

Pengaruh Faktor Sosial dan Tingkat Pendidikan terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di BMT Mandiri Ukhuwah Persada (Muda) Jawa Timur

Umi Atia Hanik, Taudlikur Afkar, Hapsari Wiji Utami

STAI An Najah Indonesia Mandiri, UIN Sunan Ampel Surabaya

Email: umiatiahanik@yahoo.com, taudlikurafkar@yahoo.com, hapsarihap@yahoo.com

Article Info

Article history:

Published: June 28, 2021

Page: 122-132

Keyword:

Faktor Sosial, Tingkat Pendidikan, Keputusan Nasabah

Abstract

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor sosial meliputi keluarga, kelompok acuan, peran dan status. Sedangkan Tingkat pendidikan meliputi pendidikan formal, non formal dan informal. Keputusan menjadi nasabah dipengaruhi banyak faktor diantaranya faktor sosial dan tingkat pendidikan. Penelitian ini bermaksud menguji pengaruh faktor sosial dan tingkat pendidikan terhadap keputusan nasabah memilih Bmt Mandiri Ukhuwah Persada (Muda) Jatim. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini bersifat kuantitatif. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi berganda yang diolah dengan menggunakan statistik SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor sosial 84,4% sedangkan tingkat pendidikan sebesar 4,7 %. Karena penelitian ini menggunakan standar presentase 5% maka yang berpengaruh hanya tingkat pendidikan.

Kata Kunci : Faktor Sosial, Tingkat Pendidikan, Keputusan Nasabah

Copyright © 2021 OECONOMICUS Journal of Economics

Pendahuluan

Persaingan antar lembaga keuangan saat ini semakin meningkat. Hal ini ditandai oleh semakin banyaknya lembaga keuangan membuka kantor cabang, kantor pembantu, dan kantor kas. Hampir semua bank, bank konvensional maupun syariah melayani mulai segmen korporasi sampai mikro. Bank syariah sebagai follower dibanding bank konvensional menghadapi persaingan yang

sangat ketat. Bank syariah tidak hanya bersaing dengan sesama bank syariah, tetapi juga dengan bank konvensional, bank asing dan lembaga keuangan lainnya. Semakin banyaknya jumlah bank maka semakin tinggi tingkat persaingan antara sesama bank itu sendiri. Munculnya *dual system* dalam perbankan di Indonesia yang memungkinkan sebuah bank dijalankan dengan sistem konvensional dan syariah.

Editorial Office:

Prodi Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sunan Ampel Surabaya

Jl. Ahmad Yani 117 Surabaya, Jawa Timur 60237, Indonesia.

Email: oje@uinsby.ac.id

Oleh sebab itu hampir seluruh bank konvensional saat ini memiliki unit syariah. Disamping itu juga terdapat bank muamalat, bank perkreditan rakyat syariah dan BMT (Baitu Maal Wa Tamwil) syariah.

Berdasarkan studi yang dilakukan oleh Lembaga Riset Teletika Sharing Vision pada tahun 2013 sebanyak 68% dari 246,9 juta penduduk Indonesia belum memiliki akun rekening di bank. Oleh karena itu, lembaga keuangan syariah yang dalam hal ini adalah BMT, hadir dengan tujuan lebih mendekatkan diri kepada masyarakat dan membantu menyelesaikan persoalan permodalan. Alasan dilakukan penelitian ini karena adanya persaingan yang sangat ketat dikarenakan semakin banyaknya lembaga keuangan syariah saat ini. Agar mampu mensosialkan ke masyarakat luas, maka perusahaan harus mengetahui perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan untuk menjadi nasabah lembaga keuangan syariah khususnya BMT MUDA JATIM Surabaya yang berhubungan dengan karakteristik konsumen dan faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan.

Saat ini perkembangan dibidang jasa, khususnya BMT sedang pesat. Dahulu nasabah mencari BMT, sekarang BMT mencari nasabah, maka BMT dituntut mampu menawarkan produk-produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabah. Dengan memanfaatkan produk yang ditawarkan, BMT harus dapat merebut perhatian calon nasabah tidak hanya sekedar memperkenalkan, tetapi juga mengandung unsur persuasi. Salah satu tantangan yang kini masih banyak dihadapi adalah adanya pendapat yang mengatakan BMT syariah hanya sekedar lembaga keuangan yang ditambah label syariah. Alasan dilakukan penelitian ini karena adanya persaingan yang sangat ketat dikarenakan semakin banyaknya lembaga keuangan syariah saat ini. Agar mampu mensosialkan ke masyarakat luas, maka perusahaan harus mengetahui perilaku konsumen dalam

pengambilan keputusan untuk menjadi nasabah lembaga keuangan syariah khususnya BMT Muda Surabaya yang berhubungan dengan karakteristik konsumen dan faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan. Karakteristik konsumen terdiri dari profesi, jenis kelamin dan tingkat pendidikan terakhir. Profesi perlu diketahui karena profesi orang berbeda-beda dan mempunyai tingkat upah atau gaji yang berbeda pula. Hal tersebut akan berpengaruh terhadap kemampuan nasabah dalam menabung. Jenis kelamin perlu diketahui karena sekarang lebih banyak wanita dari pada pria dan wanita cenderung memiliki sifat hemat selain itu di dalam pekerjaan kebanyakan wanita berpenghasilan lebih kecil dari pada pria hal tersebut juga berpengaruh pada besar kecilnya uang yang ditabung. Tingkat pendidikan akhir perlu diketahui karena dengan tingkat pendidikan yang berbeda akan berbeda pula tingkat tabungan dan jenis tabungan yang dipilih.

Ada banyak faktor yang dapat mempengaruhi konsumen, diantaranya menurut Essael yaitu: faktor individual konsumen yang meliputi pendidikan dan penghasilan konsumen, pengaruh lingkungan, dan strategi pemasaran. Dari teori Essael dikatakan faktor individual konsumen yang didalamnya adalah pendidikan sangat mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen, hal ini disebabkan konsumen yang berpendidikan tinggi mempunyai pandangan yang berbeda terhadap alternatif produk, informasi produk, dan penilaian terhadap sebuah produk dibandingkan dengan konsumen berpendidikan lebih rendah.

Perilaku konsumen dalam mengambil keputusan juga dipengaruhi oleh faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga, peran dan setatus. Seperti pada teori Kotler juga menyebutkan dalam Simamora bahwa faktor-faktor yang berpengaruh pada perilaku konsumen adalah faktor

kebudayaan, faktor sosial, faktor personal, dan faktor psikologis.

Meskipun mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam, tetapi pengembangan produk syariah berjalan lambat dan belum berkembang sebagaimana halnya lembaga keuangan konvensional. Upaya pengembangan lembaga keuangan syariah tidak cukup hanya berlandaskan kepada aspek legal dan peraturan perundangundangan tetapi juga harus berorientasi kepada pasar atau masyarakat sebagai pengguna jasa (konsumen).

Kajian Pustaka

Dalam islam dapat dikatakan bahwa pengambilan keputusan adalah suatu proses pilihan yang diambil oleh seorang pemimpin dari berbagai alternatif untuk memecahkan permasalahan yang berdasarkan nilai-nilai islami yaitu Al-Qur'an dan Sunnah Rasul. Berdasarkan pemahaman tersebut dapat kita pahami bahwa menurut islam yang menjadi barometer dalam pengambilan keputusan adalah nilai-nilai islami yakni Al-Qur'an dan Sunnah Rasulullah. Apabila ada hal-hal yang dianggap melanggar islam maka dapat dikatakan bahwa keputusan tersebut kurang baik. Hal ini bukan berarti islam sangat eksklusif dan tertutup terhadap hal-hal yang bukan berasal dari islam, harus kita pahami bahwa islam sangat menjunjung tinggi nilai-nilai yang dapat menunjang kehidupan manusia sendiri, seperti demokrasi, hak asasi manusia dan sebagainya.

Salah satu keterangan menyatakan bahwa bila orang mukmin hendak mengadakan perdamaian harus atas dasar persamaan dan adil diantara mereka, pernyataan ini mengandung konotasi bahwa untuk mengadakan perdamaian atau mengambil keputusan itu harus disepakati dan diterima bersama. Hal ini hanya bisa dilakukan dalam satu prosedur yaitu usyawarah diantara mereka. Tanpa musyawarah persamaan dan adil itu sulit atau bahkan mustahil bisa dipenuhi, karena hanya

dalam musyawarah setiap orang memiliki persamaan hak untuk mendapatkan kesempatan secara adil untuk mengungkapkan pendapat dan pandangan masing-masing terhadap masalah yang sedang dirundingkan.

Apabila dikaitkan dengan masalah pendidikan, maka prinsip musyawarah, saat kira sangat diperlukan terutama dalam setiap menentukan kebijakan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan pendidikan. Pemerintah atau pihak sekolah dalam hal ini memiliki hak yang sama dalam menentukan peraturan atau sistem pendidikan yang akan dipakai di setiap lembaga pendidikan nantinya.

Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah islam yang tata cara beroperasinya mengacu kepada ketentuan-ketentuan Al-Qur'an dan Hadist. Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) beroperasi mengikuti ketentuan-ketentuan syari'ah islam khususnya yang menyangkut tata cara bermu'amalat secara islam. Dalam tata cara bermu'amalat itu di jauhi praktek-praktek yang dikhawatirkan mengandung unsur-unsur riba untuk diisi dengan kegiatan-kegiatan investasi atas dasar bagi hasil dan pembiayaan perdagangan. Untuk menjamin operasi bank islam tidak menyimpang dari tuntunan syariah, maka pada setiap bank islam hanya diangkat manager dan pimpinan bank yang sedikit banyak menguasai prinsip bermuamalah islam.

Definisi yang lain adalah merupakan kependekan dari baitul maal wa tamwil. Dalam kamus kontemporer Arab-Indonesia, baitul maal diartikan sebagai rumah usaha atau rumah pembiayaan. Baitul maal dikembangkan berdasarkan sejarah perkembangan islam. Dimana baitul maal dikembangkan untuk mengumpulkan sekaligus mentasyarufkan dana sosial. Sedangkan baitul tamwil merupakan lembaga bisnis yang bermotif laba.

BMT singkatan dari Baitul Maal Wa Tamwil, namun ada juga yang menyebutnya

sebagai Balai Usaha Mandiri dan Terpadu. Perbedaan penyebutan ini sebenarnya akan menimbulkan penafsiran yang berbeda tentang BMT dilapangan. Dari perkataan Baitul Maal Wa Tamwil maka BMT memiliki 2 visi/misi : yaitu visi/misi sosial yang diwujudkan melalui Baitul Maal, dan visi/misi bisnis yang diwujudkan melalui Baitut Tamwil. Dengan demikian strategi BMT dalam pemberdayaan ekonomi rakyat ini adalah dengan memadukan visi/misi sosial dan bisnis. Dalam segi operasi, BMT tidak lebih dari sebuah koperasi, karena ia dimiliki oleh masyarakat yang menjadi anggotanya, menghimpun simpanan anggota dan menyalurkannya kembali kepada anggota melalui produk pembiayaan / kredit. Oleh karena itu legalitas BMT pada saat ini lebih paling cocok adalah berbadan hukum koperasi. Baitul Maal nya BMT, berupaya menghimpun dana dari anggota masyarakat yang berupa zakat, infaq dan shodaqoh (ZIS) dan disalurkan kembali kepada yang berhak menerimanya, ataupun dipinjamkan kepada anggota yang benar-benar membutuhkan melalui produk pembiayaan qordhul hasan (pinjaman kebajikan/bunga nol persen). Sementara Baitul Tamwil, berupaya menghimpun dana masyarakat yang berupa : simpanan pokok, simpanan wajib, sukarela dan simpananberjangka serta penyertaan pihak lain, yang sifatnya merupakan kewajiban BMT untuk mengembalikannya. Dana ini diputar secara produktif/bisnis kepada para anggota dengan menggunakan pola syariah.

Metode Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan “penelitian dengan meneliti seberapa besar pengaruh variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependent*)”. Metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat

kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Hasil dan Pembahasan

Uji Reabilitas dan Uji Validitas

Tabel 1.

Uji reabilitas instrumen variabel Faktor Sosial (X_1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.481	.507	6

Tabel 2.

Uji reabilitas instrumen variabel Tingkat Pendidikan (X_2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.875	.877	9

Tabel 3.

Uji reabilitas instrumen variabel Keputusan Konsumen (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.363	.417	10

Dalam penentuan tingkat reliabilitas suatu instrumen penelitian dapat diterima bila memiliki koefisien alpha besar dari 0,60 seperti yang dikemukakan oleh Nugroho (2005) dan Suyuthi (2005).

Berdasarkan *Reliability Statistic* diatas, nilai *Cronbach's Alpha* Sebesar 0,481 untuk variabel faktor sosial (X_1), nilai *Cronbach's Alpha* Sebesar 0,875 untuk

variabel tingkat pendidikan (X_2), dan nilai *Cronbach's Alpha* Sebesar 0,363 untuk variabel keputusan konsumen (Y), adalah tidak reliabel. Seperti yang dikemukakan Triton (2006), karena angka *Cronbach's Alpha* 0,481 dan 0,875 maka untuk variabel faktor sosial (X_1) dan tingkat pendidikan (X_2) diartikan sangat reliabel. Dan untuk variabel variabel keputusan konsumen (Y) karena angka *Cronbach's Alpha* 0,363 berarti tidak reliabel.

Tabel 4.

Uji validitas instrumen variabel Faktor Sosial (X_1)

	F Hitung	F Tabel	Validitas
Item01	0,126	0,374	Tidak Valid
Item02	0,353	0,374	Tidak Valid
Item03	0,335	0,374	Tidak Valid
Item04	0,056	0,374	Tidak Valid
Item05	0,381	0,374	Valid
Item06	0,290	0,374	Tidak Valid

Tabel 5

Uji validitas instrumen variabel Tingkat Pendidikan (X_2)

	F Hitung	F Tabel	Validitas
Item07	0,685	0,374	Valid
Item08	0,486	0,374	Valid
Item09	0,894	0,374	Valid
Item10	0,724	0,374	Valid
Item11	0,515	0,374	Valid
Item12	0,709	0,374	Valid
Item13	0,647	0,374	Valid
Item14	0,555	0,374	Valid
Item15	0,383	0,374	Valid

Tabel 6

Uji validitas instrumen variabel Keputusan Konsumen (Y)

	F Hitung	F Tabel	Validitas
Item16	0,000	0,374	Tidak Valid
Item17	0,021	0,374	Tidak Valid
Item18	0,125	0,374	Tidak Valid
Item19	0,365	0,374	Tidak Valid
Item20	0,207	0,374	Tidak Valid
Item21	0,437	0,374	Valid
Item22	0,494	0,374	Valid
Item23	0,347	0,374	Tidak Valid
Item24	0,216	0,374	Tidak Valid
Item25	0,626	0,374	Valid

Berdasarkan tabel-tabel diatas, dari beberapa item ada data yang tidak valid seperti di variabel X_1 (faktor sosial) ada item no 1, 2, 3, 4 dan 5, sedangkan di variabel X_2 (tingkat pendidikan) semua data valid karena F Hitung lebih besar dari pada F Tabel, dan variabel Y (keputusan nasabah) ada beberapa item yang tidak valid juga seperti item no 16, 17, 18, 19, 20, 23, 24 dan 25. Data yang dikatakan tidak valid apabila F Hitung lebih kecil dari F tabel. Data diatas ada yang tidak valid di karenakan responden tidak mengerti maksud dari isi kuesioner yang dikasih oleh peneliti.

Data yang tidak valid tidak bisa dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya namun data yang valid bisa dijadikan sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya.

Uji Persyaratan Analisis

Uji Normalitas Data

Tabel 7

Uji Normalitas Kolmogorv-Smirnov

		x1	x2	y
Normal Parameters ^{a,b}	N	30	30	30
	Mean	12,8687	21,8000	30,6333
	Std. Deviation	2,34496	5,22857	2,98829
Most Extreme Differences	Absolute	.114	.168	.184
	Positive	.114	.168	.184
	Negative	-.089	-.068	-.119
	Kolmogorov-Smirnov Z	.627	.920	1,007
	Asymp. Sig. (2-tailed)	.827	.365	.262

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Dari tabel *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* diperoleh angka probabilitas atau Asym. Sig (2-tailed). Nilai ini dibandingkan dengan 0,05 untuk pengambilan keputusan dengan pedoman bahwa, apabila nilai Sig. Atau signifikansi atau probabilitas < 0,05 distribusi data adalah tidak normal, dan apabila nilai Sig. Atau signifikansi atau nilai probabilitas > 0,05 distribusi data adalah normal. Dari hasil uji normalitas menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* diperoleh nilai 0,827 untuk variabel faktor sosial, nilai 0,365 untuk variabel tingkat pendidikan dan nilai 0,262 untuk variabel keputusan konsumen berarti distribusi data adalah normal.

Tabel 8
Uji Linieritas

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
x1 * y	Between Groups (Combined)	32,955	10	3,295	.495	.879
	Linearity	6,035	1	6,035	.906	.353
	Deviation from Linearity	26,920	9	2,991	.449	.880
	Within Groups	126,512	19	6,659		
Total		159,467	29			
x2 * y	Between Groups (Combined)	253,026	10	25,303	.891	.558
	Linearity	134,744	1	134,744	4,743	.042
	Deviation from Linearity	118,282	9	13,142	.463	.862
	Within Groups	539,774	19	28,409		
Total		792,800	29			

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui kelayakan variabel bebas untuk memprediksi variabel terikat. Analisa yang digunakan untuk menguji linieritas adalah *Anova*. Rumus ini digunakan karena dalam penelitian ini ingin mengetahui apakah ada hubungan linier antara variabel bebas dengan variabel terikat. Untuk mengetahui ada hubungan linier atau tidak dapat dilihat

pada tabel *Anova* dengan melihat perhitungan pada *Deviation From Linearity*, apabila nilainya menunjukkan > 0,05 maka antara variabel bebas dan variabel terikat mempunyai hubungan linier, dan sebaliknya jika pada *Deviation From Linearity*, apabila nilainya menunjukkan < 0,05 maka antara variabel bebas dan variabel terikat tidak mempunyai hubungan linier.

Dari hasil uji linieritas diketahui nilai *Deviation From Linearity* sebesar 0,890 untuk X1 dan 0,882 untuk X2 maka menunjukkan antara variabel bebas dan variabel terikat mempunyai hubungan linier.

Uji Homogenitas/Heterokedasitas

Tabel 9
Uji Homogenitas/Heterokedasitas

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
x1	4.323	7	19	.005
x2	2.271	7	19	.074

Uji homogenitas dapat dilakukan dengan menggunakan *Levene's Test*, dengan melihat taraf signifikansi dari nilai *Levene F_{hitung}*. Jika nilai *Levene F_{hitung}* menunjukkan taraf signifikansi lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan tidak ada perbedaan varian antar kelompok sampel atau dengan kata lain varian antar kelompok adalah sama. Dari tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *Levene F_{hitung}* menunjukkan taraf signifikansi kurang dari 0,05 untuk X1 maka dapat dikatakan ada perbedaan variab antar kelompok sampel sedangkan untuk X2 lebih dari 0,05 maka dapat dikatan tidak ada perbedaan varian antar kelompok sampel.

Uji Multikolinearitas

Tabel 10
Uji Multikolinearitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	25.062	3.134		7.996	.000		
	x1	.048	.243	.038	.199	.844	.845	1.184
	x2	.227	.109	.397	2.084	.047	.845	1.184

a. Dependent Variable: y

Dari tabel diatas diketahui bahwa:

- Nilai Tolerance semua variabel independen lebih besar dari 0,10
- Nilai VIF semua variabel independen lebih kecil dari 10,00

Berdasarkan nilai diatas, disimpulkan bahwa tidak terjadi Multikolinearitas.

Uji Analisis Regresi Berganda

Tabel 11
Uji Regresi Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	25.062	3.134		7.996	.000
	x1	.048	.243	.038	.199	.844
	x2	.227	.109	.397	2.084	.047

a. Dependent Variable: y

Dari tabel diatas diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$Y = 25,062 + 0,048 (X_1) + 0,227 (X_2)$ atau **Loyalitas nasabah = 25,062 + 0,048 (Faktor Sosial) + 0,227 (Tingkat Pendidikan)**

Keterangan:

- Nilai konstanta sebesar 25,062 menyatakan bahwa jika tidak ada faktor sosial dan tingkat pendidikan maka keputusan bernilai 25,062.
- Koefisien regresi X_1 sebesar 0,048 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 nasabah, faktor sosial akan meningkatkan keputusan nasabah sebesar 0,048. Dan

sebaliknya jika faktor sosial menurunkan 1 nasabah, maka keputusan konsumen akan menurun sebesar 0,048.

- Koefisien regresi X_2 sebesar 0,227 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 nasabah, tingkat pendidikan akan meningkat keputusan nasabah sebesar 0,227. Dan sebaliknya jika tingkat pendidikan menurunkan 1 nasabah, maka keputusan konsumen akan menurun sebesar 0,227.

Uji Hipotesis

Uji-t (uji parsial)

Digunakan untuk menguji apakah pernyataan dalam hipotesis itu benar. Uji-t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$

Adapun prosedurnya sebagai berikut:

H_0 : Artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

H_1 : Artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 12

Hasil Uji t-test

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	25.062	3.134		7.996	.000
	x1	.048	.243	.038	.199	.844
	x2	.227	.109	.397	2.084	.047

a. Dependent Variable: y

Berdasarkan tabel *coefficients* regresi diatas dapat dirumuskan sebagai berikut: Untuk rumusan masalah yang pertama dengan hipotesis yang berbunyi "Terdapat pengaruh signifikan antara faktor sosial konsumen terhadap keputusan

konsumen untuk menjadi nasabah BMT MUDA JATIM Surabaya”.

Dengan ketentuan:

H_0 : Tidak ada pengaruh dari faktor sosial konsumen terhadap keputusan konsumen untuk menjadi nasabah BMT MUDA JATIM Surabaya.

H_1 : Ada pengaruh faktor sosial konsumen terhadap keputusan konsumen untuk menjadi nasabah BMT MUDA JATIM Surabaya.

Nilai tabel *coefficients* diperoleh nilai *sig.* Sebesar 0,000 dibandingkan dengan taraf signifikan ($\alpha = 5\%$) 0,05 maka: $\text{Sig. } \alpha 0,844 > 0,05$

Karena nilai $\text{Sig.} > \alpha$ maka disimpulkan untuk menolak H_1 , yang berarti variabel tingkat sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah (cara yang lainnya dengan membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel}). Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka disimpulkan untuk menolak H_1 , artinya variabel tingkat sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah (begitu sebaliknya).

Uji F (uji simultan)

Tabel 13
Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	44.328	2	22.164	2.788	.079 ^b
	Residual	214.639	27	7.950		
	Total	258.967	29			

a. Predictors: (Constant), x2, x1

b. Dependent Variable: y

Dari hasil output diatas (ANOVA), terbaca nilai F_{hitung} sebesar 2,788 dengan tingkat signifikansi 0,079. Oleh karena probabilitas (0,079) lebih besar dari 0,05 (dalam kasus ini menggunakan taraf signifikansi atau $\alpha = 5\%$), maka model regresi bisa dipakai untuk keputusan konsumen.

Umumnya *output* ini digunakan untuk menguji hipotesis. Hipotesis yang dikemukakan adalah:

H_0 = Tidak ada hubungan yang linier antara faktor sosial dan tingkat

pendidikan dengan keputusan konsumen.

H_1 =Ada hubungan yang linier antara faktor sosial dan tingkat pendidikan dengan keputusan konsumen.

Pedoman yang digunakan adalah: jika $\text{Sig.} > \alpha$ maka disimpulkan untuk menolak H_1 , yang artinya tidak ada hubungan yang linier antara faktor sosial dan tingkat pendidikan dengan keputusan konsumen. Cara lainnya dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} . Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka disimpulkan untuk menolak H_1 , yang antara faktor sosial dan tingkat pendidikan dengan keputusan adalah tidak signifikan.

Untuk rumusan masalah yang kedua dengan hipotesis yang berbunyi “terdapat pengaruh signifikan antara tingkat pendidikan konsumen terhadap keputusan konsumen untuk menjadi nasabah BMT MUDA JATIM Surabaya.

Dengan ketentuan:

H_0 : Tidak ada pengaruh antara tingkat pendidikan konsumen untuk menjadi nasabah BMT MUDA JATIM Surabaya.

H_1 : Ada pengaruh antara tingkat pendidikan konsumen terhadap keputusan konsumen untuk menjadi nasabah BMT MUDA JATIM Surabaya.

Nilai tabel *coefficients* diperoleh nilai *sig.* Sebesar 0,000 dibandingkan dengan taraf signifikan ($\alpha = 5\%$) 0,05 maka: $\text{Sig.} \alpha 0,047 < 0,05$

Karena nilai $\text{Sig.} < \alpha$ maka disimpulkan untuk menolak H_0 , yang berarti variabel tingkat pendidikan berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen (cara yang lainnya dengan membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel}). Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka disimpulkan untuk menolak H_0 , artinya tingkat pendidikan berpengaruh signifikan

terhadap keputusan nasabah (begitu juga sebaliknya).

Pembahasan Hasil Penelitian

Tujuan yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah untuk menjelaskan:

1. Pengaruh variabel faktor sosial terhadap keputusan menjadi nasabah BMT MUDA JATIM Surabaya.

Dari nilai tabel *coefficients^a* diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 0,199 dengan nilai *Sig.* sebesar 0,844, maka *Sig.* α 0,844 > 0,05. Karena nilai *Sig.* > 0,05 disimpulkan koefisien regresi faktor sosial adalah tidak signifikan (cara yang lainnya dengan membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel}). Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka disimpulkan untuk menolak H_1 , artinya variabel faktor sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen (begitu juga sebaliknya).

Dengan koefisien regresi X_1 sebesar 0,048 menyatakan bahwa setiap penambahan 1, faktor sosial akan meningkatkan keputusan nasabah sebesar 0,048. Dan sebaliknya jika faktor sosial turun 1 maka keputusan konsumen turun 0,048 dengan anggapan X_2 tetap.

Hal ini diketahui dari hasil angket yang diberikan kepada responden bahwa faktor sosial yang meliputi kelompok referensi, keluarga serta peran sosial dan status bukan menjadi faktor pendorong konsumen untuk menjadi calon nasabah di BMT MUDA JATIM Surabaya. Karena tanpa adanya faktor sosial kenyataannya konsumen sebagai nasabah BMT MUDA JATIM Surabaya tetap dapat mengetahui adanya BMT MUDA JATIM sebagai lembaga keuangan syariah yang menyediakan jasa untuk memenuhi kebutuhan ekonomi masyarakat (transaksi keuangan) yang berprinsip syariah berupa produk pembiayaan dan simpanan. Begitu juga dengan keluarga dan kelompok acuan juga tidak menjadi faktor pendorong atau

alasan mengetahui adanya BMT MUDA JATIM sebagai lembaga keuangan syariah.

Berdasarkan uji analisis regresi berganda nilai konstanta sebesar 25,062 menyatakan bahwa jika tidak ada faktor sosial dan tingkat pendidikan maka keputusan bernilai 25,062.

2. Pengaruh variabel faktor pendidikan terhadap keputusan menjadi nasabah BMT MUDA JATIM Surabaya.

Berdasarkan uji-t (uji persial) nilai tabel *coefficients^a* diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,084 dengan nilai *Sig.* sebesar 0,047, maka *sig.* α 0,047 < 0,05. karena nilai *Sig.* < 0,05 disimpulkan koefisien regresi faktor pendidikan adalah signifikan (cara yang lainnya dengan membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel}). Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka disimpulkan menolak H_0 , artinya variabel faktor pendidikan berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen (begitu juga sebaliknya).

Dan koefisien regresi X_2 sebesar 0,397 menyatakan bahwa setiap penambahan 1, faktor sosial akan meningkatkan keputusan nasabah sebesar 0,397. Dan sebaliknya jika faktor sosial turun 1 maka keputusan konsumen turun 0,397 dengan anggapan X_1 tetap.

Hal ini berarti pendidikan formal yang meliputi pendidikan akademis mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan untuk menjadi nasabah BMT MUDA JATIM Surabaya.

Adanya hubungan yang erat mengenai faktor pendidikan terhadap keputusan konsumen untuk menjadi nasabah BMT MUDA JATIM Surabaya dalam hal ini dapat dilihat dari jawaban responden pada angket yang diberikan peneliti dan hasil pengolahan data angket tersebut. Karena dalam angket tersebut pertanyaan yang menggambarkan jawaban bahwa faktor

pendidikan yang meliputi pendidikan formal memiliki pengaruh terhadap konsumen dalam mengambil keputusan untuk menjadi nasabah BMT MUDA JATIM Surabaya.

3. Pengaruh variabel faktor sosial dan tingkat pendidikan secara bersama-sama terhadap keputusan menjadi nasabah BMT MUDA JATIM Surabaya.

Berdasarkan hasil output ANOVA NILAI F_{hitung} sebesar 2,788 dengan tingkat signifikansi 0,079. Oleh karena probabilitas (0,079) lebih besar dari 0,05 (Dalam kasus ini menggunakan taraf signifikansi atau $\alpha = 5\%$), maka model regresi bisa dipakai untuk keputusan konsumen. Dan dari hasil uji F diketahui *Adjust R Square* sebesar 0,110.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan data yang diperoleh oleh peneliti mengenai keputusan konsumen untuk menjadi nasabah BMT MUDA JATIM Surabaya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pengaruh variabel faktor sosial terhadap keputusan konsumen untuk menjadi nasabah BMT MUDA JATIM Surabaya
Dari nilai tabel *Coefficients* diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 0,199 dengan nilai *sig.* sebesar 0,844 > 0,05 yang berarti H_1 ditolak dan H_0 diterima, maka tidak ada pengaruh yang signifikan antara faktor sosial terhadap keputusan konsumen.
2. Pengaruh variabel tingkat pendidikan konsumen terhadap keputusan menjadi nasabah BMT MUDA JATIM Surabaya.
Dari nilai tabel *Coefficients* diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,084 dengan nilai *sig.* sebesar 0,047 dibandingkan dengan taraf signifikan ($\alpha = 0,05\%$) 0,05 yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima, maka ada pengaruh yang signifikan antara tingkat pendidikan konsumen terhadap keputusan menjadi nasabah.
3. Pengaruh variabel faktor sosial dan tingkat pendidikan secara bersama-sama terhadap keputusan menjadi

nasabah BMT MUDA JATIM Surabaya

Berdasarkan dari hasil uji regresi linier berganda menunjukkan bahwa faktor sosial X_1 dan tingkat pendidikan X_2 tidak mempunyai pengaruh terhadap pengambilan keputusan konsumen untuk menjadi nasabah BMT MUDA JATIM Surabaya. Dari hasil uji F, nilai F_{hitung} sebesar 2,788 dengan tingkat signifikansi 0,079. Oleh karena probabilitas (0,079) lebih besar dari 0,05 maka model regresi tidak bisa dipakai untuk keputusan konsumen.

Daftar Pustaka

- Arifin, Zainal. 2012. *Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Arikunto, Suharsimi. (2005). *Manajemen Penelitian*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Brosur Baitul Maal Wa Tamwil Mandiri Ukhuwah Persada Jawa Timur (BMT MUDA JATIM)
- Budiarti, Rika dkk. (2005). *Pengembangan Analisis Multivariate Dengan SPSS 12*. Jakarta : Selemba Infotek.
- Djarwanto. (1996). *Mengenal Beberapa Uji Statistik Dalam Penelitian*. Yogyakarta : Liberty.
- Ferrinadewi.2004 (dalam Triyani) *Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia* (Skripsi pada jurusan manajemen, fakultas ekonomi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang).
- Maimunah Hasan. (2012) *Pendidikan Anak Usia Dini*. (Jogjakarta : Diva Press)
- Maria Asti Adhanari. (2005). *Pengaruh Tingkat Pendidikan Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Bagian Produksi Pada Maharani Handicraft Di Kabupaten Bantul* (Skripsi pada

- Jurusan Ekonomi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Semarang)
- Muhammad Ridwan. (2004) *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)*. Yogyakarta: UII Press
- Muhammad Rusli. (2014). *Pengelolaan Statistik Yang Menyenangkan*. Yogyakarta : GRAHA ILMU
- Trihendradi, Cornelius. (2005). *Step by step SPSS 13 Analisis Data Statistik*. Yogyakarta: ANDI.
- Triyani. (2009) *Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia* (Skripsi pada jurusan manajemen, fakultas ekonomi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang)".
- Rivai, Veithzal dan Arviyan Arifin. (2010). *Islamic Banking*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Saputro, Wahyu Joko. (2015). *Strategi Pengembangan Produk Pembiayaan Murabahah Bait Mal Wa Al-Tamwil Muda Surabaya* (Skripsi pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
- Yasri.2012. Analisis Faktor Penentu Menjadi Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*. Volume 1, Nomor 2, September 2012