



2020.01.13 11:33

**PENGARUH ETIKA PEMASARAN ISLAM TERHADAP
KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN PRODUK
MUDARABAH PADA BMT INSANI SADABUAN
KOTA PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi(S.E)
Dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh

**RUMAITSAH LUBIS
NIM. 15 401 00107**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
TAHUN 2019**



**PENGARUH ETIKA PEMASARAN ISLAM TERHADAP
KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN PRODUK
MUDARABAH PADA BMT INSANI SADABUAN
KOTA PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh

RUMAITSAH LUBIS
NIM. 15 401 00107

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI

PADANGSIDIMPUAN

TAHUN 2019

2020.01.13 11:33



**PENGARUH ETIKA PEMASARAN ISLAM TERHADAP
KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN PRODUK
MUDARABAH PADA BMT INSANI SADABUAN
KOTA PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

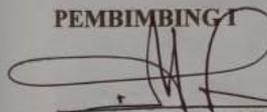
*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
dalam bidang Perbankan Syariah*

Oleh

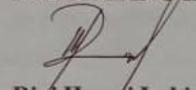
RUMAITSAH LUBIS
NIM. 15 401 00107

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

PEMBIMBING I


Muhammad Isa, ST., MM
NIP. 198006052011011003

PEMBIMBING II


Rini Hayati Lubis, MP
NIP. 198704132019032011

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
TAHUN 2019

2020.01.13 11:33



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl.H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Tel.(0634) 22080 Fax.(0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **Rumaitsh Lubis**
Lampiran : 7 (Tujuh) Eksemplar

Padangsidimpuan, 21 Nopember 2019
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam IAIN Padangsidimpuan
Di-
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikumWr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **RUMAITSAH LUBIS** yang berjudul "**Pengaruh Etika Pemasaran Islam Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Muqarabah Pada BMT Insani Sadabuan Kota Padangsidimpuan**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

Seiring dengan hal di atas, maka saudari tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan skripsinya ini.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama dari Bapak/Ibu, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikumWr. Wb.

PEMBIMBING I

Muhammad Isa, ST., MM
NIP. 198006052011011003

PEMBIMBING II

Rini Hayati Lubis, MP
NIP. 198704132019032011

2020.01.13 11:34

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang,
bahwa saya yang bertanda tangan dibawah ini:

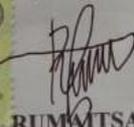
Nama : RUMAITSAH LUBIS
NIM : 15 401 00107
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : **“Pengaruh Etika Pemasaran Islam Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk *Mudharabah* Pada Bmt Insani Sadabuan Kota Padangsidempuan”**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidempuan pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 Ayat 4 Tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidempuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 21 Nopember 2019
Saya yang Menyatakan,





RUMAITSAH LUBIS
NIM. 15 401 00107

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

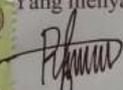
Nama : Rumaitsah Lubis
NIM : 15 401 00107
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi mengembangkan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **“Pengaruh Etika Pemasaran Islam Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk *Muḍarabah* Pada BMT Insani Sadabuan Kota Padangsidempuan”**. Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan
Pada tanggal : 21 Nopember 2019
Yang menyatakan,




RUMAITSAH LUBIS
NIM. 15 401 00107



BERITA ACARA UJIAN MUNAQASYAH

Ketua Senat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpunan bersama anggota penguji lainnya yang diangkat oleh Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpunan berdasarkan Surat Penunjukan Menguji Ujian Munaqasyah Nomor : 3-3921/In.14/G1/G.5/PP.01.1/12/2019 tanggal 06 Desember 2019, setelah memperhatikan hasil ujian dari mahasiswa :

Nama : RUMAITSAH LUBIS
 NIM : 15 401 00107
 Jurusan : Perbankan Syariah

Dengan ini menyatakan ~~LULUS~~, ~~LULUS BERSYARAT~~, ~~MENGULANG~~ DALAM UJIAN Munaqasyah FEBI IAIN Padangsidimpunan dengan nilai Skripsi 79,75 (B)

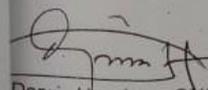
Dengan demikian mahasiswa tersebut telah menyelesaikan seluruh beban studi yang telah ditetapkan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan memperoleh yudisium :

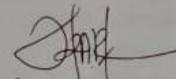
- a. PUJIAN : 3.51 - 4.00
- b. SANGAT MEMUASKAN : 3.01 - 3.50
- c. MEMUASKAN : 2.76 - 3.00
- d. CUKUP : 2.00 - 2.75
- e. TIDAK LULUS : 0.00 - 1.99

Dengan indeks prestasi kumulatif 3,37. Oleh karena itu kepadanya diberikan hak memakai gelar SARJANA EKONOMI (SE) dalam ilmu Perbankan Syariah dan segala hak yang menyertainya.

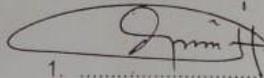
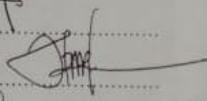
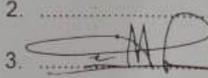
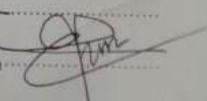
Mahasiswa yang namanya tersebut di atas terdaftar sebagai alumni ke : 733

Padangsidimpunan, 10 Desember 2019
 Panitia Ujian Munaqasyah
 Sekretaris,


 Darwis Harahap, SHI., M.Si
 NIP. 197808182009011015


 Azwar Hamid, MA
 NIP. 198603112015031005

Anggota Penguji :
 1. Dr. Darwis Harahap, SHI., M.Si
 2. Azwar Hamid, MA
 3. Muhammad Isa, ST., MM
 4. Lamni Fadlilah Nasution, M.Pd


 1.

 2.

 3.

 4.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl.H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Tel.(0634) 22080 Fax.(0634) 24022

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : RUMAITSAH LUBIS
NIM : 15 401 00107
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Etika Pemasaran Islam Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk *Muḍarabah* Pada BMT Insani Sadabuan Kota Padangsidimpuan

Ketua

Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si
NIP. 197808182009011015

Sekretaris

Azwar Hamid, MA
NIP. 198603112015031005

Anggota

Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si
NIP. 197808182009011015

Azwar Hamid, MA
NIP. 198603112015031005

Muhammad Isa, S.T., M.M
NIP. 19800605 201101 1 003

Hamni Fadliah Nasution, M.Pd
NIP. 198303172018012001

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah :

Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Selasa /10 Desember 2019
Pukul : 13.00 s/d 16.00 WIB
Hasil/ Nilai : 75,75 (B)
IPK : 3,37
Predikat : Sangat Memuaskan

2020.01.13 11:34



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telp. (0634)22080 Fax. (0634)24022

PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Etika Pemasaran Islam Terhadap
Keputusan Nasabah Menggunakan Produk
Muḍarabah Pada BMT Insani Sadabuan Kota
Padangsidimpuan

NAMA : RUMAITSAH LUBIS
NIM : 15 401 00107

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas
dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Perbankan Syariah



Padangsidimpuan, 13 Januari 2020
Dekan

Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si
NIP. 19780818 200901 1 015

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, segala puji syukur ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untaian *salawat* serta Salam senantiasa tercurahkan kepada insan mulia Nabi Besar Muhammad SAW, figur seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, *madinatul 'ilmi*, pencerah dunia dari kegelapan beserta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini berjudul: “Pengaruh Etika Pemasaran Islam Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk *Muḍarabah* Pada BMT Insani Sadabuan Kota Padangsidempuan”, ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) Pada bidang Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, peneliti mengucapkan banyak terimakasih utamanya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL selaku Rektor IAIN Padangsidempuan, serta Bapak Drs. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan pengembangan Lembaga, Bapak

Dr. Anhar, M.A selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Drs. Kamaluddin, M.Ag selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangandan, Bapak Dr. H. Arbanur Rasyid, M.A. selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. IbuNofiwati, M.A, selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah dan selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah Ibu Hamni Fadlillah M.Pd, serta seluruh civitas akademika IAIN Padangsidempuan yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
4. Bapak Muhammad Isa, ST., MM selaku Pembimbing I dan Ibu Rini Hayati Lubis, MP selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Yusri Fahmi, M.A selaku Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan IAIN Padangsidempuan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Bapak serta Ibu dosen IAIN Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
7. Teristimewa saya hanturkan kepada keluarga tercinta (Ayahanda Muhammad Ningot Lubis dan Ibunda Nurmahani Hati Tanjung) yang telah mendidik dan selalu berdoa tiada hentinya, yang paling berjasa dalam hidup peneliti yang telah banyak berkorban serta memberi dukungan moral dan material, serta berjuang tanpa mengenal lelah dan putus asa demi kesuksesan dan masa depan cerah putra-putrinya, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan kasih sayang-Nya kepada kedua orang tua tercinta dan diberi balasan atas perjuangan mereka dengan surga firdaus-Nya, serta kepada abang-abang tercinta (Irpan Efpendi Lubis dan Busro Marzuki Lubis) kemudian kakak tercinta (Nurwadi'ah Lubis) yang senantiasa memberi bantuan doa dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Sertasahabat-sahabat seperjuangan di Perbankan Syariah 3 mahasiswa angkatan 2015 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, dan teman-teman lainnya di IAIN Padangsidempuan yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Yang telah memberikan dukungan, semangat, dan bantuan doa kepada peneliti agar tidak putus asa dalam menyelesaikan skripsi ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Padangsidempuan, 21 Nopember2019

Peneliti,

RUMAITSAH LUBIS
NIM.15 401 00107

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf Latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	be
ت	Ta	T	te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	je
ح	ħa	ħ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	de
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	er
ز	Zai	Z	zet
س	Sin	S	es
ش	Syin	Sy	es
ص	šad	š	esdan ye
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ž	ž	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	ge
ف	Fa	F	ef
ق	Qaf	Q	ki
ك	Kaf	K	ka
ل	Lam	L	el
م	Mim	M	em
ن	nun	N	en
و	wau	W	we
ه	ha	H	ha
ء	hamzah	..’..	apostrof
ي	ya	Y	ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

- a. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
—	fathah	A	a
—	Kasrah	I	i
—و	ḍommah	U	U

- b. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
.....ي	fathah dan ya	Ai	a dan i
و.....	fathah dan wau	Au	a dan u

- c. Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
.....ا.....	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
.....ى	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
.....و	ḍommah dan wau	ū	u dan garis di atas

3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk Ta Marbutah ada dua.

- a. Ta Marbutah hidup yaitu Ta Marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan ḍommah, transliterasinya adalah /t/.

- b. Ta Marbutah mati yaitu Ta Marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya Ta Marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka Ta Marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

4. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid. Dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

5. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

ال . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

- a. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.
- b. Kata sandang yang diikuti huruf qamariah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

6. Hamzah

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun huruf ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

8. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu

disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

9. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama.

ABSTRAK

Nama : RUMAITSAH LUBIS
NIM : 15 401 00107
Judul Skripsi : Pengaruh Etika Pemasaran Islam Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk *Muḍarabah* Pada BMT Insani Sadabuan Kota Padangsidempuan

Latar belakang masalah pada penelitian ini adalah pemasaran dalam Islam harus mengandung pemasaran syariah yaitu pemasaran yang selalu memperhatikan aturan dan tujuan ekonomi syariah. Produk yang lebih unggul di BMT Insani Sadabuan merupakan Pembiayaan *muḍarabah*. Jumlah anggotanya dari tahun ketahun mengalami kenaikan karena pencairan yang mudah. Adapun tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh etika pemasaran Islam terhadap keputusan nasabah menggunakan produk *muḍarabah* pada BMT Insani Sadabuan Kota Padangsidempuan

Teori dalam penelitian ini berkaitan dengan teori etika pemasaran yang terdiri dari pengertian, standar etika pemasaran, tujuan pemasaran, sumber hukum, dan prinsip etika pemasaran. Kemudian teori tentang *muḍarabah* yang terdiri dari pengertian, syarat-syarat dan rukun-rukun *muḍarabah*, dan manfaat. Selanjutnya teori keputusan nasabah terdiri dari pengertian, tingkah laku keputusan, dan proses pengambilan keputusan. Dan yang terakhir adalah teori BMT yang terdiri dari pengertian dan devisi BMT.

Jenis penelitian yang digunakan penelitian kuantitatif dan sumber data primer berupa kuesioner yang diberikan kepada nasabah *muḍarabah* pada BMT Insani. Teknis analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Populasi sebanyak 112 orang dan sampel sebanyak 88 orang.

Hasil penelitian secara parsial dengan hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,021 > 1,989$), hal ini dapat diartikan secara parsial pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah. Secara parsial dengan hasil nilai uji t yang telah diolah bahwa $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-1,185 < 1,989$). Hal ini dapat diartikan secara parsial kepribadian spiritual tidak berpengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah. Secara parsial dengan hasil nilai uji t yang telah diolah bahwa $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-0,835 < 1,989$). Hal ini dapat diartikan secara parsial kejujuran tidak berpengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah. Secara parsial dengan hasil nilai uji t yang telah diolah bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,111 > 1,989$). Hal ini dapat diartikan secara parsial keadilan berpengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah. Secara simultan pelayanan, kepribadian spiritual, kejujuran, dan keadilan dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($3,193 > 2,71$) yang artinya H_a diterima. Dapat disimpulkan bahwa pelayanan, kepribadian spiritual, kejujuran, dan keadilan terdapat pengaruh secara simultan yang signifikan terhadap keputusan nasabah pada BMT Insani Sadabuan.

Kata Kunci : Etika Pemasaran Islam, *Muḍarabah*, Keputusan Nasabah, Bait al-Māl wa al-Tamwīl (BMT).

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	vi
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Batasan Masalah	8
D. Definisi Operasional Variabel	8
E. Rumusan Masalah	9
F. Tujuan Masalah	10
G. Kegunaan Penelitian	11
H. Sistematika Pembahasan	12
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kerangka Teori.....	14
1. Pengertian Etika Pemasaran	14
2. Standar Etika Pemasaran	16
3. Tujuan Pemasaran	17
4. Sumber Hukum Etika Pemasaran	18
5. Etika Pemasaran Syariah	20
6. Prinsip Etika Pemasaran Islam	21
7. Keputusan Nasabah	23
8. Pengaruh Perilaku Konsumen	26
9. <i>Mudharabah</i>	27
10. Baitul Maal wat Tamwil (BMT)	32
B. Penelitian Terdahulu.....	33
C. Kerangka Pikir	37
D. Hipotesis Penelitian	37
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	39
B. Jenis Penelitian	39
C. Populasi	39
D. Sampel	40
E. Sumber Data	40

F. Instrumen Pengumpulan Data	41
1. Angket	41
2. Observasi	43
3. Dokumentasi	43
G. Teknik Analisis Data	43
1. Uji Validitas	44
2. Uji Reliabilitas	44
3. Uji Normalitas	45
4. Uji Lineritas	45
H. Uji Asumsi Klasik	46
1. Uji Multikolenieritas	46
2. Uji Heteroskedastisitas	46
3. Uji Autokorelasi	47
I. Uji Hipotesis	47
1. Uji Determinasi	47
2. Uji t	48
3. Uji F	48
J. Analisis Regresi Linear Berganda	48
BAB IV HASIL PENELITIAN	
A. Gambaran Objek Penelitian	50
1. Sejarah Berdirinya BMT Insani Sadabuan	50
2. Visi dan Misi Perusahaan BMT Insani Sadabuan	52
3. Struktur Organisasi Perusahaan BMT Insani Sadabuan	52
B. Karakteristik Responden Penelitian	56
1. Perkembangan Nasabah	56
2. Usia	57
3. Jenis Kelamin	58
C. Hasil Analisis Data Penelitian	59
1. Uji Validitas	59
2. Uji Reliabilitas	61
3. Uji Asumsi Klasik	63
a. Uji Normalitas	63
b. Uji Linearitas	64
c. Uji Multikolinearitas	67
d. Uji Heteroskedastisitas	68
e. Uji Autokorelasi	69
4. Uji Hipotesis	70
a. Uji Determinasi	70
b. Uji t	71
c. Uji F	74
d. Regresi Linear Berganda	75
D. Pembahasan Hasil Penelitian	77
E. Keterbatasan Penelitian	80

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	81
B. Saran	82

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1	Jumlah Data Pembiayaan BMT dan Bank Muamalat 3
Tabel 1.2	Definisi Operasional Variabel 8
Tabel 2.1	Pengurus BMT Insani Sadabuan..... 33
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu 33
Tabel 3.1	Penetapan Skor Jawaban Kuesioner 42
Tabel 3.2	Kisi-kisi Angket Etika Pemasaran Islam 42
Tabel 4.1	Jumlah Data Pembiayaan BMT 57
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas Pelayanan..... 59
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas Kepribadian Spiritual..... 60
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Kejujuran 60
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Keadilan..... 61
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Keputusan Nasabah 61
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas Pelayanan 62
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas Kepribadian Spiritual..... 62
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas Kejujuran..... 62
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas Keadilan 63
Tabel 4.11	Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Nasabah 63
Tabel 4.12	Hasil Uji Normalitas 64
Tabel 4.13	Hasil Uji Linearitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah 65
Tabel 4.14	Hasil Uji Linearitas Kepribadian Spiritual terhadap Keputusan Nasabah..... 65
Tabel 4.15	Hasil Uji Linearitas Kejujuran Terhadap Keputusan Nasabah 66
Tabel 4.16	Hasil Uji Linearitas Keadilan Terhadap Keputusan Nasabah 66
Tabel 4.17	Hasil Uji Multikolinearitas 67
Tabel 4.18	Hasil Uji Autokorelasi 69
Tabel 4.19	Hasil Uji Determinasi 70
Tabel 4.20	Hasil Uji t..... 71
Tabel 4.21	Hasil Uji F 74
Tabel 4.22	Hasil Uji Regresi Berganda 74

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pikir	37
Gambar 4.1 Struktur Organisasi	52
Gambar 4.2 Usia Responden	57
Gambar 4.3 Jenis Kelamin	58
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Surat Validasi

Lampiran 2 : Data Mentah Hasil Kuesioner

Lampiran 3 : Hasil Uji Validitas

Lampiran 4 : Titik Persentase Distribusi

Lampiran 5 : Hasil Analisis Data

Lampiran 6 : Dokumentasi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap individu maupun kelompok yang mendirikan suatu usaha yang menginginkan usahanya dapat beroperasi terus menerus tanpa dibatasi waktu atau faktor lainnya. Semakin baik efektif dan efisien sistemnya maka akan memperlancar perekonomian suatu daerah tersebut dan meningkatkan usaha tersebut menjadi beroperasi dengan baik lagi. Sebuah bisnis yang baik harus memiliki etika dan tanggung jawab sosial sesuai dengan fungsinya baik secara mikro maupun makro. Dalam memasarkan suatu produk seorang pengusaha kerap kali masih melakukan segala cara agar mendapatkan keuntungan satu pihak tanpa menerapkan aturan yang telah diatur.

Bisnis dalam Islam memiliki sebuah sistem pemasaran atau etika pemasaran secara umum, dan tentu memiliki prinsip yang sesuai dengan Islam. Dalam Islam diperbolehkan mengikuti persaingan pasar, perkembangan pasar namun tentu harus sesuai dengan syariah yang sudah ditetapkan. Seorang pebisnis harus mampu jujur dalam menjalankan perdagangan dengan tata aturan transaksi ekonomi dalam Islam. Etika pemasaran dalam Islam memiliki prinsip yang menjaga aturan dalam hukum Islam atau aturan hukum ekonomi syariah.

Pemasaran dalam Islam harus mengandung pemasaran syariah yaitu pemasaran yang selalu memperhatikan aturan dan tujuan ekonomi syariah. Adapun etika pemasaran Islam tersebut memberikan efek yang baik jika diterapkan kepada masyarakat sehingga dapat menambah jumlah anggotanya.

Jika etika pemasaran Islam terwujud dalam bisnis tersebut maka akan memberikan kesenangan dan kenyamanan kepada nasabah.

Seorang marketer diharapkan memahami bahwa dalam situasi pergaulan di lingkungan yang sangat heterogen, dengan beragam suku, agama, dan ras, ada ajaran yang diberikan oleh Allah SWT dan dicontohkan oleh Nabi SAW. Untuk bisa bersikap lebih bersahabat, santun, dan simpatik terhadap saudara-saudaranya dari umat lain.¹

Etika adalah suatu norma atau aturan yang dipakai sebagai pedoman dalam berperilaku di masyarakat bagi seseorang terkait dengan sifat baik dan buruk. Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa yang memuaskan kebutuhan, baik kepada pembeli yang ada maupun kepada pembeli yang potensial.²

Etika pemasaran Islam adalah prinsip-prinsip syariah marketer yang menjalankan fungsi-fungsi pemasaran secara Islam, yaitu memiliki kepribadian spiritual, berperilaku baik dan simpatik, jujur, berlaku adil dalam bisnis, bersikap melayani dan rendah hati, menepati janji, maupun lainnya.

Bait al-Māl wa al-Tamwīl (BMT) di dalam konsep Islam merupakan salah satu alternatif lembaga keuangan syariah. BMT yang melaksanakan fungsinya sebagai lembaga keuangan syariah dengan melakukan kegiatan

¹Moh. Toriquddin. “Etika Pemasaran Perspektif al-Qur’an Dan Relevansinya Dalam Perbankan Syari’ah”, Volume 7 Nomor 2, Desember 2015, hlm. 123.

²Murti Sumarni dan John Soeprihanto, *Pengantar Bisnis (Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan)* (Yogyakarta: Liberty, 2003), hlm. 261.

penghimpunan dana masyarakat, melakukan penyaluran dana kepada masyarakat, dan juga memberikan jasa-jasa lainnya.³

Produk penyaluran dana yang dilakukan oleh bank syariah maupun yang ada di BMT pada prinsipnya dapat digolongkan menjadi 4 kategori yaitu: pembiayaan dengan prinsip jual beli, pembiayaan dengan prinsip sewa, pembiayaan dengan prinsip bagi hasil, pembiayaan dengan prinsip akad pelengkap.⁴ Seperti yang ada pada BMT Insani Sadabuan Kota Padangsidempuan ini produk-produknya sebagai berikut: *Ijarah, Murabahah, Muḍarabah, Musyarakah, Ba'i bi ṭaman Ajil, Ba'i al-Ta'jiri*, dan *Qardulhasan*.

Adapun jumlah nasabah pembiayaan *Muḍarabah* pada BMT Insani Sadabuan Kota Padangsidempuan dari tahun 2014 sampai tahun 2018 yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1.1
Jumlah Anggota Pembiayaan *Muḍarabah* BMT Insani Sadabuan dan Bank Muamalat Indonesia, Tbk KC Padangsidempuan Tahun 2015 – 2018

No	Tahun	Jumlah Anggota Pembiayaan <i>Muḍarabah</i> pada BMT Insani	Jumlah Anggota Pembiayaan <i>Muḍarabah</i> pada Bank Muamalat Indonesia, Tbk KC Padangsidempuan
1	2015	102	460
2	2016	105	734
3	2017	108	514
4	2018	112	411

Sumber: BMT Insani Sadabuan Kota Padangsidempuan dan Bank Muamalat Indonesia, Tbk KC Padangsidempuan

³Syukri Iska, *Sistem Perbankan Syariah di Indonesia* (Yogyakarta: Fajar Media Pres, 2012), hlm. 8.

⁴Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah* (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), hlm. 30.

Dari Tabel 1.1 di atas dapat terlihat jumlah nasabah pada tahun 2018 mencapai 112 orang di BMT Insani Sadabuan Kota Padangsidempuan terjadi kenaikan. Apabila BMT tersebut dapat dimanfaatkan secara maksimal dan jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang banyak di kota Padangsidempuan ini maka dapat menjadi sebuah alternatif baru bagi masyarakat untuk mengembangkan usahanya, apalagi usaha mikro kecil menengah bagi para pedagang utamanya. Dibandingkan dengan pada Bank Muamalat Indonesia, Tbk KC Padangsidempuan ini memang lebih tinggi peminatnya daripada BMT Insani Sadabuan karena bank ini lebih terkenal sehingga nasabah mudah mengetahuinya dan menggunakan produk *mudharabah* tersebut. Dari Tabel 1.1 tersebut juga terlihat bahwa jumlah anggota pembiayaan BMT Insani Sadabuan cenderung tidak mengalami kenaikan dari waktu ke waktu.

Banyak cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan dalam meningkatkan omset, misalnya seperti penerapan dalam memberikan pelayanan, kepribadian spiritual, kejujuran, dan adil. Dimana dalam memberikan pelayanan yang paling optimal kepada nasabah sehingga adanya kepuasan tersendiri dan akan senantiasa berkembang dan sukses manakala ditunjang dengan pelayanan terbaik.

Kepribadian spiritual juga dalam hal pemasaran dalam Islam dengan aktivitas pekerjaan yang dilakukan agar mengingat Allah SWT supaya tindakan yang hendak ditujukan untuk tujuan hidup yang lebih mulia. Kemudian seorang pemasar syariah akan secara jujur menceritakan kelebihan

dan kekurangan produk yang ditawarkannya. Karena merupakan praktik perniagaan selalu berkata jujur mengenai kualitas produk. Adil juga perlu dimiliki oleh seorang marketer karena dalam memasarkan produk harus mampu menciptakan keadilan dalam bisnis untuk bertindak secara adil.

Dari beberapa etika pemasaran di atas adanya hubungan etika tersebut dalam keputusan nasabah sangat rentan hubungannya disebabkan menciptakan penilaian nasabah terhadap karyawannya dan meningkatkan standar hidup orang pada umumnya melalui kegiatan bisnis komersial. Sehingga etika dapat memuaskan nasabah untuk memutuskan menjadi nasabah pada lembaga keuangan.

Adapun produk yang lebih unggul diantara produk-produk lainnya yang ada di BMT Insani Sadabuan merupakan pembiayaan *muḍarabah*. Faktor yang menyebabkan masyarakat memilih produk *muḍarabah* pada BMT Insani Sadabuan disebabkan dengan prosedur pencairan modal yang lebih mudah dan langsung dipergunakan uangnya untuk menjadikan modal usahanya. Bagi hasil yang dilakukan pada produk ini harus Ridha sama Ridha.

Dari hasil wawancara dengan beberapa nasabah yang salah satunya yaitu bernama Linda bahwasanya mengatakan pelayanan yang diberikan oleh BMT terlalu lama disebabkan waktu operasionalnya dibuka, pada pukul 10.00

WIB, sehingga nasabah yang hendak cepat membutuhkan pinjaman harus menunggu hingga pukul 10.00 WIB.⁵

Adapun wawancara dengan nasabah lain atas nama Salsabila yang menyatakan bahwa etika pemasaran masih perlu ditingkatkan lagi yang dilakukan oleh pihak BMT Insani supaya nasabah lebih nyaman menjadi nasabah BMT. Karena etika sangat perlu diterapkan untuk menjaga keharmonisan antara nasabah dengan karyawan.⁶

Berdasarkan pada kebutuhan untuk menciptakan pemerataan ekonomi dari atas sampai bawah, maka lahirlah lembaga keuangan syariah non bank yang bersifat informal yang disebut dengan *Bait al-Māl wa al-Tamwīl* (BMT). Lembaga ini disebut informal karena keberadaan BMT tidak memerlukan legitimasi formal dari pemerintah/instansi terkait. Kinerja BMT hampir sama dengan koperasi dimana didalamnya terdapat pula berbagai produk baik untuk pengumpulan dana dari masyarakat maupun penyaluran dana kepada masyarakat.⁷

Peluang BMT di Indonesia berupa bagaimana bisa meraih kepercayaan dari masyarakat dan mengenali nasabah secara intens, adanya peluang pembiayaan dari sektor koperasi syariah yang akan terus meningkat menyusul akan segera diakuinya spesifikasi standarisasi lembaga koperasi syariah oleh pemerintah. Perkembangan BMT di Indonesia semakin pesat diiringi dengan

⁵Hasil wawancara dengan saudari Linda nasabah BMT yang mengenai pelayanan, pada tanggal 23 September 2019 Pukul: 11. 49 WIB.

⁶Hasil wawancara dengan saudari Salsabila nasabah BMT yang mengenai etika pemasaran, pada tanggal 25 September 2019 Pukul: 12. 33 WIB.

⁷Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Edisi Pertama* (Jakarta: Kencana, 2009), hlm. 425.

semakin besarnya tantangan yang di hadapi, seperti kepatuhan syariah dan dinamika makro ekonomi.

BMT Insani Sadabuan Kota Padangsidempuan merupakan lembaga keuangan mikro yang berada diwilayah tersebut. BMT tersebut merupakan salah satu BMT yang ada di kota Padangsidempuan yang berada di Sadabuan tepatnya di Pasar Inpres Sadabuan. Letaknya yang sangat strategis dekat dengan pasar sehingga mudah untuk dijangkau oleh masyarakat. Pemilihan tempat penelitian pada BMT tersebut karena salah satu bentuk penguatan perekonomian masyarakat kecil. BMT bisa menjadi solusi bagi UMKM karena biasanya kesulitan untuk mendapatkan akses ke perbankan biasanya terkait dengan agunan dan lainnya.

Etika pemasaran Islam terhadap keputusan nasabah menggunakan produk *muḍarabah* ini pada BMT Insani Sadabuan perlu diperhatikan oleh pihak BMT untuk penerapan yang lebih baik lagi. Berdasarkan hal-hal di atas yang merupakan latar belakang masalah maka peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Etika Pemasaran Islam Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk *Muḍarabah* Pada BMT Insani Sadabuan Kota Padangsidempuan”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Tidak adanya peningkatan jumlah anggota yang drastis dan signifikan dari tahun 2015 sampai tahun 2018.

2. Adanya persaingan antar lembaga keuangan lainnya.
3. Peningkatan jumlah nasabah menjadi tolak ukur BMT Insani menjadi lebih baik lagi.
4. Penerapan etika pemasaran pada BMT Insani masih perlu lebih ditingkatkan.
5. Jika etika pemasaran Islam terwujud dalam bisnis tersebut maka akan memberikan kesenangan dan kenyamanan kepada nasabah.
6. Keputusan nasabah menggunakan *muḍarabah* disebabkan prosedur pencairan modal yang lebih mudah.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan uraian diatas agar penelitian ini lebih terarah untuk mencapai tujuan yang dimaksud maka peneliti membatasi masalah yaitu pengaruh etika pemasaran Islam yakni pelayanan, kepribadian spiritual, kejujuran, dan adil dalam keputusan nasabah menggunakan produk *muḍarabah* pada BMT Insani Sadabuan Kota Padangsidimpuan.

D. Definisi Operasional Variabel

Untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman terhadap definisi variabel yang digunakan dalam penelitian ini maka dibuat definisi operasional variabel sebagai berikut:

Tabel 1.2
Definisi Operasional Variabel

No	Jenis Variabel	Definisi Variabel	Indikator Variabel	Skala Pengukuran
1.	Pelayanan (X_1)	Kemampuan penyediaan pelayanan	1. Bertanggung jawab	Ordinal

		untuk memenuhi harapan pelanggan, kemampuan dalam memberikan pelayanan yang cepat dan jelas, kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan	2. Mampu melayani secara cepat dan tepat 3. Mampu berkomunikasi	
2.	Kepribadian Spiritual (X ₂)	Keseluruhan kualitas psikis yang diwarisi atau diperoleh yang khas pada seseorang yang membuatnya unik.	1. Komitmen 2. Percaya diri 3. Pengetahuan	Ordinal
3.	Kejujuran (X ₃)	Perilaku yang didasarkan pada upaya menjadikan dirinya sebagai orang yang selalu dapat dipercaya dalam perkataan, tindakan, dan pekerjaan	1. Berbicara jujur 2. Tidak mengambil barang orang lain 3. Mengakui kesalahan sendiri	Ordinal
4.	Adil (X ₄)	Menetapkan suatu kebenaran terhadap 2 masalah atau beberapa masalah untuk dipecahkan sesuai dengan aturan-aturan yang telah ditetapkan oleh agama	1. Adil memberikan hak kepada orang lain 2. Adil dalam pencatatan utang 3. Adil dalam berbicara	Ordinal
5.	Keputusan Nasabah (Y)	Memutuskan pilihan diantara dua atau lebih alternatif tindakan atau perilaku	1. Pengenalan produk 2. Pencarian info 3. Keputusan nasabah menggunakan produk <i>muḍarabah</i>	Ordinal

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka peneliti merumuskannya sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk *muḍarabah* di BMT Insani Sadabuan Padangsidempuan?
2. Apakah ada pengaruh kepribadian spiritual terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk *muḍarabah* di BMT Insani Sadabuan Padangsidempuan?
3. Apakah ada pengaruh kejujuran terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk *muḍarabah* di BMT Insani Sadabuan Padangsidempuan?
4. Apakah ada pengaruh adil terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk *muḍarabah* di BMT Insani Sadabuan Padangsidempuan?
5. Apakah ada pengaruh pelayanan, kepribadian spiritual, kejujuran, dan adil secara simultan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk *muḍarabah* di BMT Insani Sadabuan Padangsidempuan?

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang di atas maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk *muḍarabah* di BMT Insani Sadabuan Padangsidempuan.

2. Untuk mengetahui pengaruh kepribadian spiritual terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk *muḍarabah* di BMT Insani Sadabuan Padangsidempuan.
3. Untuk mengetahui pengaruh kejujuran terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk *muḍarabah* di BMT Insani Sadabuan Padangsidempuan.
4. Untuk mengetahui pengaruh adil terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk *muḍarabah* di BMT Insani Sadabuan Padangsidempuan.
5. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan, kepribadian spiritual, kejujuran, dan adil secara simultan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk *muḍarabah* di BMT Insani Sadabuan Padangsidempuan.

G. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini yakni sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti
 - a. Dapat menambah pengetahuan dan wawasan mahasiswa dalam melakukan penelitian ini.
 - b. Untuk memenuhi syarat-syarat dan melengkapi tugas-tugas untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE).

2. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam mengambil keputusan, terutama dalam pemasaran produk dalam menerapkan etika pemasaran.

3. Bagi Mahasiswa

Dapat bermanfaat sebagai pengembangan keilmuan, untuk kemajuan pendidikan, dan sebagai referensi tambahan bagi peneliti berikutnya khususnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

H. Sistematika Pembahasan

Adapun sistematika penulisan skripsi ini dapat disajikan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN menguraikan tentang latar belakang masalah, batasan masalah, batasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan kegunaan penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI menguraikan tentang landasan teori, penelitian terdahulu. Teori-teori yang digunakan antara lain: etika, pelayanan, kepribadian spiritual, kejujuran, adil, *muḍarabah*, dan keputusan nasabah.

BAB III METODE PENELITIAN menguraikan tentang lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, subjek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan dan analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN menguraikan hasil penelitian seperti pengaruh etika pemasaran Islam terhadap keputusan nasabah menggunakan produk *muḍarabah* pada BMT Insani Sadabuan Kota Padangsidempuan.

BAB V PENUTUP menguraikan kesimpulan dan saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Pengertian Etika Pemasaran

Dalam kajian filsafat, ada begitu banyak sistem atau teori mengenai etika akan hakikat moralitas dan fungsi pentingnya di dalam kehidupan manusia. Teori-teori Etika seperti berikut ini :¹

a) Utilitarianisme

Teori ini mampu mengungkap suatu tindakan yang dianggap baik jika mampu memberikan manfaat untuk sebanyak mungkin anggota kelompok yang ada. Etika dalam teori ini untuk mengawasi kebiasaan pribadi.

b) Deontologi

Menurut etika deontologi merupakan suatu tindakan itu baik bukan dinilai dan dibenarkan berdasarkan akibat atau tujuan baik dari tindakan itu, melainkan berdasarkan tindakan itu sendiri sebagai baik pada diri sendirinya. Teori ini adanya kewajiban yang harus dilakukan oleh seseorang dimana kewajiban tersebut layak dilakukan sebagai bentuk tanggungjawab yang telah diperintahkan kepadanya.²

c) Egoisme

Suatu tindakan yang mampu memenuhi kepentingan individu atau diri sendiri. Usaha untuk memenuhi kepentingan seseorang sering

¹Faisal Badroen, dkk, *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), hlm. 28.

²Irham Fahmi, *Etika Bisnis Teori, Kasus, dan Solusi* (Bandung: CV. Alfabeta, 2017), hlm.16.

menimbulkan atau tumbuhnya sikap egoisme pada individu yang bersangkutan.³

Etika pemasaran adalah sebuah standar moral yang digunakan untuk memandu keputusan dan tindakan pemasaran. Etika pemasaran dibangun berdasarkan nilai-nilai yang dipegang oleh individu atau perusahaan tertentu, oleh karenanya tidak selalu sama dan bervariasi antara satu orang dan orang lainnya, dari masyarakat ke masyarakat lainnya. Panduan berikut menunjukkan ruang lingkup etika pemasaran sebagai berikut:

- 1) Manajer pemasaran harus menerima tanggung jawab atas konsekuensi dari tindakan mereka.
- 2) Manajer pemasaran harus menahan diri dari sengaja merugikan; mematuhi semua undang-undang dan peraturan yang relevan; dan akurat mewakili diri mereka sendiri, perusahaan mereka, dan merek mereka.
- 3) Manajer pemasaran harus melakukan segala upaya untuk memastikan bahwa pilihan dan tindakan mereka melayani kepentingan terbaik dari semua pelanggan, organisasi, dan masyarakat terkait.

Menurut Murti Sumarni dan John Soeprihanto, mendefinisikan pemasaran sebagai :

“Suatu sistem keseluruhan dari kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa yang memuaskan kebutuhan, baik kepada pembeli yang ada maupun kepada pembeli yang potensial”.⁴

³*Ibid.*, hlm. 18-19.

⁴Murti Sumarni dan John Soeprihatno, *Op.Cit.*, hlm. 261.

Pemasaran Syariah adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan value dari suatu inisiator kepada *stakeholders*, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (*business*) dalam Islam.

2. Standar Etika Pemasaran

Salah satu patokan untuk melakukan pemasaran yang beretika bisa merujuk kepada kode etik yang dibuat oleh *American Marketing Association* (AMA). Cuplikannya berbunyi sebagai berikut: “Pemasar harus menegakkan dan mengedepankan integritas, kehormatan, dan martabat profesi marketing dengan cara jujur dalam melayani konsumen, klien, pegawai, pemasok, distributor, dan masyarakat”.

Meskipun dianggap bisa membantu dalam menyoroiti masalah-masalah etika, ternyata kode etik AMA tersebut belum cukup lengkap untuk dijadikan panduan etika pemasaran. AMA sendiri berkomitmen untuk terus mempromosikan standar tertinggi untuk norma-norma dan nilai-nilai yang bisa menjadi rujukan bagi para anggotanya (misalnya para praktisi, akademisi, dan pengamat). Segala aturan dan standar tersebut diharapkan bisa mempertahankan praktik pemasaran yang beretika dalam masyarakat mana pun. Tentunya ini harus didukung oleh semua perusahaan dan institusi yang terlibat dalam aktivitas pemasaran.⁵

Suatu nilai bisa diterima dengan baik jika bisa dihargai oleh pasar. Sebagai seorang pemasar, kita harus menyadari bahwa kita tidak hanya

⁵Jumi Atika. *Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Pemasaran*. 2016.

melayani perusahaan tempat kita bekerja saja, tapi juga melayani sekaligus bertanggungjawab terhadap masyarakat dimana kita berada, dan bahkan masyarakat lain yang tidak secara langsung termasuk dalam lingkup pasar kita. Dalam hal ini para pemasar dituntut untuk bisa mempertanggungjawabkan segala aktivitas pemasaran, berpromosi, dan beriklan yang dilakukan terhadap *stakeholder*-nya (misalnya karyawan, investor, mitra, regulator, konsumen, serta komunitas).

Sebenarnya faktor etika yang terdapat didalam AMA itu sederhana saja. Norma-norma etika sebagai pemasar yang dasar adalah kita sebagai marketer tidak boleh melakukan praktik yang merugikan pihak lain. Ini berarti komitmen untuk secara konsisten menghindari segala tindakan yang merugikan baik secara moril maupun materiil. Adapun standar etika pemasaran sebagai berikut:

- 1) Kejujuran
- 2) Tanggungjawab
- 3) Keadilan
- 4) Saling menghargai
- 5) Bersifat transparan (tidak ada informasi yang sifatnya merugikan pihak lain yang disembunyikan).

3. Tujuan Pemasaran

Adapun yang menjadi suatu perusahaan melakukan pemasaran adalah sebagai berikut:

- 1) Mendorong tercapainya tujuan
- 2) Meningkatkan kepercayaan masyarakat kepada lembaga keuangan
- 3) Menginformasikan sarana tabungan dan pembiayaan yang disediakan
- 4) Memudahkan konsumsi sehingga dapat menarik nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan secara berulang-ulang
- 5) Memaksimalkan kepuasan pelanggan melalui berbagai pelayanan yang diinginkan nasabah.
- 6) Menyediakan berbagai jenis produk sehingga nasabah memiliki beragam pilihan juga.⁶

4. Sumber Hukum Etika Pemasaran

Didalam Al-qur'an banyak ayat menjelaskan tentang etika pemasaran dalam Q. S. Al-Ahzab Ayat 21 sebagai berikut:

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ
وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا ﴿٢١﴾

“Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan Dia banyak menyebut Allah”.⁷

Tafsir dari ayat di atas bahwa Allah SWT berfirman: “Mengapa kamu tidak berteladan kepada Rasulullah, betapa ia menghadapi musuh dan perang Khandaq (*Ahzab*) dengan penuh kesabaran, ketetapan hati, keberanian, dan kepercayaan penuh akan pertolongan Allah yang dijanjikan. Bukanlah Allah telah menjadikan dalam diri Rasul-Nya suri

⁶Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Strategis* (Yogyakarta: BPFE, 2001), hlm. 183.

⁷Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Surabaya: CV. Jaya Sakti, 1989), hlm. 670.

teladan yang baik bagi para pengikutnya, orang-orang mukmin yang mengharapkan rahmat dari ridha Allah dan yang beriman kepada hari qiamat serta selalu ingat kepada Allah”.⁸

Dalam ayat yang lain dalam Q. S. Ali Imran Ayat 159, Allah SWT berfirman:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ^ط وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ
لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ^ط فَاعْفُ عَنْهُمْ^ط وَأَسْتَغْفِرْ لَهُمْ^ط وَشَاوِرْهُمْ فِي
الْأَمْرِ^ط فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ^ج إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.”⁹

Tafsir dari ayat di atas bahwa Allah SWT berfirman: “menyebut karunia yang berupa rahmat kepada Rasulnya dan hamba-hamba-Nya yang mukmin, sehingga karena rahmat itu menjadi lemah lembutlah hati Rasulullah swt. Terhadap pengikut-pengikutnya yang menaati perintah-perintahnya yang menjauhi larangan-larangannya. Dan sekiranya ia keras

⁸Salim Bahreisy dan Said Bahreisy, *Terjemah Singkat Tafsir Ibnu Katsier Jilid 6* (Kuala Lumpur: Victory Agencie, 1994), hlm. 297-298

⁹Departemen Agama Republik Indonesia, *Op. Cit.*, hlm. 103.

dan kasar dalam sikap dan kata-katanya, tentulah umatnya akan menjauhkan diri dari padanya dan dari pergaulan sekelilingnya.¹⁰

5. Etika Pemasaran Syariah

Etika pemasaran syariah menggabungkan prinsip maksimalisasi nilai dengan prinsip-prinsip kesetaraan dan keadilan bagi kesejahteraan masyarakat. Etika pemasaran syariah memastikan penanaman bibit keharmonisan dan tersedianya aturan yang tepat didalam masyarakat, sehingga meningkatkan martabat, dan menegakkan hak-hak manusia. Etika pemasaran bersifat berikut:

- a) Kebutuhan (*rabbaniyah*), bersifat religius: keyakinan bahwa hukum-hukum syariah merupakan hukum yang paling adil dan paling sempurna.
- b) Etis (*akhlaqiyyah*), mengedepankan masalah akhlak dalam seluruh aspek kegiatannya.
- c) Realistis (*al-waqi'yyah*), bukan konsep yang eksklusif, fanatis, anti modernitas dan kaku, melainkan fleksibel dalam koridor syariah.
- d) Humanistis (*insaniyyah*), bersifat humanistis universal.¹¹

Dalam praktiknya terdapat beberapa tujuan suatu perusahaan dalam melakukan kegiatan pemasaran antara lain:

¹⁰Salim Bahreisy dan Said Bahreisy, *Terjemah Singkat Tafsir Ibnu Katsier Jilid 2* (Kuala Lumpur: Victory Agencie, 1994), hlm. 236.

¹¹Herry Sutanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2013), hlm. 101.

- a) Dalam rangka memenuhi kebutuhan akan suatu produk maupun jasa.
- b) Dalam rangka memenuhi keinginan para pelanggan akan suatu produk atau jasa.
- c) Dalam rangka memberikan kepuasan semaksimal mungkin terhadap pelanggannya.
- d) Dalam rangka meningkatkan penjualan atau laba.
- e) Dalam rangka ingin menguasai pasar dan menghadapi pesaing.¹²

6. Prinsip Etika Pemasaran Islam

Prinsip etika pemasaran Islam dalam menjalankan fungsi-fungsi pemasaran, yaitu:¹³

- a. Memiliki kepribadian spiritual (*taqwa*), merupakan kesadaran akan Allah hendaknya menjadi sebuah kekuatan pemicu dalam segala tindakan.
- b. Berperilaku baik dan simpatik (*šidq*), merupakan berperilaku baik, sopan dan santun dalam pergaulan adalah pondasi dasar dan inti dari kebaikan tingkah laku.
- c. Berlaku adil dalam bisnis (*al-adl*), adalah berbisnislah secara adil dalam anjuran Islam untuk berbuat adil dalam berbisnis, dan melarang berbuat curang atau berlaku zalim. Seperti Rasulullah di utus Allah untuk membangun keadilan

¹²Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), hlm. 168.

¹³Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing* (Bandung: Mizan pustaka, 2006), hlm. 67.

- d. Bersikap melayani dan rendah hati (*khidmad*), yaitu sikap utama seorang *marketer*, tanpa sikap melayani yang melekat dalam kepribadiannya seperti sikap sopan santun dan rendah hati.
- e. Menepati janji dan tidak curang, yaitu ikrar dan kesanggupan yang telah dinyatakan kepada seseorang. Ketika membuat suatu perjanjian tentunya didasari dengan rasa saling percaya dan bertanggung jawab. Menepati janji dapat dilihat dari ketepatan waktu penyerahan barang, ketepatan pembayaran, dan kesesuaian kontrak yang disepakati.
- f. Jujur dan terpercaya, adalah sikap kejujuran seorang pedagang akan dipercaya oleh para pembelinya akan tetapi bila pedagang tidak jujur maka pembeli tidak akan membeli barang dagangannya.
- g. Tidak suka berburuk sangka, merupakan saling menghormati satu sama lain adalah ajaran Nabi Muhammad SAW yang harus dicontoh dalam perilaku bisnis. Tidak boleh satu pengusaha menjelekkan pengusaha lain hanya untuk persaingan bisnis.
- h. Tidak suka menjelek-jelekkan, adalah keinginan untuk menghancurkan orang, menodai harga diri, kemuliaan dan kehormatan orang lain, sedangkan mereka itu tidak ada dihadapannya.
- i. Tidak melakukan sogok (*riswah*), adalah dalam syariah menyuap hukumnya haram, dan menyuap termasuk kedalam kategori memakan harta orang lain dengan cara batil.

7. Keputusan Nasabah

Keputusan adalah seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih. Pilihan alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan.¹⁴ Keputusan merupakan hasil proses pemikiran yang berupa pemilihan satu dari beberapa alternatif yang dapat dipakai untuk memecahkan masalah yang dihadapi.

Pengambilan keputusan adalah suatu pendekatan sistematis terhadap hakikat suatu masalah, pengumpulan fakta-fakta dan penentuan yang matang dari alternatif yang dihadapi.¹⁵ Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa keputusan nasabah merupakan penetapan pilihan nasabah terhadap suatu produk di perusahaan tersebut untuk dikonsumsi atau tidak yang dapat dipertimbangkan dan dipikirkan terlebih dahulu.

Ada beberapa macam perspektif tingkah laku keputusan dari seorang individu berdasarkan empat perspektif:¹⁶

a) Manusia Ekonomi

Manusia memiliki kemampuan dan keahlian yang terbatas sehingga tidak selalu memiliki informasi yang sempurna mengenai produk dan jasa. Manusia hanya mengandalkan keputusan yang memberikan kepuasan yang cukup, bukan kepuasan yang maksimum.

¹⁴Leon Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen* (Terjemahan) Adi Maulana, Wibi Hardani (Jakarta: PT. Mancanan Jaya Cemerlang , 2007), hlm. 485.

¹⁵Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka, 1997), hlm. 17.

¹⁶Eta Mamang Sangadji, *Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: Andi Offset, 2013), hlm. 122.

b) Manusia Pasif

Model ini tidak menggambarkan peran konsumen yang sama dalam banyak situasi pembelian. Peran konsumen adalah mencari informasi mengenai alternatif produk dan pemilihan produk yang bisa memberikan kepuasan tersebar.

c) Manusia Kognitif

Menggambarkan konsumen sebagai individu yang berpikir untuk memecahkan masalah. Konsumen seringkali biasa pasif untuk menerima produk atau jasa apa adanya, tetapi juga sangat aktif untuk mencari alternatif produk yang dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasannya.

d) Manusia Emosional

Konsumen ini sebagai individu yang memiliki perasaan mendalam dan emosi yang memengaruhi pembelian atau kepemilikan barang-barang tertentu. Seperti rasa senang, takut, cinta, khawatir, fantasi atau kenangan saat mempengaruhi konsumen.

Proses pengambilan keputusan, adapun perilaku konsumen adalah tindakan perorangan dalam memperoleh, menggunakan serta membuang barang atau jasa ekonomi, termasuk proses pengambilan keputusan sebelum menetapkan tindakan.¹⁷ Konsumen dalam mengambil keputusan akan

¹⁷Nembah F. Hartimbul Ginting, *Manajemen Pemasaran* (Bandung: Yrama Widya, 2011), hlm. 33.

melalui suatu tahapan proses. Para pemasar harus memahami setiap sisi perilaku konsumen proses pengambilan keputusan, yaitu:¹⁸

a) Kebutuhan atau pengenalan masalah

Proses pembelian dimulai ketika pembeli mengenali masalah kebutuhan. Para pemasar perlu mengidentifikasi keadaan yang memicu kebutuhan tertentu, dengan mengumpulkan informasi dari sejumlah konsumen.

b) Pencairan informasi

Sumber informasi konsumen digolongkan kedalam empat kelompok yaitu:¹⁹

- (1) Sumber pribadi, yang terdiri dari keluarga, teman, dan tetangga.
- (2) Sumber komersial, yang terdiri dari iklan, wiraniaga, penyalur, kemasan, pajangan ditoko.
- (3) Sumber publik, seperti media massa dan organisasi penentu peningkatan konsumen.
- (4) Sumber pengalaman yang terdiri atas penanganan, pengkajian dan pemakaian produk.

c) Evaluasi alternatif

Ada beberapa proses evaluasi keputusan. Kebanyakan model dari proses evaluasi nasabah sebagai pembentuk penilaian terhadap produk terutama berdasarkan pada pertimbangan yang sadar dan rasional.

¹⁸Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: Kencana, 2003), hlm. 15.

¹⁹*Ibid.*, hlm. 16.

d) Keputusan pembelian

Setelah tahap-tahap diatas dilakukan, pembeli akan menentukan sikap dalam pengambilan keputusan apakah membeli atau tidak. Jika memilih untuk membeli produk, dalam hal ini konsumen dihadapkan pada beberapa alternatif pengambilan keputusan seperti produk, merek, penjual, kuantitas, dan waktu pembeliannya.

e) Perilaku sesudah pembelian

Sesudah pembelian terhadap suatu produk dilakukan nasabah akan mengalami beberapa tingkat kepuasan atau ketidakpastian. Nasabah tersebut juga akan terlibat dalam tindakan sesudah pembelian dan penggunaan produk yang akan menarik minat pemasar.

8. Pengaruh Perilaku Konsumen

Proses psikologis ini memainkan peranan penting dalam memahami peranan penting dalam memahami bagaimana konsumen secara aktual mengambil keputusan pembelian. Pemasar harus memahami teori maupun realitas perilaku konsumen. Perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor, adapun beberapa faktor tersebut ialah :²⁰

a) Faktor budaya

Budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku paling dasar. Masing-masing budaya terdiri dari sejumlah sub-budaya mencakup kebangsaan, ras, dan wilayah geografis. Perusahaan sering merancang program pemasaran secara khusus untuk melayani mereka. Sehingga

²⁰Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid I, Diterjemahkan Dari "Marketing Management"* oleh Benyamin Molan (Jakarta: Indeks, 2007), hlm. 214-217.

faktor budaya mempunyai pengaruh paling luas terhadap faktor budaya.

b) Faktor sosial

Perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial, seperti: kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status sosial.

c) Faktor pribadi

Keputusan pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Karakteristik tersebut meliputi usia dan tahap dalam siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, kepribadian, dan konsep diri, serta nilai dan gaya hidup pembeli. Penting bagi pemasar untuk mengikuti mereka secara dekat.

Keputusan konsumen juga dipengaruhi oleh nilai inti, yaitu sistem kepercayaan yang melandasi sikap dan perilaku konsumen. Nilai inti itu lebih dalam daripada perilaku atau sikap, dan pada dasarnya menentukan pilihan dan keinginan orang dalam jangka panjang.

9) *Muḍarabah*

Muḍarabah berasal dari kata *ḍarb*. *Muḍarabah* ialah bentuk kerja sama antara dua atau lebih pihak dimana pemilik modal mempercayakan sejumlah modal kepada pengelola dengan suatu perjanjian pembagian

keuntungan.²¹ Adapun ayat Al-qur'an dalam Q.S.Al-Jumua' ayat 10 sebagai berikut:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ
فَضْلِ اللَّهِ وَادْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

“Apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung”.²²

Hadits Nabi riwayat Tirmidzi dari ‘Amr bin ‘Auf al-Muzani, Nabi

SAW bersabda:

عَنْ صُهَيْبٍ ، قَالَ : قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ :
ثَلَاثٌ فِيهِنَّ الْبَرَكَةُ ، الْبَيْعُ إِلَى أَجَلٍ ، وَالْمُقَارَضَةُ ، وَأَخْلَاطُ
الْبُرِّ بِالشَّعِيرِ ، لِلْبَيْتِ لَا لِلْبَيْعِ .

“Ada tiga hal yang mengandung berkah: jual beli tidak secara tunai, *muqaradah* (*Muḍarabah*) dan mencampur jewawut dengan gandum untuk keperluan rumah tangga, bukan untuk dijual. ((HR Ibnu Majah, 2289)”.²³

Syarat-syarat *Muḍarabah*, sebagai berikut:

a) Modal

Modal harus dinyatakan dengan jelas jumlahnya, modal harus berbentuk tunai bukan piutang, dan modal harus diserahkan kepada *muḍarib*, untuk memungkinkannya melakukan usaha.

²¹Muchtar Ali, *Buku Saku Perbankan Syariah* (Jakarta: Kementerian Agama RI, 2013), hlm. 49.

²²Departemen Agama Republik Indonesia, *Op. Cit.*, hlm. 995.

²³Abdullah Shonhaji, *Tarjamah Sunan Ibnu Majah* (Semarang: CV. Asy Syifa', 1993), hlm. 121-122.

b) Keuntungan

Pembagian keuntungan sesuai kesepakatan ratio presentase harus dicapai melalui negosiasi dan dituangkan dalam kontrak, dan Pembagian keuntungan baru dapat dilakukan setelah *mudharib* mengembalikan seluruh (atau sebagian) modal kepada *shohibulmaal*.

Rukun-rukun *mudharabah*, yaitu:

- (1) Pemilik modal (*shohibul maal*)
- (2) Pemilik usaha (*mudharib*)
- (3) Proyek/usaha (amal)
- (4) Modal (*ra'sul maal*)
- (5) Ijab qabul (*sigat*)
- (6) Nisbah bagi hasil

Manfaat *mudharabah*, yaitu: Bank akan menikmati peningkatan bagi hasil pada saat keuntungan usaha nasabah meningkat, Bank tidak berkewajiban membayar bagi hasil kepada nasabah pendanaan secara tetap, tetapi disesuaikan dengan pendapatan atau hasil usaha bank, sehingga Bank tidak akan pernah mengalami negative spread. Prinsip bagi hasil dalam *mudharabah* ini berbeda dengan prinsip bunga tetap dimana bank akan menagih penerima pembiayaan (nasabah) satu jumlah bunga tetap berapa pun keuntungan yang dihasilkan nasabah, sekalipun merugi dan terjadi krisis ekonomi.

BMT Insani Sadabuan ini dalam melakukan usaha menghimpun dana dari masyarakat berupa simpanan mempunyai beberapa jenis usaha sebagai berikut:

1. Simpanan *muḍarabah* biasa
2. Simpanan *muḍarabah* berjangka
3. Simpanan *muḍarabah* pendidikan
4. Simpanan *muḍarabah* haji
5. Simpanan *muḍarabah* umrah
6. Simpanan *muḍarabah* qurban
7. Simpanan *muḍarabah* aqiqah
8. Simpanan *muḍarabah* perumahan (pembangunan dan perbaikan)
9. Simpanan *muḍarabah* idul fitri
10. Simpanan *muḍarabah* walimah
11. Simpanan *muḍarabah* kunjungan wisata

Sedangkan BMT Insani Sadabuan dalam usaha menyalurkan dana kepada masyarakat berupa pembiayaan mempunyai beberapa jenis usaha sebagai berikut:

1. Pembiayaan sewa barang (*Al-Ijarah*)
2. Pembiayaan modal kerja (*Murabahah*)
3. Pembiayaan bagi hasil (*Muḍarabah*)
4. Pembiayaan kerjasama (*Musyarakah*)
5. Pembiayaan pemilikan barang cicilan (*Ba'i bi ṭaman Ajil*)
6. Pembiayaan sewa beli (*Ba'i al-Ta'jiri*)

7. Pembiayaan kebijakan (*Qardulhasan*)

Pelaksanaan penggunaan akad ini telah ditentukan dan dikeluarkan fatwanya oleh pihak DSN MUI. Untuk pembiayaan *mudharabah* telah diatur dalam fatwa DSN MUI No. 07/DSN-MUI/IV/2000, sedangkan untuk akad *mudharabah* secara keseluruhan diatur dalam fatwa DSN MUI No. 115/DSN-MUI/IX/2017. Berdasarkan fatwa DSN MUI No. 115/DSN-MUI/IX/2017 ada beberapa ketentuan yang harus dimiliki dan dilaksanakan oleh pihak lembaga keuangan dalam penggunaan akad *mudharabah*, salah satu ketentuannya berupa ketentuan kegiatan usaha, seperti berikut ini:

- a. Usaha yang dilakukan harus yang halal sesuai dengan prinsip-prinsip syariah atau peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- b. Pengelola dana dalam melakukan usaha tidak boleh atas nama pribadi harus atas nama etentitas *mudharabah*.
- c. Pengelola modal tidak boleh meminjam, meminjamkan, menyumbangkan, atau menghadiahkan modal usaha dan keuntungan kepada pihak lain kecuali ada izin dari penyedia modal.

Dari fatwa di atas dapat saya simpulkan produk *mudharabah* yang ada di BMT Insani ini dengan fatwa DSN MUI No. 115/DSN-MUI/IX/2017 salah satu ketentuannya yaitu ketentuan kegiatan usaha. Produk tersebut sesuai dengan fatwa yang ada dari ketentuan-ketentuannya.

10) *Bait al-Māl wa al-Tamwīl* (BMT)

Pendirian BMT sebagai salah satu lembaga keuangan syariah yang berbadan hukum koperasi merupakan salah satu upaya untuk menggerakkan ekonomi masyarakat yang berada pada mayoritas umat Islam. Gerakan lembaga keuangan pada tingkat bawah ini relatif mampu mengurangi ketergantungan masyarakat lapisan bawah dari cengkeraman rentenir, karena lembaga ini BMT terdiri dari dua divisi yaitu; pertama, divisi baitul mal yang mengelola *Zakat, Infaq dan Sadaqah* (ZIS) berusaha mengangkat kaum lemah untuk lebih produktif dalam hidupnya dengan memanfaatkan dana dari ZIS yang tidak dibebani biaya pinjaman. Kedua, divisi *Bait al-Māl wa al-Tamwīl* yaitu menggerakkan simpanan dan penyaluran dana dengan sistem bagi hasil.

Oleh karena itu, BMT sebagai lembaga keuangan non bank yang beroperasi pada level paling bawah berperan aktif dan maksimal untuk ikut menggerakkan dan memberdayakan ekonomi rakyat. BMT Insani Sadabuan Padangsidempuan merupakan Balai Usaha Mandiri Terpadu yaitu lembaga keuangan mikro yang dioperasikan dengan prinsip bagi hasil, menumbuh kembangkan operasional usaha mikro, yang berdiri sejak tanggal 2 Januari 1998 kemudian beroperasi BMT dimulai pada tanggal 10 Maret 1998, Badan Hukum 273/BH/KDK/2,9/IX/1999 tanggal 21 September 1999.

Adapun suatu kepengurusan dalam BMT Insani Sadabuan ini sebagai berikut:

Tabel 2.1
Pengurus di BMT INSANI Sadabuan

No.	Nama	Jabatan
1.	Drs. M. Jusar Nasution	Ketua
2.	Elfi S Harahap	Bendahara
3.	Enni Efrida Santi	Sekretaris

B. Penelitian Terdahulu

Untuk memperkuat penelitian ini, maka penelitian mengambil beberapa penelitian terdahulu dapat dijelaskan pada tabel 2.2 dibawah :

Tabel 2.2
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Aldila (Skripsi, IAIN Padangsidempuan Jurusan Perbankan Syariah, Padangsidempuan)	Pengaruh etika pemasaran terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Padangsidempuan	Menunjukkan bahwa dari hasil R^2 etika pemasaran memiliki pengaruh pada kepuasan nasabah sebesar 41,3%. Sisa 58,7% tidak pengaruh pada kepuasan nasabah. Sedangkan hasil linier sederhana menunjukkan bahwa etika pemasaran meningkat 1 satuan maka kepuasan nasabah juga akan meningkat sebesar 0,303.
2.	Fitri Handayani Pohan (Skripsi, IAIN Padangsidempuan Jurusan Perbankan Syariah, Padangsidempuan)	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Anggota Dalam Memilih Pembiayaan <i>Mudharabah</i> Pada BMT Insani Sadabuan	Faktor-faktor yang sangat berpengaruh dalam keputusan anggota ini berupa faktor pelayanan dan faktor pribadi. Dari faktor pelayanan ini nasabah dapat menilai bagaimana pelayanan yang diberikan oleh karyawan baik atau tidaknya.

			Kemudian faktor pribadi tersebut menegaskan bahwa pribadinya akan melakukan pengambilan keputusan yang akan menjadi nasabah.
3.	Doni Dailami (Skripsi, IAIN Padangsidimpun Jurusan Perbankan Syariah, Padangsidimpun)	Pengaruh pengetahuan agama terhadap penerapan etika bisnis Islam karyawan PT. Pegadaian (Persero) unit Pegadaian Syariah Sadabuan Padangsidimpun	Hasil data yang telah menunjukkan bahwa variabel pengetahuan agama yang secara signifikan berpengaruh terhadap penerapan etika bisnis Islam karyawan dengan sumbangan 95,2% sedangkan 4,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
4.	Mhd Fadli Khair (Skripsi, IAIN Padangsidimpun Jurusan Perbankan Syariah, Padangsidimpun)	Etika pelayanan marketing PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpun dalam mempromosikan produk kepada pedagang pasar Ucok Kodok Padangsidimpun	Etika pelayanan marketing karyawan PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpun dinilai oleh nasabah dari segi kejujuran dan dapat dipercaya yaitu jujur tidak pernah berbohong dan tidak pernah bermain dengan simpanan nasabahnya, etika dalam melayani nasabahnya yaitu setiap berjumpa mengucapkan salam, ramah, sopan dan santun, berpenampilan rapi dan menarik yaitu berpakaian sesuai dengan syariah, rapi dan harum, siap membantu dan melayani nasabahnya yaitu siap melayani nasabah apabila terjadi kesalahpahaman serta

			menjamin kecepatan layanan yang memuaskan yaitu karyawan tersebut langsung datang apabila nasabah ingin menabung.
5.	Reza Saputra Nasution (Skripsi, IAIN Padangsidimpun Jurusan Perbankan Syariah, Padangsidimpun)	Pengaruh penerapan etika bisnis Islam terhadap loyalitas nasabah (Studi kasus Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpun)	Menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang di uji secara parsial dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,802 > 1,290$) dan nilai sig. $< \alpha$ ($0,075 < 0,1$). Hasil dalam uji koefisien determinasi dapat diketahui bahwa nilai R^2 sebesar 0,019. Menunjukkan bahwa 19% variabel etika bisnis Islam memengaruhi loyalitas nasabah sedangkan 81% sisanya dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Ada beberapa perbedaan dan persamaan antara judul penelitian dengan penelitian terdahulu yaitu:

- a. Aldila membahas tentang Pengaruh Etika Pemasaran Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Padangsidimpun. Persamaan dengan penelitian saya adalah sama-sama membahas tentang jenis penelitian kuantitatif. Perbedaan dalam penelitian ini adalah lokasi penelitian, tingkat kesalahan sampel menggunakan data sekunder, dan uji analisis.

- b. Fitri Handayani Pohan membahas tentang Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Anggota Dalam Memilih Pembiayaan *Mudharabah* Pada BMT Insani Sadabuan. Persamaan dengan penelitian saya adalah lokasi penelitian, jenis penelitian kuantitatif, dan analisis regresi berganda. Perbedaan dalam penelitian ini adalah Fitri Handayani Pohan menggunakan sampel yang tingkat kesalahan 10%, sedangkan peneliti menggunakan sampel yang tingkat kesalahan 5%.
- c. Doni Dailami membahas tentang Pengaruh Pengetahuan Agama Terhadap Penerapan Etika Bisnis Islam Karyawan PT. Pegadaian (Persero) unit Pegadaian Syariah Sadabuan Padangsidempuan. Persamaan dengan penelitian saya adalah jenis penelitian dan teknik pengambilan sampel. Perbedaan dalam penelitian ini adalah lokasi penelitian, sumber data sekunder, dan analisis linier sederhana.
- d. Muhammad Fadli Khair membahas tentang Etika Pelayanan Marketing PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan Dalam Mempromosikan Produk Kepada Pedagang Pasar Ukok Kodok Padangsidempuan. Adapun Persamaan dengan penelitian saya adalah sama-sama tentang data primer. Perbedaan dalam penelitian ini adalah lokasi penelitian, populasi penelitian, dan jenis penelitian kualitatif.
- e. Reza Saputra Nasution membahas tentang Pengaruh penerapan etika bisnis Islam terhadap loyalitas nasabah (Studi kasus Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan). Adapun Persamaan dengan penelitian saya adalah sama-sama tentang jenis penelitian kuantitatif dan

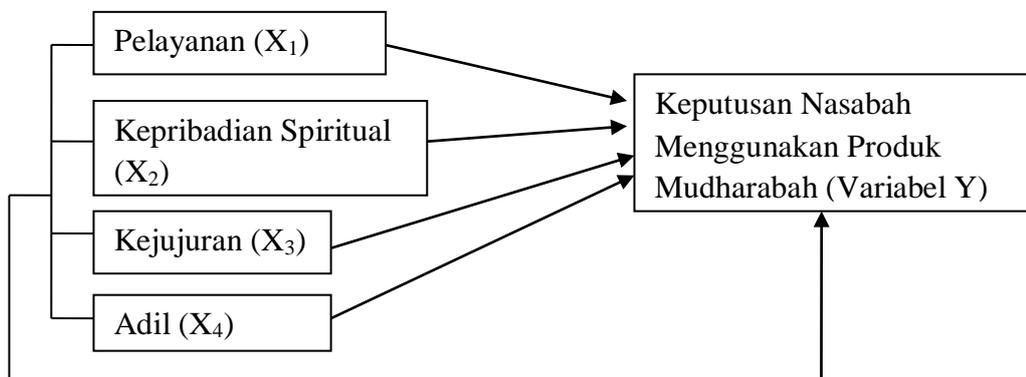
teknik pengambilan sampel. Dalam penelitian ini adalah lokasi penelitian dan uji regresi.

C. Kerangka Pikir

Perlu dikaji dan diteliti apakah ada pengaruh etika pemasaran Islam terhadap keputusan nasabah menggunakan produk *mudharabah* pada BMT Insani Sadabuan Kota Padangsidempuan. Dan berapa besar pengaruh etika pemasaran Islam terhadap keputusan nasabah menggunakan produk *mudharabah* pada BMT Insani Sadabuan Kota Padangsidempuan.

Berdasarkan permasalahan di atas maka skema dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 2.1 Kerangka Pikir



D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara yang perlu dibuktikan benar atau tidak. Menurut pola umum periode umum metode ilmiah, setiap riset pada suatu objek hendaknya dibawah tuntutan suatu hipotesis yang berfungsi sebagai pegangan sementara atau jawaban sementara yang masih harus

dibuktikan kebenarannya dalam kenyataan.²⁴ Hipotesis penelitian yang dilakukan sebagai berikut:

H_{a1} = Terdapat pengaruh pelayanan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk *muḍarabah* BMT Insani Sadabuan Padangsidimpuan.

H_{a2} = Terdapat pengaruh kepribadian spiritual terhadap keputusan nasabah menggunakan produk *muḍarabah* BMT Insani Sadabuan Padangsidimpuan.

H_{a3} = Terdapat pengaruh kejujuran terhadap keputusan nasabah menggunakan produk *muḍarabah* BMT Insani Sadabuan Padangsidimpuan.

H_{a4} = Terdapat pengaruh adil terhadap keputusan nasabah menggunakan produk *muḍarabah* BMT Insani Sadabuan Padangsidimpuan.

H_{a5} = Terdapat pengaruh pelayanan, kepribadian spiritual, kejujuran, dan adil secara simultan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk *muḍarabah* di BMT Insani Sadabuan Padangsidimpuan.

²⁴Husein Umar, *Metode Riset Bisnis* (Jakarta: Gramedia Pustaka, 2010), Hal. 67.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Koperasi simpan-pinjam *Bait al-Māl wa al-Tamwīl* (BMT) INSANI Sadabuan Padangsidimpuan yang berada di Pasar Inpres Sadabuan Kios No. 22 Kota Padangsidimpuan, Sumatera Utara. Penelitian ini dilakukan mulai Agustus 2019 sampai November 2019.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan kepada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Dengan memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis. Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara *accidental sampling* dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.¹

C. Populasi

Populasi adalah kumpulan objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang dikumpulkan dalam suatu wilayah generalisasi untuk dipelajari dan diteliti untuk memperoleh kesimpulan.² Maka populasi penelitian ini adalah nasabah dari pengguna *muḍarabah* pada BMT Insani Padangsidimpuan pada tahun 2018 sebanyak 112 responden.

¹Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 185.

²Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2007), hlm. 61.

D. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.³ Teknik yang digunakan oleh peneliti berupa *accidental sampling*. Merupakan metode dengan cara pengambilan sampel secara kebetulan. Anggota populasi yang secara kebetulan dijumpai oleh peneliti pada saat penelitian, maka itulah menjadi sampelnya.⁴ Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus *Slovin* dengan tingkat kesalahan 5% maka sampel yang dilakukan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + (N \times e^2)} \\ &= \frac{112}{1 + (112 \times 0,05^2)} \\ &= \frac{112}{1 + 0,28} \\ &= 87,5 \text{ dibulatkan menjadi } 88 \text{ orang.} \end{aligned}$$

Penetapan sampel yang dilakukan oleh peneliti adalah berjumlah 88 orang. Ini menunjukkan bahwa pengambilan sampel minimal 88 orang atau lebih dari jumlah penetapan sampel.

E. Sumber Data

Penelitian menggunakan sumber data primer dan data sekunder. Adapun pengertian data sekunder adalah sumber data kedua sesudah sumber data primer. Pengertian data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber datanya. Untuk mendapatkan data

³Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006), hlm. 77.

⁴Nur Asnawai dan Masyhuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran* (Malang: UIN-Maliki Press, 2011), hlm. 130.

primer, peneliti harus mengumpulkannya secara langsung. Teknik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data primer antara lain observasi dan penyebaran kuesioner.

F. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen pengumpulan data adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam ataupun sosial yang di amati. Skala pengukuran merupakan seperangkat aturan yang diperlukan untuk mengkuantitatifkan data dari pengukuran suatu variabel.⁵ Instrumen pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan angket (kuesioner), observasi, dan dokumentasi dengan cara memberikan seperangkat pernyataan kepada responden untuk memperoleh informasi.

1. Angket (kuesioner)

Merupakan suatu pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pernyataan kepada responden. Instrumen pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti berupa skala *Likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat atau pandangan seseorang tentang fenomena sosial. Dari item instrumen tersebut yang mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif yang berupa kata-kata untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor sebagai berikut :

⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi* (Bandung: Alfabeta, 2001), hlm. 74.

Tabel 3.1
Penetapan Skor Alternatif Atas Jawaban Kuesioner

Nilai	Keterangan Jawaban
5	Sangat Setuju (SS)
4	Setuju (S)
3	Ragu-ragu (RR)
2	Tidak Setuju (TS)
1	Sangat Tidak Setuju (STS)

Tabel 3.2
Kisi-kisi Angket Etika Pemasaran Islam

No	Variabel	Indikator	Nomor Pernyataan
1.	Pelayanan (X_1)	1. Bertanggung jawab 2. Mampu melayani secara cepat dan tepat 3. Mampu berkomunikasi	1 2,3 4,5
2.	Kepribadian Spiritual (X_2)	1. Komitmen 2. Percaya diri 3. Pengetahuan	1,2 4,5 3
3.	Kejujuran (X_3)	1. Berbicara jujur 2. Tidak mengambil barang orang lain 3. Mengakui kesalahan sendiri	1,2 3 4,5
4.	Adil (X_4)	1. Adil memberikan hak kepada orang lain 2. Adil dalam pencatatan utang 3. Adil dalam berbicara	1,5 2,3 4
5.	Keputusan Nasabah (Y)	1. Pengenalan produk 2. Pencarian info 3. Keputusan menggunakan produk <i>muḍarabah</i>	1 2 3,4,5

2. Observasi

Observasi atau pengamatan langsung merupakan kegiatan pengumpulan data dengan melakukan penelitian langsung terhadap kondisi lingkungan objek penelitian yang mendukung kegiatan penelitian. Sehingga di dapat gambaran secara jelas tentang kondisi objek penelitian tersebut.⁶ Instrumen pengumpulan data dengan observasi digunakan bila, penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, dan gejala-gejala alam.⁷

3. Dokumentasi

Merupakan catatan yang sudah berlaku, bisa dalam bentuk tulisan, gambar, atau karya seni dari seseorang. Dokumentasi dilakukan untuk membuktikan bahwa penelitian ini benar-benar dilaksanakan dengan menyebar kuesioner. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, biografi, peraturan, dan kebijakan. Berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa, dll. Berbentuk karya seni misalnya patung, film, gambar, dll.⁸

G. Teknik Analisis Data

Setelah data terkumpul dari hasil pengumpulan data, maka akan dilakukan analisis data. Adapun metode analisis data yang digunakan adalah dengan bantuan aplikasi SPSS *versi* 22 sebagai alat hitung. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

⁶Syopian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2015), hlm. 42.

⁷Sugiyono, *Op. Cit.*, hlm. 203.

⁸*Ibid.*, hlm. 422.

1. Uji Validitas

Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner yang dibuang/diganti karena dianggap tidak relevan.⁹ Dalam menentukan valid atau tidak, biasanya dilakukan uji signifikan koefisien korelasi pada taraf sig 0,05, artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total.¹⁰ Yang dibantu dengan software SPSS. Ketentuan uji validitas:

Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen dinyatakan valid.

Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran 2 kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan pengukur yang sama pula. Instrumen dapat dilakukan reliabel bila nilai *Croanbach Alpha* lebih besar dari t kritis produk momen, atau menggunakan batasan tertentu seperti 0,6.¹¹ Kriteria jika nilai dalam penelitian ini adalah nilai $(r_{11}) > 0,6$ maka instrumen dikatakan reliabel, dan apabila nilai $(r_{11}) < 0,6$ maka instrumen dikatakan tidak reliabel, dapat di uji SPSS 22.¹²

⁹Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm. 51.

¹⁰Duwi Priyanto, *Mandiri Belajar SPSS* (Jakarta: PT. Buku Kita, 2008), hlm. 10.

¹¹*Ibid.*, hlm. 26.

¹²Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (Semarang: Diponegoro, 2006), hlm. 45.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah untuk menguji model regresi distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal. Uji normalitas biasanya dapat dilakukan untuk mengukur data berskala ordinal, interval ataupun rasio.

Uji normalitas dapat dilakukan dengan melihat taraf signifikan 0,05 maka ketentuan uji normalitas dapat diketahui sebagai berikut:¹³

- a) Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal.
- b) Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka sampel berasal dari populasi yang tidak berdistribusi normal.

4. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau secara signifikan. Pengujian linieritas melalui SPSS dengan menggunakan *deviation From Linierity* dan *lagrange multiplier*. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier apabila nilai signifikansi *deviation From Linierity* dan *lagrange multiplier* lebih besar dari 0,05. Uji linearitas merupakan salah satu persyaratan yang harus dipenuhi jika hendak melakukan perhitungan regresi linear sederhana atau berganda antar variabel yang diteliti.¹⁴

¹³Duwi Priyanto, *Op. Cit.*, hlm. 29.

¹⁴*Ibid.*, hlm. 32.

H. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilihat adakah model regresi untuk peramalan memenuhi asumsi dalam regresi berganda. Tahap pengujian yang dilakukan adalah uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi antara variabel independen dalam model regresi hasil uji tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Uji Multikolenaritas

Uji Multikolenaritas adalah uji yang ditunjukkan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Multikolenaritas ini dapat dilihat dari nilai *tolerance* atau lawannya *Variance Inflation* (VIF). Jika nilai *tolerance* $> 0,1$ maka tidak terjadi multikolinieritas, dan jika nilai *tolerance* $< 0,1$ maka terjadi multikolinieritas. Apabila nilai VIF > 10 maka dinyatakan terjadi multikolinieritas, dan apabila nilai VIF < 10 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pengamatan satu ke pengamatan lainnya. Jika varian residual satu pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas begitu juga sebaliknya jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Kriteria pengujiannya adalah jika ada pola tertentu seperti titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur, maka terjadi heteroskedastisitas, jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-

titik yang menyebar diatas dan dibawah 0 sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.¹⁵

3. Uji Autokorelasi

Merupakan korelasi antara anggota observasi yang disusun menurut waktu dan tempat. Dari serangkaian pengamatan yang tersusun dalam rangkaian waktu (*time series*) dan data silang waktu (*cross section*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi autokorelasi. Metode yang digunakan untuk menguji autokorelasi adalah melalui tabel *Durbin-Watson* yang dapat dilakukan melalui program SPSS. Adapun bentuk ketentuan adalah:¹⁶

- a) $DU < DW < 4-DU$ maka H_0 diterima, artinya tidak autokorelasi.
- b) $DW < DL$ atau $DW < 4-DL$ maka H_0 ditolak, artinya terjadi autokorelasi.
- c) $DL < DW < DU$ atau $4-DU < DW < 4-DL$, artinya tidak ada kepastian atau kesimpulan yang pasti.

I. Uji Hipotesis

1. Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)

Uji R^2 pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dependen. Nilai R^2 adalah di antara 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang

¹⁵Duwi Priyatno, *Panduan Praktis Olah Data Menggunakan SPSS* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2010), hlm. 120.

¹⁶Nur Asnawi dan Masyuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran* (Malang: UIN Maliki Press, 2011), hlm. 19.

mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.¹⁷

2. Uji t (Secara Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, maka digunakan tingkat signifikansi 0,05. Adapun kriteria pengujiannya adalah:

Jika: $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Jika: $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Dengan kata lain, jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

3. Uji F (Secara Simultan)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama atau secara simultan terhadap variabel terikat.¹⁸ Kriteria pengujian :

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima atau nilai signifikan $> 0,05$

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_a diterima atau nilai signifikan $< 0,05$

J. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda adalah suatu analisis yang bertujuan untuk menunjukkan hubungan matematis antara variabel respons dengan variabel penjelas.¹⁹ Regresi berganda adalah suatu model linear regresi dari beberapa variabel bebas. Digunakan untuk mengetahui keakuratan hubungan antara

¹⁷Mudjarat Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 246-247.

¹⁸*Ibid.*, hlm. 239.

¹⁹Setiawan dan Dwi Endah Kusri, *Ekonometrika* (Yogyakarta: Andi, 2010), hlm. 61.

pelayanan, kepribadian spiritual, kejujuran, dan adil (*variabel independen*) dengan keputusan menjadi nasabah pada produk *muḍarabah* (*variabel dependen*). Adapun rumus regresi linier berganda adalah sebagai berikut :²⁰

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Ket :

Y = variabel dependen

a = konstanta

b = koefisien

X = variabel independen

e = error

Untuk memudahkan rumus diatas maka persamaan tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$KP = a + bPL + bKS + bKJ + bAD + e$$

Keterangan :

KP = Keputusan Nasabah Menggunakan *Muḍarabah* (Y)

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

PL = Pelayanan (X₁)

KS = Kepribadian Spiritual (X₂)

KJ = Jujur (X₃)

AD = Adil (X₄)

e = Standar Error

²⁰Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik* (Jakarta: PT Bumi Aksara 2006), hlm. 107.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya BMT Insani Sadabuan

Baital-Māl wa al-Tamwīl (BMT) INSANI Sadabuan Padangsidempuan merupakan Balai Usaha Mandiri Terpadu yaitu lembaga keuangan mikro yang dioperasikan dengan prinsip bagi hasil, menumbuh kembangkan operasional usaha mikro, yang berdiri sejak tanggal 2 Januari 1998 kemudian beroperasi BMT dimulai pada tanggal 10 Maret 1998, Badan Hukum 273/BH/KDK/2,9/IX/1999 tanggal 21 September 1999. Pendirian Koperasi BMT Insani sesuai dengan:

- a) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 tahun 1992 tentang perkoperasian Lembaran Negara Republik Indonesia tahun 1992 Nomor 116.
- b) Peraturan Pemerintah Nomor 4 tahun 1994 tentang persyaratan dan tata cara pengesahan akta pendirian dan perubahan anggaran dasar koperasi Lembaran Negara Republik Indonesia tahun 1998 Nomor 8.
- c) Keputusan Menteri Koperasi dan Pembinaan Pengusaha kecil Indonesia nomor 710KEPMXII 1997 Tentang Organisasi dan tata kerja kantor departemen koperasi dan pembinaan pengusaha kecil.
- d) Keputusan Menteri Koperasi Pengusaha kecil dan Menengah RI No.139KEPMVII 1998 Tentang penunjukan Pejabat yang berwenang untuk memberikan anggaran dasar koperasi serta pembubaran Koperasi.

Berdirinya Koperasi BMT Insani didasarkan atas kuasa pada Rapat Pembentukan pada tanggal 2 Januari 1999 yang ditunjuk oleh Pendiri dan sekaligus sebagai pengurus menyatakan mendirikan koperasi serta menandatangani anggaran dasar Koperasi.

Modal awal yang terkumpul terlebih dahulu adalah sebesar Rp.28.925.000,-Koperasi ini mulai menjalankan perannya menyalurkan pinjaman bagi masyarakat terutama yang memiliki usaha mikro kecil. Koperasi BMT Insani berlandaskan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945, dan bertujuan:

1. Mengembangkan ideologi kehidupan perkoperasian.
2. Mengembangkan kesejahteraan anggota khususnya dan pada masyarakat umumnya dalam rangka menggalang terlaksananya masyarakat adil dan makmur berdasarkan Pancasila.
3. Ikut membangun tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil dan makmur berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945.
4. Menggiatkan kesadaran anggota untuk menyimpan pada koperasi secara teratur.
5. Meningkatkan pengetahuan anggota melalui penyuluhan, latihan dan pendidikan tentang perkoperasian maupun keterampilan lainnya.

2. Visi dan Misi Perusahaan BMT Insani Sadabuan

Adapun Visi dan Misi Perusahaan BMT Insani Sadabuan:

a. Visi :

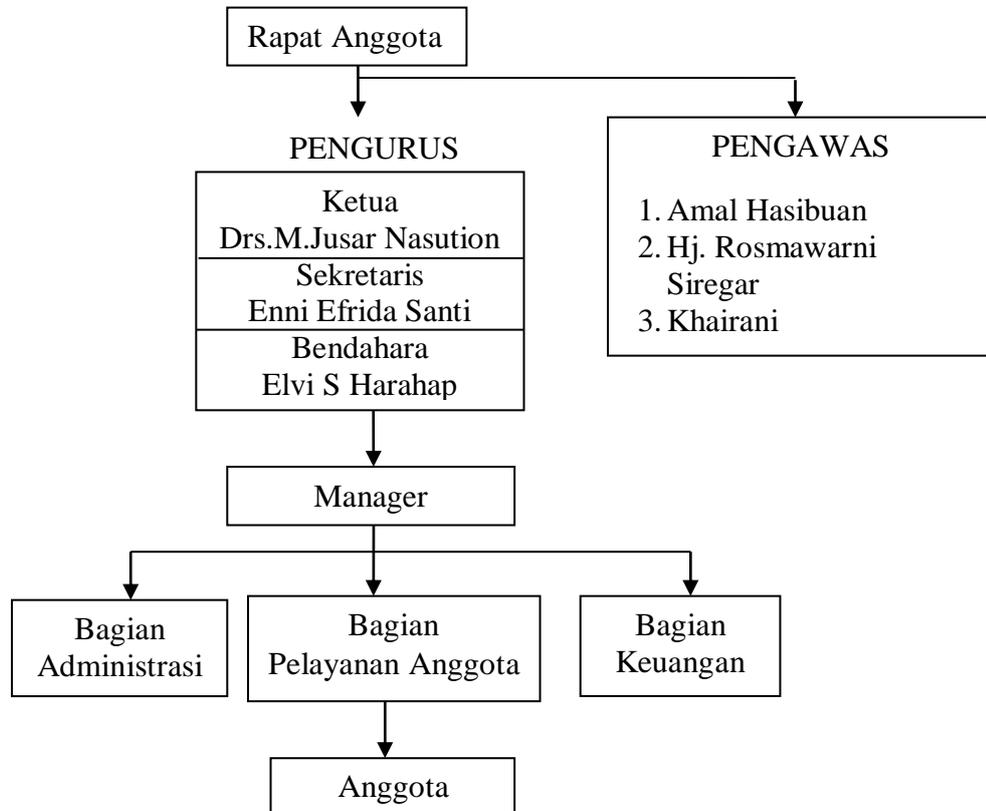
Mewujudkan kualitas masyarakat disekitar BMT yang selamat,damai dan sejahtera dengan mengembangkan lembaga dan usaha BMT.

b. Misi :

Mengembangkan POKUSMA (Program Kelompok Usaha Muamalat) dan BMT yang maju, berkembang, terpercaya, aman, nyaman, transparan dan berkehati-hatian.

3. Struktur Organisasi Perusahaan BMT Insani Sadabuan

Gambar 4.1
Struktur Organisasi



a. Pembagian Tugas dan Tanggungjawab

1) Pengawas

Tugas dan Tanggungjawab Pengawas Koperasi ialah Pengawas bertanggungjawab kepada rapat anggotayang harus dipertanggungjawabkan itu adalah meliputi tugas dan tanggung jawabnya. Pengawas mempunyai tugas yaitu:

- a) Melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan kebijaksanaan dan pengelolaan koperasi.
- b) Membuat laporan tertulis tentang hasil Pengawasannya.

Sedangkan pengawas mempunyai tanggungjawab:

- a) Meneliti catatan yang ada pada koperasi.
- b) Mendapat segala keterangan yang di perlukan

2) Pengurus

Tugas pengurus sebagai berikut :

- a) Memimpin organisasi dan perusahaan koperasi.
- b) Melakukan segala perbuatan hukum untuk dan atas nama koperasi.
- c) Mewakili koperasi dihadapan dan diluar pengadilan.
- d) Mengelola koperasi dan usahanya.
- e) Mengajukan rancangan rencana kerja serta rancangan rencana anggaran pendapatan dan belanja koperasi.
- f) Menyelenggarakan rapat anggota.
- g) Mengajukan laporan keuangan pertanggungjawaban pelaksanaan tugas.

3) Manager

Tugas manager sebagai berikut :

- a) Mengkoordinir menyusun rencana kerja dan anggaran masing-masing bagian yang berada dibawah tanggungjawabnya untuk disampaikan kepada pengurus.
- b) Mengikuti rapat pembahasan rencana kerja dan anggaran koperasi secara keseluruhan dengan pengurus dan membantu menyelesaikan naskah rencana kerja dan anggaran tersebut agar siap disajikan dalam rapat anggota.
- c) Menyusun perencanaan yang tepat *feasibility study* dalam rangka pembukaan usaha-usaha baru.
- d) Melaksanakan tugas-tugas bidang usaha sesuai dengan rencana kerja dan anggaran yang disetujui rapat anggota serta mengarahkannya pada penggarisan yang dilakukan pengurus.
- e) Memimpin dan mengkoordinir para karyawan dalam pelaksanaan tugas sehari-hari.
- f) Melaksanakan tugas-tugas pengurus yang telah dipercayakan kepadanya yaitu menandatangani surat-surat keluar yang menyangkut soal-soal penawaran, pembelian, dan penjualan barang bertindak untuk dan atas nama pengurus menandatangani perjanjian jual beli dengan anggota dan masyarakat, mencari mengikuti informasi pasar.

4) Bagian Administrasi

Tanggungjawab sebagai berikut:

- a) Penyiapan administrasi pencairan pembiayaan
- b) Pengarsipan seluruh berkas pembiayaan
- c) Penerimaan angsuran dan pelunasan pembiayaan
- d) Membuat dan mengirimkan surat teguran pada mitra yang telah jatuh tempo.
- e) Membuat surat-surat perjanjian dengan pihak lain

5) Bagian Pelayanan Anggota

Adapun tugasnya sebagai berikut:

- a) Melayani dan membayar pengambilan tabungan
- b) Membuat buku kas harian
- c) Memberikan penjelasan kepada calon anggota
- d) Mengurus semua dokumen dan pekerjaan yang harus dikomunikasikan dengan anggota.

6) Bagian Keuangan

Adapun tugasnya sebagai berikut:

- a) Memeriksa laporan harian, bulanan, dan mengesahkannya
- b) Memeriksa laporan mengenai pembiayaan, tingkat kelancaran pembiayaan, dan laporan mitra yang bermasalah.
- c) Memeriksa seluruh laporan dalam bidang operasional
- d) Melakukan pengawasan atas pembayaran kewajiban setiap akhir bulan seperti pembayaran rekening, pajak, dll.

7) Anggota

Tugas serta tanggung jawab anggota sebagai berikut :

- a) Membayar simpanan pada koperasi simpanan pokok, simpanan wajib maupun simpanan lainnya yang ditetapkan dalam rapat anggota.
- b) Mengamalkan landasan-landasan, azas, dan prinsip koperasi.
- c) Mengamalkan dan tunduk pada undang-undang koperasi dan peraturan pelaksanaannya, anggaran dasar, anggaran rumah tangga, peraturan khusus dan keputusan rapat anggota.
- d) Untuk hadir dan secara aktif mengambil bagian dalam rapat-rapat anggota.
- e) Berpartisipasi dalam kegiatan usaha yang diselenggarakan oleh koperasi.

B. Karakteristik Responden Penelitian

Berdasarkan konsumen yang terdiri dari 112 populasi dan sampel 88 responden. Pengambilan data primer pada penelitian ini menggunakan instrumen angket yang disebarakan secara acak pada nasabah yang menggunakan produk *muḍarabah* pada BMT Insani Sadabuan.

1. Perkembangan Nasabah

Perkembangan nasabah ini adanya penurunan atau peningkatan jumlah nasabah secara signifikan sesuai dengan kebutuhan nasabah. Pada BMT ini perkembangan nasabah bisa dilihat pada tabel dibawah ini, sebagai berikut:

Tabel 4.1
Jumlah Anggota BMT Insani Sadabuan
Pada Tahun 2015 Sampai Tahun 2018

Tahun	Jumlah Nasabah
2015	102
2016	105
2017	108
2018	112

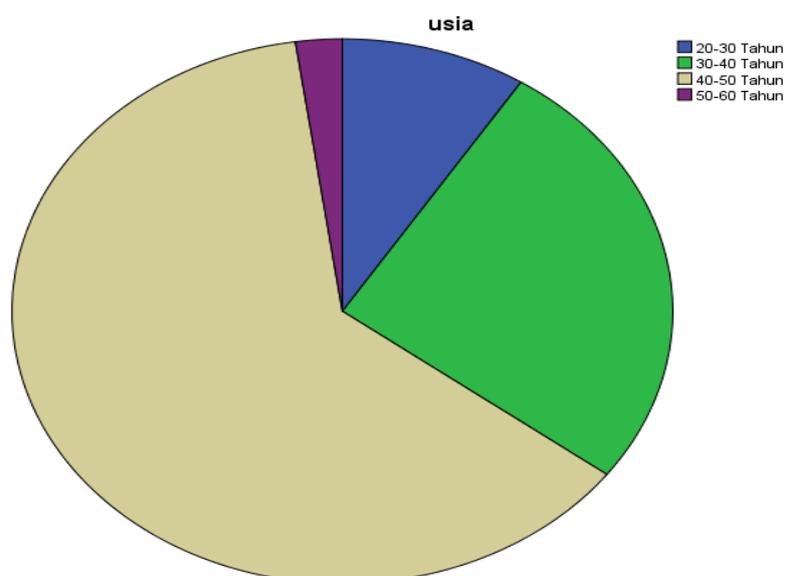
Sumber: BMT Insani Sadabuan Tahun 2015-2018

Dari Tabel 4.1 dapat disimpulkan bahwa Tahun 2015 sampai Tahun 2018 perkembangan nasabah mengalami peningkatan jumlah nasabah. Ini disebabkan karena nasabah memerlukan dana untuk keperluan mereka seperti menambah modal untuk berjualan. Nasabah pada BMT tersebut lebih dominan pedagang.

2. Usia

Usia adalah satuan waktu yang mengukur waktu keberadaan suatu benda atau makhluk, baik yang hidup maupun yang mati. Dimana usia yang menjadi nasabah pada BMT ini yang sudah dewasa.

Gambar 4.2
Grafik Usia Responden



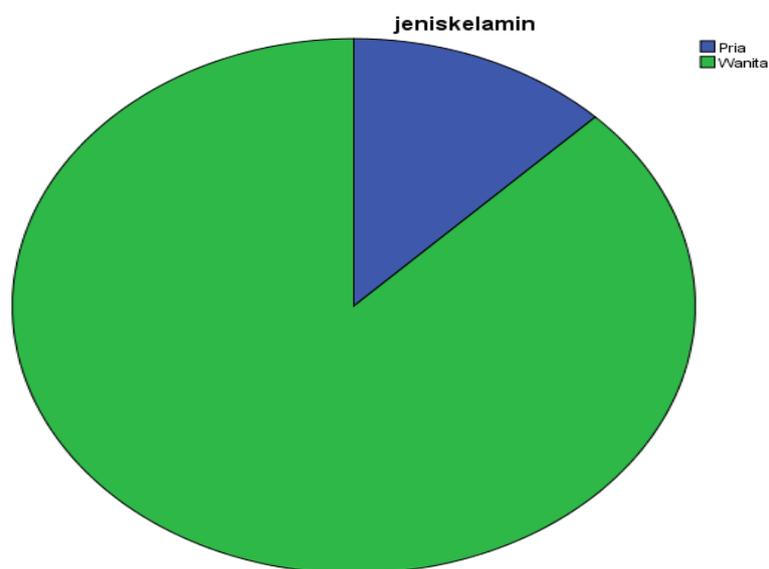
(Sumber : Data Primer Yang Diolah Pada SPSS 22, 2019)

Berdasarkan Gambar 4.2 diatas menunjukkan bahwa dari 88 responden, usia 20-30 tahun berjumlah 8 orang dengan persentase 9,1 persen, usia 30-40 tahun berjumlah 23 orang dengan persentase 26,1 persen, usia 40-50 tahun berjumlah 55 orang dengan persentase 62,5 persen, dan usia 50-60 tahun berjumlah 2 orang dengan persentase 2,3 persen. Dapat disimpulkan bahwa nasabah pada BMT Insani umumnya mayoritas umur 40-50 tahun.

3. Jenis Kelamin

Jenis kelamin adalah pensifatan atau pembagian jenis kelamin manusia yang ditentukan secara biologis yang melekat pada jenis kelamin tertentu.

Gambar 4.3
Grafik Jenis Kelamin



(Sumber : Data Primer Yang Diolah Pada SPSS 22, 2019)

Berdasarkan Gambar 4.3 diatas menunjukkan bahwa dari 88 responden, jenis kelamin pria berjumlah 11 orang dengan persentase 12,5

persen dan jenis kelamin wanita berjumlah 77 orang dengan persentase 87,5 persen. Banyaknya jumlah nasabah wanita disebabkan adanya faktor ekonomi yang menuntut wanita untuk bekerja demi menunjang perekonomian.

C. Hasil Analisis Data Penelitian

1. Uji Validitas

Dalam menentukan valid atau tidak, biasanya dilakukan uji signifikan koefisien korelasi pada taraf sig 0,05, artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total.

Tabel 4.2
Hasil Uji Validitas Pelayanan

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket
PL 1	0,632	Instrumen Valid Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ $n = 86$ nilai signifikan 0,05 sehingga $r_{tabel} = 0,2096$	Valid
PL 2	0,734		Valid
PL 3	0,649		Valid
PL 4	0,757		Valid
PL 5	0,591		Valid

(Sumber : Data Primer Yang Diolah Pada SPSS 22, 2019)

Berdasarkan Tabel 4.2 di atas dapat disimpulkan bahwa pernyataan 1-5 untuk variabel pelayanan adalah valid. Dimana $r_{hitung} > r_{tabel}$, nilai $r_{tabel} = 0,2096$ sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation*.

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas Kepribadian Spiritual

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket
KS 1	0,707	Instrumen Valid Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ n = 86 nilai signifikan 0,05 sehingga $r_{tabel} = 0,2096$	Valid
KS 2	0,499		Valid
KS 3	0,666		Valid
KS 4	0,661		Valid
KS 5	0,703		Valid

(Sumber : Data Primer Yang Diolah Pada SPSS 22, 2019)

Berdasarkan Tabel 4.3 di atas dapat disimpulkan bahwa pernyataan 1-5 untuk variabel kepribadian spiritual adalah valid. Dimana $r_{hitung} > r_{tabel}$, nilai $r_{tabel} = 0,2096$ sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation*.

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Kejujuran

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket
KJ 1	0,489	Instrumen Valid Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ n = 86 nilai signifikan 0,05 sehingga $r_{tabel} = 0,2096$	Valid
KJ 2	0,677		Valid
KJ 3	0,646		Valid
KJ 4	0,660		Valid
KJ 5	0,658		Valid

(Sumber : Data Primer Yang Diolah Pada SPSS 22, 2019)

Berdasarkan Tabel 4.4 di atas dapat disimpulkan bahwa pernyataan 1-5 untuk variabel kejujuran adalah valid. Dimana $r_{hitung} > r_{tabel}$, nilai $r_{tabel} = 0,2096$ sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation*.

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Adil

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket
AD 1	0,534	Instrumen Valid Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ $n = 86$ nilai signifikan 0,05 sehingga $r_{tabel} = 0,2096$	Valid
AD 2	0,700		Valid
AD 3	0,613		Valid
AD 4	0,695		Valid
AD 5	0,688		Valid

(Sumber : Data Primer Yang Diolah Pada SPSS 22, 2019)

Berdasarkan Tabel 4.5 di atas dapat disimpulkan bahwa pernyataan 1-5 untuk variabel adil adalah valid. Dimana $r_{hitung} > r_{tabel}$, nilai $r_{tabel} = 0,2096$ sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation*.

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Keputusan Nasabah

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket
KP 1	0,719	Instrumen Valid Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ $n = 86$ nilai signifikan 0,05 sehingga $r_{tabel} = 0,2096$	Valid
KP 2	0,729		Valid
KP 3	0,749		Valid
KP 4	0,730		Valid
KP 5	0,550		Valid

(Sumber : Data Primer Yang Diolah Pada SPSS 22, 2019)

Berdasarkan Tabel 4.6 di atas dapat disimpulkan bahwa pernyataan 1-5 untuk variabel keputusan nasabah adalah valid. Dimana $r_{hitung} > r_{tabel}$, nilai $r_{tabel} = 0,2096$ sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation*.

2. Uji Reliabilitas

Kriteria jika nilai dalam penelitian ini adalah nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6 maka instrumen dikatakan reliabilitas, dan apabila nilai *Cronbach's*

$Alpha < 0,6$ maka instrumen dikatakan tidak reliabilitas, dapat di uji SPSS 22.

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas Pelayanan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,693	5

(Sumber : Data Primer Yang Diolah Pada SPSS 22, 2019)

Berdasarkan Tabel 4.7 di atas menunjukkan bahwa *Cronbach's Alpha* pada variabel pelayanan sebesar $0,693 > 0,6$ maka instrumen dikatakan reliabilitas.

Tabel 4.8
Hasil Uji Reliabilitas Kepribadian Spiritual

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,659	5

(Sumber : Data Primer Yang Diolah Pada SPSS 22, 2019)

Berdasarkan Tabel 4.8 di atas menunjukkan bahwa *Cronbach's Alpha* pada variabel kepribadian spiritual sebesar $0,659 > 0,6$ maka instrumen dikatakan reliabilitas.

Tabel 4.9
Hasil Uji Reliabilitas Kejujuran

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,616	5

(Sumber : Data Primer Yang Diolah Pada SPSS 22, 2019)

Berdasarkan Tabel 4.9 di atas menunjukkan bahwa *Cronbach's Alpha* pada variabel Kejujuran sebesar $0,616 > 0,6$ maka instrumen dikatakan reliabilitas.

Tabel 4.10
Hasil Uji Reliabilitas Adil

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,653	5

(Sumber : Data Primer Yang Diolah Pada SPSS 22, 2019)

Berdasarkan Tabel 4.10 di atas menunjukkan bahwa *Cronbach's Alpha* pada variabel adil sebesar $0,653 > 0,6$ maka instrumen dikatakan reliabilitas.

Tabel 4.11
Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Nasabah

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,734	5

(Sumber : Data Primer Yang Diolah Pada SPSS 22, 2019)

Berdasarkan Tabel 4.11 di atas menunjukkan bahwa *Cronbach's Alpha* pada variabel keputusan nasabah sebesar $0,734 > 0,6$ maka instrumen dikatakan reliabilitas.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Kriteria yang digunakan dalam uji normalitas yaitu data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi $>$ dari 0,05 atau 5%. Dan apabila data dinyatakan tidak berdistribusi normal jika signifikansi $<$ dari 0,05 atau 5 persen. Dengan pengujian pada SPSS dengan menggunakan *Kolmogorow-Smirnov*.

Tabel 4.12
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		88
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,54969413
Most Extreme Differences	Absolute	,057
	Positive	,039
	Negative	-,057
Test Statistic		,057
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

(Sumber : Data Primer Yang Diolah Pada SPSS 22, 2019)

Berdasarkan hasil output Tabel 4.12 melalui tabel *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*, dapat diketahui bahwa hasil signifikan (Asymp.Sig 2-tailed). Dapat disimpulkan bahwa dari tabel data *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* dengan nilai signifikansi sebesar $0,200 > 0,05$ maka data berdistribusi normal.

b. Uji Linearitas

Pengujian linieritas melalui SPSS dengan menggunakan *Deviation From Linierity* dan *Lagrange Multiplier*. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier apabila nilai signifikansi *Deviation From Linierity* dan *Lagrange Multiplier* lebih besar dari 0,05.

Tabel 4.13
Hasil Uji Linieritas Pelayanan Dengan Keputusan Nasabah
dilihat dari *Deviation from Linearity*

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KP * PL	Between (Combined) Groups	95,538	12	7,961	1,072	,396
	Linearity	43,803	1	43,803	5,897	,018
	Deviation from Linearity	51,735	11	4,703	,633	,795
Within Groups		557,087	75	7,428		
Total		652,625	87			

(Sumber : Data Primer Yang Diolah Pada SPSS 22, 2019)

Berdasarkan Tabel 4.13 di atas maka dapat dilihat *Deviation from Linearity* bahwa nilai signifikan sebesar $0,795 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel memiliki hubungan yang linear antara variabel independen dengan variabel dependen.

Tabel 4.14
Hasil Uji Linieritas Kepribadian Spiritual
Dengan Keputusan Nasabah Dilihat Dari *Lagrange Multiplier*

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,104 ^a	,011	-,001	2,740

a. Predictors: (Constant), KS

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	7,107	1	7,107	,947	,333 ^b
Residual	645,518	86	7,506		
Total	652,625	87			

(Sumber : Data Primer Yang Diolah Pada SPSS 22, 2019)

Berdasarkan hasil output SPSS dari tabel 4.14 untuk variabel Kepribadian Spiritual menunjukkan nilai R^2 sebesar 0,11 dengan jumlah

$N=88$. Maka besarnya nilai $c^2_{hitung} = 88 \times 0,11 = 9,68$. Nilai ini dibandingkan dengan c^2_{tabel} dengan $df = 86$ dan tingkat signifikan 0,05 dan didapatkan nilai c^2_{tabel} sebesar 108,65. Karena $c^2_{hitung} < c^2_{tabel}$ maka dapat disimpulkan bahwa model dalam bentuk fungsi linier.

Tabel 4.15
Hasil Uji Linieritas Kejujuran Dengan Keputusan
Nasabah Dilihat Dari Lagrange Multiplier
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,056 ^a	,003	-,008	2,750

a. Predictors: (Constant), KJ

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	2,079	1	2,079	,275	,601 ^b
Residual	650,546	86	7,564		
Total	652,625	87			

(Sumber : Data Primer Yang Diolah Pada SPSS 22, 2019)

Berdasarkan hasil output SPSS dari tabel 4.15 untuk variabel Kejujuran menunjukkan nilai R^2 sebesar 0,03 dengan jumlah $N=88$. Maka besarnya nilai $c^2_{hitung} = 88 \times 0,03 = 2,64$. Nilai ini dibandingkan dengan c^2_{tabel} dengan $df = 86$ dan tingkat signifikan 0,05 dan didapatkan nilai c^2_{tabel} sebesar 108,65. Karena $c^2_{hitung} < c^2_{tabel}$ maka dapat disimpulkan bahwa model dalam bentuk fungsi linier.

Tabel 4.16
Hasil Uji Linieritas Keadilan Dengan Keputusan Nasabah
Dilihat Dari *Lagrange Multiplier*

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,044 ^a	,002	-,010	2,752

a. Predictors: (Constant), AD

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1,261	1	1,261	,167	,684 ^b
Residual	651,364	86	7,574		
Total	652,625	87			

umber : Data Primer Yang Diolah Pada SPSS 22, 2019)

Berdasarkan hasil output SPSS dari tabel 4.16 untuk variabel Keadilan menunjukkan nilai R^2 sebesar 0,02 dengan jumlah $N=88$. Maka besarnya nilai $c^2_{hitung} = 88 \times 0,02 = 1,76$. Nilai ini dibandingkan dengan c^2_{tabel} dengan $df = 86$ dan tingkat signifikan 0,05 dan didapatkan nilai c^2_{tabel} sebesar 108,65. Karena $c^2_{hitung} < c^2_{tabel}$ maka dapat disimpulkan bahwa model dalam bentuk fungsi linier.

c. Hasil Uji Multikolinearitas

Salah satu cara untuk mengetahui apakah antara variabel terjadi multikolinieritas adalah dengan nilai *Variabel Inflation Faktor* (VIF), apabila nilai $VIF > 10$ maka dinyatakan terjadi multikolinieritas, dan apabila nilai $VIF < 10$ maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas. Dapat diketahui juga dalam nilai tolerance, jika nilai tolerance $> 0,1$ maka tidak terjadi multikolinieritas, dan jika nilai tolerance $< 0,1$ maka terjadi multikolinieritas.

Tabel 4.17
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	8,886	3,410		2,606	,011		
PL	,352	,117	,316	3,021	,003	,951	1,051
KS	-,382	,322	-,377	-1,185	,239	,103	9,697
KJ	-,150	,180	-,136	-,835	,406	,394	2,538
AD	,672	,318	,652	2,111	,038	,109	9,149

(Sumber : Data Primer Yang Diolah Pada SPSS 22, 2019)

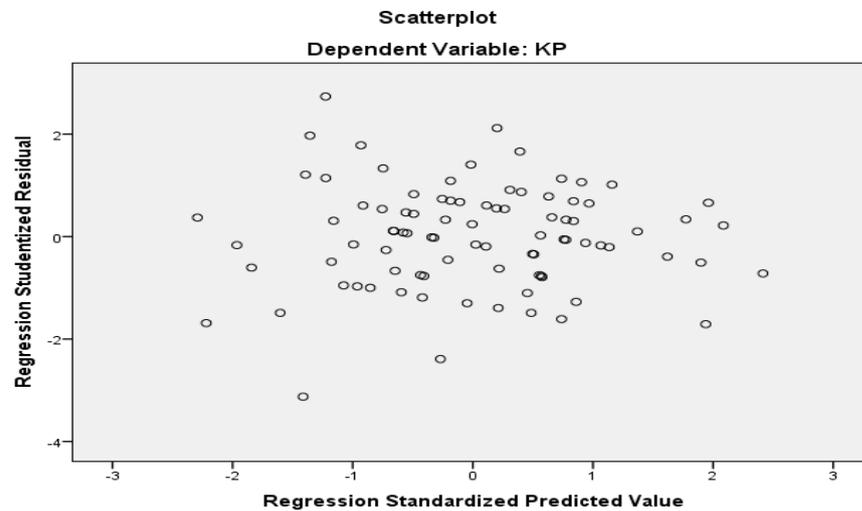
Berdasarkan Tabel 4.17 di atas hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai VIF dari variabel pelayanan $1,051 < 10$, variabel kepribadian spiritual $9,697 < 10$, variabel kejujuran $2,538 < 10$, dan variabel adil $9,149 < 10$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

Dan nilai tolerance pada variabel pelayanan $0,951 > 0,1$, variabel kepribadian spiritual $0,103 > 0,1$, variabel kejujuran $0,394 > 0,1$, dan variabel adil $0,109 > 0,1$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

d. Uji Heteroskedastisitas

Kriteria pengujiannya adalah jika ada pola tertentu seperti titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur, maka terjadi heteroskedastisitas, jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik yang menyebar diatas dan dibawah 0 sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 4.4
Hasil Uji Heteroskedastisitas



(Sumber : Data Primer Yang Diolah Pada SPSS 22, 2019)

Berdasarkan Gambar 4.4 di atas dapat disimpulkan bahwa titik-titik tidak membentuk sumbu tertentu. Titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi dapat disimpulkan model regresi terbebas dari masalah heteroskedastisitas.

e. Uji Autokorelasi

Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi autokorelasi. Metode pengujian menggunakan uji *Durbin-Watson* (DW test) sebagai berikut:

1. $DU < DW < 4-DU$ maka tidak terjadi autokorelasi
2. $DW < DL$ atau $DW > 4-DL$, maka terjadi autokorelasi
3. $DL < DW < DU$ atau $4-DU < DW < 4-DL$ maka tidak ada keputusan yang pasti.

Tabel 4.18
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,365 ^a	,133	,092	2,610	1,646

(Sumber : Data Primer Yang Diolah Pada SPSS 22, 2019)

Berdasarkan Tabel 4.18 di atas nilai *Durbin-Watson*=1,646, jika dilihat dari tabel DW dengan tingkat signifikan 5% dan n sebanyak 88, dan jumlah variabel independen (k) sebanyak 4, maka nilai $DL=1,5597$ dan $DU=1,7493$. Jadi dapat dihitung nilai $4-DU= 2,2507$ dan $4-DL= 2,4403$. Dari output dapat diketahui bahwa nilai *Durbin-Watson* sebesar 1,646 terletak pada daerah $DU < DW < 4-DU$ ($1,7493 > 1,646 < 2,2507$), maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi pada model regresi.

4. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Determinasi R^2

Koefisien determinasi (R^2) ini menunjukkan seberapa besar persentase variasi variabel independen yang digunakan dalam model mampu jelaskan variasi dependen. Dalam hal ini peneliti menggunakan *Adjusted R Square*.

Tabel 4.19
Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,365 ^a	,133	,092	2,610	1,646

(Sumber : Data Primer Yang Diolah Pada SPSS 22, 2019)

Berdasarkan Tabel 4.19 di atas diperoleh angka *Adjusted R Square* sebesar 0,092 atau 9,2 persen artinya pelayanan, kepribadian spiritual, kejujuran, dan adil mampu menjelaskan variabel dependen yaitu keputusan nasabah sebesar 9,2 persen sedangkan 90,8 persen dijelaskan variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini. Seperti berperilaku baik dan simpati, menepati janji dan tidak curang, tidak suka berburuk sangka, tidak suka menjelek-jelekkkan, dan tidak melakukan sogok.

b. Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t)

Dalam Menentukan t_{tabel} dapat dilihat pada tabel statistik dengan nilai $\alpha/2$ atau $0,05/2 = 0,025$ dengan derajat kebebasan $df = n-k-1$ atau $88-4-1 = 83$. Dimana n =jumlah sampel dan k =jumlah variabel independen, maka hasil yang diperoleh untuk t_{tabel} sebesar 1,989.

Tabel 4.20
Hasil Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8,886	3,410		2,606	,011
PL	,352	,117	,316	3,021	,003
KS	-,382	,322	-,377	-1,185	,239
KJ	-,150	,180	-,136	-,835	,406
AD	,672	,318	,652	2,111	,038

(Sumber : Data Primer Yang Diolah Pada SPSS 22, 2019)

Berdasarkan Tabel 4.20 di atas diperoleh hasil uji parsial (uji t), nilai t_{hitung} pada variabel pelayanan sebesar 3,021 dan untuk $df = n-k-1$ atau

88-4-1 = 83, maka diperoleh t_{tabel} 1,989. Maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ (3,021 > 1,989) yang artinya H_a diterima. Jadi, pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah dan bernilai positif. Ini sesuai dengan menurut Kasmir “pelayanan merupakan tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah”.¹ Artinya dengan adanya pelayanan yang baik maka akan memberikan keputusan menjadi nasabah.

Berdasarkan di atas diperoleh hasil uji parsial (uji t), nilai t_{hitung} pada kepribadian spiritual sebesar -1,185 dan $df = n-k-1$ atau 88-4-1 = 83, maka diperoleh t_{tabel} 1,989. Maka $t_{hitung} < t_{tabel}$ (-1,185 < 1,989) yang artinya H_a ditolak. Jadi, kepribadian spiritual tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah. Penelitian ini sejalan dengan jurnal Aliman Syahuri Zein yang menyatakan religiusitas tidak berpengaruh terhadap perilaku nasabah dalam memilih bank syariah di Kabupaten Mandailing Natal. Dimana, $t_{hitung} < t_{tabel}$ (-0,072 < 1,655) sehingga H_a di tolak. Ini disebabkan adanya mayoritas nasabah bank syariah merupakan nasabah rasional sehingga faktor agama bukan merupakan faktor yang mempengaruhi nasabah, meskipun mayoritas masyarakat Mandailing Natal mayoritas muslim.² Begitu juga dengan penelitian ini bahwa pada umumnya nasabah BMT tidak terpengaruh dengan adanya religius atau

¹Kasmir, *Etika Customer Service* (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2015), hlm. 15.

²Aliman Syahuri Zein, Analisis Perilaku Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah Di Kabupaten Mandailing Natal, *At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam*, Volume 4 Nomor 2 Edisi Juli-Desember 2018, hlm. 231-233.

taqwa terhadap pengambilan keputusan untuk memilih produk pada BMT.

Berdasarkan diatas diperoleh hasil uji parsial (uji t), nilai t_{hitung} pada variabel kejujuran sebesar -0,835 dan untuk $df = n-k-1$ atau $88-4-1 = 83$, maka diperoleh $t_{tabel} 1,989$. Maka $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-0,835 < 1,989$) yang artinya H_a ditolak. Artinya kejujuran tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah. Hal ini sejalan dengan penelitian Ivana Anggraini, dimana sebelumnya menyatakan dengan bahwa nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-0,513 < 1,99601$) sehingga H_a ditolak yang menyatakan tidak ada pengaruh kejujuran. Dengan menyebabkan belum sepenuhnya menerapkan kejujuran karena jika penjual tidak jujur maka konsumen akan berpindah ke tempat lainnya. Karena kejujuran sangat penting dimiliki oleh seorang penjual untuk menarik banyak konsumen agar setia terhadap barang yang mereka tawarkan.³ Sama halnya dengan penelitian ini artinya bahwa kejujuran penting untuk diterapkan dengan tujuan untuk meningkatkan jumlah nasabah, akan tetapi dalam penelitian kejujuran belum mampu menerapkan secara optimal. Hal ini yang membuat calon nasabah lain tidak tertarik pada produk-produk BMT.

Berdasarkan diatas diperoleh hasil uji parsial (uji t), nilai t_{hitung} pada variabel adil sebesar 2,111 dan untuk $df = n-k-1$ atau $88-4-1 = 83$, maka diperoleh $t_{tabel} 1,989$. Maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,111 > 1,989$) yang artinya H_a diterima. Jadi, adil berpengaruh secara parsial terhadap keputusan

³Ivana Anggraini, Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Minat Nasabah, (Skripsi: Universitas Islam Negeri Ar-Rainy Banda Aceh, 2018), hlm. 81.

nasabah dan bernilai positif. Ini sesuai dengan dalam jurnal Sulhani Hermawan yang dimana adil merupakan kondisi kebenaran ideal secara moral mengenai sesuatu hal, baik menyangkut benda atau orang yang bersifat tidak berat sebelah.⁴ Artinya dalam hasil uji variabel adil ini menjadi nilai yang sangat dijunjung tinggi oleh segenap orang dan tidak memilih-memilih nasabah sehingga adil dapat memberikan kenyamanan pada nasabah.

c. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji simultan atau uji F digunakan untuk mengetahui apakah pelayanan, kepribadian spiritual, kejujuran, dan adil secara bersama-sama memiliki pengaruh positif atau negatif yang signifikan terhadap keputusan nasabah.

Tabel 4.21
Hasil Uji F
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	87,043	4	21,761	3,193	,017 ^b
Residual	565,582	83	6,814		
Total	652,625	87			

(Sumber : Data Primer Yang Diolah Pada SPSS 22, 2019)

Berdasarkan Tabel 4.21 di atas dari hasil uji simultan (uji F), nilai F_{hitung} sebesar 3,193 dan $df_1 = k-1$ atau $4-1=3$, dan $df_2 = n-k$ atau $88-4=84$, maka diperoleh F_{tabel} 2,71. Maka $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($3,193 > 2,71$) yang artinya H_a diterima. Jadi pelayanan, kepribadian spiritual, kejujuran, dan

⁴Sulhani Hermawan, Tinjauan Keadilan Sosial Terhadap Hukum Tata Pangan Indonesia, *Mimbar Hukum* Volume 24, Nomor 3 Oktober 2012, hlm. 491.

adil berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah dan bernilai positif.

5. Hasil Regresi Linear Berganda

Metode analisis regresi linear berganda merupakan analisis regresi yang digunakan dalam menguji hubungan antara variabel dependen (Y) dengan lebih dari dua atau lebih variabel independen (X) yang diuji.

Tabel 4.22
Hasil Uji Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8,886	3,410		2,606	,011
PL	,352	,117	,316	3,021	,003
KS	-,382	,322	-,377	-1,185	,239
KJ	-,150	,180	-,136	-,835	,406
AD	,672	,318	,652	2,111	,038

(Sumber : Data Primer Yang Diolah Pada SPSS 22, 2019)

Berdasarkan Tabel 4.22 di atas hasil pengujian di atas maka persamaan regresi yang digunakan adalah sebagai berikut:⁵

$$KP = \alpha + b_1PL + b_2KS + b_3KJ + b_4AD$$

$$KP = 8,886 + 0,352PL - 0,382KS - 0,150 KJ + 0,672AD$$

Dimana:

KP = Keputusan Nasabah Menggunakan *Muḍarabah*(Y)

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

⁵Iqbal Hasan, *Analisis Data...., Loc. Cit.*

- PL = Pelayanan (X_1)
- KS = Kepribadian Spiritual (X_2)
- KJ = Kejujuran (X_3)
- AD = Adil (X_4)

Berdasarkan persamaan regresi linear berganda dapat diketahui besarnya pengaruh variabel dari variabel bebas terhadap variabel terikat sebagai berikut:

- a. Nilai Konstanta ($\alpha = 8,886$) menunjukkan bahwa jika pelayanan, kepribadian spiritual, kejujuran, dan adil nilainya 0, maka nilai keputusan nasabah adalah sebesar 8,886 satuan.
- b. Koefisien pelayanan sebesar 0,352 menunjukkan arah hubungan antara pelayanan, kepribadian spiritual, kejujuran, dan adil. Setiap peningkatan pelayanan sebesar 1 satuan, maka keputusan nasabah akan mengalami peningkatan sebesar 0,352 satuan.
- c. Koefisien kepribadian spiritual sebesar -0,382 menunjukkan arah hubungan antara pelayanan, kepribadian spiritual, kejujuran, dan adil. Setiap penurunan kepribadian spiritual sebesar 1 satuan, maka keputusan nasabah akan mengalami penurunan sebesar -0,382 satuan.
- d. Koefisien kejujuran sebesar -0,150 menunjukkan arah hubungan antara pelayanan, kepribadian spiritual, kejujuran, dan adil. Setiap penurunan kejujuran sebesar 1 satuan, maka keputusan nasabah akan mengalami penurunan sebesar -0,150 satuan.

- e. Koefisien adil sebesar 0,672 menunjukkan arah hubungan antara pelayanan, kepribadian spiritual, kejujuran, dan adil. Setiap kenaikan adil sebesar 1 satuan, maka keputusan nasabah akan mengalami peningkatan sebesar 0,672 satuan.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisis data maka pembahasan tentang penelitian ini sebagai berikut:

Menurut Kasmir “pelayanan merupakan tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah”. Berdasarkan uji t yang dilakukan peneliti pada pengujian analisis data menggunakan SPSS Versi 22, dengan melihat dari hasil *output* dapat mengetahui pengaruh pelayanan terhadap keputusan nasabah, dengan pengambilan keputusan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dapat disimpulkan adanya pengaruh secara parsial pelayanan terhadap keputusan nasabah. Dengan hasil nilai uji t $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,021 > 1,989$), hal ini dapat diartikan secara parsial pelayanan memiliki pengaruh dan signifikan terhadap keputusan nasabah pada BMT Insani Sadabuan.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang pernah dilakukan oleh saudari Fitri Handayani Pohandengan judul analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan anggota dalam memilih pembiayaan *mudharabah* pada BMT Insani Sadabuan menunjukkan bahwa faktor pelayanan ini nasabah dapat menilai bagaimana pelayanan yang diberikan oleh karyawan baik atau tidaknya.

Secara parsial dengan hasil nilai uji t yang telah diolah bahwa $t_{hitung} < t_{tabel}$ (-1,185 < 1,989). Hal ini dapat diartikan secara parsial kepribadian spiritual tidak berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan nasabah pada BMT Insani Sadabuan.

Hasil penelitian ini menurut Khaerul Umam harus hendaknya sadar penuh dan responsif terhadap prioritas-prioritas yang telah ditentukan sang Maha Pencipta. Kesadaran akan Allah ini hendaklah menjadi sebuah kekuatan pemicu dalam segala tindakan.

Secara parsial dengan hasil nilai uji t yang telah diolah bahwa $t_{hitung} < t_{tabel}$ (-0,835 < 1,989). Hal ini dapat diartikan secara parsial kejujuran tidak berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan nasabah pada BMT Insani Sadabuan.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang pernah dilakukan oleh saudara Mhd Fadli Khair dengan judul Etika pelayanan marketing PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan dalam mempromosikan produk kepada pedagang pasar Ukok Kodok Padangsidempuan, menunjukkan bahwa segi kejujuran dan dapat dipercaya yaitu jujur tidak pernah berbohong dan tidak pernah bermain dengan simpanan nasabahnya.

Secara parsial dengan hasil nilai uji t yang telah diolah bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2,111 > 1,989). Hal ini dapat diartikan secara parsial adil berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan nasabah pada BMT Insani Sadabuan. Hasil penelitian ini sesuai menurut Herry Sutanto dan Khaerul Umam yang dimana dalam anjuran Islam untuk berbuat adil dalam berbisnis, dan melarang

berbuat curang atau berlaku zalim. Seperti Rasulullah di utus Allah untuk membangun adil.

Secara simultan pelayanan, kepribadian spiritual, kejujuran, dan adil dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($3,193 > 2,71$) yang artinya H_a diterima. Hasil ini didukung dengan hasil penelitian dari Ali Husein Karbala bahwa dapat disimpulkan adanya pengaruh signifikan antara pelayanan, kepribadian spiritual, kejujuran, dan adil terhadap keputusan nasabah.

Dalam uji determinasi pelayanan, kepribadian spiritual, kejujuran, dan adil terhadap keputusan nasabah sebesar 0,092 atau 9,2 persen sedangkan 90,8 persen dijelaskan variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini. Seperti berperilaku baik dan simpati, menepati janji dan tidak curang, tidak suka berburuk sangka, tidak suka menjelek-jelekan, dan tidak melakukan sogok.

Uji multikolinieritas diketahui bahwa yang terjadi dalam penelitian ini nilai *tolerance* $> 0,1$ maka tidak terjadi multikolinieritas. Hasil ini didukung dari jurnal Haslina yang menyatakan bahwa uji multikolinieritas yang baik seharusnya tidak terjadi multikolinieritas di antara variabel independen. Selanjutnya hasil uji heteroskedastisitas diketahui bahwa titik-titik *scatterplot* regresi tidak membentuk pola tertentu seperti menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka dinyatakan bahwa model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil ini didukung dari jurnal Eko Supriyadi yang menyatakan bahwa tidak ada pola yang jelas dalam uji heteroskedastisitas, seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka

tidak terjadi heteroskedastisitas. Dan terakhir hasil uji autokorelasi diketahui $DU < DW < 4-DU$ ($1,7493 > 1,646 < 2,2507$), maka dinyatakan pada hal ini tidak terjadi autokorelasi.

E. Keterbatasan Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini disusun dengan sedemikian agar penelitian dan penulisan memperoleh hasil yang sebaik mungkin, sebab dalam penelitian dan penyelesaian skripsi ini terdapat beberapa keterbatasan. Keterbatasan dalam penelitian ini yaitu: Dalam penyebaran kuesioner peneliti tidak mengetahui kejujuran para responden dalam menjawab semua pernyataan yang diberikan sehingga mempengaruhi validitas data yang diperoleh. Dan keterbatasan kemampuan peneliti dalam menganalisis data yang diperoleh.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan dari data penelitian maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel pelayanan berpengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah pada BMT Insani Sadabuan.
2. Variabel kepribadian spiritual tidak berpengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah pada BMT Insani Sadabuan.
3. Variabel kejujuran tidak berpengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah pada BMT Insani Sadabuan.
4. Variabel adil berpengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah pada BMT Insani Sadabuan.
5. Secara simultan variabel pelayanan, kepribadian spiritual, kejujuran, dan adil adanya pengaruh terhadap keputusan nasabah pada BMT Insani Sadabuan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan
 - a) Lokasi

Agar mempertimbangkan kemudahan untuk menjangkau lokasi BMT apabila pada suatu saat ingin berpindah lokasi atau memperluas usahanya dengan mendirikan BMT baru.

b) Promosi

Pihak BMT Insani Sadabuan perlu mempromosikan produk-produk yang ditawarkan kepada calon nasabah atau sudah menjadi nasabah agar meningkatkan jumlah nasabah pada perusahaan.

c) Fasilitas

Memberikan fasilitas yang memadai kepada nasabah agar nasabah merasa nyaman dan merasa puas menjadi nasabah di perusahaan tersebut.

2. Bagi masyarakat

Jadilah nasabah yang bijak dalam menggunakan produk-produk pada BMT.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti Selanjutnya agar memperbanyak variabel bebas dan memperbanyak sampel penelitian agar hasil yang didapatkan lebih maksimal dan lebih akurat. Kemudian menambahkan variabel yang mendukung judul anda.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah Shonhaji, *Tarjamah Sunan Ibnu Majah*, Semarang: CV. Asy Syifa', 1993.
- Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Edisi Pertama*, Jakarta: Kencana, 2009.
- Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Surabaya: CV. Jaya Sakti, 1989.
- Duwi Priyanto, *Mandiri Belajar SPSS*, Jakarta: PT. Buku Kita, 2008.
- *Panduan Praktis Olah Data Menggunakan SPSS*, Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2010.
- Eta Mamang Sangadji, *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: Andi Offset, 2013.
- Faisal Badroen, dkk., *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006.
- Ginting, Nembah F. Hartimbul, *Manajemen Pemasaran*, Bandung: YramaWidya, 2011.
- Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2006.
- Herry Sutanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: CV. Pustaka Setia, 2013.
- Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, Jakarta: Gramedia Pustaka, 2010.
- *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- *Studi Kelayakan Bisnis*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka, 1997.
- Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang: Diponegoro, 2006.
- Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Strategis*, Yogyakarta: BPFE, 2001.
- Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006.

- Irham Fahmi, *Etika Bisnis Teori, Kasus, dan Solusi*, Bandung: CV. Alfabeta, 2017.
- Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007.
- *Etika Customer Service*, Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2015.
- Leon Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen* (Terjemahan) Adi Maulana, Wibi Hardani, Jakarta: PT. Mancanan Jaya Cemerlang, 2007.
- Muchtar Ali, *Buku Saku Perbankan Syariah*, Jakarta: Kementerian Agama RI, 2013.
- Mudjarat Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*, Jakarta: Erlangga, 2009.
- Murti Sumarni dan John Soeprihatno, *Pengantar Bisnis (Dasar-Dasar Ekonomi Perusahaan)*, Yogyakarta: Liberty, 2003.
- Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Kencana, 2003.
- Nur Asnawi dan Masyuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, Malang: UIN Maliki Press, 2011.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid I Diterjemahkan Dari "Marketing Management"* oleh Benyamin Molan, Jakarta: Indeks, 2007.
- Salim Bahreisy dan Said Bahreisy, *Terjemah Singkat Tafsir Ibnu Katsier Jilid 6*, KualaLumpur: Victory Agencie, 1994.
- *Terjemah Singkat Tafsir Ibnu Katsier Jilid 2*, KualaLumpur: Victory Agencie, 1994.
- Setiawan dan Dwi Endah Kusriani, *Ekonometrika*, Yogyakarta: Andi, 2010.
- Siregar, Syopian, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2015.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2001.
- *Metode Penelitian Administrasi*, Bandung: Alfabeta, 2001.
- *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2007.
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006.

Syukri Iska, *Sistem Perbankan Syariah di Indonesia*, Yogyakarta: Fajar Media Pres, 2012.

Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah*, Jakarta: Sinar Grafika, 2008.

JURNAL:

Aliman Syahuri Zein, Analisis Perilaku Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah Di Kabupaten Mandailing Natal, *At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam*, Volume 4 Nomor 2 Edisi Juli-Desember 2018.

Jumi Atika. *Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Pemasaran*. 2016.

Moh. Toriquddin. “Etika Pemasaran Perspektifal-Qur’an Dan Relevansinya Dalam Perbankan Syari’ah”. Volume 7 Nomor 2, Desember 2015.

Sulhani Hermawan. Tinjauan Keadilan Sosial Terhadap Hukum Tata Pangan Indonesia, *Mimbar Hukum* Volume 24, Nomor 3 Oktober 2012.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. IDENTITAS PRIBADI

1. Nama Lengkap : Rumaitsah Lubis
2. Nama Panggilan : Itsah
3. Tempat/Tanggal Lahir : Padangsidempuan, 3 Maret 1997
4. Agama : Islam
5. Jenis Kelamin : Perempuan
6. Anak Ke : 4 (empat) dari 4 (empat) bersaudara
7. Alamat : Jln. MGR Gg. Jagalanggan Kelurahan Ujung Padang Kecamatan Padangsidempuan Selatan Kota Padangsidempuan Provinsi Sumatera Utara
8. Kewarganegaraan : Indonesia
9. No. Telepon/WA : 081396163527

B. LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

1. SD Negeri 200218 Padangsidempuan (2003-2009)
2. SMP Negeri 2 Padangsidempuan (2009-2012)
3. SMK Negeri 3 Padangsidempuan (2012-2015)
4. Program Sarjana (S-1) Perbankan Syariah IAIN Padangsidempuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (2015-2019)

C. IDENTITAS ORANG TUA

- Nama Ayah : Muhammad Ningot Lubis
Pekerjaan : Wiraswasta
Nama Ibu : Nurmahani Hati Tanjung
Pekerjaan : PNS

D. MOTTO HIDUP

“Jadilah menjadi diri sendiri jangan menjadi orang lain”.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

2020.01.13 11:35

Nomor : 2424/ln.14/G.1/TL.00/09/2019
: Mohon Izin Riset
24 September 2019

Yth. Pimpinan BMT Insani Sadabuan Kota Padangsidimpuan.

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan menerangkan bahwa:

- Nama : Rumaitsah Lubis
- NIM : 1540100107
- Semester : IX (Sembilan)
- Program Studi : Perbankan Syariah
- Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan judul: " Pengaruh Etika Pemasaran Islam Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Mudharabah pada BMT Insani Sadabuan Kota Padangsidimpuan ".

Sehubungan dengan itu, atas bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan izin riset dan data sesuai dengan maksud judul di atas

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik

Abdul Nasser Hasibuan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Padangsidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

2020.01.13 11:35

: 1299 /In.14/G.1/PP.00.9/06/2019

: Penunjukan Pembimbing Skripsi

24 Juni 2019

Bapak/ Ibu;
Muhammad Isa
Nini Hayati

: Pembimbing I
: Pembimbing II

Yang hormat, bersama ini kami sampaikan kepada Bapak/ Ibu bahwa
berdasarkan hasil sidang tim pengkajian kelayakan judul skripsi, telah ditetapkan
skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

: Rumaitsah Lubis
: 1540100107
Judul Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Etika Pemasaran Islam terhadap Keputusan Nasabah
Menggunakan Produk Mudharabah pada BMT Insani Sadabuan Kota
Padngsidempuan

Hal itu diharapkan kepada Bapak/ Ibu sebagai pembimbing mahasiswa tersebut
untuk penyelesaian skripsi dan sekaligus penyempurnaan judul bila diperlukan.

Perhatian disampaikan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.



an Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik

Abdul Nasser Hasibuan

Dekan :
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan

KOPERASI SIMPAN PINJAM
BMT INSANI PADANGSIDIMPUAN
Badan Hukum No: 62/PAD/BH/11.19/V/2011
Kantor: Kompleks Pasar Inpres Sadabuan No. 22 Kota Padangsidempuan
Hp: 08526296476-085270396520

: 151 /KSP BMT .vrs /X/19

Padangsidempuan, Oktober 2019

ampiran : -

: Balasan Surat Riset

Kepada Yth;

Institut Agama Islam Negeri (IAIN)

di-

Padangsidempuan

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan hormat, menindak lanjuti surat riset 2424/In.14/G.1/TL.00/09/2019 BMT Insani Sadabuan telah menerima surat riset dari pihak IAIN Padangsidempuan yang menerangkan bahwasanya kami telah memberikan izin kepada:

Nama : Rumaitsah Lubis

NIM : 1540100107

Semester : IX (Sembilan)

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Untuk melaksanakan penelitian di BMT Insani Sadabuan yang sedang menyelesaikan skripsi yang berjudul "**Pengaruh etika pemasaran Islam terhadap keputusan nasabah menggunakan produk mudharabah pada BMT Insani Sadabuan Kota Padangsidempuan**".

Demikian surat ini kami sampaikan atas kerja sama yang baik kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb



BMT Insani Sadabuan

M. Jusar Nasution

2020.01.13 11:36

Lampiran 2

LEMBAR KUISIONER

Kepada Yth,

Bapak/Ibu/Sdr. Responden

di Tempat

Dengan Hormat

Bersama ini, saya mohon kesediaan bapak/ibu untuk mengisi daftar kuesioner yang diberikan. Informasi yang bapak/ibu berikan merupakan bantuan yang sangat berarti bagi saya dalam menyelesaikan penelitian ini.

Jawaban bapak/ibu tidak akan mempunyai dampak negatif terhadap jabatan atau pekerjaan bapak/ibu saat ini. Karena tujuan pengajuan kuesioner ini hanya untuk pengumpulan data guna keberhasilan dalam penyusunan skripsi saya yang berjudul “Pengaruh etika pemasaran Islam terhadap keputusan nasabah menggunakan produk *mudharabah* pada BMT Insani Sadabuan Kota Padangsidempuan”.

Demikian, kepada bapak/ibu yang telah bersedia menjawab pertanyaan-pertanyaan saya, saya ucapkan terimakasih.

I. Identitas Responden

Nama :

Usia :

Jenis Kelamin :

Alamat :

II. Petunjuk Pengisian

1. Berikan checklist (√) pada setiap jawaban anda.
2. Setiap pertanyaan berikut ini terdiri atas lima pilihan jawaban, sebagai berikut:

- a. SS = Sangat setuju
- b. S = Setuju
- c. KS = Kurang Setuju
- d. TS = Tidak Setuju
- e. STS = Sangat Tidak Setuju

III. Daftar Pertanyaan Kuesioner

a. Angket Variabel Kualitas Pelayanan

No	Daftar Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Pegawai BMT Insani Sadabuan dengan cepat menanggapi keluhan dan masukan, serta memberikan jawaban yang jelas kepada nasabah					
2	Pegawai BMT Insani Sadabuan bertanggungjawab atas segala risiko yang dihadapi oleh nasabah					
3	Pegawai BMT Insani Sadabuan melayani dan memperlakukan nasabah baik tanpa memandang status sosial.					
4	Setiap pegawai BMT Insani Sadabuan mampu berkomunikasi dengan sopan dan santun					

b. Angket Variabel Kepribadian Spritual

No	Daftar Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
5	Setiap waktu shalat pegawai BMT Insani Sadabuan berkomitmen untuk mengerjakan shalat terlebih dahulu					
6	Saya berkomitmen menjadi nasabah yang amanah dalam menggunakan <i>mudharabah</i>					
7	Saya harus percaya diri untuk menghadapi segala risiko sebagai nasabah pegawai BMT Insani Sadabuan					
8	Saya memperoleh pengetahuan produk <i>mudharabah</i> dari pendidikan formal dan informal					

c. Angket Variabel Kejujuran

No	Daftar Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
9	Pegawai BMT Insani Sadabuan menyampaikan keunggulan produk <i>mudharabah</i> dengan jujur dan tidak berbohong kepada nasabah					
10	Pegawai BMT Insani Sadabuan					

	tidak mengambil barang orang lain ketika barang tersebut tinggal di BMT.					
11	Pegawai BMT Insani Sadabuan mengakui kesalahan sendiri ketika kesalahan pencatatan utang piutang.					

d. Angket Variabel Keadilan

No	Daftar Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
12	Nasabah yang pertama datang itu yang akan diberi pelayanan terlebih dahulu					
13	Pegawai BMT Insani Sadabuan tidak lupa mencatat utang yang telah dibayarkan					
14	Dalam pencatatan utang tidak mengandung unsur ketidakjelasan (<i>gharar</i>)					
15	Dalam memberikan informasi pegawai tidak membeda-bedakan nasabah					

e. Angket Variabel Keputusan Nasabah Menggunakan *Mudharabah*

No	Daftar Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya menjadi nasabah karena produk yang <i>mudharabah</i> pada BMT Insani Sadabuan dapat membantu dalam masalah keuangan					
2.	Produk <i>mudharabah</i> selalu menarik perhatian anda					
3.	Saya mencari informasi mengenai pembiayaan <i>mudharabah</i> dari teman-teman					
4.	Saya memilih pembiayaan <i>mudharabah</i> karena bujukan pegawai melalui personal selling					
5.	Saya menjadi nasabah pembiayaan <i>mudharabah</i> tanpa mempertimbangkan apapun					
6.	Saya menjadi pembiayaan <i>mudharabah</i> mempertimbangkan jaminan saya disimpan dengan baik					
7.	Saya memutuskan menjadi nasabah karena produk yang ditawarkan menarik					
8.	Saya memutuskan menjadi nasabah dengan kesadaran diri tanpa ada paksaan.					
9.	Saya memutuskan menjadi nasabah pembiayaan <i>mudharabah</i> karena pencairan modal yang lebih mudah dan cepat					
10.	Saya memutuskan menjadi nasabah pembiayaan <i>mudharabah</i> karena banyak yang menggunakannya dalam lingkungan saya berada.					

Padangsidimpuan,
Responden

2019

.....

LAMPIRAN 1

SURAT VALIDASI ANGKET

Menerangkan bahwa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Zulaikha Matondang

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket untuk kelengkapan penelitian yang berjudul:

“Pengaruh etika pemasaran Islam terhadap keputusan nasabah menggunakan produk *mudharabah* pada BMT Insani Sadabuan Kota Padangsidempuan”

Yang disusun oleh:

Nama : RUMAITSAH LUBIS
NIM : 1540100107
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah 3

Adapun masukan saya adalah sebagai berikut:

- 1.
- 2.
- 3.

Dengan harapan masukan dan penilaian yang saya berikan dapat dipergunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket yang baik.

Padangsidempuan, 2019

Zulaikha Matondang

Lampiran 2

DATA MENTAH KUESIONER VARIABEL X1
PELAYANAN

Responden	Butir Pertanyaan Pelayanan					Jumlah
	PL 1	PL 2	PL 3	PL 4	PL 5	
1	5	5	5	5	5	25
2	4	5	5	4	4	22
3	4	4	4	4	5	21
4	4	4	4	4	4	20
5	4	4	5	4	3	20
6	4	4	4	4	4	20
7	4	3	3	4	4	18
8	4	2	3	3	4	16
9	4	4	5	4	3	20
10	4	5	4	4	5	22
11	4	4	4	4	4	20
12	5	4	5	5	4	23
13	3	1	3	3	3	13
14	4	4	3	4	4	19
15	3	3	3	3	4	16
16	4	5	3	3	4	19
17	3	3	4	4	4	18
18	4	4	4	4	4	20
19	3	3	3	3	3	15
20	3	3	3	3	3	15
21	4	4	5	4	4	21
22	4	4	4	4	3	19
23	4	4	4	4	4	20
24	4	4	3	4	4	19
25	4	4	4	4	4	20
26	4	4	4	3	3	18
27	4	5	4	4	4	21
28	5	3	4	5	3	20
29	4	4	4	3	3	18
30	4	4	4	5	5	22
31	4	4	4	4	3	19
32	4	3	3	4	4	18
33	4	4	4	4	4	20
34	3	4	3	3	4	17

35	5	5	4	4	4	22
36	5	3	4	4	4	20
37	4	5	4	3	5	21
38	5	4	4	4	4	21
39	3	3	4	4	4	18
40	3	3	4	4	3	17
41	4	4	4	4	3	19
42	3	4	2	3	3	15
43	4	4	4	4	4	20
44	4	4	3	4	3	18
45	3	4	3	2	3	15
46	5	5	5	5	5	25
47	5	3	4	5	5	22
48	4	3	4	4	3	18
49	5	4	4	5	5	23
50	5	5	4	4	5	23
51	5	5	4	4	5	23
52	4	5	3	4	4	20
53	5	3	1	3	5	17
54	5	3	3	3	5	19
55	4	4	4	4	4	20
56	4	3	3	4	4	18
57	4	4	3	3	5	19
58	4	4	4	5	5	22
59	5	4	2	4	5	20
60	4	3	4	4	3	18
61	4	5	5	5	5	24
62	4	3	4	2	3	16
63	4	3	3	4	3	17
64	4	3	2	2	3	14
65	4	3	3	3	3	16
66	4	4	3	3	5	19
67	4	4	4	4	4	20
68	3	3	3	3	4	16
69	3	3	3	3	3	15
70	4	4	3	3	3	17
71	4	4	4	3	4	19
72	3	5	5	5	3	21
73	4	4	3	4	4	19

74	4	3	4	3	4	18
75	3	4	4	3	3	17
76	4	4	5	4	4	21
77	5	5	3	4	5	22
78	4	4	4	4	4	20
79	5	5	4	4	4	22
80	4	4	3	3	4	18
81	4	4	3	4	4	19
82	5	3	1	3	5	17
83	4	3	3	4	4	18
84	5	5	5	4	4	23
85	4	4	3	3	5	19
86	4	5	5	4	4	22
87	4	4	4	4	3	19
88	4	5	4	4	4	21

**DATA MENTAH KUESIONER VARIABEL X3
KEJUJURAN**

Responden	Butir Pertanyaan Kejujuran					Jumlah
	KJ 1	KJ 2	KJ 3	KJ 4	KJ 5	
1	4	2	3	4	3	16
2	4	3	2	3	4	16
3	3	4	2	4	4	17
4	3	4	4	2	3	16
5	4	2	4	3	3	16
6	4	3	3	3	5	18
7	3	2	3	4	3	15
8	2	4	3	3	5	17
9	4	3	4	3	4	18
10	2	4	4	3	4	17
11	4	2	3	4	4	17
12	4	3	4	2	4	17
13	3	2	3	4	2	14
14	2	4	3	4	4	17
15	4	2	4	2	4	16
16	3	2	2	4	3	14
17	3	3	3	3	4	16
18	4	4	3	2	4	17
19	4	3	4	2	3	16
20	2	2	3	4	4	15

21	4	2	4	3	4	17
22	4	3	2	4	5	18
23	3	4	2	4	2	15
24	4	3	3	4	3	17
25	4	4	2	3	4	17
26	3	2	2	4	4	15
27	3	4	3	4	3	17
28	4	2	4	3	3	16
29	2	4	3	3	4	16
30	2	3	4	3	4	16
31	4	4	2	2	3	15
32	4	3	2	4	3	16
33	4	3	3	4	3	17
34	3	3	2	4	3	15
35	4	2	3	3	4	16
36	3	4	3	4	4	18
37	3	4	2	3	3	15
38	4	3	4	4	5	20
39	3	4	5	5	4	21
40	4	3	4	3	4	18
41	3	2	3	2	3	13
42	4	4	5	4	4	21
43	5	3	4	2	4	18
44	3	4	4	3	3	17
45	5	4	3	4	4	20
46	2	3	4	2	4	15
47	3	4	4	3	4	18
48	4	4	4	4	3	19
49	5	4	5	4	4	22
50	5	3	4	4	5	21
51	3	4	3	4	3	17
52	5	3	4	3	4	19
53	3	4	4	4	4	19
54	4	3	4	2	3	16
55	3	4	3	5	4	19
56	4	5	3	2	3	17
57	5	5	4	3	3	20
58	5	4	4	4	5	22
59	5	3	2	3	2	15

60	5	4	5	4	5	23
61	4	5	4	5	4	22
62	5	4	5	4	5	23
63	4	2	3	4	4	17
64	5	4	3	5	3	20
65	4	5	2	4	4	19
66	5	4	3	4	4	20
67	4	3	4	3	5	19
68	3	4	4	4	4	19
69	5	4	3	4	5	21
70	5	3	4	3	4	19
71	4	2	4	4	3	17
72	5	4	4	4	4	21
73	4	2	2	3	4	15
74	5	2	4	5	4	20
75	4	3	2	3	4	16
76	4	3	4	3	4	18
77	4	2	4	4	4	18
78	4	2	2	4	2	14
79	4	3	2	3	5	17
80	4	4	3	4	3	18
81	5	4	3	4	3	19
82	2	3	4	2	4	15
83	4	2	3	4	4	17
84	4	2	3	4	2	15
85	2	3	4	5	4	18
86	4	4	3	4	5	20
87	2	4	2	2	4	14
88	4	2	3	4	2	15

**DATA MENTAH KUESIONER VARIABEL Y
KEPUTUSAN NASABAH**

Responden	Butir Pertanyaan Keputusan Nasabah					Jumlah
	KP 1	KP 2	KP 3	KP 4	KP 5	
1	4	4	4	4	5	21
2	4	5	4	4	3	20
3	4	5	3	4	5	21
4	3	3	2	2	5	15
5	3	4	2	2	4	15

6	4	4	4	4	4	20
7	4	3	4	4	4	19
8	3	3	3	4	3	16
9	4	4	4	4	3	19
10	3	4	4	5	2	18
11	3	4	4	4	4	19
12	3	4	3	3	4	17
13	3	3	2	2	2	12
14	3	3	3	3	4	16
15	4	3	2	2	2	13
16	4	5	4	3	3	19
17	3	4	4	4	4	19
18	5	5	4	4	4	22
19	3	3	3	3	3	15
20	3	3	3	3	3	15
21	3	3	3	3	4	16
22	3	3	3	3	3	15
23	4	4	3	4	4	19
24	4	4	4	4	3	19
25	4	3	4	4	4	19
26	3	3	3	3	4	16
27	4	4	4	4	4	20
28	3	5	4	4	4	20
29	3	4	4	4	3	18
30	4	5	4	4	4	21
31	3	4	3	3	4	17
32	4	4	4	4	4	20
33	3	3	2	2	5	15
34	4	4	4	4	5	21
35	4	4	3	3	4	18
36	4	4	3	4	3	18
37	5	4	4	5	4	22
38	4	4	4	4	4	20
39	4	4	3	3	4	18
40	3	3	2	2	2	12
41	3	3	3	3	3	15
42	3	4	3	3	4	17
43	3	3	3	3	3	15
44	3	4	3	4	3	17

45	1	2	1	3	2	9
46	3	4	3	3	4	17
47	3	3	3	4	4	17
48	3	4	4	3	4	18
49	4	5	3	4	5	21
50	5	5	3	5	4	22
51	5	4	4	4	3	20
52	5	4	5	4	3	21
53	4	3	4	4	3	18
54	3	4	3	3	3	16
55	4	4	3	4	5	20
56	4	5	4	5	4	22
57	4	5	3	3	4	19
58	4	5	3	3	4	19
59	4	5	5	4	3	21
60	5	5	4	5	5	24
61	4	4	4	4	3	19
62	5	4	4	4	5	22
63	5	4	5	4	5	23
64	4	4	4	4	4	20
65	4	4	4	4	4	20
66	4	4	4	4	4	20
67	4	5	4	4	3	20
68	3	3	4	3	5	18
69	5	5	4	5	5	24
70	3	4	5	2	4	18
71	4	5	4	5	4	22
72	2	3	3	4	4	16
73	3	4	3	5	4	19
74	4	3	4	4	4	19
75	4	3	3	4	4	18
76	3	5	5	4	4	21
77	4	4	4	3	4	19
78	3	5	4	5	5	22
79	3	5	2	3	4	17
80	4	2	3	3	3	15
81	3	3	4	4	4	18
82	2	2	3	4	4	15
83	3	4	2	4	3	16

84	4	4	2	3	3	16
85	4	5	4	4	4	21
86	4	5	3	3	4	19
87	2	3	4	3	5	17
88	3	5	4	4	4	20

DATA MENTAH KUESIONER VARIABEL X2
KEPRIBADIAN SPIRITUAL

Responden	Butir Pertanyaan Kepribadian Spiritual					Jumlah
	KS 1	KS 2	KS 3	KS 4	KS 5	
1	5	4	5	5	3	22
2	5	4	5	4	4	22
3	4	5	5	4	5	23
4	3	4	4	3	4	18
5	3	3	3	4	3	16
6	5	5	4	4	3	21
7	3	4	4	5	4	20
8	5	4	3	4	4	20
9	5	4	4	5	3	21
10	5	4	4	4	5	22
11	5	4	4	5	3	21
12	4	4	5	4	4	21
13	4	4	4	3	4	19
14	5	3	5	4	5	22
15	5	4	4	4	4	21
16	4	4	5	2	3	18
17	5	4	4	4	4	21
18	4	4	3	4	4	19
19	4	4	4	5	4	21
20	5	3	4	5	4	21
21	4	4	4	4	5	21
22	5	4	4	2	4	19
23	5	5	4	4	2	20
24	4	5	5	4	3	21
25	5	3	4	4	4	20
26	4	5	5	4	3	21
27	3	4	2	5	5	19
28	4	5	4	5	4	22
29	3	4	2	5	4	18
30	4	4	2	5	3	18
31	2	5	4	4	3	18
32	4	4	3	3	4	18
33	3	4	4	5	3	19
34	5	4	3	4	4	20
35	4	3	4	4	5	20
36	4	5	4	5	4	22

37	3	4	4	5	3	19
38	5	4	5	3	4	21
39	4	4	3	5	4	20
40	4	5	4	4	5	22
41	5	4	5	5	3	22
42	4	4	5	3	4	20
43	4	4	3	4	5	20
44	5	5	5	4	3	22
45	5	3	4	5	4	21
46	4	4	5	5	4	22
47	5	4	5	4	4	22
48	4	5	4	5	5	23
49	4	5	5	3	4	21
50	5	4	5	5	5	24
51	5	5	4	5	5	24
52	4	4	4	5	4	21
53	4	5	5	5	5	24
54	3	5	5	4	3	20
55	4	3	4	4	5	20
56	5	4	4	4	5	22
57	4	4	5	4	4	21
58	5	5	4	5	4	23
59	4	4	4	4	5	21
60	5	5	5	4	5	24
61	4	4	4	4	5	21
62	4	4	5	4	5	22
63	5	5	4	4	4	22
64	4	3	5	4	4	20
65	4	5	4	5	5	23
66	5	4	5	4	4	22
67	4	4	5	3	4	20
68	4	4	3	4	5	20
69	5	4	5	5	5	24
70	5	3	4	5	4	21
71	4	5	5	4	4	22
72	5	4	4	2	5	20
73	4	4	4	4	5	21
74	4	5	4	5	4	22
75	4	2	4	4	4	18

76	4	5	4	4	5	22
77	5	4	5	4	4	22
78	4	5	4	5	5	23
79	5	4	4	4	4	21
80	5	4	4	5	4	22
81	4	4	4	4	5	21
82	4	4	4	4	4	20
83	4	4	2	4	4	18
84	5	2	4	4	4	19
85	5	4	5	5	4	23
86	5	5	4	5	5	24
87	4	5	4	4	5	22
88	5	4	5	4	5	23

**DATA MENTAH KUESIONER VARIABEL X4
KEADILAN**

Responden	Butir Pertanyaan Keadilan					Jumlah
	AD 1	AD 2	AD 3	AD 4	AD 5	
1	4	5	4	5	5	23
2	4	5	3	4	4	20
3	5	4	4	5	3	21
4	4	4	3	4	4	19
5	3	3	4	3	3	16
6	5	4	4	3	4	20
7	4	5	5	4	5	23
8	4	3	4	3	3	17
9	4	4	5	3	3	19
10	3	4	5	5	4	21
11	5	5	4	4	5	23
12	4	3	5	4	4	20
13	3	4	5	4	2	18
14	4	5	4	5	4	22
15	5	3	5	4	2	19
16	3	3	4	4	4	18
17	5	4	5	4	4	22
18	4	5	5	4	2	20
19	5	3	3	4	3	18
20	3	4	3	4	5	19

21	4	3	4	5	2	18
22	3	4	5	4	5	21
23	5	5	5	3	4	22
24	5	3	4	3	5	20
25	3	4	3	4	4	18
26	5	4	3	3	4	19
27	4	3	5	5	4	21
28	5	4	2	4	3	18
29	4	3	2	4	5	18
30	4	3	5	2	3	17
31	2	4	2	3	3	14
32	4	2	3	4	4	17
33	4	5	2	3	4	18
34	4	3	4	2	4	17
35	5	4	4	2	3	18
36	3	4	5	4	4	20
37	4	4	5	3	3	19
38	4	5	3	4	3	19
39	5	3	5	4	4	21
40	5	4	4	5	4	22
41	4	3	2	3	2	14
42	4	3	3	4	4	18
43	5	3	4	5	4	21
44	5	5	4	5	3	22
45	4	4	5	3	4	20
46	4	3	5	3	3	18
47	4	5	4	4	5	22
48	4	4	5	5	4	22
49	5	4	3	4	5	21
50	4	5	5	5	5	24
51	5	4	3	5	3	20
52	4	5	5	4	3	21
53	5	4	5	5	3	22
54	5	3	4	3	5	20
55	3	4	5	5	3	20
56	3	5	3	5	3	19
57	4	5	3	4	4	20
58	5	4	5	5	4	23
59	3	3	4	2	3	15

60	5	5	4	5	5	24
61	5	4	5	5	5	24
62	5	5	4	5	5	24
63	5	5	3	4	5	22
64	5	5	4	3	4	21
65	5	5	5	3	4	22
66	5	4	5	4	4	22
67	3	5	4	5	5	22
68	5	4	4	5	4	22
69	5	4	5	5	4	23
70	3	5	5	4	4	21
71	5	4	5	4	4	22
72	5	5	4	3	5	22
73	4	5	4	5	4	22
74	5	4	5	4	4	22
75	5	4	5	4	5	23
76	4	3	4	5	4	20
77	5	5	5	4	5	24
78	5	4	5	4	5	23
79	5	5	5	4	4	23
80	4	5	4	5	4	22
81	4	5	3	5	4	21
82	4	5	4	4	5	22
83	4	4	5	4	5	22
84	5	5	4	4	4	22
85	4	5	4	5	5	23
86	5	5	3	4	5	22
87	3	5	3	5	5	21
88	5	3	4	5	4	21

Tabel Durbin-Watson (DW), $\alpha = 5\%$

n	k=1		k=2		k=3		k=4		k=5	
	dL	dU								
71	1.5865	1.6435	1.5577	1.6733	1.5284	1.7041	1.4987	1.7358	1.4685	1.7685
72	1.5895	1.6457	1.5611	1.6751	1.5323	1.7054	1.5029	1.7366	1.4732	1.7688
73	1.5924	1.6479	1.5645	1.6768	1.5360	1.7067	1.5071	1.7375	1.4778	1.7691
74	1.5953	1.6500	1.5677	1.6785	1.5397	1.7079	1.5112	1.7383	1.4822	1.7694
75	1.5981	1.6521	1.5709	1.6802	1.5432	1.7092	1.5151	1.7390	1.4866	1.7698
76	1.6009	1.6541	1.5740	1.6819	1.5467	1.7104	1.5190	1.7399	1.4909	1.7701
77	1.6036	1.6561	1.5771	1.6835	1.5502	1.7117	1.5228	1.7407	1.4950	1.7704
78	1.6063	1.6581	1.5801	1.6851	1.5535	1.7129	1.5265	1.7415	1.4991	1.7708
79	1.6089	1.6601	1.5830	1.6867	1.5568	1.7141	1.5302	1.7423	1.5031	1.7712
80	1.6114	1.6620	1.5859	1.6882	1.5600	1.7153	1.5337	1.7430	1.5070	1.7716
81	1.6139	1.6639	1.5888	1.6898	1.5632	1.7164	1.5372	1.7438	1.5109	1.7720
82	1.6164	1.6657	1.5915	1.6913	1.5663	1.7176	1.5406	1.7446	1.5146	1.7724
83	1.6188	1.6675	1.5942	1.6928	1.5693	1.7187	1.5440	1.7454	1.5183	1.7728
84	1.6212	1.6693	1.5969	1.6942	1.5723	1.7199	1.5472	1.7462	1.5219	1.7732
85	1.6235	1.6711	1.5995	1.6957	1.5752	1.7210	1.5505	1.7470	1.5254	1.7736
86	1.6258	1.6728	1.6021	1.6971	1.5780	1.7221	1.5536	1.7478	1.5289	1.7740
87	1.6280	1.6745	1.6046	1.6985	1.5808	1.7232	1.5567	1.7485	1.5322	1.7745
88	1.6302	1.6762	1.6071	1.6999	1.5836	1.7243	1.5597	1.7493	1.5356	1.7749
89	1.6324	1.6778	1.6095	1.7013	1.5863	1.7254	1.5627	1.7501	1.5388	1.7754
90	1.6345	1.6794	1.6119	1.7026	1.5889	1.7264	1.5656	1.7508	1.5420	1.7758
91	1.6366	1.6810	1.6143	1.7040	1.5915	1.7275	1.5685	1.7516	1.5452	1.7763
92	1.6387	1.6826	1.6166	1.7053	1.5941	1.7285	1.5713	1.7523	1.5482	1.7767
93	1.6407	1.6841	1.6188	1.7066	1.5966	1.7295	1.5741	1.7531	1.5513	1.7772
94	1.6427	1.6857	1.6211	1.7078	1.5991	1.7306	1.5768	1.7538	1.5542	1.7776
95	1.6447	1.6872	1.6233	1.7091	1.6015	1.7316	1.5795	1.7546	1.5572	1.7781
96	1.6466	1.6887	1.6254	1.7103	1.6039	1.7326	1.5821	1.7553	1.5600	1.7785
97	1.6485	1.6901	1.6275	1.7116	1.6063	1.7335	1.5847	1.7560	1.5628	1.7790
98	1.6504	1.6916	1.6296	1.7128	1.6086	1.7345	1.5872	1.7567	1.5656	1.7795
99	1.6522	1.6930	1.6317	1.7140	1.6108	1.7355	1.5897	1.7575	1.5683	1.7799
100	1.6540	1.6944	1.6337	1.7152	1.6131	1.7364	1.5922	1.7582	1.5710	1.7804
101	1.6558	1.6958	1.6357	1.7163	1.6153	1.7374	1.5946	1.7589	1.5736	1.7809
102	1.6576	1.6971	1.6376	1.7175	1.6174	1.7383	1.5969	1.7596	1.5762	1.7813
103	1.6593	1.6985	1.6396	1.7186	1.6196	1.7392	1.5993	1.7603	1.5788	1.7818
104	1.6610	1.6998	1.6415	1.7198	1.6217	1.7402	1.6016	1.7610	1.5813	1.7823
105	1.6627	1.7011	1.6433	1.7209	1.6237	1.7411	1.6038	1.7617	1.5837	1.7827
106	1.6644	1.7024	1.6452	1.7220	1.6258	1.7420	1.6061	1.7624	1.5861	1.7832
107	1.6660	1.7037	1.6470	1.7231	1.6277	1.7428	1.6083	1.7631	1.5885	1.7837
108	1.6676	1.7050	1.6488	1.7241	1.6297	1.7437	1.6104	1.7637	1.5909	1.7841
109	1.6692	1.7062	1.6505	1.7252	1.6317	1.7446	1.6125	1.7644	1.5932	1.7846
110	1.6708	1.7074	1.6523	1.7262	1.6336	1.7455	1.6146	1.7651	1.5955	1.7851
111	1.6723	1.7086	1.6540	1.7273	1.6355	1.7463	1.6167	1.7657	1.5977	1.7855
112	1.6738	1.7098	1.6557	1.7283	1.6373	1.7472	1.6187	1.7664	1.5999	1.7860
113	1.6753	1.7110	1.6574	1.7293	1.6391	1.7480	1.6207	1.7670	1.6021	1.7864
114	1.6768	1.7122	1.6590	1.7303	1.6410	1.7488	1.6227	1.7677	1.6042	1.7869
115	1.6783	1.7133	1.6606	1.7313	1.6427	1.7496	1.6246	1.7683	1.6063	1.7874
116	1.6797	1.7145	1.6622	1.7323	1.6445	1.7504	1.6265	1.7690	1.6084	1.7878
117	1.6812	1.7156	1.6638	1.7332	1.6462	1.7512	1.6284	1.7696	1.6105	1.7883
118	1.6826	1.7167	1.6653	1.7342	1.6479	1.7520	1.6303	1.7702	1.6125	1.7887
119	1.6839	1.7178	1.6669	1.7352	1.6496	1.7528	1.6321	1.7709	1.6145	1.7892
120	1.6853	1.7189	1.6684	1.7361	1.6513	1.7536	1.6339	1.7715	1.6164	1.7896
121	1.6867	1.7200	1.6699	1.7370	1.6529	1.7544	1.6357	1.7721	1.6184	1.7901
122	1.6880	1.7210	1.6714	1.7379	1.6545	1.7552	1.6375	1.7727	1.6203	1.7905
123	1.6893	1.7221	1.6728	1.7388	1.6561	1.7559	1.6392	1.7733	1.6222	1.7910
124	1.6906	1.7231	1.6743	1.7397	1.6577	1.7567	1.6409	1.7739	1.6240	1.7914
125	1.6919	1.7241	1.6757	1.7406	1.6592	1.7574	1.6426	1.7745	1.6258	1.7919
126	1.6932	1.7252	1.6771	1.7415	1.6608	1.7582	1.6443	1.7751	1.6276	1.7923
127	1.6944	1.7261	1.6785	1.7424	1.6623	1.7589	1.6460	1.7757	1.6294	1.7928
128	1.6957	1.7271	1.6798	1.7432	1.6638	1.7596	1.6476	1.7763	1.6312	1.7932
129	1.6969	1.7281	1.6812	1.7441	1.6653	1.7603	1.6492	1.7769	1.6329	1.7937
130	1.6981	1.7291	1.6825	1.7449	1.6667	1.7610	1.6508	1.7774	1.6346	1.7941
131	1.6993	1.7301	1.6838	1.7458	1.6682	1.7617	1.6523	1.7780	1.6363	1.7945
132	1.7005	1.7310	1.6851	1.7466	1.6696	1.7624	1.6539	1.7786	1.6380	1.7950
133	1.7017	1.7319	1.6864	1.7474	1.6710	1.7631	1.6554	1.7791	1.6397	1.7954
134	1.7028	1.7329	1.6877	1.7482	1.6724	1.7638	1.6569	1.7797	1.6413	1.7958
135	1.7040	1.7338	1.6889	1.7490	1.6738	1.7645	1.6584	1.7802	1.6429	1.7962
136	1.7051	1.7347	1.6902	1.7498	1.6751	1.7652	1.6599	1.7808	1.6445	1.7967

Titik Persentase Distribusi Chi-Square untuk d.f. = 51 - 100

df	Pr	0.25	0.10	0.05	0.010	0.005	0.001
51		57.40118	64.29540	68.66929	77.38596	80.74666	87.96798
52		58.46809	65.42241	69.83216	78.61576	82.00083	89.27215
53		59.53435	66.54820	70.99345	79.84334	83.25255	90.57341
54		60.59998	67.67279	72.15322	81.06877	84.50190	91.87185
55		61.66500	68.79621	73.31149	82.29212	85.74895	93.16753
56		62.72942	69.91851	74.46832	83.51343	86.99376	94.46054
57		63.79326	71.03971	75.62375	84.73277	88.23638	95.75095
58		64.85654	72.15984	76.77780	85.95018	89.47687	97.03883
59		65.91927	73.27893	77.93052	87.16571	90.71529	98.32423
60		66.98146	74.39701	79.08194	88.37942	91.95170	99.60723
61		68.04313	75.51409	80.23210	89.59134	93.18614	100.88789
62		69.10429	76.63021	81.38102	90.80153	94.41865	102.16625
63		70.16496	77.74538	82.52873	92.01002	95.64930	103.44238
64		71.22514	78.85964	83.67526	93.21686	96.87811	104.71633
65		72.28485	79.97300	84.82065	94.42208	98.10514	105.98814
66		73.34409	81.08549	85.96491	95.62572	99.33043	107.25788
67		74.40289	82.19711	87.10807	96.82782	100.55401	108.52558
68		75.46124	83.30790	88.25016	98.02840	101.77592	109.79130
69		76.51916	84.41787	89.39121	99.22752	102.99621	111.05507
70		77.57666	85.52704	90.53123	100.42518	104.21490	112.31693
71		78.63374	86.63543	91.67024	101.62144	105.43203	113.57694
72		79.69042	87.74305	92.80827	102.81631	106.64763	114.83512
73		80.74670	88.84992	93.94534	104.00983	107.86174	116.09151
74		81.80260	89.95605	95.08147	105.20203	109.07438	117.34616
75		82.85812	91.06146	96.21667	106.39292	110.28558	118.59909
76		83.91326	92.16617	97.35097	107.58254	111.49538	119.85035
77		84.96804	93.27018	98.48438	108.77092	112.70380	121.09996
78		86.02246	94.37352	99.61693	109.95807	113.91087	122.34795
79		87.07653	95.47619	100.74862	111.14402	115.11661	123.59437
80		88.13026	96.57820	101.87947	112.32879	116.32106	124.83922
81		89.18365	97.67958	103.00951	113.51241	117.52422	126.08256
82		90.23670	98.78033	104.13874	114.69489	118.72613	127.32440
83		91.28944	99.88046	105.26718	115.87627	119.92682	128.56477
84		92.34185	100.97999	106.39484	117.05654	121.12629	129.80369
85		93.39395	102.07892	107.52174	118.23575	122.32458	131.04120
86		94.44574	103.17726	108.64789	119.41390	123.52170	132.27732
87		95.49723	104.27504	109.77331	120.59101	124.71768	133.51207
88		96.54842	105.37225	110.89800	121.76711	125.91254	134.74548
89		97.59932	106.46890	112.02199	122.94221	127.10628	135.97757
90		98.64993	107.56501	113.14527	124.11632	128.29894	137.20835
91		99.70026	108.66058	114.26787	125.28946	129.49053	138.43786
92		100.75031	109.75563	115.38979	126.46166	130.68107	139.66612
93		101.80009	110.85015	116.51105	127.63291	131.87058	140.89313
94		102.84960	111.94417	117.63165	128.80325	133.05906	142.11894
95		103.89884	113.03769	118.75161	129.97268	134.24655	143.34354
96		104.94783	114.13071	119.87094	131.14122	135.43305	144.56697
97		105.99656	115.22324	120.98964	132.30888	136.61858	145.78923
98		107.04503	116.31530	122.10773	133.47567	137.80315	147.01036
99		108.09326	117.40688	123.22522	134.64162	138.98678	148.23036
100		109.14124	118.49800	124.34211	135.80672	140.16949	149.44925

Tabel T

d.f.	TINGKAT SIGNIFIKANSI							
	Dua sisi	20%	10%	5%	2%	1%	0,2%	0,1%
Satu sisi	10%	5%	2,5%	1%	0,5%	0,1%	0,05%	
61	1,296	1,670	2,000	2,389	2,659	3,229	3,457	
62	1,295	1,670	1,999	2,388	2,657	3,227	3,454	
63	1,295	1,669	1,998	2,387	2,656	3,225	3,452	
64	1,295	1,669	1,998	2,386	2,655	3,223	3,449	
65	1,295	1,669	1,997	2,385	2,654	3,220	3,447	
66	1,295	1,668	1,997	2,384	2,652	3,218	3,444	
67	1,294	1,668	1,996	2,383	2,651	3,216	3,442	
68	1,294	1,668	1,995	2,382	2,650	3,214	3,439	
69	1,294	1,667	1,995	2,382	2,649	3,213	3,437	
70	1,294	1,667	1,994	2,381	2,648	3,211	3,435	
71	1,294	1,667	1,994	2,380	2,647	3,209	3,433	
72	1,293	1,666	1,993	2,379	2,646	3,207	3,431	
73	1,293	1,666	1,993	2,379	2,645	3,206	3,429	
74	1,293	1,666	1,993	2,378	2,644	3,204	3,427	
75	1,293	1,665	1,992	2,377	2,643	3,202	3,425	
76	1,293	1,665	1,992	2,376	2,642	3,201	3,423	
77	1,293	1,665	1,991	2,376	2,641	3,199	3,421	
78	1,292	1,665	1,991	2,375	2,640	3,198	3,420	
79	1,292	1,664	1,990	2,374	2,640	3,197	3,418	
80	1,292	1,664	1,990	2,374	2,639	3,195	3,416	
81	1,292	1,664	1,990	2,373	2,638	3,194	3,415	
82	1,292	1,664	1,989	2,373	2,637	3,193	3,413	
83	1,292	1,663	1,989	2,372	2,636	3,191	3,412	
84	1,292	1,663	1,989	2,372	2,636	3,190	3,410	
85	1,292	1,663	1,988	2,371	2,635	3,189	3,409	
86	1,291	1,663	1,988	2,370	2,634	3,188	3,407	
87	1,291	1,663	1,988	2,370	2,634	3,187	3,406	
88	1,291	1,662	1,987	2,369	2,633	3,185	3,405	
89	1,291	1,662	1,987	2,369	2,632	3,184	3,403	
90	1,291	1,662	1,987	2,368	2,632	3,183	3,402	
91	1,291	1,662	1,986	2,368	2,631	3,182	3,401	
92	1,291	1,662	1,986	2,368	2,630	3,181	3,399	
93	1,291	1,661	1,986	2,367	2,630	3,180	3,398	

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78

Lampiran 3

Hasil Uji Validitas X₁

Correlations

		PL1	PL2	PL3	PL4	PL5	TOTAL_PL
PL1	Pearson Correlation	1	,302**	,098	,382**	,506**	,632**
	Sig. (2-tailed)		,004	,365	,000	,000	,000
	N	88	88	88	88	88	88
PL2	Pearson Correlation	,302**	1	,433**	,338**	,325**	,734**
	Sig. (2-tailed)	,004		,000	,001	,002	,000
	N	88	88	88	88	88	88
PL3	Pearson Correlation	,098	,433**	1	,553**	-,037	,649**
	Sig. (2-tailed)	,365	,000		,000	,730	,000
	N	88	88	88	88	88	88
PL4	Pearson Correlation	,382**	,338**	,553**	1	,287**	,757**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000		,007	,000
	N	88	88	88	88	88	88
PL5	Pearson Correlation	,506**	,325**	-,037	,287**	1	,591**
	Sig. (2-tailed)	,000	,002	,730	,007		,000
	N	88	88	88	88	88	88
TOTAL_PL	Pearson Correlation	,632**	,734**	,649**	,757**	,591**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	88	88	88	88	88	88

Hasil Uji Validitas X₂

Correlations

		KS1	KS2	KS3	KS4	KS5	TOTAL_KS
KS1	Pearson Correlation	1	,147	,340**	,349**	,432**	,707**
	Sig. (2-tailed)		,171	,001	,001	,000	,000
	N	88	88	88	88	88	88
KS2	Pearson Correlation	,147	1	,143	,173	,250*	,499**
	Sig. (2-tailed)	,171		,184	,107	,019	,000
	N	88	88	88	88	88	88
KS3	Pearson Correlation	,340**	,143	1	,359**	,311**	,666**
	Sig. (2-tailed)	,001	,184		,001	,003	,000
	N	88	88	88	88	88	88
KS4	Pearson Correlation	,349**	,173	,359**	1	,241*	,661**
	Sig. (2-tailed)	,001	,107	,001		,024	,000
	N	88	88	88	88	88	88
KS5	Pearson Correlation	,432**	,250*	,311**	,241*	1	,703**
	Sig. (2-tailed)	,000	,019	,003	,024		,000
	N	88	88	88	88	88	88
TOTAL_KS	Pearson Correlation	,707**	,499**	,666**	,661**	,703**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	88	88	88	88	88	88

Hasil Uji Validitas X₃

Correlations

		KJ1	KJ2	KJ3	KJ4	KJ5	TOTAL_KJ
KJ1	Pearson Correlation	1	,254*	,148	,177	,103	,489**

	Sig. (2-tailed)		,017	,169	,099	,341	,000
	N	88	88	88	88	88	88
KJ2	Pearson Correlation	,254*	1	,291**	,328**	,296**	,677**
	Sig. (2-tailed)	,017		,006	,002	,005	,000
	N	88	88	88	88	88	88
KJ3	Pearson Correlation	,148	,291**	1	,220*	,292**	,646**
	Sig. (2-tailed)	,169	,006		,039	,006	,000
	N	88	88	88	88	88	88
KJ4	Pearson Correlation	,177	,328**	,220*	1	,308**	,660**
	Sig. (2-tailed)	,099	,002	,039		,004	,000
	N	88	88	88	88	88	88
KJ5	Pearson Correlation	,103	,296**	,292**	,308**	1	,658**
	Sig. (2-tailed)	,341	,005	,006	,004		,000
	N	88	88	88	88	88	88
TOTAL_KJ	Pearson Correlation	,489**	,677**	,646**	,660**	,658**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	88	88	88	88	88	88

Hasil Uji Validitas X₄

Correlations

		AD1	AD2	AD3	AD4	AD5	TOTAL_AD
AD1	Pearson Correlation	1	,125	,172	,267*	,248*	,534**
	Sig. (2-tailed)		,247	,110	,012	,020	,000
	N	88	88	88	88	88	88
AD2	Pearson Correlation	,125	1	,359**	,311**	,456**	,700**

	Sig. (2-tailed)	,247		,001	,003	,000	,000
	N	88	88	88	88	88	88
AD3	Pearson Correlation	,172	,359**	1	,241*	,171	,613**
	Sig. (2-tailed)	,110	,001		,024	,111	,000
	N	88	88	88	88	88	88
AD4	Pearson Correlation	,267*	,311**	,241*	1	,377**	,695**
	Sig. (2-tailed)	,012	,003	,024		,000	,000
	N	88	88	88	88	88	88
AD5	Pearson Correlation	,248*	,456**	,171	,377**	1	,688**
	Sig. (2-tailed)	,020	,000	,111	,000		,000
	N	88	88	88	88	88	88
TOTAL_ AD	Pearson Correlation	,534**	,700**	,613**	,695**	,688**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	88	88	88	88	88	88

Hasil Uji Validitas Y

Correlations

		KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	TOTAL_KP
KP1	Pearson Correlation	1	,475**	,437**	,404**	,196	,719**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,067	,000
	N	88	88	88	88	88	88
KP2	Pearson Correlation	,475**	1	,383**	,403**	,259*	,729**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,015	,000

	N	88	88	88	88	88	88
KP3	Pearson Correlation	,437**	,383**	1	,528**	,251*	,749**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,018	,000
	N	88	88	88	88	88	88
KP4	Pearson Correlation	,404**	,403**	,528**	1	,211*	,730**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,049	,000
	N	88	88	88	88	88	88
KP5	Pearson Correlation	,196	,259*	,251*	,211*	1	,550**
	Sig. (2-tailed)	,067	,015	,018	,049		,000
	N	88	88	88	88	88	88
TOTAL_KP	Pearson Correlation	,719**	,729**	,749**	,730**	,550**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	88	88	88	88	88	88

HASIL UJI RELIABILITAS

Hasil Uji Reliabilitas X₁

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,693	5

Hasil Uji Reliabilitas X₂

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,659	5

Hasil Uji Reliabilitas X₃

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,616	5

Hasil Uji Reliabilitas X₄

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,653	5

Hasil Uji Reliabilitas Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,734	5

HASIL UJI NORMALITAS

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		88
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,54969413
Most Extreme Differences	Absolute	,057
	Positive	,039
	Negative	-,057
Test Statistic		,057
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

HASIL UJI LINEARITAS

Hasil Uji Linearitas Pelayanan Dan Keputusan Nasabah *Deviation From Linearity*

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KP * PL	Between	(Combined)	95,538	12	7,961	1,072	,396
	Groups	Linearity	43,803	1	43,803	5,897	,018
		Deviation from Linearity	51,735	11	4,703	,633	,795
Within Groups			557,087	75	7,428		
Total			652,625	87			

Hasil Uji Linieritas Kepribadian Spiritual Dengan Keputusan Nasabah Dilihat Dari *Lagrange Multiplier*

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,104 ^a	,011	-,001	2,740

a. Predictors: (Constant), KS

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	7,107	1	7,107	,947	,333 ^b
Residual	645,518	86	7,506		
Total	652,625	87			

Hasil Uji Linieritas Kejujuran Dengan Keputusan Nasabah Dilihat Dari *Lagrange Multiplier*

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,056 ^a	,003	-,008	2,750

a. Predictors: (Constant), KJ

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	2,079	1	2,079	,275	,601 ^b
Residual	650,546	86	7,564		
Total	652,625	87			

Hasil Uji Linieritas Keadilan Dengan Keputusan Nasabah Dilihat Dari *Lagrange Multiplier*

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,044 ^a	,002	-,010	2,752

a. Predictors: (Constant), AD

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1,261	1	1,261	,167	,684 ^b
Residual	651,364	86	7,574		
Total	652,625	87			

HASIL UJI MULTIKOLINERITAS

Hasil Uji Multikolineritas

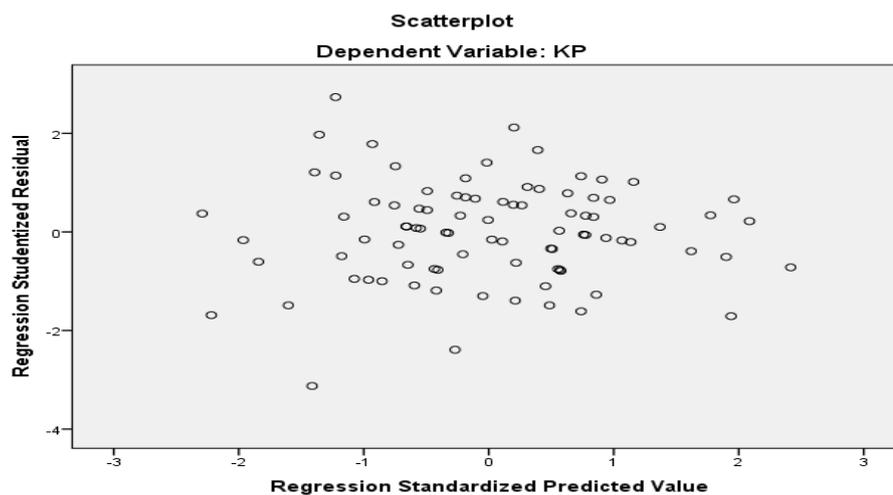
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	8,886	3,410		2,606	,011		
PL	,352	,117	,316	3,021	,003	,951	1,051
KS	-,382	,322	-,377	-1,185	,239	,103	9,697
KJ	-,150	,180	-,136	-,835	,406	,394	2,538
AD	,672	,318	,652	2,111	,038	,109	9,149

a. Dependent Variable: KP

HASIL UJI HETEROSKEDASTISITAS

Hasil Uji Heteroskedastisitas



HASIL UJI AUTOKORELASI

Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,365 ^a	,133	,092	2,610	1,646

a. Predictors: (Constant), AD, PL, KJ, KS

b. Dependent Variable: KP

HASIL UJI REGRESI LINIER BERGANDA

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8,886	3,410		2,606	,011
	PL	,352	,117	,316	3,021	,003
	KS	-,382	,322	-,377	-1,185	,239
	KJ	-,150	,180	-,136	-,835	,406
	AD	,672	,318	,652	2,111	,038

a. Dependent Variable: KP

Hasil Uji Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,365 ^a	,133	,092	2,610	1,646

a. Predictors: (Constant), AD, PL, KJ, KS

b. Dependent Variable: KP

Hasil Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8,886	3,410		2,606	,011
	PL	,352	,117	,316	3,021	,003
	KS	-,382	,322	-,377	-1,185	,239
	KJ	-,150	,180	-,136	-,835	,406
	AD	,672	,318	,652	2,111	,038

a. Dependent Variable: KP

Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	87,043	4	21,761	3,193	,017 ^b
	Residual	565,582	83	6,814		
	Total	652,625	87			

a. Dependent Variable: KP

b. Predictors: (Constant), AD, PL, KJ, KS

Lampiran 6





