

BAB IV
ANALISIS HASIL PENELITIAN

4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

Tabel 4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Faktor Syariah

Faktor Syariah	Corrected Item-Total Correlation
Adanya Larangan Riba	0,3815
Adanya bagi hasil	0,4874
Memberi Sedekah	0,5764
Diawasi oleh dewan syariah (ulama)	0,6647
Kemajuan BTM akan kembali pada umat	0,4560
Reliability coefficients N of Cases=100 Alpha=0,7370	N of Items=5

Sumber: Data Kuesioner diolah

a. Validitas

r Tabel pada penelitian ini dicari dengan melihat r Tabel untuk kasus sebanyak 100 (N of cases) maka diperoleh $df = 100 - 2 = 98$. Dengan tingkat signifikansi 5% maka didapat nilai Tabel sebesar 0,12924 (Tabel r terlampir).

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai r hasil (nilai *corrected item - total correlation*) untuk masing-masing pertanyaan bertanda positif dan mempunyai nilai lebih besar dari nilai r Tabel (0,12924), maka masing-masing pertanyaan diatas valid untuk mengukur validitas faktor syariah.

b. Reliabilitas

Dari data tersebut diatas terlihat bahwa nilai alpha positif sebesar 0,7370 lebih besar dari 0,6 yang merupakan batas minimal koefisien reliabilitas bisa dianggap baik, sehingga dapat dikatakan bahwa pertanyaan-pertanyaan tersebut diatas reliabel untuk mengukur reliabilitas faktor syariah.

Tabel 4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Faktor Price

Faktor Price	Corrected Item-Total Correlation
Bagi hasil lebih kompetitif	0,1783
Biaya transaksi ringan	0,1783
Reliability coefficients N of Cases=100 Alpha=0,3012	N of Items=2

Sumber: Data Kuesioner diolah

Reliabilitas

Dari data tersebut diatas terlihat bahwa nilai alpha positif sebesar 0,3012 lebih kecil dari 0,6, yang merupakan batas minimal koefisien reliabilitas bisa dianggap baik, sehingga dapat dikatakan bahwa dua butir pertanyaan tersebut tidak reliabel untuk mengukur reliabilitas faktor price (faktor harga). Dan suatu pengukuran tidak bisa dikatakan valid bila tidak reliabel.

Tabel 4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Faktor Product

Faktor Product	Corrected Item-Total Correlation
Produk sudah dikenal	0,0958
Sejenis dengan lembaga keuangan konvensional	-0,2326
Adanya inovasi baru	-0,1435
Reliability coefficients N of Cases=100 Alpha= -0,2763	N of Items=3

Sumber: Data Kuesioner diolah

Reliabilitas

Dari data tersebut diatas terlihat bahwa nilai alpha negatif sebesar -0,2763 lebih kecil dari 0,6, yang merupakan batas minimal koefisien reliabilitas, sehingga dapat dikatakan bahwa ketiga butir pertanyaan tersebut tidak reliabel untuk mengukur reliabilitas faktor product. Dengan demikian pertanyaan-pertanyaan faktor *product* ini tidak reliabel sehingga otomatis tidak valid.

Tabel 4.4 Uji Validitas dan Reliabilitas Faktor Place

Faktor Place	Corrected Item-Total Correlation
Tempat lebih dekat rumah	0,4624
Tempat lebih dekat pasar	0,2032
Ongkos transport ke lokasi murah	0,4247
Nuansa Islami pada BTM	0,2554
Reliability coefficients N of Cases=100 Alpha=0,5383	N of Items=4

Sumber: Data Kuesioner diolah

Reliabilitas

Dari data tersebut diatas terlihat bahwa nilai alpha positif sebesar 0,5383 sedikit lebih kecil dari 0,6, yang merupakan batas minimal koefisien reliabilitas bisa dianggap baik, sehingga dapat dikatakan bahwa ada butir pertanyaan yang perlu dihapus karena tidak reliabel untuk mengukur reliabilitas faktor *place* (tempat).

Tabel 4.5 Uji Validitas dan Reliabilitas Faktor Place (Revisi)

Faktor Place	Corrected Item-Total Correlation
Tempat lebih dekat rumah	0,4515
Ongkos transport ke lokasi murah	0,4515
Reliability coefficients N of Cases=100 Alpha=0,6221	N of Items=2

Sumber: Data Kuesioner diolah

a. Validitas

Setelah pertanyaan yang tidak reliabel dihapus, kemudian nilai r dihitung kembali dengan hasil untuk masing-masing pertanyaan bertanda positif (nilai *corrected item – total correlation*) dan mempunyai nilai lebih besar dari nilai r Tabel (0,12924), maka masing-masing pertanyaan diatas valid untuk mengukur validitas faktor *place* (tempat).

b. Reliabilitas

Dari data tersebut diatas terlihat bahwa nilai alpha positif sebesar 0,6221 lebih besar dari 0,6, yang merupakan batas minimal koefisien reliabilitas bisa dianggap

baik, sehingga dapat dikatakan bahwa pertanyaan-pertanyaan tersebut diatas reliabel untuk mengukur reliabilitas faktor place.

Tabel 4.6 Uji Validitas dan Reliabilitas Faktor Promotion

Faktor Promotion	Corrected Item-Total Correlation
Kenal pengurus BTM	0,3736
Saran sahabat	0,3987
Nama baik BTM	0,5407
Iklan media massa	0,2569
Reliability coefficients N of Cases=100 Alpha=0,5964	N of Items=4

Sumber: Data Kuesioner diolah

Reliabilitas

Dari data tersebut diatas terlihat bahwa nilai alpha positif sebesar 0,5964 sedikit lebih kecil dari 0,6, yang merupakan batas minimal koefisien reliabilitas bisa dianggap baik, sehingga dapat dikatakan bahwa ada butir pertanyaan yang perlu dihapus karena tidak reliabel untuk mengukur reliabilitas faktor *promotion*.

Tabel 4.7 Uji Validitas dan Reliabilitas Faktor Promotion (Revisi)

Faktor Promotion	Corrected Item-Total Correlation
Kenal pengurus BTM	0,4103
Saran sahabat	0,4283
Nama baik BTM	0,5081
Reliability coefficients N of Cases=100 Alpha=0,6301	N of Items=3

Sumber: Data Kuesioner diolah

a. Validitas

Setelah pertanyaan yang tidak reliabel dihapus yaitu pernyataan bahwa iklan media massa mempengaruhi konsumen memilih BTM, dari Tabel diatas dapat diambil kesimpulan bahwa nilai r hasil (nilai *corrected item – total correlation*) untuk masing-masing pertanyaan bertanda positif dan mempunyai nilai lebih besar dari nilai r Tabel (0,12924), maka masing-masing pertanyaan diatas valid untuk mengukur validitas faktor *promotion*. Dari hasil wawancara lanjutan ternyata

BTM memang belum pernah melakukan aktivitas promosi melalui media massa. Selama ini hanya terbatas mencetak brosur saja.

b. Reliabilitas

Dari data tersebut diatas terlihat bahwa nilai alpha positif sebesar 0,6301 lebih besar dari 0,6, yang merupakan batas minimal koefisien reliabilitas bisa dianggap baik, sehingga dapat dikatakan bahwa pertanyaan-pertanyaan tentang faktor promosi diatas sudah reliabel.

Tabel 4.8 Uji Validitas dan Reliabilitas Faktor Process

Faktor Process	Corrected Item-Total Correlation
Proses mudah	0,7955
Proses cepat	0,7955
Reliability coefficients N of Cases=100 Alpha=0,8834	N of Items=2

Sumber: Data Kuesioner diolah

a. Validitas

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai r hasil (nilai *corrected item – total correlation*) untuk masing-masing pertanyaan bertanda positif dan mempunyai nilai lebih besar dari nilai r Tabel (0,12924), maka masing-masing pertanyaan diatas valid untuk mengukur validitas faktor *process*.

b. Reliabilitas

Dari data tersebut diatas terlihat bahwa nilai alpha positif sebesar 0,8834 lebih besar dari 0,6, yang merupakan batas minimal koefisien reliabilitas bisa dianggap baik, sehingga dapat dikatakan bahwa pertanyaan-pertanyaan tersebut diatas reliabel untuk mengukur reliabilitas faktor *process*.

Tabel 4.9 Uji Validitas dan Reliabilitas Faktor People

Faktor People	Corrected Item-Total Correlation
Karyawan menerima keluhan	0,5066
Karyawan melayani dengan memuaskan	0,7640
Karyawan berbusana rapi	0,7380
Karyawan professional	0,6294
Reliability coefficients N of Cases=100 Alpha=0,8195	N of Items=4

Sumber: Data Kuesioner diolah

a. Validitas

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai r hasil (nilai *corrected item – total correlation*) untuk masing-masing pertanyaan bertanda positif dan mempunyai nilai lebih besar dari nilai r Tabel (0,12924), maka masing-masing pertanyaan diatas valid untuk mengukur validitas faktor *people* atau sumber daya manusia BTM.

b. Reliabilitas

Dari data tersebut diatas terlihat bahwa nilai alpha positif sebesar 0,8195 lebih besar dari 0,6, yang merupakan batas minimal koefisien reliabilitas bisa dianggap baik, sehingga dapat dikatakan bahwa pertanyaan-pertanyaan tersebut diatas reliabel untuk mengukur reliabilitas faktor *people* yaitu karyawan BTM.

Tabel 4.10 Uji Validitas dan Reliabilitas Faktor Physical Evidence

Faktor Physical Evidence	Corrected Item-Total Correlation
Cash cepat	0,4771
Kantor megah	0,5198
Ada buku tabungan, surat menyurat resmi dengan nasabah	0,6323
Reliability coefficients N of Cases=100 Alpha=0,6880	N of Items=3

Sumber: Data Kuesioner diolah

a. Validitas

Nilai r hasil (nilai *corrected item – total correlation*) untuk masing-masing pertanyaan pada faktor *physical evidence* bertanda positif dan mempunyai nilai lebih besar dari nilai r Tabel (0,12924), maka masing-masing pertanyaan diatas valid untuk mengukur validitas faktor *physical evidence*.

b. Reliabilitas

Dari data tersebut diatas terlihat bahwa nilai alpha positif sebesar 0,6880 lebih besar dari 0,6, yang merupakan batas minimal koefisien reliabilitas bisa dianggap baik, sehingga dapat dikatakan bahwa pertanyaan-pertanyaan tersebut diatas reliabel untuk mengukur reliabilitas faktor *physical evidence*.

Tabel 4.11 Uji Validitas dan Reliabilitas Faktor Reference Group

Faktor Reference Group	Corrected Item-Total Correlation
Memilih BTM karena anggota muhammadiyah	0,6534
Memilih BTM karena simpatisan muhammadiyah	0,7724
Memilih BTM karena nama besar muhammadiyah	0,6325
Reliability coefficients N of Cases=100 Alpha=0,8272	N of Items=3

Sumber: Data Kuesioner diolah

a. Validitas

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai r hasil (nilai *corrected item – total correlation*) untuk masing-masing pertanyaan bertanda positif dan mempunyai nilai lebih besar dari nilai r Tabel (0,12924), maka masing-masing pertanyaan diatas valid untuk mengukur validitas faktor *reference group*.

b. Reliabilitas

Dari data tersebut diatas terlihat bahwa nilai alpha positif sebesar 0,8272 lebih besar dari 0,6, yang merupakan batas minimal koefisien reliabilitas bisa dianggap

baik, sehingga dapat dikatakan bahwa pertanyaan-pertanyaan tersebut diatas reliabel untuk mengukur reliabilitas faktor *reference group*.

Setelah pertanyaan-pertanyaan yang tidak reliabel dihapus, maka dari 30 variabel yang dipertanyakan tersisa 22 variabel saja dan siap untuk analisis selanjutnya.

Tabel 4.12 Uji Validitas dan Reliabilitas Keseluruhan Faktor

Faktor-faktor dalam 22 variabel		Corrected Item-Total Correlation
1	Adanya Larangan Riba	0,2935
2	Adanya bagi hasil	0,4349
3	Memberi Sedekah	0,5504
4	Diawasi oleh dewan syariah (ulama)	0,6836
5	Kemajuan BTM akan kembali pada umat	0,4095
6	Tempat lebih dekat rumah	0,1913
7	Ongkos transport ke lokasi murah	0,3584
8	Kenal pengurus BTM	0,2850
9	Saran sahabat	0,2546
10	Nama baik BTM	0,5999
11	Proses mudah	0,5729
12	Proses cepat	0,5694
13	Karyawan menerima keluhan	0,2783
14	Karyawan melayani dengan memuaskan	0,5542
15	Karyawan berbusana rapi	0,5357
16	Karyawan professional	0,5456
17	Cash cepat	0,5394
18	Kantor megah	0,6610
19	Ada buku tabungan, surat menyurat resmi dengan nasabah	0,5012
20	Memilih BTM karena anggota muhammadiyah	0,1882
21	Memilih BTM karena simpatisan muhammadiyah	0,3461
22	Memilih BTM karena nama besar muhammadiyah	0,6540
Reliability coefficients N of Cases=100 Alpha=0,8586		N of Items=22

Sumber: Data Kuesioner diolah

a. Validitas

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai r hasil (nilai *corrected item – total correlation*) untuk masing-masing pertanyaan bertanda positif dan mempunyai

nilai lebih besar dari nilai r Tabel (0,12924), maka masing-masing pertanyaan diatas valid untuk mengukur validitas keseluruhan pertanyaan.

b. Reliabilitas

Dari data tersebut diatas terlihat bahwa nilai alpha positif sebesar 0,8586 lebih besar dari 0,6, yang merupakan batas minimal koefisien reliabilitas bisa dianggap baik, sehingga dapat dikatakan bahwa pertanyaan-pertanyaan tersebut diatas reliabel.

4.2 Analisis Faktor

Tabel 4.14 KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.805
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1055.57
	df	2
	df	231
	Sig.	.000

Sumber: Data Kuesioner diolah

Dari hasil Data Kuesioner diolah diatas, angka KMO adalah 0,805 dan Bartlett test significancy 0,000. Oleh karena angka KMO tersebut sudah diatas 0,5, dan angka Bartlett test sudah dibawah 0,005, berarti variabel dan sampel yang ada sudah dapat dianalisis lebih lanjut.

Tabel 4.15 Anti Image Matrice

No.	Faktor-faktor dalam 22 variabel	MSA
1	Adanya Larangan Riba	0,725a
2	Adanya bagi hasil	0,834a
3	Memberi Sedekah	0,885a
4	Diawasi oleh dewan syariah (ulama)	0,883a
5	Kemajuan BTM akan kembali pada umat	0,797a
6	Tempat lebih dekat rumah	0,549a
7	Ongkos transport ke lokasi murah	0,657a
8	Kenal pengurus BTM	0,670a
9	Saran sahabat	0,704a
10	Nama baik BTM	0,842a
11	Proses mudah	0,776a
12	Proses cepat	0,806a
13	Karyawan menerima keluhan	0,779a
14	Karyawan melayani dengan memuaskan	0,840a
15	Karyawan berbusana rapi	0,775a
16	Karyawan professional	0,787a
17	Cash cepat	0,873a
18	Kantor megah	0,919a
19	Ada buku tabungan, surat menyurat resmi dengan nasabah	0,869a
20	Memilih BTM karena anggota muhammadiyah	0,737a
21	Memilih BTM karena simpatisan muhammadiyah	0,680a
22	Memilih BTM karena nama besar muhammadiyah	0,843a

Sumber: Data Kuesioner diolah

Dari hasil Data Kuesioner diolah diatas dapat dikatakan bahwa keseluruhan variabel masih dapat diprediksi dan bisa dianalisis lebih lanjut karena seluruh variabel mempunyai nilai MSA > 0,5. Jika saja ada variabel yang mempunyai nilai MSA < 0,5, maka variabel tersebut dikeluarkan dan proses diulang kembali.

Tabel 4.16 Communalities

	Extraction
Adanya Larangan Riba	.428
bagi hasil	.482
sedekah	.551
Adanya Pengawasan Dewan Syariah	.676
kemajuan BTM Akan Kembali pada Umat	.373
Lokasi Dekat Rumah	.673
Transportasi Murah	.472
Memilih BTM Karena Kenal dengan Pengurus	.531
Memilih BTM Karena Saran	.722
Memilih BTM Karena Nama Baik BTM	.699
Proses Mudah	.829
Proses Cepat	.810
Karyawan Menerima Keluhan	.544
Karyawan Melayani dengan Memuaskan	.750
Karyawan Berbusana Rapi	.734
Karyawan Profesional	.551
Cash Cepat	.608
Kantor Megah	.558
Adanya Surat Menyurat Resmi	.623
Memilih BTM Karena Anggota Muhammadiyah	.757
Memilih BTM Karena Simpatisan Muhammadiyah	.790
Memilih BTM Karena Nama Besar Muhammadiyah	.744

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber: Data Kuesioner diolah

Output diatas mengandung arti, bahwa variabel Adanya Larangan Riba atau tepatnya Adanya Larangan Riba di BTM, 42,8% varian variabel ini bisa dijelaskan oleh faktor yang terbentuk. Demikian juga seterusnya untuk variabel-variabel yang lain.

Tabel 4.17 Total Variance Explained

Component	Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	6.688	30.401	30.401	4.360	19.820	19.820
2	2.620	11.910	42.311	2.959	13.452	33.272
3	1.799	8.177	50.488	2.544	11.564	44.835
4	1.557	7.077	57.565	2.085	9.476	54.311
5	1.241	5.640	63.205	1.957	8.894	63.205

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber: Data Kuesioner diolah

Dari ke-22 variabel yang dimasukkan dalam analisis faktor, setelah dihitung oleh SPSS dapat diringkas menjadi hanya lima faktor saja.

Tabel 4.18 Rotated Component Matrix

	Component				
	1	2	3	4	5
Adanya Larangan Riba	.073	.622	.076	.048	-.166
bagi hasil	.162	.665	.063	.019	.094
sedekah	.264	.650	.082	.043	.222
Adanya Pengawasan Dewan Syariah	.298	.672	.307	.135	.156
kemajuan BTM Akan Kembali pada Umat	.107	.496	.235	.245	-.017
Lokasi Dekat Rumah	-.174	.308	-.205	.703	.109
Transportasi Murah	-.015	.577	-.121	.331	.119
Memilih BTM Karena Kenal dengan Pengurus	.000	-.016	.263	.067	.676
Memilih BTM Karena Saran	.110	.064	-.230	.124	.799
Memilih BTM Karena Nama Baik BTM	.292	.255	.272	.061	.687
Proses Mudah	.454	.076	.150	.762	.120
Proses Cepat	.373	.179	.120	.784	.094
Karyawan Menerima Keluhan	.704	.086	-.163	-.120	-.015
Karyawan Melayani dengan Memuaskan	.839	.146	-.016	.149	.056
Karyawan Berbusana Rapi	.811	.209	-.045	.173	-.028
Karyawan Profesional	.640	.342	.008	-.033	.152
Cash Cepat	.658	.004	.100	.211	.347
Kantor Megah	.547	.339	.275	.191	.180
Adanya Surat Menyurat Resmi	.769	.058	.073	.138	.060
Memilih BTM Karena Anggota Muhammadiyah	-.141	-.026	.856	.059	.014
Memilih BTM Karena Simpatisan Muhammadiyah	-.057	.209	.855	-.078	.073
Memilih BTM Karena Nama Besar Muhammadiyah	.271	.351	.710	.043	.203

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 8 iterations.

Sumber: Data Kuesioner diolah

Dari Tabel di halaman sebelumnya dapat diartikan:

Faktor 1 terdiri dari variabel karyawan menerima keluhan, karyawan melayani dengan memuaskan, karyawan berbusana rapi, karyawan profesional, cash cepat, kantor yang megah, dan keberadaan bukti surat menyurat resmi. Sedangkan variabel yang lain tidak termasuk karena korelasinya lemah

Faktor 2 terdiri dari variabel bebas riba, bagi hasil, penyaluran sedekah, dan adanya pengawasan dewan syariah

Faktor 3 terdiri dari variabel anggota, simpatisan, dan nama besar Muhammadiyah

Faktor 4 terdiri dari kedekatan jarak dengan rumah dan proses yang mudah dan cepat

Faktor terakhir terdiri dari saran sahabat, kenal pengurus, dan nama baik BTM

Tabel 4.19 Component Transformation Matrix

Component	1	2	3	4	5
1	.692	.507	.251	.337	.297
2	-.526	.296	.784	-.060	.127
3	-.472	.470	-.449	.595	.003
4	-.124	-.489	-.010	.276	.818
5	-.076	.442	-.346	-.673	.475

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

Sumber: Data Kuesioner diolah

Jika diperhatikan, angka persilangan antara component yang sama, seperti 1 dengan 1 yaitu 0,692 dan seterusnya berbeda-beda besarnya. Yang mempunyai korelasi tertinggi adalah faktor pertama saja ($>0,5$). Dengan demikian berarti faktor yang paling dominan adalah variabel karyawan menerima keluhan, karyawan melayani dengan memuaskan, karyawan berbusana rapi, karyawan

profesional, cash cepat, kantor yang megah, dan keberadaan bukti surat menyurat resmi. Dalam hal ini merupakan sumber daya manusia dan bukti fisik BTM.

Maka hipotesis awal dari penelitian ini yaitu bahwa faktor dominan yang mempengaruhi masyarakat memilih BTM adalah faktor pelayanan dari karyawan dan faktor Muhammadiyah sebagai kelompok acuan ternyata kurang tepat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor dominan yang berpengaruh adalah faktor sumber daya manusia dan bukti fisik BTM. Faktor dominan yang pertama yaitu pelayanan dari karyawan terbukti dengan dominasi faktor sumber daya manusia. Namun faktor dominan kedua yaitu memilih karena kelompok acuan Muhammadiyah tidak terbukti. Faktor dominan kedua bagi responden ternyata bukti fisik BTM yang jelas sehingga dapat dipercayai.

Dari hasil penelitian ini, implikasinya bagi pemasaran BTM menunjukkan bahwa kedua faktor dominan yaitu sumber daya manusia dan bukti fisik BTM, dapat lebih ditingkatkan. Perlu diadakan pelatihan bagi karyawan untuk meningkatkan profesionalisme. Selanjutnya keberadaan kantor yang signifikan dan representatif ternyata sangat penting dan mempengaruhi responden untuk memilih BTM. Untuk itu investasi pada bangunan dan sistem administrasi yang rapi bila ditingkatkan diharap dapat mempengaruhi calon-calon nasabah baru untuk menjadi customer BTM.

4.3 Analisis Cross Tabulation Chi Square

Analisis Cross Tabs dilakukan untuk mengetahui adakah hubungan antara karakteristik responden BTM yaitu jenis kelamin, agama, umur, pendidikan, pekerjaan, penghasilan, lama waktu menjadi nasabah, produk yang digunakan, keputusan menjadi nasabah lain, dan alasan menjadi nasabah lain, dengan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen menggunakan jasa BTM.

Uji Hubungan Antara Agama Responden dengan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen Menggunakan Jasa BTM.

Dikarenakan agama responden adalah mayoritas Islam dan hanya dua orang saja yang beragama lain (Kristen), maka uji hubungan tidak dapat dilakukan karena perbandingan yang tidak seimbang antara keduanya. Sehingga

dikhawatirkan hasil yang didapat tidak berdasarkan atas keragaman karakteristik responden dalam hal ini agama.

Tabel 4.20 Uji Hubungan Antara Jenis Kelamin Responden dengan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen Menggunakan Jasa BTM

No.	Faktor-faktor dalam 22 variabel	Asymp.Sig
1	Adanya Larangan Riba	0,049
2	Adanya bagi hasil	0,952
3	Memberi Sedekah	1,000
4	Diawasi oleh dewan syariah (ulama)	0,712
5	Kemajuan BTM akan kembali pada umat	0,922
6	Tempat lebih dekat rumah	0,685
7	Ongkos transport ke lokasi murah	0,990
8	Kenal pengurus BTM	0,234
9	Saran sahabat	0,019
10	Nama baik BTM	0,122
11	Proses mudah	0,386
12	Proses cepat	0,681
13	Karyawan menerima keluhan	0,122
14	Karyawan melayani dengan memuaskan	0,157
15	Karyawan berbusana rapi	0,441
16	Karyawan professional	0,421
17	Cash cepat	0,254
18	Kantor megah	0,666
19	Ada buku tabungan, surat menyurat resmi dengan nasabah	0,648
20	Memilih BTM karena anggota muhammadiyah	0,711
21	Memilih BTM karena simpatisan muhammadiyah	0,194
22	Memilih BTM karena nama besar muhammadiyah	0,380

Sumber: Data Kuesioner diolah

Setelah data diolah menggunakan SPSS maka didapatkan, nilai masing-masing probabilitas (Asymp. Sig.) dibandingkan dengan nilai 0,05 untuk menentukan tolak atau terima H_0 , dengan kriteria:

H_0 : tidak ada hubungan antara jenis kelamin responden dengan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen menggunakan jasa BTM

H_1 : ada hubungan antara jenis kelamin responden dengan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen menggunakan jasa BTM

Jika probabilitas $> 0,05$ maka H_0 diterima

Jika probabilitas $< 0,05$ maka H_0 ditolak

Maka berdasarkan ringkasan Data Kuesioner diolah di atas dapat diambil kesimpulan bahwa ada hubungan antara jenis kelamin responden dengan variabel-variabel sebagai berikut:

1. larangan riba. Dengan probabilitas 0,049 yang berarti lebih kecil dari 0,05 yang berarti bahwa ada hubungan antara jenis kelamin responden dengan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen menggunakan jasa BTM. Sedangkan faktor larangan riba menjadi alasan logis bagi laki-laki untuk memilih BTM dan bagi wanita alasannya berbeda dan lebih personal.

Dari Tabel hasil perhitungan cross tabulasi dibawah, dapat dilihat bahwa responden perempuan memiliki keraguan bahkan ketidaksetujuan dengan faktor adanya larangan riba yang telah mempengaruhinya dalam memilih jasa BTM. Hal ini patut dipertanyakan. Dan mungkin perlu diadakan penelitian lebih lanjut.

Tabel 4.21 Data Cross Tabulasi Jenis Kelamin * Adanya Larangan Riba

Crosstab

Count		Adanya Larangan Riba					Total
		sangat tidak setuju	tidak setuju	netral	setuju	sangat setuju	
Jenis Kelamin	laki	0	0	5	39	16	60
	perempuan	1	3	3	17	16	40
	Total	1	3	8	56	32	100

Sumber: Data Kuesioner diolah

Padahal Allah telah berfirman dalam al Quran surat al Baqarah ayat 278:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اَللّٰهُ وَاذْرُوْا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا
 اِنْ كُنْتُمْ مُّؤْمِنِيْنَ ﴿٢٧٨﴾

Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman.

2. Saran sahabat. Faktor ini memiliki probabilitas 0,019 sehingga dibawah 0,05 yang berarti membutuhkan adanya hubungan antara jenis kelamin dengan faktor ini. Hal ini dapat dijelaskan bahwa laki-laki dan perempuan berbeda ketika menerima saran dari orang lain tentang BTM.

Dimana menurut Gray (1999), kaum pria lebih sulit menerima saran dari orang lain, sedangkan wanita adalah sebaliknya dan cenderung banyak memberi saran bagi orang lain.

Berikut ini data cross tabulasi hasil perhitungan dari SPSS mengenai jenis kelamin dan hubungannya dengan faktor memilih BTM karena saran dari orang lain.

Tabel 4.22 Data Cross Tabulasi Jenis Kelamin * Memilih BTM Karena Saran

Crosstab

Count						
		Memilih BTM Karena Saran				Total
		tidak setuju	netral	setuju	sangat setuju	
Jenis Kelamin	laki	8	15	29	8	60
	perempuan	9	3	27	1	40
Total		17	18	56	9	100

Sumber: Data Kuesioner diolah

Allah berfirman dalam al Quran, yang menunjukkan pentingnya saling memberi saran dan nasehat bagi saudara seiman dalam surat berikut ini:

وَالْعَصْرِ ﴿١﴾

إِنَّ الْإِنْسَانَ لِفِي خُسْرٍ ﴿٢﴾

إِلَّا الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَتَوَاصَوْا بِالْحَقِّ وَتَوَاصَوْا بِالصَّبْرِ

﴿٣﴾

”Demi masa.

Sesungguhnya manusia itu benar-benar berada dalam kerugian, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal sholeh dan nasihat menasihati supaya menaati kebenaran dan nasihat menasihati supaya menetapi kesabaran.” (al 'Ashr: 1-3)

Tabel 4.23 Uji Hubungan Antara Pendidikan Responden dengan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen Menggunakan Jasa BTM

No.	Faktor-faktor dalam 22 variabel	Asymp.Sig
1	Adanya Larangan Riba	0,732
2	Adanya bagi hasil	0,053
3	Memberi Sedekah	0,884
4	Diawasi oleh dewan syariah (ulama)	0,766
5	Kemajuan BTM akan kembali pada umat	0,187
6	Tempat lebih dekat rumah	0,573
7	Ongkos transport ke lokasi murah	0,670
8	Kenal pengurus BTM	0,212
9	Saran sahabat	0,059
10	Nama baik BTM	0,599
11	Proses mudah	0,880
12	Proses cepat	0,603
13	Karyawan menerima keluhan	0,657
14	Karyawan melayani dengan memuaskan	0,969
15	Karyawan berbusana rapi	0,966
16	Karyawan professional	0,828
17	Cash cepat	0,689
18	Kantor megah	0,276
19	Ada buku tabungan, surat menyurat resmi dengan nasabah	0,859
20	Memilih BTM karena anggota muhammadiyah	0,278
21	Memilih BTM karena simpatisan muhammadiyah	0,958
22	Memilih BTM karena nama besar muhammadiyah	0,880

Sumber: Data Kuesioner diolah

Setelah data diolah menggunakan SPSS maka didapatkan nilai masing-masing probabilitas (Asymp. Sig.) dibandingkan dengan nilai 0,05 untuk menentukan tolak atau terima H_0 , dengan kriteria:

H_0 : tidak ada hubungan antara pendidikan responden dengan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen menggunakan jasa BTM

H_1 : ada hubungan antara pendidikan responden dengan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen menggunakan jasa BTM

Jika probabilitas $> 0,05$ maka H_0 diterima

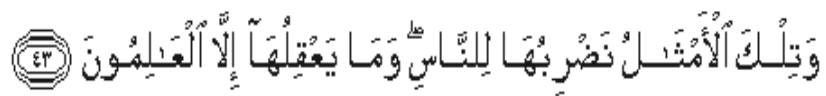
Jika probabilitas $< 0,05$ maka H_0 ditolak

Maka berdasarkan ringkasan Data Kuesioner diolah diatas dimana tidak ada probabilitas variabel yang nilainya dibawah 0,05 dapat diambil kesimpulan bahwa tidak ada hubungan antara latar belakang pendidikan responden dengan faktor-faktor yang diteliti. Hal ini dapat dijelaskan bahwa pendidikan tidak berpengaruh pada keputusan responden memilih BTM karena selain pendidikan formal, masyarakat lebih dipengaruhi pergaulan dan pengalaman dalam kehidupan bermasyarakat. Begitu juga pengalaman dalam dunia usaha.

Hal ini bahkan menjadi sebuah buku yang terkenal seperti yang dikarang Robert T. Kiyosaki dengan judul *If You Want to Rich don't Go to School*. Dalam satu kesempatan, pengusaha sukses Bob Sadino mengatakan bahwa untuk menjadi kaya tidak perlu kuliah. Dengan keadaan seperti ini menunjukkan bahwa pengetahuan tentang cara berbisnis atau berusaha sudah menyebar merata. Tidak hanya monopoli kaum terpelajar saja. Apalagi media massa semakin mudah menyebarkan informasi secara cepat dan masal.

Selain itu di masyarakat pedesaan mereka memperoleh pendidikan agama, yang dapat mempengaruhi responden memilih BTM, justru diluar pendidikan formal. Masyarakat Jawa Timur yang agamis sejak kecil telah diperkenalkan dengan ajaran Islam. Terlihat dari banyaknya sekolah sore atau belajar mengaji setelah sekolah formal di pagi hari selesai. Tempat ini biasanya terdapat di masjid-masjid dan dinamakan TPA (Taman Pendidikan Alquran). Sedangkan bagi orang dewasa kegiatan-kegiatan keagamaan seperti pengajian banyak diadakan. Hal ini sedikit banyak membentuk pola pikir masyarakat lebih cenderung pada lembaga keuangan yang Islami.

Pendidikan responden yang terbanyak yaitu lulusan SMU sebanyak 43%. Dibawah itu yang berlatar belakang SD dan SMP sebanyak 8% dan 15%. Dan yang berlatar belakang perguruan tinggi sebanyak 33%. Ini menunjukkan bahwa di kota kecil seperti Tulungagung, masyarakat masih memandang penting pendidikan. Dalam hal ini Allah berfirman menegaskan pentingnya beriman dan berilmu dalam al Ankabuut: 43,



” Dan perumpamaan-perumpamaan ini Kami buat untuk manusia; dan tiada yang memahaminya kecuali orang-orang yang berilmu.”

Tabel 4.44 Uji Hubungan Antara Usia Responden dengan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen Menggunakan Jasa BTM

No.	Faktor-faktor dalam 22 variabel	Asymp.Sig
1	Adanya Larangan Riba	0.223
2	Adanya bagi hasil	0.817
3	Memberi Sedekah	0.297
4	Diawasi oleh dewan syariah (ulama)	0.243
5	Kemajuan BTM akan kembali pada umat	0.199
6	Tempat lebih dekat rumah	0.505
7	Ongkos transport ke lokasi murah	0.453
8	Kenal pengurus BTM	0.773
9	Saran sahabat	0.589
10	Nama baik BTM	0.166
11	Proses mudah	0.386
12	Proses cepat	0.250
13	Karyawan menerima keluhan	0.678
14	Karyawan melayani dengan memuaskan	0.640
15	Karyawan berbusana rapi	0.480
16	Karyawan professional	0.343
17	Cash cepat	0.677
18	Kantor megah	0.648
19	Ada buku tabungan, surat menyurat resmi dengan nasabah	0.777
20	Memilih BTM karena anggota muhammadiyah	0.524
21	Memilih BTM karena simpatisan muhammadiyah	0.451
22	Memilih BTM karena nama besar muhammadiyah	0.432

Sumber: Data Kuesioner diolah

Setelah data diolah menggunakan SPSS, nilai masing-masing probabilitas (Asymp. Sig.) dibandingkan dengan nilai 0,05 untuk menentukan tolak atau terima H_0 , dengan kriteria:

H_0 : tidak ada hubungan antara usia responden dengan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen menggunakan jasa BTM

H_1 : ada hubungan antara usia responden dengan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen menggunakan jasa BTM

Jika probabilitas $> 0,05$ maka H_0 diterima

Jika probabilitas $< 0,05$ maka H_0 ditolak

Maka berdasarkan ringkasan Data Kuesioner diolah diatas dapat diambil kesimpulan bahwa tidak ada hubungan antara usia responden dengan faktor-faktor yang diteliti. Kemungkinan banyaknya pengalaman lebih berpengaruh pada keputusan responden daripada usia. Bisa saja orang yang masih muda sudah dapat memutuskan untuk memakai jasa BTM karena pengalamannya dalam dunia usaha. Sedangkan responden yang lebih tua belum tentu memakai jasa BTM karena memang belum merasa perlu. Hal ini dapat dilihat dari data yang dideskripsikan pada bab 3 dapat dilihat bahwa responden diatas 51 tahun hanya 9%.

Mayoritas responden yang menjadi nasabah BTM berumur antara 26 hingga 35 tahun yang merupakan 44% dari sampel. Dimana pada usia tersebut rata-rata sudah mapan dan bekerja. Sehingga membutuhkan BTM untuk menabung maupun berinvestasi melalui pembiayaan. 36% berusia antara 36 tahun hingga 50 tahun. Sisanya sebanyak 18% berusia dibawah 25 tahun.

Dalam sejarah nabipun kita mengetahui bahwa sejak umur belasan baginda SAW telah menjalani misi dagang ke luar negeri. Dan bahkan pada usia muda, 25 tahun nabi SAW telah menikah dengan maskawin puluhan ekor unta yang menunjukkan betapa suksesnya usaha bisnis beliau.

Tabel 4.45 Uji Hubungan Antara Pekerjaan Responden dengan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen Menggunakan Jasa BTM

No.	Faktor-faktor dalam 22 variabel	Asymp.Sig
1	Adanya Larangan Riba	0.828
2	Adanya bagi hasil	0.846
3	Memberi Sedekah	0.307
4	Diawasi oleh dewan syariah (ulama)	0.728
5	Kemajuan BTM akan kembali pada umat	0.934
6	Tempat lebih dekat rumah	0.309
7	Ongkos transport ke lokasi murah	0.13
8	Kenal pengurus BTM	0.484
9	Saran sahabat	0.057
10	Nama baik BTM	0.088
11	Proses mudah	0.837
12	Proses cepat	0.163
13	Karyawan menerima keluhan	0.119
14	Karyawan melayani dengan memuaskan	0
15	Karyawan berbusana rapi	0
16	Karyawan professional	0
17	Cash cepat	0.009
18	Kantor megah	0.539
19	Ada buku tabungan, surat menyurat resmi dengan nasabah	0
20	Memilih BTM karena anggota muhammadiyah	0.009
21	Memilih BTM karena simpatisan muhammadiyah	0
22	Memilih BTM karena nama besar muhammadiyah	0.235

Sumber: Data Kuesioner diolah

Setelah data diolah menggunakan SPSS maka didapatkan, nilai masing-masing probabilitas (Asymp. Sig.) dibandingkan dengan nilai 0,05 untuk menentukan tolak atau terima H_0 , dengan kriteria:

H_0 : tidak ada hubungan antara pekerjaan responden dengan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen menggunakan jasa BTM

H_1 : ada hubungan antara pekerjaan responden dengan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen menggunakan jasa BTM

Jika probabilitas $> 0,05$ maka H_0 diterima

Jika probabilitas $< 0,05$ maka H_0 ditolak

Maka berdasarkan ringkasan Data Kuesioner diolah diatas dapat diambil kesimpulan bahwa ada hubungan antara pekerjaan responden dengan memilih BTM karena beberapa variabel yaitu:

1. Karyawan melayani dengan memuaskan.

Hal ini bisa dijelaskan bahwa pelayanan karyawan yang baik membuat responden nyaman. Terutama responden yang bekerja di kantor dan masyarakat kelas atas sangat sensitif dengan pelayanan. Bahkan konsumen dari kalangan ini terkesan manja dan kebutuhan untuk dihargai sangat tinggi. Karena mereka dapat dengan mudah mencari lembaga keuangan lain jika merasa tidak diperhatikan.

2. Karyawan berbusana rapi.

Mayoritas responden yang merupakan pegawai swasta sudah terbiasa dengan seragam formil sehari-hari. Oleh karenanya mereka akan merasa nyaman jika dilayani dengan cara yang sama. Allah SWT dalam al Quran juga mengajarkan hal ini,

﴿يَبْنَٰىٓ ءَادَمَ خُذُوْا زِيَّتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا
وَأَشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ ﴿٣١﴾

”Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) mesjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.” (al A’raaf: 31)

3. Karyawan profesional.

karyawan yang profesional akan memuaskan responden yang mayoritas pegawai swasta yang berkecimpung dalam dunia profesi setiap harinya. Dalam hal ini nabi SAW bersabda,

”Tunggulah kehancuran bila menyerahkan urusan pada yang bukan ahlinya”
(al Hadis)

4. Cash yang cepat.

maksud dari cash yang cepat adalah konsumen yang membutuhkan bantuan finansial dapat segera mencairkannya. Dengan demikian menimbulkan kepercayaan pada konsumen bahwa lembaga keuangan tersebut tidak bermasalah atau kekurangan likuiditas.

5. Adanya buku tabungan, surat menyurat resmi dengan nasabah.

Surat menyurat resmi merupakan keharusan bagi responden yang sudah terbiasa berurusan dengan administrasi. Terbukti mayoritas responden adalah pegawai swasta.

Selain itu Allah sendiri berfirman dalam Alquran agar kita selalu mengadakan penulisan terhadap segala bukti transaksi untuk mencegah timbulnya fitnah maupun perselisihan di kemudian hari.

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدِينٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ
وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ وَلَا يَأْب كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ
اللَّهُ فَلْيَكْتُبْ وَلْيُمْلِلِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا يَبْخَسْ
مِنْهُ شَيْئًا فَإِن كَانَ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ سَفِيهًا أَوْ ضَعِيفًا أَوْ لَا يَسْتَطِيعُ
أَنْ يُمِلَّ هُوَ فَلْيُمْلِلْ وَلِيُّهُ بِالْعَدْلِ وَاسْتَشْهِدُوا شَهِيدَيْنِ مِنْ رِجَالِكُمْ
فَإِن لَّمْ يَكُونَا رَجُلَيْنِ فَرَجُلٌ وَامْرَأَتَانِ مِمَّن تَرْضَوْنَ مِنَ الشُّهَدَاءِ أَنْ
تَضِلَّ إِحْدَاهُمَا فَتُذَكَّرَ إِحْدَاهُمَا الْأُخْرَىٰ وَلَا يَأْب الشُّهَدَاءُ إِذَا مَا دُعُوا
وَلَا تَسْمَعُوا أَنْ تَكْتُبُوهُ صَغِيرًا أَوْ كَبِيرًا إِلَىٰ أَجَلِهِ ذَٰلِكُمْ أَفْسَطُ عِنْدَ
اللَّهِ وَأَقْوَمُ لِلشُّهَدَةِ وَأَدْنَىٰ أَلَّا تَرْتَابُوا إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً حَاضِرَةً
تُدِيرُونَهَا بَيْنَكُمْ فَلَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَلَّا تَكْتُبُوهَا وَأَشْهِدُوا إِذَا
تَبَايَعْتُمْ وَلَا يُضَارَّ كَاتِبٌ وَلَا شَهِيدٌ وَإِنْ تَفَعَّلُوا فَإِنَّهُ فُسُوقٌ بِكُمْ
وَاتَّقُوا اللَّهَ وَيُعَلِّمُكُمُ اللَّهُ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

”Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu`amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. Dan janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah telah mengajarkannya, maka hendaklah ia menulis, dan hendaklah orang yang berutang itu mengimlakan (apa yang akan ditulis itu), dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya, dan janganlah ia mengurangi sedikit pun daripada utangnya. Jika yang berutang itu orang yang lemah akalnya atau

lemah (keadaannya) atau dia sendiri tidak mampu mengimlakan, maka hendaklah walinya mengimlakan dengan jujur. Dan persaksikanlah dengan dua orang saksi dari orang-orang lelaki di antaramu). Jika tak ada dua orang lelaki, maka (boleh) seorang lelaki dan dua orang perempuan dari saksi-saksi yang kamu ridai, supaya jika seorang lupa maka seorang lagi mengingatkannya. Janganlah saksi-saksi itu enggan (memberi keterangan) apabila mereka dipanggil; dan janganlah kamu jemu menulis utang itu, baik kecil maupun besar sampai batas waktu membayarnya. Yang demikian itu, lebih adil di sisi Allah dan lebih dapat menguatkan persaksian dan lebih dekat kepada tidak (menimbulkan) keraguanmu, (Tulislah muamalahmu itu), kecuali jika muamalah itu perdagangan tunai yang kamu jalankan di antara kamu, maka tak ada dosa bagi kamu, (jika) kamu tidak menulisnya. Dan persaksikanlah apabila kamu berjual beli; dan janganlah penulis dan saksi saling sulit-menyulitkan. Jika kamu lakukan (yang demikian), maka sesungguhnya hal itu adalah suatu kefasikan pada dirimu. Dan bertakwalah kepada Allah; Allah mengajarmu; dan Allah Maha Mengetahui segala sesuatu.” (al Baqarah: 282)

6. Memilih BTM karena anggota Muhammadiyah.

Ini menunjukkan bahwa anggota Muhammadiyah dari berbagai jenis pekerjaan masih setia dengan kemuhammadiyahannya, dan memilih untuk berinvestasi di BTM milik Muhammadiyah. Sebagai sebuah kelompok acuan berarti Muhammadiyah berhasil membuat anggotanya berubah ke arah yang lebih baik. Allah berfirman,

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا خُذُوا حِذْرَكُمْ فَانفِرُوا ثُبَاتٍ أَوْ
 أَنْفِرُوا جَمِيعًا ﴿٧١﴾

”Hai orang-orang yang beriman, bersiap siagalalah kamu, dan majulah (ke medan pertempuran) berkelompok-kelompok, atau majulah bersama-sama!” (An nisa: 71)

7. Memilih BTM karena simpatisan Muhammadiyah.

Walaupun bukan anggota Muhammadiyah, responden dengan berbagai macam pekerjaannya tetap memilih BTM. Berarti Muhammadiyah berhasil menjadi kelompok acuan yang baik.

Berdasarkan teori di Bab II, hal ini membuktikan bahwa Muhammadiyah telah berhasil sebagai kelompok acuan yang memberi efek positif bagi orang lain. Muhammadiyah sebagai *contactual group* yaitu kelompok yang mensyaratkan keanggotaan dan merupakan kelompok dimana konsumen terus beraktivitas bersama dengan para anggota kelompok lainnya.

Sedangkan bila dihubungkan dengan teori Solomon (1999) tentang jenis-jenis kekuatan yang dimiliki oleh kelompok acuan, maka Muhammadiyah dapat digolongkan memiliki:

1. Kekuatan sosial yang mampu mengubah perilaku seseorang, secara sukarela maupun tidak, dan berlaku pada waktu berada di lingkungan Muhammadiyah maupun tidak.
2. Kekuatan acuan yang membuat orang lain rela melakukan sesuatu untuk mengidentifikasikan diri dengan orang yang dikaguminya. Dalam hal ini bisa berarti para pimpinan maupun sesepuh Muhammadiyah.
3. Kekuatan informatif yang berarti sebagai sebuah organisasi massa yang besar, Muhammadiyah mampu memberi anggota kelompoknya maupun sasaran dakwah pada umumnya informasi yang berharga mengenai bagaimana seharusnya mengelola ekonomi dengan cara Islami melalui BTM.
4. Kekuatan legitimasi sebagai sebuah induk organisasi dari berbagai amal usaha Muhammadiyah salah satunya BTM, mampu memberi wewenang bagi BTM untuk melayani masyarakat yang membutuhkan jasa bantuan keuangan.

Tabel 4.46 Uji Hubungan Antara Pendapatan Responden dengan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen Menggunakan Jasa BTM

No.	Faktor-faktor dalam 22 variabel	Asymp.Sig
1	Adanya Larangan Riba	0.097
2	Adanya bagi hasil	0.593
3	Memberi Sedekah	0.963
4	Diawasi oleh dewan syariah (ulama)	0.734
5	Kemajuan BTM akan kembali pada umat	0.134
6	Tempat lebih dekat rumah	0.59
7	Ongkos transport ke lokasi murah	0.592
8	Kenal pengurus BTM	0.336
9	Saran sahabat	0.398
10	Nama baik BTM	0.654
11	Proses mudah	0.376
12	Proses cepat	0.34
13	Karyawan menerima keluhan	0.221
14	Karyawan melayani dengan memuaskan	0.679
15	Karyawan berbusana rapi	0.435
16	Karyawan professional	0.89
17	Cash cepat	0.882
18	Kantor megah	0.382
19	Ada buku tabungan, surat menyurat resmi dengan nasabah	0.866
20	Memilih BTM karena anggota muhammadiyah	0.912
21	Memilih BTM karena simpatisan muhammadiyah	0.793
22	Memilih BTM karena nama besar muhammadiyah	0.669

Sumber: Data Kuesioner diolah

Setelah data diolah menggunakan SPSS maka didapatkan, nilai masing-masing probabilitas (Asymp. Sig.) dibandingkan dengan nilai 0,05 untuk menentukan tolak atau terima H_0 , dengan kriteria:

H_0 : tidak ada hubungan antara pendapatan responden dengan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen menggunakan jasa BTM

H_1 : ada hubungan antara pendapatan responden dengan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen menggunakan jasa BTM

Jika probabilitas $> 0,05$ maka H_0 diterima

Jika probabilitas $< 0,05$ maka H_0 ditolak

Maka berdasarkan ringkasan Data Kuesioner diolah diatas dapat diambil kesimpulan bahwa tidak ada hubungan antara besar pendapatan responden dengan faktor-faktor yang diteliti. Hal ini mungkin karena dapat dijelaskan bahwa responden berpendapatan besar maupun kecil, mempunyai pola pikir yang sama tentang BTM. Keduanya sama-sama membutuhkan BTM walaupun mungkin dalam produk yang berbeda.

Jika responden dengan pendapatan yang besar cenderung memilih investasi deposito, maka responden dengan dana minim akan lebih memilih untuk menabung dan meminta pembiayaan.

Tabel 4.47 Uji Hubungan Antara Lama Responden Menjadi Nasabah BTM dengan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen Menggunakan Jasa BTM

No.	Faktor-faktor dalam 22 variabel	Asymp.Sig
1	Adanya Larangan Riba	0.679
2	Adanya bagi hasil	0.749
3	Memberi Sedekah	0.43
4	Diawasi oleh dewan syariah (ulama)	0.576
5	Kemajuan BTM akan kembali pada umat	0.036
6	Tempat lebih dekat rumah	0.112
7	Ongkos transport ke lokasi murah	0.632
8	Kenal pengurus BTM	0.934
9	Saran sahabat	0.24
10	Nama baik BTM	0.423
11	Proses mudah	0.754
12	Proses cepat	0.492
13	Karyawan menerima keluhan	0.336
14	Karyawan melayani dengan memuaskan	0.585
15	Karyawan berbusana rapi	0.5
16	Karyawan professional	0.599
17	Cash cepat	0.367
18	Kantor megah	0.594
19	Ada buku tabungan, surat menyurat resmi dengan nasabah	0.75
20	Memilih BTM karena anggota muhammadiyah	0.467
21	Memilih BTM karena simpatisan muhammadiyah	0.028
22	Memilih BTM karena nama besar muhammadiyah	0.639

Sumber: Data Kuesioner diolah

Setelah data diolah menggunakan SPSS maka didapatlah, nilai masing-masing probabilitas (Asymp. Sig.) dibandingkan dengan nilai 0,05 untuk menentukan tolak atau terima H_0 , dengan kriteria:

H_0 : tidak ada hubungan antara lama responden menjadi nasabah BTM dengan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen menggunakan jasa BTM

H_1 : ada hubungan antara lama responden menjadi nasabah BTM dengan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen menggunakan jasa BTM

Jika probabilitas $> 0,05$ maka H_0 diterima

Jika probabilitas $< 0,05$ maka H_0 ditolak

Maka berdasarkan ringkasan Data Kuesioner diolah diatas dapat diambil kesimpulan bahwa ada hubungan antara lama waktu responden menjadi nasabah dengan variabel:

1. Simpatisan Muhammadiyah.

Simpatisan Muhammadiyah cepat mendapat informasi berdirinya BTM sehingga sejak awal berdiri sudah banyak yang menjadi nasabah BTM. Namun sebaliknya, yang bukan simpatisan Muhammadiyah juga ternyata sudah lama menjadi nasabah BTM. Hal ini menunjukkan bahwa responden setia dengan BTM walaupun bukan simpatisan Muhammadiyah. Datanya dapat dilihat berikut ini:

Tabel 4.48 Data Cross Tabulasi Lama Menjadi Nasabah * Memilih BTM Karena Simpatisan Muhammadiyah

Crosstab

Count							
		Memilih BTM Karena Simpatisan Muhammadiyah					
		sangat tidak setuju	tidak setuju	netral	setuju	sangat setuju	Total
Lama	0	0	3	1	0	0	4
Menjadi Nasabah	<6 bln	0	5	0	2	2	9
	6-12 bln	1	3	4	6	2	16
	1-2 th	0	14	12	25	1	52
	4 th	0	2	1	5	4	12
	5 th	0	3	1	0	0	4
	6 th	0	0	0	0	1	1
	7 th	0	0	0	1	0	1
	9 th	0	0	1	0	0	1
	Total		1	30	20	39	10

Sumber: Data Kuesioner diolah

2. Kemajuan BTM kembali pada umat.

Responden yang sudah lama menjadi nasabah BTM merasa yakin bahwa kemajuan BTM pasti akan kembali pada umat. Berikut ini data tabulasi silang dari karakteristik responden berupa lama waktu menjadi nasabah dengan variabel kemajuan BTM akan kembali pada umat.

Tabel 4.49 Data Cross Tabulasi Lama Menjadi Nasabah * kemajuan BTM Akan Kembali pada Umat

Crosstab

Count		kemajuan BTM Akan Kembali pada Umat				Total
		tidak setuju	netral	setuju	sangat setuju	
Lama Menjadi Nasabah	0	0	1	3	0	4
	<6 bln	1	1	4	3	9
	6-12 bln	0	0	9	7	16
	1-2 th	1	7	29	15	52
	4 th	0	1	5	6	12
	5 th	2	1	0	1	4
	6 th	0	0	0	1	1
	7 th	0	0	1	0	1
	9 th	0	0	1	0	1
Total		4	11	52	33	100

Sumber: Data Kuesioner diolah

Jika dilihat dari data diatas terlihat bahwa mayoritas responden yang telah menjadi nasabah selama satu hingga dua tahun, menjawab setuju. Hal ini sangat menarik melihat satu sampai dua tahun adalah waktu yang singkat. Namun nasabah BTM sudah mempercayai BTM hingga meyakini bahwa kemajuan BTM akan kembali juga pada kejayaan umat.

Tabel 4.50 Uji Hubungan Antara Produk Pilihan Responden dengan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen Menggunakan Jasa BTM

No.	Faktor-faktor dalam 22 variabel	Asymp.Sig
1	Adanya Larangan Riba	0.377
2	Adanya bagi hasil	0.712
3	Memberi Sedekah	0.188
4	Diawasi oleh dewan syariah (ulama)	0.106
5	Kemajuan BTM akan kembali pada umat	0.805
6	Tempat lebih dekat rumah	0.005
7	Ongkos transport ke lokasi murah	0.984
8	Kenal pengurus BTM	0.079
9	Saran sahabat	0.34
10	Nama baik BTM	0.978
11	Proses mudah	0.264
12	Proses cepat	0.223
13	Karyawan menerima keluhan	0.283
14	Karyawan melayani dengan memuaskan	0.877
15	Karyawan berbusana rapi	0.972
16	Karyawan professional	0.49
17	Cash cepat	0.918
18	Kantor megah	0.134
19	Ada buku tabungan, surat menyurat resmi dengan nasabah	0.236
20	Memilih BTM karena anggota muhammadiyah	0.954
21	Memilih BTM karena simpatisan muhammadiyah	0.723
22	Memilih BTM karena nama besar muhammadiyah	0.585

Sumber: Data Kuesioner diolah

Setelah data diolah menggunakan SPSS maka didapatkan, nilai masing-masing probabilitas (Asymp. Sig.) dibandingkan dengan nilai 0,05 untuk menentukan tolak atau terima H_0 , dengan kriteria:

H_0 : tidak ada hubungan antara produk pilihan responden dengan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen menggunakan jasa BTM

H_1 : ada hubungan antara produk pilihan responden dengan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen menggunakan jasa BTM

Jika probabilitas $> 0,05$ maka H_0 diterima

Jika probabilitas $< 0,05$ maka H_0 ditolak

Maka berdasarkan ringkasan Data Kuesioner diolah diatas dapat diambil kesimpulan bahwa ada hubungan antara produk yang digunakan responden dengan variabel lokasi dekat rumah. Mengingat mayoritas responden menggunakan produk pembiayaan dan tabungan, bukan nasabah deposito yang mencari return tinggi, maka faktor lokasi yang mudah dijangkau menjadi pertimbangan. Mereka tidak mau repot untuk mencari lembaga keuangan dengan return yang tinggi karena memang bukan hal itu yang dicari.

Produk yang digunakan oleh responden sebagaimana tertulis di bab 3 adalah kebanyakan tabungan dan pembiayaan. Yaitu masing-masing 61 orang dan 60 orang. Diantara keduanya ada yang menggunakan dua produk sekaligus dari BTM. Yaitu menabung sekaligus menerima pembiayaan. Sedangkan pengguna jasa produk deposito mudharabah hanya 21 orang. Berikut ini data cross tab dari produk pilihan responden dengan variabel lokasi dekat rumah.

Tabel 4.51 Data Cross Tabulasi Produk Pilihan Responden * Lokasi Dekat Rumah
Crosstab

Count		Lokasi Dekat Rumah				Total
		tidak setuju	netral	setuju	sangat setuju	
Produk Pilihan	0	0	0	2	1	3
	tabungan	1	2	17	1	21
	deposito	0	1	2	1	4
	pembiayaan	1	2	21	3	27
	tabungan dan deposito	0	1	5	4	10
	tabungan dan pembiayaan	0	3	16	6	25
	deposito dan pembiayaan	0	0	1	1	2
	pembiayaan dan arisan	1	0	0	0	1
	tabungan, deposito, pembiayaan	0	1	4	2	7
Total		3	10	68	19	100

Sumber: Data Kuesioner diolah

Dari kajian teori di Bab II diketahui bahwa ada 2 faktor yang menjadi pertimbangan dalam penentuan lokasi suatu bank (dalam hal ini BTM), yaitu :

1. Faktor Utama (Primer)

Pertimbangan dalam faktor primer dalam menentukan lokasi bank adalah :

- a. Dekat dengan pasar
- b. Dekat dengan Perumahan
- c. Tersedia Tenaga Kerja, baik jumlah maupun kualifikasi yang diinginkan
- d. Terdapat fasilitas pengangkutan seperti jalan raya, atau kereta api atau pelabuhan laut atau pelabuhan udara
- e. Tersedia sarana dan prasarana seperti listrik, telepon, dan sarana lainnya.
- f. Sikap masyarakat

Berdasarkan pengamatan, BTM-BTM di Tulungagung telah memenuhi pertimbangan berupa kedekatan dengan perumahan, ketersediaan tenaga kerja, berada di dekat jalan raya, ketersediaan berbagai sarana yang dibutuhkan, dan penerimaan masyarakat yang cukup baik. Namun beberapa BTM belum mampu memiliki lokasi yang strategis yaitu dekat pasar. Kedepan disarankan BTM dapat mencari lokasi yang lebih strstegis untuk menjaring lebih banyak nasabah.

Tabel 4.52 Uji Hubungan Antara Keputusan Responden Menjadi Nasabah Lembaga Keuangan Lain dengan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen Menggunakan Jasa BTM

No.	Faktor-faktor dalam 22 variabel	Asymp.Sig
1	Adanya Larangan Riba	0.747
2	Adanya bagi hasil	0.495
3	Memberi Sedekah	0.425
4	Diawasi oleh dewan syariah (ulama)	0.636
5	Kemajuan BTM akan kembali pada umat	0.416
6	Tempat lebih dekat rumah	0.279
7	Ongkos transport ke lokasi murah	0.13
8	Kenal pengurus BTM	0.398
9	Saran sahabat	0.386
10	Nama baik BTM	0.071
11	Proses mudah	0.216
12	Proses cepat	0.083
13	Karyawan menerima keluhan	0.001
14	Karyawan melayani dengan memuaskan	0.664
15	Karyawan berbusana rapi	0.505
16	Karyawan professional	0.677
17	Cash cepat	0.565
18	Kantor megah	0.706
19	Ada buku tabungan, surat menyurat resmi dengan nasabah	0.728
20	Memilih BTM karena anggota muhammadiyah	0.082
21	Memilih BTM karena simpatisan muhammadiyah	0.123
22	Memilih BTM karena nama besar muhammadiyah	0.383

Sumber: Data Kuesioner diolah

Setelah data diolah menggunakan SPSS maka didapatkan, nilai masing-masing probabilitas (Asymp. Sig.) dibandingkan dengan nilai 0,05 untuk menentukan tolak atau terima H_0 , dengan kriteria:

H_0 : tidak ada hubungan antara keputusan responden menjadi nasabah lembaga keuangan lain dengan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen menggunakan jasa BTM

H_1 : ada hubungan antara keputusan responden menjadi nasabah lembaga keuangan lain dengan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen menggunakan jasa BTM

Jika probabilitas $> 0,05$ maka H_0 diterima

Jika probabilitas $< 0,05$ maka H_0 ditolak

Berdasarkan ringkasan Data Kuesioner diolah diatas dapat diambil kesimpulan bahwa ada hubungan antara keputusan responden menjadi nasabah Lembaga Keuangan lain dengan variabel karyawan menerima keluhan. Hal ini mungkin disebabkan responden yang merasa tidak puas dengan pelayanan karyawan, menjadi kehilangan loyalitas dan berpindah pada lembaga keuangan lain.

Berikut ini data tabulasi keputusan responden untuk menjadi nasabah lembaga keuangan lain dengan variabel karyawan menerima keluhan.

Tabel 4.53 Data Cross Tabulasi Menjadi Nasabah Lembaga Keuangan Lain* Karyawan Menerima Keluhan

Crosstab

Count		Karyawan Menerima Keluhan				Total
		tidak setuju	netral	setuju	sangat setuju	
menjadi nasabah	0	1	0	0	0	1
Lembaga	ya	1	13	31	7	52
Keuangan lain	tidak	3	14	18	11	46
Total		5	27	49	18	99

Sumber: Data Kuesioner diolah

Menurut ajaran Islam yang dicontohkan oleh Rasulullah SAW, baik sebagai karyawan maupun siapapun hendaknya kita selalu ikhlas membantu orang lain. Berikut ini prinsip-prinsip pelayanan yang diajarkan dalam hadis nabi:

”buatlah gembira dan jangan buat gelisah” (HR Abu Dawud)

”permudahlah dan jangan dipersulit” (HR Abu Musa al Asy’ari)

Dengan menerapkan semua itu kiranya secara langsung dapat memperbaiki perilaku kita yang kurang baik. Dan menjadikan nasabah puas dan loyal.

Tabel 4.54 Uji Hubungan Antara Alasan Responden Menjadi Nasabah Lembaga Keuangan Lain dengan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen Menggunakan Jasa BTM

No.	Faktor-faktor dalam 22 variabel	Asymp.Sig
1	Adanya Larangan Riba	0.288
2	Adanya bagi hasil	0.648
3	Memberi Sedekah	0.506
4	Diawasi oleh dewan syariah (ulama)	0.041
5	Kemajuan BTM akan kembali pada umat	0.003
6	Tempat lebih dekat rumah	0.767
7	Ongkos transport ke lokasi murah	0.064
8	Kenal pengurus BTM	0.942
9	Saran sahabat	0.182
10	Nama baik BTM	0.11
11	Proses mudah	0.963
12	Proses cepat	0.437
13	Karyawan menerima keluhan	0.942
14	Karyawan melayani dengan memuaskan	0.965
15	Karyawan berbusana rapi	1
16	Karyawan professional	0.933
17	Cash cepat	0.826
18	Kantor megah	0.615
19	Ada buku tabungan, surat menyurat resmi dengan nasabah	0.66
20	Memilih BTM karena anggota muhammadiyah	0.002
21	Memilih BTM karena simpatisan muhammadiyah	0.342
22	Memilih BTM karena nama besar muhammadiyah	0.173

Sumber: Data Kuesioner diolah

Setelah data diolah menggunakan SPSS maka didapatkan, nilai masing-masing probabilitas (Asymp. Sig.) dibandingkan dengan nilai 0,05 untuk menentukan tolak atau terima H_0 , dengan kriteria:

H_0 : tidak ada hubungan antara alasan responden menjadi nasabah lembaga keuangan lain dengan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen menggunakan jasa BTM

H_1 : ada hubungan antara alasan responden menjadi nasabah lembaga keuangan lain dengan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen menggunakan jasa BTM

Jika probabilitas $> 0,05$ maka H_0 diterima

Jika probabilitas $< 0,05$ maka H_0 ditolak

Maka berdasarkan ringkasan Data Kuesioner diolah diatas dapat diambil kesimpulan bahwa ada hubungan antara banyaknya alasan menjadi nasabah lembaga keuangan lain dengan variabel:

1. Adanya Pengawasan Dewan Syariah,

Dengan angka probabilitas 0,041 maka berarti ada hubungan antara alasan responden menjadi nasabah lembaga keuangan lain dengan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen menggunakan jasa BTM. merasa aman akan kehalalan usaha ini dengan adanya pengawasan dewan syariah.

Sudah seharusnya kita meminta nasehat dan menghormati alim ulama sebagaimana sabda nabi,

”Siapa saja yang menempuh perjalanan untuk mencari ilmu, Allah memperjalankannya di atas salah satu jalan surga. Sesungguhnya para malaikat meletakkan sayap mereka karena ridha kepada penuntut ilmu. Sesungguhnya seorang alim itu dimintakan ampunan oleh makhluk yang ada di langit dan di bumi hingga ikan yang ada di dasar lautan. Sesungguhnya keutamaan seorang alim atas abid seperti keutamaan bulan purnama atas seluruh bintang-bintang. Sesungguhnya ulama adalah pewaris para nabi. Sesungguhnya para nabi tidak mewariskan dinar dan dirham, melainkan mewariskan ilmu. Karena itu, siapa saja yang mengambilnya, ia telah

mengambil bagian yang besar.” (HR Abu Dawud, Ibnu Majah, at Tirmidzi, Ahmad, ad Darimi, al Hakim, al Baihaqi, dan Ibnu Hibban)

2. Kemajuan BTM kembali pada umat,

angka probabilitas 0,003 menunjukkan adanya hubungan antara alasan responden menjadi nasabah bank lain dengan faktor-faktor yang diteliti. mereka yakin bahwa kemajuan BTM akan kembali pada umat. Karena telah merasakan menjadi nasabah lembaga keuangan lain, yang belum tentu memberi sumbangsih nyata bagi umat Islam, responden lebih meyakini bahwa BTM mampu memberi kontribusi positif bagi umat Islam.

3. Memilih BTM karena anggota Muhammadiyah.

Responden yang juga merupakan nasabah lembaga keuangan/ bank lain, merasa perlu membuka rekening tabungan atau menjadi nasabah BTM karena merasa sebagai anggota Muhammadiyah.

