

**PENGARUH ASPEK SOSIAL, TINGKAT PENDIDIKAN, DAN
PENDAPATAN TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI
NASABAH BMT KI SLAMET LAMONGAN**

SKRIPSI



**Oleh
ACHMAD NUR KARIM**

NIM: 18540019

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MAULANA MALIK
IBRAHIM MALANG**

2022

**PENGARUH ASPEK SOSIAL, TINGKAT PENDIDIKAN, DAN
PENDAPATAN TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI
NASABAH BMT KI SLAMET LAMONGAN**

SKRIPSI

Diajukan Kepada:

Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (SE)



Oleh
ACHMAD NUR KARIM

NIM: 18540019

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MAULANA MALIK
IBRAHIM MALANG**

2022

LEMBAR PERSETUJUAN
PENGARUH ASPEK SOSIAL, TINGKAT PENDIDIKAN, DAN
PENDAPATAN TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH
BMT KI SLAMET LAMONGAN

SKRIPSI

Oleh

ACHMAD NUR KARIM

NIM : 18540019

Telah disetujui pada tanggal 2 Maret 2022

Dosen Pembimbing,



Fani Firmansyah, S.E., M.M
NIP. 19770123 200912 1 001

Mengetahui:
Ketua Jurusan,



Sri Rahayu, S.E., M.M
19770826 200801 2 011

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH ASPEK SOSIAL, TINGKAT PENDIDIKAN, DAN
PENDAPATAN TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI
NASABAH BMT KI SLAMET LAMONGAN

SKRIPSI

Oleh:

ACHMAD NUR KARIM

NIM: 18540019

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada 21 Maret 2022

Susunan Dewan Penguji

1. Ketua

Nihayatu Aslamatis Solekah, SE., MM

NIP. 19801109 20160801 2 053

()

2. Dosen Pembimbing/Sekretaris

Fani Firmansyah, SE., MM

NIP. 19770123 200912 1 001

()

3. Penguji Utama

Dr. Yayuk Sri Rahayu, SE., MM

NIP. 19770826 200801 2 011

()

Disahkan Oleh:

Ketua Jurusan,



Dr. Yayuk Sri Rahayu, SE., MM

NIP. 19770826 200801 2 011

()

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Achmad Nur Karim
NIM : 18540019
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Perbankan Syariah

menyatakan bahwa "**Skripsi**" yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

PENGARUH ASPEK SOSIAL, TINGKAT PENDIDIKAN, DAN PENDAPATAN TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH BMT KI SLAMET LAMONGAN

adalah hasil karya saya sendiri, bukan "**duplikasi**" dari karya orang lain. Selanjutnya apabila di kemudian hari ada "**klaim**" dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 21 Maret 2022

Hormat saya,



Achmad Nur Karim
NIM: 18540019

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah-Nya penelitian ini dapat terselesaikan dengan judul “Pengaruh Aspek Sosial, Pendapatan Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah BMT KI SLAMET LAMONGAN”.

Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW yang telah membimbing kita dari kegelapan menuju jalan kebaikan, yakni Din al-Islam.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa adanya bimbingan dan sumbangan pemikiran dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M. Zainuddin, MA selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. Misbahul Munir, Lc., M.Ei selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Bapak Fani Firmansyah S.E., M.M, selaku dosen pembimbing skripsi.
4. Ibu Dr. Yayuk Sri Rahayau S.E., M.M, selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
5. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
6. Ibu, ayah, adik, dan seluruh keluarga yang senantiasa memberikan do'a dan dukungan secara moril dan spirituil.
7. Bapak Hanafi selaku bagian SDA BMT KI SLAMET Lamongan.
8. Ibu Sri Administrasi BMT KI SLAMET Lamongan, sekaligus pembimbing lapangan.
9. Seluruh karyawan BMT KI SLAMET Lamongan yang telah membantu dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.

10. Teman-teman ekonomi Angkatan 2018 yang telah memberikan semangat dan dukungan dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.

11. Dan seluruh pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung yang tidak bisa disebutkan satu persatu

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif demi kesempurnaan penulisan ini. Penulis berharap semoga karya yang sederhana ini dapat bermanfaat dengan baik bagi semua pihak. Amin ya Robbal 'Alamin...

Malang, 2 Februari 2022



Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

PENGARUH ASPEK SOSIAL	i
PENGARUH ASPEK.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
SURAT PERNYATAAN	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB 2.....	10
KAJIAN TEORI.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Teori – Teori Terkait	15
2.3 Keputusan Menjadi Nasabah.....	20
2.4 Hubungan Antar Variabel	22
2.5 Kerangka Konseptual.....	23
2.6 Hipotesis Penelitian.....	24
BAB 3.....	40
METODE PENELITIAN	40
3.1 Pendekatan Penelitian	40
3.2 Lokasi Penelitian.....	40
3.3 Populasi Penelitian	41
3.4 Teknik Pengambilan Sampel Penelitian	41
3.5 Data dan Jenis Data	42
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.7 Definisi Operasional Variabel	44

3.8	Analisis Data	45
BAB 4	51
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51
4.1	Hasil Penelitian	51
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	51
4.1.2	Gambaran Umum Responden	54
4.1.3	Hasil Analisis Deskriptif.....	60
4.1.4	Uji Instrumen Penelitian	65
4.1.5	Uji Asumsi Klasik.....	67
4.1.6	Analisis Hipotesis.....	68
4.2	Pembahasan.....	71
BAB 5	64
PENUTUP	64
5.1	Kesimpulan.....	64
5.2	Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN-LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Nasabah BMT KI SLAMET Tahun 2019/2020	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu yang Relevan	10
Tabel 3. 1 Alternatif Jawaban dengan Skala Likert	44
Tabel 3. 2 Definisi Operasional	44
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	55
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	56
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	57
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Golongan Pendapatan.....	58
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	59
Tabel 4. 7 Tafsiran Nilai-Rata-Rata	60
Tabel 4. 8 Deskriptif Aspek Sosial	61
Tabel 4. 9 Deskriptif Keputusan Menjadi Nasabah	64
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas	66
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Variabel Aspek Sosial	66
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Menjadi Nasabah.....	67
Tabel 4. 13 Hasil Uji t.....	69
Tabel 4. 14 Hasil Uji F (Simultan).....	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Proses Keputusan Konsumen	21
Gambar 2. 2 Model Konseptual/ Penelitian	24
Gambar 4. 1 Struktur Manajemen KSPPS BMT KI SLAMET LAMONGAN....	53
Gambar 4. 2 Grafik Uji Normalitas.....	67

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1: Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2: Tabulasi Data Penelitian
- Lampiran 3: Hasil Uji Frekuensi
- Lampiran 4: Uji Instrumen Penelitian
- Lampiran 5: Hasil Uji Regresi Linier Berganda
- Lampiran 6: Surat Balasan
- Lampiran 7: Surat Keterangan Bebas Plagiarisme
- Lampiran 8: Jurnal Bimbingan Tugas Akhir
- Lampiran 9: Biodata Peneliti

ABSTRAK

Achmad Nur Karim. 2022, SKRIPSI. Judul: “Pengaruh Aspek Sosial, Tingkat Pendidikan, Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah BMT KI SLAMET LAMONGAN”

Pembimbing : Fani Firmansyah, SE., MM

Kata Kunci : Aspek Sosial, Tingkat Pendidikan, Pendapatan, Keputusan Menjadi Nasabah

Indonesia ialah negeri berpenduduk muslim terbanyak dunia, hampir 85% yang tersebar dari Sabang hingga Merauke, oleh sebab itu ialah salah satu modal untuk mendirikan perbankan syariah di Indonesia. Pada saat ini perbankan syariah di Indonesia tumbuh sangat pesat, hal ini teruji dengan timbulnya bank syariah di tiap wilayah, apalagi bank konvensional banyak yang melaksanakan konversi ke bank syariah. Terdapat beberapa elemen yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen, termasuk karakteristik konsumen individu seperti pendidikan dan pendapatan konsumen, pengaruh lingkungan, dan teknik pemasaran. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh aspek sosial, tingkatan pendidikan dan pendapatan secara bersama-sama dan secara individual terhadap keputusan menjadi nasabah BMT KI SLAMET Lamongan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah BMT KI SLAMET Lamongan. Karakteristik sampel penelitian didasarkan pada teknik pengambilan sampel secara *propotional random sampling*. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus slovin dan diperoleh 98 responden. Penelitian ini melakukan pengamatan berdasar data primer yang dikumpulkan dari metode survei dalam bentuk kuesioner tertutup. Teknik analisis data adalah regresi linear berganda.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa Aspek sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di BMT KI SLAMET. Tingkat pendidikan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di BMT KI SLAMET. Pendapatan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di BMT KI SLAMET. Aspek sosial (X1), tingkat pendidikan (X2) dan variabel pendapatan (X3) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah (Y).

ABSTRACT

Achmad Nur Karim. 2022, SKRIPSI. Judul: “The influence of Social Aspects, Education Level, and Income on the decision become a customer of BMT KI SLAMET LAMONGAN”

Pembimbing : Fani Firmansyah, SE., MM

Kwywords : Social Aspects, Education Level, Income, Decision to Become a Customer

Indonesia is the most populous Muslim country in the world, almost 85% of which is spread from Sabang to Merauke, therefore it is one of the capitals for establishing Islamic banking in Indonesia. Currently, Islamic banking in Indonesia is growing very rapidly, this is proven by the emergence of Islamic banks in each region, especially many conventional banks are converting to Islamic banks. There are several elements that can influence consumer decisions, including individual consumer characteristics such as consumer education and income, environmental influences, and marketing techniques. The purpose of this study was to examine the effect of social aspects, education level and income together and individually on the decision to become a customer of BMT KI SLAMET Lamongan.

This study uses a descriptive quantitative approach. The population in this study were all customers of BMT KI SLAMET Lamongan. The characteristics of the research sample were based on the proportional random sampling technique. The sampling technique used the Slovin formula and obtained 98 respondents. This study conducted observations based on primary data collected from the survey method in the form of a closed questionnaire. The data analysis technique is multiple linear regression.

The results of the study indicate that the social aspect has a significant effect on the decision to become a customer at BMT KI SLAMET. The level of education has a significant effect on the decision to become a customer at BMT KI SLAMET. Income has no significant effect on the decision to become a customer at BMT KI SLAMET. Social factors (X1), education level (X2) and income variables (X3) together have a significant effect on the decision to become a customer (Y).

مستخلص البحث

أحمد نور كريم. ٢٠٢٢، البحث الجامعي. "تأثير الجانب الاجتماعي ومستوى التعليم والدخل على القرار بأن يصبح عميلا لبيت المال والتمويل كي سلامات لامونجان. المشرف: فاني فرمانشاه، الماجستير.

الكلمات الرئيسية: الجانب الاجتماعي، الدخل، مستوى التعليم، القرار بأن يصبح عميلا

إندونيسيا هي الدولة أكثر سكانا مسلما في العالم، حيث ينتشر ما يقرب من ٨٥% من سابعانغ إلى ميراوكي، وبالتالي فهي من إحدى المبررات لإنشاء الخدمات المصرفية الإسلامية في إندونيسيا. في هذا الوقت، تنمو الخدمات المصرفية الإسلامية في إندونيسيا بسرعة كبيرة، ويشير إلى ذلك ظهور البنوك الإسلامية في كل منطقة، وخاصة معظم البنوك التقليدية يتحول إلى البنوك الإسلامية. العناصر التي تؤثر على قرار العملاء كثيرة، بما في ذلك خصائص العملاء الفردية مثل تعليمهم ودخلهم، والتأثير البيئي، وطريقة التسويق. الهدف من هذا البحث هو اختبار تأثير الجانب الاجتماعي ومستوى التعليم والدخل كليا أو جزئيا على القرار بأن يصبح عميلا لبيت المال والتمويل كي سلامات لامونجان.

استخدم هذا البحث منهجا كميا وصفيا. مجتمع البحث هز جميع عملاء بيت المال والتمويل كي سلامات لامونجان. وتستخدم خصائص العينات البحثية إلى تقنيات أخذ العينات العشوائية الاستباقية. استخدمت تقنية أخذ العينات صيغة سلوفين وحصل عليها ٩٨ مستجيبا. وقدم البحث ملاحظة تستند إلى البيانات الأولية التي تم جمعها من أساليب المسح في شكل استبانة مغلقة. طريقة تحليل البيانات هي الانحدار الخطي المتعدد.

من نتائج البحث أظهرت أن الجانب الاجتماعي له تأثير كبير على القرار بأن يصبح عميلا في بيت المال والتمويل كي سلامات، ومستوى التعليم له تأثير كبير على ذلك القرار، أما الدخل فليس له تأثير كبير على القرار بأن يصبح عميلا في بيت المال والتمويل كي سلامات، متغير الجانب الاجتماعي (X1) ومتغير مستوى التعليم (X2) ومتغير الدخل (X3) كليا لها تأثير كبير على القرار بأن يصبح عميلا (Y).

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perbankan Syariah merupakan bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan bunga. Bank Syariah muncul di Indonesia ialah bentuk dari permintaan pasar yang memerlukan lembaga keuangan dengan sistem perbankan yang halal serta penuh prinsip Syariah. Prinsip Syariah merupakan ketentuan perjanjian bersumber pada hukum Islam antara bank serta pihak lain buat penyimpanan dana ataupun pembiayaan aktivitas usaha, dan juga aktivitas lain yang dinyatakan cocok syariah, antara lain bersumber pada prinsip bagi hasil (*mudharabah*), pembiayaan bersumber pada prinsip penyertaan modal (*musyarakah*), prinsip jual beli benda dengan mendapatkan keuntungan bersumber pada prinsip sewa murni tanpa opsi (*ijarah*) (Franzoni & Allali, 2018). Dikala ini pertumbuhan dibidang jasa, khususnya perbankan lagi pesat. Dulu nasabah mencari bank (*Bank Oriented*), saat ini bank mencari nasabah (*Customer Oriented*) hingga bank dituntut sanggup menawarkan bahan-bahan yang cocok dengan kebutuhan serta kemauan nasabah. Dengan menggunakan produk yang ditawarkan, perbankan wajib bisa merebut atensi calon nasabah tidak cuma hanya menghadirkan, namun pula memiliki faktor persuasi (Arikunto, Suharsimi. 2010)

Perbankan syariah dalam sebutan internasional diketahui dengan nama *islamic banking* ataupun perbankan tanpa bunga. Sebutan perbankan yang tidak lepas dari asal usul sistem perbankan syariah yang awal mulanya dibesarkan selaku sesuatu reaksi dari kelompok ekonom serta praktisi

perbankan muslim yang menginginkan supaya aktivitas keuangan yang dilaksanakan tidak berlawanan dengan prinsip-prinsip syariah, khususnya berkaitan dengan larangan praktek riba, aktivitas yang spekulatif, pelanggaran prinsip-prinsip keadilan dan penyaluran pembiayaan investasi pada aktivitas yang tidak mengganggu moral serta halal secara syariah. Indonesia ialah negeri berpenduduk muslim terbanyak dunia, nyaris 85% yang tersebar dari Sabang hingga Merauke, oleh sebab itu ialah salah satu modal buat mendirikan perbankan syariah di Indonesia. Dikala ini perbankan syariah di Indonesia tumbuh sangat pesat, perihal ini teruji dengan timbulnya bank syariah di tiap wilayah, apalagi bank konvensional banyak yang melaksanakan konversi ke bank syariah (Uhya, Acik Almaknunin. 2013). Menurut Gong et al (2013), terdapat beberapa elemen yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen, termasuk karakteristik konsumen individu seperti pendidikan dan pendapatan konsumen, pengaruh lingkungan, dan teknik pemasaran.

Menurut penelitian Anwar S dan Munajim A (2016) menjelaskan bahwa aspek sosial terutama keluarga dan orang sekitar tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memutuskan memilih bank syariah. Hal ini dikarenakan keluarga dan orang sekitar tidak memiliki peran dalam pengambilan keputusan setiap orang dalam hal apapun. Oleh karena itu, apapun keputusan yang akan diambil oleh seseorang bukan urusan dari keluarga maupun orang sekitar. Maka dari itu, pengambilan keputusan dari calon nasabah BMT tidak ada kaitannya dengan orang lain termasuk keluarga, semua keputusan diserahkan sepenuhnya kepada calon nasabah.

Sedangkan, menurut penelitian Munawaroh (2017) menjelaskan bahwa tidak semua nasabah memiliki pendidikan tinggi yang memutuskan menjadi nasabah. Hal ini dibuktikan pada penelitian Munawaroh (2017) menunjukkan bahwa nasabah terdiri dari berbagai tingkat pendidikan mulai dari SMA sebanyak 42%, D3 sebanyak 8%, S1 sebanyak 25% dan S2 sebanyak 25%. Semua kalangan memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi salah satu bagian dari nasabah suatu bank. Hal ini tidak terhalang oleh tingginya tingkat pendidikan, dikarenakan lebih banyak nasabah yang memiliki pendidikan hanya SMA saja, namun yang memiliki pendidikan di perguruan tinggi hanya minoritas. Oleh karena itu, dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak semua nasabah berpendidikan tinggi berminat untuk menjadi nasabah.

Salah satu tantangan yang saat ini masih banyak dialami adalah seperti yang dinyatakan oleh Yussof (2013) bahwa bank syariah ataupun lembaga keuangan syariah terkadang hanyalah merupakan perbankan konvensional yang ditambah label syariah. Tantangan lain buat perbankan Syariah merupakan gimana menonjolkan karakteristik khas perbankan syariah, ialah bank yang secara langsung membangun zona riil dengan prinsip keadilan. Sementara itu sistem perbankan syariah telah diatur dalam Undang-undang Nomor. 10 tahun 1998 dimana Bank Universal merupakan bank yang melakukan aktivitas usaha secara konvensional ataupun bersumber pada prinsip syariah yang kegiatannya membagikan jasa dalam kemudian lintas pembayaran. Lembaga keuangan syariah di Indonesia saat ini ini bisa dibedakan jadi 2 ialah lembaga keuangan syariah yang berupa bank serta non bank. Lembaga keuangan syariah yang berupa bank terdiri dari Bank Syariah

serta Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Lembaga keuangan syariah yang bukan bank meliputi takaful (asuransi), ijarah (leasing), rahn (pegadaian), reksadana syariah, Dana Pensiun Lembaga Keuangan (DPLK) Syariah, serta Baitul Mal Wa Tamwil (BMT) (Kurniadin Didin, Imam Machali. 2013).

Pada biasanya yang diartikan dengan lembaga keuangan syariah dalam perihal ini tercantum Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) merupakan lembaga keuangan yang usaha produknya membagikan kredit serta jasa-jasa lain dalam kemudian lintas pembayaran dan peredaran uang yang beroperasi disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah serta berorientasi menjajaki ketentuan-ketentuan syariat Islam. Salah satu lembaga keuangan syariah di Lamongan merupakan BMT KI SLAMET yang mempunyai kantor pusat di wilayah desa tanjungmekar kecamatan kalitengan, Lamongan, serta kantor cabang yang terletak di wilayah desa pangean, kecamatan maduran, Lamongan. BMT KI SLAMET secara spesial melayani jasa transaksi keuangan bersumber pada prinsip syariah bermacam poduk antara lain tabungan (Simasis), simpanan berjangka (Deposito), pembiayaan Bai" bitsaman ajil Giro Wadiah, murabahah, musyarakah, al- Qordhul Hasan.

Tabel 1. 1
Data Nasabah BMT KI SLAMET Tahun 2019/2020

Kriteria Nasabah	Jumlah	Frekuensi (%)
Jenis Kelamin		
Perempuan	912	22,8%
Laki – laki	3092	77,3%
Tingkat Pendidikan		
SD	280	7%
SMP	600	15%
SMA	960	24%
Perguruan Tinggi	2160	54%

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan data tabel 1.1 didapatkan bahwa total nasabah BMT KI SLAMET pada tahun 2019/2020 yaitu sebanyak 4000 nasabah. Di mana paling banyak berjenis kelamin laki – laki yaitu sebanyak 3092 orang (77,3%) dan perempuan sebanyak 912 orang (22,8%). Sedangkan data nasabah BT KI SLAMET berdasarkan tingkat pendidikan paling banyak memiliki tingkat pendidikan perguruan tinggi yaitu sebanyak 2160 orang (54%), jenjang SMA sebanyak 960 orang (24%), jenjang SMP sebanyak 600 orang (15%), dan paling sedikit tingkat SD sebanyak 280 orang (7%).

Ciri konsumen terdiri dari profesi, tipe kelamin serta tingkatan pembelajaran akhir. Profesi butuh dikenal sebab profesi orang berbeda-beda serta memiliki tingkatan upah ataupun pendapatan yang berbeda pula. Perihal tersebut hendak mempengaruhi terhadap keahlian nasabah dalam menabung. Tipe kelamin butuh dikenal sebab saat ini lebih banyak perempuan dari pada laki-laki serta perempuan cenderung mempunyai watak hemat tidak hanya itu dalam dunia pekerjaan mayoritas perempuan berpenghasilan lebih kecil dari pada laki-laki perihal tersebut pula mempengaruhi pada besar kecilnya uang yang di tabung. Tingkatan pembelajaran akhir butuh dikenal sebab dengan tingkatan pembelajaran yang berbeda hendak berbeda pula tingkatan tabungan serta tipe tabungan yang diseleksi. Terdapat banyak aspek yang bisa pengaruhi keputusan konsumen antara lain bagi Essael ialah: aspek individual konsumen yang meliputi pembelajaran serta pemasukan konsumen, pengaruh area, serta strategi pemasaran. Dari teori Essael dikatakan aspek individual konsumen yang didalamnya merupakan pembelajaran sangat pengaruhi pengambilan keputusan konsumen, perihal ini diakibatkan konsumen yang berpendidikan

besar memiliki pemikiran yang berbeda terhadap alternatif produk, data produk, serta evaluasi terhadap suatu produk dibanding dengan konsumen berpendidikan lebih rendah (Arikunto, Suharsimi. 2010).

Sikap konsumen dalam mengambil keputusan pula dipengaruhi oleh aspek sosial. Semacam pada teori Kotler pula mengatakan dalam Simamora kalau faktor-faktor yang mempengaruhi pada sikap konsumen merupakan aspek kebudayaan, aspek sosial, aspek personal, serta aspek psikologis. Walaupun kebanyakan penduduk Indonesia beragama Islam, namun pengembangan produk syariah berjalan lambat serta belum tumbuh sebagaimana halnya lembaga keuangan konvensional. Upaya pengembangan lembaga keuangan syariah tidak hanya cuma berlandaskan kepada aspek-aspek sah serta peraturan perundang-undangan namun pula wajib berorientasi kepada pasar ataupun warga selaku pengguna jasa (konsumen) (Yulaifah, Atin. 2011).

Sedangkan pendapatan merupakan salah satu penerimaan atas hasil dari pekerjaan yang telah dikerjakan. Pendapatan ini dapat berbentuk uang yang dibayarkan sebagai upah bagi para pekerja. Dengan adanya pendapatan para pekerja tersebut akan memiliki kesempatan untuk menjad nasabah di suatu bank untuk berbagai kepentingan. Menurut Fitriyah menjelaskan bahwa seseorang yang memiliki pendapatan akan berpeluang besar mengambil keputusan menjadi seoran nasabah dari produk bank syariah. Ahli teori sumarwan juga menjelaskan bahwapendapatan akan dapat menggambarkan tingkat besar kecilnya dari daya beli seorang konsumen. Daya beli akan ini juga menggambarkan banyaknya produk dan jasa yang dibeli dan dikonsumsi oleh

seorang konsumen dan seluruh anggota keluarganya. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh oleh Fitiyah Zulfiyati dengan judul “Pengaruh Tingkat Pendidikan dan Tingkat pendapatan Terhadap Permintaan Produk Asuransi pendidikan di Asuransi Syariah Asuransi Jiwa Bersama (AJB) Bumiputera 1912 Kantor Cabang Sidoarjo” dimana dalam penelitian ini bahwa pendapatan berpengaruh signifikan terhadap permintaan produk asuransi syariah.

Syafril & Huda (2015) Menurut penelitian yang dilakukan dapat menghasilkan bahwa aspek sosial berpengaruh signifikan dalam pengambilan keputusan. Sunardi & Maftukhah (2015) Menjelaskan mengenai pengetahuan tingkat pendidikan dalam penelitan tersebut mendapatkan hasil bahwa Pengetahuan konsumen Tingkat Pendidikan berpengaruh terhadap keputusan konsumen sebesar 63,2 %. Menurut Keynes, keputusan menabung dapat dilihat dari tingkat penghasilan dan konsumsi dari seseorang.

Lembaga keuangan syariah dalam gunanya selaku investor/ penyalur dana menjanjikan sesuatu sistem operasional yang lebih adil, khususnya pada sistem profit loss sharing (untuk hasil) semacam yang terdapat pada sistem Mudharabah serta system Musyarakah. Kedua komponen tersebut memakai akad untuk hasil ataupun profit sharing, dengan membagi jatah pemasukan hasil usaha tiap- tiap shahibul maal serta mudharib. Bersumber pada latar balik yang sudah di kemukakan diatas, hingga riset ini dimaksudkan buat menguji tentang seberapa pengaruh aspek sosial serta tingkatan pembelajaran warga ataupun konsumen selaku calon nasabah dengan mengambil judul **“PENGARUH ASPEK SOSIAL, TINGKAT PENDIDIKAN DAN**

PENDAPATAN TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH BMT KI SLAMET LAMONGAN.”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah aspek sosial mempengaruhi keputusan menjadi nasabah BMT KI SLAMET Lamongan?
2. Apakah tingkatan pendidikan mempengaruhi keputusan menjadi nasabah BMT KI SLAMET Lamongan?
3. Apakah pendapatan dapat mempengaruhi keputusan seseorang untuk menjadi nasabah BMT KI SLAMET Lamongan?
4. Apakah aspek sosial, tingkatan pendidikan, dan pendapatan secara bersama-sama mempengaruhi keputusan menjadi nasabah BMT KI SLAMET Lamongan?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Untuk menguji pengaruh aspek sosial terhadap keputusan menjadi nasabah BMT KI SLAMET Lamongan.
2. Untuk menguji pengaruh tingkatan pendidikan konsumen terhadap keputusan konsumen untuk menjadi nasabah BMT KI SLAMET Lamongan.
3. Untuk menguji pengaruh dari pendapatan konsumen terhadap keputusan untuk menjadi nasabah BMT KI SLAMET Lamongan.
4. Untuk menguji pengaruh aspek sosial, tingkatan pendidikan dan pendapatn secara bersama- sama terhadap keputusan menjadi nasabah BMT KI SLAMET Lamongan.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain

- a. Kegunaan akademis

Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk pengembangan

keilmuan khususnya di bidang perbankan syariah, sebagai bahan referensi atau rujukan, dan tambahan pustaka pada perpustakaan UIN Malang.

b. Secara Praktis

Berikut ini ada beberapa manfaat praktis yang didapatkan dari penelitian ini yaitu :

1. Bagi Nasabah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan pada pengetahuan nasabah pada perbankan syariah, dan menambah wawasan masyarakat sebagai bacaan ilmiah.

2. Bagi Lembaga

Dapat memberi kontribusi kepada BMT KI SLAMET Lamongan dalam meningkatkan jumlah nasabah.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman tentang lembaga keuangan syariah khususnya mengenai pengaruh produk dan bagi hasil, sehingga nantinya dapat melakukan pengkajian lebih mendalam dengan cara mengkaji pengaruh lain selain yang dalam penelitian ini.

BAB 2

KAJIAN TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu

Berikut adalah beberapa penelitian terdahulu yang peneliti anggap relevan untuk dijadikan komparasi dengan penelitian yang dilakukan saat ini. Berikut ini beberapa penelitian terdahulu yang disajikan dalam Tabel 2.1.

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu yang Relevan

Peneliti & Judul	Variabel	Metode	Temuan
1. Sunardi & Maftukhah (2015) : Pengetahuan Konsumen dan Keputusan Menjadi Nasabah (Kasus BSM Kan. Cab Pembantu BSD Tangerang Selatan)	X = Pengetahuan Konsumen Tingkat Pendidikan Y = Keputusan Nasabah	Pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian survey.	Pengetahuan konsumen berpengaruh terhadap keputusan konsumen sebesar 63,2 %
2. Syafril & Huda (2015): Analisis Faktor Sosial Budaya dan Psikologis Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan Pada Warung Mikro (Studi pada PT Bank Syariah Mandiri)	X = Aspek Sosial dan Psikologis Y = Keputusan Nasabah	Pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian survey.	- Faktor religius, ekonomi, kelompok acuan, keluarga, kelas sosial, motivasi, pembelajaran dan memori berpengaruh signifikan

Peneliti & Judul	Variabel	Metode	Temuan
Cabang Banjarmasin)			dalam pengambilan keputusan pemilihan pembiayaan mikro BSM. - Faktor budaya dan persepsi tidak berpengaruh dalam pengambilan keputusan.
3. Rochmah (2018): Pengaruh Aspek Sosial Terhadap Keputusan Nasabah Memilih BMT MADANI Sebagai Media Pembiayaan	X = Aspek Sosial Y = Keputusan Nasabah	Pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif	Secara parsial variabel faktor sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah.
4. Putri (2020) : Pengaruh Persepsi, Pembelajaran, Keluarga dan Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa	X = Persepsi, Pembelajaran, Keluarga dan Kelompok Acuan dalam lingkup sosial Y = Keputusan Nasabah	Pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian survey.	Persepsi, pembelajaran, keluarga dan kelompok acuan secara parsial dan bersama-sama berpengaruh positif dan

Peneliti & Judul	Variabel	Metode	Temuan
Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung)			signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah.
5. Hanik, Afkar, dan Utami (2021) : Pengaruh Aspek Sosial dan Tingkat Pendidikan terhadap Keputusan menjadi Nasabah di BMT Mandiri Ukhuwah Persada (Muda) Jawa Timur.	X = Aspek sosial dan Tingkat pendidikan Y = Keputusan Konsumen	Pendekatan kuantitatif dengan suvey kuesioner	Tingkat pendidikan berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah.

Peneliti & Judul	Variabel	Metode	Temuan
1. Aruna dan Rajashekar (2014) : An Empirical Study on Economic and Social Factors Influencing on the Investment Decisions of Individual Investors – With Special Reference to Bank Employees	X = aspek ekonomi dan aspek sosial Y = Keputusan investasi	Pendekatan kuantitatif dengan metode survey kuesioner	Aspek ekonomi seperti pendapatan keluarga, laba atas investasi dan keterjangkauan aspek sosial yang sama seperti dukungan keluarga dan teman sebaya sangat mempengaruhi keputusan menjadi investor
2. Sari, Wibowo, dan Suprpto (2015) : Factors that Influenced People to Become Islamic Bank Customer: a Study on Kancana Villagers	X = Faktor – faktor yang mempengaruhi Y = Keputusan konsumen	Pendekatan kuantitatif	Data nasabah sebagian besar perempuan usia produktif, pendidikan minimal SMA dan profesi sebagian besar pedagang. Faktor yang mempengaruhi yaitu psikologis, personal, faktor sosial ekonomi dan budaya

3. Rahman, Munira, Rana, dan Rahman (2018) : An Empirical Investigation on the Factors Influencing Customers' Decision in Choosing Banks	X = Kegiatan sosial, fasilitas bank, dan demografi Y = keputusan nasabah	Pendekatan kuantitatif dengan survey	Faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah meliputi fasilitas bank, kegiatan sosial, dan demografi
4. Cadha, Mehta, Lal, dan Lonare (2018) : Impact of Behavioural Factors on Investment Decisions Making	X = faktor demografi, investor, ekonomi dan faktor pemasaran, faktor perusahaan, dan atribut kinerja Y = keputusan investasi	Pendekatan kuantitatif dengan survey	Faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan menjadi investor yaitu faktor demografi,, psikologis, ekonomi dan faktor perusahaan
5. Chigamba, Cleopas (2021) : Factors Influencing the Choice of Commercial Banks by University Students in South Africa	X = layanan, kedekatan, daya tarik, aspek sosial, pemasaran, dan harga Y = keputusan nasabah	Pendekatan kualitatif studi literatur	Aspek yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah yaitu layanan, kedekatan, daya tarik, aspek sosial, pemasaran, dan harga

Sumber : Data diolah, 2021

2.2 Teori – Teori Terkait

2.1.1 Aspek Sosial

Semua masyarakat memiliki stratifikasi sosial yang lebih sering ditemukan dalam kelas sosial, pembagian masyarakat yang relatif homogen dan permanen, yang tersusun secara hirarkis dan yang para anggotanya menganut nilai, minat, dan perilaku serupa (Putri, 2020). Aspek sosial tersebut juga dipahami sebagai aspek yang mempengaruhi perilaku konsumen yang terbentuk dan berasal dari lingkungan sekitar (Syafri & Huda, 2015). Adapun aspek sosial yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen ini meliputi, kelompok referensi, keluarga, serta peran dan status konsumen.

1) Kelompok referensi

Kelompok referensi adalah semua kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap atau perilaku bagi individu. Dalam hal ini bentuk-bentuk group yang penting meliputi keluarga, teman dekat, mitra kerja, group sosial formal, group hobi, dan tetangga.

2) Keluarga

Keluarga dapat memberikan pengaruh pada perilaku konsumen secara langsung untuk menentukan pembelian suatu produk karena keluarga merupakan suatu kelompok kecil yang paling kuat dan berpengaruh terhadap persepsi dan perilaku seseorang karena setiap keluarga pasti memiliki nilai-nilai keluarga yang diturunkan oleh orang tua kepada anaknya dan hal ini juga terjadi diantara seluruh keluarga lainnya. Untuk itu sering kali pemasar menggunakan konsep siklus hidup

keluarga yang dijadikan sebagai perangkat strategis untuk mengembangkan suatu strategi pemasaran yang efektif.

3) Peran dan status konsumen

Peran terdiri dari aktivitas yang diharapkan pada seseorang untuk dapat dilakukan sesuai dengan orang – orang di sekitarnya. Tiap peran membawa status yang mencerminkan penghargaan umum oleh masyarakat. Posisi seseorang dalam tiap kelompok dapat didefinisikan dalam peran dan status (Syafri & Huda, 2015).

2.1.2 Tingkatan Pendidikan

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional mendefinisikan pendidikan sebagai usaha yang disengaja dan terencana untuk menciptakan lingkungan belajar dan proses pembelajaran di mana peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kemampuan spiritual, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, dan keterampilan yang diperlukan dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara. Menurut Bruner (2020), pendidikan dapat didefinisikan sebagai suatu usaha yang dilakukan oleh seorang atau sekelompok individu untuk menjadi dewasa atau untuk mencapai derajat eksistensi atau penghidupan yang lebih tinggi secara psikologis.

Souto-Otero (2021) menyatakan bahwa pendidikan dapat dibagi menjadi tiga jenis, yaitu pendidikan informal atau pendidikan yang diperoleh di rumah dalam lingkungan keluarga, pendidikan formal atau

pendidikan yang memiliki bentuk atau organisasi tertentu, serta pendidikan nonformal atau jenis pendidikan yang berada di luar pendidikan formal. Sedangkan menurut Pasal 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003, pendidikan formal merupakan jalur pendidikan yang diselenggarakan secara berjenjang, meliputi pendidikan dasar, pendidikan menengah, dan pendidikan tinggi. Pendidikan nonformal merupakan jalur pendidikan di luar pendidikan formal yang dapat direncanakan dan memiliki jenjang tertentu. Sedangkan, pendidikan informal merupakan jalur pendidikan berbasis lingkungan dan keluarga.

Pendidikan dasar, pendidikan menengah, dan pendidikan tinggi merupakan tiga tingkatan dari pendidikan formal (Jiménez et al., 2015). Pendidikan kecakapan hidup, pendidikan anak usia dini, pendidikan pemuda, pendidikan pemberdayaan perempuan, pendidikan literasi, pendidikan keterampilan dan pelatihan kerja, pendidikan kesetaraan, dan pendidikan lainnya yang ditujukan untuk meningkatkan kapasitas siswa merupakan contoh pendidikan nonformal. Lembaga kursus, lembaga pelatihan, kelompok belajar, pusat kegiatan belajar masyarakat, dan majelis taklim merupakan berbagai contoh dari satuan pendidikan nonformal. Kursus dan pelatihan disediakan bagi mereka yang membutuhkan informasi, keterampilan, kecakapan hidup dan sikap untuk mengembangkan diri, keterampilan kerja, usaha mandiri, serta melanjutkan pendidikan. Kegiatan belajar mandiri dapat dikategorikan sebagai kegiatan pendidikan informal yang dilakukan oleh keluarga dan lingkungan. Agama, budi

pekerti, etika, moralitas dan sosialisasi merupakan beberapa contoh dari pendidikan informal (Horn, 2018).

Tingkat pendidikan adalah proses seseorang dalam mengembangkan bentuk tingkah lakunya, sikap, dan kemampuan, baik untuk kehidupan masa kini dan mempersiapkan untuk kehidupan selanjutnya. Menurut UU SISDIKNAS No. 20 tahun 2003 menjelaskan mengenai indikator tingkat pendidikan meliputi jenjang pendidikan dan kesesuaian dalam pemilihan jurusan yang meliputi :

a. Macam – macam jenjang pendidikan

Jenjang pendidikan terdiri dari 3 yaitu :

1) Pendidikan formal

Pendidikan formal adalah pendidikan terakhir yang diperoleh oleh seseorang di suatu instansi dan sesuai dengan jurusan yang diminatinya.

2) Pendidikan nonformal

Pendidikan non formal adalah pendidikan yang indikatornya pernah diikuti dan sesuai dengan pekerjaan yang sekarang didapatkan.

3) Pendidikan informal

Pendidikan informal adalah pendidikan yang diperoleh dari keluarga dan lingkungan sekitar di mana indikator penilaiannya terdiri dari sikap dan kepribadian.

b. Jenjang pendidikan

1) Pendidikan dasar

Pendidikan dasar adalah pendidikan yang ditempuh oleh seseorang selama 9 tahun dari jenjang sekolah dasar sampai sekolah menengah yaitu dari SD sampai SMP.

2) Pendidikan menengah

Jenjang pendidikan lanjut dari pendidikan dasar, dimana jenjang pendidikan ini ditempuh selama 3 tahun atau jenjang pendidikan SMA.

3) Pendidikan tinggi

Jenjang pendidikan tinggi dapat ditempuh setelah menyelesaikan jenjang pendidikan dasar dan menengah yang mencakup sarjana, magister, doktor, dan spesialis.

2.1.3 Pendapatan

Pendapatan adalah sejumlah uang yang diterima oleh seseorang untuk keperluan tertentu sebagai upah setelah menyelesaikan suatu pekerjaan. Pendapatan ini digunakan untuk pemenuhan kebutuhan bagi penerima gaji. Selain untuk keperluan rumah tangga, hasil dari pendapatan juga dapat digunakan untuk tabungan atau bahkan berinvestasi di suatu bank. Sedangkan, pendapatan seseorang berasal dari berbagai sumber meliputi keahlian, mutu modal, dan kondisi kerja. Besar kecilnya pendapatan seseorang dapat menjadi tabungan untuk kehidupan berumah tangga. Menurut Keynes, keputusan menabung dapat dilihat dari tingkat penghasilan dan konsumsi dari seseorang.

Jadi pendapatan meningkat dengan asumsi konsumsi tetap maka tabungan akan meningkat. Berdampak pada keputusan nasabah dalam menabung menjadi lebih banyak. Semakin besar uang yang diterima oleh

seseorang akan memiliki peluang memilih keputusan menjadi nasabah suatu bank untuk menabung atau berinvestasi.

2.3 Keputusan Menjadi Nasabah

Menurut pandangan islam mengenai pengambilan keputusan tersebut berdasarkan Q.S. Al-Maidah ayat 100 yaitu:

قُلْ لَا يَسْتَوِي الْحَيْثُ وَالطَّيِّبُ وَلَوْ أَعْجَبَكَ كَثْرَةُ الْحَيْثِ ۚ فَاتَّقُوا اللَّهَ يَا أُولِيَ الْأَلْبَابِ لَعَلَّكُمْ
تُفْلِحُونَ

Artinya : “Katakanlah : tidak sama yang buruk dengan yang baik, meskipun banyaknya yang buruk itu menarik hatimu, maka bertakwalah kepada Allah hai orang-orang berakal, agar kamu mendapat keberuntungan.”

Riba diharamkan dengan dikaitkan kepada suatu tambahan yang berlipat ganda. Allah berfirman dalam surat Al-Imran ayat 130:

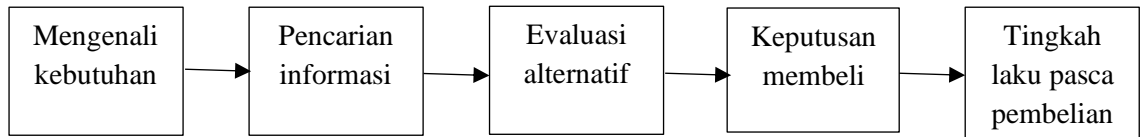
يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً
وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan.

Keputusan menjadi nasabah pada hakikatnya merupakan hak yang sepenuhnya dimiliki oleh konsumen. Namun tidak semua konsumen mempunyai pilihan yang tepat dalam memilih kebutuhan mereka, sehingga akhirnya mereka menyesal. Maka dari itu konsumen harus memperhatikan dan

mempertimbangkan beberapa hal sebelum melakukan bertransaksi, supaya tidak menyesal. Pengambilan keputusan juga harus mempertimbangkan beberapa faktor. Perhatikan Gambar 2.1 berikut

Gambar 2. 1
Proses Keputusan Konsumen



Sumber: Kotler & Keller (2016)

Gambar 2.1 memaparkan perspektif pemecahan masalah mengenai pengambilan keputusan konsumen dapat diketahui atas 5 (lima) langkah-langkah sebagai berikut:

- 1) Pengenalan kebutuhan: konsumen mempersiapkan kebutuhan yang akan dipenuhi terlebih dahulu.
- 2) Pencarian informasi: konsumen mencari informasi produk/layanan secara langsung ataupun bertanya kepada pelayan toko.
- 3) Evaluasi alternatif: konsumen memilih kembali produk/layanan yang akan dibeli sesuai dengan pilihannya dan dibandingkan dengan rekomendasi dari pelayan toko sehingga memunculkan hasil pilihan yang tepat.
- 4) Pembelian: pelanggan mendapatkan alternatif yang dipilih.
- 5) Hasil: konsumen mengevaluasi apakah pilihannya sudah layak digunakan atau seperti harapan.

Lebih lanjut, Kotler & Keller (2016) menjelaskan bahwa langkah-langkah yang dilalui konsumen dalam proses bertransaksi menekankan bahwa proses bertransaksi bermula sebelum pembelian dan berakibat jauh setelah bertransaksi. Setiap konsumen tentu melewati kelima tahap ini untuk setiap

bertransaksi yang mereka buat. Dalam bertransaksi yang lebih rutin, mereka membalik langkah-langkah tersebut. Setelah konsumen memecahkan masalah dengan lima tahapan diatas kemudian mereka akan memiliki faktor–faktor yang akan mereka pertimbangkan dalam keputusan bertransaksi. Setiap konsumen memiliki faktor yang berbeda untuk mempertimbangkan keputusan bertransaksi.

2.4 Hubungan Antar Variabel

2.1.4 Pengaruh Aspek Sosial Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah

Aspek sosial merupakan aspek yang mempengaruhi perilaku konsumen yang terbentuk dan berasal dari lingkungan sekitar. Dalam melakukan aktivitas sosial seseorang dengan orang disekitarnya pasti akan membentuk perilaku yang khas dalam masyarakat. Adapun komponen yang termasuk dalam aspek sosial adalah kelompok referensi, keluarga, serta peran dan status konsumen, sehingga dengan adanya pengaruh dari aspek sosial tersebut maka dapat dijadikan sebagai peluang untuk melakukan pemasaran produk maupun jasa oleh lembaga keuangan syariah Menurut Kotler (2009).

2.1.5 Pengaruh Tingkatan Pendidikan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah

Menurut Bruner (2020), Pendidikan akan mempengaruhi sebuah keputusan seseorang untuk menggunakan atau membeli suatu produk atau jasa dikarenakan semakin besar pemahaman tentang Bank Syariah dalam pendidikan Ekonomi Islam, maka akan menumbuhkan sebuah keputusan yang akhirnya menyebabkan adanya pembelian produk atau jasa. Sehingga memperoleh pengetahuan yang baru, baik yang buruk maupun yang baik.

Proses belajar pada seorang konsumen dapat dikatakan sebagai proses dimana konsumen memperoleh maupun mencari informasi lalu ia mempertimbangkan baik dan buruknya informasi tersebut, untuk menentukan apakah ia bisa untuk memutuskan membeli suatu produk baik jasa maupun barang.

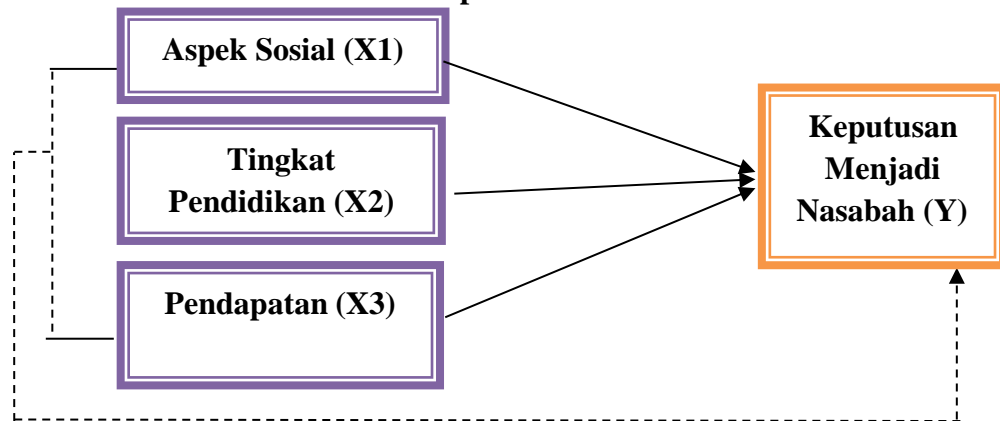
2.1.6 Pengaruh Pendapatan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah

Tingkat pendapatan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan. Pendapatan berpengaruh signifikan terhadap keputusan dai Muhammadiyah menjadi nasabah di bank syariah di Kota Padangsidimpuan, Menurut Sazwana (2021). Semakin besar pendapatan yang dimiliki nasabah maka akan mempengaruhi keputusan untuk menabung, tetapi jika pendapatan sedikit maka tidak akan mempengaruhi keputusan menjadi nasabah bank syariah.

2.5 Kerangka Konseptual

Gambar 2.1 berikut adalah hasil visualisasi untuk mendapatkan hubungan logis antar variabel yang ada dalam penelitian ini. Terdapat 3 variabel yang mengarah pada variabel keputusan jadi nasabah BMT KI SLAMET Lamongan sebagai variabel independen, yang diwakili oleh garis lurus menandakan adanya pengaruh dan membentuk hipotesis dalam penelitian ini. Sedangkan variabel aspek sosial dan tingkatan pembelajaran adalah variabel dependen.

Gambar 2. 2
Model Konseptual/ Penelitian



Sumber : Olahan Penulis 2021

Keterangan :

- > **Parsial**
 - - - - -> **Simultan**

2.6 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan uraian dan hasil penelitian yang telah dikembangkan di muka berikut kerangka pemikiran di atas, maka adanya pengaruh antar variabel dapat dikemukakan dalam hipotesis berikut:

- H₁ = Diduga aspek sosial mempengaruhi keputusan menjadi nasabah BMT KI SLAMET Lamongan.
- H₂ = Diduga tingkatan pendidikan mempengaruhi keputusan menjadi nasabah BMT KI SLAMET Lamongan.
- H₃ = Diduga aspek pendapatan dapat mempengaruhi dai keputusan seseorang untuk menjadi nasabah di BMT KI SLAMET Lamongan
- H₄ = Diduga aspek sosial, tingkatan Pendidikan, serta pendapatan secara bersama- sama mempengaruhi keputusan menjadi nasabah BMT KI SLAMET Lamongan.

Pada penelitian ini menggunakan teori Kotler dan Keller (2008), sepakat bahwa teori perilaku konsumen adalah sebuah studi yang mempelajari individu, kelompok, maupun organisasi dalam memilih, membeli, menggunakan, dan mengevaluasi produk untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Pendidikan merupakan suatu penunjang dalam memperoleh peluang lapangan pekerjaan sebagai sumber utama pendapatan. pendidikan yang tinggi akan memberikan pendapatan yang tinggi pula. Pendidikan yang tinggi secara tidak langsung akan membawa konsekuensi terhadap pilihan-pilihan individu dalam mendapatkan pekerjaan. Maka, lapangan pekerjaan yang menghasilkan pendapatan tinggi cenderung diambil oleh tenaga yang memiliki berpendidikan. Sehingga pada penelitian ini dapat didukung oleh Semiotica accounting theory untuk memperkuat argument peneliti mengenai ingkat pendidikan berpengaruh signifikan terhadap tingkat pendapatan individu, dimana semakin tinggi tingkat pendidikan, tingkat pendapatan juga akan meningkat. Dengan adanya pengaruh antara tingkat Pendidikan.

Schiffman dan Kanuk (2000), mengatakan bahwa teori ini adalah studi tentang bagaimana seseorang membuat sebuah keputusan untuk membelanjakan sumber daya yang mereka punya misalnya uang, waktu, dan tenaga mereka untuk mendapatkan produk yang akan dikonsumsi. (Littlejohn,2009:53). Pendapatan berpengaruh signifikan terhadap keputusan dai Muhammadiyah menjadi nasabah di bank syariah di Kota Padangsidempuan Menurut Sazwana (2021).

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif, yakni penelitian yang menekankan pada data-data numerikal (angka) yang diolah berdasar metode statistika (Siregar, 2014:2), dengan tujuan menguji suatu teori, menyajikan suatu fakta atau mendeskripsikan statistik, dan untuk menunjukkan hubungan antar variabel dan adapula yang sifatnya mengembangkan konsep, mengembangkan pemahaman atau mendiskripsikan banyak hal (Sugiyono, 2018:12). Adapun pendekatan yang digunakan adalah bersifat deskriptif yaitu untuk mengangkat fakta, keadaan, variabel, dan fenomena-fenomena yang terjadi sekarang (ketika penelitian berlangsung) dan penyajiannya apa adanya. Penelitian ini merupakan penelitian yang mengarah pada studi korelasional. Studi korelasi ini merupakan hubungan antar dua variabel, tidak saja dalam bentuk sebab akibat melainkan juga timbal balik antara dua variabel (Zuldafrial, 2012:22).

Penelitian ini termasuk *basic research* dengan metode survei, karena penelitian ini bermaksud untuk menguji tingkat signifikansi dari hipotesis awal yang sudah disusun oleh peneliti. Adapun survei yang dilakukan adalah menguji pengaruh aspek sosial serta tingkatan pendidikan dalam mempengaruhi keputusan jadi nasabah BMT KI SLAMET Lamongan.

3.2 Lokasi Penelitian

Salah satu lembaga keuangan syariah di Lamongan merupakan BMT KI SLAMET yang mempunyai kantor pusat di wilayah desa tanjungmekar

kecamatan kalitengan, Lamongan, serta kantor cabang yang terletak di wilayah desa pangean, kecamatan maduran, Lamongan. BMT KI SLAMET secara spesial melayani jasa transaksi keuangan bersumber pada prinsip syariah bermacam poduk antara lain tabungan (Simasis), simpanan berjangka (Deposito), pembiayaan Bai' bitsaman ajil Giro Wadiah, murabahah, musyarakah, al- Qordhul Hasan. Lokasi yang strategis juga berdampak dalam penelitian sehingga memudahkan untuk mencari data. Untuk yang terakhir mengapa memilih BMT KI SLAMET dikarenakan dari penelitian Munawaroh 2017 yang menunjukkan tingkat Pendidikan SMA lebih banyak sebanyak 42% berbanding terbalik dengan yang di BMT KI SLAMET dikarenakan lebih banyak di tingkatan Perguruan Tinggi sebanyak 54%.

3.3 Populasi Penelitian

Penelitian ini menggunakan populasi untuk menjelaskan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu dan memiliki kesempatan yang sama (Zulfikar & Budiantara, 2014:25). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah BMT KI SLAMET Lamongan.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel Penelitian

Karakteristik sampel penelitian didasarkan pada teknik pengambilan sampel secara *propotional random sampling*. Sebagaimana dijelaskan Siregar (2014:12), bahwa *propotional random sampling* dipergunakan untuk mengambil sampel yang representatif, pengambilan subjek dari setiap strata atau wilayah ditentukan seimbang dan sebanding dalam masing – masing wilayah. Sebagaimana penelitian ini sampel yang diambil menggunakan rumus Slovin (dalam Sugiyono, 2018:49) sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1}$$

Dimana :

n = Jumlah anggota sampel

N = Jumlah populasi (4000)

d^2 = Presisi (10%)

$$n = \frac{4000}{1 + 4000 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{4000}{1 + 4000 (0,01)}$$

$$n = \frac{4000}{1 + 40}$$

$$n = \frac{4000}{41}$$

$$n = 97,5$$

$$n = 98 \text{ Responden}$$

Maka, jumlah anggota sampel berdasarkan seluruh nasabah BMT KI SLAMET Lamongan adalah sebanyak 98 orang atau responden.

3.5 Data dan Jenis Data

Data kuantitatif adalah data yang dinyatakan dalam bentuk angka.

Dalam hal ini data yang penulis butuhkan yaitu data seberapa besar keputusan

jadi nasabah BMT KI SLAMET Lamongan berdasar variabel untuk aspek sosial serta tingkatan pendidikan. Penelitian ini menggunakan 1 (satu) variabel dependen (Y) dan 3 (dua) variabel independen (X).

1. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah aspek sosial (X1), tingkatan pendidikan (X2) dan pendapatan (X3)
2. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan menjadi nasabah (Y).

Menurut Husein Umar (2013:42) data primer adalah: “Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti”. Data primer dalam penelitian ini menggunakan kuisisioner dan wawancara kepada pihak nasabah BMT KI SLAMET Lamongan.

Menurut Husein Umar (2013:42) data sekunder adalah: “Data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain misalnya dalam bentuk tabel-tabel atau diagram-diagram”. Data sekunder dalam penelitian ini menggunakan penelitian terdahulu dan dari sumber-sumber yang sudah ada.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2013:224) teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.

Penelitian ini melakukan pengamatan berdasar data primer yang dikumpulkan dari metode survei dalam bentuk kuesioner yang didapat dari responden untuk dianalisis berdasarkan daftar pernyataan kuesioner. Kuesioner disebarkan kepada seluruh nasabah BMT KI SLAMET Lamongan yang telah dipilih sebagai sampel penelitian. Tipe pernyataan dalam kuesioner bersifat tertutup, yakni pernyataan yang mengharapkan jawaban singkat atau responden diminta memilih salah satu alternatif jawaban dari setiap pernyataan yang diajukan. Berdasarkan pengukuran konstruk sikap, metode yang digunakan dalam pemberian skor atau nilai adalah skala likert. Skala likert adalah metode yang mengukur sikap dengan menyatakan setuju atau ketidaksetujuannya terhadap subyek, obyek, atau kejadian tertentu. Dalam penelitian ini, responden diminta mengisi pernyataan dalam skala interval berbentuk verbal dalam lima kategori. Perhatikan Tabel 3.1 berikut:

Tabel 3. 1
Alternatif Jawaban dengan Skala Likert

Keterangan	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu – Ragu (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Aprilia & Ghozali (2013:11)

3.7 Definisi Operasional Variabel

Berikut merupakan definisi operasional dari setiap variabel dalam penelitian ini :

Tabel 3. 2
Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
1	Aspek sosial	Kelompok yang dapat mempengaruhi secara langsung maupun tidak langsung dan umumnya	a. Kelompok referensi b. Keluarga	Skala likert

		berada di sekitar nasabah (Rochmah, 2018)	c. Peran dan status konsumen	
2	Tingkatan pendidikan	Tahapan pendidikan yang ditetapkan berdasarkan tingkat perkembangan peserta didik, tujuan yang akan dicapai dan kemauan yang dikembangkan (Peter, J. Paul dan Jerry D. Olson, 2014)	a. SD b. SMP c. SMA d. Perguruan Tinggi	Skala Interval
3	Pendapatan	Pendapatan adalah upah yang diperoleh oleh seseorang setelah menyelesaikan pekerjaan dan biasanya pendapatan yang diperoleh dalam bentuk uang (Jaya, 2011)	a. <UMR b. >UMR	Skala interval
4	Keputusan menjadi nasabah	Langkah – langkah yang dilalui konsumen dalam proses bertransaksi, serta menekankan bahwa proses jadi nasabah bermula sebelum pembelian dan berakibat dan berakibat jauh setelah bertransaksi (Khasanah A., 2016)	a. Pengenalan kebutuhan b. Pencarian informasi c. Evaluasi alternatif Hasil	Skala likert

Sumber: Data diolah, 2021

3.8 Analisis Data

3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menjawab distribusi frekuensi termasuk dalam kategori karakteristik responden guna memberikan gambaran sekilas dan ringkas dari sekelompok data dalam suatu tabel frekuensi. Alat yang digunakan untuk analisis statistik deskriptif menggunakan bantuan *software* SPSS. Data tersebut berasal dari jawaban yang diberikan oleh responden atas item-item yang terdapat dalam

kuesioner. Selanjutnya peneliti akan mengolah data-data yang ada dengan cara dikelompokkan dan ditabulasikan kemudian diberi penjelasan.

3.8.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Aprilia & Ghozali, 2013:52). Uji validitas dapat dilihat pada kolom *corrected item-total correlation*, nilai ini kemudian dibandingkan dengan nilai r-tabel yang dicari pada signifikansi 0,05 dengan uji 2 (dua) sisi. Nilai r-tabel dihitung dengan menggunakan analisis df (*degree of freedom*) yaitu dengan rumus $df = n - k$ dengan n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel independen yang digunakan. Suatu instrumen dikatakan valid apabila nilai korelasi r hitung $>$ r tabel, sebaliknya suatu instrumen dikatakan tidak valid apabila nilai korelasi r hitung $<$ r tabel (Sekaran & Bougie, 2016:224).

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten (Aprilia & Ghozali, 2013:47). Untuk mengetahui reliabel atau tidaknya suatu variabel dilakukan uji statistik dengan melihat nilai *Cronbach Alpha*. Kriteria yang dapat digunakan adalah sebagai berikut :

- 1) Jika nilai *Cronbach Alpha* $>$ 0,6 maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel adalah “reliabel”.

- 2) Jika nilai *Cronbach Alpha* < 0,6 maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel adalah “tidak reliabel” (Sekaran & Bougie, 2016:290).

3.8.3 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Sebagaimana dijelaskan Ghazali (2015:56), bahwa uji normalitas digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval, ataupun rasio. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilihat dari penyebaran data pada sumbu diagonal dari grafik. Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- 1) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi normalitas.
- 2) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi normalitas.

3.8.4 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda dilakukan dengan menentukan model matematis yang mencerminkan hubungan sebab akibat antara variabel terikat dengan variabel bebas. Model ini diperlukan untuk melakukan prediksi terhadap perubahan variabel terikat yang diakibatkan oleh perubahan variabel bebas. Dalam penelitian ini digunakan model regresi linier berganda. Model regresi linear berganda yang dirumuskan sebagai berikut adalah:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan jadi nasabah BMT KI SLAMET Lamongan.

β_0 = Intercept (Konstanta)

$\beta_1 X_2$ = Koefisien regresi untuk aspek sosial

$\beta_2 X_2$ = Koefisien regresi untuk tingkat pendidikan.

$B_3 X_3$ = Koefisien regresi untuk pendapatan.

3.8.5 Koefisien Determinasi (R^2)

Uji R^2 atau disebut juga koefisien determinasi adalah angka yang menunjukkan besarnya derajat kemampuan atau distribusi variabel bebas dalam menjelaskan atau menerangkan variabel terikatnya dalam fungsi yang bersangkutan atau untuk mengukur kedekatan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Besarnya nilai R^2 diantara nol dan satu ($0 < R^2 < 1$). Jika nilainya semakin mendekati satu, maka model tersebut baik dan tingkat kedekatan antara variabel bebas dan variabel terikatpun semakin dekat pula. Jika Koefisien determinasi $> 0,5$ maka pemilihan Variabel X_1 dan X_2 terhadap Y sudah benar. Jika koefisien determinasi $< 0,5$ maka pemilihan Variabel X_1 dan X_2 terhadap Y tidak tepat (Ghozali, 2015:60).

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD = Koefisien Determinasi

r^2 = Kuadrat koefisien korelasi

3.8.6 Uji Hipotesis

Uji parsial (Uji t) bertujuan untuk mengetahui signifikansi setiap variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen yaitu dengan uji satu arah. Untuk menguji rumusan hipotesis tersebut yaitu dengan membandingkan nilai t_{hitung} dari persamaan regresi dengan nilai kritis dari t_{tabel} pada tingkat kepercayaan tertentu. Dalam pengujian hipotesis melalui uji t ini tingkat kesalahan yang digunakan adalah 5% atau 0,05 pada taraf signifikansi 95% (Ghozali, 2015:61).

Disamping uji t, dilakukan uji F atau uji simultan adalah untuk menguji pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini taraf kesalahan yang digunakan adalah 5% atau pada derajat kebenaran 95% (Ghozali, 2015:61).

3.8.6.1 Uji t

Uji Parsial (Uji t) pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh variable penjelasan atau independen dalam menerangkan variabel dependen. Menurut Purnomo (2016) uji parsial adalah untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikat. Tujuan dilakukannya uji t yaitu untuk mengetahui hubungan antara dimensi variabel X dan Y, dengan asumsi apakah variabel aspek sosial (X_1), Pendapatan (X_2) variabel Tingkat Pendidikan (X_3) memiliki pengaruh terhadap variabel Keputusan menjadi nasabah di BMT KI SLAMET (Y) secara parsial atau simultan.

Untuk menguji variable bebasnya digunakan uji t dengan tingkat kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

H₁ diterima apabila t hitung < t table pada $\alpha = 5\%$

H₁ ditolak apabila t hitung > t table pada $\alpha = 5\%$

H₂ diterima apabila t hitung < t table pada $\alpha = 5\%$

H₂ ditolak apabila t hitung > t table pada $\alpha = 5\%$

3.8.6.2 Uji F

Uji simultan (Uji F) digunakan untuk mengetahui apakah setiap variabel independent (X) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen (Y) secara simultan. Menurut Purnomo (2016) uji koefisien regresi secara bersama-sama (uji F), yaitu untuk menguji signifikan pengaruh beberapa variabel independen terhadap variabel dependen.

$$F_{hitung} = \frac{R^2 (K - 1)}{(1 - R^2) / (N - K)}$$

Keterangan :

F: pendektan distribusi probabilitas fischer

R : koefisien kolerasi berganda

K : Jumlah variabel bebas

N : Ukuran sampel

Kriteria pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut :

H₃ diterima jika F hitung < F table pada $\alpha = 5\%$

H₃ ditolak jika F hitung > F table pada $\alpha = 5\%$

BAB 4

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah

Dalam penelitian ini menggunakan KSPPS BMT KI SLAMET sebagai objek penelitian. alamat kantor pusat KSPPS BMT KI SLAMET di Jl. Timur pasar lembung tunjung mekar kali tengah lamongan. BMT KI SLAMET mempunyai satu kantor pusat, dua kantor cabang dan satu kantor kas. Kantor pusat terletak di Desa Tunjungmekar Kecamatan Kalitengah Kabupaten Lamongan. Sedangkan kantor cabangnya terletak di Desa Pangean Kecamatan Maduran Kabupaten Lamongan dan di Desa Blawi Kecamatan Karangbinangun Kabupaten Lamongan dan kantor kas terletak di Desa Blajo / Pasar Kiringan Kecamatan Kalitengah Kabupaten Lamongan.

KSPPS BMT KI SLAMET berdiri pada tahun 2011 dan beroperasi pada 16 Juni 2011. KSPPS BMT KI SLAMET mempunyai Badan Hukum NO. 518/BH/XVI.10/633.111/2011 dengan alamat Desa Tunjung mekar Kec. Kalitengah Kab. Lamongan. Awal mula koperasi KSPPS BMT KI SLAMET bernama KJKS BMT KI SLAMET, namun pada tahun 2016 berganti menjadi KSPPS BMT KI SLAMET dikarenakan adanya peraturan pemerintah. Konsep Baitul Maal Tamwil sudah dijelaskan dalam Alqur'an seperti berikut :

Perumpamaan (nafkah yang dikeluarkan oleh) orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah adalah serupa dengan sebutir benih yang menumbuhkan tujuh bulir, pada tiap-tiap bulir: seratus biji. Allah melipat gandakan (ganjaran) bagi siapa yang Dia kehendaki. Dan Allah Maha Luas (karunia-Nya) lagi Maha Mengetahui. (*Al-Baqarah ayat 261*).

Tujuan KSPPS BMT KI SLAMET adalah sosial. KSPPS BMT KI SLAMET bernaung di Dinas Koperasi. BMT KI SLAMET bergerak dalam bidang usaha simpan pinjam. BMT KI SLAMET memberikan alternatif memberikan pinjaman modal masyarakat/ anggota untuk digunakan sebagai modal usaha. Persyaratan untuk pengajuan pembiayaan di BMT KI SLAMET antara lain:

- a. Amanah
- b. Photocopy KTP suami istri
- c. Photocopy KSK (kartu susunan keluarga)
- d. Angguran / jaminan (BPKB sepeda, motor)
- e. Siap untuk di survey
- f. Kelengkapan administrasi lainnya akan diberitahukan oleh *account officer*

2. Visi, Misi, Tujuan Dan Moto BMT KI SLAMET

a. Visi

Menjadi koperasi syariah terdepan dan terdekan dihati masyarakat.

b. Misi

1. Meningkatkan Pemberdayaan Ekonomi Khususnya Dikalangan UMKM Melalui Sistem Syariah.
2. Meningkatkan Kesejahteraan Melalui Usaha KSPPS

3. Meningkatkan Pemberdayaan SDM Melalui pendidikan Dan Pelatihan.

c. Tujuan

- 1. Membantu kepentingan ekonomi anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya.
- 2. Memajukan dan mewujudkan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya.

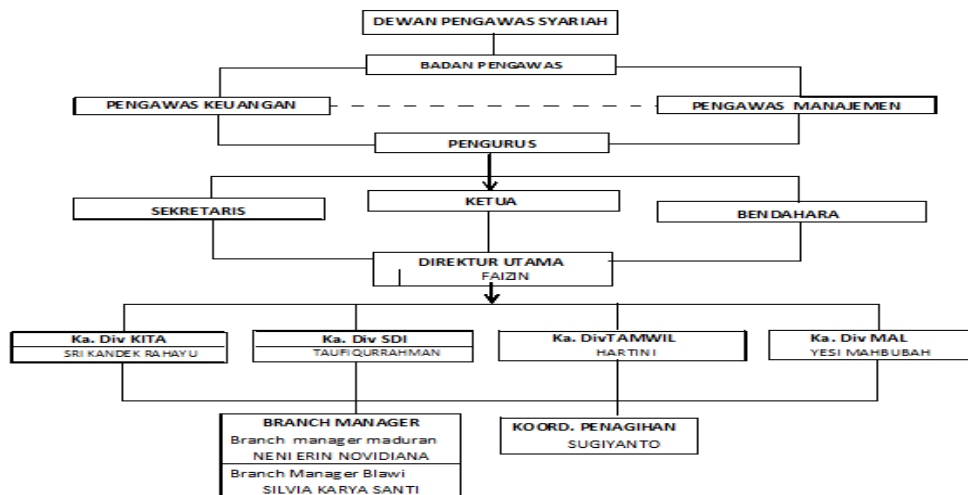
d. Motto

“Bersama kita bersyariah untuk kesejahteraan ummat”

3. Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan gambaran sistematis tentang hubungan kerja sama beberapa orang yang mempunyai kesamaan tujuan dalam suatu organisasi. Agar suatu organisasi dapat berjalan dengan baik, lancar, dan efisien, maka diperlukan suatu struktur organisasi yang jelas dan tegas yang menunjukkan garis kewenangan dan tanggungjawab terhadap kinerja pada masing-masing bagian:

Gambar 4. 1
Struktur Manajemen KSPPS BMT KI SLAMET LAMONGAN



Keterangan :

..... : Garis Koordinasi

———— : Garis perintah

4.1.2 Gambaran Umum Responden

Gambaran umum responden dalam penelitian ini terdiri dari jenis kelamin, usia, pendidikan, pendidikan terakhir, pendapatan per bulan, golongan gaji. Berikut merupakan pemaparan dari masing-masing karakteristik responden penelitian:

1. Jenis Kelamin

Jenis kelamin dalam penelitian ini terdiri dari jenis kelamin perempuan dan laki-laki. Berdasarkan hasil pengumpulan data dari 98 responden, jenis kelamin laki-laki lebih banyak dibandingkan dengan jenis kelamin perempuan. Berikut merupakan tabel karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin:

Tabel 4. 1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	Laki-Laki	60	61,2	61,2	61,2
	Perempuan	38	38,8	38,8	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Sumber: Data Diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah responden laki-laki sebanyak 60 orang dengan persentase sebesar 61,2%. Responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 38 orang dengan persentase sebesar 38,8%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa nasabah BMT KI SLAMET lebih banyak berjenis kelamin laki-laki dibandingkan dengan jenis kelamin perempuan.

2. Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia digolongkan menjadi 4 kelompok, yaitu usia 20 tahun sampai 30 tahun, 31 tahun sampai 40 tahun, dan 41 tahun sampai 50 tahun. Berikut tabel karakteristik responden berdasarkan usia:

Tabel 4. 2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	20-30 Tahun	52	53,1	53,1	53,1
	31-40 Tahun	31	31,6	31,6	84,7
	41-50 Tahun	15	15,3	15,3	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Sumber: Data Diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang memiliki usia 20 tahun sampai 30 tahun sebanyak 52 responden dengan persentase 53.1%. Responden yang memiliki usia 31 tahun sampai 40 tahun sebanyak 31 responden dengan persentase sebesar 31,6%. Responden yang memiliki usia 41 tahun sampai 50 tahun sebanyak 15 responden dengan persentase sebesar 15,3%. Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa kelompok usai yang banyak dimiliki oleh nasabah BMT KI SLAMET adalah kelompok usia 20 tahun sampai 30 tahun.

3. Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan yang maksud dalam penelitian ini adalah tingkat pendidikan yang ditempuh oleh responden pada saat penelitian ini dilakukan. Tingkat pendidikan dalam penelitian ini terdiri dari tingkat

pendidikan Sekolah Dasar (SD), Sekolah Menengah Pertama (SMP), Sekolah Menengah Atas (SMA), dan Perguruan Tinggi. Berikut merupakan tabel karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan:

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	Perguruan Tinggi	53	54,1	54,1	54,1
	SD	3	3,1	3,1	57,1
	SMA	36	36,7	36,7	93,9
	SMP	6	6,1	6,1	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Sumber: Data Diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang memiliki tingkat pendidikan Sekolah Dasar (SD) sebanyak 3 responden dengan persentase sebesar 3,1%. Responden yang memiliki tingkat pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) sebanyak 6 responden dengan persentase sebesar 6,1%. Responden dengan tingkat pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) sebanyak 36 responden dengan persentase sebesar 36,7%. Responden dengan tingkat pendidikan Perguruan Tinggi sebanyak 53 responden dengan persentase sebesar 54,1%. Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini lebih dominan memiliki tingkat pendidikan perguruan tinggi, hal ini menunjukkan bahwa nasabah BMT KI SLAMET memiliki pengetahuan yang tinggi.

4. Jenis Pekerjaan

Jenis pekerjaan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pekerjaan yang dimiliki oleh responden saat penelitian ini dilakukan. Penelitian ini mengategorikan jenis pekerjaan dalam lima kategori yaitu Ibu rumah tangga, pegawai negeri sipil, pegawai swasta, wirausaha dan lain-lain. Berikut merupakan tabel karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan:

Tabel 4. 4
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	Ibu Rumah Tangga	5	5,1	5,1	5,1
	Lain-lain	39	39,8	39,8	44,9
	Pegawai Negeri Sipil	12	12,2	12,2	57,1
	Pegawai Swasta	9	9,2	9,2	66,3
	Wirausaha	33	33,7	33,7	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Sumber: Data Diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas, responden yang memiliki pekerjaan sebagai ibu rumah tangga sebanyak 5 responden dengan persentase sebesar 5,1%. Responden yang memiliki pekerjaan pegawai negeri sipil sebanyak 12 responden dengan persentase sebesar 12,2%. Responden yang bekerja sebagai pegawai swasta sebanyak 9 responden dengan persentase sebesar 9,2%. Responden yang bekerja sebagai wirausaha sebanyak 33 responden dengan persentase sebesar 33,7%. Responden yang bekerja dengan jenis pekerjaan lain-lain sebanyak 39 responden dengan persentase sebesar 39,8%. Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa nasabah BMT

KI SLAMET lebih banyak bekerja di jenis pekerjaan lain-lain atau selain Ibu rumah tangga, pegawai negeri sipil, pegawai swasta dan wirausaha.

5. Golongan Pendapatan

Golongan pendapatan dalam penelitian ini merupakan golongan pendapatan yang kurang dari Upah Minimum Regional (<UMR) dan pendapatan lebih dari Upah Minimum Regional (>UMR) yang diperoleh oleh responden saat penelitian dilakukan. Berikut merupakan tabel karakteristik responden berdasarkan Golongan Pendapatan:

Tabel 4. 5
Karakteristik Responden Berdasarkan Golongan Pendapatan

		<i>Freque ncy</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	< UMR	15	15,3	15,3	15,3
	> UMR	83	84,7	84,7	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Sumber: Data Diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah responden yang memiliki golongan pendapatan di atas Upah Minimum Regional (>UMR) sebanyak 83 dengan persentase sebesar 84,7%. Responden yang memiliki pendapatan kurang dari Upah Minimum Regional (<UMR) sebanyak 15 responden dengan persentase sebesar 15,3%. Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa nasabah BMT KI SLAMET memiliki gaji diatas Upah Minimum Regional.

6. Pendapatan Per Bulan

Pendapatan per bulan dalam penelitian ini merupakan pendapatan yang diperoleh oleh responden dalam satu bulan saat penelitian ini dilakukan. Pendapatan dalam penelitian kelompok pendapatan digolongkan menjadi lima kelompok, yaitu kurang Rp. 1.000.000 (<Rp.1.000.000),

pendapatan Rp.1.000.000-Rp. 2.000.000, pendapatan Rp. 2.100.000-Rp.3.000.000, pendapatan Rp. 3.100.000-Rp. 4.000.000, dan pendapatan lebih besar dari Rp. 4.000.000 (> Rp. 4.000.000). Berikut merupakan tabel karakteristik responden berdasarkan pendapatan per bulan:

Tabel 4. 6
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	<Rp.1.000.000	7	7,1	7,1	7,1
	> Rp. 4.000.000	4	4,1	4,1	11,2
	Rp. 2.100.000-Rp.3.000.000	50	51,0	51,0	62,2
	Rp. 3.100.000-Rp. 4.000.000	4	4,1	4,1	66,3
	Rp.1.000.000-Rp. 2.000.000	33	33,7	33,7	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Sumber: Data Diolah, 2022

Karakteristik responden berdasarkan pendapatan per bulan pada tabel di atas menunjukan bahwa responden yang memiliki pendapatan yaitu kurang Rp. 1.000.000 (<Rp.1.000.000) sebanyak 7 responden dengan persentase 7,1%. Responden yang memiliki pendapatan Rp.1.000.000-Rp. 2.000.000 sebanyak 33 sebanyak 33,7%. Responden yang dimiliki Pendapatan Rp. 2.100.000-Rp.3.000.000 sebanyak 50 responden dengan persentase sebesar 51,0%. Responden yang memiliki pendapatan Rp. 3.100.000-Rp. 4.000.000 sebanyak 4 responden dengan persentase sebesar 4,1%. Responden yang memiliki pendapatan lebih besar dari Rp. 4.000.000 (> Rp. 4.000.000) sebanyak 4 responden dengan persentase sebesar 4,1%.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa banyak nasabah BMT KI SLAMET yang memiliki pendapatan Rp. 2.100.000-Rp.3.000.000.

4.1.3 Hasil Analisis Deskriptif

analisis deskriptif merupakan gambaran secara umum dari tanggapan responden yang bersumber dari skor variabel penelitian. variabel yang menggunakan skala likert dalam penelitian ini adalah aspek sosial dan keputusan menjadi nasabah, sedangkan variabel tingkat pendidikan dan pendapatan menggunakan skala interval. Hasil penyebaran kuesioner tersebut selanjutnya dicari rata-ratanya dengan menggunakan rumus dari Husein Umar (2011) yaitu:

$$\text{Nilai Rata - Rata} = \frac{\sum(\text{Frekuensi} \times \text{Bobot})}{\text{Jumlah Responden}}$$

Setelah rata-rata skor dihitung, maka untuk mengategorikan klasifikasi kecenderungan jawaban responden ke dalam skala dengan formula sebagai berikut

$$\text{Skor minimum} = 1$$

$$\text{Skor maksimum} = 5$$

$$\text{Lebar skala} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Dengan demikian kategori skala dapat ditentukan sebagai berikut:

Tabel 4. 7
Tafsiran Nilai-Rata-Rata

Interval	Kriteria
1,00 - 1,80	Sangat Tidak Setuju
1,81 - 2,60	Tidak Setuju
2,61 - 3,40	Netral
3,41 - 4,20	Setuju
4,21 - 5,00	Sangat Setuju

Sumber: Husein Umar (2011)

Berdasarkan Tabel 4.7, maka dapat uraikan perhitungan pada masing-masing sektor sebagai berikut:

1. Analisis Deskriptif Aspek Sosial

Variabel aspek sosial memiliki lima pertanyaan. Berikut tabel hasil analisis deskriptif aspek sosial:

Tabel 4. 8
Deskriptif Aspek Sosial

Item	Tanggapan Responden										Rata-rata
	STS		TS		RR		S		SS		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X1_1	0	0,0	0	0,0	8	8,2	68	69,4	22	22,4	4,14
X1_2	0	0,0	0	0,0	12	12,2	44	44,9	42	42,9	4,31
X1_3	0	0,0	0	0,0	11	11,2	32	32,7	55	56,1	4,45
X1_4	0	0,0	0	0,0	9	9,2	42	42,9	47	48,0	4,39
X1_5	0	0,0	0	0,0	7	7,1	38	38,8	53	54,1	4,47
Rata-Rata											4,35

Sumber: Data Diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas dari masing-masing pertanyaan dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Saya memilih BMT KI SLAMET karena rekomendasi dari teman/tetangga saya.

Pertanyaan ini tidak terdapat responden yang memilih sangat tidak setuju dan tidak setuju. Responden yang memilih ragu-ragu pada pertanyaan ini sebanyak 8 responden dengan persentase sebesar 8,2, 68

responden memilih setuju dengan persentase sebesar 69,4%. Dan 22 responden memilih sangat setuju dengan persentase sebesar 22,4%. Item pertanyaan ini memiliki nilai rata-rata sebesar 4,14 atau responden setuju bahwa mereka memilih BMT KI SLAMET karena rekomendasi dari teman/tetangga saya.

- b. Saya memilih BMT KI SLAMET karena anggota komunitas saya menggunakan BMT KI SLAMET

Pertanyaan ini tidak terdapat responden yang memilih sangat tidak setuju dan tidak setuju. Responden yang memilih ragu-ragu pada pertanyaan ini sebanyak 12 responden dengan persentase sebesar 12,2, 44 responden memilih setuju dengan persentase sebesar 44,9%. Dan 42 responden memilih sangat setuju dengan persentase sebesar 42,9%. Item pertanyaan ini memiliki nilai rata-rata sebesar 4,31 atau responden sangat setuju bahwa mereka memilih BMT KI SLAMET karena anggota komunitas saya menggunakan BMT KI SLAMET

- c. Saya menggunakan BMT KI SLAMET karena sesuai dengan ajaran agama (Islam)

Pertanyaan ini tidak terdapat responden yang memilih sangat tidak setuju dan tidak setuju. Responden yang memilih ragu-ragu pada pertanyaan ini sebanyak 11 responden dengan persentase sebesar 11,2, 32 responden memilih setuju dengan persentase sebesar 32,7%. Dan 55 responden memilih sangat setuju dengan persentase sebesar 56,1%. Item pertanyaan ini memiliki nilai rata-rata sebesar 4,45 atau responden

sangat setuju bahwa mereka menggunakan BMT KI SLAMET karena sesuai dengan ajaran agama (Islam).

- d. Kepercayaan yang saya anut mempengaruhi saya dalam memilih BMT KI SLAMET

Pertanyaan ini tidak terdapat responden yang memilih sangat tidak setuju dan tidak setuju. Responden yang memilih ragu-ragu pada pertanyaan ini sebanyak 9 responden dengan persentase sebesar 9,2%, 42 responden memilih setuju dengan persentase sebesar 42,9%. Dan 47 responden memilih sangat setuju dengan persentase sebesar 48,0%. Item pertanyaan ini memiliki nilai rata-rata sebesar 4,39 atau responden sangat setuju bahwa kepercayaan yang mereka anut mempengaruhi mereka dalam memilih BMT KI SLAMET.

- e. Saya memilih BMT KI SLAMET karena sesuai dengan tingkat pendapatan saya

Pertanyaan ini tidak terdapat responden yang memilih sangat tidak setuju dan tidak setuju. Responden yang memilih ragu-ragu pada pertanyaan ini sebanyak 7 responden dengan persentase sebesar 7,1%, 38 responden memilih setuju dengan persentase sebesar 38,8%. Dan 53 responden memilih sangat setuju dengan persentase sebesar 54,1%. Item pertanyaan ini memiliki nilai rata-rata sebesar 4,47 atau responden sangat setuju bahwa mereka memilih BMT KI SLAMET karena sesuai dengan tingkat pendapatan mereka.

2. Analisis Deskriptif Keputusan Menjadi Nasabah

Keputusan menjadi nasabah memiliki empat item pertanyaan.

Adapun analisis deskriptif keputusan menjadi nasabah sebagai berikut:

Tabel 4. 9
Deskriptif Keputusan Menjadi Nasabah

Item	Tanggapan Responden										Rata-rata
	STS		TS		RR		S		SS		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Y_1	0	0,0	0	0,0	2	2,0	34	34,7	61	62,2	4,60
Y_2	0	0,0	0	0,0	2	2,0	34	34,7	62	63,3	4,61
Y_3	0	0,0	0	0,0	2	2,0	23	23,5	73	74,5	4,72
Y_4	0	0,0	0	0,0	5	5,1	36	36,7	57	58,2	4,53
Rata-Rata											4,62

Sumber: Data Diolah, 2022

- a. Saya menjadi nasabah di BMT KI SLAMET karena memang membutuhkan jasa BMT KI SLAMET

Pertanyaan ini tidak terdapat responden yang memilih sangat tidak setuju dan tidak setuju. Responden yang memilih ragu-ragu pada pertanyaan ini sebanyak 2 responden dengan persentase sebesar 2,0, 34 responden memilih setuju dengan persentase sebesar 34,7%. Dan 61 responden memilih sangat setuju dengan persentase sebesar 62,2%. Item pertanyaan ini memiliki nilai rata-rata sebesar 4,60 atau responden sangat setuju bahwa mereka menjadi nasabah di BMT KI SLAMET karena memang membutuhkan jasa BMT KI SLAMET.

- b. Saya mencari informasi sebanyak mungkin mengenai produk yang ada di BMT KI SLAMET

Pertanyaan ini tidak terdapat responden yang memilih sangat tidak setuju dan tidak setuju. Responden yang memilih ragu-ragu pada pertanyaan ini sebanyak 2 responden dengan persentase sebesar 2,0, 34 responden memilih setuju dengan persentase sebesar 34,7%. Dan 62 responden memilih sangat setuju dengan persentase sebesar 63,3%. Item pertanyaan ini memiliki nilai rata-rata sebesar 4,61 atau responden

sangat setuju bahwa mereka mencari informasi sebanyak mungkin mengenai produk yang ada di BMT KI SLAMET.

- c. Saya membandingkan produk BMT KI SLAMET dengan produk BMT lainnya

Pertanyaan ini tidak terdapat responden yang memilih sangat tidak setuju dan tidak setuju. Responden yang memilih ragu-ragu pada pertanyaan ini sebanyak 2 responden dengan persentase sebesar 2,0, 23 responden memilih setuju dengan persentase sebesar 23,5%. Dan 73 responden memilih sangat setuju dengan persentase sebesar 74,5%. Item pertanyaan ini memiliki nilai rata-rata sebesar 4,72 atau responden sangat setuju bahwa mereka membandingkan produk BMT KI SLAMET dengan produk BMT lainnya.

- d. Saya memutuskan memiliki produk BMT KI SLAMET karena sesuai dengan apa yang saya harapkan

Pertanyaan ini tidak terdapat responden yang memilih sangat tidak setuju dan tidak setuju. Responden yang memilih ragu-ragu pada pertanyaan ini sebanyak 5 responden dengan persentase sebesar 5,1, 36 responden memilih setuju dengan persentase sebesar 36,7%. Dan 57 responden memilih sangat setuju dengan persentase sebesar 58,2%. Item pertanyaan ini memiliki nilai rata-rata sebesar 4,53 atau responden sangat setuju bahwa mereka memutuskan memiliki produk BMT KI SLAMET karena sesuai dengan apa yang saya harapkan.

4.1.4 Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Reliabilitas

Data yang dapat dikatakan reliabel jika nilai *Alpha Cronbach* $> 0,60$.

Berikut hasil uji reliabilitas variabel penelitian:

Tabel 4. 10
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Standar	<i>Alpha Cronbach</i>	Keputusan
Aspek Sosial	0,60	0,810	Reliabel
Keputusan Menjadi Nasabah		0,713	Reliabel

Sumber: Data Diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *Alpha Cronbach* variabel aspek sosial sebesar 0,810 lebih besar dari standar ($0,810 > 0,6$) dan nilai *Alpha Cronbach* variabel keputusan menjadi nasabah sebesar 0,713 lebih besar dari standar ($0,713 > 0,6$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan aspek sosial dan keputusan menjadi nasabah reliabel.

2. Uji Validitas

Item pertanyaan dikatakan valid jika nilai *r* hitung $>$ *r* tabel. Berikut merupakan hasil uji validitas variabel aspek sosial dan keputusan menjadi nasabah:

Tabel 4. 11
Hasil Uji Validitas Variabel Aspek Sosial

No	Pertanyaan	<i>r</i> tabel	<i>r</i> hitung	Keputusan
1	X1_1	0,196	0,447	Valid
2	X1_2		0,616	Valid
3	X1_3		0,685	Valid
4	X1_4		0,625	Valid
5	X1_5		0,613	Valid

Sumber: Data Diolah, 2022

Variabel aspek sosial memiliki lima item pertanyaan, dimana masing-masing item pertanyaan memiliki nilai *r* hitung lebih besar dari nilai *r* tabel (*r* hitung $>$ *r* tabel). Sehingga dapat disimpulkan bahwa

kelima item pertanyaan variabel aspek sosial valid. Adapun hasil uji validitas variabel keputusan menjadi nasabah sebagai berikut:

Tabel 4. 12
Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Menjadi Nasabah

No	Pertanyaan	r tabel	r hitung	Keputusan
1	Y_1	0,196	0,421	Valid
2	Y_2		0,548	Valid
3	Y_3		0,614	Valid
4	Y_4		0,441	Valid

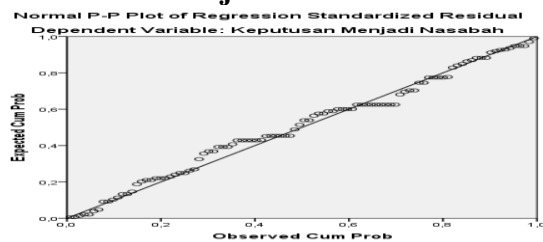
Sumber: Data Diolah, 2022

Variabel keputusan menjadi nasabah memiliki keempat item pertanyaan, dimana masing-masing item pertanyaan memiliki nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel ($r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa keempat item pertanyaan variabel keputusan menjadi nasabah valid.

4.1.5 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini hanya uji normalitas. Data yang dikatakan terdistribusi normal jika memiliki data yang menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Berikut merupakan hasil uji normalitas menggunakan grafik diagonal:

Gambar 4. 2
Grafik Uji Normalitas



Sumber: Data Diolah, 2022

Berdasarkan gambar di atas menunjukkan bahwa plot-plot atau data-data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini terdistribusi normal.

4.1.6 Analisis Hipotesis

1. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi atau biasa disebut dengan uji R^2 merupakan uji yang digunakan untuk melihat kemampuan dari variabel bebas menjelaskan variabel terikat. Uji koefisien determinasi dalam penelitian ini guna melihat seberapa kemampuan variabel aspek sosial, tingkat pendidikan, pendapatan menjelaskan variabel keputusan menjadi nasabah. Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan, diperoleh nilai R-Square sebesar 0,541 atau 54,1%, dalam hal ini menunjukkan bahwa variabel aspek sosial, tingkat pendidikan, pendapatan mampu menjelaskan variabel keputusan menjadi nasabah sebesar 45,1%. Sisanya 54,9% dijelaskan oleh variabel di luar model penelitian.

2. Uji t-test (Uji Parsial)

Uji Parsial (Uji t) pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel penjelasan atau independen dalam menerangkan variabel dependen. Menurut Purnomo (2016) uji parsial adalah untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikat. Tujuan dilakukannya uji t yaitu untuk mengetahui hubungan antara dimensi variabel X dan Y, dengan asumsi apakah variabel aspek sosial (X1), Tingkat Pendidikan (X2) dan variabel

Pendapatan (X3) memiliki pengaruh terhadap variabel Keputusan menjadi nasabah di BMT KI SLAMET (Y) secara parsial. Berikut hasil uji t penelitian ini:

Tabel 4. 13
Hasil Uji t

Variabel	B	t	Sig.	Keputusan
Aspek Sosial	0,466	9,448	0,000	Signifikan
Tingkat Pendidikan	0,367	2,072	0,041	Signifikan
Pendapatan	-0,456	-1,236	0,220	Tidak Signifikan

Sumber: Data Diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas hasil uji t dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Pengujian hipotesis pertama yaitu aspek sosial berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah memiliki nilai t hitung sebesar 9,448 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi aspek sosial lebih kecil dari nilai alpha 0,05 ($0,005 < 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa aspek sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah BMT KI SLAMET, maka hipotesis pertama diterima.
- b. Pengujian hipotesis kedua yaitu tingkat pendidikan berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah memiliki nilai t hitung sebesar 2,072 dengan nilai signifikansi sebesar 0,041, artinya nilai signifikansi tingkat pendidikan lebih kecil dari alpha 0,05 ($0,041 < 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat pendidikan berpengaruh signifikan

terhadap keputusan menjadi nasabah BMT KI SLAMET, maka hipotesis kedua diterima.

- c. Pengujian hipotesis ketiga yaitu pendapatan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah memiliki nilai t hitung sebesar 1,236 dengan nilai signifikansi sebesar 0,220, artinya nilai signifikansi pendapatan lebih besar di bandingkan dengan nilai alpha 0,05 ($0,220 > 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa pendapatan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah BMT KI SLAMET, maka hipotesis ketiga ditolak.

3. Uji F-test (Uji Simultan)

Menurut Purnomo (2016) uji koefisien regresi secara bersama-sama (uji F), yaitu untuk menguji signifikan pengaruh beberapa variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini menguji apakah variabel aspek sosial (X1), Tingkat Pendidikan (X2) dan variabel Pendapatan (X3) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah (Y). Berikut hasil uji F dalam penelitian ini:

Tabel 4. 14
Hasil Uji F (Simultan)

Model		F	Sig.
1	Regression	39,053	0,000
	Residual		
	Total		

Sumber: Data Diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan nilai F hitung sebesar 39,053 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang menunjukkan bahwa nilai signifikansi F hitung lebih kecil dari alpha 0,05 ($0,00 < 0,05$). Sehingga dapat

disimpulkan bahwa aspek sosial (X1), Tingkat Pendidikan (X2) dan variabel Pendapatan (X3) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah BMT KI SLAMET (Y).

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh Aspek Sosial terhadap Keputusan Menjadi Nasabah

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 9,448 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi aspek sosial lebih kecil dari nilai alpha 0,05 ($0,005 < 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa aspek sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah BMT KI SLAMET. Nilai koefisien aspek sosial bernilai 0,466 dan berlambang positif, sehingga arah hubungan aspek sosial terhadap keputusan menjadi nasabah adalah positif. artinya jika aspek sosial mengalami peningkatan sebesar 1, maka keputusan menjadi nasabah akan meningkat sebesar 0,466. Sebaliknya jika aspek sosial mengalami penurunan sebesar 1, maka keputusan menjadi nasabah akan menurun sebesar 0,466.

Aspek sosial dalam penelitian ini menggunakan empat indikator yaitu kelompok referensi, keluarga, dan peran dan status konsumen. berdasarkan hasil rata-rata dari kelima item pertanyaan variabel aspek sosial sebesar 4,37 atau masuk ke dalam kategori sangat setuju bahwa aspek sosial yang menjadi landasan responden menjadi nasabah pada BMT KI SLAMET. Seseorang akan lebih yakin dalam pengambilan keputusan jika keluarga atau teman yang merekomendasikan sesuatu, dalam hal ini menjadi nasabah. BMT KI SLAMET melayani tabungan atau simpanan

(simpanan harian/ berjangka), juga melayani jasa meliputi haji atau umrah. Berdasarkan produk yang ditawarkan oleh BMT KI SLAMET dimana lebih mengarah pada produk untuk nasabah beragama islam sangat cocok dengan masyarakat di Indonesia yang dominan beragama Islam. Sehingga responden penelitian setuju bahwa mereka memilih BMT KI SLAMET sesuai dengan ajaran agama Islam.

Hasil penelitian yang sejalan dengan penelitian ini adalah Chigamba, Cleopas (2021) dengan judul penelitian “*Factors Influencing the Choice of Commercial Banks by University Students in South Africa*” menemukan bahwa aspek sosial berpengaruh terhadap keputusan. Sejalan dengan penelitian Sari, Wibowo, dan Suprpto (2015) dengan judul “*Factors that Influenced People to Become Islamic Bank Customer: a Study on Kancana Villagers*” menemukan bahwa faktor sosial berpengaruh terhadap keputusan.

4.2.2 Pengaruh Tingkat Pendidikan terhadap Keputusan Menjadi Nasabah

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 2,072 dengan nilai signifikansi sebesar 0,041, artinya nilai signifikansi tingkat pendidikan lebih kecil dari alpha 0,05 ($0,041 < 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat pendidikan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah BMT KI SLAMET. Nilai koefisien tingkat pendidikan bernilai 0,367 dan berlambang positif, sehingga arah hubungan tingkat pendidikan terhadap keputusan menjadi nasabah adalah positif. artinya jika tingkat pendidikan mengalami peningkatan sebesar 1, maka

keputusan menjadi nasabah akan meningkat sebesar 0,367. Sebaliknya jika tingkat pendidikan mengalami penurunan sebesar 1, maka keputusan menjadi nasabah akan menurun sebesar 0,367.

Berdasarkan tabel 4.3 bahwa responden dalam penelitian ini lebih dominan memiliki tingkat pendidikan perguruan tinggi, hal ini menunjukkan bahwa nasabah BMT KI SLAMET memiliki pengetahuan yang tinggi. Seseorang yang memiliki pendidikan yang tinggi akan mempengaruhi keputusan orang tersebut dalam menggunakan atau membeli suatu produk atau jasa. Hal ini disebabkan bahwa semakin luas pengetahuan seseorang maka akan semakin mudah mereka memahami tentang produk perbankan syariah. Pemahaman yang baik dalam produk perbankan syariah akan mendorong peningkatan keputusan untuk menjadi nasabah, dalam hal ini menjadi nasabah BMT KI SLAMET. Menurut Kotler dan Keller (2016) proses keputusan konsumen dalam memutuskan apakah menjadi nasabah atau tidak dengan melalui lima langkah yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan membeli dan tingkah laku pasca pembelian. Kelima proses tersebut jika seseorang tidak memiliki pengetahuan yang luas maka tahap pengambilan keputusan akan menjadi salah.

Hasil penelitian yang sejalan dengan penelitian ini adalah Hanik, Afkar, dan Utami (2021) dengan judul penelitian “Pengaruh Faktor Sosial dan Tingkat Pendidikan terhadap Keputusan menjadi Nasabah di BMT Mandiri Ukhuwah Persada (Muda) Jawa Timur” menemukan bahwa tingkat pendidikan berpengaruh terhadap keputusan konsumen.

4.2.3 Pengaruh Pendapatan terhadap Keputusan Menjadi Nasabah

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 1,236 dengan nilai signifikansi sebesar 0,220, artinya nilai signifikansi pendapatan lebih besar di bandingkan dengan nilai alpha 0,05 ($0,220 > 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa pendapatan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah BMT KI SLAMET. Nilai koefisien pendapatan bernilai 0,367 dan berlambang negatif, sehingga arah hubungan pendapatan terhadap keputusan menjadi nasabah adalah positif. artinya jika pendapatan mengalami peningkatan sebesar 1, maka keputusan menjadi nasabah akan turun sebesar 0,367. Sebaliknya jika pendapatan mengalami penurunan sebesar 1, maka keputusan menjadi nasabah akan naik sebesar 0,367

Tidak signifikannya tingkat pendapatan terhadap keputusan menjadi nasabah adalah berdasarkan tabel 4.5 bahwa responden memiliki gaji diatas Upah Minimum Regional. BMT KI SLAMET merupakan lembaga keuangan simpan pinjam. Orang yang memiliki pendapatan yang tinggi biasanya memiliki pendapatan yang mampu memenuhi kebutuhan kehidupan sehari-hari. Orang yang memiliki pendapatan yang tinggi pula akan lebih cenderung menyimpan uang mereka pada lembaga keuangan yang besar seperti Bank Syariah karena memiliki tingkat keamanan yang lebih tinggi, sehingga orang tersebut tidak khawatir jika menyimpan uang mereka. Berbeda halnya dengan lembaga keuangan yang kecil seperti koperasi yang tingkat keamanan yang masih rendah. Hal ini lah yang

menyebabkan semakin tingginya pendapatan maka semakin rendah keputusan untuk menjadi nasabah di BMT KI SLAMET.

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan, kesimpulan yang dapat ditarik dalam penelitian ini yaitu:

1. Aspek sosial berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di BMT KI SLAMET, maka hipotesis pertama diterima. Dalam penelitian ini hubungan aspek sosial dengan keputusan menjadi nasabah adalah positif, sehingga jika aspek sosial tinggi maka keputusan menjadi nasabah BMT KI SLAMET semakin tinggi pula.
2. Tingkat pendidikan berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di BMT KI SLAMET, maka hipotesis kedua diterima. Dalam penelitian ini hubungan tingkat pendidikan dengan keputusan menjadi nasabah adalah positif, sehingga semakin tinggi tingkan pendidikan maka akan semakin tinggi pula tingkat keputusan menjadi nasabah pada BMT KI SLAMET
3. Pendapatan tidak berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di BMT KI SLAMET, maka hipotesis ketiga ditolak. Arah hubungan pendapatan dengan keputusan menjadi nasabah adalah negatif, artinya semakin tinggi pendapatan maka semakin kecil keputusan untuk menjadi nasabah BMT KI SLAMET.
4. Aspek sosial (X1), tingkat pendidikan (X2) dan variabel pendapatan (X3) secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah (Y). Dikarenakan nilai F hitung sebesar 39,053 dengan nilai signifikansi sebesar

0,000 yang menunjukkan bahwa nilai signifikansi F hitung lebih kecil dari alpha 0,05 ($0,00 < 0,05$).

5.2 Saran

Saran yang dapat di berikan oleh peneliti berdasarkan hasil penelitian, sebagai berikut:

1. Bagi BMT KI SLAMET jika ingin meningkatkan jumlah nasabah sebaiknya menggunakan pendekatan melalui nasabah yang sudah ada. Hal ini disebabkan bahwa aspek sosial seperti rekomendasi dari teman atau keluarga mampu mempengaruhi seseorang untuk menjadi nasabah. Sehingga promosi yang dapat digunakan untuk menambah nasaba adalah melalui nasabah lainnya.
2. BMT KI SLAMET diharapkan tetap mempertahankan produk yang ditawarkan, yang dimana produk yang berhubungan dengan ajaran agama islam untuk meningkatkan jumlah nasabah. Karena berdasarkan hasil penelitian diperoleh responden setuju bahwa mereka memilih BMT KI SLAMET karena sejalan dengan ajaran islam.
3. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan atau menambah variabel bebas selain variabel dalam penelitian ini. Penelitian selanjutnya juga diharapkan menambah jumlah sampel penelitian dan menggunakan lokasi penelitian yang berbeda. Sehingga diharapkan memiliki hasil penelitian yang berbeda dan lebih mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilia, K., & Ghozali, I. (2013). *Teknik Penyusunan Skala Likert (Summated Scales) Dalam Penelitian Akuntansi dan Bisnis*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Prakte*. Jakarta: Rineka Cipta
- Arthur Asa Berger, Pengantar Semiotika Tanda-Tanda dalam Kebudayaan Kontemporer, terj. M. Dwi Marianto (Yogyakarta: Tiara Wacana)
- Aruna dan Rajashekar. (2014) : An Empirical Study on Economic and Social Factors Influencing on the Investment Decisions of Individual Investors – With Special Reference to Bank Employees. *Global J. Of Acs and Mgmt*, 4 (1), 11 – 14.
- Cadha, Mehta, Lal, dan Lonare. (2018). Impact of Behavioural Factors on Investment Decisions Making. *International Journal of Science and Research*, 8 (12), 877 – 885.
- Chigamba, Cleopas. (2021). Factors Influencing the Choice of Commercial Banks by University Students in South Africa. *International Journal of Business and Management*, 6 (6), hal 66 – 76.
- Ghozali, I. (2015). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 23*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hanik, Afkar, dan Utami. (2021). Pengaruh Faktor Sosial dan Tingkat Pendidikan terhadap Keputusan menjadi Nasabah di BMT Mandiri Ukhuwah Persada (Muda) Jawa Timur. *Economicus Journal of Economics*, 5 (2), 122 – 132.
- Indiwan Seto Wahyu Wibowo, 2013. *Semiotika Komunikasi Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi* (Jakarta: Mitra wacana Media)
- Khasanah, Arinal. (2016). *Pengaruh Tingkat Pendidikan, Pendapatan, Motivasi, dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Lembaga Keuangan Syariah. Skripsi*. IAIN Salatiga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1 dan 2*. Jakarta: Erlangga.

- Kurniadin Didin, Imam Machali. 2013. *MANAJEMEN PENDIDIKAN Konsep & Prinsip Pengelolaan Pendidikan*. Jogjakarta:AR-RUZZ MEDIA.
- Munajim, Ahmad & Anwar, Saeful. (2016). Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah. *Syntax Literate*, Vol 1 (2), 41 – 52.
- Munawaroh. (2017). *Analisis Perilaku Nasabah dala Pengambilan Keputusan terhadap Produk Pembiayaan. Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Peter , J. Paul dan Jerry C. Olson. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Putri, H. Y. (2020). Pengaruh Persepsi, Pembelajaran, Keluarga dan Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung). *Skripsi : Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung*.
- Rachmad Djoko Pradopo, 1998. Semiotika: Teori, Metode dan Penerapannya, *Jurnal Humaniora*, no. 7
- Rahman, Munira, Rana, dan Rahman. (2018). An Empirical Investigation on the Factors Influencing Customers' Decision in Choosing Banks. *International Journal of Business and Tehnopreneurship*, 6 (3), 329 – 338.
- Rochmah, N. (2018). Pengaruh Faktor Sosial Terhadap Keputusan Nasabah Memilih BMT MADANI Sebagai Media Pembiayaan. *Skripsi : Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Program Studi Ekonomi Syariah, Surabaya*.
- Sari, Wibowo, dan Suprpto (2015) : Factors that Influenced People to Become Islamic Bank Customer: a Study on Kancana Villagers. *Al-Iqtishad*, 7 (1), 73 – 86.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach*. Jakarta: Wiley.
- Siregar, S. (2014). *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. (2011). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sunardi, & Maftukhah, A. (2015). Pengetahuan Konsumen dan Keputusan Menjadi Nasabah (Kasus BSM Kan.Cab Pembantu BSD Tangerang Selatan) . *Jurnal Islaminomic, Vol. 6 No. 2, Agustus*, 35-51.
- Syafril, & Huda, N. (2015). Analisis Faktor Sosial Budaya dan Psikologis Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan Pada Warung Mikro (Studi pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Banjarmasin). *Jurnal Wawasan Manajemen, Vol. 3, Nomor 3, Oktober*, 257-268.
- Uhya, Acik Almaknunin. 2013. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Nasabah dalam Memilih Jasa Pembiayaan Ba'i Bitsaman Ajil di BMT Pahlawan (POKUSMA) Notorejo Gondang Tulungagung*. Skripsi STAIN Tulungagung.
- Yulaifah, Atin. 2011. *Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah*. Jakarta:UIN Syarif Hidayatullah
- Zuldafrial. (2012). *Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Media Perkasa.
- Zulfikar, & Budiantara, I. N. (2014). *Manajemen Riset dengan Pendekatan Komputasi Statistika*. Deepublish: Yogyakarta.

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian

Kuesioner Penelitian

Sehubungan dengan diadakannya penelitian untuk menyusun tugas akhir skripsi dalam rangka mendapatkan gelar sarjana dengan judul **“PENGARUH ASPEK SOSIAL, TINGKAT PENDIDIKAN, DAN PENDAPATAN TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH BMT KI SLAMET “**. Saya sebagai peneliti meminta kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I untuk berpartisipasi dalam pengisian kuesioner dibawah ini dengan menjawab pertanyaan/pernyataan dengan sejujur-jujurnya sesuai dengan realita yang ada. Atas partisipasi, kesediaan, dan kerjasamanya saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya

Achmad Nur Karim

Petunjuk Pengisian Kuesioner

Berilah tanda ceklis (√) pada kotak jawaban berikut yang telah disediakan.

Keterangan

STS	= Sangat Tidak Setuju	S	= Setuju
TS	= Tidak Setuju	SS	= Sangat Setuju
N	= Ragu-Ragu		

▪ **Identitas Responden**

Nama :

Jenis Kelamin : Laki-laki/Perempuan

Usia :tahun

Apakah Anda Nasabah BMT KI SLAMET Lamongan : Ya/Tidak

Tingkat Pendidikan : a. SMA
 b. SMP
 c. SMA
 d. Perguruan Tinggi

Jenis Pekerjaan : a. Ibu Rumah Tangga
 b. Pegawai Negeri Sipil
 c. Pegawai Swasta
 d. Wirausaha
 e. Lain-lain

Pendapatan Per Bulan : Rp.

Apakah Pendapatan Anda Kurang Dari UMR: Ya /Tidak

B. Pertanyaan Aspek Sosial

No	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya memilih BMT KI SLAMET karena rekomendasi dari teman/tetangga saya					
2	Saya memilih BMT KI SLAMET karena anggota komunitas saya menggunakan BMT KI SLAMET					
3	Saya menggunakan BMT KI SLAMET karena sesuai dengan ajaran agama (Islam)					
4	Kepercayaan yang saya anut mempengaruhi saya dalam memilih BMT KI SLAMET					
5	Saya memilih BMT KI SLAMET karena sesuai dengan tingkat pendapatan saya					

C. Pertanyaan Keputusan Menjadi Nasabah

No	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya menjadi nasabah di BMT KI SLAMET karena memang membutuhkan jasa BMT KI SLAMET					
2	Saya mencari informasi sebanyak mungkin mengenai produk yang ada di BMT KI SLAMET					
3	Saya membandingkan produk BMT KI SLAMET dengan produk BMT lainnya					
4	Saya memutuskan memiliki produk BMT KI SLAMET karena sesuai dengan apa yang saya harapkan					

“Terima kasih”

Lampiran 2: Tabulasi Data Penelitian

No	Jenis Kelamin	Usia	Tingkat Pendidikan	Jenis Pekerjaan	Pendapatan Per Bulan	Pendapatan
1	Laki-Laki	20-30	SMA	Pegawai Swasta	> Rp. 4.000.000	> UMR
2	Perempuan	20-30	Perguruan Tinggi	Wirausaha	Rp. 2.100.000- Rp.3.000.000	< UMR
3	Laki-Laki	31-40	Perguruan Tinggi	Wirausaha	> Rp. 4.000.000	> UMR
4	Laki-Laki	20-30	SMA	Lain-lain	<Rp.1.000.000	< UMR
5	Laki-Laki	20-30	SMA	Lain-lain	Rp.1.000.000-Rp. 2.000.000	< UMR
6	Perempuan	31-40	SMA	Wirausaha	Rp. 2.100.000- Rp.3.000.000	> UMR
7	Laki-Laki	20-30	SMA	Lain-lain	Rp.1.000.000-Rp. 2.000.000	> UMR
8	Perempuan	20-30	Perguruan Tinggi	Pegawai Negeri Sipil	Rp.1.000.000-Rp. 2.000.000	> UMR
9	Laki-Laki	20-30	SD	Lain-lain	Rp.1.000.000-Rp. 2.000.000	< UMR
10	Perempuan	20-30	Perguruan Tinggi	Pegawai Swasta	Rp. 2.100.000- Rp.3.000.000	> UMR
11	Perempuan	20-30	SMA	Lain-lain	Rp.1.000.000-Rp. 2.000.000	< UMR
12	Laki-Laki	31-40	SMP	Lain-lain	<Rp.1.000.000	< UMR
13	Laki-Laki	31-40	SMA	Pegawai Swasta	Rp. 2.100.000- Rp.3.000.000	> UMR
14	Perempuan	31-40	SD	Ibu Rumah Tangga	<Rp.1.000.000	< UMR
15	Perempuan	20-30	Perguruan Tinggi	Pegawai Negeri Sipil	Rp. 3.100.000- Rp. 4.000.000	> UMR
16	Laki-Laki	20-30	SMA	Lain-lain	Rp. 2.100.000- Rp.3.000.000	> UMR
17	Laki-Laki	31-40	Perguruan Tinggi	Pegawai Swasta	Rp. 2.100.000- Rp.3.000.000	> UMR
18	Perempuan	31-40	SMA	Wirausaha	Rp. 3.100.000- Rp. 4.000.000	> UMR
19	Perempuan	41-50	SMA	Ibu Rumah Tangga	<Rp.1.000.000	< UMR
20	Perempuan	31-40	Perguruan Tinggi	Wirausaha	> Rp. 4.000.000	> UMR
21	Laki-Laki	20-30	SMP	Wirausaha	Rp. 3.100.000- Rp. 4.000.000	> UMR

22	Laki-Laki	20-30	SMA	Wirausaha	Rp. 2.100.000-Rp.3.000.000	> UMR
23	Perempuan	31-40	SMP	Ibu Rumah Tangga	<Rp.1.000.000	< UMR
24	Perempuan	20-30	Perguruan Tinggi	Pegawai Swasta	Rp. 3.100.000-Rp. 4.000.000	> UMR
25	Laki-Laki	20-30	Perguruan Tinggi	Pegawai Swasta	Rp. 2.100.000-Rp.3.000.000	> UMR
26	Laki-Laki	20-30	SMA	Wirausaha	Rp.1.000.000-Rp.2.000.000	> UMR
27	Laki-Laki	20-30	Perguruan Tinggi	Pegawai Swasta	> Rp. 4.000.000	> UMR
28	Perempuan	41-50	Perguruan Tinggi	Ibu Rumah Tangga	Rp.1.000.000-Rp.2.000.000	> UMR
29	Laki-Laki	20-30	Perguruan Tinggi	Wirausaha	Rp. 2.100.000-Rp.3.000.000	> UMR
30	Perempuan	20-30	Perguruan Tinggi	Pegawai Negeri Sipil	Rp. 2.100.000-Rp.3.000.000	> UMR
31	Perempuan	20-30	Perguruan Tinggi	Pegawai Negeri Sipil	Rp. 2.100.000-Rp.3.000.000	> UMR
32	Laki-Laki	20-30	Perguruan Tinggi	Pegawai Swasta	Rp. 2.100.000-Rp.3.000.000	> UMR
33	Laki-Laki	20-30	SD	Lain-lain	Rp.1.000.000-Rp.2.000.000	< UMR
34	Perempuan	20-30	Perguruan Tinggi	Lain-lain	Rp. 2.100.000-Rp.3.000.000	> UMR
35	Perempuan	20-30	Perguruan Tinggi	Pegawai Negeri Sipil	Rp. 2.100.000-Rp.3.000.000	> UMR
36	Perempuan	20-30	Perguruan Tinggi	Pegawai Swasta	Rp. 2.100.000-Rp.3.000.000	< UMR
37	Laki-Laki	20-30	Perguruan Tinggi	Wirausaha	Rp. 2.100.000-Rp.3.000.000	> UMR
38	Perempuan	31-40	Perguruan Tinggi	Pegawai Negeri Sipil	Rp.1.000.000-Rp.2.000.000	> UMR
39	Perempuan	20-30	Perguruan Tinggi	Pegawai Negeri Sipil	Rp. 2.100.000-Rp.3.000.000	> UMR
40	Perempuan	20-30	Perguruan Tinggi	Lain-lain	Rp.1.000.000-Rp.2.000.000	> UMR
41	Laki-Laki	20-30	Perguruan Tinggi	Wirausaha	Rp. 2.100.000-Rp.3.000.000	< UMR
42	Perempuan	31-40	Perguruan Tinggi	Pegawai Negeri Sipil	Rp. 2.100.000-Rp.3.000.000	> UMR
43	Laki-Laki	31-40	Perguruan Tinggi	Pegawai Negeri Sipil	Rp.1.000.000-Rp.2.000.000	> UMR
44	Laki-Laki	31-40	Perguruan Tinggi	Pegawai Negeri Sipil	Rp. 2.100.000-Rp.3.000.000	> UMR

4 5	Laki- Laki	31- 40	Perguruan Tinggi	Pegawai Negeri Sipil	Rp.1.000.000-Rp. 2.000.000	> UMR
4 6	Laki- Laki	31- 40	Perguruan Tinggi	Pegawai Negeri Sipil	Rp. 2.100.000- Rp.3.000.000	> UMR
4 7	Laki- Laki	20- 30	SMA	Wirausaha	Rp.1.000.000-Rp. 2.000.000	> UMR
4 8	Laki- Laki	20- 30	SMA	Wirausaha	Rp.1.000.000-Rp. 2.000.000	> UMR
4 9	Laki- Laki	20- 30	SMA	Wirausaha	Rp.1.000.000-Rp. 2.000.000	> UMR
5 0	Perempu an	20- 30	SMA	Wirausaha	Rp.1.000.000-Rp. 2.000.000	> UMR
5 1	Laki- Laki	20- 30	SMA	Wirausaha	Rp.1.000.000-Rp. 2.000.000	> UMR
5 2	Laki- Laki	20- 30	SMA	Wirausaha	Rp.1.000.000-Rp. 2.000.000	> UMR
5 3	Perempu an	20- 30	Perguruan Tinggi	Wirausaha	Rp.1.000.000-Rp. 2.000.000	> UMR
5 4	Laki- Laki	20- 30	Perguruan Tinggi	Wirausaha	Rp.1.000.000-Rp. 2.000.000	> UMR
5 5	Laki- Laki	20- 30	Perguruan Tinggi	Wirausaha	Rp.1.000.000-Rp. 2.000.000	> UMR
5 6	Laki- Laki	31- 40	SMA	Lain-lain	Rp.1.000.000-Rp. 2.000.000	> UMR
5 7	Laki- Laki	31- 40	Perguruan Tinggi	Wirausaha	Rp.1.000.000-Rp. 2.000.000	> UMR
5 8	Laki- Laki	31- 40	Perguruan Tinggi	Wirausaha	Rp.1.000.000-Rp. 2.000.000	> UMR
5 9	Laki- Laki	31- 40	Perguruan Tinggi	Wirausaha	Rp.1.000.000-Rp. 2.000.000	> UMR
6 0	Laki- Laki	31- 40	SMA	Wirausaha	Rp.1.000.000-Rp. 2.000.000	> UMR
6 1	Laki- Laki	31- 40	SMA	Wirausaha	Rp.1.000.000-Rp. 2.000.000	> UMR
6 2	Perempu an	31- 40	Perguruan Tinggi	Wirausaha	Rp.1.000.000-Rp. 2.000.000	> UMR
6 3	Perempu an	31- 40	Perguruan Tinggi	Wirausaha	Rp.1.000.000-Rp. 2.000.000	> UMR
6 4	Laki- Laki	31- 40	SMA	Wirausaha	Rp.1.000.000-Rp. 2.000.000	> UMR
6 5	Laki- Laki	31- 40	Perguruan Tinggi	Wirausaha	Rp.1.000.000-Rp. 2.000.000	> UMR
6 6	Laki- Laki	31- 40	SMA	Wirausaha	Rp.1.000.000-Rp. 2.000.000	> UMR
6 7	Laki- Laki	20- 30	SMP	Lain-lain	<Rp.1.000.000	< UMR

68	Laki-Laki	20-30	SMP	Ibu Rumah Tangga	<Rp.1.000.000	< UMR
69	Laki-Laki	20-30	SMP	Lain-lain	Rp.1.000.000-Rp.2.000.000	< UMR
70	Perempuan	20-30	Perguruan Tinggi	Lain-lain	Rp. 2.100.000-Rp.3.000.000	> UMR
71	Laki-Laki	20-30	SMA	Lain-lain	Rp. 2.100.000-Rp.3.000.000	> UMR
72	Laki-Laki	20-30	SMA	Lain-lain	Rp. 2.100.000-Rp.3.000.000	> UMR
73	Laki-Laki	20-30	Perguruan Tinggi	Lain-lain	Rp. 2.100.000-Rp.3.000.000	> UMR
74	Perempuan	31-40	Perguruan Tinggi	Lain-lain	Rp. 2.100.000-Rp.3.000.000	> UMR
75	Perempuan	31-40	Perguruan Tinggi	Wirausaha	Rp. 2.100.000-Rp.3.000.000	> UMR
76	Laki-Laki	31-40	SMA	Lain-lain	Rp. 2.100.000-Rp.3.000.000	> UMR
77	Laki-Laki	20-30	SMA	Lain-lain	Rp. 2.100.000-Rp.3.000.000	> UMR
78	Laki-Laki	20-30	SMA	Wirausaha	Rp. 2.100.000-Rp.3.000.000	> UMR
79	Laki-Laki	20-30	SMA	Lain-lain	Rp. 2.100.000-Rp.3.000.000	> UMR
80	Laki-Laki	20-30	SMA	Lain-lain	Rp. 2.100.000-Rp.3.000.000	> UMR
81	Perempuan	20-30	SMA	Lain-lain	Rp. 2.100.000-Rp.3.000.000	> UMR
82	Laki-Laki	31-40	SMA	Lain-lain	Rp. 2.100.000-Rp.3.000.000	> UMR
83	Perempuan	20-30	SMA	Lain-lain	Rp. 2.100.000-Rp.3.000.000	> UMR
84	Laki-Laki	41-50	SMA	Lain-lain	Rp. 2.100.000-Rp.3.000.000	> UMR
85	Perempuan	31-40	SMA	Lain-lain	Rp. 2.100.000-Rp.3.000.000	> UMR
86	Laki-Laki	41-50	SMA	Lain-lain	Rp. 2.100.000-Rp.3.000.000	> UMR
87	Laki-Laki	41-50	Perguruan Tinggi	Lain-lain	Rp. 2.100.000-Rp.3.000.000	> UMR
88	Laki-Laki	41-50	Perguruan Tinggi	Lain-lain	Rp. 2.100.000-Rp.3.000.000	> UMR
89	Perempuan	41-50	Perguruan Tinggi	Lain-lain	Rp. 2.100.000-Rp.3.000.000	> UMR
90	Perempuan	41-50	Perguruan Tinggi	Lain-lain	Rp. 2.100.000-Rp.3.000.000	> UMR

91	Perempuan	41-50	Perguruan Tinggi	Lain-lain	Rp. 2.100.000- Rp.3.000.000	> UMR
92	Perempuan	41-50	Perguruan Tinggi	Lain-lain	Rp. 2.100.000- Rp.3.000.000	> UMR
93	Laki-Laki	41-50	Perguruan Tinggi	Lain-lain	Rp. 2.100.000- Rp.3.000.000	> UMR
94	Perempuan	41-50	Perguruan Tinggi	Lain-lain	Rp. 2.100.000- Rp.3.000.000	> UMR
95	Laki-Laki	41-50	Perguruan Tinggi	Lain-lain	Rp. 2.100.000- Rp.3.000.000	> UMR
96	Perempuan	41-50	Perguruan Tinggi	Lain-lain	Rp. 2.100.000- Rp.3.000.000	> UMR
97	Laki-Laki	20-30	Perguruan Tinggi	Lain-lain	Rp. 2.100.000- Rp.3.000.000	> UMR
98	Laki-Laki	41-50	Perguruan Tinggi	Wirausaha	Rp. 2.100.000- Rp.3.000.000	> UMR

No	Aspek Sosial					Keputusan Menjadi Nasabah			
	ItemX 1_1	ItemX1 _2	ItemX1 _3	ItemX1 _4	ItemX1 _5	ItemY _1	ItemY _2	ItemY _3	ItemY _4
1	4	4	5	5	5	5	5	5	5
2	4	4	5	4	3	4	4	5	5
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
6	3	4	5	3	4	5	3	4	5
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5
9	3	4	4	4	4	4	4	4	4
10	3	3	4	4	4	4	4	4	4
11	3	3	3	4	4	4	4	4	4
12	4	4	4	4	5	5	5	5	4
13	4	3	4	3	4	5	5	5	3
14	4	4	5	5	5	5	5	5	5
15	4	4	4	4	4	4	4	4	5
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5
17	4	4	5	5	5	5	5	4	5
18	4	4	4	5	5	4	4	5	4
19	3	3	3	4	4	4	5	5	5
20	5	5	5	4	5	5	5	5	5
21	4	4	3	3	4	4	4	4	4
22	4	4	4	4	4	3	5	5	5
23	3	3	3	3	3	5	4	3	3
24	5	5	5	5	5	5	4	5	5
25	4	4	4	5	5	4	5	5	5
26	5	5	5	5	5	5	5	5	4
27	5	4	4	5	4	4	5	5	5
28	4	5	5	5	5	5	5	5	5
29	4	3	5	4	4	4	5	5	4
30	4	5	5	4	5	4	5	4	4
31	5	4	5	5	4	4	5	5	4
32	4	4	5	4	5	4	5	5	5
33	3	3	3	3	3	3	3	3	3
34	5	4	4	5	4	5	5	4	4
35	4	5	4	4	5	5	5	4	4
36	5	4	5	5	4	4	4	5	4
37	4	5	5	5	5	5	5	5	5
38	4	5	5	5	5	5	5	5	5
39	4	5	5	4	5	5	5	5	5
40	4	5	5	5	5	5	5	5	5
41	4	5	5	4	4	5	5	5	5
42	5	5	5	4	4	4	5	5	5
43	4	5	5	4	5	5	4	5	5
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4
45	5	5	5	4	4	4	4	4	5
46	5	5	5	4	4	4	5	5	5
47	4	5	5	4	5	4	5	5	4
48	4	4	4	5	5	5	5	5	5
49	4	5	5	5	5	4	5	5	4
50	4	4	4	5	4	5	4	4	5
51	4	5	4	4	4	5	5	5	4
52	5	4	5	4	4	4	4	4	4

53	4	4	4	5	5	5	5	5	5
54	5	5	5	4	5	5	5	5	5
55	4	5	3	5	5	4	5	5	5
56	4	4	4	4	4	5	5	5	4
57	4	5	4	4	4	5	5	5	5
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5
59	4	4	5	5	5	5	5	5	5
60	4	4	3	3	3	4	4	4	4
61	4	4	5	5	5	5	4	5	5
62	4	5	5	5	5	5	5	5	5
63	4	5	4	4	5	5	5	5	5
64	4	4	5	5	5	5	4	5	4
65	5	4	5	5	5	5	5	5	5
66	4	5	5	5	5	5	4	5	5
67	4	5	5	4	4	5	5	5	4
68	4	4	5	4	4	5	5	5	5
69	4	5	4	5	4	5	5	5	5
70	4	5	5	5	5	5	5	5	5
71	5	5	5	5	5	5	5	5	5
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4
73	5	5	5	5	5	5	5	5	5
74	4	4	4	4	5	5	5	5	5
75	4	4	4	4	4	4	4	5	5
76	4	4	5	4	5	5	5	4	4
77	4	5	5	5	5	5	5	5	5
78	4	4	4	4	5	5	4	5	3
79	4	5	5	5	5	5	5	5	5
80	5	5	5	4	5	5	5	5	4
81	4	5	5	5	5	5	4	5	5
82	5	3	3	4	3	4	4	5	4
83	4	3	5	5	5	5	5	4	4
84	4	4	4	4	4	4	4	5	5
85	4	5	4	5	3	5	5	5	3
86	4	5	4	5	5	5	4	5	4
87	4	5	5	5	5	5	4	5	5
88	5	5	5	5	5	5	5	5	5
89	4	5	5	5	4	5	5	5	5
90	4	4	5	5	5	5	4	5	4
91	4	4	5	5	5	5	5	5	5
92	4	4	5	5	4	5	5	5	5
93	4	4	4	4	5	5	5	5	5
94	4	4	4	4	4	4	5	5	5
95	4	4	3	3	4	4	4	4	4
96	4	3	3	3	3	4	4	5	4
97	4	3	3	3	4	4	4	4	4
98	4	4	5	5	5	5	5	5	4

Lampiran 3: Hasil Uji Frekuensi

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	60	61,2	61,2	61,2
	Perempuan	38	38,8	38,8	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20-30	52	53,1	53,1	53,1
	31-40	31	31,6	31,6	84,7
	41-50	15	15,3	15,3	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Tingkat Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Perguruan Tinggi	53	54,1	54,1	54,1
	SD	3	3,1	3,1	57,1
	SMA	36	36,7	36,7	93,9
	SMP	6	6,1	6,1	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Jenis Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ibu Rumah Tangga	5	5,1	5,1	5,1
	Lain-lain	39	39,8	39,8	44,9
	Pegawai Negeri Sipil	12	12,2	12,2	57,1
	Pegawai Swasta	9	9,2	9,2	66,3
	Wirausaha	33	33,7	33,7	100,0

Total	98	100,0	100,0	
-------	----	-------	-------	--

Golongan Pendapatan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < UMR	15	15,3	15,3	15,3
> UMR	83	84,7	84,7	100,0
Total	98	100,0	100,0	

Pendapatan Per Bulan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid <Rp.1.000.000	7	7,1	7,1	7,1
> Rp. 4.000.000	4	4,1	4,1	11,2
Rp. 2.100.000-Rp.3.000.000	50	51,0	51,0	62,2
Rp. 3.100.000-Rp. 4.000.000	4	4,1	4,1	66,3
Rp.1.000.000-Rp. 2.000.000	33	33,7	33,7	100,0
Total	98	100,0	100,0	

ItemX1_1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3,00	8	8,2	8,2	8,2
4,00	68	69,4	69,4	77,6
5,00	22	22,4	22,4	100,0
Total	98	100,0	100,0	

ItemX1_2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

Valid	3,00	12	12,2	12,2	12,2
	4,00	44	44,9	44,9	57,1
	5,00	42	42,9	42,9	100,0
Total		98	100,0	100,0	

ItemX1_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	11	11,2	11,2	11,2
	4,00	32	32,7	32,7	43,9
	5,00	55	56,1	56,1	100,0
Total		98	100,0	100,0	

ItemX1_4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	9	9,2	9,2	9,2
	4,00	42	42,9	42,9	52,0
	5,00	47	48,0	48,0	100,0
Total		98	100,0	100,0	

ItemX1_5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	7	7,1	7,1	7,1
	4,00	38	38,8	38,8	45,9
	5,00	53	54,1	54,1	100,0
Total		98	100,0	100,0	

ItemY_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	2	2,0	2,0	2,0
	4,00	35	35,7	35,7	37,8
	5,00	61	62,2	62,2	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

ItemY_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	2	2,0	2,0	2,0
	4,00	34	34,7	34,7	36,7
	5,00	62	63,3	63,3	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

ItemY_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	2	2,0	2,0	2,0
	4,00	23	23,5	23,5	25,5
	5,00	73	74,5	74,5	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

ItemY_4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	5	5,1	5,1	5,1
	4,00	36	36,7	36,7	41,8
	5,00	57	58,2	58,2	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Lampiran 4: Uji Instrumen Penelitian

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,810	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ItemX1_1	17,6122	4,508	,447	,813
ItemX1_2	17,4490	3,734	,616	,767
ItemX1_3	17,3061	3,555	,685	,744
ItemX1_4	17,3673	3,802	,625	,764
ItemX1_5	17,2857	3,897	,613	,768

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,713	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ItemY_1	13,8673	1,642	,421	,697
ItemY_2	13,8571	1,505	,548	,622
ItemY_3	13,7449	1,512	,614	,588
ItemY_4	13,9388	1,501	,441	,693

Lampiran 5: Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,745 ^a	,555	,541	1,07145	,555	39,053	3	94	,000

a. Predictors: (Constant), Pendapatan, Aspek Sosial, Tingkat Pendidikan

b. Dependent Variable: Keputusan Menjadi Nasabah

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	134,497	3	44,832	39,053	,000 ^b
	Residual	107,912	94	1,148		
	Total	242,408	97			

a. Dependent Variable: Keputusan Menjadi Nasabah

b. Predictors: (Constant), Pendapatan, Aspek Sosial, Tingkat Pendidikan

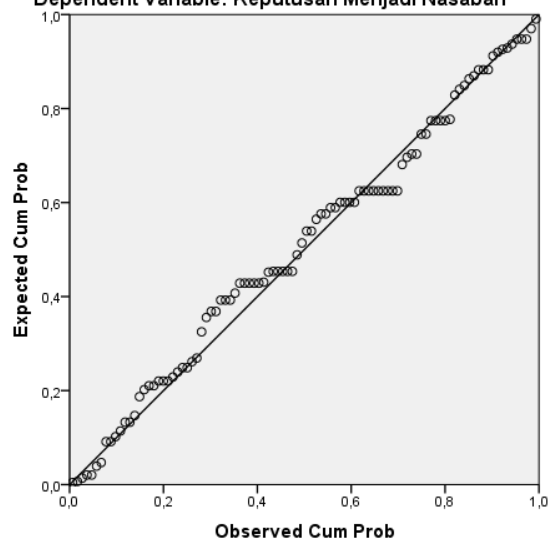
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7,919	1,013		7,821	,000		
	Aspek Sosial	,466	,049	,711	9,448	,000	,836	1,196
	Tingkat Pendidikan	,367	,177	,173	2,072	,041	,680	1,470
	Pendapatan	-,456	,369	-,104	-1,236	,220	,663	1,507

a. Dependent Variable: Keputusan Menjadi Nasabah

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Keputusan Menjadi Nasabah



Lampiran 6: Surat Balasan


KOPERASI SIMPAN PINJAM PEMBIAYAAN SYARIAH
BMT KI SLAMET JAWA TIMUR
 BH NO : 518/BH/XVI.10/633/413.111/2011
 NOMOR AHU-0000181.AH.01.27.TAHUN 2020
 Alamat : Desa Tunjungmekar Kec.Kalitengah Kabupaten Lamongan
 No.Telp./Hp. 081330166076 / 081515432468



Bersama Kita Bersyariah Untuk Kesejahteraan Umat

Nomor :001/BMT-KS/SB -11/II/2022
 Lampiran :-
 Perihal : Surat Persetujuan Penelitian

Kepada
 Yth. Bpk/Ibu
 Dekan Fak. Ekonomi UIN Malang
 di- Tempat

Berdasarkan Surat Permohonan Ijin Penelitian Nomor : B-1338/FEK.1/PP.00.9/01/2021, maka kami menerima dan menyetujui Mahasiswa dengan data-data sebagai berikut :

NAMA : ACHMAD NUR KARIM
 NIM : 18540019
 FAKULTAS : EKONOMI
 PROGRAM STUDI : PERBANKAN SYARIAH
 JUDUL PENELITIAN : PENGARUH FAKTOR SOSIAL DAN PENDIDIKAN TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI ANGGOTA BMT KI SLAMET

Untuk melaksanakan penelitian di BMT KI SLAMET.

Demikian surat persetujuan ini dibuat, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Lamongan, 03 Februari 2022


 Direktur
 ISA ANSHORI, S.Par

Lampiran 7: Surat Keterangan Bebas Plagiarisme



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI

Jalan Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME (FORM C)

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Zuraidah, SE., M.SA
NIP : 19761210 200912 2 001
Jabatan : **UP2M**

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Achmad Nur Karim
NIM : 18540019
Handphone : 081327177610
Konsentrasi : Entrepreneur
Email : benzemakarim564@gmail.com
Judul Skripsi : Pengaruh Aspek Sosial, Tingkat Pendidikan, dan Pendapatan terhadap Keputusan Menjadi Nasabah BMT KI SLAMET Lamongan.

Menerangkan bahwa penulis skripsi mahasiswa tersebut di nyatakan **BEBAS PLAGIARISME** dari **TURNITIN** dengan nilai *Originaly report*:

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATION	STUDENT PAPER
24%	23%	8%	10%

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan di berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 21 Maret 2022
UP2M



Zuraidah, SE., M.SA
NIP 197612102009122 001

ORIGINALITY REPORT

24%
SIMILARITY INDEX

23%
INTERNET SOURCES

8%
PUBLICATIONS

10%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	5%
2	repo.iain-tulungagung.ac.id Internet Source	4%
3	repository.ub.ac.id Internet Source	3%
4	Submitted to Surabaya University Student Paper	2%
5	digilib.uinsby.ac.id Internet Source	2%
6	repository.ar-raniry.ac.id Internet Source	2%
7	repository.stei.ac.id Internet Source	1%
8	repository.uksw.edu Internet Source	1%
9	Submitted to Universitas Pendidikan Indonesia Student Paper	1%

10	adoc.pub Internet Source	1%
11	www.scribd.com Internet Source	1%
12	repository.iainpurwokerto.ac.id Internet Source	1%
13	id.scribd.com Internet Source	1%
14	repositori.usu.ac.id Internet Source	1%
15	etd.iain-padangsidempuan.ac.id Internet Source	1%

Lampiran 8: Jurnal Bimbingan Tugas Akhir

JURNAL BIMBINGAN SKRIPSI/TESIS/DISERTASI					
IDENTITAS MAHASISWA					
NIM	: 18540019				
Nama	: ACHMAD NUR KARIM				
Fakultas	: EKONOMI				
Jurusan	: PERBANKAN SYARIAH				
Dosen Pembimbing 1	: FANI FIRMANSYAH,MM.				
Dosen Pembimbing 2	:				
Judul Skripsi/Tesis/Disertasi	:				
PENGARUH FAKTOR SOSIAL DAN TINGKAT PENDIDIKAN TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH BMT SAHARA					
IDENTITAS BIMBINGAN					
No	Tanggal Bimbingan	Nama Pembimbing	Deskripsi Bimbingan	Tahun Akademik	Status
1	2021-09-16	FANI FIRMANSYAH,MM.	Konfirmasi dosen pembimbing	2021/2022 Ganjil	Sudah Dikoreksi
2	2021-09-20	FANI FIRMANSYAH,MM.	Konsultasi BAB 1-3	2021/2022 Ganjil	Sudah Dikoreksi
3	2021-09-27	FANI FIRMANSYAH,MM.	REVISI PROPOSAL BAB 1-3	2021/2022 Ganjil	Sudah Dikoreksi
4	2021-10-08	FANI FIRMANSYAH,MM.	REVISI BAB 1-3	2021/2022 Ganjil	Sudah Dikoreksi
5	2021-10-29	FANI FIRMANSYAH,MM.	REVISI BAB 2, diperkuat lagi teori	2021/2022 Ganjil	Sudah Dikoreksi
6	2021-11-05	FANI FIRMANSYAH,MM.	Revisi BAB 3, DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL	2021/2022 Ganjil	Sudah Dikoreksi
7	2021-11-09	FANI FIRMANSYAH,MM.	Dipersilahkan mengikuti ujian proposal	2021/2022 Ganjil	Sudah Dikoreksi
8	2022-01-13	FANI FIRMANSYAH,MM.	TERAKHIR REVISI SEMINAR PROPOSAL	2021/2022 Ganjil	Sudah Dikoreksi
9	2022-02-08	FANI FIRMANSYAH,MM.	Konsultasi Kuisisioner Penelitian	2021/2022 Genap	Sudah Dikoreksi
10	2022-02-15	FANI FIRMANSYAH,MM.	Pengumpulan BAB 4-5	2021/2022 Ganjil	Sudah Dikoreksi
11	2022-02-21	FANI FIRMANSYAH,MM.	REVISI SEMINAR HASIL	2021/2022 Ganjil	Sudah Dikoreksi
<p>Telah disetujui Untuk mengajukan ujian Skripsi/Tesis/Desertasi</p>					

Lampiran 9: Biodata Peneliti

BIODATA PENELITIAN

Nama lengkap : Achmad Nur Karim
Tempat/tanggal lahir : Lamongan, 16 juni 2000
Jenis kelamin : Laki-Laki
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Prodi/Fakultas : Perbankan Syariah/Ekonomi
Status Pernikahan : Belum Menikah
Alamat asal : Jl. Mulawarman RT.43 No.60, Tarakan, KALTARA
E-mail : benzemakarim564@gmail.com
No. telp/hp : 081327177610
Hobi : Desain & Sepak Bola
Motto hidup : Logika & Logistik itu harus seimbang



➤ **Riwayat Pendidikan :**

No	Pendidikan	Instansi	Kota	Tahun
1.	SD	SDN 024	Tarakan	2006-2012
2.	SMP	SMPN 2	Tarakan	2012-2015
3.	MAN	MAN 1	Lamongan	2015-2018

➤ **Pengalaman Organisasi :**

1. Menjabat sebagai ketua bidang kewirausahaan OSIS MAN 1 Lamongan
2. Mengikuti kegiatan Drum band DCSE MAN 1 Lamongan
3. Menjabat sebagai HMJ bidang entrepreneur Perbankan Syariah
4. Menjabat sebagai anggota KOPMA UIN Malang
5. Mengikuti komunitas BISMA (Bisnis Mahasiswa) UIN Malang
6. Mengikuti komunitas Entrepreneur (KOMEN) UIN Malang
7. Mengikuti Forum Silaturahmi Kepemudaan Jawa Timur (FSK)
8. Mengikuti kegiatan Drum Band Gita Wahana Bakti (GWB)
9. Menjabat sebagai anggota IKAMATAR Tarakan
10. Menjabat sebagai anggota desain GIS (Gerakan Infaq Sembako) Tarakan
11. Menjabat sebagai anggota IKAMALA UIN Malang
12. Menjabat sebagai Ketua IKAMANELA Malang Raya

➤ **Prestasi :**

1. Juara 3 Bussines Plan UINSA Surabaya Tingkat Jawa-Bali
2. Finalis Bussines Plan UNUSA Surabaya Tingkat Jawa-Bali
3. Memiliki Produk Unggulan COCO SPLASH DRINK berlegalitas PIRT
4. Mahasiswa Ter-Hits Perbankan Syariah UIN Malang
5. Prince Perbankan Syariah UIN Malang
6. Finalis desain corel draw di Pintaar.com