dan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung. Dari pengujian hipotesis maka dapat disimpulkan bahwa variabel promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menabung. Dengan promosi atau komunikasi informasi, antara persahaan dengan pelanggan, dapat merubah tingkah laku dan pendapat serta memperkuat tingkah laku konsumen (Charty&Parrealt, 102:2009). BMT berusaha menciptakan kesan yang baik tentang dirinya atau mendorong pembelian jasa, dan menggunakan produk yang ditawarkan BMT, promosi yang bersifat informasi umumnya lebih sesuai dilakukan pada tahap awal didalam siklus penawaran produk jasa, anggota tidak akan membeli atau menggunakan barang atau jasa sebelum mereka tau apa faedahnya.

Promosi yang bersifat membujuk (*persuasif*) ini terutama diarahkan untuk mendorong pembelian, sering BMT tidak ingin memperoleh tanggapan secepatnya tetapi lebih mengutamakan kesan positif. Hal ini dimaksudkan agar dapat memberi pengaruh dalam waktu yang lama terhadap perilaku penggunaan jasa, promosi yang bersifat *persuasif* ini akan menjadi dominan jika produk yang bersangkutan mulai memasuki tahap pertumbuhan didalam siklus perkembanganya. Promosi yang bersifat mengingatkan dilakukan terutama untuk mempertahankan merk dalam masa kedewasaan

produk (Swastha,167:2005), Dari tabel tanggapan responden untuk variabel promosi dengan indikator *Personal selling* dilakukan dengan baik dan sub indikatornya adalah Karyawan BMT Subulussalam mendekati, mempresentasikan, mendemonstrasikan, mengatasi penolakan, serta mengajak anggota untuk menabung memiliki nilai rata-rata paling tinggi dari jawaban setuju koresponden dan nilai terendah yang disetujui koresponden adalah indikator jumlah media yang digunakan dan sub indikatornya BMT Subulussalam memasang promosi di beberapa media pada variabel promosi ini. Hal ini sesuai dengan penelitian empiris sebelumnya oleh Astuti (2013) tentang "pengaruh persepsi nasabah tentang tingkat suku bunga, promosi dan kualitas layanan", dengan hasil penelitian menunjukkan promosi merupakan salah satu faktor yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah.

Dari pengujian hipotesis maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menabung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan dan minat menabung memiliki koefisien regresi sebesar 0,274 dan merupakan variabel paling berpengaruh terhadap minat menabung dibandingkan variabel lokasi dan promosi. Dari tabel tanggapan responden untuk variabel kualitas layanan dengan indikator jaminan dan sub indikatornya adalah BMT Subulussalam Sleman bertanggung jawab terhadap kerahasiaan data nasabah memiliki nilai rata-rata yang paling tinggi untuk jawaban setuju responden,

dan nilai terendah adalah dengan indikator bukti fisik, dan sub indikatornya Karyawan di BMT subulussalam mengenakan tanda pengenal.

Hal tersebut sebagaimana pendapat (Tjiptono,2012), kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen. Dengan demikian kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat menabung di BMT Subulussalam Sleman, hal ini mendukung penelitian Trisnadi & Surip (2013) tentang " Pengaruh kualitas produk tabungan dan kualitas layanan terhadap minat menabung kembali di CIMB Niaga (studi kasus PT Bank CIMB Niaga Tbk Bintaro)", hasil penelitian menunjukkan faktor kualitas layanan dan produk sama-sama berkontribusi menentukan minat menabung kembali sebesar 93,7%.

Dalam penelitian ini variabel minat menabung di dipengaruhi oleh faktor lokasi, promosi dan kualitas layanan secara signifikan. Menurut tabel tanggapan responden bahwa tanggapan responden tentang variabel minat menabung dengan indikator kepercayaan dan sub indikatornya adalah Saya akan merasa aman jika menyimpan uang di BMT Subulussalam memiliki nilai rata-rata yang paling tinggi, berarti tanggapan responden tentang sub indikatornya sangat baik, dan nilai tanggapan responden yang rendah, dengan indikator pencarian informasi, dan sub indikatornya Sebelum saya menabung di BMT Subulussalam saya mencari informasi yang lengkap tentang BMT Subulussalam, merupakan sub indikator yang memerlukan pengawasan untuk lebih meningkatkan kelengkapan informasinya