

ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
MINAT MASYARAKAT UNTUK MENABUNG  
(Studi Kasus pada Nasabah BMT An-Nur Rewwin Sidoarjo)

SKRIPSI

Oleh :

Nur Laili Maghfiroh

NIM : G94214179



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
SURABAYA

2018

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Nur Laili Maghfiroh  
NIM : G94214179  
Fakultas / Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat untuk Menabung (Studi Kasus pada Nasabah BMT An-Nur Rewwin Sidoarjo)

Dengan sungguh – sungguh menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian / karya saya sendiri, kecuali pada bagian – bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 24 Mei 2018

Saya yang menyatakan,



Nur Laili Maghfiroh

NIM. G94214179

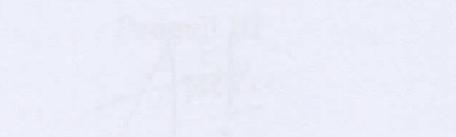
## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Nur Laili Maghfiroh NIM. G94214179 ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqasahkan.

Surabaya, 24 Mei 2018

  
(Dr. Fatmah, S.T., M.M.)  
NIP. 197507032007012020

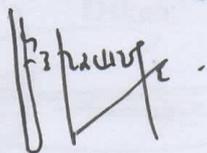
  
(Dr. Hanih Riana, M.Eng.)  
NIP. 196206131971821001

  
(Dr. Hanih Riana, M.Eng.)  
NIP. 196206131971821001

  
(Dr. Hanih Riana, M.Eng.)  
NIP. 196206131971821001

Surabaya, 24 Mei 2018

Pembimbing,



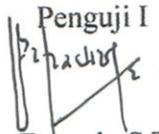
(Dr. Fatmah, S.T., M.M)

NIP. 197507032007012020

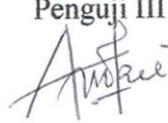
## PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Nur Laili Maghfiroh NIM. G94214179 ini telah dipertahankan di depan Majelis Munaqasah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya pada hari Rabu, 11 Juli 2018 dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan Program Sarjana Strata Satu dalam Ilmu Ekonomi Syariah.

Majelis Munaqasah Skripsi :

Penguji I  
  
(Dr. Fatmah, S.T, M.M)  
NIP. 197507032007012020

Penguji II  
  
(Dr. Iskandar Ritonga, M.Ag)  
NIP. 196506151991021001

Penguji III  
  
(Andriani Samsuri, S.Sos, M.M)  
NIP. 197608022009122002

Penguji IV  
  
(Hastanti Agustin Rahayu, M.Acc)  
NIP. 198308082018012001

Surabaya, 23 Juli 2018

Mengesahkan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel



Dekan,

(Prof. Akh. Muzakki, M.Ag, Grad.Dip.SEA, M.Phil, Ph.D)

NIP. 197402091998031002



**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA  
PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300  
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : NUR LAILI MAGHFIROH  
NIM : G94214179  
Fakultas/Jurusan : FEBI/EKONOMI SYARIAH  
E-mail address : maghfirohnurlaili@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi     Tesis     Desertasi     Lain-lain (.....)

yang berjudul :

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT**

**UNTUK MENABUNG (STUDI KASUS PADA NASABAH BMT AN-NUR REWWIN**

**SIDOARJO**

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 30 Juli 2018

Penulis

(Nur Laili Maghfiroh)  
*nama terang dan tanda tangan*













































ketika dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai apa yang diharapkannya.

Menurut Parasuraman dkk, dalam jurnal Muliaty yang berjudul “Faktor – Faktor yang mempengaruhi Kualitas Pelayanan pada Politeknik Negeri Media Kreatif Makassar”, metode pengukuran Kualitas Pelayanan dapat diukur berdasarkan :

- *Tangibles* (Bukti Langsung) : Kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh penyedia jasa kepada konsumen. Meliputi : Fasilitas Fisik, Perlengkapan, Pegawai, dan Sarana Komunikasi.
- *Reliability* (Kehandalan) : Kemampuan Perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah diperjanjikan secara tepat waktu. Kehandalan merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
- *Responsiveness* (Ketanggapan) : Kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan secara cepat dan tanggap.
- *Assurance* (Jaminan) : Pengetahuan dan perilaku karyawan untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan. Meliputi : Pengetahuan dan Kemampuan Karyawan menangkap bahaya, risiko dan keraguan yang dilakukan oleh konsumen.









- Kelompok Formal : Kelompok yang memiliki struktur organisasi secara tertulis dan anggotanya terdaftar secara resmi. Contohnya : Komunitas Para Pekerja, Kelompok Kampus.
- Kelompok Informal : Kelompok yang tidak memiliki struktur organisasi secara tertulis dan anggotanya tidak terdaftar secara resmi. Contohnya : Kelompok Bermain, Kelompok Arisan.
- Kelompok Aspirasi : Suatu kelompok yang memperlihatkan keinginan untuk mengikuti norma, nilai, dan perilaku orang lain sebagai referensi (acuan). Contoh : Seseorang yang mengikuti gaya fansnya seperti gaya korea.
- Kelompok Disosiasi : Seseorang atau kelompok yang berusaha menghindari asosiasi dengan kelompok referensi.

Faktor – Faktor yang mempengaruhi kekuatan pengaruh kelompok referensi (acuan) yaitu :

- Informasi mengenai suatu produk dan pengalaman dalam menggunakan produk. Seseorang yang telah berpengalaman langsung mengenai produk atau jasa, akan dapat mempengaruhi orang lain dalam memutuskan menggunakan produk tersebut.
- Daya tarik dan kekuatan kelompok acuan. kelompok acuan yang dianggap menarik, dan kuat dapat mempengaruhi sikap konsumen dalam perubahan perilaku. Contoh : Ketika konsumen ingin mendapatkan informasi yang akurat tentang kinerja atau kualitas







### C. Kerangka Konseptual

Untuk mengetahui indikator – indikator yang akan dibahas dalam penelitian ini, maka perlu adanya kerangka pemikiran sebagai landasan dalam meneliti suatu masalah untuk menemukan, mengembangkan dan menguji kebenarannya. Dalam Penelitian ini, Keramahan Karyawan (X1), Kesopanan Karyawan (X2), Kejelasan Karyawan dalam memberikan informasi (X3), Pemrosesan tabungan secara cepat (X4), Kemudahan dalam bertransaksi (X5), Kejelasan Bagi Hasil (X6), Bagi Hasil yang diberikan sangat menguntungkan nasabah (X7), Nisbah yang diberikan lebih besar dari lembaga keuangan lainnya (X8), Keamanan dalam bertransaksi (X9), Lembaganya sudah di kenal di masyarakat (X10), Jalinan Relasi (X11), Merupakan Lembaga Keuangan Islam (X12), Kinerja dan Produk sesuai dengan Prinsip Islam (X13), Terbebas dari Riba (X14), Tidak bertentangan dengan agama (X15), Lokasi Strategis (X16), Dekat dengan tempat tinggal (X17), Lokasi dengan akses mudah (X18), Karena ajakan teman (X19), Karena ikut – ikutan keluarga (X20), Sesuai dengan Keadaan Ekonomi (X21) apakah berpengaruh terhadap Minat Menabung Nasabah (Y) di BMT An-Nur Rewwin Waru Sidoarjo.





4. Ho : Faktor Produk tidak berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menabung di BMT An-Nur Rewwin Sidoarjo.  
Ha : Faktor Produk berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menabung di BMT An-Nur Rewwin Sidoarjo.
5. Ho : Faktor Lokasi tidak berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menabung di BMT An-Nur Rewwin Sidoarjo.  
Ha : Faktor Lokasi berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menabung di BMT An-Nur Rewwin Sidoarjo.
6. Ho : Faktor Referensi (Acuan) tidak berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menabung di BMT An-Nur Rewwin Sidoarjo.  
Ha : Faktor Referensi (Acuan) berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menabung di BMT An-Nur Rewwin Sidoarjo.
7. Ho : Faktor Ekonomi tidak berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menabung di BMT An-Nur Rewwin Sidoarjo.  
Ha : Faktor Ekonomi berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menabung di BMT An-Nur Rewwin Sidoarjo.

Faktor – Faktor yang sudah dijelaskan diatas akan direduksi dan membentuk sebuah faktor yang lebih sederhana serta dapat mengetahui faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi minat nasabah untuk menabung di BMT An-Nur Rewwin Sidoarjo.







































## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Deskripsi Umum Lokasi**

##### **1. Profil BMT An-Nur Rewwin**

Pada awal berdirinya BMT An-Nur Rewwin bermula dari Masjid An-Nur Rewwin ini awalnya berupa Musholla yang berdiri pada tahun 1991 yang hanya berukuran 6 x 6 meter dan memiliki teras hanya 1,5 x 1,5 meter. Kemudian pada tahun 1993, Musholla tersebut telah diresmikan menjadi Masjid An-Nur Rewwin. Setelah itu, Masjid An-Nur Rewwin ini juga mendirikan Yayasan yang bernama Yayasan An-Nur Rewwin dengan akta pendirian No.68, tanggal 18 Juli 1995 dengan notaris Trining Ariswati, S.H yang memiliki Motto “Mensejahterakan Sosial dan Mencerahkan Umat untuk menjadi Muslim yang Hakiki”.<sup>74</sup>

Pada tahun 2004, Yayasan tersebut berubah organ yayasan dan telah disahkan pada akta pendirian No.23 pada tanggal 16 April 2008 dengan Notaris Wachid Hasyim, S.H dan memiliki menteri hukum dan HAM Nomor AH4.2445.AH.01.02 tanggal 12 Juni 2008.

---

<sup>74</sup> Yudi Budiman, *Wawancara*, Sidoarjo, 23 Februari 2018.

Dalam menunjang kegiatan, Pengurus di Yayasan An-Nur membentuk bidang – bidang berikut ini antara lain :

1. Bidang Pendidikan (Pengelolaan TPQ dan Madrasah Diniyah) : Untuk Izin Pendirian ke Departemen Agama RI disahkan Nomor : Kd.13.15/5/PP.008.2033/2007 tanggal 20 Juni 2007.
2. Bidang Ketakmiran (Pengelolaan Kegiatan Masjid) : Kegiatan yang dilakukan yaitu Kajian hari Ahad Ba'da Sholat Maghrib, Kajian Hari Ahad Ba'da Sholat Isya', Belajar Bahasa Arab, Belajar Membaca Al-Qur'an, Kultum, Menerima / Menyalurkan Zakat Fitrah dan Qurban.
3. Bidang Kewanitaan : Bertugas untuk Mengkoordinir Ibu – Ibu dalam pelaksanaan BAKSOS (Bhakti Sosial), Kajian Jum'at petang ba'da Maghrib, Jum'at ba'da Isya' terjemah Al-Qur'an dan Belajar menyulam.
4. Bidang Usaha Dana : Untuk mengelola infaq dari tiap – tiap RT dan Membuat Iklan, serta pembangunan BMT An-Nur.
5. Bidang Pembangunan : Tugasnya untuk melakukan pembangunan gedung TPQ dan Madrasah Diniyah serta keperluan fasilitas – fasilitasnya).
6. Bidang Kepemudaan : Bertugas untuk mengkoordinir Ikatan Remaja Masjid yang meliputi kegiatan Bhakti Sosial pada bulan Ramadhan, Donor Darah 3 Bulan Sekali dan Pentas Seni.<sup>75</sup>

---

<sup>75</sup> Ibid.

Kemudian untuk didirikannya BMT (yang awalnya bernama koperasi serba usaha) yaitu bermula dari perbincangan para jama'ah di masjid An-Nur Rewwin tentang cara menambah dana donator di bidang usaha dana untuk perawatan dan penambahan fasilitas serta kapasitas kebutuhan di Masjid An-Nur ini. Dari perbincangan tersebut akhirnya diperoleh sebuah keputusan yaitu akan mendirikan usaha koperasi syariah di wilayah yayasan yang bekerjasama dengan bidang usaha dana milik yayasan An-Nur Rewwin ini. Rapat Rencana Pendirian Koperasi Syariah tersebut dilaksanakan pada hari selasa, tanggal 10 April 2007 dilakukan di masjid An-Nur Rewwin dengan dihadiri 21 orang dari 40 orang pendiri dan berlangsung pada pukul 20.00 – 22.00 dan sudah mencapai kata mufakat.

Kemudian pada saat itu, Koperasi Syariah (Koperasi Serba Usaha An-Nur Rewwin) ini melakukan studi banding ke Malang, Probolinggo dan Tulungagung, dan akhirnya yang awalnya bernama Koperasi Serba Usaha An-Nur Rewwin ini berganti nama menjadi BMT An-Nur Rewwin karena dirasa lebih cocok di bawah naungan masjid / yayasan An-Nur Rewwin.

Pada Penghimpunan Modal Awal, para Jama'ah sepakat akan membuka saham dengan harga Rp. 600.000 per lembar. Kemudian selama waktu kurang lebih 1 bulan, dapat menghimpun modal awal sebesar Rp. 100.000.000 untuk membuka usaha BMT An-Nur Rewwin ini. Setelah usaha BMT ini dijalankan, semakin lama modal dari BMT An-Nur semakin

bertambah walaupun gedung yang digunakan untuk operasional tersebut masih menyewa.

Ketika BMT An-Nur Rewwin sudah mencapai 1 Tahun, diadakannya RUPS (Rapat Umum Pemegang Saham) yang menghasilkan keputusan akan membuka saham kembali dengan harga 330.000 per lembar karena BMT An-Nur ingin mengembangkan usaha dan memenuhi kebutuhan masyarakat yang semakin tinggi. Setelah membuka saham tersebut, BMT An-Nur Rewwin mendapatkan dana 100.000.000 untuk mengembangkan usaha dan perkembangannya juga sudah terlihat sampai sekarang.<sup>76</sup>

a. Profil BMT AN-Nur Rewwin :

- 1) Tanggal Berdiri : 20 Mei 2007
- 2) Nomor HAM : AH4.2445.AH.01.02
- 3) Badan Hukum : 03/BH/403.62/IV/2007
- 4) Alamat : Jl. Cenderawasih Nomor 27, Rewwin, Waru, Sidoarjo.

b. Dasar Hukum

Izin Pendirian dan Pelaksanaan kegiatan serta operasional berdasarkan Akta Perubahan Notaris Wachid Hasyim, S.H Nomor 39 Tahun 2007.

---

<sup>76</sup> Gunung Rijadi, *Wawancara*, Sidoarjo, 9 Mei 2018.

c. Visi dan Misi

Visi :

Mencerahkan dan Menyejahterakan Ekonomi Umat.<sup>77</sup>

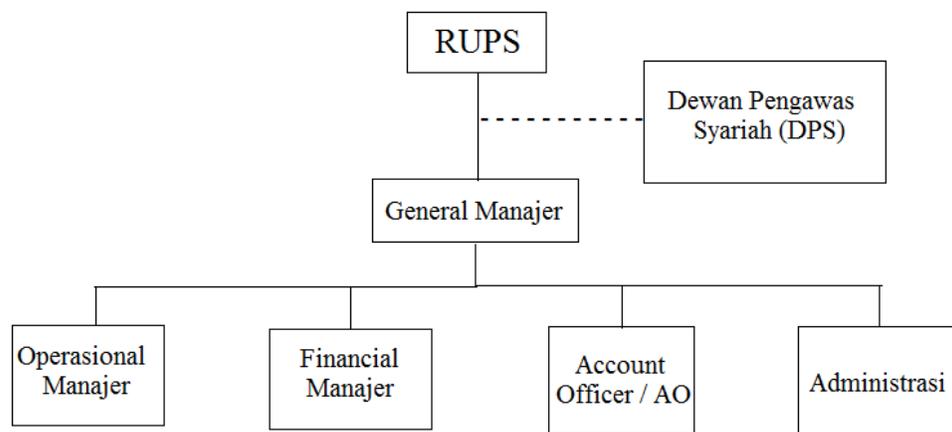
Misi :

- a) Menjadi Gerakan Ekonomi Rakyat
- b) Meningkatkan Kesejahteraan anggota dan masyarakat sekitar
- c) Sumber Dana Bagi Sosio Spiritual Masyarakat di Masjid An-Nur Rewwin.<sup>78</sup>

2. Struktur Organisasi

Gambar 4.1

Struktur Organisasi BMT An-Nur Rewwin Tahun 2018



Sumber : Wawancara kepada Bapak Waluyojadi, 30 April 2018.

<sup>77</sup> Shofie Alfiani Zulfa, “Tinjauan Hukum Islam terhadap Jaminan dan Pelelangan dalam Pembiayaan Musyarakah: Studi Kasus di BMT An Nur Rewwin Waru Sidoarjo”, (Skripsi—UIN Sunan Ampel Surabaya, 2017), 42.

<sup>78</sup> Ibid.

Adapun Struktur Organisasi yang terdapat di BMT An-Nur Rewwin Sidoarjo yaitu :<sup>79</sup>

- a) Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) : Dipegang oleh Anggota.
- b) Dewan Pengawas Syariah (DPS) :
  - i. Drs. H. Akhmad Mukarram, M.Hum : Ketua
  - ii. Ir. H.M. Najikh : Anggota
  - iii. Drs. H. Achmadi Joedhono : Anggota
  - iv. Drs. H. Djoko Poerwantoro : Anggota
- c) *General Manager* : H. Gunung Rijadi
- d) *Operational Manager* : Dennie Djumharjadi
- e) *Financial Manager* : Drs. H. Bambang Waluyojati
- f) *Account Officer / AO* : Ir. H. Yudi Budiman
- g) Administrasi :
  - i. Nur Kholis
  - ii. Ita

### 3. Produk – Produk BMT An-Nur Rewwin

Produk – Produk yang terdapat di BMT An-Nur Rewwin Sidoarjo dibagi menjadi 2 yaitu :<sup>80</sup>

- a. Produk Simpanan :

- 1) Simpanan *Mudharabah*

<sup>79</sup> Bambang Waluyojati, *Wawancara*, Sidoarjo, 30 April 2018.

<sup>80</sup> Gunung Rijadi, *Wawancara*, Sidoarjo, 9 Mei 2018.

- i. Simpanan yang pengambilan dan penyetorannya dapat dilakukan sewaktu-waktu selama kantor buka dan nasabah akan memperoleh bagi hasil.
  - ii. Minimal Setoran Awal di BMT An-Nur Rewwin sebesar Rp.50.000.
  - iii. Minimal setoran berikutnya sebesar Rp.10.000 dan tidak ada batas maksimalnya.
  - iv. Simpanan Mudharabah dapat digunakan sebagai jaminan pembiayaan.
- 2) Simpanan Aqiqah dan Qurban
- i. Simpanan yang bertujuan untuk pembelian hewan Qurban dan Aqiqah. Dapat diambil pada saat menjelang Hari Raya Idul Adha atau Hajat pelaksanaan Aqiqah.
  - ii. Minimal setoran pertama sebesar Rp.100.000
  - iii. Setoran berikutnya jika dibayar per minggu sebesar Rp.25.000 sedangkan jika dibayar perbulan sebesar Rp.100.000
  - iv. Biaya Pemeliharaan Hewan sebesar Rp.300.000
- 3) Simpanan Pendidikan
- i. Simpanan yang berguna untuk biaya pendidikan mulai dari TK sampai Perguruan Tinggi, meliputi Uang Gedung, SPP, Pembelian Peralatan Sekolah, dan lain-lain.

- ii. Simpanan dapat berupa harian / mingguan / bulanan, dapat juga dikoordinir dari pihak sekolah maupun individu.

b. Produk Pembiayaan

1) Pembiayaan *Musyarakah*

- i. Pembiayaan berdasarkan akad kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu, masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan ketentuan bahwa keuntungan dan resiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan.<sup>81</sup>
- ii. Pembiayaan dimana BMT An-Nur Rewwin juga memberikan kontribusi dana kepada nasabah untuk menjalankan suatu usaha yang halal dan telah disepakati antara pihak BMT dan nasabah.

2) Pembiayaan *Murabbahah*

- i. Pembiayaan dalam sistem jual beli dalam menyediakan objek / barang sesuai permintaan nasabah, kemudian BMT menjualnya kepada nasabah dengan harga beli ditambah dengan biaya *ujrah*.
- ii. Menggunakan akad *Murabbahah bil-wakalah*, dimana pembelian diwakilkan kepada nasabah.

---

<sup>81</sup> Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah* (Jakarta : Gaya Media Pratama, 2007), 166.

- iii. Pembayaran dapat dilakukan dengan cara diangsur sesuai waktu yang telah disepakati.

### 3) Pembiayaan *Qardh Hasan*

Pembiayaan yang dilakukan hanya 1 tahun sekali atas dasar sosial dan bagi orang yang benar – benar kurang mampu secara *financial*. Pembiayaan ini diberikan kepada orang yang sudah dikenali oleh pihak BMT An-Nur Rewwin.

### 4. Analisis Responden

Pada penelitian ini, sampel yang diambil sebagai responden yaitu nasabah yang menabung di BMT An-Nur Rewwin Sidoarjo yaitu sebesar 105 Responden. Adapun karakteristik Responden dari hasil penelitian ini mengenai Jenis Kelamin, Umur, Pendidikan Terakhir, Pekerjaan, Pendapatan tiap Bulan, dan Jarak dari BMT ke Tempat Tinggal sebagai berikut :

Tabel 4.1

Hasil Analisa berdasarkan Jenis Kelamin Responden

Jenis kelamin	Jumlah Responden	Prosentase Responden
Laki – Laki	58 Responden	0,55 (55 %)
Perempuan	47 Responden	0,45 (45 %)
Total	105 Responden	100 %

Sumber : Data diolah, 2018.

Pada gambar diatas, menunjukkan bahwa dari 105 Responden nasabah BMT An-Nur Rewwin yang melakukan produk tabungan / simpanan yang

diteliti, terdapat prosentase sebesar 55 % atau 58 Responden yang berjenis kelamin laki – laki dan terdapat 45 % atau 47 Responden yang berjenis kelamin perempuan. Jadi, dari keterangan hasil penyebaran kuisioner tersebut, dapat disimpulkan bahwa nasabah yang melakukan simpanan / tabungan yang paling dominan di BMT An-Nur Rewwin tersebut yaitu berjenis kelamin laki – laki dengan prosentase sebesar 55 % atau 58 Responden.

Tabel 4.2  
Hasil Analisa berdasarkan Umur Responden

Umur Responden	Jumlah Responden	Prosentase Responden
15 Tahun – 25 Tahun	28 Responden	0,26 (26 %)
26 Tahun – 35 Tahun	30 Responden	0,29 (29 %)
36 Tahun – 45 Tahun	47 Responden	0,45 (45 %)
46 tahun – 55 Tahun	-	-
56 Tahun Keatas	-	-
Total	105 Responden	100 %

Sumber : Data diolah, 2018.

Pada gambar diatas, menunjukkan bahwa dari 105 Responden nasabah BMT An-Nur Rewwin yang melakukan produk tabungan / simpanan yang diteliti, terdapat prosentase sebesar 26 % atau 28 Responden yang berusia antara 15 tahun – 25 tahun, terdapat 29 % atau 30 Responden yang berusia antara 26 tahun – 35 tahun, dan terdapat 45 % atau 47 Responden yang berusia antara 36 tahun – 45 tahun. Jadi, dari keterangan hasil penyebaran

kuisisioner tersebut, dapat disimpulkan bahwa nasabah yang paling dominan melakukan simpanan / tabungan di BMT An-Nur Rewwin tersebut yaitu pada usia 36 tahun – 45 tahun dengan prosentase sebesar 45 % atau 47 Responden.

Tabel 4.3

Hasil Analisa berdasarkan Pendidikan Terakhir Responden

Pendidikan Terakhir	Jumlah Responden	Prosentase Responden
SMP	2 Responden	0,02 (2 %)
SMA	48 Responden	0,46 (46 %)
Diploma	15 Responden	0,14 (14 %)
Sarjana	40 Responden	0,38 (38 %)
Lainnya	-	
Total	105 Responden	100 %

Sumber : Data diolah, 2018.

Pada gambar diatas, menjelaskan bahwa nasabah BMT An-Nur Rewwin yang melakukan produk tabungan / simpanan yang diteliti sebanyak 105 Responden diantaranya yaitu terdapat prosentase sebesar 2 % atau 2 Responden yang berpendidikan terakhir SMP, terdapat 46 % atau 48 Responden yang pendidikan terakhir SMA, terdapat 14 % atau 15 Responden yang pendidikan terakhir diploma, dan terdapat 38 % atau 40 Responden yang pendidikan terakhir sarjana. Jadi, dari keterangan hasil penyebaran kuisisioner tersebut, dapat disimpulkan bahwa nasabah yang paling dominan melakukan simpanan / tabungan di BMT An-Nur Rewwin yaitu dengan pendidikan terakhir SMA sebesar 46 % atau 48 Responden

Tabel 4.4  
Hasil Analisa berdasarkan Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Jumlah Responden	Prosentase Responden
PNS	3 Responden	0,03 (3 %)
Pegawai Swasta	38 Responden	0,36 (36 %)
Wiraswasta	47 Responden	0,45 (45 %)
Lainnya	17 Responden	0,16 (16 %)
Total	105 Responden	100 %

Sumber : Data diolah, 2018.

Pada gambar diatas, menjelaskan nasabah BMT An-Nur Rewwin yang melakukan produk tabungan / simpanan yang diteliti sebanyak 105 Responden diantaranya yaitu terdapat prosentase sebesar 3 % atau 3 Responden dengan pekerjaan sebagai PNS, terdapat 36 % atau 38 Responden dengan pekerjaan sebagai pegawai swasta, terdapat 45 % atau 47 Responden dengan pekerjaan sebagai wiraswasta, dan terdapat 16 % atau 17 Responden dengan pekerjaan lainnya. Jadi, dari keterangan hasil penyebaran kuisiонер tersebut, dapat disimpulkan bahwa nasabah yang paling dominan melakukan simpanan / tabungan di BMT An-Nur Rewwin yaitu sebesar 45 % atau 47 Responden dengan hasil pekerjaan wiraswasta.

Tabel 4.5

Hasil Analisa berdasarkan Pendapatan Perbulan Responden

Pendapatan per Bulan	Jumlah Responden	Prosentase Responden
< 1.000.000	2 Responden	0,02 (2 %)
1.000.000 – 3.000.000	35 Responden	0,33 (33 %)
3.000.000 – 5.000.000	41 Responden	0,39 (39 %)
> 5.000.000	27 Responden	0,26 (26 %)
Total	105 Responden	100 %

Sumber : Data diolah, 2018.

Pada gambar diatas, menunjukkan bahwa dari 105 Responden nasabah BMT An-Nur Rewwin yang melakukan produk tabungan / simpanan yang diteliti, terdapat 2 % atau 2 Responden dengan pendapatan perbulan sebesar kurang dari 1.000.000, terdapat 33 % atau 35 Responden dengan pendapatan perbulan sebesar antara 1.000.000 – 3.000.000, terdapat 39 % atau 41 Responden dengan pendapatan perbulan sebesar antara 3.000.000 – 5.000.000, dan terdapat 26 % atau 27 Responden dengan pendapatan perbulan sebesar lebih dari 5.000.000. Jadi, dari keterangan hasil penyebaran kuisisioner tersebut, dapat disimpulkan bahwa nasabah yang paling dominan melakukan simpanan / tabungan di BMT An-Nur Rewwin yaitu dengan pendapatan perbulan antara 3.000.000 – 5.000.000 sebesar 39 % atau 41 Responden.

Tabel 4.6

Hasil Analisa berdasarkan Jarak dari Tempat Tinggal Responden

Jarak dari BMT ke Tempat Tinggal	Jumlah Responden	Prosentase Responden
0 – 1 Km	44 Responden	0,42 (42 %)
1 – 3 Km	38 Responden	0,36 (36 %)
3 – 5 Km	15 Responden	0,14 (14 %)
> 5 Km	8 Responden	0,08 (8 %)
Total	105 Responden	100 %

Sumber : Data diolah, 2018.

Pada gambar diatas, menunjukkan bahwa dari 105 Responden nasabah BMT An-Nur Rewwin yang melakukan produk tabungan / simpanan yang diteliti, terdapat 42 % atau 44 Responden yang bertempat tinggal dengan jarak 0 – 1 km dengan BMT An-Nur Rewwin, terdapat 36 % atau 38 Responden yang bertempat tinggal dengan jarak 1 – 3 km dengan BMT An-Nur Rewwin, terdapat 14 % atau 15 Responden yang bertempat tinggal dengan jarak 3 – 5 km dengan BMT An-Nur Rewwin, dan terdapat 8 % atau 8 Responden yang bertempat tinggal dengan jarak lebih dari 5 km dengan BMT An-Nur Rewwin. Jadi, dari keterangan hasil penyebaran kuisisioner tersebut, dapat disimpulkan bahwa nasabah yang paling dominan melakukan simpanan / tabungan di BMT An-Nur Rewwin yaitu dengan jarak dari BMT ke tempat tinggal antara 0 km – 1 km sebesar 42 % atau 44 Responden.

## B. Analisis Data

### 1) Uji Validitas dan Reliabilitas

#### a. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya kuisisioner. Kuisisioner dapat dikatakan valid jika pertanyaan dari kuisisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut.<sup>82</sup> Apabila kriteria penilaian menunjukkan R hitung lebih dari sama dengan R tabel dengan taraf signifikansi 0,05 maka pertanyaan tersebut dikatakan valid dan sebaliknya.

Tabel 4.7

Hasil Analisa Uji Validitas berdasarkan Dimensi Pelayanan

Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Keramahan Karyawan	0,565	0,1918	Dinyatakan Valid
Kesopanan Karyawan	0,568	0,1918	Dinyatakan Valid
Kejelasan Karyawan dalam Memberikan Informasi	0,418	0,1918	Dinyatakan Valid
Pemrosesan Tabungan yang cepat	0,708	0,1918	Dinyatakan Valid
Kemudahan dalam Transaksi	0,628	0,1918	Dinyatakan Valid

Sumber : Data diolah, 2018.

<sup>82</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19, Cetakan ke-5*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), 52.

Pada Tabel diatas menunjukkan bahwa uji validitas menyatakan nilai *Pearson Correlation* atau R hitungnya dari setiap pertanyaan diatas lebih besar dari R tabel (0,1918) dengan nilai signifikan 0,05 dari jumlah data sebanyak 105 responden (Nilai Df = 103), dimana  $Df = n - 2$ . Jadi, pertanyaan diatas mengenai Keramahan Karyawan, Kesopanan Karyawan, Kejelasan Karyawan dalam Memberikan Informasi, Pemrosesan Tabungan yang cepat, Kemudahan dalam Transaksi, dinyatakan valid.

Tabel 4.8

Hasil Analisa Uji Validitas berdasarkan Dimensi Bagi Hasil

Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Kejelasan Bagi Hasil	0,622	0,1918	Dinyatakan Valid
Bagi Hasil yang diberikan menguntungkan	0,673	0,1918	Dinyatakan Valid
Bagi Hasilnya Lebih Besar	0,785	0,1918	Dinyatakan Valid

Sumber : Data diolah, 2018.

Pada Tabel diatas menunjukkan bahwa uji validitas menyatakan nilai *Pearson Correlation* atau R hitungnya dari setiap pertanyaan diatas lebih besar dari R tabel (0,1918) dengan nilai signifikan 0,05 dari jumlah data sebanyak 105 responden (Nilai Df = 103), dimana  $Df = n - 2$ . Jadi, pertanyaan diatas mengenai Kejelasan Bagi Hasil, Bagi

Hasil yang diberikan menguntungkan, Bagi Hasilnya Lebih Besar dinyatakan valid.

Tabel 4.9

Hasil Analisa Uji Validitas berdasarkan Dimensi Reputasi

Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Keamanan dalam bertransaksi	0,534	0,1918	Dinyatakan Valid
Lembaga yang sudah dikenal di Masyarakat	0,607	0,1918	Dinyatakan Valid
Jalinan Relasi	0,444	0,1918	Dinyatakan Valid
Merupakan Lembaga Keuangan Islam	0,600	0,1918	Dinyatakan Valid

Sumber : Data diolah, 2018.

Pada Tabel diatas menunjukkan bahwa uji validitas menyatakan nilai *Pearson Correlation* atau R hitungnya dari setiap pertanyaan diatas lebih besar dari R tabel (0,1918) dengan nilai signifikan 0,05 dari jumlah data sebanyak 105 responden (Nilai Df = 103), dimana  $Df = n - 2$ . Jadi, pertanyaan diatas mengenai Keamanan dalam bertransaksi, Lembaga yang sudah dikenal di Masyarakat, Jalinan Relasi, Merupakan Lembaga Keuangan Islam dinyatakan valid.

Tabel 4.10

Hasil Analisa Uji Validitas berdasarkan Dimensi Produk

Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Produk Sesuai Prinsip Islam	0,729	0,1918	Dinyatakan Valid
Terbebas dari Riba	0,591	0,1918	Dinyatakan Valid
Tidak Bertentangan dengan Agama	0,486	0,1918	Dinyatakan Valid

Sumber : Data diolah, 2018.

Pada Tabel diatas menunjukkan bahwa uji validitas menyatakan nilai *Pearson Correlation* atau R hitungnya dari setiap pertanyaan diatas lebih besar dari R tabel (0,1918) dengan nilai signifikan 0,05 dari jumlah data sebanyak 105 responden (Nilai Df = 103), dimana  $Df = n - 2$ . Jadi, pertanyaan diatas mengenai Produk Sesuai Prinsip Islam, Terbebas dari Riba, Tidak Bertentangan dengan Agama dinyatakan valid.

Tabel 4.11

Hasil Analisa Uji Validitas berdasarkan Dimensi Lokasi

Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Lokasi Strategis	0,751	0,1918	Dinyatakan Valid
Dekat dengan Tempat Tinggal	0,796	0,1918	Dinyatakan Valid
Akses Mudah	0,701	0,1918	Dinyatakan Valid

Sumber : Data diolah, 2018.

Pada Tabel diatas menunjukkan bahwa uji validitas menyatakan nilai *Pearson Correlation* atau R hitungnya dari setiap

pertanyaan diatas lebih besar dari R tabel (0,1918) dengan nilai signifikan 0,05 dari jumlah data sebanyak 105 responden (Nilai Df = 103), dimana  $Df = n - 2$ . Jadi, pertanyaan diatas mengenai Lokasi Strategis, Dekat dengan Tempat Tinggal, Akses Mudah dinyatakan valid.

Tabel 4.12

Hasil Analisa Uji Validitas berdasarkan Dimensi Referensi (Acuan)

Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Karena Ajakan Teman	0,838	0,1918	Dinyatakan Valid
Ikut – Ikutan Keluarga	0,735	0,1918	Dinyatakan Valid

Sumber : Data diolah, 2018.

Pada Tabel diatas menunjukkan bahwa uji validitas menyatakan nilai *Pearson Correlation* atau R hitungnya dari setiap pertanyaan diatas lebih besar dari R tabel (0,1918) dengan nilai signifikan 0,05 dari jumlah data sebanyak 105 responden (Nilai Df = 103), dimana  $Df = n - 2$ . Jadi, pertanyaan diatas mengenai Ajakan Teman, Ikut – Ikutan Keluarga dinyatakan valid.

Tabel 4.13

Hasil Analisa Uji Validitas berdasarkan Dimensi Ekonomi

Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Sesuai dengan Keadaan Ekonomi	1,000	0,1918	Dinyatakan Valid

Sumber : Data diolah, 2018.

Pada Tabel diatas menunjukkan bahwa uji validitas menyatakan nilai *Pearson Correlation* atau R hitungnya dari setiap pertanyaan diatas lebih besar dari R tabel (0,1918) dengan nilai signifikan 0,05 dari jumlah data sebanyak 105 responden (Nilai Df = 103), dimana  $Df = n - 2$ . Jadi, pertanyaan diatas mengenai Sesuai dengan Keadaan Ekonomi dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas berfungsi untuk mengetahui sejauh mana suatu hasil pengukuran tetap konsistensi apabila dilakukan pengukuran sebanyak 2 kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan alat ukur yang sama pula.<sup>83</sup> Pada Uji Reliabilitas, Pengukuran Kuisisioner dapat dikatakan reliabel apabila *Cronbach's Alpha* mempunyai nilai lebih dari 0,6 dan sebaliknya.

Tabel 4.14

Hasil Analisa Uji Reliabilitas

Dimensi	Pernyataan	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Pelayanan	Keramahan Karyawan	0,722	Dinyatakan Reliabel
	Kesopanan Karyawan		
	Kejelasan Karyawan dalam Memberikan Informasi		

<sup>83</sup> Dwi Martono, "*Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Nasabah BMT Amanah Ummah di Universitas Muhammadiyah Surakarta*, (Skripsi—Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2007), 29

	Pemrosesan Tabungan yang cepat		
	Kemudahan dalam Transaksi		
Bagi Hasil	Kejelasan Bagi Hasil	0,770	Dinyatakan Reliabel
	Bagi Hasil yang diberikan menguntungkan		
	Bagi Hasilnya Lebih Besar		
Reputasi	Keamanan dalam bertransaksi	0,675	Dinyatakan Reliabel
	Lembaga yang sudah dikenal di Masyarakat		
	Jalinan Relasi		
Produk	Merupakan Lembaga Keuangan Islam	0,699	Dinyatakan Reliabel
	Produk Sesuai Prinsip Islam		
	Terbebas dari Riba		
Lokasi	Tidak Bertentangan dengan Agama	0,802	Dinyatakan Reliabel
	Lokasi Strategis		
	Dekat dengan Tempat Tinggal		
Referensi (Acuan)	Akses Mudah	0,823	Dinyatakan Reliabel
	Karena Ajakan Teman Ikut – Ikutan Keluarga		
Ekonomi	Sesuai dengan Keadaan Ekonomi	1,000	Dinyatakan Reliabel

Sumber : Data diolah, 2018.

Pada tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa Uji Reliabilitas menunjukkan semua pertanyaan memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,6. Jadi, semua pertanyaan dikatakan Reliabel.

## 2) Uji Analisis Faktor

### a. Uji Kecukupan Sampling

#### a) Uji KMO (*Kaiser-Meyer-Olkin*) dan Bartlett's Test

KMO (*Kaiser-Meyer-Olkin*) digunakan untuk meneliti ketepatan penggunaan analisis faktor. Apabila KMO (*Kaiser-Meyer-Olkin*) memiliki nilai antara 0,5 sampai 1 berarti analisis faktor dapat dilanjutkan.

Hipotesis pada Bartlett's Test antara lain :<sup>84</sup>

Ho : Sampel belum memadai untuk dianalisis lebih lanjut.

Ha : Sampel sudah memadai untuk dianalisis lebih lanjut.

Pengujian dapat dilihat melalui nilai probabilitas dengan tingkat signifikan :

Nilai Signifikan > 0,05, maka Ho dapat diterima.

Nilai Signifikan < 0,05, maka Ho ditolak

Tabel 4.15

Hasil Analisa Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) dan Bartlett's Test

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,610
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	442,645
	Df	210
	Sig.	,000

Sumber : Data diolah, 2018.

<sup>84</sup> Edy Supriyadi, *SPSS + Amos Statistical Data Analysis : Perangkat Lunak Statistik*, (Bogor : In Media, 2014), 119

Pada tabel diatas menjelaskan bahwa nilai KMO menunjukkan angka 0,610 dengan taraf signifikasi 0,000. Pada tabel tersebut, Nilai KMO lebih besar dari 0,5 maka analisis faktor tepat untuk digunakan atau dapat dikatakan data tersebut memenuhi syarat kecukupan sampling dan dapat diteliti lebih lanjut.

Pada tabel diatas, menunjukkan nilai dari Bartlett's Test menunjukkan angka 442,645 dengan signifikasi 0,000 lebih kecil dari 5 % (0,05), maka data tersebut memenuhi persyaratan dan dapat diteliti lebih lanjut lagi.

b) Uji MSA (*Measure of Sampling Adequacy*)

Uji MSA digunakan untuk mengukur kecukupan sampling pada setiap Indikatornya. Apabila MSA memiliki nilai kurang dari 0,5 maka pernyataan tersebut tidak dapat dianalisis lebih lanjut dan harus dikeluarkan, sedangkan untuk MSA lebih dari 0,5 maka dapat dianalisis lebih lanjut lagi.

Tabel 4.16  
Hasil Analisa *Anti-Image Matrices*

No.	Indikator	Nilai MSA	Keterangan
1.	Keramahan	0,702 <sup>a</sup>	Valid
2.	Kesopanan	0,703 <sup>a</sup>	Valid
3.	Kejelasan Informasi	0,477 <sup>a</sup>	Tidak Valid
4.	Pemrosesan Cepat	0,617 <sup>a</sup>	Valid
5.	Kemudahan	0,633 <sup>a</sup>	Valid
6.	Bagi Hasil Jelas	0,637 <sup>a</sup>	Valid
7.	Bagi Hasil Menguntungkan	0,643 <sup>a</sup>	Valid
8.	Bagi Hasilnya lebih besar	0,716 <sup>a</sup>	Valid
9.	Keamanan	0,540 <sup>a</sup>	Valid
10.	Sudah dikenal di Masyarakat	0,705 <sup>a</sup>	Valid
11.	Relasi	0,589 <sup>a</sup>	Valid
12.	Merupakan Lembaga Keuangan Islam	0,591 <sup>a</sup>	Valid
13.	Produk sesuai Prinsip Islam	0,691 <sup>a</sup>	Valid
14.	Bebas Riba	0,576 <sup>a</sup>	Valid
15.	Tidak Bertentangan dengan agama	0,482 <sup>a</sup>	Tidak Valid
16.	Lokasi Strategis	0,709 <sup>a</sup>	Valid
17.	Dekat dengan tempat tinggal	0,534 <sup>a</sup>	Valid
18.	Akses Mudah	0,674 <sup>a</sup>	Valid
19.	Ajakan Teman	0,511 <sup>a</sup>	Valid
20.	Ikut – Ikutan Keluarga	0,477 <sup>a</sup>	Tidak Valid
21.	Sesuai Keadaan Ekonomi	0,451 <sup>a</sup>	Tidak Valid

Sumber : Data diolah, 2018.

Dari 21 Indikator, yang memiliki nilai MSA (*Measure of Sampling Adequacy*) lebih dari 0,5 yaitu hanya terdapat 17 Indikator. Jadi, apabila nilai MSA nya kurang dari 0,5 maka dinyatakan tidak valid dan harus dikeluarkan. Adapun Indikator - Indikator yang harus dikeluarkan yaitu Mengenai Kejelasan Karyawan dalam memberikan Informasi (0,477), Mengenai Tidak bertentangan dengan agama

(0,482), Mengenai Ikut – Ikutan Keluarga (0,477) dan Mengenai Kesesuaian dengan keadaan ekonomi (0,451).

c) Uji ulang Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) dan Bartlett's Test dan MSA (*Measure of Sampling Adequacy*)

Tabel 4.17  
Hasil Analisa Uji Ulang KMO dan Bartlett's Test

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,665
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	323,709
	Df	136
	Sig.	,000

Sumber : Data diolah, 2018.

Pada tabel pengujian ulang diatas menjelaskan bahwa nilai KMO menunjukkan angka 0,665 dengan taraf signifikasi 0,000. Pada tabel tersebut, Nilai KMO lebih besar dari 0,5 maka analisis faktor tepat untuk digunakan atau dapat dikatakan data tersebut memenuhi syarat kecukupan sampling dan dapat diteliti lebih lanjut.

Pada tabel diatas, menunjukkan nilai dari Bartlett's Test menunjukkan angka 323,709 dengan signifikasi 0,000 lebih kecil dari 5 % (0,05), maka data tersebut memenuhi persyaratan dan dapat diteliti lebih lanjut lagi.

Tabel 4.18  
Hasil Analisa Uji Ulang *Anti-Image Matrices*

No.	Indikator	Nilai MSA	Keterangan
1.	Keramahan	0,682 <sup>a</sup>	Valid
2.	Kesopanan	0,691 <sup>a</sup>	Valid
3.	Pemrosesan Cepat	0,629 <sup>a</sup>	Valid
4.	Kemudahan	0,528 <sup>a</sup>	Valid
5.	Bagi Hasil Jelas	0,657 <sup>a</sup>	Valid
6.	Bagi Hasil Menguntungkan	0,676 <sup>a</sup>	Valid
7.	Bagi Hasilnya lebih besar	0,700 <sup>a</sup>	Valid
8.	Keamanan	0,533 <sup>a</sup>	Valid
9.	Sudah dikenal di Masyarakat	0,693 <sup>a</sup>	Valid
10.	Relasi	0,642 <sup>a</sup>	Valid
11.	Merupakan Lembaga Keuangan Islam	0,597 <sup>a</sup>	Valid
12.	Produk sesuai Prinsip Islam	0,731 <sup>a</sup>	Valid
13.	Bebas Riba	0,603 <sup>a</sup>	Valid
14.	Lokasi Strategis	0,721 <sup>a</sup>	Valid
15.	Dekat dengan tempat tinggal	0,668 <sup>a</sup>	Valid
16.	Akses Mudah	0,685 <sup>a</sup>	Valid
17.	Ajakan Teman	0,658 <sup>a</sup>	Valid

Sumber : Data diolah, 2018.

Hasil Analisis Pengujian Ulang pada Pengujian *Anti-Image Matrices* dari 17 Indikator diatas sudah menunjukkan nilai MSA > 0,5 dan sudah valid sehingga dapat dianalis lebih lanjut lagi.

b. Pembentukan Faktor

a) Uji *Communalities*

*Communalities* berfungsi untuk menunjukkan seberapa besar indikator dapat menjelaskan faktor. Semakin besar nilai dari tiap – tiap Indikator pada hasil *Communalities* berarti semakin erat hubungannya dengan faktor yang terbentuk.

Tabel 4.19  
Hasil Analisa *Communalities*

Pernyataan	Initial	Extraction
Keramahan	1,000	,639
Kesopanan	1,000	,646
Pemrosesan Cepat	1,000	,728
Kemudahan	1,000	,573
Bagi Hasil Jelas	1,000	,457
Bagi Hasil Menguntungkan	1,000	,520
Bagi Hasilnya lebih besar	1,000	,593
Keamanan	1,000	,711
Sudah dikenal Masyarakat	1,000	,731
Relasi	1,000	,585
Merupakan Lembaga Keuangan Islam	1,000	,547
Produk sesuai prinsip islam	1,000	,547
Bebas Riba	1,000	,603
Lokasi Strategis	1,000	,681
Dekat dengan tempat tinggal	1,000	,596
Akses Mudah	1,000	,612
Ajakan Teman	1,000	,600

Sumber : Data diolah, 2018.

- a. Untuk Indikator “Keramahan” bernilai sebesar 0,639, yang artinya Indikator Keramahan dapat menjelaskan faktor sebesar 63,9 % dari seluruh faktor yang terbentuk.
- b. Untuk Indikator “Kesopanan” bernilai sebesar 0,646, yang artinya Indikator tersebut dapat menjelaskan faktor sebesar 64,6 % dari seluruh faktor yang terbentuk.

- c. Untuk Indikator “Pemrosesan secara Cepat” yaitu bernilai sebesar 0,728, yang artinya Indikator tersebut dapat menjelaskan faktor sebesar 72,8 % dari seluruh faktor yang terbentuk.
- d. Untuk Indikator “Kemudahan dalam transaksi” yaitu bernilai sebesar 0,573, yang artinya Indikator tersebut dapat menjelaskan faktor sebesar 57,3 % dari seluruh faktor yang terbentuk.
- e. Untuk Indikator “Bagi Hasil yang Jelas” yaitu bernilai sebesar 0,457, yang artinya Indikator tersebut dapat menjelaskan faktor sebesar 45,7 % dari seluruh faktor yang terbentuk.
- f. Untuk Indikator “Bagi Hasil yang Menguntungkan” yaitu bernilai sebesar 0,520, yang artinya Indikator tersebut dapat menjelaskan faktor sebesar 52 % dari seluruh faktor yang terbentuk.
- g. Untuk Indikator “Bagi Hasil Besar” yaitu bernilai sebesar 0,841, yang artinya Indikator tersebut dapat menjelaskan faktor sebesar 84,1 % dari seluruh faktor yang terbentuk.
- h. Untuk Indikator “Keamanan” yaitu bernilai sebesar 0,711, yang artinya Indikator tersebut dapat menjelaskan faktor sebesar 71,1 % dari seluruh faktor yang terbentuk.
- i. Untuk Indikator “Sudah dikenal di Masyarakat” bernilai sebesar 0,765, yang artinya Indikator tersebut dapat menjelaskan faktor sebesar 76,5 % dari seluruh faktor yang terbentuk.

- j. Untuk Indikator “Relasi” yaitu bernilai sebesar 0,585, yang artinya Indikator tersebut dapat menjelaskan faktor sebesar 58,5 % dari seluruh faktor yang terbentuk.
- k. Untuk Indikator “Merupakan Lembaga Keuangan Islam” yaitu bernilai sebesar 0,547, yang artinya Indikator tersebut dapat menjelaskan faktor sebesar 54,7 % dari seluruh faktor yang terbentuk.
- l. Untuk Indikator “Produk sesuai Prinsip Islam” bernilai sebesar 0,762, yang artinya Indikator tersebut dapat menjelaskan faktor sebesar 76,2 % dari seluruh faktor yang terbentuk.
- m. Untuk Indikator “Bebas Riba” yaitu bernilai sebesar 0,603, yang artinya Indikator tersebut dapat menjelaskan faktor sebesar 60,3 % dari seluruh faktor yang terbentuk.
- n. Untuk Indikator “Lokasi Strategis” bernilai sebesar 0,681, yang artinya Indikator tersebut dapat menjelaskan faktor sebesar 68,1 % dari seluruh faktor yang terbentuk.
- o. Untuk Indikator “Dekat dengan Tempat Tinggal” bernilai sebesar 0,596, yang artinya Indikator tersebut dapat menjelaskan faktor sebesar 59,6 % dari seluruh faktor yang terbentuk.

- p. Untuk Indikator “Kemudahan Akses” bernilai sebesar 0,612, yang artinya Indikator tersebut dapat menjelaskan faktor sebesar 61,2 % dari seluruh faktor yang terbentuk.
- q. Untuk Indikator “Ajakan Teman” yaitu bernilai sebesar 0,600, yang artinya Indikator tersebut dapat menjelaskan faktor sebesar 60 % dari seluruh faktor yang terbentuk.

b) Menentukan Banyak Faktor

Pada penelitian ini, proses ekstraksi yang digunakan yaitu menggunakan metode PCA (*Principal Component Analysis*). Faktor – Faktor yang mempunyai nilai *eigenvalues* kurang dari 1 maka tidak mempunyai anggota variabel pembentuk faktor, kemudian apabila nilai *eigenvalues* lebih besar dari 1 maka termasuk suatu faktor yang signifikan.

Tabel 4.20  
Hasil Analisa Total *Variance Explained*

Component	Initial Eigenvalues		
	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3,122	18,368	18,368
2	2,148	12,637	31,005
3	1,541	9,066	40,071
4	1,351	7,950	48,021
5	1,147	6,747	54,768
6	1,057	6,220	60,988
7	,986	5,798	66,786
8	,845	4,973	71,758
9	,764	4,494	76,253
10	,689	4,054	80,306
11	,650	3,826	84,132
12	,601	3,535	87,667

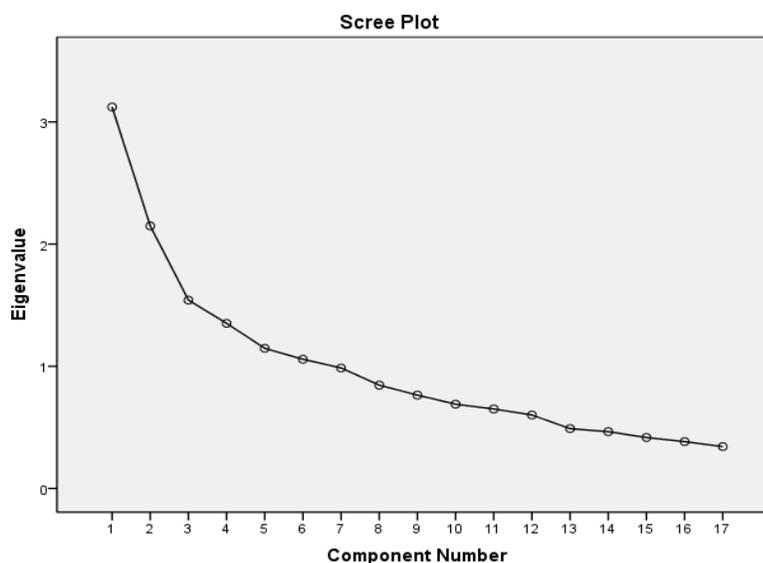
13	,489	2,879	90,546
14	,465	2,733	93,279
15	,417	2,453	95,731
16	,383	2,254	97,986
17	,342	2,014	100,000

Sumber : Data diolah, 2018.

Pada Tabel diatas, menunjukkan Proses Ekstraksi dengan Metode *Principal Component Analysis* (PCA). Syarat dari PCA yaitu dapat dilihat dari nilai *Eigenvalues* harus diatas 1 untuk dibentuk sebagai faktor. Pada tabel tersebut, dilihat dari nilai total *Initial Eigenvalues*. Untuk nilai total *Initial Eigenvalues* yang memiliki nilai diatas 1 yaitu terdapat 6 Faktor (Pada nomor 1-6). Jadi, dapat disimpulkan bahwa pada hasil tersebut terdapat 6 faktor yang terbentuk.

Pada komponen 1 terdapat nilai *Eigenvalues* sebesar 3,122, Pada komponen 2 terdapat nilai *Eigenvalues* sebesar 2,148, Pada komponen 3 terdapat nilai *Eigenvalues* sebesar 1,541, Pada komponen 4 terdapat nilai *Eigenvalues* sebesar 1,351, Pada komponen 5 terdapat nilai *Eigenvalues* sebesar 1,147, dan Pada komponen 6 terdapat nilai *Eigenvalues* sebesar 1,057.

Gambar 4.2  
Hasil Analisa *Scree Plot*



Scree Plot disebut sebagai visualisasi dari nilai *eigenvalue* dan banyaknya faktor – faktor yang dapat diekstrak. Pada gambar ini, yang memiliki nilai *eigenvalue* diatas 1 terdapat 6 komponen atau faktor. Jadi, dari gambar *Scree Plot* ini dapat dilihat berapa banyaknya faktor yang dapat diekstrak.

c. Interpretasi Hasil Analisis Faktor

a) Pengelompokan Variabel ke dalam Faktor

Pengelompokan variabel ke dalam faktor dapat ditentukan berdasarkan dari nilai *Loading Factor* yang menunjukkan besarnya korelasi pada masing – masing Indikator dengan faktor yang dibentuk. *Loading Factor* yang memiliki nilai terbesar berarti dapat menjelaskan

bahwa Indikator tersebut menjadi satu keanggotaan kelompok faktor yang terbentuk.

Tabel 4.21  
Hasil Analisa Nilai *Loading Factor*

**Component Matrix<sup>a</sup>**

	Component					
	1	2	3	4	5	6
Lokasi Strategis	,645	-,441	-,039	,178	-,195	-,011
Produk sesuai prinsip islam	,608	,296	,141	,031	-,186	,185
Sudah dikenal Masyarakat	,586	,092	,019	,316	-,431	,305
Bagi Hasilnya lebih besar	,564	,226	-,222	-,051	-,385	,155
Bagi Hasil Menguntungkan	,500	,165	-,332	-,257	,098	-,239
Pemrosesan Cepat	,484	-,048	,234	-,424	,461	,211
Dekat dengan tempat tinggal	,474	-,460	-,342	-,071	,038	-,191
Akses Mudah	,466	-,137	-,221	,308	,397	-,274
Keramahan	,463	,344	,394	-,143	-,009	-,361
Ajakan Teman	-,220	,711	,064	,188	,058	-,057
Merupakan Lembaga Keuangan Islam	,073	,641	-,147	,271	,164	,094
Kesopanan	,300	,479	,214	-,351	-,077	-,388
Bagi Hasil Jelas	,289	,087	-,582	,005	,119	-,114
Relasi	,295	-,338	,393	,372	,297	,042
Bebas Riba	,313	,079	,437	,515	,175	-,112
Kemudahan	,301	-,198	,383	-,462	,020	,287
Keamanan	,180	,338	-,286	-,039	,436	,539

Sumber : Data diolah, 2018.

Pengelompokan komponen matriks dilihat berdasarkan pada nilai yang terbesar dari tiap – tiap Indikator dan komponennya, antara lain :

- a. Komponen (Faktor) 1 terdiri dari : Lokasi Strategis (0,645), Produk Sesuai Prinsip Islam (0,608), Sudah dikenal di Masyarakat (0,586), Bagi Hasilnya lebih besar (0,564), Bagi Hasilnya

Menguntungkan (0,500), Pemrosesan Cepat (0,484), Dekat dengan Tempat Tinggal (0,474), Akses Mudah (0,466), Keramahan (0,463)

- b. Komponen (Faktor) 2 terdiri dari : Ajakan Teman (0,711), Merupakan Lembaga Keuangan Islam (0,641), Kesopanan (0,479)
- c. Komponen (Faktor) 3 terdiri dari : Bagi Hasilnya jelas (0,582), Relasi (0,393)
- d. Komponen (Faktor) 4 terdiri dari : Bebas Riba (0,515), Kemudahan (0,462)
- e. Komponen (Faktor) 5 terdiri dari : Tidak terdapat Komponen pada Variabel ini.
- f. Komponen (Faktor) 6 terdiri dari : Keamanan (0,539)

Karena terdapat komponen atau faktor yang belum memiliki anggota, maka harus dilakukan dengan melalui metode *Rotation* (Rotasi) yang berguna untuk melihat indikator – indikator yang akan masuk dalam komponen atau faktor 1, 2, 3, 4, 5 atau 6. Pada penelitian ini, dilakukan Rotasi dengan metode varimax dan akan dijelaskan di bawah ini :

Tabel 4.22  
Hasil Analisa *Rotated Component Matrix*

**Rotated Component Matrix<sup>a</sup>**

	Component					
	1	2	3	4	5	6
Sudah dikenal Masyarakat	,833	-,002	,018	-,023	,189	-,027
Bagi Hasilnya lebih besar	,693	,026	,237	,157	-,172	,049
Produk sesuai prinsip islam	,623	,132	,051	,274	,134	,216
Merupakan Lembaga Keuangan Islam	,157	,700	,135	,073	,057	-,073
Ajakan Teman	-,043	,689	-,157	,232	-,029	-,210
Keamanan	,134	,553	,259	-,285	-,069	,483
Lokasi Strategis	,487	-,492	,304	-,040	,325	,041
Bagi Hasil Jelas	,114	,109	,638	-,042	-,141	-,051
Akses Mudah	,000	-,016	,626	,018	,468	-,004
Bagi Hasil Menguntungkan	,158	,008	,585	,334	-,134	,151
Dekat dengan tempat tinggal	,129	-,479	,581	-,045	,073	,068
Kesopanan	,082	,128	,055	,774	-,110	,089
Keramahan	,165	,051	,029	,737	,220	,128
Bebas Riba	,144	,137	-,070	,172	,726	-,049
Relasi	,024	-,172	-,028	-,096	,716	,178
Pemrosesan Cepat	,011	-,054	,162	,190	,155	,799
Kemudahan	,148	-,308	-,208	,140	-,010	,627

Sumber : Data diolah, 2018.

Pada tabel diatas merupakan hasil dari proses rotasi (*Rotated Component Matrix*) dengan hasil distribusi yang lebih nyata dan lebih jelas. Pengelompokan *Rotated Component Matrix* dilihat berdasarkan pada nilai yang terbesar dari tiap – tiap Indikator dan komponennya, antara lain :

- a. Komponen (Faktor) 1 terdiri dari : Sudah dikenal di Masyarakat (0,833), Bagi Hasilnya Besar (0,693), dan Produk sesuai Prinsip Islam (0,623).
  - b. Komponen (Faktor) 2 terdiri dari : Merupakan Lembaga Keuangan Islam (0,700), Ajakan Teman (0,689), Keamanan (0,553), dan Lokasi Strategis (0,492).
  - c. Komponen (Faktor) 3 terdiri dari : Bagi Hasil yang Jelas (0,638), Akses Mudah (0,626), Bagi Hasil yang Menguntungkan (0,585), dan Dekat dengan Tempat Tinggal (0,581).
  - d. Komponen (Faktor) 4 terdiri dari : Kesopanan (0,774), dan Keramahan (0,737).
  - e. Komponen (Faktor) 5 terdiri dari : Bebas Riba (0,726) dan Relasi (0,716).
  - f. Komponen (Faktor) 6 terdiri dari : Pemrosesan Cepat (0,799) dan Kemudahan Transaksi (0,627).
- b) Penamaan Faktor

Apabila sudah dibentuk pengelompokan dan banyaknya faktor yang terbentuk dari hasil reduksi, maka penamaan faktor dapat dilakukan dengan cara melihat faktor – faktor yang sudah terbentuk dan dapat mewakili dari anggota tersebut.

Tabel 4.23  
Hasil Penamaan Faktor

Faktor	Indikator	% of Variance	Nama Faktor
Faktor ke-1	Sudah dikenal di Masyarakat	18,368	Faktor Reputasi
	Bagi Hasil Lebih Besar		
	Produk Sesuai Prinsip Islam		
Faktor ke-2	Merupakan Lembaga Keuangan Islam	12,637	Faktor Lokasi
	Ajakan Teman		
	Keamanan		
	Lokasi Strategis		
Faktor ke-3	Bagi Hasil Jelas	9,066	Faktor Bagi Hasil
	Akses Mudah		
	Bagi Hasil yang Menguntungkan		
	Dekat dengan Tempat Tinggal		
Faktor ke-4	Kesopanan	7,950	Faktor Pelayanan
	Keramahan		
Faktor ke-5	Bebas Riba	6,747	Faktor Referensi
	Relasi		
Faktor ke-6	Pemrosesan Cepat	6,220	Faktor Produk
	Kemudahan		

Sumber : Data diolah, 2018.

Jadi, Faktor – Faktor yang dapat mempengaruhi minat nasabah dalam menabung di BMT An-Nur Rewwin yaitu terdiri dari 6 Faktor yaitu Faktor Reputasi, Faktor Lokasi, Faktor Bagi Hasil, Faktor Pelayanan, Faktor Referensi dan Faktor Produk.

d. Validasi Hasil Analisis Faktor

Tabel 4.24  
Hasil Analisa *Component Transformation Matrix*

**Component Transformation Matrix**

Component	1	2	3	4	5	6
1	,638	-,156	,488	,318	,329	,348
2	,169	,853	-,059	,443	-,201	-,060
3	-,052	-,113	-,729	,394	,487	,246
4	,201	,266	,006	-,360	,668	-,560
5	-,600	,331	,355	-,116	,392	,487
6	,401	,235	-,318	-,636	-,123	,514

Sumber : Data diolah, 2018.

Cara membaca pada tabel tersebut yaitu dari arah diagonal (dari kiri ke kanan bawah), dimana membacanya yaitu antara *Component 1* dengan *Component 1*, *Component 2* dengan *Component 2*, *Component 3* dengan *Component 3*, dan *Component 4* dengan *Component 4*.

Pada data diatas, yang menunjukkan angka diatas 0,5 yaitu terdapat pada *Component 1* (0,638), *Component 2* (0,853), *Component 3* (0,729) dan *Component 6* (0,514) dengan mengabaikan nilai negatif, karena negatif hanya menunjukkan arah korelasi saja. Jadi, walaupun yang memiliki nilai *Component* lebih dari 0,5 hanya 4 *Component* atau faktor saja, tetapi itu sudah dapat menunjukkan kalau antar *Component* atau Faktor memiliki korelasi yang cukup tinggi.

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN**

#### **A. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah untuk Menabung di BMT An-Nur Rewwin Sidoarjo**

Berdasarkan hasil penelitian dengan uji analisis data menggunakan uji Analisis Faktor terdapat 21 Indikator. Dari 21 Indikator terdapat 4 Indikator yang memiliki nilai MSA (*Measure of Sampling Adequacy*) kurang dari 0,5 sehingga tidak dapat dihitung dan harus dikeluarkan atau dikatakan tidak valid dan harus diuji ulang.

Indikator yang harus dikeluarkan karena memiliki nilai MSA (*Measure of Sampling Adequacy*) kurang dari 0,5 yaitu Mengenai Kejelasan Karyawan dalam memberikan Informasi sebesar 0,477, Mengenai Tidak bertentangan dengan agama sebesar 0,482, Mengenai Ikut – Ikutan Keluarga sebesar 0,477 dan Mengenai Kesesuaian dengan keadaan ekonomi sebesar 0,451. Sedangkan untuk 17 Indikator lainnya mempunyai nilai MSA (*Measure of Sampling Adequacy*) lebih dari 0,5 dan dapat dianalisis lebih lanjut lagi.

Dari 17 Indikator yang mempunyai nilai MSA (*Measure of Sampling Adequacy*) lebih dari 0,5 yaitu Keramahan sebesar 0,682, Kesopanan sebesar 0,691, Pemrosesan Cepat sebesar 0,629, Kemudahan sebesar 0,528, Bagi Hasil Jelas sebesar 0,657, Bagi Hasil Menguntungkan sebesar 0,676, Bagi Hasilnya lebih besar sebesar 0,700, Keamanan sebesar 0,533, Sudah dikenal di Masyarakat sebesar 0,693, Relasi sebesar 0,642, Merupakan Lembaga Keuangan Islam sebesar 0,597, Produk sesuai Prinsip Islam sebesar 0,731, Bebas Riba sebesar 0,603, Lokasi Strategis sebesar 0,721, Dekat dengan tempat tinggal sebesar 0,668, Akses Mudah sebesar 0,685 dan Ajakan Teman sebesar 0,658.

Dari 17 Indikator yang dapat dianalisis lebih lanjut lagi, terdapat 6 faktor yang terbentuk Meliputi :

1. Faktor Reputasi Mempengaruhi Minat Nasabah untuk Menabung

Menurut Hardjana, Reputasi merupakan hasil dari citra yang dibangun oleh masyarakat berdasarkan pengalaman langsung maupun tidak langsung dalam kinerja perusahaan.<sup>85</sup> Reputasi perusahaan merupakan suatu penghargaan yang diperoleh karena hal – hal yang positif dari suatu perusahaan seperti kemampuan yang dimiliki perusahaan untuk terus mengembangkan dan menciptakan sesuatu yang dibutuhkan oleh

---

<sup>85</sup> Agus M. Hardjana, *Komunikasi intrapersonal & Komunikasi Interpersonal*, (Yogyakarta: Kanisius, 2003), 13.

masyarakat.<sup>86</sup> Reputasi Perusahaan menjadi salah satu faktor seseorang memutuskan untuk menggunakan suatu produk dari perusahaan.

Nasabah dapat mempertimbangkan apabila semakin baik Reputasi Lembaga Keuangan di Masyarakat, maka akan semakin menarik Minat Nasabah untuk mempercayakan uangnya agar disimpan dan dikelola di lembaga keuangan tersebut, serta semakin sedikit pelanggaran hukum yang dilakukan oleh lembaga keuangan maka semakin besar pula minat nasabah untuk menabung di lembaga keuangan tersebut.

Pada Penelitian ini, Faktor Reputasi memiliki nilai sebesar 18,368 meliputi :

a. Lembaganya Sudah dikenal di Masyarakat

Berdasarkan Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Indikator Lembaganya sudah dikenal di Masyarakat memiliki nilai sebesar 0,693 dalam mempengaruhi Minat Nasabah untuk Menabung di BMT An-Nur Rewwin Sidoarjo.

b. Bagi Hasilnya Besar

Berdasarkan Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Indikator Bagi Hasilnya Besar ini memiliki nilai sebesar 0,700 dalam mempengaruhi Minat Nasabah untuk Menabung di BMT An-Nur Rewwin Sidoarjo.

---

<sup>86</sup> Eka Nopitasari, "Pengaruh Lokasi, Produk, Reputasi, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Mahasiswa IAIN Surakarta Menggunakan Bak Syariah", (Skripsi—Institut Agama Islam Negeri Surakarta, 2017), 53.

c. Produk sesuai Prinsip Islam.

Berdasarkan Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Indikator Produk Sesuai Prinsip Islam memiliki nilai sebesar 0,731 dalam mempengaruhi Minat Nasabah untuk Menabung di BMT An-Nur Rewwin Sidoarjo. Hal tersebut karena sebagian besar dari nasabah yang menabung di BMT An-Nur Rewwin merupakan Jama'ah dari Masjid An-Nur, dimana Masjid An-Nur Rewwin dengan BMT An-Nur Rewwin saling bekerja sama.

2. Faktor Lokasi Mempengaruhi Minat Nasabah untuk Menabung

Lokasi merupakan suatu kegiatan atau aktivitas usaha yang dilakukan.<sup>87</sup> Lokasi akan mempengaruhi pertumbuhan pada masa yang akan datang. Lokasi yang dipilih haruslah mampu untuk tumbuh dari segi ekonomi sehingga dapat mempertahankan kelangsungan hidup usaha atau perusahaan.

Lokasi usaha biasanya dipilih karena letaknya yang strategis, karena akan mempermudah proses dalam memperkenalkan produk pada masyarakat yang luas dan akan mempermudah untuk mencapai tujuan dari suatu usaha atau perusahaan. Lokasi yang baik dapat menjamin tersedianya akses yang cepat dan dapat menarik nasabah untuk menggunakan produk yang sesuai serta dibutuhkan nasabah.

---

<sup>87</sup> Swastha, *Azas – Azas Pemasaran*, (Yogyakarta: Liberty, 2002), 24.

Faktor Lokasi pada penelitian ini mempunyai nilai sebesar 12,637 meliputi Ajakan Teman, Merupakan Lembaga Keuangan Islam, Keamanan, dan Lokasi Strategis. Berdasarkan hasil diatas, Faktor Lokasi berpengaruh terhadap Minat Nasabah dalam Menabung di BMT An-Nur Rewwin Sidoarjo.

Berdasarkan Indikator yang masuk dalam kelompok Faktor Lokasi meliputi:

a. Ajakan Teman

Ajakan Teman dapat berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menyimpan uangnya di BMT An-Nur Rewwin Sidoarjo karena dari responden yang diteliti, tidak sedikit juga yang mengatakan bahwa beliau menabung di BMT An-Nur Rewwin Sidoarjo karena ajakan dari temannya yang sebagai karyawan di BMT An-Nur Rewwin Sidoarjo dan dapat dilihat juga dari hasil penelitian tersebut pada variabel Ajakan teman ini memiliki nilai sebesar 0,658.

Sebagai contoh wawancara dari Bapak Sugeng yang mengatakan bahwa :  
“Saya menabung disini itu ya karena saya habis menjual tanah, kemudian waktu itu saya tanya ke teman saya yang kerja di BMT ini, kemudian teman saya ini menawarkan saya untuk menabung di BMT nya. Karena persyaratan mudah dan saya juga sudah kenal lama sama beliau, jadi saya ya mau mbak untuk menabung disini”.

Dari wawancara diatas juga mewakili dari hasil penelitian ini, ajakan teman juga dapat mempengaruhi minat nasabah untuk menabung di BMT An-Nur Rewwin Sidoarjo.

b. Merupakan Lembaga Keuangan Islam

Karena Nasabah dari BMT An-Nur Rewwin ini sebagian besar merupakan Jama'ah dari Masjid An-nur Rewwin, maka Mereka juga akan memperhatikan Lembaga Keuangan yang Islam untuk Mengelola Uang Mereka. Maka dari itu, Nasabah memutuskan untuk memilih Lembaga Keuangan Islam dan dapat dilihat dari hasil penelitian ini, variabel Lembaga Keuangan Islam memiliki nilai sebesar 0,597.

c. Keamanan

Pada hasil penelitian ini, keamanan mempunyai nilai sebesar 0,533. Jadi, dapat disimpulkan bahwa nasabah akan memperhatikan mengenai keamanan terlebih dahulu, sebelum memutuskan untuk mempercayakan dananya agar disimpan dan ditransaksikan di BMT An-Nur Rewwin Sidoarjo.

d. Lokasi Strategis

Menurut Kasmir, pertimbangan dalam menentukan lokasi tidak dapat dilakukan secara sembarangan, tetapi harus mempertimbangkan

berbagai faktor dan hal-hal yang perlu diperhatikan dalam pemilihan penentuan lokasi.

Penentuan Lokasi yang Strategis juga sangat diperhatikan untuk pengembangan suatu lembaga keuangan dalam menyampaikan suatu produk – produknya. Dari hasil analisis melalui penyebaran kuisisioner menghasilkan nilai sebesar 0,721. Jadi, dapat disimpulkan bahwa nasabah menganggap jika Lokasi di BMT An-Nur Rewwin ini memiliki lokasi yang strategis dalam penentuan nasabah untuk menabung di BMT An-Nur Rewwin ini.

### 3. Faktor Bagi Hasil Mempengaruhi Minat Nasabah untuk Menabung

Bagi hasil merupakan suatu sistem mengenai tata cara pembagian hasil usaha antara penyedia dana dan pengelola dana.<sup>88</sup> Bagi Hasil merupakan balas jasa yang diberikan oleh lembaga keuangan kepada nasabah yang membeli atau menjual produknya.

Bagi Hasil pada Produk Simpanan merupakan harga beli yang harus dibayar lembaga keuangan kepada nasabah atau pemilik simpanan. Bagi Hasil pada simpanan ini diberikan sebagai rangsangan atau balas jasa kepada nasabah yang menyimpan uangnya di Lembaga Keuangan. Semakin besar Bagi Hasil pada simpanan ini, maka nasabah juga akan semakin berminat

---

<sup>88</sup> Muchlisin Riadi, “Kajian Pustaka”, dalam <https://www.kajianpustaka.com/2018/02/pengertian-karakteristik-jenis-syarat-bagi-hasil.html>, diakses pada 14 Februari 2018.

dalam menabung di Lembaga Keuangan sehingga pengaruh Bagi Hasil ini merupakan positif karena meningkatkan keputusan nasabah dalam menabung di Lembaga Keuangan. Bagi Hasil tersebut akan mencegah terjadinya perselisihan antara kedua pihak mengenai cara pembagian keuntungan dan Bagi Hasil harus dinyatakan dalam bentuk prosentase antara kedua belah pihak, bukan dinyatakan dalam nilai nominal tertentu.<sup>89</sup>

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa Faktor Bagi Hasil Mempunyai nilai sebesar 9,066 dalam Mempengaruhi Minat Nasabah untuk Menabung di BMT An-Nur Rewwin Sidoarjo.

Dalam Firman Allah SWT pada Surat Al-Maidah (5) Ayat 1 yang berbunyi :

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اَوْفُوْا بِالْعُقُوْدِ ۗ اُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيْمَةُ الْاَنْعَامِ اِلَّا مَا يُتْلٰى عَلَيْكُمْ غَيْرَ

مُحَلِّي الصَّيْدِ وَاَنْتُمْ حُرْمٌ ۗ اِنَّ اللّٰهَ سَحِيْحٌ مَّا يَرِيْدُ ﴿١﴾<sup>90</sup>

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya.

<sup>89</sup> Adiwarmarman Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan edisi II*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2004), 194.

<sup>90</sup> Al-Qur'an, 5:1.

Dalam Ayat diatas, dijelaskan bahwa kita diwajibkan untuk memenuhi akad – akad dalam transaksi dan memenuhi bagi hasil diantara keduanya. Adapun Indikator yang meliputi Faktor Bagi Hasil antara lain :

a. Bagi Hasil Jelas

Berdasarkan hasil penelitian pada Indikator Bagi Hasil yang Jelas ini, mendapatkan nilai sebesar 0,657 dalam mempengaruhi Minat Nasabah untuk Menabung di BMT An-Nur Rewwin Sidoarjo.

b. Akses Mudah

Berdasarkan hasil penelitian pada Indikator Akses yang Mudah ini, mendapatkan nilai sebesar 0,685 dalam mempengaruhi Minat Nasabah untuk Menabung di BMT An-Nur Rewwin Sidoarjo.

c. Bagi Hasil yang Menguntungkan

Berdasarkan hasil penelitian pada Indikator Bagi Hasil yang Menguntungkan ini, mendapatkan nilai sebesar 0,676 dalam mempengaruhi Minat Nasabah untuk Menabung di BMT An-Nur Rewwin Sidoarjo.

Dalam Firman Allah SWT Surat Al-Maidah (5) Ayat 8 yang berbunyi :

يَتَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ ۗ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ

قَوْمٍ عَلَىٰ ءَلَّا تَعْدِلُوا ۗ اَعْدِلُوا هُوَ اَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ اِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌۢ بِمَا

تَعْمَلُونَ ﴿٩١﴾

Artinya : Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu Jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk Berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa. dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.

Berdasarkan Ayat diatas dijelaskan bahwa kita harus berlaku secara adil termasuk dalam menentukan Bagi Hasil diantara keduanya. Maka dari itu, BMT An-Nur Rewwin Sidoarjo berlaku adil dalam penentuan bagi hasilnya sehingga nasabah berpendapat kalau bagi hasil yang ditetapkan oleh BMT An-Nur Rewwin Sidoarjo menguntungkan bagi Nasabah juga.

d. Dekat dengan Tempat Tinggal

Berdasarkan hasil penelitian pada Indikator dekat dengan tempat tinggal ini, mendapatkan nilai sebesar 0,668 dalam mempengaruhi Minat Nasabah untuk Menabung di BMT An-Nur Rewwin Sidoarjo.

<sup>91</sup> Al-Qur'an, 5:8.

Hal tersebut seperti wawancara yang saya lakukan dengan Ibu Supriyati yang mengatakan bahwa :

“Saya menabung disini itu ya buat tabungan saya mbak, soalnya kalau gak gitu ya uangnya habis. Di sisi lain, mumpung rumah saya sama BMT ini juga dekat. Jadi, kadang kalau habis dagang, saya kesini”.

Berdasarkan Hasil wawancara diatas, dapat menjelaskan bahwa Indikator dekat dengan tempat tinggal juga dapat mempengaruhi minat nasabah untuk menabung di BMT An-Nur Rewwin Sidoarjo.

#### 4. Faktor Pelayanan Mempengaruhi Minat Nasabah untuk Menabung

Pelayanan merupakan suatu kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain secara fisik.<sup>92</sup> Kualitas pelayanan merupakan kepuasan pelanggan sepenuhnya. Suatu produk dapat memberikan kualitas yang berkesan ketika dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan apa yang diharapkannya.

Bagi nasabah dalam mengutamakan keuntungan atau kemanfaatan yang diperoleh dari kualitas pelayanan merupakan faktor yang dapat mempengaruhi untuk menjadikan minat nasabah. Jika Pelayanan yang diterimanya buruk, mereka tidak akan mau untuk melakukan transaksi di lembaga keuangan tersebut. Sebaliknya, jika pelayanan baik, mereka tidak akan segan-segan untuk setia pada lembaga keuangan itu.

---

<sup>92</sup> Lukman Dendawijaya, *Manajemen Perbankan*, Edisi 2, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2006), 6.

Adapun Firman Allah SWT dalam surat Al-Maidah (5) Ayat 2 yang berbunyi:

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۖ إِنَّ اللَّهَ

شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٩٣﴾

Artinya : Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah Amat berat siksa-Nya.

Adapun ayat diatas menjelaskan, tolong menolonglah kamu dalam mengerjakan kebajikan merupakan bentuk tolong menolong yang termasuk dalam kategori pelayanan adalah bagaimana keramahaan pelayanan karyawan dan juga kesopanan dalam menghadapi nasabah.

Kemudian Firman Allah SWT dalam Surat An-Nisa' (4) Ayat 58 yang Berbunyi :

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا

بِالْعَدْلِ ۚ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ۝٩٤﴾

<sup>93</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Surabaya: CV Pustaka Agung Harapan, 2006), 106.

<sup>94</sup> Al-Qur'an, 4:58.

Artinya : Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat.

Dalam ayat tersebut dijelaskan bahwa para karyawan harus menyampaikan amanat serta tanggung jawab dalam melaksanakan tugas dan kewajibannya. Amanah tersebut diwujudkan melalui kejujuran dan memberikan pelayanan yang optimal melalui keramahan dan kesopanan dalam menyambut nasabah.

Berdasarkan hasil penelitian ini, Faktor Pelayanan dapat mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menabung di BMT An-Nur Rewwin Sidoarjo dan mempunyai nilai sebesar 7,950 yang meliputi :

a. Kesopanan

Kesopanan merupakan Bentuk tingkah laku yang baik dan diiringi sikap saling menghormati kepada nasabah seperti menjaga tutur bahasanya dengan sopan dan nada yang halus dan menghormati.

Pada penelitian ini, Indikator Kesopanan yang dilakukan oleh karyawan dapat mempengaruhi Minat Menabung Nasabah di BMT An-Nur Rewwin Sidoarjo sebesar 0,691.

b. Keramahan

Keramahan merupakan Perilaku dan sifat Karyawan yang akrab dalam Pergaulan seperti murah senyum dalam menghadapi pelanggan,

suka menyapa nasabahnya, dan suka membantu nasabah apabila mengalami kendala dalam transaksinya.

Pada penelitian ini, Indikator Keramahan yang dilakukan oleh karyawan dapat mempengaruhi Minat Menabung Nasabah di BMT An-Nur Rewwin Sidoarjo sebesar 0,682.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa Faktor Pelayanan dapat mempengaruhi Minat Nasabah untuk Menabung di BMT An-Nur Rewwin Sidoarjo.

#### 5. Faktor Referensi Mempengaruhi Minat Nasabah untuk Menabung

Kelompok Referensi disebut sebagai kelompok orang yang dianggap memiliki pengaruh evaluasi, aspirasi, serta perilaku terhadap orang lain, baik secara langsung maupun tidak langsung dan dianggap untuk perbandingan bagi seseorang dalam membentuk nilai dan sikap dari seseorang.

Berdasarkan Hasil Penelitian diatas menunjukkan bahwa sebesar 6,747 dapat mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menabung di BMT An-Nur Rewwin Sidoarjo yang meliputi :

##### a. Bebas Riba

Riba diharamkan dalam keadaan apapun dan dalam bentuk apapun. Diharamkan atas pemberi piutang dan juga atas orang yang berhutang dengan memberikan bunga.

Adapun Firman Alah SWT yang mengharamkan riba dalam Surat Al-Baqarah (2) Ayat 275 – 276 yang berbunyi :

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾ يَمْحَقُ اللَّهُ الرِّبَا وَيُرْبِي الصَّدَقَاتِ وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ كُلَّ كَفَّارٍ أَثِيمٍ ﴿٢٧٦﴾<sup>95</sup>

Artinya : 275. Orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya. 276. Allah memusnahkan Riba dan menyuburkan sedekah dan Allah tidak menyukai Setiap orang yang tetap dalam kekafiran, dan selalu berbuat dosa.

Dalam Ayat diatas sudah dijelaskan bahwa riba merupakan perbuatan yang sangat dilarang. Berdasarkan hasil penelitian terdapat sebesar 0,603 yang mempengaruhi Minat Nasabah untuk Menabung di BMT An-Nur Rewwin Sidoarjo karena Bebas Riba.

<sup>95</sup> Al-Qur'an, 2:275-276.

b. Relasi

Menurut Hasil Penelitian pada Indikator Relasi ini terdapat sebesar 0,642 yang dapat mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menabung di BMT An-Nur Rewwin Sidoarjo. Hal tersebut didukung dengan hasil wawancara kepada Bapak Jono yang mengatakan bahwa :  
 “Kalau saya sih menabung disini ya karena kenal sama orang sini mbak, maka nya kalau saya ada uang lebih dan ingin menabung ya kesini”.

Pada Wawancara tersebut dapat dijelaskan bahwa Indikator Relasi juga berpengaruh terhadap Minat Nasabah dalam Menabung di BMT An-Nur Rewwin Sidoarjo.

6. Faktor Produk Mempengaruhi Minat Nasabah untuk Menabung

Produk pada Lembaga Keuangan merupakan jasa yang di tawarkan kepada nasabah untuk mendapatkan perhatian, untuk dimiliki, digunakan atau dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah. Apabila sebuah Lembaga Keuangan dapat memberikan produk yang sesuai dengan apa yang diharapkan oleh nasabahnya, maka kepuasan nasabah juga akan semakin tinggi. Produk yang beragam dari segi macam – macam jenisnya dapat memudahkan pelanggan untuk menemukan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.

Penerapan pada jenis – jenis produk yang ditawarkan oleh lembaga keuangan dapat membantu nasabah dalam proses pengambilan keputusan

pembeliannya. Setelah mengenali adanya kebutuhan pada dirinya, nasabah atau calon nasabah mencari informasi mengenai produk apa yang tepat untuk dimiliki sebagai pemenuhan kebutuhannya tersebut. Keanekaragaman jenis – jenis produk dapat memberi pilihan dan membantu dalam pengevaluasian alternatif untuk mendapatkan produk mana yang akan dibeli. Nasabah yang ditawarkan lebih banyak pilihan jenis – jenis produk akan lebih puas dalam menentukan keputusan pembeliannya.

Pada Hasil Penelitian didapatkan bahwa Faktor Produk ini memiliki nilai sebesar 6,220 dalam mempengaruhi Minat Nasabah untuk Menabung di BMT An-Nur Rewwin Sidoarjo. Faktor Produk tersebut meliputi :

a. Pemrosesan Cepat

Dari Hasil Penelitian pada Indikator Pemrosesan Cepat ini, memiliki nilai sebesar 0,629. Jadi, dapat disimpulkan bahwa pemrosesan cepat dapat mempengaruhi minat nasabah dalam menabung di BMT An-Nur Rewwin Sidoarjo.

b. Kemudahan Transaksi

Pada Indikator Kemudahan Transaksi ini memiliki nilai sebesar 0,528. Jadi, dapat disimpulkan bahwa Kemudahan Transaksi dapat mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menabung di BMT An-Nur Rewwin Sidoarjo. Sebagai Contoh Wawancara kepada Bapak Feri yang mengatakan bahwa :

“Ya, Saya menabung disini itu enak mbak, gampang. Jadi saya kan kenal sama karyawannya disana, jadi ya saya tinggal telepon, nanti ada pihak BMT yang datang kesini. Jadi saya datang ke BMT nya ya jarang – jarang kalau ada waktu saja”.

Jadi, Hasil Wawancara tersebut menunjukkan bahwa kemudahan dalam bertransaksi itu dapat mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menabung di BMT An-Nur Rewwin Sidoarjo.

#### **B. Faktor – Faktor yang Paling Dominan dalam Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menabung di BMT An-Nur Rewwin Sidoarjo**

Adapun Faktor yang berpengaruh paling dominan dalam mempengaruhi minat nasabah untuk menabung di BMT An-Nur Rewwin Sidoarjo. Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian melalui penyebaran kuisioner menghasilkan nilai *Loading Factor* yang paling besar yaitu Faktor Reputasi.

Faktor Reputasi menjadi Faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi minat nasabah dalam menabung di BMT An-Nur Rewwin karena mempunyai Nilai *Loading Factor* yang paling besar yaitu sebesar 18,368.

Apabila suatu perusahaan atau lembaga keuangan memiliki nilai reputasi yang baik di kalangan masyarakat atau nasabah, maka hal tersebut juga akan menjadi hal yang baik untuk menarik nasabah lain dan akan mempertahankan nasabah lama agar tetap menggunakan produk tersebut. Sama halnya dengan

Faktor Reputasi yang terdapat di BMT An-Nur Rewwin yang meliputi Sudah di kenal di Masyarakat, Bagi Hasilnya Besar, dan Produknya sesuai prinsip islam.

Dalam hal ini, responden akan mempertimbangkan keterkenalan dari BMT An-Nur Rewwin agar nasabah tersebut percaya untuk menggunakan produk dan melakukan transaksi di BMT An-Nur Rewwin ini. Kemudian Nasabah juga akan mempertimbangkan Bagi Hasil yang besar dalam transaksi tersebut guna mendapatkan keuntungan yang lebih. Dan yang terakhir karena produknya sesuai prinsip islam, karena tidak sedikit juga yang menjadi nasabah dari kalangan jama'ah Masjid An-Nur. Jadi, nasabah tersebut juga mempertimbangkan produk yang sesuai dengan islam dalam transaksinya.

Reputasi merupakan suatu gambaran yang ada di dalam benak seseorang mengenai baik atau buruknya suatu perusahaan. Menurut Fombrun, Reputasi disebut sebagai perwujudan dari pengalaman seseorang mengenai produk serta pelayanan yang didapatkan. Reputasi yang baik akan meningkatkan kredibilitas dan akan membuat nasabah lebih percaya bahwa mereka akan mendapatkan apa yang telah dijanjikan kepada nasabah. Reputasi menjadi sebuah jaminan bahwa nasabah akan mendapatkan sesuai dengan ekspektasi yang nasabah miliki.

Dalam Firman Allah SWT, surat Al-Ahzab (33) ayat 70 yang berbunyi :

96  يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan Katakanlah Perkataan yang benar.

Dalam Ayat tersebut menjelaskan bahwa manusia harus mengatakan segala sesuatu dengan benar dan sesuai apa yang dilihat atau kenyataannya. Begitupun juga penilaian terhadap perusahaan harus sesuai dengan bagaimana perusahaan tersebut beroperasi sehingga akan terbentuk reputasi yang baik.

Berdasarkan hasil penelitian dan ayat diatas, Faktor Reputasi dapat disebut sebagai salah satu penentu nasabah untuk memutuskan serta melakukan transaksi dan dapat mempengaruhi minat nasabah untuk menabung di BMT An-Nur Rewwin Sidoarjo.

---

<sup>96</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Surabaya: CV Pustaka Agung Harapan, 2006), 604.

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai faktor – faktor yang mempengaruhi minat nasabah untuk menabung di BMT An-Nur Rewwin Sidoarjo, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Berdasarkan pada hasil penelitian, terdapat 17 Indikator yang dapat berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menabung yaitu Keramahan, Kesopanan, Pemrosesan Cepat, Kemudahan, Bagi Hasil Jelas, Bagi Hasil Menguntungkan, Bagi Hasilnya lebih besar, Keamanan, Sudah dikenal di Masyarakat, Relasi, Merupakan Lembaga Keuangan Islam, Produk sesuai Prinsip Islam, Bebas Riba, Lokasi Strategis, Dekat dengan tempat tinggal, Akses Mudah dan Ajakan Teman. Sedangkan yang tidak dapat dianalisis lebih lanjut lagi terdapat 4 Indikator yaitu Kejelasan Informasi, Tidak Bertentangan dengan agama, Ikut – Ikutan Keluarga, dan Sesuai Keadaan Ekonomi.

Dari 17 Indikator yang dapat mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menabung, terdapat 6 Komponen atau Faktor yang terbentuk yaitu 1) Faktor Reputasi meliputi Sudah dikenal di Masyarakat, Bagi Hasilnya Besar, dan Produk sesuai Prinsip Islam, 2) Faktor Lokasi meliputi Ajakan Teman, Merupakan Lembaga Keuangan Islam, Keamanan, dan Lokasi Strategis, 3) Faktor Bagi Hasil meliputi Bagi Hasil yang Jelas, Akses Mudah, Bagi Hasil yang Menguntungkan, dan Dekat dengan Tempat Tinggal, 4) Faktor Pelayanan meliputi Kesopanan, dan Keramahan, 5) Faktor Referensi (Acuan) meliputi Bebas Riba dan Relasi, 6) Faktor Produk meliputi Pemrosesan Cepat dan Kemudahan Transaksi.

2. Dari 6 Komponen atau Faktor yang terbentuk, terdapat Faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menabung di BMT An-Nur Rewwin Sidoarjo yaitu Faktor Reputasi yang mempunyai nilai *Loading Faktor* sebesar 18,368.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil kesimpulan yang sudah dijelaskan diatas, maka penulis memberikan beberapa saran atau masukan antara lain :

1. Bagi BMT An-Nur Rewwin Sidoarjo

Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat 6 Faktor yang berpengaruh terhadap nasabah dalam menabung di BMT An-Nur Rewwin Sidoarjo yaitu

Faktor Reputasi, Faktor Lokasi, Faktor Bagi Hasil, Faktor Pelayanan, Faktor Referensi (Acuan) dan Faktor Produk.

Dari 6 Faktor diatas, Faktor Reputasi memiliki nilai yang paling tinggi dalam mempengaruhi minat nasabah dalam menabung di BMT An-Nur Rewwin Sidoarjo. Jadi, Pihak BMT An-Nur Rewwin diharapkan dapat meningkatkan Faktor Reputasi agar lebih memuaskan dan memperbanyak nasabah untuk menggunakan produk tabungan di BMT An-Nur Rewwin Sidoarjo. Hal tersebut sama dengan penelitian sebelumnya pada skripsi Devi Silviana yang Berjudul Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim menjadi Nasabah di Pegadaian Syariah Kantor Cabang Sidoarjo yang menyatakan bahwa Faktor Reputasi Paling Dominan dalam Mempengaruhi Minat Menabung Nasabah.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan Referensi pada penelitian berikutnya mengenai Faktor – Faktor yang dapat Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menabung.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Handa. “Pengertian Simpanan”, dalam <https://penelitihukum.org/tag/pengertian-simpanan/>, diakses pada 21 Januari 2013.
- Antonio, Muhammad Syafi’I. *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani. 2001.
- Apriyantini, Marlina Ayu. “Faktor yang Mempengaruhi Non Muslim menjadi Nasabah BRI Syariah Cabang Yos Sudarso Yogyakarta”. Skripsi—Universitas Negeri Yogyakarta. 2014.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Edisi Revisi VI*. Jakarta: Rineka Cipta. 2006.
- Ar-Rohmah, KSPPS BMT. “Fungsi dan Tujuan Baitul Maal wat Tamwil”, dalam <http://bmtar-rohmah.blogspot.co.id/2017/09/fungsi-dan-tujuan-bmt-baitul-maal-wat-tamwil.html>, diakses pada 25 September 2017.
- Arum, Suci Ayu. “Manajemen Marketing Mix dalam Meningkatkan Minat Konsumen di Sekolah Menengah Pertama (SMP) Rahmat Kembang Kuning Surabaya”. Skripsi--Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. 2014.
- Blog, Tunge’s. “Ciri – Ciri BMT”, dalam <https://tunge.wordpress.com/ciri-ciri-bmt/>, diakses pada bulan oktober 2009.
- Budihantoro, Ibnu Maulana. “Analisis yang mempengaruhi kepercayaan dampaknya Untuk meningkatkan minat menabung nasabah; Studi Kasus pada Bank BRI KCP Ambarawa”. Tesis—Universitas Diponegoro Semarang. 2012.
- Chair, Wasilul. “Riba dalam Perspektif Islam dan Sejarah”, *Jurnal Iqtishadia*, No. 1, Volume 1, Juni 2014.
- Dendawijaya, Lukman. *Manajemen Perbankan Edisi 2*. Bogor: Ghalia Indonesia. 2006.
- Dewi, Ayu Nurtika. “Analisis Faktor – Faktor yang mempengaruhi minat masyarakat untuk menabung; Studi Kasus pada PD BPR BKK Kendal Cabang Patean”. Skripsi—Universitas Dian Nuswantoro Semarang. 2014.





