

PERILAKU NASABAH DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN
MEMILIH PRODUK BAITUL MAAL WAT TAMWIL
(STUDI KASUS DI BMT BUDI MULIA PRAMBANAN YOGYAKARTA)



SKRIPSI

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

OLEH:
SITI ARBARONI SUPRIHATUN
00390408

PEMBIMBING:

1. PROF. DR. H. SYAMSUL ANWAR, MA
2. SUNARSIH, SE, M. Si

PROGRAM STUDI KEUANGAN ISLAM
MUAMALAH
FAKULTAS SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2005

**Prof. Dr. H. Syamsul Anwar, MA
Dosen Fakultas Syariah
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta**

NOTA DINAS

Hal : Skripsi
Saudari Siti Arbaroni Suprihatun

Kepada Yth,
Bapak Dekan Fakultas Syariah
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di _____
Yogyakarta

Assalamu 'alaikum Wr.Wb

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

Nama : Siti Arbaroni Suprihatun
NIM : 00390408
Jurusan-Prodi : Muamalat-Keuangan Islam
Judul : **Perilaku Nasabah dalam Pengambilan Keputusan Memilih Produk Baitul Maal Wat Tamwil (Studi Kasus di BMT Budi Mulia Prambanan Yogyakarta)**

Sudah dapat diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata-1 dalam jurusan Muamalah Program Studi Keuangan Islam Fakultas Syari'ah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih.
Wassalamu 'alaikum Wr.Wb

Yogyakarta, 14 Syawal 1426 H
16 November 2005

Pembimbing I
Prof. Dr. H. Syamsul Anwar, MA
NIP. 130 215 881

Sunarsih, SE, M.Si
Dosen Fakultas Syariah
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

NOTA DINAS

Hal : Skripsi

Saudari Siti Arbaroni Suprihatun

Kepada Yth,
Bapak Dekan Fakultas Syariah
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di _____
Yogyakarta

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

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

Nama : Siti Arbaroni Suprihatun
NIM : 00390408
Jurusan-Prodi : Muamalah-Keuangan Islam
Judul : **Perilaku Nasabah dalam Pengambilan Keputusan Memilih Produk Baitul Maal Wat Tamwil (Studi Kasus di BMT Budi Mulia Prambanan Yogyakarta)**

Sudah dapat diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata-1 dalam jurusan Muamalah Program Studi Keuangan Islam Fakultas Syari'ah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih.
Wassalamu 'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 14 Syawal 1426 H
16 November 2005

Pembimbing II


Sunarsih, SE, M.Si
NIP. 150 292 259

PENGESAHAN
Skripsi berjudul
Perilaku Nasabah dalam Pengambilan Keputusan
Memilih Produk Baitul Maal Wat Tamwil
(Studi Kasus di BMT Budi Mulia Prambanan Yogyakarta)

Yang Disusun Oleh:

Siti Arbaroni Suprihatun
NIM: 00390408

Telah dimunaqosahkan di depan sidang munaqosah pada hari Jum'at tanggal 16 Desember 2005 M/ 14 Dzulqa'dah 1426 H dan telah dinyatakan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana strata satu dalam ilmu Ekonomi Islam.

Yogyakarta, 16 Desember 2005 M
14 Dzulqa'dah 1426 H

DEKAN FAKULTAS SYARIAH


Drs. H. A. Malik Madany, MA
NIP. 150 182 698

Panitia Ujian Munaqasah

Ketua Sidang



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

Pembimbing I

Prof. Dr. H. Syamsul Anwar, MA
NIP. 150 215 881

Pengujii

Prof. Dr. H. Syamsul Anwar, MA
NIP. 150 215 881

Sekretaris Sidang



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

Pembimbing II

Sunarsih, SE, M.Si
NIP. 150 292 259

Pengujii II

Misnen Ardiansyah, SE, M.Si
NIP. 150 300 993

ABSTRAK

PERILAKU NASABAH DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN MEMILIH PRODUK BAITUL MAAL WAT TAMWIL (STUDI KASUS DI BMT BUDI MULIA PRAMBANAN YOGYAKARTA)

Menurut beberapa ahli ekonomi, perilaku konsumen atau nasabah dipengaruhi oleh beberapa faktor, baik intern maupun ekstern. Seperti sikap, motivasi, kelas sosial, dan kelompok referensi. Kemudian perilaku tersebut akan berpengaruh dalam proses pengambilan keputusan membeli atau memilih suatu produk. Oleh karena itu, di sini penyusun ingin membuktikan dari teori yang ada, yaitu bagaimana pengaruh sikap, motivasi, kelas sosial, dan kelompok referensi terhadap perilaku nasabah dalam pengambilan keputusan memilih produk Baitul Maal Wat Tamwil (Studi Kasus di BMT Budi Mulia Prambanan Yogyakarta) baik secara parsial maupun secara bersama-sama.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*), dan merupakan penelitian yang bersifat deskriptif analisis. Obyek penelitian meliputi sikap, motivasi, kelas sosial, kelompok referensi, dan perilaku nasabah dalam pengambilan keputusan memilih produk BMT Budi Mulia Prambanan Yogyakarta, subyek penelitiannya adalah nasabah BMT Budi Mulia Prambanan Yogyakarta sebanyak 100 orang responden yang merupakan sampel dari keseluruhan populasi yang berjumlah 988 orang nasabah dan diambil secara *simple random sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan *questioner*, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah dengan regresi berganda.

Hasil penelitian, menunjukkan hasil sebagai berikut: (1) sikap berpengaruh positif dan signifikan ($\text{sig } t = 0,022$) terhadap perilaku nasabah dalam pengambilan keputusan memilih produk BMT Budi Mulia Prambanan Yogyakarta; (2) motivasi berpengaruh positif dan signifikan ($\text{sig } t = 0,020$) terhadap perilaku nasabah dalam pengambilan keputusan memilih produk BMT Budi Mulia Prambanan Yogyakarta; (3) kelas sosial berpengaruh positif dan signifikan ($\text{sig } t = 0,002$) terhadap perilaku nasabah dalam pengambilan keputusan memilih produk BMT Budi Mulia Prambanan Yogyakarta; (4) kelompok referensi berpengaruh positif dan signifikan ($\text{sig } t = 0,000$) terhadap perilaku nasabah dalam pengambilan keputusan memilih produk BMT Budi Mulia Prambanan Yogyakarta; (5) sikap, motivasi, kelas sosial, dan kelompok referensi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan ($\text{sig } F = 0,000$) terhadap perilaku nasabah dalam pengambilan keputusan memilih produk BMT Budi Mulia Prambanan Yogyakarta. sehingga sikap, motivasi, kelas sosial, dan kelompok referensi secara bersama-sama mampu menjelaskan perilaku nasabah dalam pengambilan keputusan memilih produk BMT Budi Mulia Prambanan Yogyakarta sebesar 57,3%, selebihnya yaitu 42,7% dijelaskan oleh faktor lainnya. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *adjusted R²* = 0,573.

SURAT PERNYATAAN

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Yang bertanda: Siti Arbaroni Suprihatun

NIM : 00390408

Jurusan-Prodi : Muamalat-Keuangan Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **Perilaku Nasabah dalam Pengambilan Keputusan Memilih Produk Baitul Maal Wat Tamwil (Studi Kasus di BMT Budi Mulia Prambanan Yogyakarta)** adalah benar-benar merupakan Hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran daripada karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam footnote dan daftar pustaka. Dan apabila diklaim waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

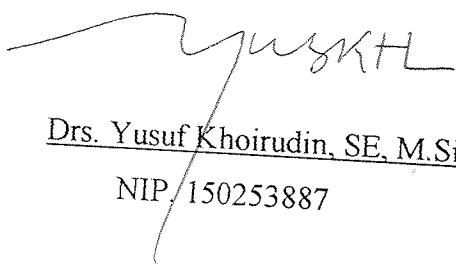
Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb

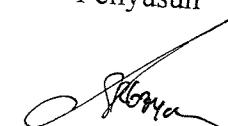
Yogyakarta, 14 Syawal 1426 H
16 November 2005

Mengetahui

Ka. Prodi Keuangan Islam


Drs. Yusuf Khoirudin, SE, M.Si
NIP. 150253887

Penyusun


Siti Arbaroni Suprihatun
NIM. 00390408

HALAMAN PERSEMBAHAN

Penuh syukur dan sujud bagi-Nya,
Rupersembahkan karyaku ini untuk :

- ❧ Ibunda tercinta, atas tebaran jala cinta dan kesabaran yang tiada pernah usai. Doanya adalah senandung pelipur kalbu yang menghapus dukaku.
- ❧ Alm. Ayah tercinta, semoga Engkau mendapatkan tempat yang terbaik di sisi-Nya.
- ❧ Kakak-kakakku, Ade'ku dan Reponakanku yang selalu menghapus segala kepenatanku.
- ❧ Sobat-sobatku, kalian adalah anugerah terindah yang pernah kumiliku, terima kasih kalian telah "membangunkan tidurku."

Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kemampuannya (Qs. Al-Baqarah : 286)

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan (Qs. Al-Insyirah : 6)

KATA PENGANTAR

الحمد لله رب العالمين،أشهد أن لا إله إلا الله وأشهد أنَّ محمداً رسول الله
والصلوة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين محمد صَمْ وعلیْهِ السَّلَامُ

وأصحابه أجمعين أما بعد

Syukur kehadirat Allah yang telah memberikan hidayah dan inayah sehingga setelah melalui perjalanan yang cukup panjang, akhirnya penyusun dapat menyelesaikan skripsi dengan judul : **“Perilaku Nasabah Dalam Pengambilan Keputusan Memilih Produk Baitul Maal Wat Tamwil (Studi Kasus Di Bmt Budi Mulia Prambanan Yogyakarta)”**.

Penyusun menyadari bahwa skripsi ini tidak akan lepas dari berbagai kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu segala kritik dan masukan para pembaca akan menyusun terima dengan senang hati.

Penyusun juga menyadari bahwa skripsi ini dapat diselesaikan atas bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, untuk itu penyusun ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada :

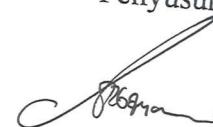
1. Bapak Drs. H. A. Malik Madany, M.A, selaku Dekan Fakultas Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Drs. Yusuf Khoiruddin, SE, M.Si, selaku Ketua Prodi KUI yang telah menyetujui pemilihan judul skripsi ini.
3. Bapak Drs.H. Dahwan selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahannya.
4. Bapak Prof. Dr. H. Syamsul Anwar, MA dan Ibu Sunarsih, SE, M.Si, selaku Dosen Pembimbing I dan II yang telah memberikan arahan dan bimbingan sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Dosen-dosen Prodi Keuangan Islam yang telah memberikan ilmunya.
6. Pihak BMT Budi Mulia Prambanan Yogyakarta yang telah menerima dan memberikan ijin dan informasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Ibu, Alm. Ayah, Kakak-kakak, dan Ade'ku yang senantiasa mendoakanku dan memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.

8. Sahabat-sahabatku yang telah memberikan dorongan semangat dan hal yang terbaik dalam hidupku.
9. Teman-temanku warga KUI I, yang telah memberikan hari-hari yang indah selama menempuh pendidikan di Fakultas Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
10. Berbagai pihak yang tidak mungkin disebutkan satu persatu dalam kesempatan ini.

Akhirnya dengan segala kekurangan dan kelemahan yang ada, penyusun berharap mudah-mudahan skripsi ini bermanfaat bagi perkembangan Ilmu Ekonomi Islam.

Yogyakarta, 19 Muharam 1426 H
28 Februari 2005 M

Penyusun



Siti Arbaroni Suprihatun

NIM. 00390408

PEDOMAN TRASLITERASI ARAB-LATIN

Penulisan transliterasi Arab-Latin dalam penelitian ini menggunakan pedoman transliterasi dari keputusan bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI no. 158 tahun 1987 dan no. 0543 b/U/1987. Secara garis besar uraiannya adalah sebagai berikut:

1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	bā'	b	-
ت	tā'	t	-
ث	sā	s	s (dengan titik di atas)
ج	jīm	j	-
ح	hā'	h	h (dengan titik di bawah)
خ	kha'	kh	-
د	dāl	d	-
ذ	zāl	z	z (dengan titik di atas)
ر	rā'	r	-
ز	zai	z	-
س	śīn	s	-
ش	syīn	sy	-
ص	śad	ś	ś (dengan titik di bawah)
ض	ḍād	ḍ	ḍ (dengan titik di bawah)
ط	ṭā'	ṭ	ṭ (dengan titik di bawah)
ظ	ẓā'	ẓ	ẓ (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	‘ (koma terbalik)
غ	gain	g	-

ف	fā'	f	-
ق	qāf	q	-
ك	kāf	k	-
ل	lām	l	-
م	mīm	m	-
ن	nūn	n	-
و	wāwu	w	-
هـ	hā'	h	-
ءـ	hamzah	,	apostrof (tetapi tidak dilambangkan apabila terletak di awal kata)
يـ	yā'	y	-

2. Vokal

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

a. 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

b. Vokal Rangkap

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ς	Fathah dan ya	ai	a dan i
϶	Fathah dan wawu	au	a dan u
Contoh:			

كيف - kaifa هول - haula

3. Maddah

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
س ۱ ۱	Fathah dan alif atau alif· Maksūrah	ā	a dengan garis di atas
س ،	Kasrah dan ya	ī	i dengan garis di atas
س ۹	ḍammah dan wawu	ū	u dengan garis di atas

قال - qāla	قيل - qīla
رمى - ramā	يقول - yaqūlu

4. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua:

a. Ta Marbutah hidup

Ta' marbuṭah yang hidup atau yang mendapat harkat fathah, kasrah dan ḍammah, transliterasinya adalah (t).

b. Ta' Marbutah mati

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

Contoh: طلحة - Talhah

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

Contoh: روضة الجنة - raudah al-Jannah

5. 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: رَبَّا - rabbanā

نَعَمْ - nu'imma

6. 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 qomariyyah.

a. 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

السَّيِّدَة - as-sayyidatu

b. Kata sandang yang dikuti oleh huruf qomariyah.

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qomariyah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai pula dengan bunyinya. Bila diikuti oleh huruf syamsiyah mupun huruf qomariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan tanda sambung (-)

Contoh: الْقَلْمَنْ - al-qalamu

الْجَلَالُ - al-jalālu

الْبَدِيعُ - al-badi'u

7. 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

النوع - an-nau'u

تأخذون - ta'khuzūna

8. 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:

وَانَّ اللَّهَ هُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ - Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn atau

Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn

فَأَوْفُوا الْكِيلَ وَالْمِيزَانَ - Fa 'aufū al-kaila wa al-mīzāna atau

Fa 'aufūl kaila walmīzāna

9. Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti yang berlaku dalam EYD, diantaranya = 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.

وَمَحَمَّدُ الْأَنْبَيْرُ - wa mā Muḥammadun illā Rasūl
- اَنَّ اَوَّلَ بَيْتٍ وَضَعَ لِلنَّاسِ inna awwala baitin wuḍi'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 :

نَصْرٌ مِّنَ اللَّهِ وَفْحَرِيبٌ - naṣrun minallāhi wa fathun qorīb
لِلَّهِ الْأَمْرُ حَمِيْعًا - lillāhi al-maru jami'an

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

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	Hal
	i
NOTA DINAS	ii
PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
SURAT PERNYATAAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR BAGAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	xix
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	9
D. Telaah Pustaka	10
E. Kerangka Teoretik	13
F. Hipotesis	17
G. Metode Penelitian	17
H. Sistematika Pembahasan	36
BAB II KONSEP PEMASARAN, PERILAKU KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN MEMILIH PRODUK	
A. Pemasaran	38
1. Pengertian	38
2. Konsep Pemasaran	41
3. Manajemen Pemasaran	42
B. Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Membeli atau Memilih Produk	44
1. Pengertian Perilaku Konsumen Menurut Ekonomi Umum dan Ekonomi Islam	44

2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen atau Nasabah	56
3. Proses Pengambilan Keputusan Membeli atau Memilih Produk	62
4. Teori Perilaku Konsumen Muslim	67
C. Baitul Maal Wat Tamwil	69
1. Pengertian	69
2. Konsep Dasar Syariah dalam Ekonomi dan Lembaga Keuangan	70
3. Kemudharatan Sistem Bunga	71
4. Falsafah BMT	71
5. Prinsip-Prinsip Dasar Operasional BMT	72

BAB III GAMBARAN UMUM BAITUL MAAL WAT TAMWIL BUDI MULIA PRAMBANAN YOGYAKARTA

A. Sejarah Berdirinya	74
B. Visi dan Misi	75
C. Struktur Organisasi	76
D. Pengurus dan Pengelola	79
E. Produk-Produk Yang Ditawarkan	80

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS PERILAKU NASABAH DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN MEMILIH PRODUK BMT BUDI MULIA PRAMBANAN

A. Gambaran Umum responden	83
1. Jenis Kelamin	83
2. Jenis Pekerjaan	84
3. Tingkat Pendidikan	85
4. Tingkat Penghasilan	86
5. Jenis Produk Yang Dipilih	87
6. Alasan	88
B. Analisis Kuantitatif	89
1. Hasil Uji Coba Instrumen	89
2. Uji Asumsi Regresi	93
3. Uji Hipotesis	94

BAB V	C. Analisis Kualitatif	98
	PENUTUP	
	A. Kesimpulan	109
	B. Saran	112
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN-LAMPIRAN		
Lampiran Tarjamah	I	
Angket	II	
Garis Besar Pedoman Wawancara	VI	
Hasil Rekapitulasi Data Penelitian 100 Responden	VII	
Tabel Korelasi Pearson Product Moment $\alpha 5\%$	X	
Tabel t Pada $\alpha 5\%$	XI	
Tabel F Pada $\alpha 5\%$	XII	
Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Sikap (X_1)	XIII	
Hasil Uji Validitas dan Realibilitas Motivasi (X_2)	XIV	
Hasil Uji Validitas dan Realibilitas Kelas Sosial (X_3)	XIV	
Hasil Uji Validitas dan Realibilitas Kelompok Referensi (X_4)	XVI	
Hasil Uji Validitas Perilaku Nasabah dalam Pengambilan Keputusan Memilih Produk BMT Budi Mulia Prambanan (Y)	XVII	
Hasil Uji Reliabilitas Perilaku Nasabah dalam Pengambilan Keputusan Memilih Produk BMT Budi Mulia Prambanan (Y)	XVIII	
Hasil Analisis Regresi Berganda	XIX	
Uji Normalitas	XXI	
Uji Heterokedastisitas	XXII	
Uji Multikolinieritas	XXIII	
Biografi Penulis	XXIV	
Surat Keterangan Ijin Penelitian dari BMT Budi Mulia Prambanan	XXIX	
Surat Keterangan Ijin Penelitian dari Kabupaten Sleman	XXX	
Surat Keterangan Ijin Penelitian dari Propinsi DIY	XXXI	
Curiculum Vitae	XXXII	

DAFTAR TABEL

	Hal
1. Kisi-Kisi Penyusunan dan Pengembangan Angket Sikap	25
2. Kisi-Kisi Penyusunan dan Pengembangan Angket Motivasi	25
3. Kisi-Kisi Penyusunan dan Pengembangan Angket Kelas Sosial	25
4. Kisi-Kisi Penyusunan dan Pengembangan Angket Kelompok Referensi	26
5. Kisi-Kisi Penyusunan dan Pengembangan Angket Perilaku Nasabah Dalam Pengambilan Keputusan Memilih Produk BMT Budi Mulia Prambanan	26
6. Variabel Alternatif Jawaban Angket dan Skor	27
7. Responden Menurut Jenis Kelamin	83
8. Responden Menurut Jenis Pekerjaan	84
9. Responden Menurut Tingkat Pendidikan	85
10. Responden Menurut Tingkat Penghasilan.....	86
11. Jenis Produk Yang Dipilih Responden	87
12. Alasan	88
13. Hasil Uji Validitas Sikap, Motivasi, Kelas Sosial, dan Kelompok Referensi	90
14. Hasil Uji Validitas Perilaku Nasabah Dalam Pengambilan Keputusan Memilih Produk BMT Budi Mulia Prambanan	91
15. Hasil Uji Reliabilitas	92
16. Coeficients	94
17. Hasil Uji Regresi Berganda	95

DAFTAR BAGAN

Paradigma Penelitian	Hal
	24
Struktur Organisasi BMBT Budi Mulia Prambanan	76

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Munculnya banyak lembaga keuangan yang beroperasi berdasarkan syariah, termasuk di dalamnya Baitul Maal Wat Tamwil atau yang dikenal dengan BMT, beberapa tahun terakhir ini merupakan fenomena aktual yang menarik untuk diamati. Paling tidak, ini bisa dianggap sebagai bukti awal diterimanya dengan baik sistem ekonomi berdasarkan syariah di tengah masyarakat dengan tingkat peradaban yang sudah sedemikian maju. Salah satunya adalah BMT Budi Mulia Prambanan.

BMT Budi Mulia Prambanan yang berdiri pada tahun 1995 dan mulai beroperasi pada tahun 1996 merupakan BMT pertama yang berdiri di wilayah Prambanan dan merupakan BMT satu-satunya pada saat itu.¹ Seperti halnya BMT pada umumnya, BMT Budi Mulia Prambanan sesungguhnya lahir dengan dilatarbelakangi oleh adanya pandangan bahwa sistem bunga yang diterapkan oleh lembaga keuangan konvensional adalah sama dengan *riba* yang secara tegas diharamkan dalam al-Quran.² Adapun di antara ayat yang melarang *riba* adalah surat Ali Imran ayat 130, yang berbunyi:

¹ Wawancara dengan Ny. Tri Wahyuni, Manajer Umum BMT Budi Mulia Prambanan, tanggal 5 Februari 2005, di BMT Budi Mulia Prambanan.

² Afzalur Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Wakaf, 1996), IV: 77.

يَا يَهُا الَّذِينَ امْنَوْا لَا تَأْكِلُوا الرِّبَوْا أَضْعَافًا مُضْعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهُ لَعْلَكُمْ تَفْلِحُونَ³

Ayat ini menjelaskan tentang larangan memakan atau memungut riba dengan berlipat ganda, jika kita benar-benar ingin berhasil dalam hidup. Di sini bukan berarti bahwa memungut riba dengan tidak berlipat ganda dibolehkan, tetapi memungut riba dengan tidak berlipat ganda pun juga dilarang dalam Islam.

Larangan riba tidak hanya terdapat dalam ayat al-Qur'an saja, tetapi juga terdapat dalam hadits Rasul. Dalam haditsnya Rasulullah saw bersabda:

أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ لَعِنَ اَكْلِ الرِّبَّا وَمُوَكْلِهِ وَشَهِدِيهِ كَاتِبِهِ⁴

Sebagaimana yang dijelaskan dalam al-Qur'an surat Ali 'Imran 130 di atas, hadits ini juga membahas tentang larangan riba. Dalam hadits ini, dijelaskan bahwa riba itu tidak hanya dilarang oleh Allah, bahkan di sini Rasulullah saw sangat melaknat orang-orang yang terkait dalam tindakan riba. Tidak hanya bagi yang memakannya saja, tetapi Rasulullah saw sangat melaknat pemakan riba, pemberi makan riba, dan orang-orang yang menjadi saksi, serta penulisnya. Dari sini sebenarnya telah jelas bahwa riba itu sangat dilarang dalam syariat Islam, baik melalui al-Qur'an maupun Hadits Rasul saw.

³Ali 'Imran (3) : 130.

⁴ Abu Abdullah Muhammad bin Yazid Ibn Majah, *Tarjamah Sunan Ibn Majah*, cet. ke-1 (Al Ustadz H. Abdullah Shonhaji, terjemahan), (Semarang: CV. Asy Syifa', 1993), III: 111-112, hadis nomor 2277, "Bab Ancaman Keras terhadap Riba", Mewartakan kepada Muhammad bin Basyyari; mewartakan kepada kami Muhammad bin Ja'far; mewartakan kepada kami Syu'ban; 'Abdullah mewartakan hadits dari 'Abdullah bin Mas'ud, bahwasannya Rasul Allah saw. "Melaknat pemakan riba, pemberi makan riba, dua saksinya dan penulisnya."

Sementara di sisi lain, kendati haramnya *riba* bersifat mutlak dan disepakati oleh setiap pribadi muslim berdasarkan ayat-ayat al-Quran, sunnah Nabi saw dan *Ijma*⁵ seluruh Ulama Mazhab, namun perbedaan di antara mereka masih terjadi berkaitan dengan persoalan apakah yang sesungguhnya dimaksud dengan *riba* yang diharamkan dalam al-Quran itu.⁶ Namun, kesamaan pandangan antara bunga dan *riba* tersebut memang sulit dibantah, apalagi secara substansial memang tak ada beda antara bunga dan *riba*, sebagaimana yang diungkapkan oleh tokoh-tokoh klasik ekonomi, Adam Smith dan Ricardo, yang dikutip oleh Hertanto Widodo dalam bukunya “PAS (Pedoman Akuntansi Syariah) Panduan Praktis Operasional Baitul Mal Wat Tamwil (BMT)”, *riba* dan bunga merupakan ganti rugi atau tambahan biaya dari uang yang dipinjamkan. Bedanya hanya cara pendekatannya, bunga dikemas *sophisticated*, sedangkan tuntutan lapangan mengharuskan *riba* dikelola tradisional.⁷

Tujuan yang ingin dicapai BMT Budi Mulia tidak lain adalah untuk menampung dana umat Islam yang begitu besar dan menyalurkannya kembali kepada umat Islam terutama pengusaha-pengusaha muslim yang membutuhkan bantuan modal untuk pengembangan bisnisnya dalam bentuk pemberian fasilitas pembiayaan kepada nasabah berdasarkan prinsip syariah, seperti qardh, dan murabahah, mudarabah, musyarakah, lain-lain.

⁵ Yaitu kesepakatan pendapat Ulama Mazhab yang menjadi sumber rujukan ketiga nilai-nilai hukum Islam, setelah al-Quran dan Sunnah Rasulullah saw. Lihat Makhlauil Ilmi, *Teori dan Praktek Mikro Keuangan Syariah : Beberapa Permasalahan dan Alternatif Sosial* (Yogyakarta: UII Press, 2002), hlm. 1.

⁶ Quraish Shihab, *Membumikan al-Quran* (Bandung: Mizan, 1994), hlm. 258.

⁷ Hertanto Widodo, *PAS (Pedoman Akuntansi Syariah) Panduan Praktis Operasional Baitul Mal Wat Tamwil (BMT)* (Bandung: Mizan, 1999), hlm. 19.

Sebagai lembaga keuangan non bank yang beroperasi seperti bank koperasi, BMT Budi Mulia Prambanan memfokuskan target pasarnya pada bisnis skala kecil, seperti kepada para pedagang kecil yang kurang menarik bagi bank, karena memang letak BMT Budi Mulia yang berdekatan dengan Pasar Prambanan. Hal tersebut memungkinkan bahwa target yang menjadi nasabah BMT adalah para pedagang. Keberadaan BMT selain dianggap sebagai media penyalur pendayagunaan harta ibadah seperti zakat, infak, dan sadaqah, juga bisa dianggap sebagai institusi yang bergerak di bidang investasi yang bersifat produktif seperti layaknya bank. Dengan demikian, selain berfungsi sebagai lembaga keuangan, BMT juga bisa berfungsi sebagai lembaga ekonomi, sehingga ia juga berhak melakukan kegiatan ekonomi, seperti perdagangan, industri, dan pertanian.⁸

Dalam perkembangannya hingga saat ini, di wilayah Prambanan telah berdiri sekitar 10 (sepuluh) BMT selain beberapa bank yang telah ada. Namun, BMT Budi Mulia tetap mampu berkembang cukup pesat. Hal ini terlihat dari kenyataan bahwa walaupun baru berdiri sekitar 10 (sepuluh) tahun, namun BMT tersebut telah memiliki nasabah yang cukup banyak, yaitu 988 orang nasabah, serta aset dan omset yang selalu meningkat, sehingga hal tersebut menunjukkan bahwa BMT tersebut telah mampu bersaing dengan beberapa lembaga keuangan lainnya yang telah ada.⁹

⁸ Ahmad Djazuli dan Yani Janwari, *Lembaga-Lembaga Perekonomian Umat Sebuah Pengenalan*, ed. ke-1, cet. ke-1 (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002), hlm. 183-184.

⁹ Wawancara dengan Ny. Tri Wahyuni Manajer Umum BMT Budi Mulia Prambanan, tanggal 14 Maret 2005, di BMT Budi Mulia Prambanan.

Selain itu, BMT Budi Mulia Prambanan juga pernah meraih 10 (sepuluh) besar UKM (Usaha Kredit Mikro) se-Daerah Istimewa Yogyakarta, baik syariah maupun umum. BMT Budi Mulia Prambanan merupakan salah satu sampel dari 80 (delapan puluh) sampel yang ada, yang diambil secara acak dari berbagai variabel oleh fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada Yogyakarta pimpinan Bapak Dumairi yang dipresentasikan di Bank Indonesia pertengahan tahun 2003.¹⁰

Adapun produk yang ditawarkan oleh BMT pada umumnya adalah produk pembiayaan (*financing*) dan produk simpanan (*funding*). Produk pembiayaan meliputi pembiayaan Bai' Bišaman Ajil (BBA), Mudarabah (BDA), Murabahah (MBA), Musyarakah (MSA), dan Qardul Hasan (QH). Sedangkan produk simpanan meliputi simpanan Wadiah dan simpanan Muḍarabah.¹¹ Pada dasarnya nasabah akan memilih suatu produk apabila keinginannya dapat dipenuhi oleh produk tersebut. Kesadaran terhadap pentingnya perbaikan produk dan memberikan informasi yang jelas serta dapat memenuhi keinginan konsumen atau nasabah merupakan hal yang sangat penting dalam memasarkan produk BMT.

Sebagai lembaga keuangan yang berorientasi pada konsumen atau nasabah, maka konsep pemasaran bagi BMT Budi Mulia Prambanan sangat diperlukan karena pemasaran merupakan upaya menciptakan pelayanan yang baik dan memuaskan bagi konsumen melalui penjualan produk dan mendapatkan bagi hasil yang maksimal bagi pihak nasabah dan BMT sebagai pemilik produk.

¹⁰ *Ibid.*

¹¹ Muhammad, *Manajemen Baitul Mal wat Tamwil(BMT)*, cet. ke-1 (Yogyakarta: STIS, 1998), hlm. 170.

BMT Budi Mulia harus bersaing secara sehat dengan beberapa BMT dan bank yang lain, yang ada di wilayah Prambanan.

Untuk itu, BMT Budi Mulia Prambanan harus mampu memasarkan produk-produknya kepada konsumen atau nasabah karena nasabah merupakan penentu maju mundurnya BMT tersebut. Sedangkan nasabah atau konsumen tersebut tentu akan melihat produk-produk yang ditawarkan oleh BMT. Dalam perkembangan konsep pemasaran mutakhir, konsumen atau nasabah ditempatkan sebagai sentral perhatian, begitu juga bagi BMT Budi Mulia Prambanan, sehingga mempelajari apa yang dibutuhkan dan diinginkan nasabah pada saat ini merupakan hal yang sangat penting.

Sebagaimana yang diungkapkan oleh Mowen yang dikutip oleh Sutisna, mempelajari dan mengetahui perilaku konsumen atau nasabah dan proses konsumsi yang dilakukan konsumen atau nasabah memiliki beberapa manfaat, yaitu:

1. membantu para manajer dalam pengambilan keputusannya,
2. memberikan pengetahuan kepada para peneliti pemasaran dengan dasar pengetahuan analisis konsumen,
3. membantu legislator dan regulator dalam menciptakan hukum dan peraturan yang berkaitan dengan pembelian dan penjualan barang dan jasa,
4. membantu konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian yang baik.¹²

¹² Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, cet. ke-3 (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset, 2003), hlm. 5.

Setiap konsumen dalam berperilaku selalu dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu:

1. faktor sosial budaya, yang terdiri dari kebudayaan, budaya khusus, kelas sosial, kelompok sosial, dan referensi,
2. faktor psikologi, yang terdiri dari motivasi, persepsi, proses belajar, kepercayaan, dan sikap.¹³

Selanjutnya, menurut Husein Umar, perilaku konsumen atau nasabah memang sangat menentukan dalam proses pengambilan keputusan pembelian atau pemilihan produk tertentu.¹⁴

Dari sini terlihat bahwa mempelajari dan mengetahui perilaku konsumen sangat penting. Demikian halnya bagi BMT Budi Mulia Prambanan, dengan mengetahui perilaku para konsumen atau nasabahnya, BMT Budi Mulia Prambanan akan lebih mudah melakukan tindakan-tindakan dalam pengambilan keputusan untuk kemajuan usahanya. Karena pada dasarnya, BMT Budi Mulia Prambanan memang memerlukan informasi tentang perilaku para nasabahnya. Baik mengenai alasan apa yang sebenarnya membuat para nasabah tertarik dengan BMT Budi Mulia Prambanan, tentang produk yang ditawarkan, ataupun hal-hal lain ataupun masukan-masukan dari para nasabah yang dapat membantu majunya BMT Budi Mulia Prambanan.

Berdasarkan pentingnya mempelajari dan mengetahui perilaku konsumen atau nasabah yang telah disebutkan di atas, serta perlunya informasi bagi BMT

¹³ Husein Umar, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama bekerjasama dengan Jakarta Business Research Center (JBRC), 2000), hlm. 50.

¹⁴ *Ibid.*

Budi Mulia Prambanan tentang para nasabahnya, maka penyusun ingin melakukan penelitian perilaku nasabah yang berobek di BMT Budi Mulia Prambanan dengan judul “Perilaku Nasabah Dalam Pengambilan Keputusan Memilih Produk Baitul Maal Wat Tamwil (Studi Kasus di BMT Budi Mulia Prambanan Yogyakarta)”.

Dengan banyaknya faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, maka yang penyusun teliti hanyalah faktor sikap, motivasi, kelas sosial, dan kelompok referensi terhadap perilaku nasabah dalam pengambilan keputusan memilih produk BMT Budi Mulia Prambanan, karena keempat faktor tersebut merupakan faktor yang paling dominan yang mempengaruhi perilaku konsumen atau nasabah.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disebutkan di atas, penyusun merumuskan pokok masalah yang perlu dibahas dalam skripsi ini, yaitu:

1. Bagaimanakah pengaruh sikap terhadap perilaku nasabah dalam pengambilan keputusan memilih produk BMT Budi Mulia Prambanan Yogyakarta.
2. Bagaimanakah pengaruh motivasi terhadap perilaku nasabah dalam pengambilan keputusan memilih produk BMT Budi Mulia Prambanan Yogyakarta.
3. Bagaimanakah pengaruh kelas sosial terhadap perilaku nasabah dalam pengambilan keputusan memilih produk BMT Budi Mulia Prambanan Yogyakarta.

4. Bagaimanakah pengaruh kelompok referensi terhadap perilaku nasabah dalam pengambilan keputusan memilih produk BMT Budi Mulia Prambanan Yogyakarta.
5. Bagaimanakah pengaruh sikap, motivasi, kelas sosial, dan kelompok referensi secara bersama-sama terhadap perilaku nasabah dalam pengambilan keputusan memilih produk BMT Budi Mulia Prambanan Yogyakarta.

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan:

1. Bagaimanakah pengaruh sikap terhadap perilaku nasabah dalam pengambilan keputusan memilih produk BMT Budi Mulia Prambanan Yogyakarta.
2. Bagaimanakah pengaruh motivasi terhadap perilaku nasabah dalam pengambilan keputusan memilih produk BMT Budi Mulia Prambanan Yogyakarta.
3. Bagaimanakah pengaruh kelas sosial terhadap perilaku nasabah dalam pengambilan keputusan memilih produk BMT Budi Mulia Prambanan Yogyakarta.
4. Bagaimanakah pengaruh kelompok referensi terhadap perilaku nasabah dalam pengambilan keputusan memilih produk BMT Budi Mulia Prambanan Yogyakarta.
5. Bagaimanakah pengaruh sikap, motivasi, kelas sosial, dan kelompok referensi secara bersama-sama terhadap perilaku nasabah dalam

pengambilan keputusan memilih produk BMT Budi Mulia Prambanan Yogyakarta.

Sedangkan kegunaan yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi BMT Budi Mulia Prambanan Yogyakarta, penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi, kritik maupun saran mengenai perilaku nasabah terhadap produk di dalam menentukan kebijakan dan program guna peningkatan nasabah BMT Budi Mulia Prambanan Yogyakarta.
2. Bagi Peneliti, penelitian ini diharapkan sebagai sarana untuk menambah pengetahuan dan wawasan serta penerapan ilmu yang didapat di bangku kuliah dengan kegiatan Lembaga keuangan Non Bank.
3. Bagi Pihak lain, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan informasi dan sedikit gambaran untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan permasalahan yang ada hubungannya dengan masalah ini.

D. Telaah Pustaka

Pembahasan tentang Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) secara umum telah banyak diperbincangkan, baik dalam bentuk buku, skripsi, maupun tesis. Namun, pembahasan tentang BMT yang berkaitan dengan perilaku konsumen dan berobyek di BMT Budi Mulia Prambanan belum pernah dilakukan.

Ada beberapa penelitian, yang berobyek di BMT dan berkaitan dengan perilaku konsumen, seperti yang penyusun temukan, yaitu penelitian dalam bentuk tesis. Pembahasan dalam penelitian tersebut, sama dengan yang penyusun lakukan yaitu tentang BMT dan perilaku konsumen, tetapi obyeknya yang

berbeda yaitu di BMT Kharisma, Magelang. Pokok masalah yang diangkat dalam tesis tersebut juga berbeda, yaitu ingin mengetahui motif yang mempengaruhi perilaku konsumen, produk apa yang diminati konsumen, dan tanggapan, serta respon masyarakat Magelang dan sekitarnya terhadap keberadaan BMT Kharisma tersebut. Tesis tersebut berjudul “Perilaku Konsumen Terhadap produk BMT Studi Kasus di BMT Kharisma, Magelang, Jawa Tengah”.¹⁵

Penelitian lainnya masih seputar BMT dan perilaku konsumen adalah penelitian dalam bentuk skripsi yang dilakukan oleh Cecep Kurniawan di BMT Al-Ikhlas Yogyakarta. Penelitian tersebut mengangkat tentang perilaku nasabah secara khusus, yaitu bagaimana sikap nasabah, dan apakah terdapat perbedaan penilaian nasabah berdasarkan karakteristik nasabah terhadap atribut BMT Al-Ikhlas Yogyakarta berupa kualitas pelayanan, kelengkapan produk, kelengkapan fasilitas, dan besarnya harga. Skripsi tersebut berjudul “Analisis Sikap dan Penilaian Nasabah Terhadap BMT Al-Ikhlas Yogyakarta”.¹⁶

Sekilas jelas bahwa obyek pembahasan dari kedua jenis penelitian yang tersebut berbeda dengan penelitian dalam skripsi ini, sebagaimana yang telah dikemukakan dalam pokok-pokok masalah di atas. Jadi, maksud penelitian yang akan dilakukan di BMT Budi Mulia Prambanan adalah tentang perilaku nasabahnya, ditinjau dari pengaruh sikap, motivasi, kelas sosial, dan kelompok referensi terhadap pengambilan keputusan memilih produk BMT.

¹⁵ Sholihin, “Perilaku Konsumen Terhadap produk BMT Studi Kasus di BMT Kharisma, Magelang, Jawa Tengah”, tesis Universitas Islam Indonesia (UII) Yogyakarta (1999).

¹⁶ Cecep Kurniawan, “Analisis Sikap Dan Penilaian Nasabah Terhadap BMT Al-Ikhlas Yogyakarta”, skripsi tidak diterbitkan, Sekolah Tinggi Ilmu Syariah (STIS) Yogyakarta (2002).

Pembahasan mengenai Baitul Maal Wat Tamwil juga dilakukan oleh Muhammad, dalam bukunya BMT dibahas secara umum, yaitu tentang konsep syariah dalam ekonomi dan lembaga keuangan; organisasi dan sistem BMT; produk-produk BMT; manajemen dana dan perhitungan bagi hasil; serta analisis dan pengawasan.¹⁷ Dengan demikian, beliau belum mengungkapkan tentang perilaku nasabah dengan obyek di BMT.

Pembahasan tentang perilaku konsumen banyak penyusun temukan dari buku-buku ekonomi, seperti yang karya Husein Umar dalam bukunya *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, beliau mengungkapkan bahwa perilaku konsumen sangat berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian atau pemilihan suatu produk. Selain itu, dalam buku tersebut juga dibahas beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, baik faktor sosial budaya maupun psikologis.¹⁸

Dengan demikian, penelitian tentang perilaku nasabah ini belum pernah dilakukan apalagi disertai dengan data hasil penelitian di lapangan dengan obyek di BMT Budi Mulia Prambanan. Karena disamping pokok masalah yang diangkat dan obyek penelitian yang berbeda, landasan teori yang penyusun gunakan tidak hanya dari teori ekonomi konvensional sebagaimana penelitian terdahulu. Tetapi di sini penyusun juga mencoba menggunakan teori ekonomi berdasarkan konsep Islam terutama tentang konsumen dan perilaku konsumen.

¹⁷ Muhammad, *Manajemen Baitul Mal*, hlm. 6-56.

¹⁸ Husein Umar, *Riset Pemasaran* hlm. 50.

E. Kerangka Teoretik

Pengertian konsumen banyak didefinisikan oleh banyak tokoh-tokoh ekonomi, di antaranya adalah Basu Swastha dan Hani Handoko. Di sini konsumen didefinisikan sebagai “individu-individu yang melakukan pembelian untuk memenuhi kebutuhan pribadinya atau konsumsi rumah tangganya.”¹⁹

Definisi konsumen sesuai dengan prinsip-prinsip umum perlindungan konsumen dalam Islam adalah “setiap orang, kelompok atau badan hukum pemakai suatu harta benda atau jasa karena adanya hak yang sah, baik ia dipakai untuk pemakaian akhir maupun untuk proses produksi selanjutnya.”²⁰

Perilaku konsumen (*consumer behaviour*) adalah kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang dan jasa, termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut.²¹

Dalam Islam, pada hakekatnya konsumsi adalah suatu pengertian yang positif. Larangan-larangan dan perintah-perintah mengenai makan dan minuman harus dilihat sebagai bagian usaha meningkatkan sifat perilaku konsumen. Dengan demikian, untuk memahami perilaku konsumen dalam Islam tidak terletak dengan hanya mengetahui hal-hal yang terlarang tetapi juga dengan menyadari konsep

¹⁹ Basu Swastha dan T. Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*, ed. ke.1, cet. ke-1 (Yogyakarta: BPFE, 1997), hlm. 12.

²⁰ Ibid., hlm. 129-130.

²¹ Basu Swastha dan T. Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran* hlm. 10.

dinamik tentang sikap moderat dalam konsumsi yang di tuntun oleh perilaku yang mengutamakan kepentingan orang lain, yaitu seorang konsumen Muslim.²²

Dengan demikian Islam sangat mengatur segenap perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidup. Demikian juga dalam masalah konsumsi, Islam mengatur bagaimana manusia bisa melakukan kegiatan-kegiatan konsumsi yang berguna bagi kemaslahatan hidupnya, lewat al-Quran dan al-Hadits, supaya manusia dijauhkan dari sifat yang hina karena perilaku konsumsi.

Husein Umar menyebutkan bahwa perilaku konsumen dipengaruhi oleh:²³

1. faktor sosial budaya, terdiri dari: kebudayaan, budaya khusus, kelas sosial, kelompok sosial, dan referensi,
2. faktor psikologi, meliputi: motivasi, persepsi, proses belajar, kepercayaan, dan sikap.

Dari beberapa faktor tersebut, yang akan digunakan adalah faktor kelas sosial dan kelompok referensi mewakili faktor ekstern. Kemudian sikap dan motivasi akan mewakili faktor inter. Dari keempat faktor tersebut, nantinya akan penyusun gunakan sebagai variabel independen.

Bicara tentang perilaku konsumen, tidak dapat dipisahkan dengan pembahasan mengenai pemasaran. Karena pada dasarnya, tujuan perusahaan atau lembaga keuangan yang menganut konsep pemasaran adalah memberikan kepuasan kepada konsumen dan masyarakat lain dalam pertukarannya untuk mendapatkan laba, atau perbandingan antara penghasilan dan biaya yang

²² Abdul Mannan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam* (Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Prisma Yasa, 1997), hlm. 50-51.

²³ Husein Umar, *Riset Pemasaran*, hlm. 50.

menguntungkan. Ini berarti konsep pemasaran mengajarkan bahwa perumusan strategi pemasaran sebagai suatu rencana yang diutamakan untuk mencapai tujuan tersebut harus berdasarkan kebutuhan dan keinginan konsumen.²⁴

Sebagai falsafah bisnis, konsep pemasaran bertujuan memberikan kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen, atau orientasi pada konsumen (*consumer oriented*), yang dalam penelitian ini konsumennya adalah nasabah BMT Budi Mulia Prambanan. Pemasaran juga merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya untuk berkembang dan mendapatkan laba. Dengan demikian pemasaran juga sangat penting bagi BMT Budi Mulia Prambanan sebagai lembaga keuangan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya.

Baitul Maal Wat Tamwil merupakan Balai-usaha Mandiri Terpadu yang isinya berintikan konsep Baitul Maal Wat Tamwil.²⁵ Kegiatan BMT adalah menampung dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat.

Untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, BMT perlu meningkatkan kualitas produknya. Dan produk sendiri diartikan sebagai barang atau jasa yang ditawarkan.²⁶ Dalam penelitian ini, produknya adalah barang/jasa yang ditawarkan BMT, baik yang berupa produk pembiayaan maupun simpanan.

²⁴ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, ed. Millennium (Jakarta: PT. Prenhallindo, 2002), hlm. 191.

²⁵ PINBUK. *Pedoman Cara Pembentukan BMT Balai-usaha Mandiri Terpadu* (Jakarta: PINBUK, t.t), hlm. 2.

²⁶ Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islam*, cet. ke-2 (Jakarta: Gema Insani Press, 2003). hlm. 170.

Produk atau tawaran akan berhasil jika memberikan nilai dan kepuasan kepada pembeli sasaran. Pembeli memilih di antara beraneka ragam tawaran yang dianggap memberikan nilai yang paling banyak. Kemudian konsumen atau nasabah sebelum melakukan pembelian terhadap suatu produk tertentu biasanya melakukan beberapa tindakan yang merupakan proses keputusan pembelian yang meliputi 5 (lima) tahap, yaitu:²⁷

1. Pengenalan kebutuhan
2. Pencarian informasi
3. Penilaian informasi
4. pengambilan keputusan
5. Perilaku konsumen pasca pembelian.

Kelima proses/tahap tersebut, nantinya akan menyusun gunakan sebagai indikator pengambilan keputusan dalam pembelian atau pemilihan produk BMT Budi Mulia Prambanan. Dan menurut Husein Umar, perilaku konsumen sangat berpengaruh terhadap pengambilan keputusan dalam pemilihan atau pembelian suatu produk.²⁸ Selanjutnya, kepuasan (*satisfaction*) akhir pelanggan terhadap pembelian tergantung pada apakah produk itu secara nyata memenuhi dan memberikan manfaat yang didambakan.²⁹

²⁷ Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis*, hlm. 16-166.

²⁸ Husein Umar, *Riset Pemasaran*, 2000), hlm. 50.

²⁹ Boyd, dkk, *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis Dengan Orientasi Global*, ed. ke-2, jilid ke-1 (Imam Nurmawan, terjemahan) (Jakarta: Erlangga, 2000), hlm. 8.

F. Hipotesis

Dalam penelitian ini, penyusun merumuskan beberapa hipotesis sebagai berikut:

1. Sikap mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku nasabah dalam pengambilan keputusan memilih produk BMT Budi Mulia Prambanan Yogyakarta.
2. Motivasi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku nasabah dalam pengambilan keputusan memilih produk BMT Budi Mulia Prambanan Yogyakarta.
3. Kelas sosial mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku nasabah dalam pengambilan keputusan memilih produk BMT Budi Mulia Prambanan Yogyakarta.
4. Kelompok referensi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku nasabah dalam pengambilan keputusan memilih produk BMT Budi Mulia Prambanan Yogyakarta.
5. Sikap, motivasi, kelas sosial, dan kelompok referensi secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku nasabah dalam pengambilan keputusan memilih produk BMT Budi Mulia Prambanan Yogyakarta.

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini ingin mengetahui perilaku nasabah terhadap produk BMT Budi Mulia Prambanan Yogyakarta, sehingga perlu dilakukan penelitian

di lapangan yaitu pada nasabah BMT Budi Mulia Prambanan. Oleh karena itu, penelitian yang penyusun lakukan merupakan jenis penelitian lapangan (*field research*).

2. Sifat Penelitian

Sifat penelitian yang penyusun lakukan merupakan penelitian deskriptif analisis, yaitu dengan cara memberikan penjelasan dan penilaian pada suatu peristiwa. Yang dalam hal ini yaitu perilaku nasabah dalam pengambilan keputusan memilih produk BMT Budi Mulia Prambanan Yogyakarta.

3. Sumber Data

Ada dua sumber data dalam penelitian ini, yaitu:

a. Data Primer

Yaitu data yang diperoleh penyusun langsung dari responden dengan menggunakan angket yang disebar dan hasil *interview*. Responden yang diambil adalah nasabah BMT Budi Mulia Prambanan.

b. Data Sekunder

Yaitu data tambahan yang penyusun peroleh dari hasil dokumentasi tentang data-data yang penyusun perlukan berkaitan dengan penelitian yang penyusun lakukan.

4. Teknik Pengambilan Sampel

Populasi merupakan keseluruhan obyek penelitian.³⁰ Populasi juga dapat diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.³¹ Dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh BMT Budi Mulia Prambanan.

Karena banyaknya populasi, maka dalam penelitian ini hanya menggunakan sampel, yaitu sebagian atau wakil populasi yang diteliti.³² Adapun cara pengambilan sampel yang penyusun gunakan adalah dengan *simple random sampling* atau sampel acak, yaitu pengambilan sampel anggota populasi dilakukan dengan acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut.³³

Untuk menentukan besarnya sampel, dalam penelitian ini menggunakan pendapat Suharsimi:

Untuk sekedar ancaman maka apabila subyeknya kurang dari 100, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Selanjutnya, jika subyeknya besar dapat diambil antara 10-15 %, atau antara 20-25 % atau lebih.³⁴

³⁰ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, ed. revisi ke-3, cet. ke-10 (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1996), hlm. 115.

³¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, cet. ke-5 (Bandung: CV. Alfabeta, 2003), hlm. 72.

³² Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, hlm. 117.

³³ Sugiyono, *Metode Penelitian*, hlm. 74.

³⁴ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, hlm. 20

Karena jumlah populasi BMT Budi Mulia Prambanan 988 orang nasabah, maka penyusun mengambil 10% dari jumlah populasi, yaitu 100 orang nasabah.

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang penyusun gunakan dalam penelitian ini, meliputi:

a. *Kuisisioner* atau angket

Metode ini merupakan metode pengambilan sampel dengan cara memberikan sejumlah pertanyaan tertulis dari responden dalam arti laporan yang pribadi, atau hal-hal yang ia ketahui.³⁵ Angket tersebut diberikan dan dijawab oleh para nasabah BMT Budi Mulia Prambanan.

b. Dokumentasi.

Merupakan data sekunder atau pelengkap yang berasal dari BMT Budi Mulia Prambanan.

c. Wawancara atau *Interview*

Yaitu sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara untuk memperoleh informasi dari terwawancara.³⁶ Wawancara ini ditujukan kepada Manajer BMT Budi Mulia Prambanan.

³⁵ *Ibid.*, hlm. 139.

³⁶ *Ibid.*, hhlm. 148.

6. Definisi Operasional Variabel

Agar variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian ini lebih jelas sehingga tidak terjadi penafsiran yang salah, maka disusun definisi operasional untuk masing-masing variabel. Variabel penelitian itu sendiri adalah sesuatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan.³⁷ Adapun definisi operasional variabel dalam penelitian ini adalah:

a. Sikap

Sikap adalah hasil dari faktor genetis dan proses belajar dan selalu berhubungan dengan obyek atau produk.³⁸ Tinggi rendahnya sikap konsumen atau nasabah akan ditunjukkan oleh jumlah skor jawaban responden terhadap kuisioner sikap yang diajukan. Semakin tinggi skor yang diperoleh, maka semakin positif kecenderungan perilaku nasabah dalam pengambilan keputusan memilih produk BMT Budi Mulia Prambanan.

b. Motivasi

Motivasi adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai suatu tujuan.³⁹ Tinggi rendahnya motivasi nasabah

³⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian*, hlm. 31.

³⁸ Basu Swasta dan T. Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran dan Analisis perilaku Konsumen*, ed. ke-1, cet. ke-1 (Yogyakarta: BPFE, 1997), hlm. 93.

³⁹ *Ibid.*,hlm. 77.

ditunjukkan oleh jumlah skor jawaban responden terhadap kuisioner motivasi yang diajukan. Semakin tinggi skor yang diperoleh, maka semakin tinggi pula pengaruh motivasi terhadap perilaku nasabah dalam pengambilan keputusan memilih produk BMT Budi Mulia Prambanan.

c. Kelas Sosial

Kelas sosial merupakan perbedaan penduduk atau masyarakat ke dalam kelas-kelas secara bertingkat, tanpa membedakan apakah dasar pembagian kelas itu uang, tanah, kekuasaan atau dasarnya.⁴⁰ Tinggi rendahnya kelas sosial ditunjukkan oleh jumlah skor jawaban responden terhadap kuisioner kelas sosial yang diajukan. Semakin tinggi skor yang diperoleh, maka semakin tinggi pula pengaruh kelas sosial terhadap perilaku nasabah dalam pengambilan keputusan memilih produk BMT Budi Mulia Prambanan.

d. Kelompok Referensi

Kelompok referensi adalah kelompok sosial yang menjadi ukuran seseorang (bukan anggota kelompok tersebut) untuk membentuk kepribadian dan perilakunya.⁴¹ Tinggi rendahnya pengaruh kelompok referensi ditunjukkan dari jumlah skor jawaban angket kelompok referensi yang diajukan. Semakin banyak dan positif informasi dari kelompok referensi, maka semakin positif pula kecenderungan

⁴⁰ *Ibid.*, hlm. 63.

⁴¹ *Ibid.*, hlm. 68.

nasabah dalam pengambilan keputusan memilih produk BMT Budi Mulia Prambanan.

- e. Perilaku Nasabah Dalam Pengambil Keputusan Memilih Produk BMT Budi Mulia Prambanan.

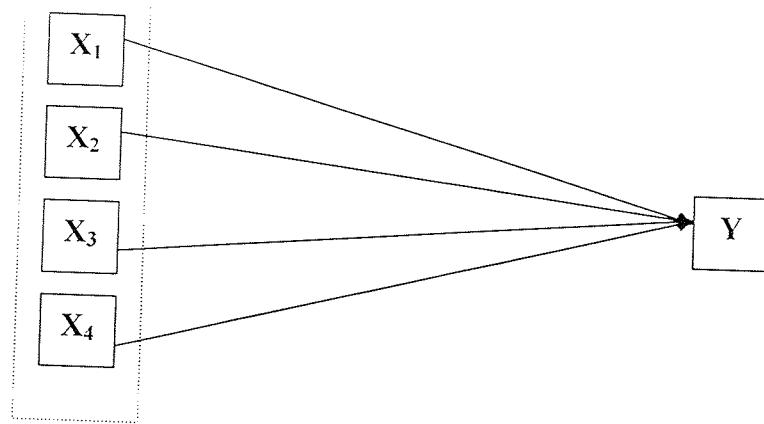
Perilaku nasabah dalam pengambilan keputusan memilih produk BMT Budi Mulia Prambanan merupakan proses mencakup semua pemikiran dan kegiatan yang diperlukan guna membuktikan dan memperlihatkan pilihan terbaik tersebut.⁴² Perilaku nasabah dalam pengambilan keputusan memilih produk BMT Budi Mulia Prambanan ini ditunjukkan oleh jumlah skor jawaban responden terhadap kuisioner yang diajukan. Semakin tinggi skor yang diperoleh, maka semakin tinggi pula perilaku nasabah dalam pengambilan keputusan memilih produk BMT Budi Mulia Prambanan.

7. Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian merupakan pola hubungan antara variabel yang diteliti. Karena salah maksud dari penelitian ini adalah ingin mengetahui pengaruh sikap, motivasi, kelas sosial, dan kelompok referensi terhadap perilaku nasabah dalam pengambilan keputusan memilih produk BMT, maka paradigma yang penyusun gunakan adalah sebagai berikut:

⁴² *Ibid.*, hlm. 99.

Bagan 1



Keterangan:

— : Satu variabel independen berpengaruh langsung terhadap variabel dependent

..... : Empat variabel independen berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependent.

X₁ : Sikap

X₂ : Motivasi

X₃ : Kelas sosial

X₄ : Kelompok referensi

Y : Perilaku nasabah dalam pengambilan keputusan memilih produk BMT Budi Mulia Prambanan.

8. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati.⁴³ Instrumen atau alat ukur dalam

⁴³ *Ibid.*, hlm. 97.

penelitian ini berupa angket yang berisi butir-butir pertanyaan untuk dijawab oleh responden. Agar diperoleh pemahaman tentang angket variabel yang akan diteliti, maka pengembangannya diperlukan kisi-kisi penyusunan dan pengembangan angket sebagai berikut:

Tabel. 1. 1
Kisi-Kisi Penyusunan dan Pengembangan Angket Sikap

No	Variabel	Indikator	Item
1.	Sikap	1.1. Kepercayaan	1
		1.2. Tindakan	2
		1.3. Pengaruh sosial	3

(Sumber : Rusmala Dewi, 2003:67)

Tabel. 1. 2
Kisi-Kisi Penyusunan dan Pengembangan Angket Motivasi

No	Variabel	Indikator	Item
2.	Motivasi	2.1. Kebutuhan	4
		2.2. Pendapatan	5
		2.3. Tanggung jawab	6

(Sumber : Basu Swastha dan Hani Handoko, 2000:78)

Tabel. 1. 3
Kisi-Kisi Penyusunan dan Pengembangan Angket Kelas Sosial

No	Variabel	Indikator	Item
3.	Motivasi	3.1. Orientasi nilai	7, 8
		3.2. Opini kelas menengah	9

(Sumber : Rusmala Dewi, 2003:67)

Tabel. 1. 4

Kisi-Kisi Penyusunan dan Pengembangan Angket Kelompok Referensi

No	Variabel	Indikator	Item
4.	Motivasi	4.1. Opini masyarakat	10, 11, 12

(Sumber : Basu Swastha dan Hani Handoko, 2000:78)

Tabel. 1. 5

Kisi-Kisi Penyusunan Dan Pengembangan Angket Perilaku Nasabah Dalam Pengambilan Keputusan Memilih Produk BMT Budi Mulia Prambanan

No	Variabel	Indikator	Item
5.	Perilaku nasabah dalam pengambilan keputusan memilih produk BMT Budi mulia Prambanan	5.1. Identifikasi masalah	13, 14
		5.2. Mencari informasi	15, 16
		5.3. Evaluasi produk	17, 18, 19
		5. 4. Pengambilan keputusan	20, 21
		5. 5. Perilaku konsumen pasca pembelian	22, 23, 24

(Sumber: Muhammad Ismail Y dan Muhammad Karebet W, 2003:16)

Setiap variabel di atas mempunyai alternatif jawaban pada masing-masing item. Untuk mengetahui data dalam bentuk kuantitatif, maka perlu diadakan penilaian untuk tiap-tiap alternatif jawaban. Adapun pemberian skor pada alternatif jawaban tersebut dengan menggunakan skala likert, sebagai berikut:

Tabel. 1. 6

Variabel Alternatif Jawaban Angket dan Skore

No	Variabel	Alternatif Jawaban	Skore
1.	Sikap, motivasi, kelas sosial, dan kelompok referensi	Sangat Setuju	5
		Setuju	4
		Ragu-Ragu	3
		Tidak Setuju	2
		Sangat Tidak Setuju	1
2.	Perilaku nasabah dalam pengambilan keputusan memilih produk BMT Budi Mulia Prambanan	Sangat Setuju	5
		Setuju	4
		Ragu-Ragu	3
		Tidak Setuju	2
		Sangat Tidak Setuju	1

9. Uji Coba Instrumen

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif merupakan uraian-uraian dari jawaban yang telah terkumpul dengan menggunakan perhitungan statistik. Analisis

kuantitatif ini untuk mengetahui pengaruh sikap, motivasi, kelas sosial, dan kelompok referensi terhadap perilaku nasabah dalam pengambilan keputusan memilih produk BMT Budi Mulia Prambanan, baik secara parsial maupun bersama-sama. Pengumpulan data dalam penelitian ini, salah satunya dengan menggunakan angket, sehingga diperlukan alat ukur untuk menentukan validitas dan reliabilitas. Adapun analisis yang penyusun gunakan adalah sebagai berikut:

1). Uji Validitas dan Reliabilitas

Sebelum kuesioner penelitian digunakan dalam penelitian yang sesungguhnya, kuesioner diuji coba terlebih dahulu. Pelaksanaan uji coba instrumen dimaksudkan untuk mengetahui kesahihan butir (validitas) dan keandalan (reliabilitas) instrumen. Validitas angket adalah kemampuan angket dalam mengungkapkan suatu yang akan diukur. Sedangkan reliabilitas angket adalah kemampuan angket dalam menunjukkan kestabilan dari waktu ke waktu.

Untuk mengukur validitas dan reliabilitas angket, penyusun menggunakan pendapat Suharsimi Arikunto, yaitu ukur sekali (*one shot*) pengukuran yang hanya dilakukan sekali saja dan kemudian hasilnya dianalisa.⁴⁴

a) Uji Validitas

Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkapkan data dari

⁴⁴ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, hlm. 73.

variabel yang diteliti.⁴⁵ Adapun uji validitas yang penyusun gunakan adalah dengan menggunakan korelasi *product moment*, dengan rumus sebagai berikut:⁴⁶

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien validitas

N = Jumlah subyek

$\sum X$ = Jumlah skor item

$\sum Y$ = Jumlah skor otal

$\sum XY$ = Jumlah hasil kali item dengan skor total

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat skor item

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat skor total

Dari perhitungan tersebut dapat diketahui validitas masing-masing butir pertanyaan. Kriteria validitas adalah jika $r_{xy} \geq r_{tabel}$ korelasi product moment pada taraf signifikansi 5%. Jika r_{hitung} lebih besar dari pada r_{tabel} maka butir pertanyaan dinyatakan

⁴⁵ *Ibid.*, hlm. 158.

⁴⁶ *Ibid.*, hlm. 160.

valid. Sedangkan jika r_{hitung} lebih kecil dari pada r_{tabel} maka butir pertanyaan dinyatakan tidak valid.⁴⁷

b) Uji Reliabilitas

Instrumen dikatakan reliable apabila instrumen tersebut cukup dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data instrumen tersebut sudah baik.⁴⁸ Uji reliabilitas yang penyusun gunakan adalah dengan menggunakan rumus *Alpha Crounbach* sebagai berikut:⁴⁹

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_b^2} \right]$$

Keterangan:

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varians butir

σ_b^2 = varians total

Status realibilitas pada masing-masing variabel diperoleh dengan mengkonsultasikan nilai r hitung dengan r tabel dalam

⁴⁷ Teguh W, *Cara Mudah Melakukan analisa Statistik dengan SPSS*, ed. ke-1, cet. ke-1 (Yogyakarta: Gava Media, 2004), hlm. 23.

⁴⁸ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, hlm. 168.

⁴⁹ *Ibid.*, 190-191.

taraf signifikansi 5%. Dan variabel dikatakan reliable apabila nilai r hitung lebih besar dari r tabel.⁵⁰

2). Uji Asumsi Regresi

a) Memenuhi asumsi kenormalan (Normalitas)

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel dependen, variabel independen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak.⁵¹ Deteksi dari uji normalitas adalah sebagai berikut:⁵²

- (1) Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- (2) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b) Tidak memenuhi heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi kesamaan varian dari residual dari satu pengamatan lainnya, maka disebut homoskedastisitas, dan jika varian berbeda disebut heteroskedastisitas.⁵³

⁵⁰ Masri Singarimbun dan Sofyan Effendi, *Metode Penelitian Survei*, cet. ke-2 (Jakarta: PT. Pustaka LP3ES, 1995), hlm. 143.

⁵¹ Singgih Santoso, *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik* (Jakarta: PT. Elek Media Komputindo, 2000), hlm. 212.

⁵² *Ibid.*, hlm. 204.

⁵³ *Ibid.*, hlm. 208.

Heteroskedastisitas dapat diuji dengan menggunakan *scatterplot* dengan ketentuan:

- (1) Jika pada grafik ada pola seperti titik-titik (poin-poin) yang membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka terjadi heteroskedastisitas.
 - (2) Jika pada grafik tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
- c) Tidak memenuhi multikolinearitas

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi, maka terjadi multikolinearitas. Model yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen.⁵⁴

Untuk mendeteksinya yaitu dengan besaran VIF (*Variance Inflation Factor*) dan TOLERANCE. Model regresi yang bebas multikolinearitas adalah mempunyai nilai VIF tidak lebih dari 5⁵⁵ dan mempunyai angka TOLERANCE mendekati 1 atau dengan melihat koefisien korelasi antar variabel

⁵⁴ *Ibid.*, hlm. 203

⁵⁵ Singgih Santoso, *SPSS Versi 10 Mengolah Data Statistik Secara Profesional* (Jakarta: PT. Elek Media Komputindo, 2002), hlm. 368.

independen haruslah lemah (di bawah 0,5). Jika korelasi kuat, maka terjadi multikolinearitas.⁵⁶

3). Analisis regresi Berganda

Analisis regresi benda digunakan untuk menguji hipotesis 1 sampai dengan 5. Adapun rumus regresi berganda menurut Sugiyono adalah:⁵⁷

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

Keterangan:

Y = Subyek pada variabel dependen yang diprediksikan (perilaku nasabah dalam pengambilan keputusan memilih produk BMT Budi Mulia Prambanan)

a = Harga Y bila X = 0

b = Angka arah/koefisien regresi yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen.

X = subyek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu (sikap, motivasi, kelas sosial, dan kelompok referensi).

Untuk dapat memperoleh hasil regresi yang terbaik, maka menurut Wahid Sulaiman harus memenuhi kriteria statistik sebagai berikut:

⁵⁶ Singgih Santoso, *Buku Latihan*, hlm. 206-207

⁵⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian*, hlm. 221.

a) Uji R^2 (Koefisien determinasi)⁵⁸

$$R = \frac{\sum (Y - \hat{Y})^2 / k}{\sum (Y - \bar{Y})^2 / k} = \frac{SS \text{ regresi}}{SS \text{ total}}$$

Keterangan:

Y = nilai pengamatan

\hat{Y} = nilai Y ditaksir dengan menggunakan model regresi

\bar{Y} = nilai rata-rata pengamatan

k = jumlah variabel independen

Nilai R^2 ini mempunyai range antara 0 sampai 1 atau ($0 \leq R^2 \leq 1$). Semakin besar R^2 (mendekati satu) semakin baik hasil regresi tersebut, dan semakin mendekati 0 maka variabel independen secara keseluruhan tidak bisa menjelaskan variabel dependen.

b) Uji t

Uji t dilakukan untuk melihat signifikansi dari pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel lain bersifat konstan. Uji ini dilaksanakan dengan membandingkan t-hitung dengan t-tabel.

Adapun rumus untuk uji t adalah sebagai berikut:⁵⁹

$$t\text{-hitung} = \frac{b_i(\beta_i)}{se(b_i)}$$

⁵⁸ Wahid Sulaiman, *Jalan Pintas Menguasai SPSS 10* (Yogyakarta: Andi Offset, 2002), hlm. 153-154.

⁵⁹ *Ibid.*, hlm. 154.

Keterangan:

b_i = koefisien variabel ke-*i*

β_i = parameter ke-*i* yang dihipotesiskan

$se(b_i)$ = kesalahan standar b_i

c) Uji F

Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh variabel-variabel independen secara keseluruhan terhadap variabel dependen..

Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel dengan taraf signifikansi 5%. Jika F hitung lebih besar atau sama dengan f tabel, maka hipotesis diterima.

Nilai F hitung diperoleh dengan rumus:⁶⁰

$$F = \frac{\sum(Y - \bar{Y})^2/k}{\sum(Y - \hat{Y})^2/(N - k - 1)} = \frac{MS_{\text{regresi}}}{MS_{\text{residual}}}$$

Keterangan:

Y = nilai pengamatan

\hat{Y} = nilai Y yang ditaksir dengan menggunakan model regresi

\bar{Y} = nilai rata-rata pengamatan

N = jumlah pengamatan/sampel

k = jumlah variabel independen

⁶⁰ Ibid., hlm. 154-155.

b. Analisis Kualitatif

Analisis ini penyusun gunakan untuk melengkapi analisis kuantitatif yang datanya diperoleh dari angket. Analisis kualitatif ini dilakukan agar data yang terkumpul memberikan pemahaman tentang karakteristik nasabah meliputi usia, jenis kelamin, latar belakang pendidikan, dan sebagainya.

H. Sistematika Pembahasan

Dalam penulisannya, penelitian ini dibagi ke dalam beberapa bab antara lain: bab pertama berisi tentang pendahuluan sebagai pengantar skripsi secara keseluruhan. Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, telah pustaka, kerangka teoretik, dan metode penelitian, dan sistematika pembahasan, untuk mengantarkan pembaca kepada substansi penelitian ini.

Kemudian bab kedua untuk mengantarkan kepada permasalahan perilaku nasabah atau konsumen, maka pada bab ini penyusun mengeksplorasi tentang pemasaran, perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan memilih suatu produk, faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, juga tentang BMT. Hal ini dilakukan untuk memberikan gambaran umum tentang teori perilaku konsumen, serta faktor yang mempengaruhinya, yang nantinya akan mempengaruhi perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan, maka akan digambarkan kondisi umum obyek penelitian yang mengetengahkan tentang sejarah berdirinya

BMT Budi Mulia Prambanan, visi dan misi, struktur organisasinya, serta produk-produk yang ditawarkan, pada bab ketiga.

Selanjutnya, setelah dibahas mengenai teori dan diperoleh data dari penelitian, maka tiba saatnya analisis data, baik secara kuantitatif maupun kualitatif, yang akan ditampilkan pada bab keempat. Untuk mengakhiri pembahasan, maka pada bab kelima adalah penutup, yang akan dimenampilkan kesimpulan dan saran.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data, pengujian hipotesis dan interpretasi maka peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Ada pengaruh positif dan signifikan antara sikap dengan perilaku nasabah dalam pengambilan keputusan memilih produk BMT Budi Mulia Prambanan Yogyakarta. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa semakin baik atau tinggi kecenderungan sikap terhadap produk BMT Budi Mulia Prambanan yang diberikan oleh nasabah, maka akan semakin baik atau tinggi perilaku nasabah dalam pengambilan keputusan memilih produk BMT Budi Mulia Prambanan Yogyakarta . Sikap mempengaruhi perilaku nasabah dalam pengambilan keputusan memilih produk BMT Budi Mulia Prambanan Yogyakarta dengan t hitung 2,333 dalam signifikansi 0,022 dan t tabel pada taraf signifikansi 5% diperoleh 1,9853. Hal ini disebabkan karena sikap sangat berperan untuk menentukan terhadap pilihan. Sikap ini mempunyai kepercayaan untuk mengambil keputusan. Sifat yang penting dari sikap adalah kepercayaan dalam memegang sikap tersebut.
2. Ada pengaruh positif dan signifikan antara motivasi dengan perilaku nasabah dalam pengambilan keputusan memilih produk BMT Budi Mulia Prambanan Yogyakarta. Motivasi mempengaruhi perilaku nasabah dalam

pengambilan keputusan memilih produk BMT Budi Mulia Prambanan Yogyakarta dengan t hitung 2,361 dalam signifikansi 0,020 dan t tabel pada taraf signifikansi 5% diperoleh 1,9853.

Maka dapat dikatakan bahwa motivasi berpengaruh secara positif dan signifikan pada perilaku nasabah dalam pengambilan keputusan memilih produk BMT Budi Mulia Prambanan Yogyakarta. Motivasi merupakan dorongan dan keinginan individu yang diwujudkan dengan energi dalam pencapaian tujuan tertentu dengan membangkitkan harapan dan cita-cita individu.

Motivasi yang paling dominan yang mempengaruhi nasabah dalam mengambil keputusan memilih produk BMT Budi Mulia Prambanan adalah motif emosional, yaitu adanya alasan memilih BMT Budi Mulia karena BMT tersebut dikelola sesuai dengan syariah dan bebas bunga.

3. Ada pengaruh positif dan signifikan antara kelas sosial dengan perilaku nasabah dalam pengambilan keputusan memilih produk BMT Budi Mulia Prambanan Yogyakarta. Kelas sosial mempengaruhi perilaku nasabah dalam pengambilan keputusan memilih produk BMT Budi Mulia Prambanan Yogyakarta dengan t hitung 3,173 dalam signifikansi 0,002 dan t tabel pada taraf signifikansi 5% diperoleh 1,9853.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa yang menjadi nasabah BMT Budi Mulia Prambanan adalah masyarakat yang tergolong kelas sosial menengah ke bawah. Karena pekerjaan rata-rata nasabah adalah pedagang dengan penghasilan 90% di bawah Rp 1.000.000.

4. Ada pengaruh positif dan signifikan antara kelompok referensi dengan perilaku nasabah dalam pengambilan keputusan memilih produk BMT Budi Mulia Prambanan Yogyakarta. Kelompok referensi mempengaruhi perilaku nasabah dalam pengambilan keputusan memilih produk BMT Budi Mulia Prambanan Yogyakarta dengan t hitung 6,040 dalam signifikansi 0,000 dan t tabel pada taraf signifikansi 5% diperoleh 1,9853. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor kelompok referensi inilah yang paling dominan mempunyai pengaruh terhadap perilaku nasabah dalam pengambilan keputusan untuk memilih produk BMT Budi Mulia Prambanan.
5. Secara bersama-sama sikap, motivasi, kelas sosial, dan kelompok referensi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku nasabah dalam pengambilan keputusan memilih produk BMT Budi Mulia Prambanan Yogyakarta. Sikap, motivasi, kelas sosial, dan kelompok referensi mempengaruhi perilaku nasabah dalam pengambilan keputusan memilih produk BMT Budi Mulia Prambanan Yogyakarta dengan F hitung 31,833 dalam signifikansi 5% dan F tabel pada taraf signifikansi 5% diperoleh 2,4675.

Nilai R^2 sebesar 0,573 menunjukkan bahwa perilaku nasabah dalam pengambilan keputusan memilih produk BMT Budi Mulia Prambanan Yogyakarta dapat dijelaskan oleh variabel sikap, motivasi, kelas sosial, dan kelompok referensi sebesar 57,3% dan sisanya 42,7% dijelaskan oleh

variabel lain diantaranya seperti kebudayaan, kelompok sosial, keluarga, pengamatan, belajar, kepribadian, dan konsep diri.¹

B. Saran

1. Bagi BMT secara umum

BMT harus terus menerus melakukan sosialisasi di tengah masyarakat dengan menentukan pendekatan yang tepat sesuai dengan kondisi dan tingkat kecerdasan masyarakat. Juga, untuk meningkatkan kualitas layanan BMT diperlukan pengetahuan yang strategik dalam bisnis (*Business strategy*). Hal ini diperlukan untuk meningkatkan profesionalisme BMT dalam bidang pelayanan. Isu yang selalu berkembang dalam bidang ini biasanya dalam bidang pelayanan tepat waktu, pelayanan siap sedia, pelayanan siap dana, dan sebagainya.

2. Bagi BMT Budi Mulia Prambanan Yogyakarta

Analisis dengan menggunakan regresi berganda mendapatkan hasil bahwa faktor motivasi mempunyai pengaruh terkecil terhadap perilaku nasabah dalam pengambilan keputusan memilih produk BMT Budi Mulia Prambanan. Hal ini dimungkinkan atau diduga karena motivasi yang diberikan oleh BMT Budi Mulia kurang mengena di masyarakat. Melihat fenomena ini, diharapkan BMT Budi Mulia Prambanan baik dari segi produksi, pemasaran, fasilitas, juga pelayanannya ditingkatkan.

¹ Basu Swastha dan T. Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*, ed. ke.1, cet. ke-1 (Yogyakarta: BPFE, 1997), hlm. 59-74.

Sehingga dapat memotivasi nasabah untuk tetap merasa nyaman dan aman menjadi nasabah di BMT Budi Mulia, juga bagi memotivasi calon nasabah supaya tertarik untuk menjadi nasabah di BMT Budi Mulia Prambanan Yogyakarta.

3. Bagi Penelitian Berikutnya.

Dalam melakukan penelitian faktor yang mempengaruhi perilaku nasabah dalam pengambilan keputusan memilih produk BMT Budi Mulia Prambanan Yogyakarta kiranya perlu memasukkan faktor-faktor lain selain sikap, motivasi, kelas sosial, dan kelompok referensi. Seperti misalnya faktor kebudayaan, kelompok sosial, keluarga, pengamatan, belajar, kepribadian, dan konsep diri.

DAFTAR PUSTAKA

al-Quran dan Tafsir

Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemah*, Jakarta: Surya Cipta Angkasa Surabaya, 1993.

Shihab, Quraish, *Membumikan al-Quran*, Bandung: Mizan, 1994.

Hadits

Majah, Abu Abdullah Muhammad bin Yazid Ibn, Tarjamah Sunan Ibnu Majah Juz III, cet. ke- 1 (Al Ustadz H. Abdullah Shonhaji, terjemahan), Semarang: CV. Asy Syifa', 1993.

Lain-lain

Alma, Buchari, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, ed. ke-2, Bandung: CV. Alfabeta, 1992.

Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, ed. revisi ke-3, cet. ke-10, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1996.

Asri, Marwan, *Marketing*, Yogyakarta: UP-AMP YKPN, 1991.

Boyd, dkk, *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Srtategis Dengan Orientasi Global* , ed. ke-2, jilid ke-1 (Imam Nurmawan, terjemahan), Jakarta: Erlangga, 2000.

Djazuli, Ahmad dan Yani Janwari, *Lembaga-Lembaga Perekonomian Umat Sebuah Pengenalan*, ed. ke-1, cet. ke-1, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002.

Hadi, Sutrisno, *Analisis Regresi*, Yogyakarta: Andi Offset, 2000.

Ilmi, Makhalul, *Teori dan Praktek Mikro keuangan Syariah : Beberapa Permasalahan dan Alternatif Sosial*, Yogyakarta: UII Press, 2002.

Kotler, Philip, *Dasar-Dasar Manajemen* (Wilhelminus W. Bakowatun, terjemahan), Jakarta: PT. Midas Surya Grafindo, 1984.

Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran*, ed. Millennium, Jakarta: PT. Prenhallindo, 2002.

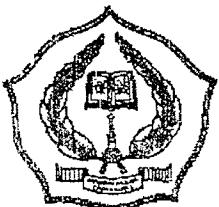
- Kurniawan, Cecep, "Analisis Sikap Dan Penilaian Nasabah Terhadap BMT Al-Ikhlas Yogyakarta", skripsi tidak diterbitkan, Sekolah Tinggi Imu Syariah (STIS) Yogyakarta, 2002.
- Mannan, Abdul, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Prisma Yasa, 1997.
- Muhammad, *Ekonomi Mikro Dalam perspektif Islam*, ed. 2004/2005, cet. ke-1, Yogyakarta: BPFE' 2004.
- Muhammad, *Etika dan Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Islam*, ed. 2004/2005, cet. ke-1, Yogyakarta: BPFE, 2004.
- Muhammad, *Lembaga Umat Kontemporer*, ed. ke-1, cet. ke-1, Yogyakarta: UII Press, 2000.
- Muhammad, *Manajemen Baitul Mal wat Tamwil(BMT)*, cet. ke-1, Yogyakarta: STIS, 1998.
- Muhammad, *Teori Perilaku Konsumen Muslim*, ed. ke-1, cet. ke-1, Yogyakarta: UII Press, 2000.
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson, *Consumer Behaviour Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran* (Damos Sihombing , terjemahan), ed. ke-4, cet. ke-1, Jakarta: Erlangga, 1999.
- PINBUK, *Pedoman Cara Pembentukan BMT Balai-usaha Mandiri Terpadu*, Jakarta: PINBUK, t.t.
- Rahman, Afzalur, *Doktri Ekonomi Islam Jilid 4*, Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Wakaf, 1996.
- Santoso, Singgih *SPSS Versi 10 Mengolah Data Statistik Secara profesional*, Jakarta: PT. Elek Media Komputindo, 2002.
- Santoso, Singgih, *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2000.
- Sholihin, "Perilaku Konsumen Terhadap produk BMT Studi Kasus di BMT Kharisma, Magelang, Jawa Tengah", tesis Universitas Islam Indonesia (UII) Yogyakarta,1999.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi, *Metode penelitian Survei*, cet. ke-2, Jakarta: PT. Pustaka LP3ES, 1995.
- Sudarsono, Heri, *Konsep Ekonomi Islam Suatu Pengantar*, ed. ke-1, cet. ke-1, Yogyakarta: Ekonisia, 2002.

- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, cet. ke-5, Bandung: CV. Alfabeta, 2003.
- Sulaiman, Wahid, *Jalan Pintas Menguasai SPSS 10*, Yogyakarta: Andi Offset, 2002.
- Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, cet. ke-3, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset, 2003.
- Swastha, Basu dan Irawan, *Manajemen Modern*, ed. ke.2, cet. ke-5, Yogyakarta: Liberty Offseet, 1997.
- Swastha, Basu dan T. Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*, ed. ke.1, cet. ke-1, Yogyakarta: BPFE, 1997.
- Umar, Husein, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama bekerja sama dengan Jakarta Business Research Center (JBRC), 2000.
- W, Teguh, *Cara Mudah Melakukan Analisa Statistik Dengan SPSS*, ed. ke-1, cet. ke-1, Yogyakarta: Gava Media, 2004.
- Widodo, Hertanto, *PAS (pedoman Akuntansi Syariah) Panduan Praktis Operasional Baitul Mal Wat Tamwil (BMT)*, Bandung: Mizan, 1999.
- Yusanto, Muhammad Ismail dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islam*, cet. ke-2, Jakarta: Gema Insani Press, 2003.



LAMPIRAN TARJAMAH

NO	HAL	FN	TARJAMAH
1	2	3	Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan <i>riba</i> dengan berlipat ganda dan bertaqwalah kamu kepada Allah, supaya kamu mendapat keberuntungan
2	2	4	Rasulullah saw melaknat pemakan riba, pemberi makan riba, dua saksinya dan penulisnya
3	48	23	Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan, karena sesuangguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu
4	48	24	Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) masjid, akan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebihan
5	51	26	Padahal Allah-lah yang menciptakan kamu dan apa yang kamu perbuat itu
6	52	27	Barang siapa mengerjakan kebaikan seberat dzarah pun, niscaya dia akan melihat (balasan) nya



**Jurusan Keuangan Islam
Fakultas Syariah
UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA**

Kepada
Yth.
Bapak/Ibu/Saudara

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Disela-sela waktu Bapak/Ibu/Saudara yang penuh dengan kesibukan, saya memohon waktu Bapak/Ibu/Saudara sejenak untuk memberikan tanggapan terhadap pertanyaan-pertanyaan mengenai produk BMT Budi Mulia Prambanan yang Anda pilih.

Tanggapan atau jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara berikan sangat membantu saya dalam menyusun skripsi yang berjudul “PERILAKU NASABAH DALAM PENGAMBILAN KEPUTTUSAN MEMILIH PRODUK BAITUL MAAL WAT TAMWIL (STUDI KASUS DI BMT BUDI MULIA PRAMBANAN YOGYAKARTA)”. Untuk itu, saya mengharapkan jawaban Bapak/Ibu/Saudara yang sesuai dengan keadaan yang sebenarnya, dan data yang Bapak/Ibu/Saudara berikan akan saya jamin kerahasiaannya.

Sebelum dan sesudahnya saya mengucapkan banyak terima kasih atas kerelaan Bapak/Ibu/Saudara untuk menyisihkan sedikit waktu.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Hormat Saya

(Siti Arbaroni Suprihatun)

I. IDENTIFIKASI DAN KARAKTERISTIK RESPONDEN

1. Nama :
2. Alamat :
3. Jenis Kelamin : () Laki-laki () Perempuan
4. Pekerjaan : () Karyawan Swasta () Pegawai Negeri
() Wiraswasta () Ibu Rumah Tangga
() Pelajar/Mahasiswa () Lain-lain (sebutkan).....
() Pedagang
5. Pendidikan terakhir Anda.....
() Pendidikan dasar (SD)
() Menengah Pertama (SMP/ST)
() Menengah Atas (SMA/STM/SMK)
() Perguruan Tinggi (PT) : sebutkan.....
7. Pendapatan Anda rata-rata perbulan:
() Di bawah Rp 500.000,00
() Antara Rp 500.000,00 sampai Rp 1.000.000,00
() Di atas Rp 1.000.000,00
6. Jenis produk yang Anda pilih:
- | <u>Pembiayaan</u> | <u>Simpanan</u> |
|-------------------------------|---|
| () Murabahah | () Simpanan Mudharabah |
| () Bai'u Bitsaman Ajil (BBA) | () Simpanan Wadi'ah |
| () Ijaroh | () Simpanan Pendidikan |
| () Musyarakah (MSA) | () Simpanan Walimah |
| () Mudharabah (MDA) | () Simpanan Idul Fitri |
| () Qardhul Hasan (QH) | () Simpanan Qurban/Aqiqah
() Simpanan Haji |
7. Mengapa Anda memilih bergabung dengan BMT Budi Mulia Prambanan Yogyakarta tersebut:
a. Karena dikelola dengan sistem syariah dan bebas bunga
b. Karena dekat dengan rumah atau tempat kerja
c. Karena produknya variatif
d. Karena dikelola secara profesional
e. Untuk mendapat keuntungan secara ekonomi
f. Alasan yang lain (sebutkan).....

II. VARIABEL PENGUKUR PENELITIAN

Petunjuk: Pertanyaan-pertanyaan di bawah ini mohon di jawab dengan memberikan tanda (✓) pada pilihan jawaban yang dianggap paling sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu/Saudara.

Dimana : **STS** = Sangat Tidak Setuju, **TS** = Tidak Setuju, **RG** = Ragu-ragu, **S** = Setuju, **SS** = Sangat Setuju

A. Sikap

No	Pertanyaan	STS	TS	RG	S	SS
1.	Saya merasa senang saat menjadi nasabah di BMT Budi Mulia Prambanan.					
2.	Saya lebih memilih produk BMT Budi Mulia Prambanan daripada produk bank yang lain.					
3.	Saya tertarik dengan produk BMT Budi Mulia Prambanan karena sekitar saya banyak yang menjadi nasabah di BMT Budi Mulia Prambanan.					

B. Motivasi

No	Pertanyaan	STS	TS	RG	S	SS
1.	Saya senang terhadap produk BMT Budi Mulia karena bebas dari bunga dan dikelola sesuai dengan syariah.					
2.	Saya yakin dengan menjadi nasabah dan menilih produk BMT Budi Mulia, saya akan mendapat keuntungan secara ekonomi.					
3.	Apabila terjadi kesulitan dalam hal pembiayaan, maka BMT Budi Mulia Prambanan siap untuk membantu nasabahnya.					

C. Kelas Sosial

No	Pertanyaan	STS	TS	RG	S	SS
1.	Dengan Menjadi Nasabah BMT Budi Mulia Prambanan, saya merasa <i>image</i> saya dalam masyarakat lebih baik.					
2.	Produk BMT Budi Mulia Prambanan sesuai dengan status sosial saya di masyarakat.					
3.	Produk BMT Budi Mulia Prambanan sangat cocok dengan pendapatan saya.					

D. Kelompok referensi

No	Pertanyaan	STS	TS	RG	S	SS
1.	Menurut keluarga saya produk BMT Budi Mulia prambanan sangat menarik.					
2.	Masyarakat di sekitar saya lebih menyukai produk BMT Budi Mulia daripada yang lain.					
3.	Menurut teman saya yang menjadi nasabah di BMT Budi Mulia, produk BMT Budi Mulia Prambanan sangat memuaskan.					

E. Perilaku Nasabah dalam Pengambilan Keputusan Memilih Produk BMT Budi Mulia Prambanan.

No	Pertanyaan	STS	TS	RG	S	SS
1.	Saya sangat memerlukan produk yang ditawarkan BMT Budi Mulia Prambanan.					
2.	Menurut saya, dengan memilih produk dan menjadi nasabah di BMT Budi Mulia Prambanan, kebutuhan saya dapat terpenuhi.					
3.	Menurut informasi yang saya peroleh, produk BMT Budi Mulia lebih menguntungkan karena resikonya kecil.					
4.	Menurut informasi yang saya peroleh, produk BMT Budi mulia Prambanan menggunakan prinsip bagi hasil dan berdasarkan syariah.					
5.	Saya lebih memilih produk BMT budi Mulia Prambanan daripada yang lain.					
6.	Produk BMT Budi Mulia Prambanan lebih menguntungkan.					
7.	Produk yang ditawarkan BMT Budi Mulia Prambanan dikelola dengan menggunakan prinsip bagi hasil dan tidak dimiliki bank lain.					
8.	Saya memutuskan menjadi nasabah BMT Budi Mulia Prambanan karena mendapat manfaat dunia akhirat.					
9.	Produk BMT Budi Mulia Prambanan bebas bunga dan membuat perasaan saya lebih tenang.					
10.	Saya sangat berminat menjadi nasabah BMT Budi Mulia Prambanan dengan produk-produk yang ditawarkan.					
11.	Produk BMT Budi Mulia Prambanan sesuai dengan harapan saya sebelum menjadi nasabah di sana.					
12.	Saya sangat puas dengan produk BMT Budi Mulia prambanan.					

GARIS BESAR PEDOMAN WAWANCARA

Tanggal, 5 Februari 2005

1. Sejarah berdirinya BMT Budi Mulia Prambanan Yogyakarta
2. Produk-produk yang ditawarkan
3. Teknik pemasaran
4. Struktur organisasi
5. Wewenang, tugas, serta tanggungjawab masing-masing struktur organisasi.

Tanggal 14 Maret 2005

1. Visi dan misi BMT Budi Mulia Prambanan Yogyakarta
2. Jumlah nasabah
3. Produk yang diminati
4. Penyebab
5. Rata-rata tingkat pendidikan dan pekerjaan nasabah
6. Prestasi yang pernah diperoleh BMT Budi Mulia Prambanan Yogyakarta
7. Perkembangan BMT
8. Pengurus atau pengelola BMT

Tanggal, 3 Juli 2005

1. Jumlah nasabah untuk masing-masing produk
2. Omset tiga tahun terakhir
3. Alasan pindah lokasi

HASIL REKAPITULASI DATA PENELITIAN 100 RESPONDEN

Lampiran Hasil Rekapitulasi Data

RESP.	SIKAP			Motivasi			Kelas sosial			PERILAKU NASABAH DALAM MEMILIH BMT BUDI MULJA PRAMBANAN															
	1	2	3	Rata2	1	2	3	Rata2	1	2	3	Rata2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Rata2
1	4	4	4.0	5	4	5	4.7	4	4	4.0	4	4	4.00	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4.3
2	4	4	4.0	5	4	5	4.7	4	4	4.0	4	4	4.00	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4.4
3	4	3	3.3	3	4	4	3.7	2	4	3.3	4	2	4	3.33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4.0
4	5	4	4.3	5	4	4	4.3	4	4	4.0	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4.3
5	4	4	4.0	5	4	4	4.3	4	4	4.0	4	4	4.00	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4.2
6	4	4	4.0	5	4	5	4.7	4	4	4.0	4	4	4.00	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4.4
7	4	4	4.0	4	4	4	4.0	4	4	4.0	4	4	4.00	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4.4
8	4	4	4.0	5	4	4	4.3	4	4	4.0	4	4	4.00	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4.3
9	4	4	4.0	5	4	4	4.3	4	4	4.0	4	4	4.00	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4.1
10	4	4	4.0	4	4	4	4.0	4	4	4.0	4	4	4.00	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4.2
11	4	4	4.3	4	4	4	4.0	4	4	4.3	5	4	4.00	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4.2
12	4	4	4.0	5	4	4	4.3	4	4	4.0	4	4	4.00	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4.3
13	4	2	3.3	4	4	4	4.0	4	4	4.3	4	2	4	3.33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4.0
14	4	4	4.0	4	4	4	4.0	4	4	4.0	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4.0
15	4	3	3.7	4	4	4	4.0	2	4	3.3	4	5	4.33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4.0
16	5	4	4.3	4	4	4	4.0	4	4	4.3	5	4	4.00	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4.6
17	5	4	4.3	5	4	4	4.3	4	4	4.0	4	4	4.00	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4.3
18	5	4	4.3	5	4	4	4.3	4	4	4.0	4	5	4.00	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4.3
19	5	4	4.3	5	4	4	4.3	4	4	4.0	4	5	4.00	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4.0
20	5	4	4.3	5	4	4	4.0	4	4	4.0	4	5	4.67	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4.3
21	5	4	4.3	5	4	4	4.3	4	4	4.0	4	4	4.00	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4.3
22	5	4	4.3	5	4	4	4.3	5	4	4.3	4	5	4.67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4.3
23	4	4	4.0	5	4	4	4.3	4	4	4.0	4	4	4.00	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4.4
24	5	4	4.3	5	4	4	4.3	4	4	4.0	4	5	4.67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4.4
25	5	4	4.3	4	4	4	4.0	4	4	4.0	4	5	4.67	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4.4
26	5	4	4.3	5	4	4	4.3	4	4	4.0	4	5	4.33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4.4
27	5	4	4.3	5	4	4	4.3	3	3	3.3	4	4	4.00	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4.4
28	5	5	5.0	5	3	4	4.0	3	3	5	3.7	5	5	5.00	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3.8
29	5	4	4.3	5	4	4	4.3	4	4	4.0	4	4	4.00	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4.4
30	5	4	4.3	5	4	4	4.3	4	4	4.0	4	5	4.67	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4.4
31	4	4	4.0	4	4	4	4.0	4	4	4.0	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4.4
32	5	4	4.3	5	4	4	4.3	4	4	4.0	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4.0	
33	5	4	4.3	5	4	5	4.7	4	4	4.0	4	5	4.67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4.4	
34	4	4	4.0	5	4	4	4.3	4	4	4.0	4	4	4.00	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4.5	
35	4	5	4.3	3	3	5	3.7	4	5	4.7	4	4	4.00	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4.2	
36	4	4	4.0	5	4	4	4.3	3	3	3.3	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4.3	

RESP	SIKAP			Motivasi			Kelas sosial			Kelompok referensi			PERILAKU NASABAH DALAM MEMILIH BMT BUDI MULIA PRAMBANAN		
	Rata1	Rata2	Rata3	Rata1	Rata2	Rata3	Rata1	Rata2	Rata3	Rata1	Rata2	Rata3	Rata1	Rata2	Rata3
37	4	4	4	4.0	5	4	4.3	4	4	4.0	4	4	4.00	4	5
38	4	4	4	4.0	5	5	5.0	4	4	4.0	4	4	4.00	4	5
39	4	4	4	4.0	5	4	4.3	4	4	4.0	4	4	4.00	4	5
40	4	5	4	4.3	4	5	4.7	4	4	4.0	4	4	4.00	4	5
41	4	5	4	4.3	5	4	4.3	4	4	5.0	4	4	4.67	5	4
42	4	4	4	4.0	5	5	5.0	4	4	4.0	4	4	4.00	4	5
43	5	5	4	4.7	5	4	4.3	4	4	4.0	4	4	4.00	4	5
44	5	4	4	4.3	5	4	4.3	4	4	4.0	4	4	4.00	4	5
45	4	4	4	4.0	4	4	4.0	4	4	4.0	4	4	4.00	4	5
46	4	4	4	4.0	5	4	4.3	4	4	4.0	4	4	4.00	4	5
47	5	5	4	4.7	5	5	5.0	5	5	5.0	5	5	5.00	5	5
48	4	4	4	4.0	5	4	4.3	4	4	4.0	4	4	4.00	4	5
49	4	5	5	4.7	4	3	3.3	4	4	4.0	4	4	4.00	4	5
50	4	4	4	4.0	4	4	4.0	4	4	4.0	4	4	4.00	4	5
51	4	4	4	4.0	5	4	4.3	4	4	4.0	4	4	4.00	4	5
52	4	4	4	4.0	5	4	4.3	4	4	4.0	4	4	4.00	4	5
53	4	4	4	4.0	5	4	4.3	4	4	4.0	4	4	4.00	4	5
54	4	4	4	4.0	5	4	4.3	4	4	4.0	4	4	4.00	4	5
55	4	4	4	4.0	5	4	4.3	4	4	4.0	4	4	4.00	4	5
56	3	3	3	3.0	3	3	3.0	3	4	4.3	4	4	4.00	4	5
57	5	4	4	4.3	5	4	4.3	4	4	4.0	4	4	4.00	4	5
58	4	4	4	4.0	4	4	4.3	4	4	4.0	4	4	4.00	4	5
59	5	4	4	4.3	5	4	4.3	4	4	4.0	4	4	4.33	4	5
60	4	4	4	4.0	5	4	4.3	4	4	4.0	4	4	4.00	4	5
61	4	4	4	4.0	4	4	4.0	4	4	4.0	4	4	4.00	4	5
62	4	4	4	4.0	4	3	3.7	4	4	4.0	4	4	4.00	4	5
63	4	4	4	4.0	5	4	4.3	4	4	4.0	4	4	4.00	4	5
64	4	4	4	4.0	5	4	4.3	4	4	4.0	4	4	4.00	4	5
65	5	4	4	4.3	5	4	4.3	4	4	4.0	4	4	4.67	4	5
66	4	4	4	4.0	5	4	4.7	4	4	4.0	4	4	4.00	4	5
67	4	5	4	4.3	4	4	4.3	4	4	4.0	4	4	4.00	4	5
68	4	4	4	4.0	5	4	4.3	4	4	4.0	4	4	4.00	4	5
69	4	4	4	4.0	5	3	5	4.3	4	4	4	4	4.00	4	5
70	3	4	4	3.7	4	4	5	4.3	4	4	5	4	4.67	4	5
71	4	4	4	4.0	4	3	3.3	4	4	4.3	4	4	4.33	3	4
72	4	5	4	4.3	5	4	4.7	4	4	4.0	4	4	4.00	3	4
73	4	4	4	4.0	4	4	4.0	4	4	4.0	4	4	4.00	4	5
74	5	4	4	4.3	5	4	4.3	4	4	4.0	4	4	4.00	4	5

Lampiran Hasil Rekapitulasi Data

RESP	SIKAP			Motivasi			Kelas sosial			Kelompok referensi			PERILAKU NASABAH DALAM MEMILIH BMT BUDI MULIA PRAMBANAN			
	1	2	3	Rata2	1	2	Rata2	1	2	Rata2	1	2	Rata2	1	2	Rata2
75	4	5	4	4.3	5	4	4.3	4	4	4.0	4	4	4.00	4	4	4.1
76	4	4	4	4.0	4	4	4.0	4	4	4.0	4	4	4.00	4	4	4.3
77	4	4	4	4.0	4	4	4.0	4	4	4.0	4	4	4.00	4	4	4.3
78	4	4	4	4.0	5	5	4	4.7	4	4	4.0	4	4.00	4	4	4.1
79	4	4	4	4.0	4	4	4.0	4	4	4.0	4	4	4.00	4	4	4.1
80	4	4	4	4.0	4	4	4.0	4	4	4.0	4	4	4.00	4	4	4.0
81	4	4	4	4.0	4	4	4.0	4	4	4.0	4	4	4.00	4	4	4.3
82	4	4	4	4.0	5	4	4.3	4	4	4.0	4	4	4.00	4	4	4.2
83	5	4	4	4.3	5	4	4.3	4	4	4.0	4	4	4.00	4	4	4.1
84	5	4	4	4.3	5	4	4.3	4	4	4.0	4	4	4.00	4	4	4.3
85	5	4	4	4.3	5	4	4.3	4	4	4.0	4	4	4.00	4	4	4.3
86	5	4	4	4.3	5	4	4.3	4	4	4.0	5	4	4.67	5	4	4.6
87	4	4	4	4.0	5	4	4.3	4	4	5	4.3	4	4.00	5	4	4.5
88	5	4	4	4.3	5	4	4.3	4	4	4.0	4	4	4.00	4	4	4.3
89	4	4	4	4.0	3	3	3.0	3	3	3.0	4	4	4.00	4	3	3.8
90	5	4	4	4.3	5	4	4.3	4	4	4.0	4	4	4.00	4	4	4.3
91	4	4	5	4.3	5	4	4.3	4	4	4.0	4	4	4.00	4	4	4.0
92	4	4	4	4.0	4	4	4.3	4	4	4.0	4	4	4.00	4	4	4.0
93	4	4	4	4.0	5	4	4.3	4	4	4.0	4	4	4.33	4	4	4.3
94	4	4	4	4.0	5	4	4.3	4	4	4.0	4	4	4.00	4	4	4.2
95	4	4	4	4.0	4	4	4.0	4	4	4.0	4	4	4.00	4	4	4.0
96	3	3	3	2.0	3	3	2.7	2	2	2.0	4	3	3.67	5	4	3.4
97	5	5	5	5.0	5	4	4.7	4	4	4.0	4	4	4.00	5	4	4.3
98	4	4	4	4.0	4	4	4.0	4	4	4.0	4	4	4.00	4	4	4.3
99	4	4	4	4.0	5	4	4.3	4	4	4.0	5	5	5.00	4	4	4.5
100	4	4	4	4.0	5	4	4.3	4	4	4.0	5	5	5.00	4	4	4.3

**TABEL KORELASI PEARSON PRODUCT MOMENT
PADA $\alpha 5\%$**

N	2-tailed	1-tailed	N	2-tailed	1-tailed	N	2-tailed	1-tailed
3	0.9969	0.9877	53	0.2704	0.2282	103	0.1936	0.1629
4	0.9500	0.9000	54	0.2679	0.2261	104	0.1927	0.1622
5	0.8783	0.8054	55	0.2654	0.2240	105	0.1917	0.1614
6	0.8114	0.7293	56	0.2630	0.2219	106	0.1908	0.1606
7	0.7545	0.6694	57	0.2607	0.2199	107	0.1899	0.1598
8	0.7067	0.6215	58	0.2584	0.2180	108	0.1891	0.1591
9	0.6664	0.5822	59	0.2562	0.2161	109	0.1882	0.1584
10	0.6319	0.5494	60	0.2540	0.2143	110	0.1873	0.1576
11	0.6021	0.5214	61	0.2519	0.2125	111	0.1865	0.1569
12	0.5760	0.4973	62	0.2499	0.2107	112	0.1856	0.1562
13	0.5529	0.4762	63	0.2479	0.2090	113	0.1848	0.1555
14	0.5324	0.4575	64	0.2459	0.2074	114	0.1840	0.1548
15	0.5140	0.4409	65	0.2440	0.2057	115	0.1832	0.1541
16	0.4973	0.4259	66	0.2421	0.2041	116	0.1824	0.1535
17	0.4821	0.4124	67	0.2403	0.2026	117	0.1816	0.1528
18	0.4683	0.4000	68	0.2385	0.2011	118	0.1808	0.1521
19	0.4555	0.3887	69	0.2368	0.1996	119	0.1801	0.1515
20	0.4438	0.3783	70	0.2351	0.1981	120	0.1793	0.1509
21	0.4329	0.3687	71	0.2334	0.1967	121	0.1786	0.1502
22	0.4227	0.3598	72	0.2318	0.1953	122	0.1778	0.1496
23	0.4132	0.3515	73	0.2302	0.1940	123	0.1771	0.1490
24	0.4044	0.3438	74	0.2286	0.1926	124	0.1764	0.1484
25	0.3961	0.3365	75	0.2271	0.1913	125	0.1757	0.1478
26	0.3882	0.3297	76	0.2256	0.1900	126	0.1750	0.1472
27	0.3809	0.3233	77	0.2241	0.1888	127	0.1743	0.1466
28	0.3739	0.3172	78	0.2226	0.1876	128	0.1736	0.1460
29	0.3673	0.3115	79	0.2212	0.1864	129	0.1729	0.1454
30	0.3610	0.3061	80	0.2198	0.1852	130	0.1723	0.1449
31	0.3550	0.3003	81	0.2185	0.1840	131	0.1716	0.1443
32	0.3494	0.2960	82	0.2171	0.1829	132	0.1709	0.1438
33	0.3440	0.2913	83	0.2158	0.1817	133	0.1703	0.1432
34	0.3388	0.2869	84	0.2145	0.1806	134	0.1697	0.1427
35	0.3338	0.2826	85	0.2132	0.1796	135	0.1690	0.1422
36	0.3291	0.2785	86	0.2120	0.1785	136	0.1684	0.1416
37	0.3246	0.2746	87	0.2107	0.1775	137	0.1678	0.1411
38	0.3202	0.2709	88	0.2095	0.1764	138	0.1672	0.1406
39	0.3160	0.2673	89	0.2084	0.1754	139	0.1666	0.1401
40	0.3120	0.2638	90	0.2072	0.1744	140	0.1660	0.1396
41	0.3081	0.2605	91	0.2060	0.1735	141	0.1654	0.1391
42	0.3044	0.2573	92	0.2049	0.1725	142	0.1648	0.1386
43	0.3008	0.2542	93	0.2038	0.1716	143	0.1642	0.1381
44	0.2973	0.2512	94	0.2027	0.1707	144	0.1636	0.1376
45	0.2940	0.2483	95	0.2016	0.1697	145	0.1631	0.1371
46	0.2907	0.2455	96	0.2006	0.1688	146	0.1625	0.1367
47	0.2876	0.2429	97	0.1995	0.1680	147	0.1620	0.1362
48	0.2845	0.2403	98	0.1985	0.1671	148	0.1614	0.1357
49	0.2816	0.2377	99	0.1975	0.1662	149	0.1609	0.1353
50	0.2787	0.2353	100	0.1965	0.1654	150	0.1603	0.1348
51	0.2759	0.2329	101	0.1955	0.1646	151	0.1598	0.1344
52	0.2732	0.2306	102	0.1946	0.1638	152	0.1593	0.1339

Lampiran Tabel t α 5%

TABEL t PADA α 5 %

DF	1 TAIL	2 TAIL
1	6.3138	12.7062
2	2.9200	4.3027
3	2.3534	3.1824
4	2.1318	2.7764
5	2.0150	2.5706
6	1.9432	2.4469
7	1.8946	2.3646
8	1.8595	2.3060
9	1.8331	2.2622
10	1.8125	2.2281
11	1.7959	2.2010
12	1.7823	2.1788
13	1.7709	2.1604
14	1.7613	2.1448
15	1.7531	2.1314
16	1.7459	2.1199
17	1.7396	2.1098
18	1.7341	2.1009
19	1.7291	2.0930
20	1.7247	2.0860
21	1.7207	2.0796
22	1.7171	2.0739
23	1.7139	2.0687
24	1.7109	2.0639
25	1.7081	2.0595
26	1.7056	2.0555
27	1.7033	2.0518
28	1.7011	2.0484
29	1.6991	2.0452
30	1.6973	2.0423
31	1.6955	2.0395
32	1.6939	2.0369
33	1.6924	2.0345
34	1.6909	2.0322
35	1.6896	2.0301
36	1.6883	2.0281
37	1.6871	2.0262
38	1.6860	2.0244
39	1.6849	2.0227
40	1.6839	2.0211
41	1.6829	2.0195
42	1.6820	2.0181
43	1.6811	2.0167
44	1.6802	2.0154
45	1.6794	2.0141
46	1.6787	2.0129
47	1.6779	2.0117
48	1.6772	2.0106
49	1.6766	2.0096
50	1.6759	2.0086

DF	1 TAIL	2 TAIL
51	1.6753	2.0076
52	1.6747	2.0066
53	1.6741	2.0057
54	1.6736	2.0049
55	1.6730	2.0040
56	1.6725	2.0032
57	1.6720	2.0025
58	1.6716	2.0017
59	1.6711	2.0010
60	1.6706	2.0003
61	1.6702	1.9996
62	1.6698	1.9990
63	1.6694	1.9983
64	1.6690	1.9977
65	1.6686	1.9971
66	1.6683	1.9966
67	1.6679	1.9960
68	1.6676	1.9955
69	1.6672	1.9949
70	1.6669	1.9944
71	1.6666	1.9939
72	1.6663	1.9935
73	1.6660	1.9930
74	1.6657	1.9925
75	1.6654	1.9921
76	1.6652	1.9917
77	1.6649	1.9913
78	1.6646	1.9908
79	1.6644	1.9905
80	1.6641	1.9901
81	1.6639	1.9897
82	1.6636	1.9893
83	1.6634	1.9890
84	1.6632	1.9886
85	1.6630	1.9883
86	1.6628	1.9879
87	1.6626	1.9876
88	1.6624	1.9873
89	1.6622	1.9870
90	1.6620	1.9867
91	1.6618	1.9864
92	1.6616	1.9861
93	1.6614	1.9858
94	1.6612	1.9855
95	1.6611	1.9853
96	1.6609	1.9850
97	1.6607	1.9847
98	1.6606	1.9845
99	1.6604	1.9842
100	1.6602	1.9840

DF	1 TAIL	2 TAIL
101	1.6601	1.9837
102	1.6599	1.9835
103	1.6598	1.9833
104	1.6596	1.9830
105	1.6595	1.9828
106	1.6594	1.9826
107	1.6592	1.9824
108	1.6591	1.9822
109	1.6590	1.9820
110	1.6588	1.9818
111	1.6587	1.9816
112	1.6586	1.9814
113	1.6585	1.9812
114	1.6583	1.9810
115	1.6582	1.9808
116	1.6581	1.9806
117	1.6580	1.9804
118	1.6579	1.9803
119	1.6578	1.9801
120	1.6577	1.9799
121	1.6575	1.9798
122	1.6574	1.9796
123	1.6573	1.9794
124	1.6572	1.9793
125	1.6571	1.9791
126	1.6570	1.9790
127	1.6569	1.9788
128	1.6568	1.9787
129	1.6568	1.9785
130	1.6567	1.9784
131	1.6566	1.9782
132	1.6565	1.9781
133	1.6564	1.9780
134	1.6563	1.9778
135	1.6562	1.9777
136	1.6561	1.9776
137	1.6561	1.9774
138	1.6560	1.9773
139	1.6559	1.9772
140	1.6558	1.9771
141	1.6557	1.9769
142	1.6557	1.9768
143	1.6556	1.9767
144	1.6555	1.9766
145	1.6554	1.9765
146	1.6554	1.9763
147	1.6553	1.9762
148	1.6552	1.9761
149	1.6551	1.9760
150	1.6551	1.9759

Lampiran Tabel F α 5%

TABEL F PADA α 5%

DF	1	2	3	4	5	DF	1	2	3	4	5
1	161.4476	199.5000	215.7073	224.5832	230.1619	66	3.9863	3.1359	2.7437	2.5108	2.3538
2	18.5128	19.0000	19.1643	19.2468	19.2964	67	3.9840	3.1338	2.7416	2.5087	2.3517
3	10.1280	9.5521	9.2766	9.1172	9.0135	68	3.9819	3.1317	2.7395	2.5066	2.3496
4	7.7086	6.9443	6.5914	6.3882	6.2561	69	3.9798	3.1296	2.7375	2.5046	2.3475
5	6.6079	5.7861	5.4095	5.1922	5.0503	70	3.9778	3.1277	2.7355	2.5027	2.3456
6	5.9874	5.1433	4.7571	4.5337	4.3874	71	3.9758	3.1258	2.7336	2.5008	2.3437
7	5.5914	4.7374	4.3468	4.1203	3.9715	72	3.9739	3.1239	2.7318	2.4989	2.3418
8	5.3177	4.4590	4.0662	3.8379	3.6875	73	3.9720	3.1221	2.7300	2.4971	2.3400
9	5.1174	4.2565	3.8625	3.6331	3.4817	74	3.9702	3.1203	2.7283	2.4954	2.3383
10	4.9646	4.1028	3.7083	3.4780	3.3258	75	3.9685	3.1186	2.7266	2.4937	2.3366
11	4.8443	3.9823	3.5874	3.3567	3.2039	76	3.9668	3.1170	2.7249	2.4920	2.3349
12	4.7472	3.8853	3.4903	3.2592	3.1059	77	3.9651	3.1154	2.7233	2.4904	2.3333
13	4.6672	3.8056	3.4105	3.1791	3.0254	78	3.9635	3.1138	2.7218	2.4889	2.3317
14	4.6001	3.7389	3.3439	3.1122	2.9582	79	3.9619	3.1123	2.7203	2.4874	2.3302
15	4.5431	3.6823	3.2874	3.0556	2.9013	80	3.9604	3.1108	2.7188	2.4859	2.3287
16	4.4940	3.6337	3.2389	3.0069	2.8524	81	3.9589	3.1093	2.7173	2.4844	2.3273
17	4.4513	3.5915	3.1968	2.9647	2.8100	82	3.9574	3.1079	2.7159	2.4830	2.3259
18	4.4139	3.5546	3.1599	2.9277	2.7729	83	3.9560	3.1065	2.7146	2.4817	2.3245
19	4.3807	3.5219	3.1274	2.8951	2.7401	84	3.9546	3.1052	2.7132	2.4803	2.3231
20	4.3512	3.4928	3.0984	2.8661	2.7109	85	3.9532	3.1038	2.7119	2.4790	2.3218
21	4.3248	3.4668	3.0725	2.8401	2.6848	86	3.9519	3.1026	2.7106	2.4777	2.3205
22	4.3009	3.4434	3.0491	2.8167	2.6613	87	3.9506	3.1013	2.7094	2.4765	2.3193
23	4.2793	3.4221	3.0280	2.7955	2.6400	88	3.9493	3.1001	2.7082	2.4753	2.3181
24	4.2597	3.4028	3.0088	2.7763	2.6207	89	3.9481	3.0989	2.7070	2.4741	2.3169
25	4.2417	3.3852	2.9912	2.7587	2.6030	90	3.9469	3.0977	2.7058	2.4729	2.3157
26	4.2252	3.3690	2.9752	2.7426	2.5868	91	3.9457	3.0966	2.7047	2.4718	2.3145
27	4.2100	3.3541	2.9604	2.7278	2.5719	92	3.9445	3.0954	2.7036	2.4707	2.3134
28	4.1960	3.3404	2.9467	2.7141	2.5581	93	3.9434	3.0943	2.7025	2.4696	2.3123
29	4.1830	3.3277	2.9340	2.7014	2.5454	94	3.9423	3.0933	2.7014	2.4685	2.3113
30	4.1709	3.3158	2.9223	2.6896	2.5336	95	3.9412	3.0922	2.7004	2.4675	2.3102
31	4.1596	3.3048	2.9113	2.6787	2.5225	96	3.9402	3.0912	2.6994	2.4665	2.3092
32	4.1491	3.2945	2.9011	2.6684	2.5123	97	3.9391	3.0902	2.6984	2.4655	2.3082
33	4.1393	3.2849	2.8916	2.6589	2.5026	98	3.9381	3.0892	2.6974	2.4645	2.3072
34	4.1300	3.2759	2.8826	2.6499	2.4936	99	3.9371	3.0882	2.6965	2.4636	2.3063
35	4.1213	3.2674	2.8742	2.6415	2.4851	100	3.9361	3.0873	2.6955	2.4626	2.3053
36	4.1132	3.2594	2.8663	2.6335	2.4772	101	3.9352	3.0864	2.6946	2.4617	2.3044
37	4.1055	3.2519	2.8588	2.6261	2.4696	102	3.9343	3.0855	2.6937	2.4608	2.3035
38	4.0982	3.2448	2.8517	2.6190	2.4625	103	3.9333	3.0846	2.6928	2.4599	2.3026
39	4.0913	3.2381	2.8451	2.6123	2.4558	104	3.9324	3.0837	2.6920	2.4591	2.3017
40	4.0847	3.2317	2.8387	2.6060	2.4495	105	3.9316	3.0829	2.6911	2.4582	2.3009
41	4.0785	3.2257	2.8327	2.6000	2.4434	106	3.9307	3.0820	2.6903	2.4574	2.3001
42	4.0727	3.2199	2.8270	2.5943	2.4377	107	3.9298	3.0812	2.6895	2.4566	2.2992
43	4.0670	3.2145	2.8216	2.5888	2.4322	108	3.9290	3.0804	2.6887	2.4558	2.2984
44	4.0617	3.2093	2.8165	2.5837	2.4270	109	3.9282	3.0796	2.6879	2.4550	2.2976
45	4.0566	3.2043	2.8115	2.5787	2.4221	110	3.9274	3.0788	2.6871	2.4542	2.2969
46	4.0517	3.1996	2.8068	2.5740	2.4174	111	3.9266	3.0781	2.6864	2.4535	2.2961
47	4.0471	3.1951	2.8024	2.5695	2.4128	112	3.9258	3.0773	2.6856	2.4527	2.2954
48	4.0427	3.1907	2.7981	2.5652	2.4085	113	3.9251	3.0766	2.6849	2.4520	2.2946
49	4.0384	3.1866	2.7939	2.5611	2.4044	114	3.9243	3.0759	2.6842	2.4513	2.2939
50	4.0343	3.1826	2.7900	2.5572	2.4004	115	3.9236	3.0751	2.6835	2.4506	2.2932
51	4.0304	3.1788	2.7862	2.5534	2.3966	116	3.9229	3.0744	2.6828	2.4499	2.2925
52	4.0266	3.1751	2.7826	2.5498	2.3930	117	3.9222	3.0738	2.6821	2.4492	2.2918
53	4.0230	3.1716	2.7791	2.5463	2.3894	118	3.9215	3.0731	2.6815	2.4485	2.2912
54	4.0195	3.1682	2.7758	2.5429	2.3861	119	3.9208	3.0724	2.6808	2.4479	2.2905
55	4.0162	3.1650	2.7725	2.5397	2.3828	120	3.9201	3.0718	2.6802	2.4472	2.2899
56	4.0130	3.1619	2.7694	2.5366	2.3797	121	3.9195	3.0711	2.6795	2.4466	2.2892
57	4.0099	3.1588	2.7664	2.5336	2.3767	122	3.9188	3.0705	2.6789	2.4460	2.2886
58	4.0069	3.1559	2.7636	2.5307	2.3738	123	3.9182	3.0699	2.6783	2.4454	2.2880
59	4.0040	3.1531	2.7608	2.5279	2.3710	124	3.9175	3.0693	2.6777	2.4448	2.2874
60	4.0012	3.1504	2.7581	2.5252	2.3683	125	3.9169	3.0687	2.6771	2.4442	2.2868
61	3.9985	3.1478	2.7555	2.5226	2.3657	126	3.9163	3.0681	2.6765	2.4436	2.2862
62	3.9959	3.1453	2.7530	2.5201	2.3631	127	3.9157	3.0675	2.6760	2.4430	2.2856
63	3.9934	3.1428	2.7505	2.5177	2.3607	128	3.9151	3.0670	2.6754	2.4425	2.2850
64	3.9909	3.1404	2.7482	2.5153	2.3583	129	3.9146	3.0664	2.6748	2.4419	2.2845
65	3.9886	3.1381	2.7459	2.5130	2.3560	130	3.9140	3.0658	2.6743	2.4414	2.2839

Hasil Uji Validitas Sikap (X1)

Correlations

	P1	P2	P3	Tot
P1	Pearson Correlation	1	.201*	.232*
	Sig. (2-tailed)		.045	.020
	N	100	100	100
P2	Pearson Correlation	.201*	1	.462*
	Sig. (2-tailed)	.045		.000
	N	100	100	100
P3	Pearson Correlation	.232*	.462**	1
	Sig. (2-tailed)	.020	.000	
	N	100	100	100
Tot	Pearson Correlation	.744**	.706*	.721**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000
	N	100	100	100

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

Reliability Coefficients

N of Cases = 100.0

N of Items = 3

Alpha = .5246

Lampiran Uji Validitas dan Realibilitas Motivasi

Uji Validitas Motivasi (X2)

Correlations

		P1	P2	P3	Tot
P1	Pearson Correlation	1	.417*	.255*	.810*
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.011	.000
	N	100	100	100	100
P2	Pearson Correlation	.417*	1	.434*	.760*
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.000
	N	100	100	100	100
P3	Pearson Correlation	.255*	.434**	1	.695*
	Sig. (2-tailed)	.011	.000	.	.000
	N	100	100	100	100
Tot	Pearson Correlation	.810*	.760**	.695*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.
	N	100	100	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Reliability Coefficients

N of Cases n 100 0

N of Items = 3

Alpha = 6031

Lampiran Uji Validitas dan Realibilitas Kelas Sosial

Uji Validitas Kelas Sosial (X3)

Correlations

	P1	P2	P3	Tot
P1	Pearson Correlation	1	.611*	.279*
	Sig. (2-tailed)		.000	.005
	N	100	100	100
P2	Pearson Correlation	.611**	1	.481**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	100	100	100
P3	Pearson Correlation	.279*	.481*	1
	Sig. (2-tailed)	.005	.000	
	N	100	100	100
Tot	Pearson Correlation	.801**	.849**	.743**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000
	N	100	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

Reliability Coefficients

N of Cases = 100.0

N of Items = 3

Alpha = .6972

Lampiran Uji Validitas dan Realibilitas Kelompok Referensi

Uji Validitas Kelompok Referensi (X4)

Correlations

		P1	P2	P3	Tot
P1	Pearson Correlation	1	.242*	.681**	.777**
	Sig. (2-tailed)		.015	.000	.000
	N	100	100	100	100
P2	Pearson Correlation	.242*	1	.421*	.729**
	Sig. (2-tailed)	.015		.000	.000
	N	100	100	100	100
P3	Pearson Correlation	.681**	.421**	1	.876**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
Tot	Pearson Correlation	.777**	.729**	.876**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

Reliability Coefficients

N of Cases = 100.0

N of Items = 3

Alpha = .6999

Uji Validitas Perilaku Nasabah (Y)

Correlations

	P7	P8	P9	P10	P11	P12	Tot	
P1	Pearson Correlation	.112	.018	-.059	.143	.012	.160	.329**
	Sig. (2-tailed)	.266	.862	.562	.156	.906	.112	.001
	N	100	100	100	100	100	100	100
P2	Pearson Correlation	.064	.023	.001	.264**	.106	.092	.319**
	Sig. (2-tailed)	.525	.818	.988	.008	.292	.363	.001
	N	100	100	100	100	100	100	100
P3	Pearson Correlation	-.092	.142	.063	.169	.138	-.055	.311**
	Sig. (2-tailed)	.362	.160	.534	.093	.171	.585	.002
	N	100	100	100	100	100	100	100
P4	Pearson Correlation	.248*	.484**	.285**	.233*	.264**	.141	.508**
	Sig. (2-tailed)	.013	.000	.004	.020	.008	.161	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P5	Pearson Correlation	.260*	.178	-.022	.070	.007	.067	.371**
	Sig. (2-tailed)	.009	.077	.831	.488	.948	.507	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P6	Pearson Correlation	.273**	.168	.075	.116	.158	.207*	.486*
	Sig. (2-tailed)	.006	.095	.458	.249	.117	.039	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P7	Pearson Correlation	1	.251*	.283**	.184	.298*	.271**	.547**
	Sig. (2-tailed)	.	.012	.004	.067	.003	.006	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P8	Pearson Correlation	.251*	1	.459*	.401*	.295*	.318**	.672*
	Sig. (2-tailed)	.012	.	.000	.000	.003	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P9	Pearson Correlation	.283**	.459*	1	.264**	.188	.428**	.557**
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.	.008	.061	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P10	Pearson Correlation	.184	.401**	.264**	1	.649**	.320**	.632**
	Sig. (2-tailed)	.067	.000	.008	.	.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P11	Pearson Correlation	.298**	.295**	.188	.649*	1	.296*	.566**
	Sig. (2-tailed)	.003	.003	.061	.000	.	.003	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P12	Pearson Correlation	.271*	.318**	.428**	.320*	.296**	1	.583*
	Sig. (2-tailed)	.006	.001	.000	.001	.003	.	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Tot	Pearson Correlation	.547*	.672**	.557**	.632*	.566*	.583*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.
	N	100	100	100	100	100	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Perilaku Nasabah Dalam Memilih Produk (Y)

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

Reliability Coefficients

N of Cases = 100.0

N of Items = 12

Alpha = .7159

Lampiran hasil Analisis Regresi Berganda

Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Perilaku Nasabah Dalam Memilih Produk BMT Budi Mulia Prambanan (Y)	4.2600	.20889	100
Sikap (X1)	4.1060	.29570	100
Motivasi (X2)	4.2140	.36349	100
Kelas Sosial (X3)	3.9830	.30979	100
Kelompok Referensi (X4)	4.1360	.34068	100

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kelompok Referensi (X4), Motivasi (X2), Kelas Sosial (X3), ^a Sikap (X1)		Enter

- a. All requested variables entered.
- b. Dependent Variable: Perilaku Nasabah Dalam Memilih Produk BMT Budi Mulia Prambanan (Y)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.757 ^a	.573	.555	.13939	1.925

- a. Predictors: (Constant), Kelompok Referensi (X4), Motivasi (X2), Kelas Sosial (X3), Sikap (X1)
- b. Dependent Variable: Perilaku Nasabah Dalam Memilih Produk BMT Budi Mulia Prambanan (Y)

Lampiran hasil Analisis Regresi Berganda

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2.474	4	.619	31.833	.000 ^a
Residual	1.846	95	.019		
Total	4.320	99			

a. Predictors: (Constant), Kelompok Referensi (X4), Motivasi (X2), Kelas Sosial (X3), Sikap (X1)

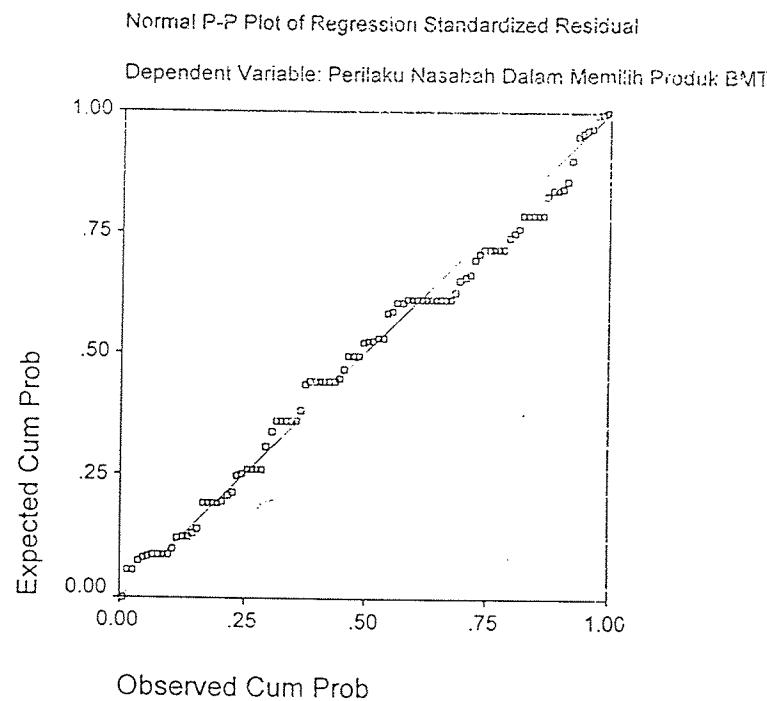
b. Dependent Variable: Perilaku Nasabah Dalam Memilih Produk BMT Budi Mulia Prambanan (Y)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Beta	t	Sig.	Correlations	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Partial	Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.497	.250		5.987	.000			
Sikap (X1)	.133	.057	.188	2.333	.022	.233	.696	1.438
Motivasi (X2)	.105	.044	.183	2.361	.020	.235	.752	1.329
Kelas Sosial (X3)	.164	.052	.244	3.173	.002	.310	.762	1.313
Kelompok Referensi (X4)	.271	.045	.443	6.040	.000	.527	.837	1.194

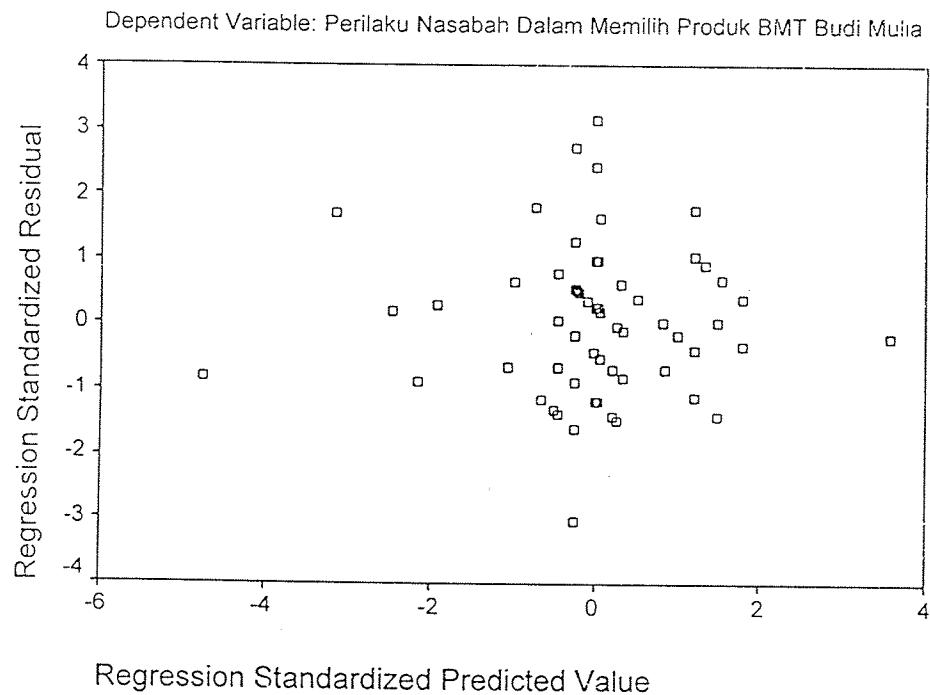
a. Dependent Variable: Perilaku Nasabah Dalam Memilih Produk BMT Budi Mulia Prambanan (Y)

Uji Normalitas



Uji Heteroskedastisitas

Scatterplot



Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Beta	t	Sig.	Correlations	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error					Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.497	.250		5.987	.000			
Sikap (X1)	.133	.057	.188	2.333	.022	.233	.696	1.438
Motivasi (X2)	.105	.044	.183	2.361	.020	.235	.752	1.329
Kelas Sosial (X3)	.164	.052	.244	3.173	.002	.310	.762	.313
Kelompok Referensi (X4)	.271	.045	.443	6.040	.000	.527	.837	1.194

a. Dependent Variable: Perilaku Nasabah Dalam Memilih Produk BMT Budi Mulia Prambanan (Y)

BIOGRAFI PENULIS

1. Marwan Asri

Lahir : Palembang, 26 Januari 1954.

1978 : Lulus Program S1 Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada.

1982 : Lulus Program MBA dari Catholic University Leuven Belgia.

Pengalaman Kerja:

1978-sekarang : Dosen tetap Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada.

1982-sekarang : Dosen tetap Pasca Sarjana Universitas Gajah Mada.

1988-sekarang : Dosen Program Magister Manajemen Universitas Gajah Mada.

Jabatan-jabatan lain:

- Sekretaris Pusat Pengembangan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada.
- Pengelola Program Magister Manajemen Fakultas Pasca Sarjana Universitas Gajah Mada.
- Sekretaris Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia Yogyakarta.

2. Afzalur Rahman

Afzalur Rahman adalah seorang cendekiawan Muslim dan ahli ekonomi yang terkemuka di dunia. Saat ini menjabat sebagai *Deputy Secretary General* dari The Muslim School Trust, London.

3. Sutisna

Penulis adalah lulusan Program Pasca Sarjana Universitas Indonesia yang mendalami kajian perilaku konsumen, dan sekarang menjadi dosen tetap di Fakultas Ekonomi Universitas Pasundan Bandung.

4. Mohammad Abdul Mannan

Muhammad Abdul Mannan memperoleh gelar Master dan Doktornya dari Universitas Michigan, Amerika Serikat. Beliau memiliki pengalaman bertahun-tahun sebagai pengajar dan peneliti di Universitas-Universitas di dunia termasuk di Universitas King Abdul Aziz Jeddah, beliau sangat terkenal dengan karya-karyanya di bidang ekonomi Islam dan keuangan secaa umum.

5. Muhammad, M. Ag

Muhammad lahir di Pati, 10 April 1966. gelar kesarjanaannya diraih dari IKIP Yogyakarta (sekarang Universitas Negeri Yogyakarta) tahun 1990 pada keahlian bidang Kurikulum dan Teknologi Pendidikan. Ia pernah mengikuti short-course Perbankan Syariah dari Syariah Banking Institute Yogyakarta tahun 1995. gelar Master di capai di Magister Studi Islam, Universitas Islam Indonesia dalam waktu 17 bulan. Ia pun dinyatakan lulus dengan predikat sangat memuaskan pada konsentrasi Ekonomi Islam. Tesis yang dipertahankan berjudul AKUNTANSI SYARIAH: Refleksi Berorientasi Sosial dan Tanggungjawab. Menikah tahun 1997 dengan Andriyani Triwulandari, S. Pd dan dikaruniai anak bernama: Aisar Muhammad akram.

Karir pekerjaannya diawali dari Syariah Banking Institute Yogyakarta sebagai Manajer akademik (1995-1997): Biro Akademik Magister Manajemen STIE Mitra Indonesia (1996-1997) dan Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Syariah Yogyakarta 1997 hingga sekarang. Saat ini aktif sebagai dosen luar biasa di beberapa Perguruan Tinggi baik negeri maupun swasta dengan spesialisasi studi Ekonomi Islam dan Perbankan Syariah.

6. Makhalul Ilmi SM

Makhalul Ilmi lahir di Tegal, 15 Maret 1972. pada tahun 1985 lulus Sekolah Dasar Negeri Tuwel I Kabupaten Tegal. Kemudian masuk MTs Al-Azhar Tuwel dan lulus tahun 1988. Tahun 1991 lulus dari Madrasah Aliyah Al-Azhar Tuwel, masuk fakultas Syariah IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Sejak 1994 aktif menulis di berbagai media massa hingga tahun 1996. pada tahun 1997 lulus fakultas Syariah IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta setelah berhasil mempertahankan skripsinya dengan nilai "Sangat Memuaskan".

Pada tahun 1998 menjadi staf pengelola BMT Syariah Muamalat Tegal melalui fasilitas Proyek Penanggulangan Pengangguran pekerja terampil (P3T) yang digulirkan Pemerintah, setelah dua kali gagal mendaftar sebagai calon Pegawai pencatat Nikah (PPN) karena memang tidak pernah diberi kesempatan mengikuti ujian saringan. Kemudian pada tahun 1999 dipercaya menjadi Ketua Pelaksana Pusat Pengembangan Ekonomi Masyarakat (P2EM) Tegal Jawa Tengah. Selanjutnya pada tahun 2001 bersama teman-teman yang peduli terhadap ekonomi Syariah mendirikan Yayasan pemberdayaan Ummat (YPU). Sejak saat itu penulis aktif sebagai konsultan BMT dan banyak memberikan pelatihan ke-BMT-an, serta menjadi mitra, secara informal, bagi Bank Muamalat, BNI Syariah dan Bank Syariah Mandiri, dalam memasarkan produknya.

7. Husein Umar

Husein Umar menjadi mahasiswa sejak tahun 1997 dan telah menyelesaikan studi di bidang Statistika, ekonomi, serta meraih gelar Master Manajemen dan MBA yang telah diakreditasi pemerintah.

Pengalaman di dunia Perguruan Tinggi selai menjadi dosen sejak tahun 1983 di beberapa Perguruan Tinggi hingga kini dengan pangkat Lektor Kepala, ia juga berpengalaman dalam jabatan struktural misalnya sebagai Kepala Litbang, Ketua Jurusan, Pembantu Ketua, serta Direktur untuk program-program MBA dan BBA.

Pengalaman di sektor riil antara lain di mulai tahun 1978 sampai tahun 1989 di bidang Sistem Informasi sebagai Kepala Urusan Program Komputer dan Sistem Analist di Pusat Komputer Dit. Jen. Bina Marga, Departemen PU, konsultan riset bisnis, pembicara seminar-seminar, hingga saat ini sebagai konsultan manajemen.

Penulis banyak menerbitkan buku-buku ilmiah dalam bidang bisnis. Diantaranya buku-buku ilmiah mengenai riset bisnis yang diacu pada lonsep UMAR (Universal Method of Action Research). Yaitu: Riset Akuntansi, Metode Penelitian Aplikasi Pemasaran, Riset Sumberdaya Manusia Dalam Organisasi, Riset Strategi Perusahaan, Research Methods in Finance and Banking, dan studi Kelayakan Bisnis. Sedangkan buku-buku yang mengacu pada Konsep Perencanaan Bisnis adalah *Business: an Introduction*, dan *Manajemen Resiko Bisnis*. Buku yang akan terbit berdasarkan Konsep Perencanaan bisnis antara lain adalah berjudul *Strategi Bisness Unit*. Semua judul-judul buku telah dan akan diterbitkan oleh PT. Gramedia Pustaka Utama.

8. T. Hani Handoko

T. Hani Handoko adalah dosen manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas gajah Mada. Beliau mendapat gelar SE jurusan Manajemen (*cum-laude*) dari Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada pada tahun 1981. *Master of Business Administration (Dean's honor Society Award* dan anggota Beta Gama Sigma) dari *School of Business, state of New York Al Albany* pada tahun 1987, dan *Doctor of Philosophy* dalam bidang Administrasi Bisnis dari *College of Business and Economic. University of Kentucky* pada tahun 1991. bidang-bidang minat dan spesialisasinya adalah Manajemen Umum, Organisasi, Manajemen dan Sistem Informasi Sumber daya Manusia, dan Metode-Metode Kuantitatif untuk Manajemen. Buku-buku lain yang ditulis oleh beliau adalah: (1) Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia, (2) Dasar-Dasar Manajemen Produksi dan Operasi, (3) Manajemen Produksi dan Operasi: Latihan Pemecahan Soal, (4) Organisasi Perusahaan: Teori-Teori Struktural dan Perilaku (*co-author*), (5) kebijaksanaan Perusahaan, Konsep Dasar dan Studi Kasus (*co-author*), (6) Dasar-Dasar Operations Research (*co-author*).

9. Philip Kotler

Philip Kotler adalah satu otoritas terkemuka dunia dalam pemasaran. Ia adalah S. C. Johnson and Son distinguished Profesor of International

Marketing di Kellogg Graduate School of Management, Northwestern University. Ia menerima gelar master-nya dari Universitas of Chicago dan Ph. D. nya dari M. I. T, keduanya dalam ekonomi. Ia mengerjakan karya postdoctoral dalam matematika di Harvard dan ilmu perilaku di University of Chicago.

Dr. Kotler adalah pengarang principle of Marketing dan Marketing: An Introducton, Strategic Marketing for Nonprofit Organization-nya, yang telah memasuki edisi kelima, adalah best seller dalam bidang tersebut. Buku-buku dr. Kotler yang lain adalah The New Competition; Marketing Professional service; Marketing for Health Care Organization; Strategic Marketing for Education Institutions; High Visibility; Social Marketing; Marketing Places; Marketing the Performing Arts; dan Marketing Models.

Sebagai tambahan, beliau telah menulis lebih dari 100 artikel dalam jurnal-jurnal terkemuka, termasuk Harvard Business review, SloanManagement Review, Business Hosizons, California Management Review, journal of Marketing, Journal of Marketing Research, Management Science, Journal of Business Strategy, dan Futurist. Ia adalah satu-satunya pemenang tiga kali penghargaan populer Alpha Kappa Psi untuk artikel terbaik yang diterbitkan dalam Journal of Marketing.

Dr. Kotler telah menjadi Ketua College on Marketing of The Institute of Chicago; direktur The MAC Group (Gemini); dan anggota dewan penasehat The Peter Drucker Foundation dan Copernicus. Ia telah menjadi konsultan banyak perusahaan besar Amerika Serikat dan asing-diantaranya AT dan T, Bank of America, Ford, General Elektric, IBM, Merck, Marriott, dan Montedison-dalam Strategi pemasaran.

Pada tahun 1978, Dr. Kotler menerima Paul D. Converse Award yang diberikan oleh American Marketing Association untuk menghormati "kontribusi yang luar biasa bagi ilmu pengetahuan dalam pemasaran." Pada tahun 1983, ia menerima Stuart Henderson Britt award sebagai Marketer of the year. Pada tahun 1985, ia terpilih sebagai penerima pertama Distinguished Marketing Education Award, sebuah penghargaan baru yang diprakarsai oleh American Marketing Association. Dalam tahun yang sama, Academy for Health services Marketing dan menominasikannya sebagai penerima pertama. Ia juga menerima prize for Marketing Excellence yang diberikan oleh European Association of Marketing Consultants and Sales Trainer. Pada tahun 1989, ia menerima Charles Coo lodge Parlin Award, yang setiap tahun memberi penghargaan pada pimpinan dalam bidang pemasaran yang berprestasi. Pada tahun 1995, ia menerima marketing Educator of the Year award dari Sales and Marketing Executive International. Ia telah mendapatkan gelar doctoral dari De Paul university, University of Zurich, dan athen University of Economics and Business.

10. Suharsimi Arikunto

Pendidikan formal : - Sarjana Muda IKIP Bandung Tahun 1958.

- | | |
|---------------------|---|
| Pendidikan Tambahan | <ul style="list-style-type: none">- Sarjana IKIP Yogyakarta, Tahun 1966 dan menyelesaikan S3 IKIP Jakarta, Tahun 1983.- Educational Technology di INNOTECH Singapore, Tahun 1973.- School Administration Oklahoma State University USA, Tahun 1976.- Educational Research and Evaluation Training di Jakarta, Tahun 1977 dan 1979. |
| Pekerjaan | <ul style="list-style-type: none">- Guru SPG.- Staf Peneliti di Pusat Penelitian IKIP Yogyakarta.- Dosen di FIP-IKIP Negeri Yogyakarta. |
| Tambahan Pengalaman | <ul style="list-style-type: none">- Anggota Penyusun Kurikulum Sekolah Pembangunan.- Anggota Tim Penilai Nasional PSPB (10 tahun).- Anggota Tim Penulis Modul dan Anggota Tim Validitas Proyek PAMONG (5 tahun).- Anggota Tim Evaluasi REPELITA III di Bidang Pendidikan.- Anggota Tim Validitas Teman Sejawat.- Anggota Penyusun Kurikulum IKIP Yogyakarta. |

11. Heri Sudarsono

Menyelesaikan S1 dari Fakultas Ekonomi UII tahun 1998, mulai diberi tugas mengajar Ekonomi Islam tahun 1999. Bidang konsentrasi yang ditekuni adalah Ekonomi Islam dan bank Lembaga Ekonomi Syariah. Selama menempuh S1 penulis belajar di pondok pesantren Budi Mulia, selain itu penulis juga aktif di beberapa lembaga ekstra dan intra kampus antara lain: Pelajar Islam Indonesia (PII), Himpunan Mahasiswa Islam (HMIMPO), Senat Mahasiswa Fakultas Ekonomi UII. Saat ini sebagai staf Pembantu Dekan III, Ketua bidang Administrasi dan Keuangan Pusat Studi HAM (PUSHAM) UII dan pengelola short course Perbankan dan Keuangan UII. Adapun buku yang telah diterbitkan penulis adalah Konsep Ekonomi Islam suatu Pengantar (2003)



BAITUL MAAL WAT TAMWIL
BMT. BUDI MULIA PRAMBANAN

Badan Hukum No. 218/BH/KWK/12/X/1997

Jl. Piyungan KM. 1 Prambanan, Bokoharjo, Prambanan, Sleman, Yogyakarta-55572
Telepon 0274-497988

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Nomor : 326/BMT.BM/XI/2005
Lamp. : -
Hal : SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya atas nama BMT Budi mulia Prambanan Yogyakarta,

Nama : Tri Wahyuni
Jabatan : Menejer BMT Budi Mulia Prambanan

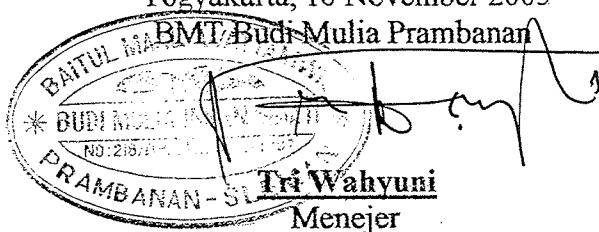
menerangkan bahwa,

Nama : Siti Arbaroni Suprihatun
NIM : 00390408
Jurusan/Prodi : Muamalat/Keuangan Islam
Fakultas : Syariah
Asal PT : UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Benar-benar telah melakukan penelitian di instansi kami mulai bulan Februari sampai dengan Juni 2005.

Demikian surat ketengan ini kami buat, agar dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 16 November 2005





PEMERINTAH KABUPATEN SLEMAN
BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN DAERAH
(BAPPEDA)

Alamat : Jl. Parasanya No. 1 Beran, Tridadi, Sleman 55511
Telp. & Fax. (0274) 868800. E-mail : bappeda@sleman.go.id

SURAT IJIN

Nomor : 07.0 / Bappeda/ 631 / 2005.

**TENTANG
PENELITIAN
KEPALA BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN DAERAH**

Dasar : Keputusan Bupati Sleman Nomor : 55 /Kep.KDH/A/2003 tentang Izin Kuliah Kerja Nyata, Praktek Kerja Lapangan dan Penelitian.
Menunjuk : Surat dari Bappeda Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor : 07.0/928 Tanggal: 25 Februari 2005 Hal : Ijin Penelitian.

MENGIJINKAN :

Kepada :
Nama : SITI ARBARONI SUPRIHATUN
No. Mhs/NIM/NIP/NIK : 00390408
Program/ Tingkat : S1
Instansi/ Perguruan Tinggi : UIN "SUKA" Yogyakarta
Alamat Instansi/ Perguruan Tinggi : Jl. Marsda Adisucipto, Yogyakarta
Alamat Rumah : Randugunting, Tamanmartani, Kalasan
Untuk : Mengadakan Penelitian dengan Judul:
"ANALISIS PERILAKU NASABAH TERHADAP PRODUK
BAITUL MAAL WAAT TAMWIL (Studi Kasus Di BMT Budi
Mulia Prambanan Yogyakarta)"
Lokasi : BMT Budi Mulia Prambanan, Sleman
Waktu : Selama 3 (tiga) bulan mulai tanggal : 25 Februari 2005
s.d 25 Mei 2005

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. *Wajib melapor diri kepada pejabat pemerintah setempat (Camat/ Lurah Desa) atau kepala instansi untuk mendapat petunjuk seperlunya.*
2. *Wajib menjaga tata tertib dan mentaati ketentuan-ketentuan setempat yang berlaku.*
3. *Wajib menyampaikan laporan hasil penelitian sebanyak 1 (satu) eksemplar kepada Bupati melalui kepala Bappeda.*
4. *Ijin tidak disalahgunakan untuk kepentingan-kepentingan di luar yang direkomendasikan.*
5. *Ijin ini dapat dibatalkan sewaktu-waktu apabila tidak dipenuhi ketentuan-ketentuan di atas.*

Demikian ijin ini dikeluarkan untuk digunakan sebagaimana mestinya, diharapkan pejabat pemerintah/non pemerintah setempat memberikan bantuan seperlunya.

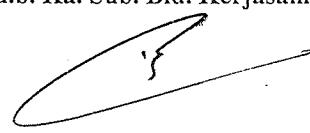
Setelah selesai pelaksanaan penelitian Saudara wajib menyampaikan laporan kepada kami 1 (satu) bulan setelah berakhirnya penelitian.

Dikeluarkan di : Sleman
Pada Tanggal : 19 April 2005

Tembusan Kepada Yth :

1. Bupati Sleman (sebagai laporan).
2. Ka. Dinas Pol PP dan Tibmas Kab. Sleman.
3. Ka. Dinas P2KPM Kab. Sleman
4. Ka. Bid. Ekonomi Bappeda Kab. Sleman
5. Camat Kec. Prambanan
6. Dir. BMT Budi Mulya Prambanan.
7. Pertinggal.

A.n. Kepala BAPPEDA Kab. Sleman
Ka. Bidang Teknologi & Kerjasama
u.b. Ka. Sub. Bid. Kerjasama



Drs. Slamet Riyadi, MM
NIP. 490 027 188



PEMERINTAH PROPINSI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA
BADAN PERENCANAAN DAERAH
(B A P E D A)

Kepatihan Danurejan Yogyakarta - 55213
Telepon : (0274) 589583, (Psw. : 209-217), 562811 (Psw. : 243 - 247)
Fax. (0274) 586712 E-mail : bappeda_diy@plasa.com

SURAT KETERANGAN / IJIN

Nomor : 07.0 / 928

Membaca Surat : Dekan, Fak. Syari'ah-UIN-Suka-Yk No : IN/I/DS/PP.00.9/383/2005
Tanggal : 21 Februari 2005 Perihal : Ijin penelitian

Mengingat : 1. Keputusan Menteri Dalam Negeri No. 61 Tahun 1983 tentang Pedoman Penyelenggaraan Pelaksanaan Penelitian dan Pengembangan di Lingkungan Departemen Dalam Negeri.
2. Keputusan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta No. 162 Tahun 2003 tentang Pemberian Izin/Rekomendasi Pelaksanaan Penelitian dan Pendataan di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta

Dijinkan kepada : -

Nama : SITI ARBARONI SUPRIHATUN No. MHSW : 00390408

Alamat Instansi : Jl. Marsda Adisucipto-Yogyakarta

Judul : ANALISIS PERILAKU NASABAH TERHADAP PRODUK BAITUL MAAL WAAT TAMWIL (Studi Kasus Di BMT Budi Mulia Prambanan Yogyakarta)

Lokasi : Prambanan-Yogyakarta

Waktunya : Mulai tanggal 25 Februari 2005 s/d 25 Mei 2005

Dengan Ketentuan :

1. Terlebih dahulu menemui / melaporkan diri Kepada Pejabat Pemerintah setempat (Bupati / Walikota) untuk mendapat petunjuk seperlunya;
2. Wajib menjaga tata tertib dan mentaati ketentuan-ketentuan yang berlaku setempat;
3. Wajib memberi laporan hasil penelitiannya kepada Gubernur Kepala Daerah Istimewa Yogyakarta (Cq. Kepala Badan Perencanaan Daerah Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta)
4. Ijin ini tidak disalahgunakan untuk tujuan tertentu yang dapat mengganggu kestabilan Pemerintah dan hanya diperlukan untuk keperluan ilmiah;
5. Surat ijin ini dapat diajukan lagi untuk mendapat perpanjangan bila diperlukan;
6. Surat ijin ini dapat dibatalkan sewaktu-waktu apabila tidak dipenuhi ketentuan - ketentuan tersebut di atas.

Kemudian diharapkan para Pejabat Pemerintah setempat dapat memberi bantuan seperlunya.

Tembusan Kepada Yth. :

1. Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta (Sebagai Laporan)
2. Bupati Sleman, cq. Ka. Bappeda;
3. dekan Fak. Syari'ah-UIN Suka-Yk;
4. Pertinggal;

Dikeluarkan di : Yogyakarta

Pada tanggal : 25 Februari 2005

A.n. GUBERNUR
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA
KEPALA BAPEDA PROPINSI DIY

U.b. KEPALA BIDANG PENGENDALIAN
BAPEDA
Ir. H. NANANG SUWANDI, MMA

PERPUSTAKAAN UIN SUNAN KALIJAGA

Nomor : 2190 /Th:05

Tanggal : 5 - DEC 2005

CURICULUM VITAE

Nama : Siti Arbaroni Suprihatun
Tempat, Tanggal Lahir : Sleman, 29 Juni 1982
Alamat Asal : Randugunting RT 05/RW03 No. 15,
Tamanmartani, Kalasan, Sleman, Yogyakarta
Nama Ayah : Alm. Abdul Kodiran
Nama Ibu : Sugiyem, S. Ag

Riwayat Pendidikan:

- a. TK : TK Bhakti V Randugunting, Yogyakarta, tahun 1987-1988
- b. SD : SD N Kowang Binangun, Yogyakarta, tahun 1988-1994
- c. SMP : MTsN Pelemsari Prmabanan, Yogyakarta, tahun 1994-1997
- d. SMA : MAN Yogyakarta 1, tahun 1997-2000
- e. PT : Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Fakultas Syariah, Jurusan Muamalat, Program studi Keuangan Islam