

HASIL PENELITIAN

Dengan adanya struktur organisasi yang terorganisir dengan sempurna, maka kegiatan dalam organisasi akan berjalan dengan lancar dan tercapailah tujuan yang telah diharapkan perusahaan.

Struktur Organisasi BMT Harapan Ummat Sidoarjo.

Susunan pengurus BMT Harapan Ummat Sidoarjo adalah sebagai berikut:⁴

Tabel 4.1
Susunan Pengurus BMT Harapan Ummat Sidoarjo

Jabatan	Nama
Dewan Pengawas Keuangan	dr Purnawirawanto Tjerja, Handoko, S.S.T M.Acc.
Ketua	Asep Sudrajat
Sekretaris I	Anang Tjahjono
Sekretaris II	Rahma Andriana
Bendahara	Andy Harson

Adapun susunan pengelola BMT Harapan Ummat Sidoarjo adalah sebagai berikut:⁵

Tabel 4.2
Susunan Pengelola BMT Harapan Ummat Sidoarjo

Jabatan	Nama
Kepala Bagian Keuangan	Ria Achmadiyah
Kepala Bagian Umum dan Kepegawaian	Rahma Andriana
Staff Umum dan Keuangan	Budiman As'ady
<i>Marketing</i>	Choirun Nisa, Nur Chasanah, Ika Nur Nikmah, dan Febria Shinta

⁴Tim Penyusun, *Company Profile BMT Harapan Ummat Sidoarjo*, (Sidoarjo:BMT Harapan Ummat Sidoarjo, tt).

⁵Ibid.,.

- c) Sekretaris

- (1) Membuat serta memelihara Berita Acara yang asli dan lengkap dari Rapat Anggota dan Rapat Pengurus.
- (2) Bertanggung jawab atas pemberitahuan kepada Anggota sebelum rapat diadakan sesuai dengan ketentuan AD/ART.
- (3) Memberikan catatan-catatan keuangan BMT hasil laporan dari pengelola.
- (4) Memverifikasi dan memberikan saran pada ketua tentang berbagai situasi dan perkembangan BMT.

d) Bendahara

- [illegible]

(3) Simpanan Qurban (Si Qurban)

(4) Simpanan Idul Fitri (Si Fitri)

Simpanan khusus untuk mempersiapkan dana Hari Raya Idul Fitri, simpanan dilakukan secara berjamaah, satu rekening beranggotakan 25 peserta dan 1 koordinator. Besar setoran hanya Rp.20.000,00 setiap minggu untuk setiap peserta dan koordinator, si Fitri ini bebas biaya administrasi bulanan.

[illegible]

sebuah *parcel* dari BMT. Produk ini menggunakan akad wadiah sehingga tidak ada kewajiban bagi BMT untuk memberikan tambahan berupa bagi hasil.

(5) Simpanan Sukarela Berjangka (Sisuka)

Simpanan sukarela yang disimpan dalam jangka waktu tertentu yaitu antara 3 bulan, 6 bulan, atau 12 bulan. Besar simpanan minimal Rp.1.000.000,00. Saat jangka waktu simpanan selesai simpanan dapat diambil atau diperpanjang jangka waktu penyimpanannya.

(6) Simpanan Umroh (SiRoh)

Simpanan umroh adalah simpanan khusus untuk mempersiapkan dana beribadah umroh, dimana BMT harapan Ummat Sidoarjo bekerjasama dengan salah satu biro perjalanan ibadah umroh. Besar setoran minimal Rp.100.000,00 per bulan, bebas biaya administrasi tiap bulan.

Jika simpanan sudah mencapai Rp. 3.500.000,00 secara otomatis sudah mendapatkan jatah kursi untuk berangkat umroh dan jika simpanan telah mencapai Rp. 10.000.000,00 akan berhak mendapatkan dana talangan (*ujrah*) dari BMT dan bisa berangkat umroh ke tanah suci. Akad yang digunakan untuk SiRoh adalah wadiah. Sedangkan jasa atas pelunasan ke biro perjalanan dikenakan *ujrah(fee)* tertentu.

(7) Simpanan Sakinah, Mawaddah, Wa Rohmah (Samara)

Layanan pembiayaan untuk keperluan jasa seperti biaya kesehatan, sekolah, dan sebagainya. BMT Harum akan membayarkan biaya jasa yang dibutuhkan nasabah jika pengajuan pembiayaan nasabah telah disetujui oleh staf marketing dan manajer operasional, serta ketua pengurus jika pengajuan pembiayaan lebih dari Rp.15.000.000,00. Atau bisa juga berupa jasa pembayaran rekening online, seperti PLN, Telkom, rekening PDAM, dan lain-lain.

Wakaf uang merupakan wakaf berupa uang yang dapat dikelola secara produktif, kemudian hasilnya yang diambil manfaatnya untuk *mauquf alaih* seperti khitanan masal, makan siang tukang becak, pengobatan gratis, kajian agama ataupun pemberdayaan anak yatim, janda dan *dhuafa*'. BMT Harapan Ummat sendiri telah disahkan oleh Badan Wakaf Indonesia sebagai *nazir* wakaf uang dengan nomor 3.3.00045.

[illegible]

Responden Berdasarkan Pendidikan

Sumber: *hasil olahan SPSS 20.0 (terlampir)*

d. Pekerjaan

Tabel 4.6
Responden Berdasarkan Pekerjaan

Sumber: *hasil olahan SPSS 20.0 (terlampir)*

Berdasarkan tabel 4.6 diatas, dapat diketahui bahwa pekerjaan wiraswasta/pedagang menjadi pekerjaan/profesi yang paling dominan dari responden 161 atau (92,0%) responden. Untuk responden yang

e. Penghasilan/bulan

Tabel 4.7
Responden Berdasarkan Penghasilan

Penghasilan	Frekuensi	
	Jumlah (n)	Persen (%)
<Rp 500.000,-	4	2,3
Rp 1.000.000,- s/d Rp 2.000.000,-	19	10,9
Rp 2.000.000,- s/d Rp 3.000.000,-	64	36,6
Rp 3.000.000,- s/d Rp 4.000.000,-	72	41,1
>Rp 4.000.000,-	16	9,1
Total	175	100

Berdasarkan tabel 4.7 diketahui bahwa responden terbanyak adalah responden dengan pendapatan Rp 3.000.000,- s/d Rp 4.000.000,- yaitu sejumlah 72 atau (41,1%) responden. Untuk responden yang berpendapatan Rp 2.000.000,- s/d Rp 3.000.000,- berjumlah 64 atau (36,6%) dan responden yang berpendapatan Rp 1.000.000,- s/d Rp 2.000.000,- memiliki jumlah responden yaitu sebanyak 19 atau (10,9%)

Berdasarkan gambar 4.3 grafik *scatterplot* diatas, dapat terlihat titik-titik menyebar secara acak tidak membentk sebuah pola tertentu yang jelas serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu y. Dapat diartikan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi sehingga model regresi layak digunakan untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

2. Uji Koefisien Korelasi dan Determinasi

a. Uji Koefisien Korelasi (R)

Analisis koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel independen (*personal selling* secara Islam dan kualitas pelayanan), dengan variabel independen (minat menabung) secara serentak. Koefisien korelasi digunakan sebagai indikator dalam melihat kekuatan hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen di dalam suatu penelitian. Selain itu melalui koefisien korelasi kita juga dapat melihat arah hubungan dan signifikansi korelasi.

Adapun ringkasan koefisien korelasi yang dilakukan dengan alat bantu *SPSS 20.0* sebagai berikut:

Tabel 4.11
Hasil Koefisien Korelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,398 ^a	,158	,148	1,705

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

Sumber: *hasil SPSS 20.0*

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar persentase perubahan atau variasi dari variabel dependen bisa dijelaskan oleh perubahan atau variasi dari independen. Semakin tinggi nilai koefisien determinasi akan semakin baik kemampuan variabel independen dalam menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel dependen.

Tabel 4.12
Hasil Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,398 ^a	,158	,148	1,705

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

Berdasarkan analisis data menggunakan alat bantu program SPSS diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,155. Hal ini berarti bahwa 15,5% minat menabung anggota dipengaruhi oleh

Berdasarkan tabel 4.14 variabel kualitas pelayanan, dapat diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 5,673 sedangkan nilai t_{tabel} 1,973, dapat disimpulkan bahwa nilai t_{hitung} 5,67 > 1,973, maka H_0 ditolak. Nilai t positif menunjukkan bahwa variabel X_2 mempunyai hubungan yang searah dengan Y . Jadi, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung anggota.

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	13,774	2,185		6,304	,000		
	X1	-,155	,073	-,156	-2,121	,035	,900	1,111
	X2	,214	,038	,418	5,673	,000	,900	1,111

a. Dependent Variable: Y

a. Dependent Variable: Y

Sumber: *hasil SPSS 20.0*

Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen yaitu *personal selling* secara Islam dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung anggota. Berdasarkan perhitungan pada tabel 4.9 diatas, dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda yaitu sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 13,774 - 1,155X_1 + 0,214X_2$$

Adapun interpretasi dari persamaan regresi linear berganda tersebut adalah:

- a. Konstanta sebesar 13,774 menyatakan bahwa jika *personal selling* secara Islam dan kualitas pelayanan tidak mengalami perubahan maka nilai minat menabung sebesar 13,774. Penjelasan tersebut dapat diartikan bahwa jika tidak dipengaruhi oleh variabel bebas, yaitu *personal selling* secara Islam dan kualitas pelayanan, maka minat menabung anggota BMT Harapan Ummat Sidoarjo tidak akan mengalami perubahan.

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan persepsi responden atas item-item pernyataan yang diajukan yang kemudian digunakan nilai rata-rata. Adapun hasil perhitungan dan analisis terhadap nilai rata-rata pada masing-masing variabel penelitian dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Deskripsi Variabel Bebas (X)

Pada bagian ini akan dijabarkan mengenai distribusi item dari variabel bebas yaitu *personal selling* secara Islam (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap minat menabung (Y).

1) *Personal Selling* secara Islam (X1)

Personal selling secara Islam merupakan kegiatan promosi yang dilakukan secara tatap muka dengan etika-etika yang tidak bertentangan dengan syariat Islam. Dalam melakukan kegiatan *personal selling* pegawai pemasaran BMT Harapan Ummat mempunyai keunggulan tersendiri, yakni memasarkan produknya dengan sebaik-baiknya tanpa bertentangan dengan syariat Islam.

Personal selling secara Islam terdiri dari 3 indikator yaitu:

- a) Berpromosi dengan simpatik.
- b) Menghindari janji atau sumpah palsu.
- c) Membangun kepercayaan.

Dari pernyataan dalam kuesioner mengenai *personal selling* secara Islam, dapat digambarkan bahwa *personal selling* secara Islam memiliki pengaruh terhadap minat menabung anggota BMT Harapan Ummat Sidoarjo. Tanggapan responden terhadap *personal selling* secara Islam yang diterapkan di BMT Harapan Ummat adalah sebagai berikut:

Tabel 4.16

Sumber: *hasil olahan SPSS 20.0*

Pada pernyataan (X1,2) menurut peneliti pegawai pemasaran BMT Harapan Ummat Sidoarjo selalu tersenyum, mengucapkan salam, dan menyapa dengan ramah tamah setiap bertemu dengan calon anggota maupun anggota. Sikap tersebut tentunya sangat baik untuk menarik minat menabung, terlebih BMT Harapan Ummat merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa yang hampir setiap hari bertemu dengan nasabahnya. Hal ini dapat diketahui bahwa bahwa rata-rata responden memilih jawaban setuju dengan frekuensi 87 atau (49,7%), jawaban setuju dengan frekuensi 78 atau

Pada pernyataan (X1,3) menurut peneliti pegawai pemasaran BMT Harapan Ummat Sidoarjo ketika berpromosi tidak membicarakan keburukan dari lembaga keuangan lain, tugas *marketer* sekedar untuk mempromosikan produknya. Meskipun pada saat ini persaingan antar lembaga keuangan semakin ketat. Hal tersebut dilakukan karena BMT Harapan Ummat merupakan lembaga keuangan yang berlandaskan syariah, oleh sebab itu dalam kegiatan promosi khususnya *personal selling* tidak bertentangan dengan tuntunan Islam. Berkaitan dengan hal ini menurut beberapa responden sikap *marketing* yang tidak memberitahukan keburukan dari lembaga keuangan lagi justru tidak baik menurut responden seharusnya pegawai BMT menginformasikan hal tersebut agar nasabah tidak salah pilih dengan menggunakan jasa lembaga keuangan yang bermasalah tersebut. Hal ini dapat diketahui bahwa bahwa rata-rata responden memilih jawaban setuju dengan frekuensi 113 atau (64,6%), jawaban sangat setuju dengan frekuensi 69 atau (39,4%), dan masih terdapat jawaban ragu-ragu sebanyak 20 orang atau (11,4%) dari total responden.

Pada pernyataan (X1,5) menurut peneliti pegawai pemasaran BMT Harapan Ummat Sidoarjo ketika melakukan *personal selling* menyampaikan kelebihan dan kekurangan berkaitan dengan produk simpanan yang dimiliki. Tujuan dari penyampaian keunggulan produk adalah untuk menarik minat nasabah, sedangkan penyampaian kekurangan adalah supaya dikemudian hari nasabah tidak kecewa apabila mengetahui keadaan yang sebenarnya. Sama halnya dengan pernyataan X1,5 penyampaian tentang keunggulan dan kelemahan BMT perlu dijelaskan lebih rinci agar nasabah lebih yakin dan mengetahui kemungkinan yang akan terjadi dikemudian hari. Hal ini dapat diketahui bahwa bahwa rata-rata responden memilih jawaban setuju dengan frekuensi 110 atau (62,9%), jawaban sangat setuju

Tabel 4.17
Distribusi Frekuensi Indikator *Tangible*

No	Opsi Jawaban	X2,1,1		X2,1,2	
		Frek	%	Frek	%
1	Sangat Tidak Setuju	-	-	-	-
2	Tidak Setuju	5	2,9	-	-
3	Ragu-ragu	50	28,6	9	5,1
4	Setuju	82	46,9	82	46,9
5	Sangat Setuju	38	21,7	84	48,0

Sumber: *hasil olahan SPSS 20.0*

Berdasarkan tabel diatas pada pernyataan (X2,1,1) menurut peneliti, BMT Harapan Ummat Sidoarjo mempunyai ruang tunggu yang nyaman, kantor yang rapi, serta terdapat area parkir. Adanya gedung dan berbagai fasilitas yang dimiliki membuat nasabah tidak khawatir menyimpan uangnya di BMT Harapan UmmatSidoarjo. Akan tetapi beberapa dari responden khususnya yang berprofesi sebagai pedagang di pasar mengatakan belum pernah datang ke kantor BMT Harapan Ummat, hal ini disebabkan BMT Harapan Ummat menyediakan layanan jemput bola bagi nasabah pasar. Sehingga diketahui responden memilih jawaban setuju frekuensinya 82 atau (46,9%), jawaban ragu-ragu 50 orang atau (28,6%), sangat setuju dengan frekuensi 38 atau (21,7%), dan jawaban tidak setuju 5 orang atau (2,9%).

Pada pernyataan (X2,1,2) menurut peneliti, pegawai BMT Harapan Ummat Sidoarjo ketika sedang bekerja selalu menggunakan pakaian rapi. BMT Harapan Ummat Sidoarjo sendiri mempunyai peraturan khusus dalam SOP tentang standar atau

Reliability atau keandalan merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu. Indikator *reliability* dalam penelitian ini adalah kemampuan kemampuan BMT Harapan Ummat dalam menyampaikan jasa secara tepat dan pembebanan biaya secara tepat. Hasil jawaban responden dapat dilihat pada tabel berikut:

	Opsi Jawaban	X2,2,1		X2,2,2		X2,2,3	
		Frek	%	Frek	%	Frek	%
S 1	Sangat Tidak Setuju	-	-	-	-		
2	Tidak Setuju	-	-	-	-	2	1,1
3	Ragu-ragu	12	6,9	12	6,9	34	19,4
4	Setuju	98	56,0	87	49,7	93	53,1
5	Sangat Setuju	65	37,1	76	43,4	46	26,3

Berdasarkan tabel diatas pada pernyataan (X2,2,1) menurut peneliti, pegawai BMT Harapan Ummat Sidoarjo tepat waktu ketika melakukan perjanjian untuk bertransaksi dengan

Pada pernyataan (X2,2,2) menurut peneliti, informasi yang disampaikan oleh pegawai BMT Harapan Ummat Sidoarjo kepadaanggotaterkait dengan produk khususnya simpanan sudah tepat, akurat, dan dapat dipertanggungjawabkan. Pegawai bertanggung jawab atas pelayanan yang diberikan dan akan memberikan perbaikan apabila terjadi kesalahan. Sehingga dapat diketahui responden memilih jawaban setuju frekuensinya 87 atau (49,7%), sangat setuju dengan frekuensi 76 atau (43,4%), dan jawaban jawaban ragu-ragu 12 orang atau (6,9%).

[illegible]

c) *Responsiveness*

Tabel 4.19
Distribusi Frekuensi Indikator *Responsiveness*

No	Opsi Jawaban	X2,3,1		X2,3,2		X2,3,3	
		Frek	%	Frek	%	Frek	%
1	Sangat Tidak Setuju	-	-	-	-	-	-
2	Tidak Setuju	-	-	-	-	-	-
3	Ragu-ragu	20	11,4	14	8,0	23	13,1
4	Setuju	90	51,4	66	37,7	106	60,6
5	Sangat Setuju	65	37,1	95	54,3	46	26,3

Berdasarkan tabel diatas pada pernyataan (X2,3,1) menurut peneliti apabila terdapat anggota yang akan bertransaksi atau membutuhkan pelayanan, pegawai BMT Harapan Ummat langsung merespon dengan baik, akan tetapi apabila tidak memungkinkan

Pada pernyataan (X2,3,2) menurut penelitipelayanan yang diberikanoleh pegawai BMT Harapan Ummat sudah cepat dan tepat. Beberapa responden menuturkan sangat senang terhadap kecekatan para pegawai BMT Harapan Ummat Sidoarjo. Oleh sebab itu dapat diketahui responden memilih jawaban sangat setuju frekuensinya 95 atau (54,3%), setuju dengan frekuensi 66 atau (37,7%), dan jawaban jawaban ragu-ragu 14 orang atau (8,0%).

Pada pernyataan (X2,3,3) menurut peneliti pelayanan yang dilakukan oleh pegawai BMT Harapan Ummat cukup tanggap dalam melayani setiap keluhan anggota selama pegawai mampu untuk membantu dan mengatasi. Pegawai siap mendengarkan berbagai masukan dan saran yang disampaikan oleh anggota. Oleh sebab itu dapat diketahui responden memilih jawaban setuju frekuensinya 106 atau (60,6%), setuju dengan frekuensi 46 atau (26,3%), dan jawaban jawaban ragu-ragu 23 orang atau (13,1%).

Assurance atau jaminan merupakan pengetahuan dan perilaku *employee* untuk membangun kepercayaan dan keyakinan

[illegible]

e) *Emphaty*

Tabel 4.21
Distribusi Frekuensi Indikator *Emphaty*

No	Opsi Jawaban	X2,5,1		X2,5,2		X2,5,3	
		Frek	%	Frek	%	Frek	%
	Sangat Tidak Setuju	-	-	-	-	-	-
	Tidak Setuju	-	-	1	0,6	-	-
3	Ragu-ragu	25	14,3	11	6,3	3	1,7
4	Setuju	94	53,7	100	57,1	94	53,7
5	Sangat Setuju	56	32,0	63	36,0	78	44,6

Berdasarkan tabel diatas pada pernyataan (X2,5,1) menurut peneliti, pegawai BMT Harapan Ummat Sidoarjo dapat memahami kebutuhan nasabah serta tidak mengecewakan. Misalnya apabila nasabah memerlukan uang dan ingin melakukan

penarikan, pegawai BMT langsung memberikan uangnya tanpa ditunda-di tunda. Sehingga dapat diketahui responden memilih jawaban setuju frekuensinya 94 atau (53,7%), sangat setuju dengan frekuensi 56 atau (32,0%), dan jawaban jawaban ragu-ragu 25 orang atau (14,3%).

Pada pernyataan (X2,5,2) menurut peneliti, pegawai BMT Harapan Ummat Sidoarjo dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan anggotanya sehingga anggota puas dengan pelayanan yang diberikan. Sehingga dapat diketahui responden memilih jawaban setuju frekuensinya 100 atau (57,1%), sangat setuju dengan frekuensi 63 atau (36,0%), jawaban ragu-ragu 11 orang atau (6,3%), dan jawaban tidak setuju 1 orang (0,6%) dari total responden.

Pada pernyataan (X2,5,3) menurut peneliti, pegawai BMT Harapan Ummat Sidoarjo memiliki kedekatan tersendiri dengan anggotanya, antara pegawai dan nasabah keduanya tercipta hubungan kekeluargaan sehingga satu sama lain saling memberikan perhatian. Sehingga dapat diketahui responden memilih jawaban setuju frekuensinya 94 atau (53,7%), sangat setuju dengan frekuensi 78 atau (44,6%), dan jawaban ragu-ragu 3 orang atau (1,7%).

menjual produk-produk jasa sesuai syariah. Oleh sebab itu, anggota tertarik untuk menyimpan uangnya di BMT Harapan Ummat Sidoarjo untuk meminimalisir hartanya tercampur dengan riba. Sehingga dapat diketahui responden memilih jawaban setuju frekuensinya 88 atau (50,3%), sangat setuju dengan frekuensi 80 atau (45,7%), dan jawaban ragu-ragu 7 orang atau (4,0%).

Pada pernyataan (Y₂) menurut peneliti, sikap ramah tamah pegawai membuat anggota senang sehingga tertarik untuk menabung di BMT Harapan Ummat Sidoarjo. Sehingga dapat diketahui responden memilih jawaban sangat setuju frekuensinya 96 atau (54,9%), setuju dengan frekuensi 74 atau (42,3%), dan jawaban ragu-ragu 5 orang atau (2,9%).

Pada pernyataan (Y,3) menurut peneliti, pelayanan yang mudah dan cepat dikarenakan pegawai sudah mempunyai kemampuan yang mumpuni terkait pekerjaannya membuat anggota senang sehingga tertarik untuk menabung di BMT Harapan Ummat Sidoarjo. Sehingga dapat diketahui responden memilih jawaban sangat setuju frekuensinya 94 atau (54,3%), setuju dengan frekuensi 76 atau (43,4%), dan jawaban ragu-ragu 4 orang atau (2,3%).

Pada pernyataan (Y,4) menurut peneliti, pegawai BMT Harapan Ummat selalu menjaga kepercayaan nasabahnya, selain itu BMT juga juga bekerjasama dengan pihak asuransi. Sehingga nasabah merasa aman dan percaya menabung di BMT Harapan

Ummat Sidoarjo. Dapat diketahui responden memilih jawaban sangat setuju frekuensinya 95 atau (54,1%), setuju dengan frekuensi 76 atau (43,4%), dan jawaban ragu-ragu 4 orang atau (2,3%).

Pada pernyataan (Y,5) menurut peneliti, berdasarkan berbagai kelebihan yang dimiliki BMT Harapan Ummat baik dari segi promosi, produk simpanan, serta pelayanan pegawai nasabah akan selalu menyimpan uangnya di BMT Harapan Ummat Sidoarjo . Dapat diketahui responden memilih jawaban setuju frekuensinya 81 atau (46,3%),sangat setuju dengan frekuensi 73 atau (41,7%), jawaban ragu-ragu 20 orang atau (11,4%), dan jawaban tidak setuju 1 orang (0,6%)