

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEDAGANG  
PASAR GEDONG KUNING UNTUK MELAKUKAN PEMBIAYAAN  
DI BMT BINA IKHSANUL FIKRI YOGYAKARTA**



**SKRIPSI**

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

**OLEH**

**SULISTIYANTO**

**NIM: 01390760**

**PEMBIMBING:**

- 1. DRS. A. YUSUF KHOIRUDDIN, SE., M.SI.**
- 2. YASIN BAIDI, S.AG., M.AG.**

**PROGRAM STUDI KEUANGAN ISLAM  
MU'AMALAH  
FAKULTAS SYARI'AH  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA  
2005**

**Drs. A. Yusuf Khoiruddin, SE., M.Si.**

Dosen Fakultas Syari'ah

UIN Sunan Kalijaga

Yogyakarta

**Nota Dinas**

Hal : Skripsi

Saudara Sulistiyanto

Kepada

Yth. Bapak Dekan Fakultas Syari'ah

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di Yogyakarta.

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

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

Nama : Sulistiyanto

NIM : 01390760

Judul : Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pedagang Pasar Gedong  
Kuning Untuk Melakukan Pembiayaan Di BMT Bina Ikhsanul  
Fikri Yogyakarta

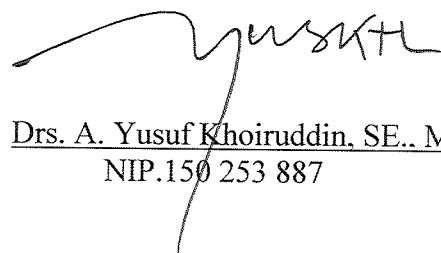
sudah dapat diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu dalam jurusan Muallamat program studi Keuangan Islam Fakultas Syari'ah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

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

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 07 Dzul Qo'dah 1426 H  
09 Desember 2005 M

Pembimbing I



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

**Yasin Baidi, S.Ag., M.Ag.**

Dosen Fakultas Syari'ah

UIN Sunan Kalijaga

Yogyakarta

**Nota Dinas**

Hal : Skripsi

Saudara Sulistiyanto

Kepada

Yth. Bapak Dekan Fakultas Syari'ah

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di Yogyakarta.

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

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

Nama : Sulistiyanto

NIM : 01390760

Judul : Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pedagang Pasar Gedong  
Kuning Untuk Melakukan Pembiayaan Di BMT Bina Ikhsanul  
Fikri Yogyakarta

sudah dapat diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu dalam jurusan Muallamat program studi Keuangan Islam Fakultas Syari'ah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

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

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 07 Zul Qo'dah 1426 H  
09 Desember 2005 M

Pembimbing II



Yasin Baidi, S.Ag., M.Ag.

NIP.150 286 404

## PENGESAHAN

Skripsi berjudul

### FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEDAGANG PASAR GEDONG KUNING UNTUK MELAKUKAN PEMBIAYAAN DI BMT BINA IKHSANUL FIKRI YOGYAKARTA

Yang disusun oleh

**SULISTIYANTO**

**NIM: 01390760**

Telah dimunaqasyahkan di depan sidang munaqasyah pada tanggal 22 Desember 2005M/20 Żul Qo'dah 1426H dan dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Yogyakarta, 20 Żul Qo'dah 1426 H  
22 Desember 2005 M



Dekan Fakultas Syariah

Drs. H. A. Malik Madany, M.A

NIP. 150182698

Ketua Sidang

Drs. A. Yusuf Khoiruddin, SE., M.Si.

NIP. 150253887

Sekretaris Sidang

Drs. Malik Ibrahim, M.Ag.

NIP. 150260065

Pembimbing I

Drs. A. Yusuf Khoiruddin, SE., M.Si.

NIP. 150253887

Pembimbing II

Yasin Baidi, S.Ag., M.Ag.

NIP. 150286404

Penguji I

Drs. A. Yusuf Khoiruddin, SE., M.Si.

NIP. 150253887

Penguji II

Drs. Malik Ibrahim, M.Ag.

NIP. 150260065



## ABSTRAK

BMT merupakan sebuah lembaga keuangan yang menjalankan usahanya berdasarkan prinsip syari'ah Islam dalam bentuk koperasi serba usaha. Dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat, BMT hendaknya benar-benar dioperasionalkan sesuai dengan yang dikehendaki oleh syari'ah sehingga segala produk-produk yang ditawarkan dan dihasilkan dari BMT dapat membawa kesejahteraan masyarakat secara lahir dan bathin.

BMT Bina Ikhsanul Fikri Yogyakarta didalam menawarkan produk-produknya perlu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi calon nasabah yang akan menjadi nasabah BMT Bina Ikhsanul Fikri Yogyakarta tersebut yang dalam hal ini nasabah yang melakukan pembiayaan. Diantara faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah dalam melakukan pembiayaan adalah faktor lokasi, citra, dan kebutuhan nasabah.

Dalam penelitian ini yang menjadi masalah adalah apa yang menyebabkan kebanyakan pedagang pasar Gedong Kuning melakukan pembiayaan di BMT Bina Ikhsanul Fikri, padahal begitu banyak lembaga-lembaga keuangan di Yogyakarta ini. Apakah faktor lokasi, citra, dan kebutuhan nasabah tersebut di atas mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap nasabah dalam melakukan pembiayaan? Dan apakah faktor lokasi, citra, dan kebutuhan nasabah tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap nasabah dalam melakukan pembiayaan?

Hipotesis yang diajukan adalah ketiga variabel independen tersebut mempunyai pengaruh secara signifikan baik secara individu maupun secara bersama-sama terhadap perilaku nasabah dalam melakukan pembiayaan. Populasi dalam penelitian adalah nasabah yang melakukan pembiayaan di pasar Gedong Kuning yang berjumlah 64 responden dengan menggunakan teknik *probability sampling*, tehnik *probability sampling* yang digunakan adalah *sampling aksidental*, dan diperoleh sebanyak 58 responden. Alat analisis yang digunakan adalah analisis kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi berganda.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel independen tersebut yaitu lokasi, citra, kebutuhan nasabah mempunyai pengaruh yang signifikan, baik itu secara individu atau bersama-sama. Besarnya pengaruh variabel lokasi, citra dan kebutuhan nasabah terhadap perilaku nasabah dalam melakukan pembiayaan sebesar 57,3%, sedangkan sisanya 42,7% dipengaruhi faktor lain. Jadi, memang tidak terlalu besar pengaruh dari ketiga variabel independen tersebut akan tetapi tetap ada pengaruhnya terhadap variabel dependen.

## SURAT PERNYATAAN

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Sulistiyanto  
NIM : 01390760  
Jurusan-Prodi : Mu'amalah – Keuangan Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pedagang Pasar Gedong Kuning untuk Melakukan Pembiayaan di BMT Bina Ikhsanul Fikri Yogyakarta** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Dan apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggungjawab sepenuhnya ada pada penyusun.


Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.


*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 07 Zul Qo'dah 1426 H  
09 Desember 2005 M

Mengetahui,  
Ka. Prodi Keuangan Islam

Penyusun,

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

  
Sulistiyanto  
NIM. 01390760

## PERSEMBAHAN

**Dengan Nama Allah SWT**

*Skripsi ini saya persembahkan untuk:*



*Kedua orang tua, ayahanda Sunar dan ibunda Pariyah terhormat  
Kakak-kakak dan adikku terkasih  
Teman-teman seperjuangan  
Dan almamater tercinta  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## MOTTO

ألم نشرح لك صدرك (١) ووضعنا عنك وزرك (٢) الذي أنقض ظهرك (٣)

ورفعنا لك ذكرك (٤) فإن مع العسر يسرا (٥) إن مع العسر يسرا (٦)

فإذا فرغت فانصب (٧) وإلى ربك فارغب (٨)<sup>1</sup>

*Bukankah Kami telah melapangkan untukmu dadamu?*

*Dan Kami telah menghilangkan dari padamu bebanmu*

*Yang memberatkan punggungmu*

*Dan Kami tinggikan bagimu sebutan (nama)mu*

*Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan*

*Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan*

*Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan),*

*kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain*

*Dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap.<sup>2</sup>*

---

<sup>1</sup> Alam Nasyrah (94): 1-8

<sup>2</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-qur'an dan Terjemahnya*, (Surabaya: Jaya Sakti, 1997), hlm. 1073.



## KATA PENGANTAR

بسم الله الرحمن الرحيم  
الحمد لله هدانا لهذا وما كنا لنهتدى لولا أن هدانا الله، أشهد أن لا إله إلا الله وحده لا شريك له وأشهد أن محمدا عبده ورسوله. اللهم صل وسلم على هذا النبي الكريم سيدنا محمد وعلى آله وأصحابه ومن اتبع هداه. آمين

Segala puji bagi Allah, penyusun panjatkan kehadiran-Nya yang telah memberikan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi ini yang merupakan salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana dalam ilmu Ekonomi Islam, Fakultas Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Salawat dan salam semoga senantiasa terlimpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, pembawa kebenaran dan petunjuk, sehingga berkat beliau kita dapat menikmati kehidupan yang penuh cahaya keselamatan berupa agama Islam.

Atas pertolongan-Nyalah dan bantuan dari berbagai pihak, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Untuk itu dalam kesempatan ini penyusun mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Drs. H. A. Malik Madany, M.A selaku Dekan Fakultas Syari'ah UIN Sunan Kalijaga.
2. Bapak Drs. A. Yusuf Khoiruddin, SE., M.Si. selaku pembimbing I dan bapak Yasin Baidi, S.Ag., M.Ag. selaku pembimbing II, yang dengan sabar

memberikan pengarahan, saran, dan bimbingan sehingga terselesaikan skripsi ini.

3. Bapak Fuad Arif Furdiyartanto, S.Pd. selaku Penasehat Akademik penyusun selama menempuh pendidikan jenjang S-1 di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Pimpinan dan staff BMT Bina Ikhsanul Fikri Yogyakarta: Bapak Ridwan, Bapak Tamto, Mas Supri, Opec, Broto, Mbak: Susi, Ambar, Fitri, Ani yang telah memberikan izin dan meluangkan waktunya bagi penyusun sehingga dapat melakukan penelitian.
5. Bapak dan Ibunda tercinta, kakak dan adik-adikku, atas doa dan bantuan moril dan materiil kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Sahabat-sahabat sejutaku: Dino, Asril, Lutfi, Hakim, Akbar, Valten, Muji, Nengah, M3, Ori terima kasih atas persahabatan dan persaudaraan yang tiada terungkap dengan bahasa apapun, kalian telah memberikan pelajaran tentang indahnya sebuah kebersamaan.
7. Teman-teman KKN dan teman-teman KUI (Siti A, Dian, Ovi, Anis S) terima kasih atas bantuan dan dorongan kalian, tanpa kalian skripsi ini mungkin belum terselesaikan.
8. Teman-teman semua yang telah menyediakan waktu bersama penyusun untuk sekedar menghilangkan rasa jenuh dan penat didalam menyelesaikan tahap akhir penyusunan skripsi ini.
9. Semua pihak yang telah memberikan bantuan guna terselesaikannya skripsi ini, yang mana tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Tiada sesuatu yang sempurna, demikian juga dengan skripsi ini. Penulis mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif terhadap skripsi ini. Akhirnya penyusun berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi siapapun yang membutuhkannya.

Yogyakarta, 07 Zul Qo'dah 1426 H  
09 Desember 2005 M

Penyusun

  
Sulistiyanto



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## PEDOMAN TRANSLITERASI 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. 0543b/U/1987. Secara garis besar uraiannya adalah sebagai berikut:

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba'	b	be
ت	ta'	t	te
ث	Śa'	Ś	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	j	je
ح	ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha'	kh	ka dan ha
د	dal	d	de
ذ	zal	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	‘	koma terbalik
غ	Gain	g	ge



ف	Fā'	f	ef
ق	qāf	q	qi
ك	kāf	k	ka
ل	lām	l	el
م	mim	m	em
ن	Nūn	n	en
و	wawu	w	we
هـ	Ha'	h	ha
ء	hamzah	,	apostrof (tetapi tidak dilambangkan apabila terletak di awal kata)
ي	Ya'	y	ye

## B. Vokal

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

### 1. Vokal Tunggal

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

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

Contoh:

كتب - kataba

يذهب - yažhabu

سئل - su'ila

ذكر - žukira

## 2. Vokal Rangkap

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
يَ.....	Fathah dan ya	ai	a dan i
وَ.....	Fathah dan wawu	au	a dan u

Contoh:

كيف kaifa

حول – ḥaula

## C. Māddah

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
يَ..... اَ.....	Fathah dan alif atau alif	ā	a dengan garis di atas

يَ.....	Maksūrah		
يَ.....	Kasrah dan ya	ī	i dengan garis di atas

وَ.....	dammah dan wawu	ū	u dengan garis di atas
---------	-----------------	---	------------------------

Contoh:

قال - qāla

قيل - qīla

رمى - ramā

يقول yaqūlu

#### D. Ta' Marbuṭah

Transliterasi untuk ta' marbuṭah ada dua:

1. Ta Marbuṭah hidup

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

2. Ta' Marbuṭah mati

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

Contoh: طَلْحَة Ṭalḥah

3. 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' atau h

Contoh: رَوْضَةُ الْجَنَّةِ - rauḍah al-Jannah

#### E. Syaddah (Tasydid)

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

Contoh: رَبَّنَا - rabbanā

نَعَمْ - nu'imma

#### F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu "ال". Namun, dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas

kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti oleh qamariyyah.

1. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah

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

Cotoh : الرَّجُل - ar-rajulu

السَّيِّدَة - as-sayyidatu

2. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah.

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

Contoh: الْقَلَم - al-qalamu

الْجَلال - al-jalālu

الْبَدِيع - al-badī‘u

**G. Hamzah**

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

Contoh :

شَيْء - syai’un

أَمَرْتُ - umirtu

النَّوْء - an-nau’u

تَأْخُذُونَ - ta’khuzūna



## H. Penulisan Kata

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

Contoh:

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

atau

Wa innallāha lahuwa khairur- rāziqīn

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

Contoh :

وما محمد إلا رسول - wa mā Muhammadun illā Rasūl

انّ أول بيت وضع للناس - 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 :

نصر من الله وفتح قريب - naṣrun minallāhi wa fathun qarīb  
الله الامر جميعاً - lillāhi al-amru jamī'an

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



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
NOTA DINAS .....	ii
PENGESAHAN .....	iv
ABSTRAK .....	v
SURAT PERNYATAAN .....	vi
PERSEMBAHAN .....	vii
MOTTO .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI .....	xii
DAFTAR ISI .....	xix
DAFTAR TABEL .....	xxiii
DAFTAR GAMBAR .....	xxv
 BAB I	
PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Pokok Masalah .....	4
C. Tujuan dan Kegunaan .....	4
D. Telaah Pustaka .....	5
E. Kerangka Teoretik .....	7
F. Hipotesis .....	18
G. Metode Penelitian .....	19
H. Sistematika Pembahasan .....	30
 BAB II	
LANDASAN TEORI TENTANG PEMBIAYAAN DAN	
PERILAKU KONSUMEN	
A. Pembiayaan .....	32

1. Pengertian Pembiayaan .....	32
2. Landasan Syari'ah .....	34
B. Perilaku Konsumen .....	35
1. Pengertian Perilaku Konsumen .....	35
2. Teori Perilaku Konsumen .....	36
3. Teori Perilaku Konsumen Islami .....	42
C. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nasabah untuk Melakukan Pembiayaan .....	44
1. Lokasi .....	44
2. Citra .....	48
3. Kebutuhan Nasabah .....	51
D. <i>Baitul Māl wa Tamwīl</i> .....	53
1. Pengertian BMT .....	53
2. Prinsip-prinsip Dasar Operasional BMT .....	54
3. Status dan Badan Hukum BMT .....	55
4. Ciri-ciri BMT .....	56
5. Produk-produk BMT .....	57
<b>BAB III</b>	
<b>GAMBARAN UMUM BMT BINA IKHSANUL FIKRI YOGYAKARTA</b>	
A. Latar Belakang dan Struktur Organisasi .....	63
B. Visi, Misi dan Tujuan .....	67
C. Strategi yang dikembangkan .....	67
D. Pengalaman Kerjasama Kelembagaan .....	69



	E. Produk yang Ditawarkan .....	70
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN TENTANG FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEDAGANG PASAR GEDONG KUNING UNTUK MELAKUKAN PEMBIAYAAN	
	A. Deskripsi Nasabah yang Menjadi Responden .....	74
	B. Analisis Kuantitatif .....	77
	1. Uji Validitas .....	77
	2. Uji Reliabilitas .....	82
	3. Uji Asumsi Klasik .....	85
	4. Uji Regresi Linier Berganda.....	90
	C. Analisis Kualitatif.....	93
BAB V	PENUTUP	
	A. Kesimpulan .....	97
	B. Saran .....	98
	DAFTAR PUSTAKA.....	99
	LAMPIRAN-LAMPIRAN	
	Terjemah Al-Qur'an	
	Biografi Tokoh	
	Daftar Pertanyaan (Kuisisioner)	
	<i>Curriculum Vitae</i>	
	Data Responden yang Melakukan Pembiayaan di Pasar Gedong Kuning	
	Surat Ijin Penelitian	

Rekapitulasi Data Hasil Jawaban

Tabel Pearson Product Moment

Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi (X1)

Hasil Uji Validitas Variabel Citra (X2)

Hasil Uji Validitas Variabel Kebutuhan Nasabah (X3)

Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Nasabah (Y)

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Lokasi (X1)

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Citra (X2)

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kebutuhan Nasabah (X3)

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Hasil Uji Multikolinieritas Ke 1

Hasil Uji Multikolinieritas Ke 2

Hasil Uji Multikolinieritas Ke 3

Regresi

Lain-lain

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Variabel, Alternatif Jawaban dan Skor .....	23
Tabel 1. 2	Kisi-kisi Pembuatan dan Pengembangan Angket .....	24
Tabel 1. 3	Pengukuran Autokorelasi .....	29
Tabel 3. 1	Kegiatan Kerjasama Kelembagaan .....	69
Tabel 4. 1	Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	74
Tabel 4. 2	Responden berdasarkan Umur .....	74
Tabel 4. 3	Responden berdasarkan Agama .....	75
Tabel 4. 4	Responden berdasarkan Pendidikan .....	76
Tabel 4. 5	Responden berdasarkan Jumlah Pendapatan per bulan .....	76
Tabel 4. 6	Uji Validitas Variabel Lokasi (X1) .....	78
Tabel 4. 7	Uji Validitas Variabel Citra (X2) .....	79
Tabel 4. 8	Uji Validitas Variabel Kebutuhan Nasabah (X3) .....	80
Tabel 4. 9	Uji Validitas Variabel Perilaku Nasabah (Y) .....	81
Tabel 4. 10	Uji Reliabilitas Variabel Lokasi (X1) .....	83
Tabel 4. 11	Uji Reliabilitas Variabel Citra (X2) .....	84
Tabel 4. 12	Uji Reliabilitas Variabel Kebutuhan Nasabah (X3) .....	85
Tabel 4. 13	Uji Multikolinieritas Ke 1 .....	87
Tabel 4. 14	Uji Multikolinieritas Ke 2 .....	88
Tabel 4. 15	Uji Multikolinieritas Ke 3 .....	89
Tabel 4. 16	Pengukuran Autokorelasi .....	90
Tabel 4. 17	Durbin-Watson .....	90

Tabel 4. 18	Uji Regresi .....	91
Tabel 4. 19	Regresi Bersama-sama .....	93



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Diagram Hubungan antara Variabel Independen dengan Variabel Dependen .....	19
Gambar 2.1	Diagram Inti Perilaku Konsumen .....	38
Gambar 2. 2	Diagram Faktor-faktor Penentu Perilaku Konsumen .....	42
Gambar 3. 1	Struktur Organisasi BMT Bina Ikhsanul Fikri Yogyakarta ....	65
Gambar 4. 1	Uji Heteroskedastisitas .....	86



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Dengan digantinya UU No. 7 Tahun 1992 dengan UU No. 10 Tahun 1998 yang mengatur dengan rinci landasan hukum dan jenis-jenis usaha yang dapat dioperasikan dan diimplementasikan oleh bank syari'ah, maka bank syari'ah mulai menunjukkan perkembangannya dan timbul peluang untuk mendirikan bank-bank lain yang berprinsip syari'ah. Untuk mengatasi hambatan operasionalisasi daerah dan menjangkau usaha masyarakat kecil dan menengah, memunculkan usaha untuk mendirikan bank dan lembaga keuangan mikro syari'ah, seperti BMT (*Baitul Māl wat Tamwīl*).<sup>1</sup>

Kini Baitul *Māl wat Tamwīl* (BMT) telah tumbuh dan berkembang dengan pesatnya di Yogyakarta. BMT terbentuk sebagai lembaga keuangan syari'ah dengan model sederhana yang mampu berfungsi sebagai urat nadi kegiatan ekonomi umat pada lapisan paling bawah. Perkembangan BMT yang semakin baik ini disebabkan karena BMT merupakan lembaga keuangan yang mandiri dan mengakar pada masyarakat. Bentuk organisasi BMT yang sederhana ini mempunyai sistem prosedur simpanan dan pembiayaan murah serta jangkauan pelayanan yang luas.

BMT sebagai lembaga keuangan syari'ah diharapkan mampu menjangkau masyarakat yang berada di lapisan bawah. Beberapa hasil

---

<sup>1</sup> Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syari'ah: Deskripsi dan Ilustrasi*, edisi ke-2, cet. ke-2 (Yogyakarta: Ekonisia, 2004), hlm. 97.

penelitian menunjukkan bahwa lembaga keuangan bank maupun non bank yang bersifat formal (beroperasi di pedesaan), umumnya tidak dapat menjangkau lapisan masyarakat dari golongan ekonomi menengah ke bawah. Ketidakmampuan tersebut terutama dalam sisi penanggungan resiko dan biaya operasi, juga dalam identifikasi usaha dan pemantauan penggunaan kredit yang layak usaha.<sup>2</sup>

Ketidakmampuan lembaga keuangan ini menjadi penyebab terjadinya kekosongan pada segmen pasar keuangan di wilayah pedesaan. Akibatnya 70 % - 90 % kekosongan ini diisi oleh lembaga keuangan non-formal, termasuk yang ikut beroperasi adalah para rentenir dengan menggunakan suku bunga yang sangat tinggi. Untuk menanggulangi kejadian-kejadian seperti ini perlu adanya suatu lembaga yang mampu menjadi jalan tengah. Wujud nyatanya adalah dengan memperbanyak operasional lembaga keuangan syari'ah, salah satunya adalah Baitul *Māl* wat *Tamwīl* (BMT).<sup>3</sup>

BMT berfungsi sebagai lembaga perantara keuangan (*intermediary financial*) antara pihak yang memiliki dana lebih (*surplus spending unit*) dengan pihak yang kekurangan dana (*defisit spending unit*). Dengan fungsi tersebut, BMT melakukan kegiatan menghimpun dana dari masyarakat dan memberikan pembiayaan untuk usaha produktif yang menguntungkan. BMT juga berfungsi sebagai lembaga keuangan yang berorientasi meningkatkan kesejahteraan sosial dalam bentuk penghimpunan dan penyaluran *zakat*, *infaq*

---

<sup>2</sup> Muhamad, *Teknik Perhitungan Bagi Hasil dan Profit Margin Pada Bank Syari'ah* (Yogyakarta: UII Press, 2001), hlm. 5.

<sup>3</sup> *Ibid.*

serta *sadaqah* (ZIS). BMT bertindak sebagai balai usaha mandiri terpadu yang memberikan dukungan terhadap ekonomi masyarakat bawah dan kecil, yang berdasarkan syari'ah.<sup>4</sup>

Salah satu lembaga keuangan mikro syari'ah yang beroperasi di daerah Yogyakarta adalah BMT Bina Ikhsanul Fikri. Sesuai dengan fungsinya BMT Bina Ikhsanul Fikri Yogyakarta ini membuat berbagai macam produk penghimpun dana dan penyalurannya. Terdapat banyak produk penghimpun dan penyaluran dana yang secara teknis dapat dikembangkan dari konsep dasar *akad*.

Namun dalam prakteknya BMT Bina Ikhsanul Fikri Yogyakarta ini membatasi dengan penerapan beberapa produk saja yang dianggap aman. Akan tetapi produk yang diminati di pasar Gedong Kuning ini untuk pembiayaan kebanyakan adalah produk *murābahah*. *Murābahah* yaitu jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati.<sup>5</sup> Kebanyakan pedagang pasar Gedong Kuning memilih pembiayaan *murābahah*, karena pembiayaan ini di dalam prosedurnya dianggap lebih mudah, tidak berbelit-belit daripada yang lain dan pembiayaan ini juga tidak terlalu memberatkan para nasabah dalam melakukan pembiayaan.

Melihat realita yang penyusun amati ketika sedang melakukan praktek kerja lapangan disana, penyusun tertarik untuk mengetahui secara mendalam faktor apa saja yang menyebabkan nasabah di pasar Gedong Kuning ini unt...

---

<sup>4</sup> Muhamad, *Lembaga-lembaga Keuangan Umat Kontemporer* (Yogyakarta: UII Press, 2001), hlm. 106.

<sup>5</sup> M. Syafi'i Antonio, *Bank Syari'ah: Dari Teori ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), hlm. 101.

melakukan pembiayaan di BMT Bina Ikhsanul Fikri Yogyakarta ini. Padahal ada banyak lembaga-lembaga keuangan di Yogyakarta yang menawarkan berbagai kredit maupun pembiayaan.

## **B. Pokok Masalah**

Berangkat dari masalah yang telah dipaparkan pada latar belakang di atas maka pokok masalah yang diangkat adalah apakah faktor lokasi, citra, dan kebutuhan nasabah mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku nasabah untuk melakukan pembiayaan di BMT Bina Ikhsanul Fikri Yogyakarta ?

## **C. Tujuan dan Kegunaan**

### **1. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang dirumuskan di atas, maka tujuan penelitian yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah untuk menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku nasabah melakukan pembiayaan, yaitu faktor lokasi, citra, dan kebutuhan nasabah.

### **2. Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain :

- a. Secara ilmiah, penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pemikiran untuk pengembangan ilmu syari'ah pada umumnya dan keuangan Islam khususnya.

- b. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan bagi BMT Bina Ikhsanul Fikri atau pihak yang beroperasi dalam pemasaran.

#### **D. Telaah Pustaka**

Setiap menyusun karya ilmiah, seorang peneliti pasti membutuhkan data sebagai bahan penyusunannya. Sampai sekarang ini telah banyak karya ilmiah dan penelitian yang membahas tentang pembiayaan. Akan tetapi tidak ada salahnya penyusun berupaya melakukan penelitian dengan menggunakan sumber yang relevan termasuk menggunakan literatur untuk memperkuat penelitian ini.

Penelitian yang pernah penyusun jumpai yang berkaitan dengan pembiayaan adalah karya Elinda Nasyiah Ningrum, "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengalokasian Dana Melalui Pembiayaan Bai' Bi saman Ajil di BMT Bina Ummah Godean."<sup>6</sup> Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa yang mempengaruhi BMT Bina Ummah Godean dalam mengalokasikan dananya melalui pembiayaan Bai' Bi saman Ajil. Kaitannya dengan penelitian penyusun adalah pembiayaannya tapi pembiayaan ini lebih cenderung pada pembiayaan Bai' Bi saman Ajil.

Penelitian yang lain yang berkaitan dengan pembiayaan adalah karya Meylani Purwaningsih, "Analisis Kebijakan Pembiayaan di PT BPRS Margi

---

<sup>6</sup> Elinda Nasyiah Ningrum, "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengalokasian Dana Melalui Pembiayaan Bai' Bi saman Ajil Di BMT Bina Ummah Godean", Skripsi tidak dipublikasikan (Yogyakarta: STIS, 2000), hlm. 28.



Rizki Bahagia Yogyakarta.”<sup>7</sup> Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui bagaimana kebijakan pembiayaan dan penerapannya di PT BPRS Margi Rizki Bahagia Yogyakarta. Hubungannya dengan penelitian penyusun adalah pembiayaannya, yang dalam hal ini cenderung pada kebijakan dan penerapannya.

Kemudian yang lain adalah karya Siti Mas’adah, “Analisis Pembiayaan dalam rangka meningkatkan pendapatan pada PT BPRS Margi Rizki Bahagia Yogyakarta.”<sup>8</sup> Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui bagaimana tingkat kesiapan fungsi dalam mencapai tujuan situasional dan tingkat kolektibilitas pada PT BPRS Margi Rizki Bahagia Yogyakarta. Hubungannya dengan penelitian penyusun adalah pembiayaannya dalam rangka meningkatkan pendapatannya.

Kemudian karya Afrita Rahmanti, “Evaluasi Sistem Pengawasan Pembiayaan pada BMT Bina Ikhsanul Fikri Yogyakarta.”<sup>9</sup> Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui bagaimana sistem pengawasan pembiayaan yang diterapkan oleh BMT Bina Ikhsanul Fikri Yogyakarta dan apakah sistem yang diterapkan tersebut telah efektif untuk mengamankan fasilitas pembiayaan yang telah diberikan. Kaitannya dengan penelitian penyusun adalah pembiayaannya yang dalam hal ini sistem pengawasannya.

---

<sup>7</sup> Meylani Purwaningsih, “Analisis Kebijakan Pembiayaan di PT BPRS Margi Rizki Bahagia Yogyakarta.” Skripsi tidak dipublikasikan (Yogyakarta: STIS, 2002), hlm. 4.

<sup>8</sup> Siti Mas’adah, “Analisis Pembiayaan dalam rangka meningkatkan pendapatan pada PT BPRS Margi Rizki Bahagia Yogyakarta.” Skripsi tidak dipublikasikan (Yogyakarta: STIS, 2002), hlm 34.

<sup>9</sup> Afrita Rahmanti, “Evaluasi Sistem Pengawasan Pembiayaan pada BMT Bina Ikhsanul Fikri Yogyakarta.” Skripsi tidak dipublikasikan (Yogyakarta: STIS, 2002), hlm. 4.

Selanjutnya karya Silvi Rochmayanti, “Analisis Tingkat Pengalokasian Dana Pembiayaan terhadap Pendapatan (studi kasus pada BMT Rizki Mandiri, BMT Bina Ummah, dan BMT Bina Ikhsanul Fikri Yogyakarta.”<sup>10</sup> Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui bagaimana tingkat pengalokasian dana pembiayaan terhadap pendapatan dan pembiayaan manakah yang paling berperan besar dalam perolehan keuntungan guna menambah pendapatan BMT. Hubungannya dengan penelitian penyusun adalah pembiayaannya, tapi penelitian tersebut lebih cenderung terhadap tingkat pengalokasian dananya.

## **E. Kerangka Teoretik**

### **1. Pengertian Pembiayaan**

Pembiayaan berdasarkan prinsip syari’ah adalah penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.<sup>11</sup>

Prinsip syari’ah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dengan pihak lain untuk penyimpanan dana atau pembiayaan kegiatan-kegiatan usaha atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syari’ah antara lain : pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil

---

<sup>10</sup> Silvi Rochmayanti, “Analisis Tingkat Pengalokasian Dana Pembiayaan terhadap Pendapatan (studi kasus pada BMT Rizki Mandiri, BMT Bina Ummah, dan BMT Bina Ikhsanul Fikri Yogyakarta.” Skripsi tidak dipublikasikan (Yogyakarta: STIS, 2003), hlm. 3.

<sup>11</sup> Rachmat Firdaus dan Maya Ariyanti, *Manajemen Perkreditan Bank Umum: Teori Masalah Kebijakan dan Aplikasinya Lengkap dengan Analisis Kredit* (Bandung: Alfabeta, 2003), hlm. 2-3.

(*mudārabah*), pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (*musyārakah*), prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (*murābahah*), atau pembiayaan barang berdasarkan prinsip sewa murni tanpa pilihan (*ijārah*), atau dengan adanya pilihan pemindahan kepemilikan antar barang yang disewa dari pihak bank oleh lain (*ijārah wa iq tina*).<sup>12</sup>

Pembiayaan *murābahah* adalah jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati. Dalam pembiayaan ini, penjual harus memberi tahu harga produk yang ia beli dan menentukan suatu tingkat keuntungan sebagai tambahannya.<sup>13</sup>

Pembiayaan *murābahah* adalah pembelian barang dengan pembayaran ditangguhkan (1 bulan, 3 bulan, 1 tahun dst). Pembiayaan *murābahah* adalah pembiayaan yang diberikan kepada nasabah dalam rangka pemenuhan kebutuhan produksi (*inventory*).<sup>14</sup>

Pengertian pembiayaan itu sendiri mempunyai dimensi yang beraneka ragam, dimulai dari kata “kredit” yang berasal dari bahasa Yunani “*credere*” yang berarti “kepercayaan” atau dalam bahasa Latin “*creditum*” yang berarti kepercayaan akan kebenaran.<sup>15</sup>

<sup>12</sup> Priyonggo Suseno dan Heri Sudarsono, *Undang-undang Peraturan Bank Indonesia dan Surat Keputusan Direksi BI tentang Perbankan Syari'ah* (Yogyakarta: UII Press, 2004), hlm. 4.

<sup>13</sup> M. Syafi'i Antonio, *Bank Syari'ah*, hlm. 101.

<sup>14</sup> Karnaen Perwataatmadja dan M. Syafi'i Antonio, *Apa dan Bagaimana Bank Islam*, cet. ke-3 (Yogyakarta: Dana Bhakti Prima Yasa, 1999), hlm. 25.

<sup>15</sup> Teguh Pudjo Mulyono, *Manajemen Perkreditan: Bagi Bank Komersil*, edisi ke-4 (Yogyakarta: BPFE, 2001), hlm. 9.

Secara etimologi kata kredit berasal dari bahasa Yunani yaitu “*credere*” yang diindonesiakan menjadi kredit. Kredit di sini mempunyai arti kepercayaan. Seseorang yang memperoleh kredit berarti memperoleh kepercayaan. Dengan demikian dasar dari pada kredit adalah kepercayaan.<sup>16</sup>

## 2. Perilaku Konsumen

Basu Swasta memberikan definisi perilaku konsumen sebagai 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.<sup>17</sup>

Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini.<sup>18</sup>

Untuk mengetahui dan mengarahkan perilaku konsumen dalam melakukan pembelian, ada beberapa teori perilaku konsumen :

### a. Teori Ekonomi Mikro

Menurut teori ini, keputusan untuk membeli merupakan hasil perhitungan ekonomi rasional yang sadar pembelian. Individu

---

<sup>16</sup> Mgs. Edy Putra Tje ‘Aman, *Kredit Perbankan : Suatu Tinjauan Yuridis*, cet. ke-2 (Yogyakarta: Liberty, 1989), hlm. 1.

<sup>17</sup> Basu Swasta Dharmamesta dan T. Handoko, *Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsume*, cet. ke-3 (Yogyakarta: BPFE, 1982), hlm. 10.

<sup>18</sup> James F. Engel, dkk., *Perilaku Konsumen*, alih bahasa Budiyanto, edisi ke-6 (Jakarta: Binarupa Aksara, 1994), I: 3.

berusaha menggunakan barang-barang yang akan memberikan kegunaan paling banyak sesuai dengan selera dan harga-harga relatif.<sup>19</sup>

Perkembangan dari teori ini menyebutkan bahwa konsumen akan meneruskan pembeliannya terhadap suatu produk untuk jangka waktu yang lama bila ia telah mendapatkan kepuasan dari produk yang sama yang telah dikonsumsi.

b. Teori Psikologis

Teori ini menjelaskan bahwa manusia selalu didorong oleh kebutuhan-kebutuhan dasarnya sebagai bagian dari pengaruh lingkungan dimana dia tinggal dan hidup, serta nampak pada kegiatannya di waktu sekarang tanpa mengabaikan pengaruh dari waktu lampau atau antisipasinya untuk waktu yang akan datang.<sup>20</sup>

### 3. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pedagang Pasar Gedong Kuning Untuk Melakukan Pembiayaan

a. Lokasi

Lokasi adalah penempatan suatu benda pada permukaan bumi. Lokasi juga dapat diartikan letak atau tempat berdirinya sebuah bangunan yang dipergunakan untuk beraktivitas dalam rangka untuk memperoleh suatu hasil. Lokasi adalah daerah di mana didirikan suatu bank.

---

<sup>19</sup> Basu Swasta Dharmamesta dan T. Handoko, *Manajemen*, hlm. 28.

<sup>20</sup> *Ibid.* hlm. 30.



Lokasi yang mudah dicapai juga menjadi bahan pertimbangan tersendiri bagi nasabah. Banyak konsumen yang menitikberatkan pada faktor yang lebih strategis atau lebih mudah untuk dicapai, baik dengan berjalan kaki atau dengan kendaraan.<sup>21</sup>

Bila lokasi tempat itu berada tidak menarik atau rusak, kotor, maka akan mengurangi nilai tambah dari jasa yang ditawarkan. Karena kembali pada awalnya bahwa konsumen akan menilai kembali. Sekarang ini kebanyakan perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa mencoba untuk memperlihatkan *image*-nya. Karena dengan *image* yang bagus maka memberi nilai tambah bagi perusahaan dan juga membuat para konsumen senang dan betah bila kondisi tempat perusahaan itu benar memberikan suasana yang nyaman.<sup>22</sup>

Lokasi fasilitas seringkali menentukan kesuksesan suatu jasa, karena lokasi erat kaitannya dengan pasar potensial suatu perusahaan. Di samping itu, lokasi juga berpengaruh terhadap dimensi-dimensi strategis seperti *fleksibilitas*, *competitive positioning*, manajemen permintaan dan fokus.<sup>23</sup>

*Fleksibilitas* suatu lokasi merupakan ukuran sejauh mana suatu jasa dapat bereaksi terhadap situasi ekonomi yang berubah. Karena keputusan pemilihan lokasi berkaitan dengan komitmen jangka

---

<sup>21</sup> Basu Swasta, *Manajemen Penjualan*, edisi ke-3, cet. ke-5 (Yogyakarta: BPFE, 2001), hlm. 72.

<sup>22</sup> Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktek* (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hlm. 11.

<sup>23</sup> Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, cet. ke-3 (Yogyakarta: ANDI, 2002), hlm. 41.

panjang terhadap aspek-aspek yang sifatnya kapital intensif, maka suatu penyedia jasa haruslah benar-benar mempertimbangkan dan menyeleksi lokasi yang responsive terhadap perubahan-perubahan ekonomi, demografi, budaya dan persaingan di masa mendatang.<sup>24</sup>

*Competitive positioning* adalah metode-metode yang digunakan agar perusahaan dapat mengembangkan posisi relatifnya dibandingkan para pesaing. Jika perusahaan berhasil memperoleh dan mempertahankan lokasi yang strategis (lokasi sentral dan utama) maka itu dapat menjadi kelebihan tersendiri untuk perusahaan itu sendiri dan menjadi hambatan bagi para pesaingnya.<sup>25</sup>

Pemilihan tempat dan lokasi memerlukan pertimbangan yang cermat terhadap beberapa faktor:<sup>26</sup>

- 1). Akses, misalnya lokasi yang dilalui/ mudah dijangkau sarana transportasi umum.
- 2). Visibilitas, misalnya lokasi yang dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan.
- 3). Lalu lintas (*traffic*) di mana ada hal yang perlu dipertimbangkan, yaitu banyaknya orang yang lalu-lalang bisa memberikan peluang besar terjadinya *impulse buying* (proses pembelian yang sering tanpa terencana/ tanpa melalui usaha-usaha khusus. Biasanya

---

<sup>24</sup> *Ibid.*

<sup>25</sup> *Ibid.*

<sup>26</sup> *Ibid.*, hlm. 42.

konsumen tertarik untuk membeli setelah melihat-lihat/mengamati produk.

- 4). Tempat parkir yang luas dan aman.
- 5). Ekspansi, yaitu tersedia tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha di kemudian hari.

Lokasi berarti berhubungan dengan di mana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi. Dalam hal ini ada tiga jenis interaksi yang mempengaruhi lokasi, yaitu:<sup>27</sup>

- 1). Konsumen (nasabah) mendatangi pemberi jasa (perusahaan).

Apabila keadaannya seperti ini maka lokasi menjadi sangat penting. Perusahaan sebaiknya memilih tempat dekat dengan konsumen sehingga mudah dijangkau, dengan kata lain harus strategis.

- 2). Pemberi jasa mendatangi konsumen.

Dalam hal ini lokasi tidak terlalu penting tetapi yang harus diperhatikan adalah penyampaian jasa harus diperhatikan adalah penyampaian jasa harus tetap berkualitas.

- 3). Pemberi jasa dan konsumen tidak bertemu secara langsung.

Berarti *service provider* dan konsumen berinteraksi melalui sarana tertentu seperti telepon, komputer atau surat. Dalam hal ini, lokasi menjadi sangat tidak penting selama komunikasi antara kedua pihak dapat terlaksana.

---

<sup>27</sup> Rambat Lupiyoadi, *Manajemen*, hlm. 61-62.

Lokasi yaitu keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan di mana operasi dan stafnya akan ditempatkan. Pentingnya lokasi bagi perusahaan jasa tergantung dari tipe dan derajat interaksi yang terlibat. Untuk penentuan lokasi ini, perusahaan perlu melihat tipe interaksi konsumen dan jasa yang disediakan.<sup>28</sup>

Terdapat tiga tipe interaksi antara penyedia jasa dan konsumen:<sup>29</sup>

1). Konsumen mendatangi penyedia jasa.

Pada kelompok ini, lokasi menjadi aspek yang sangat penting karena konsumen harus mendapatkan kemudahan akses dan melihat langsung kondisi perusahaan. Penyedia jasa yang ingin mengembangkan bisnis dapat mempertimbangkan lebih dari satu tempat lokasi ( multilokasi). Lokasi optimum dari jasa untuk operator multilokasi merupakan keputusan kritis, mencakup menyeleksi tempat yang memungkinkan berada pada basis konsumen potensial dalam daerah jangkauan dan lokasi dari pesaing.

2). Penyedia jasa mendatangi konsumen.

Pada kelompok ini, faktor lokasi menjadi kurang penting.

Dalam beberapa kasus penyedia jasa tidak leluasa pergi kepada konsumen karena penyediaan jasa harus di dahului panggilan

---

<sup>28</sup> *Ibid.*, hlm. 80.

<sup>29</sup> *Ibid.*, hlm. 80-81.

konsumen. Dalam hal lain, penyedia jasa mempunyai keleluasaan untuk memberikan jasa atas inisiatif konsumen/ dirinya sendiri.

- 3). Transaksi jasa bisnis jasa di lakukan melalui ‘kepanjangan tangan’ perusahaan.

Dalam hal ini, lokasi tidak relevan, yang penting adalah sarana komunikasi dan surat-menyurat yang efisien. Kadang-kadang dibutuhkan interaksi fisik tertentu antara penyedia jasa dan konsumen.

#### b. Citra

Citra adalah Pandangan dan penilaian masyarakat tentang baik dan buruk terhadap suatu lembaga (bank), karena apabila bank mempunyai citra yang baik di mata masyarakat maka akan menambah kepercayaan masyarakat (nasabah).

Citra selalu merupakan hal yang penting bagi organisasi manapun. Citra dapat bersifat deskriptif yang kuat. Citra bahkan menjadi lebih penting lagi bagi sebuah jasa yang secara inheren memang tak teraba dan yang mungkin hanya memiliki teknik-teknik terbatas untuk kemungkinan profesional yang memungkinkan.<sup>50</sup>

Sebelum terjadinya penggunaan terhadap sebuah produk, seringkali seorang nasabah menerima informasi yang berkaitan dengan jasa dan lembaga yang menyediakan jasa tersebut. Informasi tersebut dapat berupa kesan nasabah yang telah melakukan penggunaan jasa

---

<sup>50</sup> Patrick Forsyth, *Marketing Professional Service, Memasarkan Jasa Profesional*, alih bahasa Marcus Prihminto Widodo (Jakarta: Gramedia, 1997), hlm. 93-94.



yang sama terhadap citranya, atau berita yang disampaikan oleh pihak yang menyediakan jasa tersebut. Bagi sebagian orang, informasi tersebut kadangkala tidak mempengaruhi keputusan penggunaannya, tetapi bagi sebagian yang lain informasi tersebut menjadi hal yang sangat berharga untuk dipertimbangkan.

Tidak jauh berbeda dengan nasabah dalam penggunaan produk di BMT Bina Ikhsanul Fikri, sebagai makhluk sosial yang terlibat dalam interaksi ekonomi, pasti menjumpai informasi. Informasi ini dapat berasal dari nasabah sebelumnya, orang dekat, lingkungan ataupun karyawan itu sendiri. Setiap nasabah tentunya mempunyai pandangan tersendiri tentang pengaruh informasi tersebut terhadap keputusan penggunaan produknya.

#### c. Kebutuhan Nasabah

Manusia selalu ingin memenuhi kebutuhan hidupnya, baik moral maupun material, terutama kebutuhan yang penting yang sesuai dengan kemampuan mereka. Kebutuhan pokok atau kebutuhan dasar atau *basic human needs* dapat dijelaskan sebagai kebutuhan individu (makan, rumah, pakaian) maupun keperluan pelayanan sosial tertentu (air minum, sanitasi, transportasi, kesehatan dan pendidikan).<sup>31</sup>

Ada yang membedakan antara kebutuhan primer dengan kebutuhan sekunder, kebutuhan primer adalah kebutuhan yang paling mendasar untuk dapat mempertahankan hidup, seperti : makan, minum,

---

<sup>31</sup> Mulyanto Sumardi dan Hans-Dieter Evers (ed.), *Kemiskinan dan Kebutuhan Pokok* (Jakarta: Rajawali, 1985), hlm. 2.



pakaian, dan rumah. Sedangkan kebutuhan sekunder adalah kebutuhan yang diperlukan untuk melengkapi kebutuhan primer, seperti : alat-alat dan perabot.<sup>32</sup>

Kebutuhan manusia itu tidak terbatas. Hampir-hampir tidak pernah berhenti berkeinginan. Jika satu kebutuhan sudah terpenuhi, maka akan muncul kebutuhan lain yang timbul, maka dengan demikian manusia akan memperjuangkan seluruh hidupnya untuk memuaskan serentetan kebutuhan yang tiada hentinya, tapi semuanya tidak memberikan kepuasan pada mereka. Sebenarnya itulah sifat dari keinginan untuk memenuhi kebutuhan yang memerlukan dan mengarah pada usaha yang tetap dari sisi kehidupan manusia untuk memenuhi kebutuhan yang senantiasa bertambah.<sup>33</sup>

Besarnya kecintaan manusia terhadap harta ternyata karena kebutuhan manusia yang beranekaragam dan tidak pernah puas. Terus menerus berjuang mengumpulkan harta sebanyak-banyaknya untuk memenuhi kebutuhan yang terus bertambah. Karena keinginan untuk memenuhi kebutuhan tersebut tiada hentinya, maka hasrat manusia untuk memperoleh lebih banyak kekayaan tidak akan berhenti juga. Jika sekiranya tidak ada keinginan untuk memenuhi kebutuhan

---

<sup>32</sup> *Ibid.*

<sup>33</sup> Afzalur Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam*, alih bahasa Soeroyo dan Nastangin (Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf, 1995), II: 31.

tersebut atau keinginan tersebut dibatasi dan terpuaskan, maka tidak akan ada banyak perjuangan dalam hidup.<sup>34</sup>

Perubahan-perubahan yang terjadi mengenai keadaan kebutuhan nasabah dapat dijadikan suatu perkiraan atau ramalan. Ramalan nasabah bahwa tingkat kebutuhan nasabah akan bertambah tinggi di masa depan akan mendorong mereka untuk membeli lebih banyak pada masa ini. Penggunaan produk pembiayaan oleh seorang nasabah terkait erat dengan tingkat ekonominya (pendapatan).

#### **F. Hipotesis**

Faktor lokasi, citra, dan kebutuhan nasabah mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku nasabah untuk melakukan pembiayaan di BMT Bina Ikhsanul Fikri Yogyakarta.

#### **Variabel-variabel Pokok**

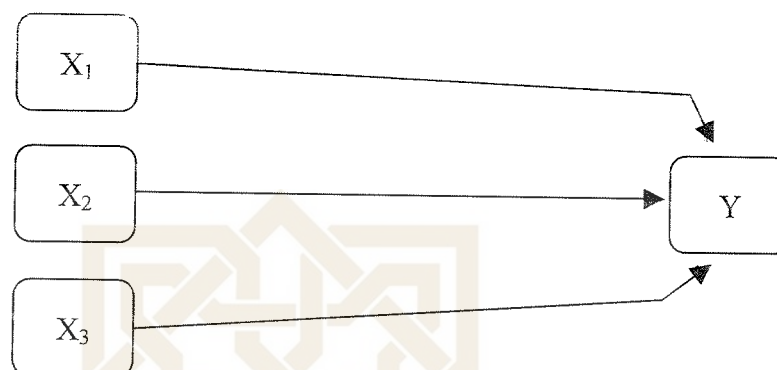
Diketahui ada tiga variabel independen dan satu variabel dependen dalam penelitian ini. Ketiga variabel independen itu adalah lokasi, citra, dan kebutuhan nasabah. Sedangkan variabel dependennya adalah perilaku nasabah.

---

<sup>34</sup> *Ibid.*, II: 33.

Gambar 1. 1

Diagram Hubungan antara Variabel Independen dengan Variabel Dependen



Keterangan :

X<sub>1</sub> = Lokasi

X<sub>2</sub> = Citra

X<sub>3</sub> = Kebutuhan Nasabah

Y = Perilaku Nasabah

## G. Metode Penelitian

### 1. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk jenis penelitian lapangan (*field research*), karena data diperoleh dari hasil pengamatan langsung di BMT Bina Ikhsanul Fikri Gedong Kuning Yogyakarta.

### 2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif yaitu untuk mengetahui dan menjelaskan nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independen*) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan

variabel yang lain.<sup>35</sup> Variabel-variabel independennya adalah lokasi, citra, dan kebutuhan nasabah, sejauh mana pengaruhnya terhadap variabel dependen yaitu perilaku nasabah.

### 3. Teknik Pengambilan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>36</sup> Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling aksidental, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data.<sup>37</sup> Dan yang menjadi nasabah BMT Bina Ikhsanul Fikri Yogyakarta yang ada di pasar Gedong Kuning adalah 64 orang (data dari BMT BIF Yogyakarta). Dan sampel yang diperoleh sebanyak 58 orang.

### 4. Teknik Pengumpulan Data

#### a. Kuisisioner

Kuisisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis

---

<sup>35</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, cet. ke-6 (Bandung: Alfabeta, 2004), hlm. 11.

<sup>36</sup> *Ibid.*, hlm. 72.

<sup>37</sup> *Ibid.*, hlm. 77.

kepada responden untuk dijawabnya.<sup>38</sup> Dalam penelitian ini menggunakan kuisioner (angket) sebagai instrumen penelitian. Instrumen angket harus diukur validitas dan reliabilitas datanya sehingga penelitian tersebut menghasilkan data yang valid. Instrumen yang valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

Sedangkan instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Jadi instrumen yang valid dan reliabel merupakan syarat mutlak untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliabel.<sup>39</sup>

#### **b. Wawancara**

Metode wawancara yaitu suatu cara untuk mengumpulkan data dengan mengajukan berbagai pertanyaan secara langsung kepada responden.<sup>40</sup> Wawancara dilakukan dengan mengambil responden dari masyarakat yang menjadi nasabah di BMT Bina Ikhsanul Fikri yang melakukan pembiayaan (khusus pedagang pasar Gedong Kuning).

#### **c. Observasi**

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari pelbagai proses biologis dan psikologis.

---

<sup>38</sup> *Ibid.*, hlm. 135.

<sup>39</sup> *Ibid.*, hlm. 110.

<sup>40</sup> Masri Singarimbun, *Metode Penelitian Survei* (Jakarta: LPE3S, 1989), hlm. 192.

Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Teknik ini berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.<sup>41</sup>

Data observasi yang penyusun amati ada sebagian pedagang pasar Gedong Kuning yang melakukan pembiayaan di selain BMT Bina Ikhsanul Fikri. Dan sikap para nasabah dalam menilai produk atau menanggapi ada berbagai macam penilaian terhadap BMT Bina Ikhsanul Fikri.

#### **d. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Data ini biasanya diperoleh dari perpustakaan atau dari laporan-laporan penelitian terdahulu.<sup>42</sup>

### **5. Teknik Pengukuran dan Pengujian Instrumen**

#### **a. Teknik Pengukuran**

Pengukuran adalah penggunaan angka-angka pada objek atau peristiwa menurut aturan tertentu.<sup>43</sup> Dalam penelitian ini, cara untuk mengukur variabel-variabel menggunakan *skala Likert*. Dengan *skala Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator

---

<sup>41</sup> Sugiyono, *Metode*, hlm. 139.

<sup>42</sup> Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2004), hlm. 19.

<sup>43</sup> Irawan Soehartono, *Metode Penelitian Sosial*, cet. ke-4 (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000), hlm. 75.



variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan.<sup>44</sup> Penelitian ini menggunakan lima skala Likert yaitu : Sangat Setuju (skor 5), Setuju (skor 4), Netral (skor 3), Tidak Setuju (skor 2), Sangat Tidak Setuju (skor 1).<sup>45</sup>

Tabel 1. 1  
Variabel, Alternatif Jawaban dan Skor  
**Skala Likert Instrumen**

Variabel	Alternatif jawaban	Skor
Lokasi	Sangat setuju	5
	Setuju	4
	Netral	3
	Tidak setuju	2
	Sangat tidak setuju	1
Citra	Sangat setuju	5
	Setuju	4
	Netral	3
	Tidak setuju	2
	Sangat tidak setuju	1
Citra Tingkat kebutuhan nasabah	Sangat setuju	5
	Setuju	4
	Netral	3
	Tidak setuju	2
	Sangat tidak setuju	1
Perilaku pedagang pasar Gedong Kuning melakukan pembiayaan	Sangat setuju	5
	Setuju	4
	Netral	3
	Tidak setuju	2
	Sangat tidak setuju	1

Angket pada penelitian ini dikembangkan sendiri oleh peneliti dan ada yang didapat dari penelitian-penelitian sebelumnya. Agar diperoleh pemahaman pengembangannya perlu disajikan kisi-kisi

<sup>44</sup> Sugiyono, *Metode*, hlm. 86.

<sup>45</sup> *Ibid.*, hlm. 88.

pembuatan dan pengembangan angket seperti yang terdapat pada tabel berikut:

Tabel 1. 2  
Kisi-kisi Pembuatan dan Pengembangan Angket

Variabel	Indikator	No. Item
Lokasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Terjangkau</li> <li>➤ Transportasi</li> <li>➤ Strategis</li> </ul>	1,2 3,4,5 6,7,8
Citra	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Islami atau Syariah</li> <li>➤ Pelayanan</li> <li>➤ Masyarakat</li> <li>➤ Akses Pembiayaan</li> <li>➤ Reputasi</li> </ul>	1,2 3,4 5,6 7 8
Tingkat kebutuhan nasabah	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Kebutuhan Produktif</li> <li>➤ Kebutuhan Konsumtif</li> <li>➤ Kebutuhan Menyimpan</li> <li>➤ Motivasi</li> </ul>	1,2 3,4,5 6,7 8
Perilaku pedagang pasar Gedong Kuning melakukan pembiayaan	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Alasan pembiayaan</li> <li>➤ Alasan ekonomi</li> </ul>	1-5 6-8

## b. Pengujian Instrumen Penelitian

### 1) Uji *Validitas*

*Validitas* adalah ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Alat ukur mempunyai *validitas* yang tinggi apabila mampu menjalankan fungsi ukurnya atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran. Cara yang dapat dilakukan adalah dengan mengkorelasikan skor yang diperoleh pada setiap item dengan skor total dari masing-masing atribut.

Teknik korelasi yang digunakan adalah *Product Moment* :<sup>46</sup>

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

di mana :

$r$  = koefisien korelasi antara item (  $x$  ) dengan skor total (  $y$  )

$X$  = skor setiap item

$Y$  = skor total

$n$  = jumlah responden

Dalam memberikan interpretasi terhadap koefisien korelasi, dijelaskan bahwa item yang mempunyai korelasi positif dengan kriterium (skor total) serta korelasi yang tinggi menunjukkan bahwa item tersebut mempunyai *validitas* yang tinggi pula. Biasanya syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat *validitas* adalah kalau  $r$  tabel = 0,3. jadi jika korelasi antar butir dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir dalam instrumen dinyatakan tidak *valid*.<sup>47</sup>

## 2) Uji Reliabilitas

*Reliabilitas* adalah indeks yang menunjukkan sejauhmana alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan atau dengan

<sup>46</sup> Masri Singarimbun dan Sofian Effendi, *Metode*, hlm. 137.

<sup>47</sup> Sugiyono, *Metode*, hlm. 124.

kata lain, *reliabilitas* menunjukkan konsistensi suatu alat pengukuran didalam mengukur gejala yang sama.<sup>48</sup>

Pengujian *reliabilitas* instrumen dilakukan secara *internal consistency*, yaitu mencobakan instrumen sekali saja kemudian data yang diperoleh dianalisis dengan rumus *Spearman Brown*.<sup>49</sup>

$$r_i = \frac{2r_b}{1 + r_b}$$

$r_i$  = *reliabilitas internal* seluruh instrumen

$r_b$  = korelasi *produc moment* antara belahan pertama dan kedua

Untuk keperluan itu maka butir-butir instrumen dibelah menjadi dua kelompok yaitu kelompok ganjil dan genap. Skor data tiap kelompok itu disusun sendiri, skor butirnya dijumlahkan hingga didapat skor total. Skor total diantara kelompok ganjil dan genap dicari korelasinya untuk mendapatkan koefisien korelasinya.

## 6. Teknik Analisis Data

Data yang dikumpulkan dari penelitian akan dianalisis dengan menggunakan Analisis Deskriptif, Analisis Kuantitatif, dan Analisis Kualitatif. Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran demografi responden penelitian (jenis kelamin, umur, agama, pendidikan, pekerjaan dan penghasilan). Untuk analisis kuantitatif tersebut dipergunakan uji asumsi klasik dan uji regresi berganda memakai uji

<sup>48</sup> Masri Singarimbun dan Sofian Effendi, *Metode*, hlm. 140.

<sup>49</sup> Sugiyono, *Metode*, hlm. 122.

signifikansi. Analisis Kualitatif digunakan untuk menganalisis data secara kualitatif dengan cara menterjemahkan dari data kuantitatif dengan dilandaskan pada teori-teori yang ada atau yang relevan.

#### a. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan dengan metode regresi linier, agar model regresi linier yang dirumuskan dapat diterapkan maka ada beberapa syarat yang harus dipenuhi.

##### 1) Tidak Memenuhi *Heterokodastisitas*<sup>50</sup>

Pengujian ini dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut *Homokodastisitas* dan jika varians berbeda disebut *heterokodastisitas*.

Metode yang digunakan adalah *scatter plots*. Untuk mendeteksi adanya heterokodastisitas adalah dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik dengan ketentuan : Jika pola tertentu atau titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur maka telah terjadi heterokodastisitas. Dan jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi *heterokodastisitas*.

---

<sup>50</sup> Singgih Santoso, *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*, cet. ke-3 (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2002), hlm. 208-210.

## 2) Tidak Memenuhi *Multikolinieritas*<sup>51</sup>

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

Untuk mendeteksinya dengan menggunakan Model Klein yaitu dengan membandingkan nilai  $r^2$  dengan  $R^2$ . Jika nilai  $r^2 < R^2$  maka dalam model tersebut tidak terdapat masalah *multikolinieritas*, sebaliknya jika  $r^2 > R^2$  maka model tersebut mengandung masalah *multikolinieritas*.

## 3) Tidak ada *Autokorelasi*<sup>52</sup>

Bahwa *autokorelasi* berarti adanya korelasi antara anggota sample yang diurutkan berdasarkan waktu. Konsekuensinya adanya autokorelasi dalam satu model regresi adalah varians sample tidak dapat digunakan untuk menaksir nilai variabel terikat pada nilai variabel tertentu.

Mendiagnosis adanya *autokorelasi* dalam suatu model regresi dilakukan dengan pengujian terhadap nilai uji Durbin Watson (Uji DW).

---

<sup>51</sup> *Ibid.*, hlm. 203.

<sup>52</sup> Algifari, *Analisis Regresi* (Yogyakarta: BPFE, 1999), hlm. 24.



Tabel 1. 3  
Pengukuran Autokorelasi

DW	Kesimpulan
Kurang dari 1,08	Ada autokorelasi
1,08 – 1,66	Tanpa kesimpulan
1,66 – 2,34	Tidak ada autokorelasi
2,34 – 2,92	Tanpa kesimpulan
lebih dari 2,92	Ada auto korelasi

Sumber : Algifari (2000 : 89)

### b. Regresi Linier Berganda

Untuk melakukan regresi linier berganda dengan *Uji Signifikansi*, yaitu dengan alat uji T-test dan F-test.

- 1) *T- test*, untuk menguji pengaruh secara parsial. Rumusan hipotesis statistiknya :<sup>53</sup>

$H_0 : \rho = 0$  (tidak ada pengaruh antara variabel X terhadap Y)

$H_a : \rho \neq 0$  (ada pengaruh antara variabel X terhadap Y)

Menurut kriteria p value : <sup>54</sup>

- a) Jika  $p > 5\%$ , maka keputusannya adalah menerima hipotesis nol ( $H_0$ ) atau  $H_a$  ditolak, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

- b) Jika  $p < 5\%$ , maka keputusannya adalah menolak hipotesis nol ( $H_0$ ) atau  $H_a$  diterima, artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

<sup>53</sup> Wahid Sulaiman, *Jalan Pintas Menguasai SPSS 10* (Yogyakarta: ANDI, 2002), hlm. 124.

<sup>54</sup> Singgih Santoso, *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2001), hlm. 300.

2) *F test*, untuk menguji pengaruh secara bersama-sama atau simultan. Rumusan hipotesis statistiknya :<sup>55</sup>

$H_0: p = 0$  (tidak ada pengaruh antara variabel  $X_1, X_2, X_3$  terhadap  $Y$ )

$H_a: p \neq 0$  (ada pengaruh antara variabel  $X_1, X_2, X_3$  terhadap  $Y$ )

Menurut kriteria  $p$  value :<sup>56</sup>

- a) Jika  $p > 5\%$ , maka keputusannya adalah menerima hipotesis nol ( $H_0$ )
- b) Jika  $p < 5\%$ , maka keputusannya adalah menolak hipotesis nol ( $H_0$ )

#### H. Sistematika Pembahasan

Secara umum, pembahasan skripsi ini dibagi menjadi lima bab, yaitu:

Bab pertama berisi tentang pendahuluan untuk mengantarkan skripsi secara keseluruhan. Peletakan pendahuluan pada bab pertama ini di dasarkan pada bahasan yang dipaparkan masih secara umum. Bab ini terdiri dari sepuluh sub bab, yaitu latar belakang masalah, pokok masalah, tujuan dan manfaat penelitian, telaah pustaka, kerangka teoretik, hipotesis, metode penelitian, dan sistematika pembahasan

Bab kedua memaparkan bahasan yang lebih spesifik, yaitu mengenai berbagai teori yang ditulis dalam bab landasan teori ini, yang berkisar tentang pengertian pembiayaan, teori perilaku konsumen dan faktor yang

---

<sup>55</sup> Iqbal Hasan, *Analisis*, hlm. 108.

<sup>56</sup> Singgih Santoso, *Buku Latihan*, hlm. 300.

mempengaruhi nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan. Pada sub bab pengertian pembiayaan akan dibahas tentang pengertiannya, macam-macam pembiayaan, teori perilaku konsumen, faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah, yaitu lokasi, citra dan kebutuhan nasabah.

Penjelasan mengenai gambaran umum objek penelitian akan dipaparkan pada bab tiga. Peletakan pada bab ini dimaksudkan agar setelah mengetahui berbagai teori, peneliti lebih terarah dalam mengetahui gambaran umum objek. Bab ini berkisar tentang latar belakang dan struktur organisasi, visi, misi dan tujuan, strategi yang dikembangkan, pengalaman kerjasama kelembagaan, dan produk yang ditawarkan.

Sedangkan pada bab keempat, peneliti memaparkan deskripsi nasabah, analisis data dengan analisis kuantitatif, yaitu dengan uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, dan regresi berganda. Paralel dengan pokok permasalahannya yang merupakan hasil dari penelitian secara keseluruhan setelah mengetahui berbagai teori dan gambaran objek secara umum.

Penelitian ini akan ditutup dengan kesimpulan yang merupakan jawaban atas pokok permasalahan yang peneliti ajukan yang dipaparkan pada bab lima. Pada bab kelima ini juga berisi saran-saran yang berguna bagi penelitian selanjutnya.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab-bab yang terdahulu maka diperoleh beberapa kesimpulan, yaitu :

Nilai signifikansi variabel lokasi yang diperoleh dari hasil analisis kuantitatif sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 yang berarti bahwa lokasi dari sebuah BMT berpengaruh secara signifikan terhadap nasabah dalam melakukan pembiayaan di BMT Bina Ikhsanul Fikri Yogyakarta.

Nilai signifikansi variabel citra yang diperoleh dari hasil analisis kuantitatif sebesar 0,011 lebih kecil dari 0,05 yang berarti bahwa citra dari sebuah BMT berpengaruh secara signifikan terhadap nasabah dalam melakukan pembiayaan di BMT Bina Ikhsanul Fikri Yogyakarta.

Nilai signifikansi variabel kebutuhan nasabah yang diperoleh dari hasil analisis kuantitatif sebesar 0,003 lebih kecil dari 0,05 yang berarti bahwa kebutuhan nasabah sangat berpengaruh secara signifikan terhadap nasabah dalam melakukan pembiayaan di BMT Bina Ikhsanul Fikri Yogyakarta.

Nilai signifikan pada uji F sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama dari variabel lokasi, citra dan kebutuhan nasabah terhadap variabel perilaku nasabah yang melakukan pembiayaan di BMT Bina Ikhsanul Fikri Yogyakarta.

Nilai koefisien determinasi (*R Square*) yang diperoleh adalah 0,573 yang berarti bahwa lokasi, citra dan kebutuhan nasabah berpengaruh secara signifikan

terhadap nasabah dalam melakukan pembiayaan di BMT Bina Ikhsanul Fikri Yogyakarta sebesar 57,3% yang berarti masih ada faktor lain yang mempengaruhi nasabah dalam melakukan pembiayaan sekitar 42,7%. Factor lain tersebut mungkin bisa faktor promosi ,bonus, hadiah atau yang lain.

Berdasar hasil pemaparan diatas maka secara umum penelitian ini dapat disimpulkan bahwa faktor lokasi, citra, dan kebutuhan nasabah berpengaruh secara signifikan terhadap nasabah yang melakukan pembiayaan di BMT Bina Ikhsanul Fikri Yogyakarta.

## **B. Saran-saran**

Adapun saran-saran yang dapat penyusun sampaikan agar lebih diperhatikan oleh pihak-pihak yang berkompeten adalah sebagai berikut :

1. Pihak BMT harus memperhatikan tempat calon nasabah dalam bekerja, untuk menjadi nasabahnya dan mensosialisasikan produk-produknya tersebut. Hal ini dimaksudkan agar diperhatikan bahwa ternyata faktor lokasi menjadi pertimbangan tersendiri bagi calon nasabah untuk melakukan pembiayaan.
2. BMT Bina Ikhsanul Fikri Yogyakarta harus lebih meningkatkan citranya terhadap nasabah agar nasabah merasa puas dalam bekerjasama.
3. Pihak BMT hendaknya benar-benar konsisten dalam menjalankan prinsip-prinsip syariah yang merupakan landasan operasionalnya.
4. Untuk penelitian selanjutnya, dalam meneliti masalah faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah dalam melakukan pembiayaan, perlu menambah faktor-faktor lain selain ketiga faktor dalam penelitian ini. Karena diperoleh prosentase yang tinggi dari selain ketiga faktor tersebut yaitu sekitar 42,7 %.



## DAFTAR PUSTAKA

### A. Al-Qur'an

Departemen Agama R.I., *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Surabaya: Jaya Sakti, 1997.

### B. Fiqh

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

Antonio, Syafi'i dan Karnaen Perwataatdmaja, *Apa dan Bagaimana Bank Islam* Yogyakarta: Dana Bhakti Prima Yasa, 1999.

Manan, Muhammad Abdul, *Ekonomi Islam Teori dan Praktek*, alih bahasa Nastangin Yogyakarta: Dana Bhakti Prima Yasa, 1997.

Muhamad, *Teknik Perhitungan Bagi Hasil dan Profit Margin Pada Bank Syariah*, Yogyakarta: UII Press, 2001.

\_\_\_\_\_, *Lembaga-lembaga Keuangan Umat Kontemporer*, Yogyakarta: UII Press, 2001.

Nasyiah, Elinda, "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengalokasian Dana Melalui Pembiayaan Bai'u Bithaman Ajil Di BMT Bina Ummah Godean", Skripsi tidak dipublikasikan, Yogyakarta: STIS, 2000.

Rahman, Afzalur, *Doktrin Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Dana Bhakti Prima Wakaf, 1995.

Sudarsono, Heri, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah: Deskripsi dan Ilustrasi* Yogyakarta: Ekonisia, 2004.

Suseno, Priyonggo dan Heri Sudarsono, *Undang-undang Peraturan Bank Indonesia dan Surat Keputusan Direksi BI tentang Perbankan Syariah*, Yogyakarta: UII Press, 2004.

### C. Lain-lain

Algifari, *Analisis Regresi*, Yogyakarta: BPFE, 1999.

Amirullah, *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2002.



- Dharmamesta, Basu Swastha dan T. Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: BPFE, 2000.
- Engel, James F. dkk., *Perilaku Konsumen*, alih bahasa: F.X. Budiyanto, Jakarta: Binarupa Aksara, 1994.
- Firdaus, Rachmat dan Maya Ariyanti, *Manajemen Perkreditan Bank Umum : Teori Masalah Kebijakan dan Aplikasinya Lengkap dengan Analisis Kredit*, Bandung: Alfabeta, 2003.
- Forsyth, Patrick, *Marketing Professional Service, Memasarkan Jasa Profesional* Jakarta: Gramedia, 1997.
- Hasan, Iqbal, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, Jakarta: Bumi Aksara, 2004.
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, alih bahasa Ancella Anitawati Hermawan, Jakarta: Salemba Empat, 1995.
- Lupiyoadi, Rambat, *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori Dan Praktek*, Jakarta: Salemba Empat, 2001.
- Mas'adah, Siti "Analisis Pembiayaan dalam rangka meningkatkan pendapatan pada PT BPRS Margi Rizki Bahagia Yogyakarta." Skripsi tidak dipublikasikan Yogyakarta: STIS, 2000.
- Mulyono, Teguh Pudjo, *Manajemen Perkreditan : Bagi Bank Komersil*, Yogyakarta: BPFE, 2001.
- Purwaningsih, Meylani, "Analisis Kebijakan Pembiayaan di PT BPRS Margi Rizki Bahagia Yogyakarta." Skripsi tidak dipublikasikan Yogyakarta: STIS, 2001.
- Rahmanti, Afrita, "Evaluasi Sistem Pengawasan Pembiayaan pada BMT Bina Ikhsanul Fikri Yogyakarta." Skripsi tidak dipublikasikan Yogyakarta: STIS, 2002.
- Rangkuti, Freddy, *Measuring Customer Satisfaction*, alih bahasa Djaslim Saladin, Jakarta: Gramedia, 2002.
- Rochmayanti, Silvi, "Analisis Tingkat Pengalokasian Dana Pembiayaan terhadap Pendapatan (studi kasus pada BMT Rizki Mandiri, BMT Bina Ummah, dan BMT Bina Ikhsanul Fikri Yogyakarta." Skripsi tidak dipublikasikan Yogyakarta: STIS, 2001.

Santoso, Singgih, *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2001.

\_\_\_\_\_, *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2002.

Singarimbun, Masri, *Metode Penelitian, Survei*, Jakarta : LP3ES, 1989.

Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi, *Metode Penelitian Survey*, Jakarta : LP3ES, 1989.

Soehartono, Irawan, *Metode Penelitian Sosial*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000.

Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2004.

Sulaiman, Wahid, *Jalan Pintas Menguasai SPSS 10*, Yogyakarta: ANDI, 2002.

Sumardi, Mulyanto dan Hans-Dieter Evers (ed.), *Kemiskinan dan Kebutuhan Pokok*, Jakarta: Rajawali, 1985.

Swasta, Basu, *Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: Liberty, 1982.

\_\_\_\_\_, *Manajemen Penjualan*, Yogyakarta: BPFE, 2001.

.Tje 'Aman, Mgs. Edy Putra, *Kredit Perbankan: Suatu Tinjauan Yuridis*, Yogyakarta : Liberty, 1989.

Tjiptono, Fandy, *Manajemen Jasa*, Yogyakarta: ANDI, 2002.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA



# LAMPIRAN-LAMPIRAN

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## TERJEMAH AL-QUR'AN

NO	HLM	FN	TERJEMAH
1	32	6	BAB II “...dan orang-orang yang berjalan di muka bumi mencari sebagian karunia Allah...”
2	33	8	BAB II “Apabila telah ditunaikan sholat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi dan carilah karunia Allah...”
3	96	6	BAB IV “Sesungguhnya manusia diciptakan bersifat keluh kesah lagi kikir”

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## BIOGRAFI TOKOH

### Masri Singarimbun

Lahir di tanah Karo (1931), adalah dosen dan mantan Kepala Pusat Penelitian Kependudukan Universitas Gajah Mada Yogyakarta. Memperoleh gelar BA pada fakultas Pedagogik UGM (1959) dan Ph.D di bidang antropologi sosial pada Australian National University (1966). Tahun 1968-1973 sebagai *Research Fellow* pada Departement of Demography. Tahun 1977-1983 menjadi anggota Board of Trustees dari The Population Council, New York dan selanjutnya sebagai *Consulting Senior Associate* pada badan yang sama. Sejak tahun 1984 menjadi anggota Dewan Riset Nasional. Aktif mengikuti kegiatan ilmiah di dalam dan luar negeri serta menulis beberapa buku antara lain: *Kinship, Descent and Alliance among the Karo Batak* (1975), *Penduduk dan Kemiskinan: Kasus Sriharjo di Pedesaan Jawa* (bersama D.H Penny, 1976), *Liku-liku Penurunan Kelahiran* (Ed, 1978), *Kelangsungan Hidup anak: Bergaia Teori, Pendekatan dan Kebijaksanaan* (Ed, 1988).

### Muhamad

Beliau lahir di Pati pada tanggal 10 April 1966. Gelar kesarjanaanya diraih di Universitas Negeri Yogyakarta pada tahun 1990, sedangkan gelar Master Ekonomi Islam diraih di Magister Studi Islam, UII pada tahun 2000. Sekarang sedang menyelesaikan program Doktor Ilmu Ekonomi di UII. Karya ilmiah buku beliau diantaranya, Prinsip Akuntansi Dalam Al-Qur'an, Lembaga Keuangan Umat Kontemporer, Sistem dan Prosedur Operasional Bank Syariah, Teknik Perhitungan Bagi Hasil, Pengantar Akuntansi Syari'ah, Kebijakan Fiskal dan Moneter Dalam Ekonomi Islam, Zakat Profesi: Wacana Telaah Fiqh Kontemporer, dan Visi Al-Qur'an tentang Etika dan Bisnis. Aktivitas lain beliau adalah aktif memberikan seminar tentang perbankan dan Bank Islam, Dewan Pengembangan Badan Amil Zakat Provinsi DIY, dan pengembangan manajemen Lembaga Amil Zakat Hidayatullah.

### Muhammad Syafi'i Antonio

Beliau lahir di Sukabumi pada tanggal 12 Mei 1967. Tahun 1986 setelah menamatkan pendidikan SLTA, beliau melanjutkan studinya di Fakultas Syariah University of Jordan dengan mengambil kuliah tambahan dalam bidang ekonomi dan statistik. Pada tahun 1990, beliau mengikuti Program Master of Economics (Banking & Finance) di Fakultas Ekonomi, International Islamic University, Malaysia. Tulisan-tulisan yang telah diterbitkan antara lain Al Mudharabah Wa Dauruha fil Istitsmar, Islamic Economics and Scientific Revolution: searching for a new paradigm, Produk-Produk Syariah dan Kemungkinan Penerapannya Dalam Sistem Perbankan Islam, Islamic Bank and The Investment of Zakat Fund, dan Prinsip Operasional Bank Islam.



**Kepada:**

**Yth. Nasabah**

**BMT Bina Ikhsanul Fikri**

**Yogyakarta**

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Puji syukur kita panjatkan kehadiran Allah SWT, shalawat serta salam tetap tercurahkan pada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW.

Maraknya perkembangan Bank Syariah dewasa ini menimbulkan berbagai faktor yang unik untuk diteliti. Sehubungan dengan itu, maka saya sebagai peneliti memohon kesediaan Bapak/ Ibu/ Sdr/I, untuk mengisi angket yang berhubungan dengan *Faktor-faktor yang mempengaruhi pedagang pasar Gedong Kuning untuk melakukan pembiayaan di BMT Bina Ikhsanul Fikri Yogyakarta*. Faktor-faktor tersebut adalah lokasi, citra dan kebutuhan nasabah.

Sehubungan dengan penelitian yang saya lakukan guna penyusunan skripsi pada Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, maka dengan segala kerendahan hati saya memohon Bapak/ Ibu/ Sdr/I memberikan jawaban yang sesuai dengan keadaan yang sesungguhnya. Dan angket ini hanya untuk saya pribadi, tidak ada pengaruhnya terhadap pekerjaan Anda.

Atas kesediaannya untuk mengisi angket ini saya ucapkan banyak terima kasih, semoga kebaikan Bapak/ Ibu/ sdr/I mendapatkan balasan yang berlipat dari Allah SWT.

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Hormat saya

Sulistiyanto



### Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
3. Umur :
4. Agama :
5. Pendidikan Terakhir :
6. Pekerjaan :
7. Pendapatan per bulan :
  - a. Rp 0,- s/d Rp 500.000,-
  - b. Rp 500.000,- s/d Rp 1 juta
  - c. Rp 1 juta s/d Rp 1,5 juta
  - d. > Rp 1,5 juta

### Petunjuk :

Berilah tanda (  $\checkmark$  ) pada pertanyaan/ Pernyataan berikut ini sesuai dengan keadaan yang ada, pada kolom yang tersedia.

### Keterangan :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

N : Netral

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

### 1. Faktor Lokasi BMT Bina Ikhsanul Fikri Yogyakarta

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	BMT Bina Ikhsanul Fikri mudah dijangkau					
2.	Dengan waktu sebentar saya bisa sampai ke BMT Bina Iksanul Fikri					
3.	Saya datang ke BMT Bina Iksanul Fikri dengan jalan kaki					
4.	Banyak kendaraan umum yang melewati BMT Bina Ikhsanul Fikri					
5.	Dengan kendaraan apa saja saya dengan mudah sampai ke BMT Bina Ikhsanul Fikri					
6.	BMT Bina Ikhsanul Fikri dekat dengan jalan raya					
7.	BMT Bina Ikhsanul Fikri dekat dengan tempat usaha saya					
8.	BMT Bina Ikhsanul Fikri dekat dengan pusat kota					

### 2. Faktor Citra BMT Bina Ikhsanul Fikri Yogyakarta

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Prinsip dalam pembiayaan adalah bagi hasil					
2.	Pembagian bagi hasil sesuai dengan kesepakatan					
3.	Saya memandang pelayanan yang diberikan sangat ramah					
4.	Pegawainya sangat tanggap dengan masalah yang dihadapi nasabah					
5.	Pembiayaan yang diberikan BMT Bina Ikhsanul Fikri sangat membantu saya					
6.	Saya melakukan pembiayaan langsung didatangi oleh pegawainya					
7.	Syarat untuk mengajukan pembiayaan begitu mudah					
8.	Reputasi BMT Bina Ikhsanul Fikri di mata masyarakat cukup baik					

### 3. Faktor Kebutuhan Nasabah BMT Bina Ikhsanul Fikri Yogyakarta

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya mengajukan pembiayaan untuk membuka usaha					
2.	Saya mengajukan pembiayaan untuk modal dagang					
3.	Saya melakukan pembiayaan untuk kebutuhan yang sederhana					
4.	Saya melakukan pembiayaan untuk keperluan yang tidak mendesak					
5.	Saya mengajukan pembiayaan untuk kepentingan sekolah anak saya					
6.	Sebagian dana dari pembiayaan saya pakai untuk menabung					
7.	Saya melakukan pembiayaan karena bisa sambil menabung					
8.	Saya mengajukan pembiayaan atas keinginan sendiri					

### 4. Faktor Nasabah melakukan Pembiayaan di BMT Bina Ikhsanul Fikri Yogyakarta

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya menggunakan salah satu produk pembiayaan BMT Bina Ikhsanul Fikri					
2.	Pembiayaan yang diberikan BMT Bina Ikhsanul Fikri sangat membantu saya					
3.	Prosedur dalam pembiayaan sangat mudah					
4.	Saya memandang bagi hasil yang diberikan BMT lebih baik dari pada bunga di bank konvensional					
5.	BMT selalu menolak jika dalam pengajuan pembiayaan yang jumlahnya besar					
6.	Jaminan yang di minta oleh BMT tidak memberatkan bagi saya					
7.	Saya mengajukan pembiayaan pada waktu membutuhkan dana untuk membuka usaha					
8.	Saya mengajukan pembiayaan untuk memenuhi kebutuhan hidup					

NÖ	NAMA	Rek Tab	Rek Pemb	Angs Pk	MU	Tab	Ket
1	Ariani	5,982					
2	Aris Dwi N	5,1646					
3	Ayun R	5,115	211274	7000	840	2160	
4	Aris Suminah	5,062					
6	Bu Adi	5,069					
7	Bu Harto	5,0993					
8	Bu Nardi	5,1286					
9	Bu Nur	5,1211	211 302	10000	1200	1800	
10	B.Karsiyem	5,0116	211 161	6700	1200	600	
11	Dani R L	5,1094					
12	Dewi N	5,1273	213 852				
14	Eva M	5,102	211 276	8000	1200	1800	
15	F.Riyani	5,0981					
16	Giyanti	5,0364	213 254				
17	Juminah	5,1112	211 277	8000	1200	800	
18	Jazimah	5,1535	211 340	5000	400	600	
19	Heni SW	5,1285					
20	Ika W	5,1557					
21	Ketut A	5,0674					
22	KUB Lest	5,0987	213 334				
23	Marinah	5,1444	211 289	7500	900	1600	
24	Marjiyem	5,1135	211 303	9000	1080	920	
25	Mitro K	5,1449		5000	600	1400	
26	Muhdiarjo	5,014	211 237	6000	720	1280	
27	Mujiharjo	5,034	211 256				
28	Mujilah MP	5,042	211 337	20100	3600	1300	
29	Nanik	5,1099					
30	Ngatmi	8,2005					
31	Pailah	5,896		10000	1200	1800	
32	Pengajian	4,061					
34	Rasminah	5,0532					
35	Rubiyem	5,0869	211 331	8000	2400	600	
36	Runtah	5,1448					
38	Sadimin	5,1176					
39	Saliyem	5,0535	211 304	30000	3000	10000	
40	Samsinah	5,0078	211 296	44500	5500	10000	
41	Sanikem		211 230	2000	240	760	
42	Sarti	5,118					
43	Sri Dwi Y	5,0015	211 270	33350	3000	3650	
44	Sri Mulyani	5,1344					
45	Sri Nglamani	5,0021	211 281	20000	2400	2600	
46	Sri Sugiyanti	5,1523					
47	Sri Umi	5,1521					
48	Sri Yanti	5,0453					
49	Subariyah	5,1305					
50	Sudarmi	5,1177	211 275	11700	4200	1100	
51	Sudarti	5,1036					
52	Sumarni	5,096					
53	Sumartinah	5,0976	211 245	8350	3000	1650	
54	Sumartini	5,009	211 255	4200	1000	1000	
56	Suparmi A	5,0898	211 290	20000	2400	2600	
57	Suparmi B		211 358	8600	1800	1600	
58	Supeti	5,1183	211 148	5000	1800	1200	
59	Suratinah	5,1093	211 305	10000	1200	3800	
60	Suryanti	5,1126	211 294	5000	600	1400	
61	Suwarni P	5,0805	211 273	20850	2300	3850	
62	Tentem H	5,0864	211 282	16000	4800	4200	
63	Tri Setyowati	5,0137					
64	Tumirah B	5,0349	211 266				
65	Waginem	5,0082	213 789				
66	Wartini	5,0953	211 230	14000	4200	1800	
67	Wiji Asih	5,1538		3000	360	140	
68	Zanis L	5,1082					

64. Ny. Shm8





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 / 5822

Membaca Surat : Dekan, F-Syari'ah UIN Suka  
Tanggal : 18 Oktober 2005  
No : IN/II/DS/PP.00.9/2483/2005  
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 :  
N a m a : SULISTIYANTO  
Alamat Instansi : Jl. Marsda Adisucipto - Yogyakarta  
Judul : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEDAGANG PASAR GEDONG KUNING MELAKUKAN PEMBIAYAAN DI BMT BINA IKHSANUL FIKRI YOGYAKARTA  
No. MHSW : 01390760

Lokasi : Kota Yogyakarta  
Waktunya : Mulai tanggal 22 Oktober 2005 s/d 22 Januari 2006

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. Walikota Yogyakarta, Cq. Ka. Bappeda;
3. Ka. Kanwil Dep. Agama Prop. DIY;
4. Dekan, F-Syari'ah uin suka;
5. Peringgal.

Dikeluarkan di : Yogyakarta  
Pada tanggal : 22 Oktober 2005

A.n. GUBERNUR  
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA  
KEPALA BAPPEDA PROPINSI DIY  
KEPALA BIDANG PENGENDALIAN  
BAPPEDA  
Jr. H. NANANG SUWANDI, MMA  
PEMERINTAH PROPINSI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA  
T. 490 022 448

# REKAPITULASI DATA HASIL JAWABAN 58 RESPONDEN

No	Lokasi (X1)								X <sub>1</sub>	Citra (X2)								X <sub>2</sub>
	X <sub>1.1</sub>	X <sub>1.2</sub>	X <sub>1.3</sub>	X <sub>1.4</sub>	X <sub>1.5</sub>	X <sub>1.6</sub>	X <sub>1.7</sub>	X <sub>1.8</sub>		X <sub>2.1</sub>	X <sub>2.2</sub>	X <sub>2.3</sub>	X <sub>2.4</sub>	X <sub>2.5</sub>	X <sub>2.6</sub>	X <sub>2.7</sub>	X <sub>2.8</sub>	
1	4	5	4	4	4	5	4	4	4.25	4	3	3	4	4	4	3	4	3.63
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4.00	3	3	4	4	3	4	4	3	3.50
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4.13	4	4	5	4	4	4	5	4	4.25
3	4	4	5	5	4	4	5	4	4.38	4	4	4	4	4	4	4	4	4.00
5	4	5	5	4	5	5	5	4	4.63	4	4	4	5	4	5	4	4	4.25
6	4	4	5	5	4	4	5	4	4.38	4	4	5	4	4	4	5	4	4.25
7	4	3	5	5	4	2	5	4	4.13	4	3	3	4	3	4	4	3	3.25
8	4	5	3	4	4	5	3	4	4.00	3	3	3	4	3	4	4	3	3.50
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4.00	3	3	4	4	4	4	3	4	4.00
10	5	4	3	4	4	5	4	5	4.25	4	5	4	4	4	4	3	4	4.00
11	4	4	5	5	4	4	5	4	4.38	3	3	3	3	2	3	3	3	2.88
12	5	4	5	5	5	4	4	5	4.63	3	3	4	3	3	3	4	3	3.25
13	5	4	4	4	5	4	5	5	4.50	3	3	2	3	3	3	3	4	3.00
14	3	3	3	3	2	3	4	3	3.00	3	3	3	3	3	3	2	3	2.88
15	4	5	4	4	5	4	3	4	4.13	4	3	3	4	3	3	3	4	3.38
16	4	5	5	4	4	5	4	4	4.38	5	5	5	5	5	5	4	4	4.75
17	4	4	5	5	4	4	5	4	4.38	5	4	3	4	4	4	4	4	4.00
18	3	2	2	3	3	3	3	3	2.75	2	2	2	2	2	3	3	2	2.25
19	2	2	2	3	3	2	3	3	2.50	3	2	3	2	3	3	2	3	2.63
20	4	4	4	4	5	4	4	4	4.13	5	4	5	4	5	4	4	5	4.50
21	4	3	4	4	4	3	4	4	3.75	4	5	4	4	4	4	4	5	4.25
22	3	3	3	3	3	3	3	3	3.00	3	3	3	3	3	3	3	3	3.00
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5.00	4	4	5	4	4	4	4	5	4.25
24	3	3	2	3	3	3	3	3	2.88	3	3	3	3	2	2	3	2	2.63
25	4	3	3	3	3	4	3	4	3.38	4	5	4	4	4	4	4	4	4.13
26	3	3	3	3	3	4	3	3	3.13	4	4	4	4	5	4	4	4	4.13
27	4	5	5	4	4	5	5	4	4.50	5	4	4	5	4	4	4	5	4.38
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4.00	3	4	4	4	4	4	4	3	3.75
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5.00	4	4	5	4	4	5	4	4	4.25
30	3	3	3	3	3	3	2	3	2.88	4	4	4	4	3	4	3	3	3.63
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	5	4	4	5	5	4.38
32	4	3	4	3	4	4	4	4	3.75	3	4	4	4	4	3	4	4	3.75
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4.00	3	4	4	4	3	4	4	3	3.63
34	3	3	3	3	3	3	3	3	3.00	5	4	5	4	4	4	5	4	4.38
35	4	4	3	4	4	4	4	4	3.88	4	5	5	5	4	5	5	4	4.63
36	4	3	5	3	4	4	5	4	4.00	3	4	4	4	4	4	4	4	3.88
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	5	4	5	5	4.38
38	4	5	4	5	4	4	4	4	4.25	3	4	4	5	5	4	5	5	4.38
39	4	2	4	3	4	4	4	4	3.63	4	3	4	4	4	3	3	4	3.63
40	4	4	5	5	4	4	4	4	4.25	3	4	4	5	4	4	4	4	4.00
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	5	4	4	5	5	4.38
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5.00	5	4	4	4	5	4	4	4	4.25
43	4	5	4	4	4	4	4	4	4.13	4	4	4	4	4	4	5	5	4.25
44	4	5	4	5	4	4	4	4	4.25	4	4	4	5	5	4	4	5	4.38
45	5	4	4	4	5	5	5	5	4.63	5	5	4	5	4	5	5	4	4.63
46	3	3	3	2	2	2	1	3	2.38	4	4	5	4	5	4	5	5	4.50
47	5	3	5	5	4	4	4	5	4.38	3	4	4	4	3	4	4	4	3.75
48	4	3	4	3	4	4	4	4	3.75	3	4	4	5	5	3	5	5	4.25
49	4	5	5	4	5	5	4	4	4.50	4	4	4	4	4	4	4	4	4.00
50	4	4	5	5	5	5	5	4	4.63	4	4	4	5	4	5	4	4	4.25
51	4	4	5	4	4	4	4	4	4.13	4	4	5	4	4	4	5	4	4.25
52	4	3	3	4	4	3	3	4	3.50	3	3	3	3	3	2	3	4	3.00
53	3	4	4	4	3	4	4	4	3.75	4	3	4	4	4	4	4	4	3.88
54	4	4	3	3	4	4	3	4	3.63	4	3	4	4	4	4	4	4	3.88
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4.00	4	4	3	4	4	4	4	4	3.88
56	3	3	4	4	4	3	4	3	3.50	3	4	4	4	4	4	3	3	3.63
57	4	4	3	3	4	4	5	3	3.75	3	4	4	3	3	3	3	3	3.25
58	4	4	4	4	3	4	4	4	3.88	3	5	5	5	4	4	5	5	4.50
Rata2	3.93	3.84	3.98	3.97	3.97	3.95	3.98	3.95	3.95	3.71	3.78	3.91	4.02	3.79	3.83	3.93	3.91	3.86



No	Kebutuhan Nasabah (X3)								X <sub>3</sub>	Perilaku Nasabah (Y)								Y
	X <sub>3.1</sub>	X <sub>3.2</sub>	X <sub>3.3</sub>	X <sub>3.4</sub>	X <sub>3.5</sub>	X <sub>3.6</sub>	X <sub>3.7</sub>	X <sub>3.8</sub>		Y <sub>1.1</sub>	Y <sub>1.2</sub>	Y <sub>1.3</sub>	Y <sub>1.4</sub>	Y <sub>1.5</sub>	Y <sub>1.6</sub>	Y <sub>1.7</sub>	Y <sub>1.8</sub>	
1	4	4	4	3	4	3	4	4	3.75	4	5	3	4	4	5	4	5	4.25
2	3	5	5	5	4	5	5	5	4.63	4	4	4	3	4	5	4	4	4.00
4	3	5	5	5	5	4	4	4	4.38	3	4	2	5	4	4	5	4	3.88
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3.00	5	5	5	4	5	4	5	5	4.75
5	4	4	5	4	4	4	4	5	4.25	5	5	5	5	5	3	5	4	4.63
6	4	5	4	5	5	5	4	4	4.50	5	5	5	5	5	3	5	5	4.75
7	2	2	3	2	3	3	3	3	2.63	3	3	3	4	4	3	4	3	3.38
8	4	5	4	4	5	4	4	3	4.13	5	5	5	3	4	4	3	5	4.25
9	4	4	3	4	4	4	4	4	3.88	5	4	5	4	5	4	4	5	4.50
10	2	5	4	4	3	4	4	2	3.50	4	4	4	4	4	4	4	3	3.88
11	4	4	5	4	5	4	3	4	4.13	4	5	3	4	4	5	4	4	4.13
12	4	3	3	2	5	3	4	4	3.50	5	5	5	4	5	3	3	4	4.25
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	5	4	4	4.25
14	2	2	3	2	2	2	3	2	2.25	3	2	3	2	3	3	2	2	2.50
15	2	2	2	3	4	3	4	3	2.88	4	4	4	3	4	4	4	3	3.75
16	3	2	3	3	3	3	3	3	2.88	5	5	5	4	4	4	5	5	4.63
17	3	5	3	4	4	3	3	5	3.75	4	4	5	4	4	4	4	4	4.13
18	4	2	3	3	2	3	2	2	2.63	2	2	2	3	2	2	3	3	2.38
19	2	2	3	3	3	3	3	2	2.63	2	2	3	2	3	2	3	3	2.50
20	4	4	4	4	4	4	5	4	4.13	4	4	4	4	4	4	4	4	4.00
21	5	4	4	4	4	4	5	5	4.38	3	4	3	4	4	4	4	4	3.75
22	3	3	4	3	4	3	4	3	3.38	4	3	4	3	3	3	4	4	3.50
23	4	4	3	2	4	4	3	4	3.50	4	4	5	4	4	4	4	4	4.13
24	2	2	3	2	2	2	3	3	2.38	3	3	4	4	4	3	4	3	3.50
25	3	4	4	3	4	4	4	4	3.75	4	4	3	3	3	4	4	4	3.63
26	3	3	2	3	3	3	2	2	2.63	4	3	3	4	3	4	4	4	3.63
27	4	5	5	5	5	5	5	4	4.75	4	4	5	4	4	4	4	4	4.13
28	4	4	3	3	3	2	2	4	3.13	4	4	5	4	4	4	4	4	4.13
29	5	4	4	5	3	3	4	4	4.00	5	4	4	5	5	4	4	4	4.38
30	4	4	4	4	4	5	4	5	4.25	4	4	4	4	3	3	4	4	3.75
31	4	4	4	3	4	3	4	3	3.63	4	4	4	4	4	5	4	4	4.13
32	3	2	3	2	4	3	2	3	2.75	3	4	4	4	4	4	4	4	3.88
33	4	3	3	3	3	2	2	3	2.88	4	3	3	4	4	4	3	3	3.50
34	2	3	2	2	3	3	2	2	2.38	2	3	3	3	3	4	3	3	3.00
35	4	4	5	4	4	5	4	3	4.13	4	4	5	5	5	4	5	3	4.38
36	3	3	4	3	3	4	5	4	3.63	4	3	5	4	4	4	4	3	3.88
37	3	3	3	4	5	4	4	4	3.75	4	4	5	5	4	5	5	4	4.50
38	4	4	3	5	4	4	3	3	3.75	4	4	5	4	4	5	4	4	4.25
39	2	3	3	2	4	3	3	3	2.88	4	4	5	4	4	5	4	5	4.38
40	3	4	3	5	3	3	4	4	3.63	4	4	5	4	4	5	3	4	4.13
41	5	5	3	5	5	3	4	5	4.38	3	4	5	4	4	5	4	4	4.13
42	4	4	4	4	4	4	5	4	4.13	4	4	5	4	4	5	3	4	4.13
43	4	4	4	5	3	3	3	3	3.63	4	4	5	4	4	5	4	4	4.25
44	4	4	4	3	3	5	3	4	3.75	4	4	5	4	4	5	4	3	4.13
45	3	3	3	3	3	3	3	3	3.13	5	5	5	5	5	5	4	5	4.88
46	4	4	4	3	4	4	4	4	3.88	4	5	5	5	4	3	5	4	4.38
47	3	3	3	3	3	3	3	3	3.00	5	4	4	4	2	3	4	3	3.63
48	4	4	4	5	5	4	5	4	4.38	4	4	5	4	4	5	3	4	4.13
49	4	5	5	5	5	5	4	5	4.75	5	5	5	4	5	4	5	4	4.63
50	4	5	4	4	4	4	4	4	4.13	5	5	5	5	5	3	5	5	4.75
51	5	5	4	5	5	5	5	5	4.88	5	5	5	5	5	3	5	4	4.63
52	5	4	4	4	4	4	5	5	4.38	4	4	4	5	5	4	5	4	4.38
53	5	4	4	4	4	4	5	5	4.38	4	3	5	4	5	4	3	4	4.00
54	5	4	4	4	4	4	4	4	4.13	4	5	3	5	5	3	5	4	4.25
55	5	4	4	4	4	4	4	4	4.13	4	4	4	5	5	3	5	4	4.25
56	3	4	3	3	3	3	3	4	3.25	3	3	3	4	4	3	4	3	3.38
57	4	4	4	4	4	4	5	4	4.13	3	3	3	4	4	4	4	4	3.63
58	4	4	5	4	4	4	4	4	4.13	3	4	2	3	4	5	4	3	3.50
Rata2	3.60	3.72	3.66	3.62	3.79	3.62	3.72	3.69	3.68	3.95	3.97	4.16	4.02	4.09	3.95	4.03	3.88	4.00

**PEARSON PRODUCT MOMENT CORRELATIONS TABLE**  
 $\alpha$  5 %

N	2-tailed	1-tailed	N	2-tailed	1-tailed	N	2-tailed	1-tailed
3	0.99692	0.98769	53	0.27040	0.22824	103	0.19361	0.16295
4	0.95000	0.90000	54	0.26787	0.22607	104	0.19267	0.16215
5	0.87834	0.80538	55	0.26540	0.22397	105	0.19175	0.16137
6	0.81140	0.72930	56	0.26301	0.22193	106	0.19084	0.16060
7	0.75449	0.66944	57	0.26068	0.21994	107	0.18994	0.15984
8	0.70673	0.62149	58	0.25841	0.21800	108	0.18905	0.15909
9	0.66638	0.58221	59	0.25619	0.21611	109	0.18818	0.15835
10	0.63190	0.54936	60	0.25404	0.21427	110	0.18732	0.15763
11	0.60207	0.52140	61	0.25193	0.21248	111	0.18647	0.15691
12	0.57598	0.49726	62	0.24988	0.21073	112	0.18563	0.15620
13	0.55294	0.47616	63	0.24788	0.20902	113	0.18481	0.15550
14	0.53241	0.45750	64	0.24592	0.20736	114	0.18399	0.15481
15	0.51398	0.44086	65	0.24401	0.20573	115	0.18319	0.15413
16	0.49731	0.42590	66	0.24214	0.20414	116	0.18239	0.15346
17	0.48215	0.41236	67	0.24032	0.20259	117	0.18161	0.15279
18	0.46828	0.40003	68	0.23854	0.20107	118	0.18083	0.15214
19	0.45553	0.38873	69	0.23679	0.19959	119	0.18007	0.15149
20	0.44376	0.37834	70	0.23508	0.19814	120	0.17931	0.15085
21	0.43286	0.36874	71	0.23341	0.19671	121	0.17857	0.15022
22	0.42271	0.35983	72	0.23178	0.19532	122	0.17783	0.14960
23	0.41325	0.35153	73	0.23017	0.19396	123	0.17710	0.14899
24	0.40439	0.34378	74	0.22861	0.19263	124	0.17639	0.14838
25	0.39607	0.33652	75	0.22707	0.19132	125	0.17568	0.14778
26	0.38824	0.32970	76	0.22556	0.19004	126	0.17498	0.14719
27	0.38086	0.32328	77	0.22408	0.18879	127	0.17428	0.14660
28	0.37389	0.31722	78	0.22263	0.18756	128	0.17360	0.14602
29	0.36728	0.31149	79	0.22121	0.18635	129	0.17292	0.14545
30	0.36101	0.30606	80	0.21982	0.18517	130	0.17225	0.14488
31	0.35505	0.30090	81	0.21845	0.18401	131	0.17159	0.14433
32	0.34937	0.29599	82	0.21711	0.18287	132	0.17094	0.14377
33	0.34396	0.29132	83	0.21579	0.18175	133	0.17029	0.14323
34	0.33879	0.28686	84	0.21449	0.18065	134	0.16965	0.14269
35	0.33384	0.28259	85	0.21322	0.17957	135	0.16902	0.14215
36	0.32911	0.27852	86	0.21197	0.17851	136	0.16840	0.14163
37	0.32457	0.27461	87	0.21074	0.17747	137	0.16778	0.14110
38	0.32022	0.27086	88	0.20954	0.17644	138	0.16717	0.14059
39	0.31603	0.26727	89	0.20835	0.17544	139	0.16656	0.14008
40	0.31201	0.26381	90	0.20718	0.17445	140	0.16596	0.13957
41	0.30813	0.26048	91	0.20604	0.17348	141	0.16537	0.13907
42	0.30440	0.25728	92	0.20491	0.17252	142	0.16479	0.13858
43	0.30079	0.25419	93	0.20380	0.17158	143	0.16421	0.13809
44	0.29732	0.25121	94	0.20271	0.17065	144	0.16363	0.13761
45	0.29396	0.24833	95	0.20163	0.16974	145	0.16307	0.13713
46	0.29071	0.24555	96	0.20057	0.16885	146	0.16251	0.13665
47	0.28756	0.24286	97	0.19953	0.16797	147	0.16195	0.13618
48	0.28452	0.24026	98	0.19851	0.16710	148	0.16140	0.13572
49	0.28157	0.23773	99	0.19750	0.16624	149	0.16086	0.13526
50	0.27871	0.23529	100	0.19650	0.16540	150	0.16032	0.13480
51	0.27594	0.23292	101	0.19552	0.16457	151	0.15978	0.13435
52	0.27324	0.23062	102	0.19456	0.16375	152	0.15912	0.13372

Sumber : Database Microsoft Excel

## Uji Validitas Variabel Lokasi (X1)

### Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	TOT X1
X1.1	Pearson Correlation	1.000	.524**	.587**	.584**	.725**	.726**	.582**	.929**	.845**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	58	58	58	58	58	58	58	58	58
X1.2	Pearson Correlation	.524**	1.000	.505**	.564**	.562**	.759**	.403**	.495**	.748**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.002	.000	.000
	N	58	58	58	58	58	58	58	58	58
X1.3	Pearson Correlation	.587**	.505**	1.000	.706**	.605**	.575**	.708**	.596**	.825**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	58	58	58	58	58	58	58	58	58
X1.4	Pearson Correlation	.584**	.564**	.706**	1.000	.582**	.491**	.631**	.629**	.803**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	58	58	58	58	58	58	58	58	58
X1.5	Pearson Correlation	.725**	.562**	.605**	.582**	1.000	.678**	.605**	.693**	.828**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	58	58	58	58	58	58	58	58	58
X1.6	Pearson Correlation	.726**	.759**	.575**	.491**	.678**	1.000	.604**	.699**	.845**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	58	58	58	58	58	58	58	58	58
X1.7	Pearson Correlation	.582**	.403**	.708**	.631**	.605**	.604**	1.000	.552**	.791**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	58	58	58	58	58	58	58	58	58
X1.8	Pearson Correlation	.929**	.495**	.596**	.629**	.693**	.699**	.552**	1.000	.834**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	58	58	58	58	58	58	58	58	58
TOT_X1	Pearson Correlation	.845**	.748**	.825**	.803**	.828**	.845**	.791**	.834**	1.000
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	58	58	58	58	58	58	58	58	58

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



## Uji Validitas Variabel Citra (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	TOT X2
X2.1	Pearson Correlation	1.000	.470**	.428**	.466**	.571**	.539**	.374**	.499**	.686**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.000	.000	.004	.000	.000
	N	58	58	58	58	58	58	58	58	58
X2.2	Pearson Correlation	.470**	1.000	.644**	.674**	.597**	.604**	.572**	.542**	.807**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	58	58	58	58	58	58	58	58	58
X2.3	Pearson Correlation	.428**	.644**	1.000	.540**	.593**	.556**	.655**	.479**	.779**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	58	58	58	58	58	58	58	58	58
X2.4	Pearson Correlation	.466**	.674**	.540**	1.000	.648**	.685**	.655**	.635**	.841**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	58	58	58	58	58	58	58	58	58
X2.5	Pearson Correlation	.571**	.597**	.593**	.648**	1.000	.523**	.583**	.763**	.844**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	58	58	58	58	58	58	58	58	58
X2.6	Pearson Correlation	.539**	.604**	.556**	.685**	.523**	1.000	.520**	.350**	.747**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.007	.000
	N	58	58	58	58	58	58	58	58	58
X2.7	Pearson Correlation	.374**	.572**	.655**	.655**	.583**	.520**	1.000	.616**	.798**
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	58	58	58	58	58	58	58	58	58
X2.8	Pearson Correlation	.499**	.542**	.479**	.635**	.763**	.350**	.616**	1.000	.786**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.007	.000		.000
	N	58	58	58	58	58	58	58	58	58
TOT_X2	Pearson Correlation	.686**	.807**	.779**	.841**	.844**	.747**	.798**	.786**	1.000
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	58	58	58	58	58	58	58	58	58

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

## Uji Validitas Variabel Kebutuhan Nasabah (X3)

### Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	TOT X3
X3.1	Pearson Correlation	1.000	.538**	.450**	.530**	.440**	.416**	.408**	.617**	.711*
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.001	.001	.001	.000	.000
	N	58	58	58	58	58	58	58	58	58
X3.2	Pearson Correlation	.538**	1.000	.611**	.735**	.596**	.623**	.496**	.619**	.842*
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	58	58	58	58	58	58	58	58	58
X3.3	Pearson Correlation	.450**	.611**	1.000	.563**	.465**	.672**	.587**	.501**	.770*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	58	58	58	58	58	58	58	58	58
X3.4	Pearson Correlation	.530**	.735**	.563**	1.000	.500**	.571**	.545**	.516**	.805*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	58	58	58	58	58	58	58	58	58
X3.5	Pearson Correlation	.440**	.596**	.465**	.500**	1.000	.597**	.524**	.570**	.747*
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	58	58	58	58	58	58	58	58	58
X3.6	Pearson Correlation	.416**	.623**	.672**	.571**	.597**	1.000	.602**	.518**	.795*
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	58	58	58	58	58	58	58	58	58
X3.7	Pearson Correlation	.408**	.496**	.587**	.545**	.524**	.602**	1.000	.601**	.763*
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	58	58	58	58	58	58	58	58	58
X3.8	Pearson Correlation	.617**	.619**	.501**	.516**	.570**	.518**	.601**	1.000	.795*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	58	58	58	58	58	58	58	58	58
TOT_X3	Pearson Correlation	.711**	.842**	.770**	.805**	.747**	.795**	.763**	.795**	1.000
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	58	58	58	58	58	58	58	58	58

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

## Uji Validitas Variabel Perilaku Nasabah (Y)

### Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8	TOT Y
Y1.1	Pearson Correlation	1.000	.736**	.641**	.442**	.478**	.321*	.447**	.590**	.798**
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.001	.000	.014	.000	.000	.000
	N	58	58	58	58	58	58	58	58	58
Y1.2	Pearson Correlation	.736**	1.000	.480**	.513**	.515**	.486**	.663**	.689**	.860**
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	58	58	58	58	58	58	58	58	58
Y1.3	Pearson Correlation	.641**	.480**	1.000	.349**	.513**	.335*	.345**	.469**	.722**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.007	.000	.010	.008	.000	.000
	N	58	58	58	58	58	58	58	58	58
Y1.4	Pearson Correlation	.442**	.513**	.349**	1.000	.557**	.315*	.721**	.416**	.714**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.007	.	.000	.016	.000	.001	.000
	N	58	58	58	58	58	58	58	58	58
Y1.5	Pearson Correlation	.478**	.515**	.513**	.557**	1.000	.423**	.474**	.424**	.738**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.	.001	.000	.001	.000
	N	58	58	58	58	58	58	58	58	58
Y1.6	Pearson Correlation	.321*	.486**	.335*	.315*	.423**	1.000	.235	.464**	.606**
	Sig. (2-tailed)	.014	.000	.010	.016	.001	.	.076	.000	.000
	N	58	58	58	58	58	58	58	58	58
Y1.7	Pearson Correlation	.447**	.663**	.345**	.721**	.474**	.235	1.000	.436**	.715**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.008	.000	.000	.076	.	.001	.000
	N	58	58	58	58	58	58	58	58	58
Y1.8	Pearson Correlation	.590**	.689**	.469**	.416**	.424**	.464**	.436**	1.000	.756**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.001	.000	.001	.	.000
	N	58	58	58	58	58	58	58	58	58
TOT_Y	Pearson Correlation	.798**	.860**	.722**	.714**	.738**	.606**	.715**	.756**	1.000
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.
	N	58	58	58	58	58	58	58	58	58

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

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



## Uji Reliabilitas Variabel Lokasi (X1)

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

### RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (SPLIT)

#### Reliability Coefficients

N of Cases =	58.0	N of Items =	8
Correlation between forms =	.8711	Equal-length Spearman-Brown =	.9311
Guttman Split-half =	.9303	Unequal-length Spearman-Brown =	.9311
4 Items in part 1		4 Items in part 2	
Alpha for part 1 =	.8399	Alpha for part 2 =	.8673

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## Uji Reliabilitas Variabel Citra (X2)

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

### RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (SPLIT)

#### Reliability Coefficients

N of Cases =	58.0	N of Items =	8
Correlation between forms =	.8644	Equal-length Spearman-Brown =	.9273
Guttman Split-half =	.9262	Unequal-length Spearman-Brown =	.9273
4 Items in part 1		4 Items in part 2	
Alpha for part 1 =	.8228	Alpha for part 2 =	.8375

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## Uji Reliabilitas Variabel Kebutuhan Nasabah (X3)

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

### RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (SPLIT)

#### Reliability Coefficients

N of Cases =	58.0	N of Items =	8
Correlation between forms =	.7877	Equal-length Spearman-Brown =	.8812
Guttman Split-half =	.8804	Unequal-length Spearman-Brown =	.8812
4 Items in part 1		4 Items in part 2	
Alpha for part 1 =	.8420	Alpha for part 2 =	.8398

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## Uji Reliabilitas Variabel Perilaku Nasabah (Y)

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

### RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (SPLIT)

#### Reliability Coefficients

N of Cases = 58.0

N of Items = 8

Correlation between forms = .8095

Equal-length Spearman-Brown = .8947

Guttman Split-half = .8837

Unequal-length Spearman-Brown = .8947

4 Items in part 1

4 Items in part 2

Alpha for part 1 = .8141

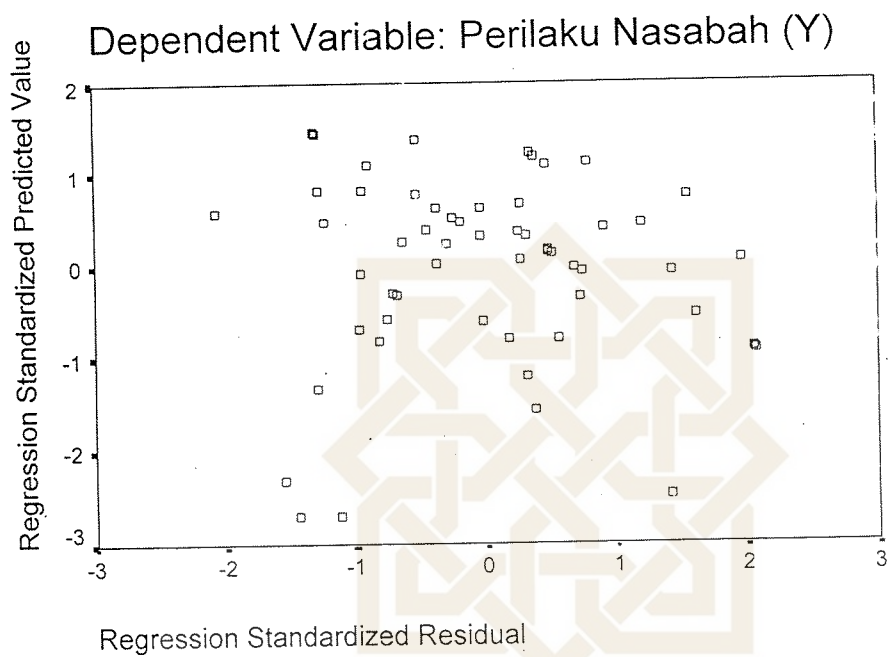
Alpha for part 2 = .7337



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## Uji Heteroskedastisitas

Scatterplot



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## Uji Multikolinieritas Ke 1 Regression

Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kebutuhan Nasabah (X3), Citra (X2)		Enter

- a. All requested variables entered.  
b. Dependent Variable: Lokasi (X1)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.473 <sup>a</sup>	.224	.196	.5400

- a. Predictors: (Constant), Kebutuhan Nasabah (X3), Citra (X2)

ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4.626	2	2.313	7.932	.001 <sup>a</sup>
	Residual	16.039	55	.292		
	Total	20.665	57			

- a. Predictors: (Constant), Kebutuhan Nasabah (X3), Citra (X2)  
b. Dependent Variable: Lokasi (X1)

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.820	.540		3.367	.001
	Citra (X2)	.337	.133	.321	2.540	.014
	Kebutuhan Nasabah (X3)	.225	.112	.254	2.011	.049

- a. Dependent Variable: Lokasi (X1)



## Uji Multikolinieritas Ke 2 Regression

Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kebutuhan Nasabah (X3), Lokasi (X1)		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Citra (X2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.459 <sup>a</sup>	.210	.182	.5197

a. Predictors: (Constant), Kebutuhan Nasabah (X3), Lokasi (X1)

ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3.956	2	1.978	7.322	.002 <sup>a</sup>
	Residual	14.856	55	.270		
	Total	18.812	57			

a. Predictors: (Constant), Kebutuhan Nasabah (X3), Lokasi (X1)

b. Dependent Variable: Citra (X2)

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.935	.508		3.808	.000
	Lokasi (X1)	.312	.123	.327	2.540	.014
	Kebutuhan Nasabah (X3)	.189	.109	.224	1.740	.087

a. Dependent Variable: Citra (X2)

## Uji Multikolinieritas Ke 3 Regression

Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Citra (X2), Lokasi (X1)	.	Enter

- a. All requested variables entered.  
b. Dependent Variable: Kebutuhan Nasabah (X3)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.422 <sup>a</sup>	.178	.148	.6282

- a. Predictors: (Constant), Citra (X2), Lokasi (X1)

ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4.702	2	2.351	5.958	.005 <sup>a</sup>
	Residual	21.703	55	.395		
	Total	26.405	57			

- a. Predictors: (Constant), Citra (X2), Lokasi (X1)  
b. Dependent Variable: Kebutuhan Nasabah (X3)

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.414	.664		2.131	.038
	Lokasi (X1)	.304	.151	.269	2.011	.049
	Citra (X2)	.276	.159	.253	1.740	.087

- a. Dependent Variable: Kebutuhan Nasabah (X3)

## Regression

### Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Perilaku Nasabah (Y)	4.0071	.5403	58
Lokasi (X1)	3.9483	.6021	58
Citra (X2)	3.8621	.5745	58
Kebutuhan Nasabah (X3)	3.6821	.6806	58

### Correlations

		Perilaku Nasabah (Y)	Lokasi (X1)	Citra (X2)	Kebutuhan Nasabah (X3)
Pearson Correlation	Perilaku Nasabah (Y)	1.000	.634	.539	.546
	Lokasi (X1)	.634	1.000	.408	.364
	Citra (X2)	.539	.408	1.000	.343
	Kebutuhan Nasabah (X3)	.546	.364	.343	1.000
Sig. (1-tailed)	Perilaku Nasabah (Y)		.000	.000	.000
	Lokasi (X1)	.000		.001	.002
	Citra (X2)	.000	.001		.004
	Kebutuhan Nasabah (X3)	.000	.002	.004	
N	Perilaku Nasabah (Y)	58	58	58	58
	Lokasi (X1)	58	58	58	58
	Citra (X2)	58	58	58	58
	Kebutuhan Nasabah (X3)	58	58	58	58

### Variables Entered/Removed<sup>b</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kebutuhan Nasabah (X3), Citra (X2), Lokasi (X1)		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Perilaku Nasabah (Y)

### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.757 <sup>a</sup>	.573	.549	.3630	1.946

a. Predictors: (Constant), Kebutuhan Nasabah (X3), Citra (X2), Lokasi (X1)

b. Dependent Variable: Perilaku Nasabah (Y)

ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9.527	3	3.176	24.105	.000 <sup>a</sup>
	Residual	7.114	54	.132		
	Total	16.640	57			

a. Predictors: (Constant), Kebutuhan Nasabah (X3), Citra (X2), Lokasi (X1)

b. Dependent Variable: Perilaku Nasabah (Y)

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.684	.399		1.714	.092		
	Lokasi (X1)	.373	.091	.415	4.113	.000	.776	1.288
	Citra (X2)	.249	.094	.265	2.648	.011	.790	1.266
	Kebutuhan Nasabah (X3)	.241	.078	.304	3.097	.003	.822	1.217

a. Dependent Variable: Perilaku Nasabah (Y)

Residuals Statistics<sup>a</sup>

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	2.9046	4.6039	4.0071	.4088	58
Residual	-.7488	.7507	2.067E-16	.3533	58
Std. Predicted Value	-2.697	1.460	.000	1.000	58
Std. Residual	-2.063	2.068	.000	.973	58

a. Dependent Variable: Perilaku Nasabah (Y)

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## PROSEDUR PENGAJUAN PEMBIAYAAN BMT BINA IHSANUL FIKRI

### A. MEMENUHI SYARAT ADMINISTRASI:

1. Telah memiliki rekening tabungan di BMT BIF.
2. Foto Kপি KTP dan C1 Wilayah Yogyakarta (diutamakan yang terdekat dengan BMT BIF).
3. Foto kopi surat jaminan pembiayaan atas nama sendiri atau atas nama orang lain dengan menunjukkan surat jual beli/surat kuasa.
4. Mengisi blanko pengajuan pembiayaan.
5. Mendapat rekomendasi dan Takmir Masjid setempat atau RT/RW atau Personal Garansi yang dipercaya.

### B. MEMILIKI USAHA YANG LAYAK

### C. BERSEDIA DISURVEI/DIKUNJUNGI DAN MENGIKUTI PEMBINAAN USAHA SERTA PENGAJIAN.

### D. TERBUKA TERHADAP MASALAH YANG BERKAITAN DENGAN PEMBIAYAAN.

### E. MENDAPAT PERSETUJUAN DARI SUAMI / ISTRI / PENANGGUNGJAWAB.

### F. MENDAPAT REKOMENDASI DARI PIMPINAN TEMPAT BEKERJA (BAGI PEGAWAI).

### G. DIUTAMAKAN BERKELOMPOK.

### H. MENDAPAT REKOMENDASI DARI KETUA KELOMPOK.

### I. PROSEDUR ANGSURAN.

1. Datang langsung di BMT BIF.
2. Disediakan fasilitas jemputan bagi kelompok dan angsuran harian.
3. Sistem angsuran diutamakan Harian dan Mingguan.

### J. JIKA TERJADI KEMUNDURAN PELUNASAN:

1. Akan disurvei ulang untuk mengetahui alasan pengunduran.
2. Hasil survei menghasilkan maksimal dua keputusan: a) pailit usaha dan b) sikap mental / karakter. Keputusan ini sepenuhnya mutlak hak BMT BIF.
3. Jika karena pailit usaha, maka akan dibuat akad ulang sesuai dengan kesepakatan dan kondisi usaha.
4. Jika karena sikap mental, penagihan akan tetap dijalankan dan dikenakan biaya penagihan sebesar:
  - Dalam kota (radius < 3 km) Rp. 3.000. sekali datang.
  - Luar kota (radius > 3 km) Rp. 5.000. sekali datang.