

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
ANGGOTA DALAM MENGGUNAKAN PRODUK TABUNGAN
WADI'AH BMT DANA SYARI'AH GIWANGAN**



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN SYARAT-SYARAT
MEMPEROLEH GELAR SARJANA STRATA SATU
DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

OLEH :

FAQIH MASYHAD
00390364

PEMBIMBING :

- 1. H. SYAFIQ M HANAFLI, S.Ag., M.Ag.**
- 2. JOKO SETYONO, SE., M.Si.**

**PROGRAM STUDI KEUANGAN ISLAM
FAKULTAS SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2007**

H. SYAFIQ M HANAFLI, S.Ag., M.Ag.

Dosen Fakultas Syariah
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Nota Dinas

Hal : Skripsi
Saudara Faqih Masyhad

Kepada
Yth. Bapak Dekan Fakultas Syariah
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti dan mengoreksi serta menyarankan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Faqih Masyhad
NIM : 00390364
Judul : "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Anggota dalam Menggunakan Produk Tabungan Wadi'ah BMT Dana Syari'ah Giwangan".

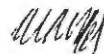
Sudah dapat diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Jurusan Muamalah Program Studi Keuangan Islam Fakultas Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Dengan ini kami berharap agar skripsi saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Untuk itu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 3 Rajab 1428M
18 Juli 2007 M

Pembimbing I



H. SYAFIQ M HANAFLI, S.Ag., M.Ag.
NIP. 150 282 012

JOKO SETYONO, SE., M.Si.

Dosen Fakultas Syariah
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Nota Dinas

Hal : Skripsi
Saudara Faqih Masyhad

Kepada
Yth. Bapak Dekan Fakultas Syariah
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti dan mengoreksi serta menyarankan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Faqih Masyhad
NIM : 00390364
Judul : "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Anggota dalam Menggunakan Produk Tabungan Wadi'ah BMT Dana Syari'ah Giwangan".

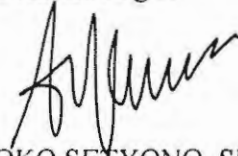
Sudah dapat diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu dalam jurusan Muamalah program studi keuangan Islam Fakultas Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Untuk itu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 3 Rajab 1428M
18 Juli 2007 M.

Pembimbing II



JOKO SETYONO, SE., M.Si.
NIP. 150 321 647

PENGESAHAN

Skripsi berjudul:

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN ANGGOTA DALAM MENGGUNAKAN PRODUK TABUNGAN WADI'AH BMT DANA SYARI'AH GIWANGAN

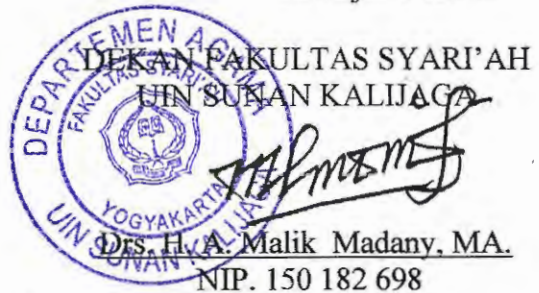
Yang disusun oleh:

FAQIH MASYHAD

NIM: 00390364

Telah dimunaqasyahkan di depan sidang munaqasyah pada hari Senin tanggal 6 Agustus 2007 M/22 Rajab 1428 H, dan dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Yogyakarta, 6 Agustus 2007 M
22 Rajab 1418 H



Panitia Ujian Munaqasyah

Ketua Sidang

Wawan Gunawan, H., S.Ag., M.Ag.
NIP. 150 282 520

Pembimbing I

H. Syafiq M Hanafi, S.Ag., M.Ag.
NIP. 150 282 012

Penguji I

H. Syafiq M Hanafi, S.Ag., M.Ag.
NIP. 150 282 012

Sekretaris Sidang

Wawan Gunawan, H., S.Ag., M.Ag.
NIP. 150 282 520

Pembimbing II

Joko Setyono, SE., M.Si.
NIP. 150 321 647

Penguji II

Sunaryati, SE., M.Si.
NIP. 150 321 645

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

إِنَّ الْحَمْدَ لِلَّهِ نَحْمَدُهُ وَنُسْتَعِينُهُ وَنَسْتَغْفِرُهُ وَنَعُوذُ بِاللَّهِ مِنْ شَرِّهِ وَأَنْفُسَنَا وَمِنْ سَيِّئَاتِ أَعْمَالِنَا مَنْ يَهْدِ اللَّهُ فَلَا ضَلَالَ لَهُ وَمَنْ يَضِلَّ فَلَا هَادِيَ لَهُ أَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَحْدَهُ لَا شَرِيكَ لَهُ وَأَشْهَدُ أَنَّ مُحَمَّدًا عَبْدُهُ وَرَسُولُهُ أَمَّا بَعْدُ.

Segala puji bagi Allah, Tuhan seru sekalian alam yang telah menciptakan makhluknya berbeda-beda agar mereka berlomba-lomba menuju kepada-Nya. Sholawat serta salam tercurah kepada kekasih Allah, Muhammad SAW. Nabi sekaligus Rosul yang telah menjadi perantara pengenalan makhluk kepada Kholiknya.

Segala upaya untuk menjadikan skripsi ini mendekati kesempurnaan telah penulis lakukan. Namun, karena keterbatasan yang penulis miliki membuat skripsi ini menjadi jauh dari sempurna. Hanya kontribusi dan bantuan dari berbagai pihaklah yang membuat skripsi ini layak untuk dibaca dan diterima. Oleh karena itu, dalam kesempatan kali ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H.M Amin Abdullah selaku rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Drs. H. Malik Madaniy, MA. selaku Dekan Fakultas Syari'ah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Prof. Dr. Khoiruddin, MA. selaku Pembantu Dekan I Fakultas Syari'ah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
4. Bapak Drs. Yusuf Khoiruddin, SE., M.Si. selaku Kaprodi Keuangan Islam Jurusan Mu'ammalah Fakultas Syari'ah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
5. Bapak Dra. Siti Djazimah, S. Ag., M. Ag., selaku Dosen Penasehat Akademik

6. Bapak H. Syafiq Mahmadah Hanafi, S.Ag., M.Ag., selaku pembimbing I yang telah memberikan pengarahan dan petunjuk.
7. Bapak Joko Setyono, S.E., M.Si. selaku pembimbing II yang telah memberikan masukan dan perbaikan.
8. Bapak dan ibu dosen serta seluruh staff dan karyawan Fakultas Syari'ah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
9. Bapak Mufid, S.Ag, PPSDM Muamalat Center Indonesia yang telah memberikan izin penelitian.
10. Bapak Dwi Endar Purnomo, S. Pd, selaku direktur Baitul Māl Wa Tamwīl (BMT) Dana Syari'ah Giwangan yang telah memberikan ijin penelitian.
11. Ibu Hari dan Budi Sugianto, A. Md yang telah membantu mengambil data.
12. Mba Nafisah Kurniawati, S. Ag. selaku kasir Baitul Māl Wa Tamwīl (BMT) Dana Syari'ah Giwangan yang telah memberikan data tentang BMT.
13. Ibunda Umi Asiyah dan Ayahanda Dawud Al Qoljubi sumber inspirasi yang dengan sabar dan togar telah mendidik penulis.
14. Seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu.

Tak ada gading yang tak retak, sehingga penulis merasa skripsi ini jauh dari sempurna. Semoga skripsi ini bisa memberikan kontribusi dan sumbangan karya ilmiah untuk almamater prodi Keuangan Islam Fakultas Syari'ah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Yogyakarta, 25 Jumadil Akhir 1428M
10 Juli 2007 M



Faqih Masyhad
NIM. 003900364

MOTTO

"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu."

(Qs. An-Nisaa' (4) : 29)

Carilah ilmu dan harta dalam kehidupan ini, niscaya engkau raih kepemimpinan atas manusia, karena mereka hanya terbagi menjadi dua, yaitu golongan khusus dan golongan awam. Diantara khusus engkau unggul dengan ilmu dan pada kelompok awam engkau unggul dengan harta

150 Mutiara Kehidupan: 22

Errors, like straws, upon the surface flow;
He who would search for pearls must dive below

(John Dryden)

Belajar yang tepat dan benar adalah kunci bekerja yang benar
Karir dalam bekerja akan diraih seiring dengan cara kerja yang selalu diperbaiki.
sedangkan cara memperbaiki kerja adalah belajar

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Skripsi yang sederhana ini kupersembahkan,

Terkhusus sekali kepada Bunda Tercinta yang selalu memberikan dorongan penulis untuk segera menyelesaikan studi

Ayahanda Tercinta yang dengan sabar menasehati, dan memberikan inspirasi penulis untuk berusaha bersikap bijak terhadap apapun

Meine Schwestern Mba Quroh, Aah, Ifi, Ima, meine Brüdern Maksun, Arif.

Teman- teman satu angkatan dan satu alamamater Gepenk, Ujank, Ipin, Ebet, Iin dll.

Teman-teman IKAPMAWI Yogyakarta, terus berjuanglah kalian...

Keep running!!! Future better than now, and now better than yesterday...

Teman-teman kontrakan, Altman, Kenthus, Mbang Gulo, Sarno & The Eyesnail, Waran, BM, Dalimin, Brutus Sika'...

Serta seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu....

Semoga mendapat balasan di sisi Allah SWT.

ABSTRAK

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang terpenting dari suatu kegiatan usaha, baik perusahaan manufaktur maupun perusahaan jasa dalam hal ini BMT demi kelangsungan dan perkembangan suatu usaha tersebut. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri empat variabel yaitu: produk, harga, tempat, dan promosi terhadap keputusan anggota dalam menggunakan produk wadi'ah pada BMT Dana Syari'ah Giwangan. Pada awal periode berdirinya bulan Juli 2005, BMT ini mampu menyedot anggota sebanyak 505 pedagang di pasar Giwangan.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan. Adapun sifat penelitian ini adalah asosiatif analitik. Populasi penelitian ini adalah anggota BMT Dana Syari'ah yang menggunakan tabungan wadi'ah pada tahun 2005. Untuk sampel peneliti mengambil 30 responden dari 151 anggota yang masih aktif.

Dari hasil penelitian ini diperoleh angka (R^2) sebesar 0,815. Hal ini berarti sekitar 81,5% keputusan nasabah dipengaruhi oleh produk, harga, tempat, dan promosi. Sedangkan 18,5% dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel tersebut. Dari uji ANOVA atau F Test, didapat F hitung sebesar 27,520, dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel keputusan anggota.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa produk, harga, tempat, dan promosi berpengaruh terhadap keputusan anggota dalam menggunakan produk wadi'ah BMT Dana Syari'ah Giwangan, baik secara parsial atau serentak. Hasil uji t didapat t-hitung variabel produk sebesar 2,873, dengan tingkat signifikansi sebesar 0,008, untuk variabel harga sebesar 2,286, dengan tingkat signifikansi 0,031, variabel tempat sebesar 2,439, dengan tingkat signifikansi 0,022, variabel sebesar 2,552, dengan tingkat signifikansi 0,017. Karena t-hitung masing-masing variabel tersebut lebih besar dari t tabel maka variabel produk, harga, tempat, serta promosi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan anggota dalam menggunakan produk tabungan wadi'ah.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Penulisan transliterasi Arab-Latin yang digunakan oleh penyusun adalah pedoman transliterasi dari keputusan bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 158 Tahun 1987 dan No. 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba'	b	bc
ت	ta'	t	tc
ث	sā'	ś	es (dengan titik di atas)
ج	Jīm	j	je
ح	hā	h	ha (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	kh	ka dan ha
د	dāl	d	dc
ذ	zal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	r	cr
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	sād	s.	es (dengan titik di bawah)

ض	ḍaḍ	d	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭā'	t	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa'	z	ze (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik
غ	ḡain	g	ge
ف	fā'	f	cf
ق	qā'	q	qi
ك	kā'	k	ka
ل	lām	l	cl
م	mīm	m	cm
ن	Nūn	n	cn
و	wāwū	w	wc
هـ	Ha'	h	ha
ء	hamzah	'	apostrof (tetapi tidak dilambangkan apabila terletak di awal kata)
ي	Ya'	y	ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoflong dan rangkap atau diflong.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
—	Fathah	a	a
—	Kasrah	i	i
—	Dammah	u	u

Contoh:

كتب - kataba

يذهب - yazhabu

سئل - su'ila

ذكر - zukira

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ي	Fathah dan ya	ai	a dan i
و	Fathah dan wawu	au	a dan u

Contoh:

كيف - kaifa

حول - haula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ي	Fathah dan alif atau alif Maksurah	ā	a dengan garis di atas

ي	Kasrah dan ya	ī	i dengan garis di atas
و	dammah dan wawu	ū	u dengan garis di atas

Contoh:

قال - qāla

قيل - qīla

رمى - ramā

يقول - yaqūlu

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua:

1. Ta Marbutah hidup

Ta' marbutah yang hidup atau yang mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah (i).

2. Ta' Marbutah mati

Ta' marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah (l)

Contoh: طلحة - talheh

3. Kalau pada kata yang terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang "al" serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan ha' atau h

Contoh: روضة الجنة - raudah al-Jannah

E. Syaddah (Tasydid)

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

Contoh: رَبَّنَا - rabbanā

نُعِمُّ - nu'immu

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu “ال”. Namun, dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti oleh qamariyyah.

1. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya yaitu “al” diganti huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Cotoh : الرَّجُل - ar-rajulu

السَّيِّدَةُ - as-sayyidatu

2. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyyah.

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyyah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai pula dengan

bunyinya. Bila diikuti oleh huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan tanda sambung (-)

Contoh: القلم - al-qalamu
البدیع - al-badī'u

الجلال - al-jalālu

G. Hamzah

Sebagaimana dinyatakan di depan, hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila terletak di awal kata, hamzah tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh :

شيء - syai'un

أمرت - umirtu

النوء - an-nau'u

تأخذون - ta'khuzūna

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il (kata kerja), isim atau huruf, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain, karena ada huruf Arab atau harkat yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وان الله لهو خير الرازقين - Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn

atau

Wa innallāha lahuwa khairur- rāziqīn

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

Contoh :

وما محمد إلا رسول - wa mā Muhammadun illā Rasūl

إنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ - Inna awwala baitin wudi'a linnāsi

Penggunaan huruf kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada kata lain sehingga ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh :

نصر من الله وفتح قريب - nasrun minallāhi wa fathun qarīb

لله الأمر جميعاً - lillāhi al-amru jamī'an

- J. Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tidak terpisahkan dengan ilmu tajwid.

SURAT PERNYATAAN

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Faqih Masyhad

NIM : 00390364

Jurusan-Prodi : Muamalah – Keuangan Islam

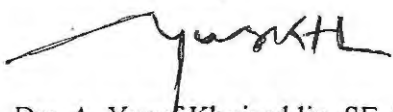
Menyatakan bahwa skripsi berjudul **PENGARUH BAHAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN ANGGOTA DALAM MENGGUNAKAN PRODUK TABUNGAN WADIAH BMT DANA SYARIAH GIWANGAN** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam footnote dan daftar pustaka. Dan apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini maka tanggungjawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 18 Juli 2007 M
3 Rajab 1428 M

Mengetahui,
Ka. Prodi Keuangan Islam



Drs. A. Yusuf Khoiruddin, SE, M.Si.
NIP. 150 253 887

Penyusun



Faqih Masyhad
NIM. 003900364

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
NOTA DINAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN MOTTO.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
ABSTRAK.....	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN.....	x
SURAT PERNYATAAN	xvii
DAFTAR ISI	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxi
DAFTAR TABEL	xxii
DAFTAR GAMBAR	xxiii
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pokok Masalah	7
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	7
D. Telaah Pustaka	8
E. Hipotesis.....	10
F. Metode Penelitian	11
G. Sistematika Pembahasan.....	21
 BAB II LANDASAN TEORI	
A. BMT.....	23
B. Produk Tabungan Wadi'ah	25

C. Strategi Pemasaran	29
1. Pengertian Pemasaran	29
2. Marketing Mix	32
D. Ruang Lingkup Pemasaran Jasa	
1. Pengertian Jasa.....	44
2. Karakteristik Jasa	45
3. Strategi Pemasaran Jasa	46
4. Pemasaran Islami.....	46
E. Proses Pengambilan Keputusan.....	50
F. Perilaku Konsumen.....	52
1. Teori Ekonomi Mikro	52
2. Teori Psikologis.....	53
3. Teori Sosiologis	54
4. Teori Antropologis.....	54
G. Perilaku Konsumen Islami.....	55

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Berdirinya Baitul Ma'ali Wa Tamwil (BMT) Dana Syari'ah.....	56
B. Lokasi BMT Dana Syari'ah	59
C. Struktur Organisasi	61
D. Visi Misi dan Tujuan	64
E. Produk-produk BMT Dana Syari'ah	65
F. Pemasaran Produk BMT Dana Syari'ah.....	68

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Responden.....	70
B. Uji Validitas	73
C. Uji Reliabilitas.....	78
D. Uji Asumsi Klasik.....	80
E. Pengujian Hipotesis.....	84
F. Interpretasi Hasil Penelitian.....	90
G. Implikasi Syari'ah.....	92

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	94
B. Saran	95

DAFTAR PUSTAKA.....	96
---------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I	DAFTAR TERJEMAHAN DAN KUTIPAN AL-QUR'AN.....	i
LAMPIRAN II	BIOGRAFI TOKOH DAN SARJANA MUSLIM.....	II
LAMPIRAN III	DAFTAR PERTANYAAN ANGKET.....	III
LAMPIRAN IV	SKOR ANGKET.....	VII
LAMPIRAN V	VALIDITAS DAN RELIABILITAS PRODUK.....	IX
LAMPIRAN VI	VALIDITAS DAN RELIABILITAS HARGA.....	X
LAMPIRAN VII	VALIDITAS DAN RELIABILITAS TEMPAT.....	XI
LAMPIRAN VIII	VALIDITAS DAN RELIABILITAS PROMOSI.....	XII
LAMPIRAN IX	VALIDITAS DAN RELIABILITAS KEPUTUSAN ANGGOTA.....	XIII
LAMPIRAN X	UJI ASUMSI KLASIK DAN REGRESI.....	XIV
LAMPIRAN XI	SURAT IJIN PENELITIAN BMT DANA SYARIAH.....	XIX
LAMPIRAN XII	SURAT KETERANGAN/ IJIN GUBERNUR DIY.....	XX
LAMPIRAN XIII	SURAT KETERANGAN/ IJIN BAPPEDA KOTA.....	XXI
LAMPIRAN XIV	CURRICULUM VITAE.....	XXII

DAFTAR TABEL

TABEL 1.1 KISI-KISI PEMBUATAN ANGKET	14
TABEL 4.1 KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN JENIS KELAMIN.....	70
TABEL 4.2 KARAKTERSTIK RESPONDEN BERDASARKAN UMUR...	71
TABEL 4.3 KARAKTERSTIK RESPONDEN BERDASARKAN TINGKAT PENDIDIKAN	71
TABEL 4.4 KARAKTERSTIK RESPONDEN BERDASARKAN PEKERJAAN.....	72
TABEL 4.5 KARAKTERSTIK RESPONDEN BERDASARKAN JUMLAH PENGHASILAN.....	73
TABEL 4.6 HASIL UJI VALIDITAS INSTRUMEN PRODUK.....	75
TABEL 4.7 HASIL UJI VALIDITAS INSTRUMEN HARGA.....	76
TABEL 4.8 HASIL UJI VALIDITAS INSTRUMEN TEMPAT.....	76
TABEL 4.9 HASIL UJI VALIDITAS INSTRUMEN PROMOSI.....	77
TABEL 4.10 HASIL UJI VALIDITAS INSTRUMEN KEPUTUSAN ANGGOTA.....	77
TABEL 4.11 HASIL UJI RELIABILITAS	78
TABEL 4.12 UJI MULTIKOLENIERITAS.....	82
TABEL 4.13 UJI DURBIN WATSON.....	83
TABEL 4.14 HASIL UJI REGRESI BERGANDA.....	84
TABEL 4.15 HASIL UJI T.....	86

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1	DIAGRAM HUBUNGAN ANTARA VARABEL INDEPENDEN DAN DEPENDEN	12
GAMBAR 2.1	HUBUNGAN 4P DENGAN 4 O.....	40
GAMBAR 2.2	PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN.....	47
GAMBAR 3.0	STRUKTUR ORGANISASI BMT DANA SYARI'AH.....	61
GAMBAR 4.1	UJI HETEROKEDASTISITAS.....	81

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sebagai salah satu Lembaga Keuangan Syari'ah, BMT Dana Syari'ah (BDS) merupakan BMT cabang dari Muamalat Center Indonesia (MCI). Berdiri sejak tanggal 29 Juli 2005 memiliki komitmen untuk mengambil peran dalam pemberdayaan ekonomi rakyat dan membebaskan pelaku ekonomi dan para rentenir, selama lebih kurang 3 bulan BMT ini sudah dapat memberikan kepercayaan kepada masyarakat. Terbukti dari jumlah nasabah sebanyak 505 nasabah.¹

Bait Māl wat Tamwīl adalah lembaga yang langsung bersentuhan dengan masyarakat menengah ke bawah. Lembaga keuangan bank dan non bank yang beroperasi tidak sepenuhnya bisa diakses oleh masyarakat pedesaan. Kemampuan tersebut terutama dari sisi penanggungan risiko dan biaya operasi, dan juga dalam pantauan kelayakan kredit yang layak usaha. Ketidakmampuan lembaga ini menjadi penyebab kekosongan pada segmen pasar di wilayah pedesaan. Kekosongan sebesar 70% sampai dengan 90% segmen ini menyebabkan lembaga keuangan non formal ikut beroperasi dan menetapkan suku bunga yang tinggi, sehingga kehadiran BMT menjadi angin segar bagi masyarakat.²

¹ Sumber Primer BMT Dana Syari'ah.

² Muhammad, *Teknik Perhitungan bagi Hasil di Bank Syari'ah*. (Yogyakarta: UII-Press, 2001), hlm.5.

Bait Māl wat Tamwīl yang selajutnya disingkat BMT salah satu lembaga keuangan non bank. Kinerja BMT seperti halnya koperasi yang lebih memfokuskan target pasarnya pada bisnis skala kecil, seperti pedagang kecil, petani, dan bisnis usaha kecil lainnya.³

BMT merupakan lembaga keuangan yang bersifat informal, karena lembaga ini didirikan oleh Kelompok Swadaya Masyarakat (KSM) yang berbeda dengan lembaga – lembaga keuangan formal lainnya. Walaupun demikian keberadaan BMT selain dianggap sebagai media penyalur pendayagunaan harta ibadah seperti: zakat, infaq, dan shadaqah, juga bisa dianggap sebagai institusi yang bergerak di bidang investasi yang bersifat produktif selayaknya bank. Selain berfungsi sebagai lembaga keuangan, BMT juga bisa berfungsi sebagai lembaga ekonomi seperti perdagangan, industri dan pertanian.⁴

Bank Islam dalam perkembangannya mempunyai karakteristik tersendiri salah satunya adalah yang melekat pada konsep (*build in concept*) dengan berorientasi pada kebersamaan. Orientasi kebersamaan inilah yang menjadikan bank Islam mampu tampil sebagai alternatif pengganti sistem bunga, karena dianggap sistem bunga ini termasuk riba yang diharamkan agama, karena merugikan salah satu pihak.

Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi di era globalisasi seperti sekarang ini menyebabkan persaingan di bidang industri

³ Arifin, Zeinil, *Memahami Bank Syariah: Lingkup Peluang, Tantangan dan Prospek*, cet ke-1 (Jakarta: Alfabet, 1999), hlm.172

⁴ Djazuli, Ahmad dan Janwari, Zani, *Lembaga-Lembaga Perekonomian Syariah: Sebuah pengenalan*, ed. ke-1 (Jakarta: PT Grafindo Persada, 2002), hlm. 183-184.

manufaktur maupun jasa seperti BMT menjadi semakin ketat. Mengingat BMT yang tergolong masih baru berkembang, maka persaingan yang ketat mengharuskan pihak manajemen BMT untuk selalu berorientasi pada konsep pemasaran (*market oriented*) dan strategi pemasaran yang tepat agar dapat merebut pasar atau anggota sebanyak.

Agar dapat meraih sukses dalam persaingan dengan lembaga keuangan lainnya bank yang bersifat *intermediary* (perantara) dalam operasinya, harus memenuhi salah syarat yaitu berusaha menciptakan produk dan mempertahankan nasabah. Maka setiap bank harus berupaya untuk menghasilkan produk dan memberikan pelayanan yang diinginkan nasabah atau anggota, karena kelangsungan hidup bank sebagai organisasi yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah tergantung pada tingkat kepuasan nasabah

Konsep produk menyatakan bahwa konsumen akan menyukai produk yang menawarkan mutu, kinerja dan pelengkap inovatif yang terbaik. Manajer dalam organisasi berorientasi produk memusatkan perhatian mereka pada usaha untuk menghasilkan produk yang unggul dan terus menyempurnakannya. Oleh karena itu perbankan yang menawarkan suatu jasa finansial harus juga memiliki kelebihan atau keunggulan tersendiri dan dapat bersaing dengan lembaga keuangan lainnya agar dapat menarik minat nasabah. BMT adalah lembaga keuangan yang menawarkan produk yang berbeda dari lembaga keuangan lainnya, yaitu suatu transaksi keuangan yang bebas dari riba yang menurut syari'ah Islam itu dilarang.

Suatu perusahaan akan berjalan dengan baik apabila perusahaan tersebut dapat melakukan pemasaran atas barang-barang dan atau jasa yang dihasilkannya.

Pemasaran merupakan kegiatan pokok perusahaan untuk mendapatkan keuntungan atau laba, mempertahankan kelangsungan hidup dan untuk memperluas dan mengembangkan usahanya. Selain itu kegiatan pemasaran harus dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen agar usahanya terus berjalan.

Dari pemahaman sikap dan perilaku nasabah maka seharusnya pihak manajemen menyusun program dan strategi pemasaran yang tepat dalam rangka memanfaatkan peluang yang ada untuk mengungguli para pesaingnya. Kendati demikian implementasi prinsip-prinsip syariah secara teknis operasional masih dihadapkan pada sekian banyak persoalan yang perlu segera dipecahkan. Salah satunya yang menyangkut kemampuan analisa fikih sebagian besar pengelola BMT yang belum memadai, sehingga tak jarang dijumpai seorang petugas BMT bingung memilih model syariah yang sesuai dengan kebutuhan nasabah dan rencana alokasi dana yang telah ditetapkan. Bahkan tak jarang petugas pembiayaan akhirnya keliru menerapkan aqad yang sebenarnya.⁵

Dengan adanya kegiatan pemasaran yang dilakukan seluruh pelaku bisnis, maka persaingan ketat tidak dapat dihindari. Untuk dapat bersaing maka seorang manajer harus data membaca pasar dengan cermat dan tepat untuk dapat menentukan segmen pasar yang tepat dan menetapkan strategi yang tepat pula sehingga bisa mewujudkan tujuan pemasaran di atas.

⁵Makhalul Ilmi, *"Teori & Praktek Lembaga Mikro Keuangan Syariah"*, (Yogyakarta: UII Press, 2002).

Menurut Basu Swashta *marketing mix* adalah kombinasi dari empat variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari pemasaran perusahaan, yaitu: produk, struktur harga, kegiatan promosi, dan sistem distribusi.⁶ Seiring dengan perkembangan ekonomi Islam di Yogyakarta khususnya, maka sekarang banyak bermunculan lembaga keuangan syariah, salah satunya adalah dengan berdirinya BMT Dana Syari'ah yang merupakan salah satu cabang Muamalat Center Indonesia yang berkantor pusat di jalan Kaliurang dan diharapkan menjadi lembaga keuangan Syari'ah pendukung ekonomi yang kuat.

Pada awal berdirinya BMT ini telah memiliki anggota yang mayoritas pedagang lebih dari 500 orang. Jumlah ini dirasa sangat memuaskan untuk sebuah lembaga keuangan mikro seperti BMT yang baru saja berdiri. Untuk dapat meraih angka tersebut BMT Dana Syariah melakukan sosialisasi dengan menerapkan 'operasi pasar' untuk mendapatkan anggota. Dilihat dari segi jumlah hal ini merupakan sesuatu yang patut dibanggakan, untuk sebuah lembaga keuangan yang baru berdiri. Untuk mempertahankan kelangsungan hidup dalam menghadapi persaingan yang kuat secara eksternal tentunya BMT Dana Syari'ah harus didukung strategi pemasaran yang tepat mengingat BMT ini terletak di dua sektor penting perekonomian yaitu pasar dan terminal Giwangan. Dua sektor vital dalam kehidupan ini di satu sisi menjadi salah satu modal di mana pasar tersebut merupakan pasar 'Shopping' yang dipindahkan pemerintah Yogyakarta pada tahun 2005, dan begitu

⁶Basu Swashta dan Ibnu Sukotjo, *Pengantar Bisnis Modern (Pengantar Ekonomi Perusahaan)*, cet. ke-6 (Yogyakarta: Liberty, 1998), hlm.193

pula terminal baru Giwangan adalah merupakan terminal terbesar di Yogyakarta dan pindahan dari Terminal Umbulharjo yang dapat kita lihat kehidupan perekonomian di sana, banyak sekali para pedagang dan pembeli yang menggunakan fasilitas ini yang kegiatan transaksi di sana berlangsung 24 jam. Di sisi lain hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi pihak manajemen BMT Dana Syariah yang tergolong baru, apakah mampu memanfaatkan peluang yang ada dan apakah mereka sudah siap bersaing dengan para pesaingnya untuk dapat memasarkan produknya dalam menambah jumlah anggotanya. Atas dasar tersebut penyusun tertarik untuk mengadakan penelitian di BMT Dana Sayriah tersebut karena pada awal berdirinya BMT tersebut mempunyai anggota sebanyak 505 anggota. Tetapi sampai bulan Desember 2006 jumlah ini menurun drastis menjadi 151 anggota.⁷ Hal ini tentunya sangat disayangkan karena bukannya BMT bertambah semakin besar dari segi jumlah anggota melainkan terjadi penurunan. Fenomena seperti mengandung pertanyaan pada diri peneliti faktor apa saja yang mempengaruhi anggota khususnya anggota tabungan wadi'ah untuk memilih produk tersebut. Berdasarkan latar belakang tersebut penulis tertarik untuk mengangkat judul skripsi PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN ANGGOTA DALAM MENGGUNAKAN PRODUK TABUNGAN WADI'AH BMT DANA SYARIAH GIWANGAN YOGYAKARTA.

⁷ Sumber primer BMT Dana Syari'ah.

B. Pokok Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka masalah yang bisa dirumuskan adalah: Apakah faktor produk, harga, tempat, dan promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan anggota dalam menggunakan produk tabungan wadi'ah BMT Dana Syariah Giwangan, baik secara parsial atau secara simultan ?

C. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

Adapun tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisa apakah ada pengaruh dari produk terhadap keputusan anggota dalam menggunakan produk tabungan BMT Dana Syariah.
2. Untuk menganalisa apakah ada pengaruh dari harga terhadap keputusan anggota dalam menggunakan produk tabungan BMT Dana Syariah.
3. Untuk menganalisa apakah ada pengaruh dari tempat terhadap keputusan anggota dalam menggunakan produk tabungan BMT Dana Syariah.
4. Untuk menganalisa apakah ada pengaruh dari promosi terhadap keputusan anggota dalam menggunakan produk tabungan BMT Dana Syariah.
5. Untuk menganalisa apakah ada pengaruh dari produk, harga, tempat, dan promosi terhadap keputusan anggota dalam menggunakan produk tabungan BMT Dana Syariah secara bersama-sama.

Kegunaan Penelitian ini adalah:

1. Memberikan kontribusi nyata mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan anggota dalam menggunakan produk tabungan Wadi'ah.

2. Hasil penelitian ini diharapkan memberikan referensi terhadap para peneliti terhadap masalah yang sama pada masa yang akan datang, serta menambah khasanah penelitian di bidang ekonomi Islam.

D. Telaah Pustaka

Penelitian tentang pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan konsumen telah dilakukan Johan Kurniawan yang berjudul Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Pada Pembelian Produk Waralaba Kentucky Fried Chicken cabang Jalan C. Simanjuntak Yogyakarta. Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh yang positif dari komponen bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian produk Kentucky Fried Chicken. Komponen produk dan distribusi memberikan pengaruh yang signifikan secara parsial dan secara serentak seluruh komponen bauran pemasaran memberikan pengaruh yang signifikan. Dari hasil analisis pula dapat diketahui bahwa komponen distribusi memberikan pengaruh yang paling kuat terhadap keputusan pembelian akan produk waralaba tersebut.⁸

Pada variabel harga telah dilakukan penelitian oleh saudara Muhammad Jasmani dengan judul: "Keputusan Nasabah dalam memilih Pembiayaan Bai' Bisaman Ajil di BMT Rizki Mandiri Yogyakarta. Variabel yang ia teliti adalah harga jual, kelompok referensi, dan citra. Hasil penelitian membuktikan bahwa variabel

⁸ Johan Kurniawan, "Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Pada Pembelian Produk Waralaba Kentucky Fried Chicken cabang Jalan C. Simanjuntak Yogyakarta", skripsi program studi manajemen Universitas Islam Indonesia (2004)

harga, kelompok referensi dan citra berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah dalam pembiayaan Bai' Bisaman Ajil.⁹

Penelitian pada BMT tentang preferensi atau keputusan anggota dilakukan oleh Muhammad Fitri Ansori dengan judul "Keputusan Anggota dalam Memilih simpanan Wadi'ah Umum di BMT Rizki Mulia Yogyakarta Variabel bebas yang diteliti adalah pendapatan, pekerjaan, dan aksesibilitas wilayah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota dalam memilih produk wadi'ah umum.¹⁰

Salah satu variabel dari bauran pemasaran yaitu promosi diteliti oleh saudara Uswatun Khasanah pada BMT Bina Ihsanul Fikri. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui variabel dari *promotional mix* terhadap volume pembiayaan pada BMT Ihsanul Fikri Yogyakarta pada tahun periode 1997-2004. Hasil penelitian membuktikan bahwa *promotional mix* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap volume pembiayaan pada periode tersebut.¹¹

⁹ Muhammad Jasmani, "Keputusan Nasabah dalam memilih Pembiayaan Bai' Bisaman Ajil di BMT Rizki Mandiri Yogyakarta," skripsi program studi Keuangan Islam UINSunan Kalijaga Yogyakarta (2005)

¹⁰ Muhammad Fitri Ansori, "Keputusan Anggota dalam Memilih simpanan Wadi'ah Umum di BMT Rizki Mulia Yogyakarta," skripsi program studi Keuangan Islam UINSunan Kalijaga Yogyakarta (2005).

¹¹ Uswatun Khasanah, "Pengaruh Promotional Mix terhadap volume pembiayaan pada BMT Ihsanul Fikri Yogyakarta pada tahun periode 1997-2004," skripsi program Studi Keuangan Islam UIN Sunan Kalijaga (2006)

Berdasarkan telaah pustaka yang ada, belum ada yang meneliti pengaruh bauran pemasaran yaitu produk, harga, distribusi, dan promosi terhadap keputusan anggota dalam menggunakan produk Wadi'ah pada sebuah BMT.

E. Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan atau kesimpulan awal dan masih bersifat sementara yang akan dibuktikan kebenarannya setelah data lapangan (empiris) dapat diperoleh. Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Ada pengaruh yang signifikan dari produk terhadap keputusan anggota menggunakan produk tabungan wadi'ah.
2. Ada pengaruh yang signifikan dari harga terhadap terhadap keputusan anggota menggunakan produk tabungan wadi'ah.
3. Ada pengaruh yang signifikan dari tempat terhadap terhadap keputusan anggota menggunakan produk tabungan wadi'ah.
4. Ada pengaruh yang signifikan dari promosi terhadap terhadap keputusan anggota menggunakan produk tabungan wadi'ah.
5. Ada pengaruh yang signifikan dari produk, harga, tempat, dan promosi terhadap terhadap keputusan anggota menggunakan produk tabungan wadi'ah secara bersama-sama.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini berjenis studi lapangan (*field study*), sedangkan untuk mencari data digunakan survey lapangan.

2. Sifat Penelitian

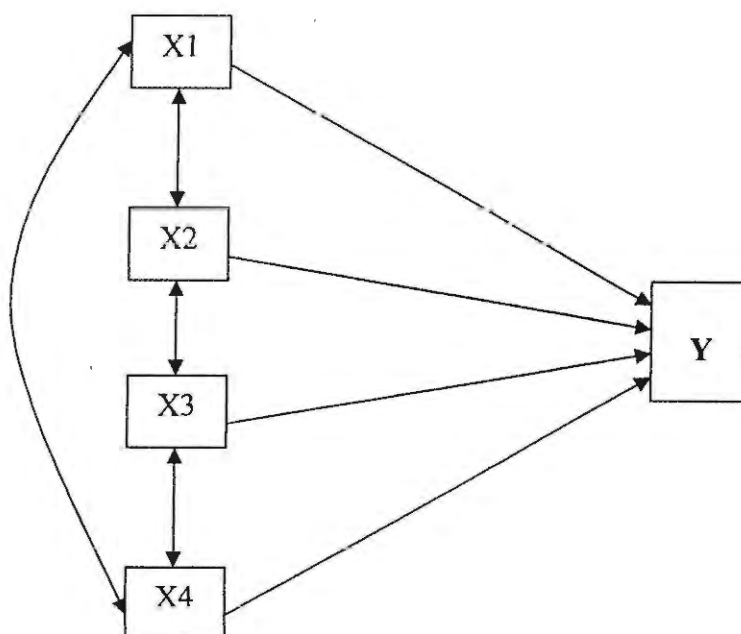
Penelitian ini bersifat asosiatif, yaitu menjelaskan pengaruh variabel independen yaitu: produk, harga, tempat, serta promosi, terhadap variabel dependen yaitu keputusan anggota dalam menggunakan produk tabungan wadi'ah BMT Dana Syariah.

3. Variabel-variabel pokok.

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma ganda dengan empat variabel, yaitu empat variabel independen dan satu variabel dependen.

Gambar 1.1

Diagram hubungan antara variabel independen dan variabel dependen (paradigma ganda dengan 4 variabel independen).



Di mana: X1 : Produk

X2 : Harga

X3 : Tempat

X4 : Promosi

Y : Keputusan anggota dalam menggunakan produk tabungan

Wadi'ah BMT Dana Syariah.

3. Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan subyek penelitian yang akan dikenai generalisasi dari hasil penelitian tersebut. Populasi dalam penelitian ini adalah anggota BMT Dana Syariah Giwangan yang menggunakan produk tabungan

Wadi'ah sampai dengan Januari 2007. Sedangkan sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti, serta sampel harus dapat mewakili dan mencerminkan populasi yang ada.¹²

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *simple random sampling*, yaitu teknik di mana anggota sampel yang diambil dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut.¹³

Mengenai jumlah sampel yang sesuai sering disebut aturan sepersepuluh, jadi 10 persen dari jumlah populasi. Jika populasi 1000 orang, maka sampel 100 orang dianggap memadai. Aturan ini tidak selalu dapat dipegang teguh.¹⁴

Data yang diperoleh dari BMT Dana Syariah Giwangan jumlah anggota tabungan Wadi'ah yang masih aktif hanya 151 orang. Dengan demikian untuk mengefektifkan waktu maka penulis mengambil sampel sebesar 20% atau sebanyak 30 responden. Jumlah tersebut penulis anggap telah mewakili populasi yang ada, serta bisa dianalisis menggunakan regresi.

¹² Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Bina Aksara, 1983), hlm. 117.

¹³ Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: CV Alfabeta, 2003), hlm.74.

¹⁴ Nasution, *Metode Research* (Jakarta: Bumi Aksara, 2001), hlm.101.

Jumlah tersebut penyusun tentukan berdasarkan keterbatasan waktu, dan biaya serta populasi yang ada, yang bersedia untuk dijadikan sampel.¹⁵

4. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik dalam arti cermat, lengkap dan sistematis sehingga hasilnya lebih mudah diolah.¹⁶

Berikut kisi-kisi pembuatan angket penelitiannya:

Tabel 1.1
Kisi-kisi pengembangan variabel untuk instrumen penelitian

Variabel	Indikator	No. Item di Kuisi
Produk	Variasi produk.	1
	Tanggapan anggota terhadap produk wadi'ah.	2
	Produk tabungan Wadi'ah BMT Dana Syariah sesuai dengan syariat Islam	3
	Syarat- syarat menjadi anggota Wadi'ah	4
	Bagi hasil tabungan Wadi'ah.	5
	Bagi hasil akhir riil.	6
	Pelayanan	7
	Produk tabungan Wadi'ah BMT Dana Syariah dibandingkan dengan produk BMT lain.	8
	Produk tabungan Wadi'ah BMT Dana Syariah memberikan rasa aman dalam menabung.	9
	Intensitas menabung lewat tabungan Wadi'ah BMT Dana Syariah	10
	Waktu bagi hasil diberikan	11

¹⁵ Ibid., hlm.102.

¹⁶ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Bina Aksara, 1983), hlm. 120.

Harga	Setoran awal	1
	Syarat administrasi	2
	Formulir pendaftaran	3
	Harga dengan kemudahan yang diberikan.	4
	Harga yang sesuai dengan produk	5
	Harga dengan pelayanan yang diberikan	6
Tempat	Lokasi yang strategis	1
	Mudah dijangkau	2
	Mudah menggunakan produk wadi'ah.	3
	Lokasi dekat dengan konsumen.	4
	Banyak dilalui orang.	5
	Jemput bola petugas marketing.	6
Promosi	Operasi pasar.	1
	Perkenalan dengan produk wadi'ah..	2
	Tanggapan anggota dengan 'Operasi Pasar'	3
	Promosi yang dilakukan BMT	4
	Papan / baliho nama BMT	5
	Brosur BMT	6
	Pembagian kalender.	7
	Pengadaan Operasi pasar yang rutin.	8
Keputusan Anggota	Pengaruh produk	1
	Pengaruh bagi hasil.	2
	Setoran awal yang ringan.	3
	Administrasi mudah.	4
	Pengaruh tempat.	5
	Jemput bola petugas BMT.	6
	Pengaruh operasi pasar.	7
	Pengaruh teman.	8

Instrumen penelitian dalam penelitian ini berupa angket yang berisi pertanyaan yang diberi tanggapan oleh anggota BMT Dana Syariah Giwangan yang menggunakan produk tabungan Wadi'ah. Titik tolak pembuatan instrumen adalah aspek- aspek yang telah ditetapkan untuk diteliti indikatornya, yang kemudian dijabarkan menjadi butir-butir pertanyaan.

5. Teknik Pengumpulan Data

Metode yang penulis gunakan dalam mengumpulkan data antara lain:

a. Metode Angket / Kuisisioner

Angket adalah metode pengumpulan data dengan cara mengisi daftar pertanyaan sehingga dapat diketahui tentang keadaan atau data diri, pengetahuan, sikap dan pendapat.¹⁷ Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial.¹⁸

Dengan skala Likert maka setiap jawaban item pertanyaan dalam kuisisioner diberi skor guna keperluan analisis statistika, yang meliputi:

- | | |
|------------------------------|-----|
| 1. Sangat setuju diberi skor | : 5 |
| 2. Setuju diberi skor | : 4 |
| 3. Ragu-ragu | : 3 |
| 4. Tidak setuju | : 2 |
| 5. Sangat tidak setuju | : 1 |

Metode ini digunakan mengingat variabel-variabel yang disertakan dalam penelitian ini dapat diungkapkan dengan angket. Maksud pertanyaan-pertanyaan dalam angket juga akan mudah dipahami oleh subyek penelitian, dikarenakan tingkat pendidikan anggota yang relatif rendah. Hal ini dikarenakan penggunaan angket didasarkan pada anggapan bahwa subyek adalah orang yang paling tahu dengan

¹⁷ Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian.suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Bina Akasara.hal.150.

¹⁸ Sugiyono. 2003. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta. hal. 86

dirinya sendiri dan apa yang dinyatakan subyek kepada peneliti adalah benar dan dapat dipercaya, serta bahwa interpretasi subyek tentang pernyataan- pernyataan yang diajukan adalah sama dengan dengan apa yang dimaksud oleh peneliti.

b. Wawancara

Wawancara dengan melakukan dialog antara peneliti dengan terwawancara untuk memperoleh informasi. Wawancara yang dilakukan adalah wawancara tidak terstruktur, di mana wawancara ini dilakukan dengan bebas untuk menanyakan hal-hal yang berkaitan dengan penelitian dengan manajer BMT Dana Syari'ah.

c. Observasi

Yaitu mengamati secara langsung kejadian atau kenyataan yang ada dan mencatatnya secara sistematis terhadap masalah yang diteliti. Data ini diperlukan untuk menganalisis perilaku nasabah secara kualitatif.

6. Sumber Data

Dalam penelitian ini digunakan data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber data, dalam hal ini adalah anggota tabungan Wadi'ah BMT Dana Syari'ah melalui kuisioner dan observasi langsung di lapangan.

Data sekunder adalah data yang diperoleh dengan melihat dokumen BMT Dana Syari'ah yang berkaitan dengan penelitian ini, misalnya laporan keuangan bulanan, struktur kepengurusan, data anggota, serta laporan lainnya yang relevan dengan penelitian.

7. Teknik Analisis Data

Dalam menganalisis data, teknik yang digunakan antara lain:

a. Analisa *Infarensial*

Analisa *infarensial* adalah analisa data yang berupa perhitungan matematis untuk mengolah data yang diperoleh dengan menggunakan perhitungan statistik. Dalam penelitian ini penyusun menggunakan teknik regresi linier berganda.

Untuk penganalisaan hubungan antara variabel-variabel yang ada dipergunakan uji asumsi klasik dan uji signifikansi.

1) Uji Asumsi Klasik

Agar model regresi linier yang dirumuskan dapat diterapkan maka ada beberapa syarat yang harus dipenuhi, yaitu:¹⁹

a) Tidak memenuhi Heteroskedastisitas

Tes ini digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lain. Untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas adalah jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka menandakan telah terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola

¹⁹ Imam Gazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2001), hlm.59.

yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

b) Tidak Memenuhi Multikolonieritas

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen, jika terjadi korelasi maka terjadi masalah multikolonieritas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen.²⁰

Syarat-syarat tidak terjadi multikolonieritas adalah:

1. Nilai koefisien korelasi antar variabel independen adalah $< 0,9$
2. Nilai toleransi $> 0,1$
3. Nilai VIF (*Variance Inflation Faktor*) < 10

c) Autokorelasi

Autokorelasi yaitu korelasi sesama urutan pengamatan dari waktu ke waktu. Untuk memeriksa adanya autokorelasi dengan memakai uji *Durbin Watson*.²¹

Ada atau tidaknya autokorelasi dapat dideteksi dengan uji *Durbin-Watson*. Ukuran yang digunakan untuk menyatakan ada atau

²⁰ *Ibid.*, hlm. 56.

²¹ *Ibid.*, hlm. 60.

tidaknya autokorelasi yaitu apabila nilai statistik Durbin Watson mendekati angka dua.²²

2) Uji Signifikansi

a) Untuk menguji secara parsial atau sendiri-sendiri digunakan Uji-t.

Rumus hipotesis statistik:

$$H_0: b_1, b_2 = 0$$

$$H_A: b_1, b_2 \neq 0$$

Kriteria P Value

i. Jika $P > 5\%$ maka keputusannya menerima H_0

ii. Jika $P < 5\%$ maka keputusannya menolak H_0

b) *F-Test* untuk menguji pengaruh secara bersama-sama (simultan).

Rumusan hipotesis statistik:

$$H_0: b_1, b_2 = 0$$

$$H_A: b_1, b_2 \neq 0$$

Kriteria P Value

i. Jika $P > 5\%$ maka keputusannya menerima H_0

ii. Jika $P < 5\%$ maka keputusannya menolak H_0

²²Gunawan Sudarmanto, Analisis Linear Berganda dengan SPSS, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), hlm58.

b. Analisis Deskriptif

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif yang bertujuan mengetahui dan menggambarkan pelaksanaan kegiatan pemasaran untuk meningkatkan jumlah anggota, untuk mengukur tingkat efektivitas yang dilakukan digunakan analisis deskriptif kualitatif dengan persentase jawaban responden atas pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden (Arikunto, 1996: 139)

G. Sistematika Pembahasan

Pembahasan skripsi ini akan dibagi menjadi lima bab yang satu bab dengan bab lainnya saling berkaitan, sehingga karya ilmiah ini bersifat konsisten dan mudah dipahami, dan setiap bab terdiri dari beberapa sub bab berikut :

Bab Pertama, berisi tentang pendahuluan yang menggambarkan secara keseluruhan skripsi yang akan ditulis. Bab ini terdiri dari beberapa sub bab, yaitu latar belakang masalah, pokok masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, telaah pustaka, hipotesis, metode penelitian, jenis penelitian, sifat penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab kedua, berisi tentang pembahasan secara teoritis variabel yang akan diteliti, bab ini sebagai dasar untuk menganalisis data yang diperoleh di lapangan.

Bab ketiga, berisi tentang gambaran umum obyek penelitian yang meliputi: sekilas perjalanan BMT Dana Syari'ah Giwangan, data lembaga, visi dan misi, cakupan operasional.

Bab keempat, berisi tentang hasil penelitian dan analisis tentang keputusan anggota dalam menggunakan produk tabungan wadi'ah beserta pembahasannya.

Bab kelima penutup sebagai akhir pembahasan akan diambil kesimpulan dan saran.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan produk terhadap keputusan anggota dalam menggunakan produk tabungan wadi'ah BMT Dana Syari'ah. Hal ini karena anggota memilih produk wadi'ah karena produk ini sesuai dengan Syari'ah dan tingkat bagi hasil yang sesuai dengan tingkat kepuasan mereka.
2. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan harga terhadap keputusan anggota dalam menggunakan produk tabungan wadi'ah BMT Dana Syari'ah. Hal ini karena biaya dan syarat administrasi yang ditetapkan sangat mudah dan setoran awal yang terjangkau oleh anggota.
3. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan tempat terhadap keputusan anggota dalam menggunakan produk tabungan wadi'ah BMT Dana Syari'ah. Hal ini dikarenakan BMT Dana Syariah terletak di tempat strategis yaitu dekat dengan terminal yang dilalui banyak kendaraan umum serta dekat dengan pasar Giwangan.
4. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan promosi terhadap keputusan anggota dalam menggunakan produk tabungan wadi'ah BMT Dana Syari'ah. Hal ini ditandai banyaknya anggota yang menjadi anggota setelah diadakan operasi pasar oleh pihak Muamalat Center Indonesia.

5. Terdapat pengaruh yang signifikan dari faktor produk, harga, tempat, serta promosi baik secara parsial maupun secara serentak. Hal ini dapat dilihat dari uji T yang menghasilkan nilai untuk variabel produk 2,873, untuk variabel harga sebesar 2,286, variabel tempat sebesar 2,439, sedangkan untuk variabel promosi sebesar 2,552, sedangkan t tabel sebesar 2,0423. Dilihat dari uji F menghasilkan nilai sebesar 27,520. Oleh karena itu maka masing-masing variabel independen baik dilihat dari uji T atau uji F berpengaruh terhadap keputusan anggota.

B. Saran- saran

Saran atau masukan yang penulis sampaikan setelah mengadakan penelitian adalah:

1. Pihak BMT lebih meningkatkan promosi melalui operasi pasar secara berkala agar pedagang pasar yang belum menjadi anggota tergerak untuk menjadi anggota.
2. BMT mempertahankan dalam pemberian kalender di awal tahun untuk menyenangkan hati anggota, bila perlu ditambah dengan pemberian suvenir lainnya.
3. Untuk lebih menambah jumlah anggota BMT Dana Syari'ah perlu mengadakan sosialisasi ke pedagang di terminal karena segmen ini belum tergali secara maksimal.
4. Meningkatkan pelayanan kepada anggota dan mencoba untuk beroperasi di malam hari mengingat pasar Giwangan ramai pada malam harinya.

DAFTAR PUSTAKA

A. Kelompok Al Qur'an dan Hadis

Rifa'i, Mohammad, *Al Qur'an dan Terjemahnya*, Semarang: CV Adi Grafika Semarang, 1994.

M. Zuhri dkk., *Terjemahan Sunan At-Tirmidzi*, jilid 2, Semarang: CV. As-Syifa', 1992

B. Kelompok Ekonomi Islam

Antonio, M. Syafi'i, *Bank Syariah Dari Teori ke Praktek*, Jakarta: Gema Insani Press, 2001

Arifin, Zeinil, *Memahami Bank Syariah: Lingkup Peluang, Tantangan dan Prospek*, cet ke-1, Jakarta: Alfabet, 1999.

Djazuli, Ahmad dan Zani Janwari, *Lembaga-Lembaga Perekonomian Syariah: Sebuah pengenalan*, ed. ke-1, Jakarta: PT Grafindo Persada, 2002.

Ilmi, Makhalul, *"Teori & Praktek Lembaga Mikro Keuangan Syariah"*, Yogyakarta: UII Press, 2002.

M. Abdul Manan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, alih bahasa M. Nastangin, Yogyakarta: Dana Bakti Prima Yasa, 1996

Muhammad, *Lembaga- Lembaga Keuangan Umat Kontemporer*, (Yogyakarta: UII Press) hlm 106.

-----, *Teknik Perhitungan Bagi Hasil dan Profit Margin pada Bank Syariah*, Yogyakarta: UII Press, 2004.

-----, *Sistem dan Prosedur Operasional Bank Syariah*, Yogyakarta: UII-Press, 2000

Ridwan, Muhammad, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)*, Yogyakarta: UII Press, 2004.

C. Kelompok Manajemen Pemasaran

Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT Prehallindo. 1997.

Basu Swastha dan Ibnu Sukotjo, *Pengantar Bisnis Modern (Pengantar Ekonomi Perusahaan)*, cet. ke-6, Yogyakarta: Liberty, 1998.

Basu Swastha, Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta : Liberty, 1990.

AngIpóra, Marius, *Dasar-dasar Pemasaran*, Jakarta: PT Raja Grafindo, 1999

Sunarto, *Pengantar Bisnis*, Yogyakarta: AMUS Yogyakarta, 2003

-----, *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: AMUS Yogyakarta, 2003

Cravens, David, *Pemasaran Strategis terjemahan*, alih bahasa Lina Salim, Jakarta: Erlangga.1998

Gitosudarmo, Indriyo, *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: BPFE UGM, 2000

Alma, Buchari, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, edisi ke-2, Bandung: ALFABETA, 1992.

D. Kelompok Lain.

Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Bina Aksara, 1983.

Gunawan Sudarmanto, *Analisis Linear Berganda dengan SPSS*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005.

Pinbuk, *Peraturan Dasar dan Contoh AD/ART BMT*, Jakarta: 1998

Santoso, Singgih, *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: CV Alfabeta, 2003

Sukirno, Sadono, *Pengantar Teori Mikro Ekonomi*, Jakarta: Raja Grafindo, 1999

Muhammad Jasmani, "Keputusan Nasabah dalam memilih Pembiayaan Bai' Bisaman Ajil di BMT Rizki Mandiri Yogyakarta," skripsi program studi Keuangan Islam UINSunan Kalijaga Yogyakarta, 2005.

Muhammad Fitri Ansori, "Keputusan Anggota dalam Memilih simpanan Wadi'ah Umum di BMT Rizki Mulia Yogyakarta," skripsi program studi Keuangan Islam UINSunan Kalijaga Yogyakarta, 2005.

Uswatun Khasanah, "Pengaruh Promotional Mix terhadap volume pembiayaan pada BMT Ihsanul Fikri Yogyakarta pada tahun periode 1997-2004," skripsi program Studi Keuangan Islam UIN Sunan Kalijaga, 2006.

Johan Kurniawan, Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Pada Pembelian Produk Waralaba Kentucky Fried Chicken cabang Jalan C. Simanjuntak Yogyakarta, skripsi program studi manajemen Universitas Islam Indonesia, 2004.

DAFTAR TERJEMAHAN KUTIPAN AL QUR'AN

NO	HLM	FN	TERJEMAHAN
			BAB II
01	24	7	Jika kamu dalam perjalanan (dan bermuamalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang oleh yang berpiutang. Akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan yang amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertaqwa kepada Allah Tuhannya, dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. dan barangsiapa yang menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.
02	25	8	Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui.
03	51	33	Hai anak adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap masjid (memasuki) masjid, makan minumlah dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.

BIOGRAFI TOKOH DAN SARJANA MUSLIM

PHILIP KOTLER

Beliau merupakan salah satu pakar terkemuka dunia di bidang ekonomi pemasaran. Beliau mempunyai pengaruh besar terhadap ilmu dan praktek pemasaran. Beliau menjadi guru besar kehormatan S.C. Johnson and son di bidang pemasaran internasional di Kellogg Graduate School of Management, Nort Western University. Beliau menerima gelar master dari University of Chicago dan Ph.D dari MIT, keduanya di bidang ekonomi. Beliau juga mengerjakan karya pasca doctoral di bidang matematika di Harvard University of Chicago.

Bersama orang lain, Dr. Kotler menulis *Principles of Marketing* dan *Marketing: An Introduction*. Buku-buku Dr. Kotler yang lain adalah *Marketing Models*, *The new Competition*, *Marketing Professional Service*, *Strategic Marketing for Educational Intitution* dan masih banyak lagi karangan buku lainnya yang sudah di bahasakan.

MUHAMMAD

Lahir di Pati, Jawa Tengah pada 10 April 1966. Gelar kesarjanaannya diraih di IKIP Yogyakarta tahun 1990 pada keahlian bidang Kurikulum dan Teknologi Pendidikan. Beliau pernah mengikuti schort-course perbankan syari'ah di Syari'ah Banking Institut Yogyakarta tahun 1995. Gelar Master dicapai pada Magister Studi Islam Universitas Islam Indonesia dalam waktu 17 bulan. Ia pun dinyatakan lulus dengan predikat sangat memuaskan pada konsentrasi Ekonomi Islam.

Buku- buku yang pernah ditulis di antaranya: Lembaga Keuangan Umat Kontemporer, Teknik Perhitungan Bagi Hasil, Prinsip-Prinsip Akuntansi dalam Al Qur'an, Reksadana Syari'ah: Sistem dan Prosedur Operasional bank Syari'ah dan lain-lainnya

BASU SWASTHA

Beliau adalah seorang dosen manajemen pada Fakultas Ekonomi di Universitas Gadjah Mada. Beliau mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen dengan hasil (Caum-laude) pada tahun 1981, Master of Bussines Administration (Dean's Honor Society University of New York At Albany pada tahun 1987, dan doctor of Philosophy pada bidang bisnis dari college of bussines and economic University of Kentucky pada tahun 1991.

Bidang-bidang minat spesialisasinya adalah manajemen organisasi, manajemen dan informasi sumber daya manusia dan metode-metode kuantitatif untuk manajemen. Buku-buku yang telah disusun adalah: Manajemen personalia dan SDM, Dasar-dasar Manajemen Produksi dan Operasi, Manajemen Produksi dan Operasi Latihan Pemecahan Soal, Organisasi Perusahaan, Teori, Struktur dan Perilaku (co-author), Kebijakan Perusahaan, Konsep Dasar dan Studi Kasus (co-author), Kebijakan Perusahaan, Konsep Dasar dan Studi Kasus dan Dasar-Dasar Operations Research.

Kepada Yth.
Bapak/Ibu/Saudara
Di-
Tempat

Assalamu 'alaikum Wr.Wb.

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan karunianya kepada kita, semoga kita selalu dalam lindungan-Nya. Amiin...

Sehubungan dengan akan diadakanya penelitian mengenai “ **Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Anggota dalam Menggunakan Tabungan Wadi'ah BMT Dana Syari'ah Giwangan**”, maka kami selaku peneliti memohon bantuannya kepada Bapak/Ibu/Saudara sebagai anggota di BMT Dana Syari'ah Giwangan sebagai responden kami.

Maka dari itu, kami memohon Bapak/Ibu/Saudara untuk mengisi daftar pertanyaan yang kami ajukan sesuai dengan hati nurani Bapak/Ibu/Saudara tanpa ada paksaan sedikitpun.

Demikian surat ini kami buat, atas perhatian serta partisipasinya kami ucapkan banyak terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr.Wb

Yogyakarta, 21 Februari 2007

Peneliti,

Faqih Masyhad

ANGKET PENELITIAN

A. Karakteristik Responden

1. Nama :
2. Alamat :
3. Umur :
4. Jenis Kelamin :
5. Pendidikan :
6. Pekerjaan :
7. Penghasilan/bulan :
 - a. Kurang dari Rp.500.000
 - b. Rp.500.000- Rp.1000.000
 - c. Rp.1000.000- Rp.1500.000
 - d. Lebih dari Rp.1500.000
8. Besar nominal uang simpanan anda selama tiga bulan terakhir:
 - a. Kurang dari Rp.50.000
 - b. Rp.50.000- Rp.200.000
 - c. Rp.200.000-Rp.500.000
 - d. lebih dari Rp.500.000

B. Faktor-faktor Bauran Pemasaran yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan tabungan Wadi'ah

Berilah tanda (√) pada salah satu jawaban yang saudara anggap paling sesuai!

SS : sangat setuju

S : setuju

RG: ragu-ragu

KS : tidak setuju

STS : sangat tidak setuju

PERTANYAAN	SS	S	RG	TS	STS
I. Produk BMT Dana Syariah 1. Untuk kelangsungan operasional BMT harus didukung dengan produk yang bervariasi 2. Saya setuju dan mendukung dengan adanya produk tabungan Wadi'ah BMT Dana Syariah 3. Produk tabungan Wadi'ah BMT Dana Syariah sesuai dengan syariat Islam 4. Syarat- syarat menjadi anggota dan menggunakan produk tabungan Wadi'ah mudah. 5. Saya setuju terhadap bagi hasil tabungan Wadi'ah yang diberikan BMT sebesar 60% untuk nasabah. 6. Menurut saya bagi hasil akhir yang saya terima dari BMT tinggi. 7. Salah satu alasan saya menabung di BMT Dana Syariah karena pelayanannya cepat dan mudah. 8. Produk tabungan Wadi'ah BMT Dana Syariah lebih menguntungkan dibandingkan dengan produk BMT lain. 9. Produk tabungan Wadi'ah BMT Dana Syariah memberikan rasa aman dalam menabung. 10. Saya setiap hari menabung lewat tabungan Wadi'ah BMT Dana Syariah 11. Bagi hasil diberikan tepat waktu.					
II. Harga Produk BMT Dana Syariah 1 Menurut saya, syarat setoran awal sebesar Rp.5000 menjadi anggota tabungan Wadi'ah murah. 2. Menurut saya, biaya fotokopi KTP sebagai syarat menjadi anggota tabungan Wadi'ah murah. 3. Saya senang blangko formulir pendaftaran untuk menjadi anggota tabungan Wadi'a BMT Dana Syariah disediakan dengan cuma-cuma oleh pihak BMT 4. Menurut saya, harga produk tabungan Wadi'ah BMT Dana Syariah sesuai fasilitas dan kemudahan yang diberikan. 5. Menurut saya, harga produk tabungan Wadi'ah BMT Dana Syariah sesuai dengan produk yang ditawarkan. 6. Menurut saya, harga produk BMT sesuai dengan pelayanan yang diberikan.					

III. Distribusi 1. Menurut saya, lokasi BMT Dana Syariah strategis. 2. Menurut saya, lokasi BMT Dana Syariah mudah dijangkau dengan kendaraan umum atau pribadi. 3. Saya dengan mudah mendapatkan dan menggunakan produk tabungan Wadi'ah BMT Dana Syariah. 4. Lokasi BMT Dana Syariah mendekati konsumen yang dituju. 5. Lokasi dan jalan di depan BMT banyak dilalui orang. 6. Saya tertolong, dengan datangnya petugas BMT ke tempat saya untuk mengambil tabungan.					
IV. Promosi 1. Saya menjadi anggota BMT Dana Syariah dalam hal ini anggota tabungan Wadi'ah, setelah adanya promosi BMT Dana Syariah dalam bentuk "Operasi Pasar". 2. Saya mendengar BMT Dana Syariah dan segala macam produknya dari teman yang menjadi anggota terlebih dahulu. 3. BMT Dana Syariah melakukan promosi dengan „Operasi Pasar“ adalah hal yang tepat. 4. Promosi yang dilakukan BMT Dana Syariah sesuai dengan produk tabungan Wadi'ah yang ditawarkan. 5. Adanya baliho BMT Dana Syariah didepan kantor menarik. 6. Brosur yang diberikan BMT Dana Syariah menarik. 7. Saya senang dengan pembagian kalender diawal tahun. 8. BMT Dana Syari'ah perlu mengadakan operasi pasar setiap tahun untuk menambah jumlah anggotanya					
V. Keputusan Anggota Dalam menggunakan Tabungan Wadi'ah BMT Dana Syariah. 1. Produk tabungan Wadi'ah BMT Dana Syariah yang sesuai Syariah mempengaruhi saya dalam menjadi anggota. 2. Bagi hasil tabungan Wadi'ah sebesar 60% untuk anggota mempengaruhi saya menjadi anggota. 3. Setoran awal sebesar Rp.5000 mempengaruhi saya menjadi anggota tabungan Wadi'ah. 4. Administrasi yang murah mempengaruhi saya menjadi anggota tabungan Wadi'ah BMT Dana Syariah 5. Distribusi/tempat mempengaruhi saya dalam menggunakan produk tabungan Wadi'ah BMT Dana Syariah. 6. Datangnya petugas BMT Dana Syariah secara langsung ke pasar untuk mengambil tabungan anggota mempengaruhi saya menjadi anggota tabungan Wadi'ah 7. Promosi dalam bentuk "Operasi Pasar" mempengaruhi saya dalam menggunakan produk tabungan Wadi'ah BMT Dana Syariah. 8. Teman mempengaruhi saya dalam keputusan menjadi anggota tabungan Wadi'ah.					

DATA UNTUK REGRESI

	Produk	Harga	Distribusi	Promosi	Keputusan Anggota
1	32	21	20	32	25
2	43	24	28	36	37
3	44	24	23	34	34
4	30	21	20	34	28
5	44	24	23	32	32
6	43	24	20	34	28
7	43	24	23	32	32
8	44	24	24	32	32
9	44	24	24	32	32
10	44	24	24	32	32
11	43	23	25	35	33
12	43	22	21	35	29
13	34	23	22	28	30
14	41	30	30	35	39
15	40	24	21	30	30
16	27	20	20	27	15
17	39	22	20	28	28
18	43	24	23	32	32
19	43	26	23	32	32
20	43	25	24	32	32
21	43	26	24	32	32
22	54	24	27	32	36
23	43	26	22	32	32
24	43	25	22	32	32
25	43	24	22	32	32
26	51	27	26	32	34
27	43	25	24	32	32
28	43	26	23	32	32
29	43	26	22	32	32
30	43	24	25	32	32

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Produk

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,890	11

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
A1	3,9333	,82768	30
A2	4,0000	,58722	30
A3	4,0000	,52523	30
A4	4,0000	,45486	30
A5	3,6333	,96431	30
A6	3,6333	,88992	30
A7	4,0000	,78784	30
A8	3,2000	,61026	30
A9	3,9333	,52083	30
A10	3,9000	,54772	30
A11	3,6333	,71840	30

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Harga

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,783	6

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
B1	4,2333	,56832	30
B2	4,3667	,55005	30
D0	4,0000	,37139	30
B4	3,9333	,36515	30
B5	3,8000	,48423	30
B6	3,8667	,43417	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
B1	19,9667	2,654	,456	,777
B2	19,8333	2,695	,447	,778
B3	20,2000	3,131	,420	,776
B4	20,2667	3,099	,458	,769
B5	20,4000	2,455	,745	,694
B6	20,3333	2,575	,759	,698

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
24,2000	3,821	1,95466	6

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Distribusi

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,665	6

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
C1	3,7667	,77385	30
C2	4,0067	,25371	30
C3	4,0333	,41384	30
C4	3,7333	,69149	30
C5	3,7000	,91539	30
C6	3,8667	,68145	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean If Item Deleted	Scale Variance If Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
C1	19,4000	4,041	,395	,626
C2	19,1000	5,266	,462	,645
C3	19,1333	4,809	,489	,615
C4	19,4333	4,047	,483	,590
C5	19,4667	3,706	,376	,651
C6	19,3000	4,217	,424	,613

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
23,1667	5,868	2,42236	6

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Promosi

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,773	8

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
D1	4,2333	,50401	30
D2	3,0667	,31904	30
D3	4,1333	,50742	30
D4	3,9667	,31984	30
D5	3,9667	,31984	30
D6	3,9000	,40258	30
D7	3,9667	,31984	30
D8	4,0000	,45486	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
D1	27,9000	2,921	,468	,753
D2	28,1667	3,316	,484	,749
D3	28,0000	2,759	,573	,730
D4	28,1667	3,316	,484	,749
D5	28,1667	3,316	,484	,749
D6	28,2333	3,151	,468	,749
D7	28,1667	3,247	,548	,740
D8	28,1333	3,154	,384	,766

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
32,1333	3,982	1,99540	8

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Keputusan Anggota

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,807	8

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
E1	3,8667	,77608	30
E2	3,8000	,80516	30
F3	4,0667	,52083	30
E4	4,0333	,49013	30
E5	3,8667	1,00801	30
E6	3,3667	,71840	30
E7	3,9667	,71840	30
F8	3,7000	1,05536	30

Item-Total Statistics

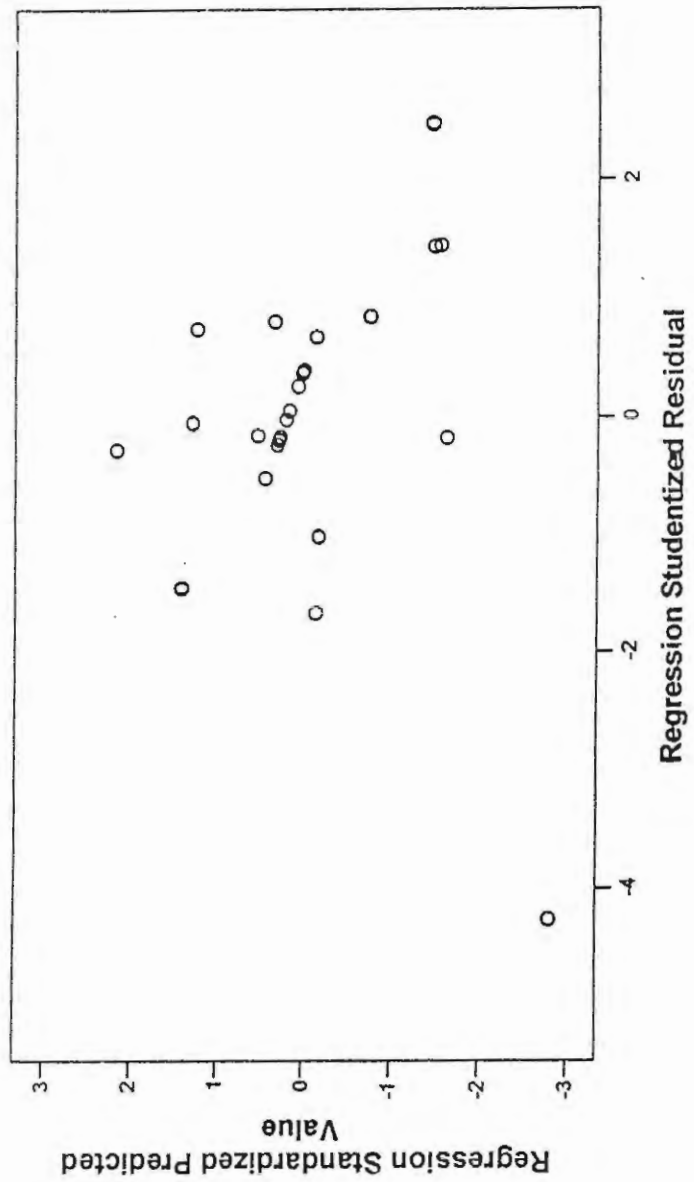
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
E1	27,4000	13,834	,401	,802
E2	27,4667	13,016	,532	,783
E3	27,2000	14,372	,534	,789
E4	27,2333	14,254	,611	,783
E5	27,4000	12,593	,440	,805
E6	27,3000	12,493	,737	,755
E7	27,3000	12,493	,737	,755
E8	27,5667	12,392	,437	,808

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
31,2667	16,754	4,09317	8

Scatterplot

Dependent Variable: Keputusan Anggota



Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
A1	37,9333	23,237	,491	,890
A2	37,8667	23,361	,729	,875
A3	37,8667	24,120	,668	,879
A4	37,8667	24,120	,787	,876
A5	38,2333	21,633	,589	,886
A6	38,2333	22,668	,517	,889
A7	37,8667	21,982	,709	,874
A8	38,6667	24,230	,540	,884
A9	37,9333	23,789	,745	,876
A10	37,9667	24,171	,626	,881
A11	38,2333	22,599	,692	,875

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
41,8667	27,844	5,27671	11

Hasil Uji Regresi, Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedastisitas dan Uji Autokorelasi

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Keputusan Anggota	31,2667	4,09317	30
Produk	41,8667	5,27671	30
Harga	24,2000	1,95466	30
Distribusi	23,1667	2,42236	30
Promosi	32,1333	1,99540	30

Correlations

	Keputusan Anggota	Produk	Harga	Distribusi	Promosi
Pearson Correlation	Keputusan Anggota				
	Produk	,741	,726	,771	,587
	Harga	,741	,574	,566	,369
	Distribusi	,726	1,000	,641	,302
	Promosi	,771	,641	1,000	,452
		,587	,302	,452	1,000
Sig. (1-tailed)	Keputusan Anggota				
	Produk	,000	,000	,001	,023
	Harga	,000	,000	,000	,052
	Distribusi	,000	,001	,000	,006
	Promosi	,000	,023	,006	
N	Keputusan Anggota	30	30	30	30
	Produk	30	30	30	30
	Harga	30	30	30	30
	Distribusi	30	30	30	30
	Promosi	30	30	30	30

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	20,9201	39,3041	31,2667	3,69504	30
Std. Predicted Value	-2,800	2,175	,000	1,000	30
Standard Error of Predicted Value	,371	1,552	,709	,316	30
Adjusted Predicted Value	24,6285	39,9196	31,3954	2,54536	30
Residual	-5,92014	4,09081	,00000	1,75089	30
Std. Residual	-3,122	2,157	,000	,928	30
Stud. Residual	-4,261	2,470	-,027	1,141	30
Deleted Residual	-11,03281	5,36617	-,12870	2,70950	30
Stud. Deleted Residual	-7,982	2,784	-,142	1,710	30
Mahal. Distance	,144	18,443	3,867	4,445	30
Cook's Distance	,000	3,136	,144	,571	30
Centered Leverage Value	,005	,636	,133	,153	30

a. Dependent Variable: Keputusan Anggola

Charts

Nilai t-Tabel

1-sisi	0,100	0,050	0,025	0,010	1-sisi	0,100	0,050	0,025	0,010
2-sisi	0,200	0,100	0,050	0,020	2-sisi	0,200	0,100	0,050	0,020
1	3,0777	6,3137	12,7062	31,8210	51	1,2984	1,6753	2,0076	2,4017
2	1,8856	2,9200	4,3027	6,9645	52	1,2980	1,6747	2,0066	2,4002
3	1,6377	2,3534	3,1824	4,5407	53	1,2977	1,6741	2,0057	2,3988
4	1,5332	2,1318	2,7765	3,7469	54	1,2974	1,6736	2,0049	2,3974
5	1,4759	2,0150	2,5706	3,3649	55	1,2971	1,6730	2,0040	2,3961
6	1,4398	1,9432	2,4469	3,1427	56	1,2969	1,6725	2,0032	2,3948
7	1,4149	1,8946	2,3646	2,9979	57	1,2966	1,6720	2,0025	2,3936
8	1,3968	1,8595	2,3060	2,8965	58	1,2963	1,6716	2,0017	2,3924
9	1,3830	1,8331	2,2622	2,8214	59	1,2961	1,6711	2,0010	2,3912
10	1,3722	1,8125	2,2281	2,7638	60	1,2958	1,6706	2,0003	2,3901
11	1,3634	1,7959	2,2010	2,7181	61	1,2956	1,6702	1,9996	2,3890
12	1,3562	1,7823	2,1788	2,6810	62	1,2954	1,6698	1,9990	2,3880
13	1,3502	1,7709	2,1604	2,6503	63	1,2951	1,6694	1,9983	2,3870
14	1,3450	1,7613	2,1448	2,6245	64	1,2949	1,6690	1,9977	2,3860
15	1,3406	1,7531	2,1315	2,6025	65	1,2947	1,6686	1,9971	2,3851
16	1,3368	1,7459	2,1199	2,5835	66	1,2945	1,6683	1,9966	2,3842
17	1,3334	1,7396	2,1098	2,5669	67	1,2943	1,6679	1,9960	2,3833
18	1,3304	1,7341	2,1009	2,5524	68	1,2941	1,6676	1,9955	2,3824
19	1,3277	1,7291	2,0930	2,5395	69	1,2939	1,6672	1,9949	2,3816
20	1,3253	1,7247	2,0860	2,5280	70	1,2938	1,6669	1,9944	2,3808
21	1,3232	1,7207	2,0796	2,5176	71	1,2936	1,6666	1,9939	2,3800
22	1,3212	1,7171	2,0739	2,5083	72	1,2934	1,6663	1,9935	2,3793
23	1,3195	1,7139	2,0687	2,4999	73	1,2933	1,6660	1,9930	2,3785
24	1,3178	1,7109	2,0639	2,4922	74	1,2931	1,6657	1,9925	2,3778
25	1,3163	1,7081	2,0595	2,4851	75	1,2929	1,6654	1,9921	2,3771
26	1,3150	1,7056	2,0555	2,4786	76	1,2928	1,6652	1,9917	2,3764
27	1,3137	1,7033	2,0518	2,4727	77	1,2926	1,6649	1,9913	2,3758
28	1,3125	1,7011	2,0484	2,4671	78	1,2925	1,6646	1,9908	2,3751
29	1,3114	1,6991	2,0452	2,4620	79	1,2924	1,6644	1,9905	2,3745
30	1,3104	1,6973	2,0423	2,4573	80	1,2922	1,6641	1,9901	2,3739
31	1,3095	1,6955	2,0395	2,4528	81	1,2921	1,6639	1,9897	2,3733
32	1,3086	1,6939	2,0369	2,4487	82	1,2920	1,6636	1,9893	2,3727
33	1,3077	1,6924	2,0345	2,4448	83	1,2918	1,6634	1,9890	2,3721
34	1,3070	1,6909	2,0322	2,4411	84	1,2917	1,6632	1,9886	2,3716
35	1,3062	1,6896	2,0301	2,4377	85	1,2916	1,6630	1,9883	2,3710
36	1,3055	1,6883	2,0281	2,4345	86	1,2915	1,6628	1,9879	2,3705
37	1,3049	1,6871	2,0262	2,4314	87	1,2914	1,6626	1,9876	2,3700
38	1,3042	1,6860	2,0244	2,4286	88	1,2912	1,6624	1,9873	2,3695
39	1,3036	1,6849	2,0227	2,4258	89	1,2911	1,6622	1,9870	2,3690
40	1,3031	1,6839	2,0211	2,4233	90	1,2910	1,6620	1,9867	2,3685
41	1,3025	1,6829	2,0195	2,4208	91	1,2909	1,6618	1,9864	2,3680
42	1,3020	1,6820	2,0181	2,4185	92	1,2908	1,6616	1,9861	2,3676
43	1,3016	1,6811	2,0167	2,4163	93	1,2907	1,6614	1,9858	2,3671
44	1,3011	1,6802	2,0154	2,4141	94	1,2906	1,6612	1,9855	2,3667
45	1,3007	1,6794	2,0141	2,4121	95	1,2905	1,6611	1,9852	2,3662
46	1,3002	1,6787	2,0129	2,4102	96	1,2904	1,6609	1,9850	2,3658
47	1,2998	1,6779	2,0117	2,4083	97	1,2903	1,6607	1,9847	2,3654
48	1,2994	1,6772	2,0106	2,4066	98	1,2903	1,6606	1,9845	2,3650
49	1,2991	1,6766	2,0096	2,4049	99	1,2902	1,6604	1,9842	2,3646
50	1,2987	1,6759	2,0086	2,4033	100	1,2901	1,6602	1,9840	2,3642



MUAMALAT CENTER INDONESIA

Alamat : Jl. Kaliurang Km 9,5 Yogyakarta 55581, Telp./Fax. (0274) 888222

No : 0397/SDM-MCI/9/X/2006

Lamp : -

Hal : *Ijin Penelitian*

Kepada Yth
Pengurus dan Pengelola BMT Dana Syari'ah Giwangan
Di Tempat

السَّلَامُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ

Berdasarkan Surat pengajuan permohonan Penelitian Tertanggal 29 September 2006
No. UIN.02/KUI/PP.01.1/1038/2006 yang diajukan oleh :

Nama	: Faqih Masyhad
No. mahasiswa	: 00390364
Perguruan Tinggi	: UIN Sunan Kalijaga
Program Studi	: Keuangan Islam

Maka dengan ini kami memberikan ijin mahasiswa tersebut untuk mengadakan Penelitian mengenai " **Strategi Pemecaran BMT Dana Syari'ah Giwangan Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah** " di lembaga Saudara mulai tanggal **10 Oktober 2006 s/d 10 Desember 2006**, kemudian semua aturan, hak dan kewajiban kami serahkan kepada manajer setempat.

Demikian surat ini kami sampaikan atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

السَّلَامُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ

Yogyakarta, 09 Oktober 2006

Direktur PSDM
Muamalat Center Indonesia

M. Mufid Al Ashari



PEMERINTAH KOTA YOGYAKARTA

DINAS PERIZINAN

Jl. Kenari No. 56 Yogyakarta 55165 Telepon 514448, 515865, 515866, 562682

EMAIL : perizinan@jogja.go.id EMAIL INTRANET : perizinan@intra.jogja.go.id

SURAT IZIN

NOMOR : 070/1133
5664/34

Dasar : Surat izin / Rekomendasi dari Gubernur Kepala Daerah Istimewa Yogyakarta
Nomor : 070/3608 Tanggal : 05/06/2007

Mengingat : 1. Keputusan Walikotamadya Kepala Daerah Tingkat II Yogyakarta
Nomor 072/KD/1986 tanggal 6 Mei 1986 tentang Petunjuk Pelaksanaan
Keputusan Kepala Daerah Istimewa Yogyakarta, Nomor : 33/KPT/1986
tentang : Tatalaksana Pemberian izin bagi setiap Instansi Pemerintah
maupun non Pemerintah yang melakukan Pendataan / Penelitian
2. Keputusan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor : 38/I.2/2004
tentang : Pemberian izin / Rekomendasi Penelitian/Pendataan/Survei/KKN/
PKL di Daerah Istimewa Yogyakarta

Dijinkan Kepada : Nama : FAQIH MASYHAD NO MHS / NIM : 00390364
Pekerjaan : Mahasiswa Fak. Syari'ah - UIN SUKA YK
Alamat : Jl. Marsda Adisucipto, Yogyakarta
Penanggungjawab : H. Syafiq M Hanafi, S.Ag., M.Ag
Keperluan : Melakukan Penelitian dengan judul Proposal: PENGARUH BAURAN
PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN ANGGOTA DALAM
MENGUNAKAN PRODUK TABUNGAN WADI'AH BMT DANA
SYARI'AH GIWANGAN

Lokasi/Responden : Kota Yogyakarta
Waktu : 05/06/2007 Sampai 05/09/2007
Lampiran : Proposal dan Daftar Pertanyaan
Dengan Ketentuan : 1. Wajib Memberi Laporan hasil Penelitian kepada Walikota Yogyakarta
(Cq. Dinas Perizinan Kota Yogyakarta)
2. Wajib Menjaga Tata tertib dan mentaati ketentuan-ketentuan yang berlaku setempat
3. Izin ini tidak disalahgunakan untuk tujuan tertentu yang dapat mengganggu kestabilan
Pemerintah dan hanya diperlukan untuk keperluan ilmiah
4. Surat izin ini sewaktu-waktu dapat dibatalkan apabila tidak dipenuhinya
ketentuan-ketentuan tersebut diatas
Kemudian diharap para Pejabat Pemerintah setempat dapat memberi
bantuan seperlunya

Tanda tangan
Pemegang Izin
FAQIH MASYHAD

Tembusan Kepada :

- Yth. 1. Walikota Yogyakarta (sebagai laporan)
2. Ka. BAPEDA Prop. DIY
3. Dir. Bank Syari'ah Giwangan Cab. Yogyakarta
4. Ybs

Dikeluarkan di : Yogyakarta
pada Tanggal : 12/06/2007

CURRICULUM VITAE

NAMA : FAQIH MASYHAD
NIM : 00390364
TTL : BANYUMAS, 02 FEBRUARI 1982
FALUKTAS : SYARI'AH
JURUSAN-PRODI : MUAMALAH-KEUANGAN ISLAM
ALAMAT RUMAH : GAMBIRAN UH5/18 RT30 RW008
PANDEYAN YOGYAKARTA.
ALAMAT ASAL : SIRAU 01/08 KEMRANJEN BANYUMAS
JAWA TENGAH.
NAMA AYAH : DAWUD ALQOLJUBI
NAMA IBU : UMI ASIYAH
RIWAYAT PENDIDIKAN : - MI YPI BINANGUN 1994
- MTs. WI KEBARONGAN TAHUN 1997
- MA. WI KEBARONGAN TAHUN 2000

Yogyakarta, 18 Juli 2007

Penyusun,

Faqih Masyhad