

**PENGARUH PENGETAHUAN, PERSEPSI DAN RELIGIUSITAS  
TERHADAP MINAT PEMBIAYAAN DI BMT NURUL UMMAH (NU)  
NGASEM CABANG NGRAHO BOJONEGORO**

**SKRIPSI**



Oleh:

**IKA RISTANTI**

**NIM. 210717208**

Pembimbing:

**Dr. AJI DAMANURI, M. E. I.**

**NIP. 197506022002121003**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**IAIN  
PONOROGO  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

**2021**

## ABSTRAK

**Ristanti, Ika.** 2021. Pengaruh Pengetahuan, Persepsi dan Religiusitas Terhadap Minat Pembiayaan Di BMT Nurul Ummah (NU) Ngasem Cabang Ngraho Bojonegoro. Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo. Pembimbing: Dr. Aji Damanuri M. E. I.

**Kata Kunci:** Minat, Pengetahuan, Persepsi dan Religiusitas

Minat merupakan sebuah perasaan suka dan ketertarikan terhadap suatu aktivitas tanpa ada yang menyuruh. Minat berhubungan dengan sesuatu yang menguntungkan dan dapat menciptakan kepuasan bagi dirinya. Faktor yang berpengaruh pada minat diantaranya faktor intrinsik yang timbul karena pengaruh persepsi, bakat, prestasi belajar, dan sikap dan faktor ekstrinsik yang timbul karena pengetahuan, lingkungan, religiusitas dan sebagainya. Pengetahuan adalah semua bentuk informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa serta informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen. Persepsi adalah proses dimana individu atau seseorang mengorganisasikan dan menginterpretasikan kesan sensorik untuk memberi arti pada lingkungan mereka. Sedangkan religiusitas adalah keadaan seseorang yang mendorongnya untuk melakukan sesuatu yang sesuai dengan kadar ketaatannya terhadap agama. Keberhasilan BMT dapat dilihat dari banyaknya masyarakat yang tertarik menjadi anggota, seperti menjadi anggota pembiayaan. Anggota pembiayaan BMT NU Ngasem Cabang Ngraho dari tahun ke tahun semakin meningkat namun hal ini tidak sejalan dengan tingkat pengetahuan, persepsi dan religiusitas anggota. Banyak anggota yang masih tidak mengerti jenis dan fungsi produk yang ditawarkan, masih menganggap bahwa sistem bagi hasil adalah bunga. Serta banyak didapati seorang anggota yang tidak menjalankan kegiatan jual beli sesuai dengan hukum syariah.

Penelitian yang dilakukan ini merupakan jenis penelitian dengan menggunakan metode kuantitatif. Kusioner atau angket adalah cara yang digunakan untuk pengumpulan data. Kemudian analisis yang digunakan yaitu analisis asumsi klasik, analisis regresi liner sederhana, dan analisis regresi linier berganda dengan bantuan aplikasi SPSS 16.

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa pengetahuan mempunyai koefisien positif dengan hasil  $t_{hitung} > t_{tabel} = 8,218 > 1,99$  dan memiliki nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  maka  $H_{01}$  ditolak dan  $H_{a1}$  diterima. Sehingga dapat dikatakan bahwa pengetahuan ( $X_1$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap minat pembiayaan (Y). Variabel persepsi memiliki nilai  $t_{hitung} > t_{tabel} = 16,001 > 1,99$  dan memiliki nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  maka  $H_{02}$  ditolak dan  $H_{a2}$  diterima. Sehingga dapat dikatakan bahwa persepsi ( $X_2$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap minat pembiayaan (Y). Variabel religiusitas memiliki nilai  $t_{hitung} > t_{tabel} = 10,667 > 1,99$  dan memiliki nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  maka  $H_{03}$  ditolak dan  $H_{a3}$  diterima. Sehingga dapat dikatakan bahwa religiusitas ( $X_3$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap minat pembiayaan (Y). Dari hasil uji F didapatkan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $111,712 > 1,606$  dan nilai sig  $< \alpha$  yaitu  $0,000 < 0,05$  maka  $H_{04}$

ditolak dan  $H_{a4}$  diterima. Sehingga dapat dikatakan bahwa pengetahuan, persepsi dan religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat pembiayaan. Kemudian Nilai  $R^2$  sebesar 0,809 memiliki arti bahwa kontribusi pengetahuan, persepsi dan religiusitas terhadap minat pembiayaan besarnya 80,9% dan sisanya sebesar 19,1% dipengaruhi oleh variabel lain selain pengetahuan, persepsi dan religiusitas yang tidak diteliti pada penelitian ini. Jadi, kesimpulan dalam penelitian ini adalah pengetahuan berpengaruh terhadap minat pembiayaan. Persepsi berpengaruh terhadap minat pembiayaan. Religiusitas berpengaruh terhadap minat pembiayaan. Pengetahuan, persepsi dan religiusitas berpengaruh terhadap minat pembiayaan.





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
 Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

### LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

NO	NAMA	NIM	JURUSAN	JUDUL
1	Ika Ristanti	210717208	Ekonomi Syariah	Pengaruh Pengetahuan, Persepsi Dan Religiusitas Terhadap Minat Pembiayaan Di BMT Nurul Ummah (NU) Ngasem Cabang Ngraho Bojonegoro

Telah selesai melakukan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi.

Ponorogo, 17 Agustus 2021

Mengetahui,  
 Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Dr. Euhar Prasetyo, S.Ag., M.E.I  
 NIP. 197801122006041002

Menyetujui,  
 Dosen Pembimbing

Dr. Aji Damanuri, M.E.I  
 NIP. 197506022002121003

**P O N O R O G O**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

#### LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : Pengaruh Pengetahuan, Persepsi Dan Religiusitas Terhadap Minat  
Pembiayaan Di BMT Nurul Ummah (NU) Ngasem Cabang Ngraho  
Bojonegoro  
Nama : Ika Ristanti  
NIM : 210717208  
Jurusan : Ekonomi Syariah

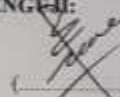
Telah diujikan dalam sidang Ujian Skripsi oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi  
Dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat  
memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi.

#### DEWAN PENGUJI:

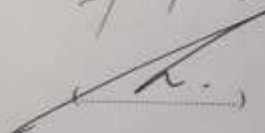
Ketua Sidang :  
Dr. Ely Masykuroh, M.SI  
NIP. 197202111999032003

Penguji I :  
Dr. Luhur Prasetyo, S.Ag., M.E.I  
NIP. 197801122006041002

Penguji II :  
Dr. Aji Damanuri, M.E.I  
NIP. 197506022002121003


  
( )

  
( )

  
( )

Ponorogo, 16 September 2021  
Mengesahkan,  
Dekan FEBI IAIN Ponorogo



  
Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M.Ag  
NIP. 197207142000031005

### SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ika Ristanti

NIM : 210717208

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul : Pengaruh Pengetahuan, Persepsi Dan Religiusitas Terhadap Minat  
Pembiayaan Di BMT Nurul Ummah (NU) Ngasem Cabang Ngraho  
Bojonegoro

Menyatakan bahwa naskah skripsi/thesis telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di [ethesis.iainponorogo.ac.id](https://ethesis.iainponorogo.ac.id), adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Ponorogo, 17 Agustus 2021

Perulis



Ika Ristanti  
NIM. 21071208

**PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ika Ristanti

NIM : 210717208

Jurusan : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

"Pengaruh Pengetahuan, Persepsi Dan Religiusitas Terhadap Minat Pembiayaan Di BMT Nurul Ummah (NU) Ngasem Cabang Ngraho Bojonegoro "

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 17 Agustus 2021

Pembuat Pernyataan,

Ika Ristanti

NIM. 210717208



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Islam telah mengatur hubungan antara manusia dengan manusia yang berkaitan dengan perputaran harta melalui disiplin ilmu fiqh muamalah. Fiqh muamalah merupakan disiplin ilmu yang menetapkan kerangka di bidang hukum untuk kepentingan ekonomi islam. Semua kegiatan muamalah diperbolehkan kecuali ada ketentuan yang melarangnya. Adanya larangan tersebut dikarenakan beberapa alasan yaitu dapat menyebabkan orang untuk berbuat maksiat, melakukan penipuan maupun adanya unsur menzalimi pihak yang bertransaksi.<sup>1</sup>

Salah satu bentuk dari penerapan ekonomi islam di Indonesia adalah praktik perbankan syariah yang dimulai pada tahun 1992 dan diawali dengan didirikannya Bank Muamalat Indonesia (BMI). Dengan menggunakan prinsip bagi hasil, BMI mampu membuktikan bahwa dirinya merupakan lembaga keuangan yang layak berdiri karena dapat bertahan diantara bank lainnya yang mengalami likuidasi akibat krisis ekonomi yang melanda Indonesia pada tahun 1998.<sup>2</sup> Akan tetapi lembaga perbankan syariah tidak mampu menggapai masyarakat dari kalangan menengah kebawah, sehingga muncul lembaga keuangan mikro syariah yaitu *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT) yang

---

<sup>1</sup> Nur Rianto Al Arif, *Lembaga Keuangan Syariah Suatu Kajian Teoretis Praktis* (Bandung: Pustaka Setia, 2012), 23.

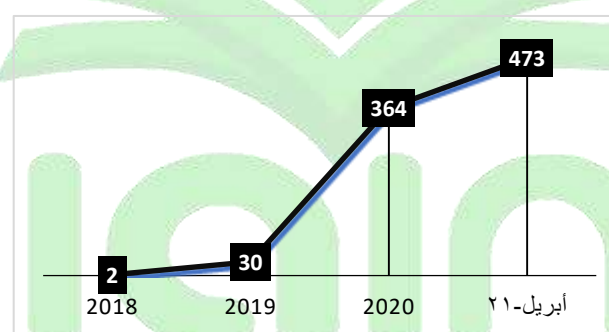
<sup>2</sup> Yeni Cahyono dan Edy Kurniawan, “Perkembangan Perekonomian Syari’ah Pada Masyarakat Ponorogo (analisis Faktor Internal Dan Eksternal),” *Muaddib: Studi Kependidikan dan Keislaman* 6, no. 2 (2017): 147–61.



diharapkan mampu menjadi pemecahan masalah yang dihadapi masyarakat mengenai ketidakmampuan untuk melakukan pembiayaan di perbankan.

*Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT) ini memiliki peran yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat. Seiring berkembangnya aktivitas perekonomian masyarakat yang semakin meningkat, menyebabkan mereka membutuhkan institusi yang bertugas mengelola keuangan mereka.<sup>3</sup> Berdasarkan peran BMT yaitu mengumpulkan dana dan menyalurkan dana ke masyarakat diharapkan mampu memberikan kemanfaatan yang lebih tinggi dalam kehidupan masyarakat, terutama masyarakat yang memiliki keadaan perekonomian menengah kebawah. Pandangan masyarakat mengenai lembaga keuangan syariah yang diantaranya dapat mewakili pandangan secara umum bahwa lembaga keuangan syariah tidak ada bunga dan identik dengan sistem bagi hasil.<sup>4</sup>

Berikut ini merupakan grafik jumlah anggota pembiayaan di BMT NU Ngasem Cabang Ngraho dari tahun 2018 – april 2021:



Sumber: data jumlah anggota pembiayaan, 2021.

**Gambar 1. 1 Jumlah Anggota Pembiayaan**

<sup>3</sup> Al Arif, *Lembaga Keuangan Syariah Suatu Kajian Teoretis Praktis*, 79.

<sup>4</sup> Abdul Haris Romdhoni, "Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 4, no. 02 (2018): 136–47.

Grafik yang terus mengalami peningkatan ini menunjukkan bahwa minat untuk melakukan pembiayaan ini semakin tinggi. Pada dasarnya seseorang akan bertindak dan berperilaku sesuai dengan persepsi dan pengetahuan yang dimilikinya. Seseorang akan melakukan perbuatan atau aktivitas berdasarkan pemahaman dan pengetahuan tentang perbuatan yang dilakukannya.

Pengetahuan merupakan pengertian atau pemahaman tentang produk syariah maupun lembaga keuangan syariah yang didalamnya tidak terdapat unsur riba. Ketika masyarakat mengerti dan memahami mengenai produk syariah tersebut maka masyarakat akan menerima dan tertarik melakukan pembiayaan.<sup>5</sup>

Namun, kurangnya pengetahuan masyarakat dalam bermuamalah secara syariah, khususnya pada lembaga BMT akan menyebabkan timbulnya persepsi pada seseorang tersebut bahwa BMT sama halnya dengan bank konvensional, serta menyamakan bagi hasil dengan bunga. Hal ini dikatakan oleh saudari Rina Mayriska (22 tahun):

“terkait bagi hasil ya saya menganggapnya seperti bunga, hanya beda penyebutannya saja. Wong bagi hasil sama bunga ya sama-sama bayar. Saya pernah mau pinjam uang itu persyaratannya ribet sekali, jadi saya tidak jadi pinjam ke BMT.”<sup>6</sup>

Hal ini akan mengakibatkan ketidak mengertian masyarakat mengenai BMT dan produk yang ditawarkan. Sama halnya dengan yang dikatakan oleh

---

<sup>5</sup> Nur Azizah Faridhah, “Pengaruh Religiusitas, Pemahaman Produk, Dan Pelayanan Terhadap Permintaan Pembiayaan Di KSU Ja’far Medika Syariah” (PhD Thesis, IAIN Surakarta, 2017), 20.

<sup>6</sup> Rina Mayriska, Wawancara, 22 Januari 2021.

salah seorang anggota pembiayaan BMT NU Ngasem Cabang Ngraho (Napsiah, 47 tahun) bahwa:

“saya menggunakan pembiayaan di BMT ya karena saya butuh, mengenai jenis produknya apa saja saya juga tidak tahu. Yang terpenting saya pinjam dan perbulan bayar segini gitu aja. Ya saya ikuti saja prosedurnya bagaimana.”<sup>7</sup>

Tidak dapat dipungkiri bahwa keberadaan bank konvensional sudah lebih lama ada di lingkungan masyarakat, sehingga mereka lebih mengenal sistem bank konvensional daripada bank syariah. Dengan adanya persepsi yang sangat bertolak belakang ini memberikan gambaran yang menarik terkait pengetahuan masyarakat dalam menanggapi *dual system banking* tersebut.<sup>8</sup>

Selain itu dalam konteks seorang muslim, kegiatan konsumsi maupun bermuamalah tentu tidak hanya mementingkan *utility* atau kepuasan semata, namun juga akan mempertimbangkan dalam segi masalah (manfaat dan keberkahan) yang berdasarkan prinsip syariah. Transaksi yang berdasarkan prinsip syariah akan mendorong masyarakat untuk menggunakan suatu produk, karena keberkahan dalam mengkonsumsi akan didapatkan ketika seorang muslim mengkonsumsi suatu produk yang sesuai dengan prinsip syariah.<sup>9</sup>

Konsumsi dalam islam tidak dapat dipisahkan dari peran keimanan. Keimanan menjadi tolak ukur dalam memberikan cara pandang yang dapat mempengaruhi kepribadian manusia. Keimanan dapat mempengaruhi sifat,

---

<sup>7</sup> Napsiah, Wawancara, 22 Januari 2021.

<sup>8</sup> Imran dan Bambang Hendrawan, “Pengaruh Persepsi Masyarakat Batam Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah,” *Journal of Applied Business Administration* 1, no. 2 (2017): 209–18.

<sup>9</sup> Faridhah, “Pengaruh Religiusitas, Pemahaman Produk, Dan Pelayanan Terhadap Permintaan Pembiayaan Di KSU Ja’far Medika Syariah,” 19.

kuantitas, dan kualitas konsumsi dalam bentuk kepuasan material maupun spiritual. Keimanan memberikan dukungan moral dalam upaya penggunaan harta dan pemanfaatan pendapatan untuk hal-hal yang efektif.<sup>10</sup>

Salah satu faktor pendorong minat masyarakat menggunakan suatu produk adalah agama atau religiusitas. Pengusaha yang memiliki religiusitas yang tinggi, dalam menjalankan bisnisnya akan cenderung berpedoman pada ajaran agamanya. Motif untung dan rugi dalam ekonomi sangatlah penting dalam menjalankan bisnis, namun ketika dihadapkan pada ketentuan agama yang melarang adanya riba, maka pengusaha yang memiliki religiusitas tinggi akan memilih melakukan pembiayaan pada lembaga keuangan syariah.<sup>11</sup> Tingkat religiusitas masyarakat khususnya yang beragama Islam jelas berbeda-beda. Hal ini dibuktikan dengan didapatinya seorang anggota yang tidak menjalankan jual beli yang sesuai dengan hukum syariah. Hal ini jelas tidak dibenarkan oleh Islam, namun praktik demikian masih berlangsung sampai saat ini.

Pada penelitian yang telah dilakukan oleh Faizah (2017) dengan judul “Pengaruh Religiusitas, Pemahaman Produk Dan Pelayanan Terhadap Permintaan Pembiayaan Di KSU Ja’far Medika Syariah”, hasil dari penelitian ini bahwa religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan pembiayaan, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Choiratun Nisa (2018) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Religiositas Nasabah

---

<sup>10</sup> Yolanda Hani Putriani dan Atina Shofawati, “Pola perilaku konsumsi Islami mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga ditinjau dari tingkat religiusitas,” *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan* 2, no. 7 (2015), 570.

<sup>11</sup> Faridah, “Pengaruh Religiusitas, Pemahaman Produk, Dan Pelayanan Terhadap Permintaan Pembiayaan Di KSU Ja’far Medika Syariah,” 20.

Terhadap Pengambilan Keputusan Untuk Pembiayaan Mudharabah di BMT Nurul Jannah PT. Petrokimia Gresik” ini didapat hasil bahwa religiusitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan melakukan pembiayaan.

Pada penelitian ini penulis melakukan penelitian di BMT Nurul Ummah (NU) Ngasem Cabang Ngraho, selain letaknya yang strategis sehingga masyarakat mudah untuk menjangkau, BMT ini juga telah mendapatkan penghargaan dalam kategori unit ekonomi yang patut dibanggakan dalam NU Jatim Award tahun 2018 serta telah dinobatkan sebagai Juara Pertama Koperasi Berprestasi di Tingkat Nasional tahun 2019 dan diharapkan mampu untuk mewujudkan pemerataan ekonomi dengan melakukan pemberian pembiayaan kepada masyarakat melalui dana yang diperoleh dari masyarakat.

Berdasarkan uraian yang disampaikan diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Pengetahuan, Persepsi Dan Religiusitas Terhadap Minat Pembiayaan Di BMT Nurul Ummah (NU) Ngasem Cabang Ngraho Bojonegoro.”**

## **B. Rumusan Masalah**

1. Apakah pengetahuan berpengaruh terhadap minat pembiayaan di BMT NU Ngasem Cabang Ngraho Bojonegoro?
2. Apakah persepsi berpengaruh terhadap minat pembiayaan t di BMT NU Ngasem Cabang Ngraho Bojonegoro?
3. Apakah religiusitas berpengaruh terhadap minat pembiayaan di BMT NU Ngasem Cabang Ngraho Bojonegoro?



4. Apakah pengetahuan, persepsi dan religiusitas berpengaruh terhadap minat pembiayaan di BMT NU Ngasem Cabang Ngraho Bojonegoro?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan terhadap minat pembiayaan di BMT NU Ngasem Cabang Ngraho Bojonegoro.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi terhadap minat pembiayaan di BMT NU Ngasem Cabang Ngraho Bojonegoro.
3. Untuk mengetahui pengaruh religiusitas terhadap minat pembiayaan di BMT NU Ngasem Cabang Ngraho Bojonegoro.
4. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan, persepsi dan religiusitas terhadap minat pembiayaan di BMT NU Ngasem Cabang Ngraho Bojonegoro

### **D. Manfaat Penelitian**

Pada penelitian ini, diharapkan mampu memberi manfaat kepada pihak-pihak terkait:

1. Bagi Akademi

Diharapkan penelitian ini mampu untuk menjadi sumber referensi bagi penelitian selanjutnya, serta dijadikan rujukan dalam pengembangan keilmuan ekonomi syariah tentang lembaga keuangan syariah non bank khususnya bagi mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo untuk memperluas pengetahuan dan pemahaman tentang lembaga keuangan syariah non bank yaitu Baitul Maal Wat Tamwil (BMT).

## 2. Manfaat Teoritis

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan mampu menjadi sumber informasi tambahan dan sarana untuk memperluas pemikiran dan wawasan mengenai Baitul Maal Wat Tamwil (BMT), pembiayaan dan pengaruh pengetahuan, persepsi dan religiusitas terhadap minat pembiayaan.

## 3. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu untuk memberikan kontribusi bagi BMT NU Ngasem Cabang Ngraho dalam meningkatkan strategi marketing untuk meningkatkan minat pembiayaan masyarakat di daerahnya. Selain itu juga diharapkan agar dapat menjadi sumber referensi dan bahan pustaka untuk penelitian yang dilakukan selanjutnya tentang pengaruh pengetahuan, persepsi dan religiusitas terhadap minat pembiayaan.

## **E. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan ini memiliki tujuan untuk mempermudah penulis dalam memberikan gambaran secara menyeluruh terhadap penelitian yang dilakukan yaitu terdiri dari:

### *BAB I : PENDAHULUAN*

Bab ini berisi pendahuluan yang memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.



***BAB II : LANDASAN TEORI***

Bab ini memuat tentang landasan teori yang digunakan sebagai dasar penelitian, kajian pustaka, kerangka pemikiran dan hipotesis.

***BAB III : METODOLOGI PENELITIAN***

Bab ini berisi metode penelitian yang memuat tentang rancangan penelitian, variabel penelitian dan definisi operasional, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, metode pengolahan dan analisis data.

***BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN***

Bab ini berisi hasil dan pembahasan yang memuat gambaran umum lokasi penelitian, hasil pengujian instrumen, hasil pengujian deskriptif, hasil pengujian hipotesis, dan pembahasan.

***BAB V : PENUTUP***

Bab ini merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan dan saran.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Deskripsi Teori

##### 1. Minat Pembiayaan

Dalam kamus besar bahasa Indonesia, minat merupakan kecenderungan hati yang tinggi terhadap suatu gairah. Sedangkan dalam kamus lengkap psikologi yang dimaksud dengan minat adalah kemauan, kehendak hasrat dan fungsi yang terlibat dalam perbuatan yang disadari atau totalitas impuls sadar ataupun tidak sadar.<sup>1</sup>

Menurut Surya (2006), minat dapat diartikan sebagai bentuk keinginan untuk memposisikan diri pada pencapaian pemuasan kebutuhan seseorang. Minat juga menjadi daya pendorong bagi individu untuk melakukan apa yang di inginkan. Menurut Slameto (2003), minat adalah suatu rasa suka dan ketertarikan terhadap suatu aktivitas tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya merupakan sebuah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan keadaan diluar dirinya. Sehingga semakin kuat hubungan tersebut maka akan semakin besar minat yang ditimbulkan.

Minat berhubungan dengan sesuatu yang menguntungkan dan dapat menciptakan kepuasan bagi dirinya. Semakin sering minat di ekspresikan dalam suatu kegiatan maka minat akan semakin kuat, dan sebaliknya

---

<sup>1</sup> Diny Kristianty Wardany, *Psikologi Pendidikan Islam* (Jawa Barat: CV Confident, 2016), 71.

minat akan menurun dan menjadi pupus jika tidak ada kesempatan untuk mengekspresikan minat tersebut.<sup>2</sup>

Minat dapat berhubungan dengan daya gerak dan merupakan pendorong individu untuk cenderung tertarik pada orang, benda, kegiatan maupun pengalaman yang efektif yang dirangsang oleh kegiatan sendiri. Minat dapat menjadi penyebab adanya partisipasi dalam suatu kegiatan. Minat dianggap sebagai respon sadar dan bersifat pribadi, meskipun bersifat pribadi namun minat juga dipengaruhi oleh lingkungan. Sehingga setiap individu harus mengembangkan minat yang dimilikinya.<sup>3</sup>

Menurut Crow & Crow dalam bukunya Diny Kristianty Wardany berpendapat bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi timbulnya minat seseorang yaitu:<sup>4</sup>

- a. Dorongan dari dalam individu, kebutuhan ini merupakan kebutuhan jasmani atau kejiwaan. Seperti halnya dorongan untuk makan akan membangkitkan minat seseorang untuk bekerja, minat terhadap produksi makanan dan lainnya.
- b. Motif sosial, dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat seseorang untuk melakukan suatu aktivitas tertentu. Seperti halnya minat dalam mengembangkan diri dalam ilmu pengetahuan untuk mendapatkan kemampuan dalam bekerja.
- c. Faktor emosional, minat memiliki hubungan erat dengan emosi. Jika seseorang mendapatkan kesuksesan pada aktivitas yang dilakukan,

---

<sup>2</sup> Yudrik Jahja, *Psikologi Perkembangan* (Jakarta: Prenada Media Group, 2011), 63.

<sup>3</sup> Wardany, *Psikologi Pendidikan Islam*, 71.

<sup>4</sup> Ibid, 74-75.

maka akan menimbulkan rasa senang dan hal tersebut akan berpengaruh kuat terhadap minat seseorang terhadap aktivitas tersebut. Faktor ini merupakan ukuran intensitas seseorang dalam menaruh perhatian terhadap sesuatu.

Menurut Johanes yang dikutip oleh Bimo Walgito (1999:3) minat digolongkan menjadi dua, yaitu minat intrinsik dan ekstrinsik. Minat intrinsik adalah minat yang timbul dari dalam individu sendiri tanpa ada pengaruh dari luar seperti persepsi, bakat prestasi belajar, dan sikap. Sedangkan minat ekstrinsik adalah minat yang timbul akibat pengaruh dari luar seperti pengetahuan, lingkungan, religiusitas dan sebagainya.<sup>5</sup>

Adapun minat dapat diindikasikan melalui indikator berikut ini:<sup>6</sup>

- a. Minat transaksional yaitu kecenderungan seseorang untuk melakukan pembelian produk.
- b. Minat referensial adalah kecenderungan seseorang untuk merekomendasikan suatu produk kepada orang lain.
- c. Minat preferensial yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki minat utama pada produk atau jasa yang telah dikonsumsi. Preferensi ini hanya akan dapat diganti ketika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.

---

<sup>5</sup> Ibid.

<sup>6</sup> Husnul Khotimah, Sabar Warsini, dan Yenni Nuraeni, "Pengaruh Sosialisasi dan Pengetahuan Terhadap Minat Investor Pada Efek Syariah di Pasar Modal (Survei Pada Nasabah PT Danareksa Sekuritas Cabang FE-UI Depok)," *SabarWaarsiniJuni2016. pdf*, 2016, 425.

d. Minat eksploratif adalah minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminati dan mencari dukungan informasi tentang produk tersebut.

Pembiayaan merupakan sebuah penyaluran dana atau pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga. Dengan kata lain pembiayaan adalah pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan.<sup>7</sup>

Menurut UU No. 10 tahun 1998 tentang Perbankan Syariah pembiayaan diartikan sebagai penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara pihak 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>8</sup>

Berdasarkan pengertian diatas penyaluran dana yang dilakukan bank syariah maupun lembaga keuangan syariah harus dilakukan dengan prinsip-prinsip syariah. Menurut UU No. 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah, pada pasal 1 ayat 12 mengatakan bahwa prinsip syariah adalah prinsip hukum islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki wewenang dalam penetapan fatwa di bidang syariah. Selain berdasarkan prinsip syariah, perbankan

---

<sup>7</sup> Al Arif. *Lembaga Keuangan Syariah Suatu Kajian Teoretis Praktis*, 146.

<sup>8</sup> “Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998,” diakses 4 Maret 2021, [https://id.wikisource.org/wiki/Undang-Undang\\_Republik\\_Indonesia\\_Nomor\\_10\\_Tahun\\_1998](https://id.wikisource.org/wiki/Undang-Undang_Republik_Indonesia_Nomor_10_Tahun_1998).

atau lembaga keuangan syariah juga berazaskan prinsip demokrasi ekonomi dan prinsip kehati-hatian.<sup>9</sup>

Sehingga dapat disimpulkan bahwa minat pembiayaan adalah suatu keinginan yang timbul atas dasar keinginan diri sendiri tanpa adanya paksaan dari orang lain untuk melakukan pendanaan guna mencapai tujuan tertentu.

## 2. Pengetahuan

Pengetahuan merupakan sesuatu yang diketahui. Pengetahuan adalah keseluruhan gagasan, pemikiran, ide, konsep dan pemahaman yang dimiliki manusia tentang dunia dan segala isinya, termasuk manusia dan kehidupannya.<sup>10</sup>

Pengetahuan menurut baihaqi (2016) adalah informasi yang telah terorganisasi dalam memori sebagai bagian dari sistem atau jaringan informasi yang terstruktur. Pengetahuan adalah informasi yang didapatkan melalui proses berfikir. Pengetahuan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) merupakan segala hal yang diketahui atau kepandaian.<sup>11</sup>

Menurut Engel et al, pengetahuan adalah semua bentuk informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa serta informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen. Pengetahuan akan mempengaruhi keputusan pembelian, ketika konsumen

---

<sup>9</sup> Adiyes Putra Nurnasrina dan P. Adiyes Putra, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah* (Pekanbaru: Cahaya Firdaus, 2018), 3.

<sup>10</sup> Darwis A. Soelaiman, *Filsafat Ilmu Pengetahuan Perspektif Barat dan Islam* (Aceh: Bandar Publishing, 2019), 26.

<sup>11</sup> Zahra Zulchayra, Azharsyah Ibrahim, Dan Ana Fitria, "Pengaruh Sosialisasi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal Syariah (Studi Pada Mahasiswa di Banda Aceh)," *JIHBIZ: Global Journal of Islamic Banking and Finance*. 2, no. 2 (2020): 138–55.



memiliki pengetahuan yang lebih banyak, maka mereka akan lebih baik dalam mengambil keputusan, ia akan lebih efisien dan lebih tepat dalam mengelola informasi.<sup>12</sup> Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengetahuan adalah segala informasi yang diketahui atau dimengerti setelah melihat, menyaksikan dan mengalami.

Engel et al., membagi pengetahuan konsumen dalam tiga macam yaitu:

- a. Pengetahuan produk yang merupakan kumpulan berbagai informasi mengenai produk. Pengetahuan ini meliputi kategori produk, merek, atribut produk, harga produk, terminology produk dan kepercayaan mengenai produk.
- b. Pengetahuan pembelian adalah pengetahuan yang meliputi berbagai informasi yang diproses oleh konsumen untuk memperoleh sesuatu produk. Dengan adanya pengetahuan pembelian ini konsumen akan menentukan dimana ia akan membeli produk dan kapan akan membelinya. Perilaku membeli memiliki urutan *store contact, product contact, transaction*.
- c. Pengetahuan pemakaian adalah mencakup informasi mengenai bagaimana suatu produk dapat digunakan dan apa yang diperlukan untuk menggunakan produk tersebut. Kesalahan yang dilakukan oleh konsumen dalam menggunakan suatu produk akan menyebabkan produk tidak berfungsi dengan baik. Hal ini akan menciptakan

---

<sup>12</sup> Husnul Khotimah, Sabar Warsini, dan Yenni Nuraeni, "Pengaruh Sosialisasi dan Pengetahuan Terhadap Minat Investor Pada Efek Syariah di Pasar Modal (Survei Pada Nasabah PT Danareksa Sekuritas Cabang FE-UI Depok), 425.



kekecewaan dari konsumen, untuk itu tugas dari produsen adalah memberitahu tentang cara penggunaan produknya dengan benar.<sup>13</sup>

#### 4. Persepsi

Persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh proses pengindraan, yaitu proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat indra yang disebut proses sensoris. Stimulus tersebut kemudian akan diorganisasikan dan diinterpretasikan oleh individu sehingga individu tersebut menyadari, mengerti, tentang apa yang diindra itu, an proses ini disebut persepsi.<sup>14</sup>

Persepsi adalah proses dimana individu atau seseorang mengorganisasikan dan menginterpretasikan kesan sensorik untuk memberi arti pada lingkungan mereka. Ketika seseorang sudah memiliki motivasi, maka orang tersebut sudah siap untuk bertindak. Tindakan yang diambilnya akan dipengaruhi oleh persepsi pada situasi yang dihadapinya. Dua orang yang memiliki motivasi atau tujuan yang sama mungkin akan bertindak berbeda karena mereka berada dalam situasi yang berbeda. Persepsi seseorang terhadap suatu objek tidak berdiri sendiri melainkan dipengaruhi oleh beberapa faktor baik dari dalam maupun dari luar dirinya.<sup>15</sup>

---

<sup>13</sup> Khotimah, Warsini, dan Nuraeni, 425.

<sup>14</sup> Adnan Achiruddin Saleh, *Pengantar Psikologi* (Sulawesi Selatan: Aksara Timur, 2018), 79-80.

<sup>15</sup> Agung Gita Subakti, Darwin Tenironama, dan Ari Yuniarso, "Analisis Persepsi Konsumen," *THE Journal: Tourism and Hospitality Essentials Journal* 8, no. 1 (t.t.): 31–38.

Adapun tahap-tahap dalam pembentukan persepsi konsumen yaitu:<sup>16</sup>

- a. Sensasi adalah suatu proses penyerapan informasi mengenai suatu produk yang melibatkan panca indra konsumen. Konsumen akan menyerap dan menyimpan informasi yang diberikan ketika suatu produk tersebut ditawarkan kepadanya.
- b. Organisasi adalah tahap dimana konsumen akan mengolah informasi yang didapatkan dari tahap sensasi. Konsumen akan membandingkan informasi yang baru dengan informasi yang sudah lama didapatkan. Kemudian konsumen akan mengetahui kelebihan dan kekurangan yang dimiliki oleh masing-masing produk serta nilai tambah yang bisa didapat.
- c. Interpretasi adalah suatu pengambilan makna oleh konsumen terhadap suatu produk. Setelah pada tahap membandingkan atau tahap organisasi maka akan tercipta makna khas yang melekat pada suatu produk. Dalam pemasaran, persepsi itu lebih penting daripada realitas, karena persepsi itulah yang akan mempengaruhi perilaku aktual konsumen.

## 5. Religiusitas

Kata religi menurut Jalaluddin (2003) berasal dari bahasa latin religio yang berarti mengikat. Jadi religi pada umumnya terdapat aturan dan kewajiban yang harus dilaksanakan dan fungsinya untuk mengikat dan

---

<sup>16</sup> Finda Mei Murti, "Analisis Positioning Smartphone Berdasarkan Persepsi Konsumen Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa," *Jurnal manajemen* 5, no. 1 (2015), 39.

mengutuhkannya diri seseorang dalam hubungannya dengan Tuhan, sesama manusia dan alam sekitarnya.<sup>17</sup>

Religiusitas adalah suatu keadaan yang ada pada diri seseorang yang mendorongnya untuk melakukan sesuatu yang sesuai dengan kadar ketaatannya terhadap agama. Religiusitas merupakan perpaduan antara kepercayaan terhadap agama sebagai unsur kognitif, dan perasaan terhadap agama sebagai unsur afektif serta perilaku terhadap agama sebagai unsur konatif. Sehingga religiusitas juga dapat diartikan sebagai integrasi secara kompleks antara pengetahuan agama, perasaan agama dan tindakan keagamaan seseorang.<sup>18</sup>

Menurut Glock dan Stark ada lima dimensi religiusitas yaitu:<sup>19</sup>

a. Dimensi Keyakinan/Ideologi

Dimensi ini menunjukkan seberapa besar tingkat keyakinan seseorang terhadap kebenaran ajaran agamanya, terutama yang bersifat fundamental dan dogmatik. Dimensi ini berkaitan dengan rukun iman yang mana konsep tauhid atau pengakuan akan ke-Esaan Allah SWT menjadi dasar utama dalam dimensi ini.

b. Dimensi Praktik

Dimensi ini berkaitan dengan komitmen dan ketaatan terhadap agama yang dianutnya, yang akan terwujud dalam ritual atau peribadatan. Dimensi ini dibagi menjadi dua yaitu *pertama* ritual yang

---

<sup>17</sup> Heny Kristiana Rahmawati, "Kegiatan Religiusitas Masyarakat Marginal Di Argopuro," *Community Development* 1, no. 2 (2016), 36.

<sup>18</sup> Ibid, 37.

<sup>19</sup> Muhammad Nasrullah, "Islamic Branding, Religiusitas dan keputusan konsumen terhadap produk," *Jurnal Hukum Islam* 13, no. 2 (2015): 79–87.

mengacu pada segala bentuk tindakan yang dilakukan seseorang yang sifatnya formal seperti shalat, puasa, zakat, haji, membaca dan mengamalkan Al-quran, berkurban dan yang lainnya. *Kedua* adalah ketaatan, dimana seseorang telah mengetahui ritual yang harus dilakukan maka ritual tersebut harus dilaksanakan semaksimal mungkin untuk menunjukkan bahwa saya adalah orang yang taat beragama.

c. Dimensi Pengalaman

Dimensi ini berkaitan dengan seberapa besar tingkat seseorang dalam merasakan pengalaman religinya. Dimensi ini akan terwujud dari perilaku seseorang berupa perasaan bersyukur, percaya kepada Allah SWT akan mengabulkan doa-doa kita, khuyu dalam beribadah. Perasaan bergetar ketika mendengarkan ayat-ayat suci Al-Quran dan lain sebagainya.

d. Dimensi Pengetahuan Agama

Dimensi ini menunjukkan tingkat dan pemahaman seseorang pada ajaran-ajaran agamanya, terutama ajaran pokok yang termuat dalam kitab suci. Pemahaman agama dapat dicapai melalui aktivitas rasional empiris maupun tekstual normatif. Pengetahuan agama dapat didapatkan melalui membaca buku-buku agama, menghadiri majlis ta'lim atau pengajian, mendengarkan atau melihat acara keagamaan.

e. Dimensi Konsekuensi

Dimensi ini merupakan dimensi yang menunjukkan seberapa besar perilaku seseorang dipengaruhi oleh ajaran-ajaran agama. Pada dimensi ini tercermin dalam perilaku seseorang yang bertaqwa yang meliputi perilaku suka menolong, sedekah, berlaku adil, jujur, tidak korupsi, tidak berjudi, tidak minum minuman keras, tidak melakukan prostitusi dan lain sebagainya.

## B. Kajian Pustaka

Dari hasil pencarian yang telah dilakukan terhadap penelitian yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan, Persepsi dan Religiusitas Terhadap Minat Pembiayaan Di BMT Nurul Ummah (NU) Ngasem Cabang Ngraho Bojonegoro.” Penelitian ini telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya dengan subjek dan objek penelitian yang berbeda dengan hasil yang berbeda pula. Penelitian tersebut diantaranya yaitu:

**Tabel 2. 1 Kajian Pustaka**

<b>Nama/Tahun/Judul</b>	<b>Hasil</b>	<b>Perbedaan</b>	<b>Persamaan</b>
Evi Novia Santi (2019) “Pengaruh Pengetahuan, Lokasi Dan Promosi Terhadap Minat Anggota Memilih Produk Pembiayaan Murabahah Di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Baitul Maal Wa Tamwil Perekonomian	Pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat anggota.	1. Lokasi penelitian 2. Variabel lokasi dan promosi 3. Objek yang kaji lebih fokus pada pembiayaan murabahah	Variabel pengetahuan.

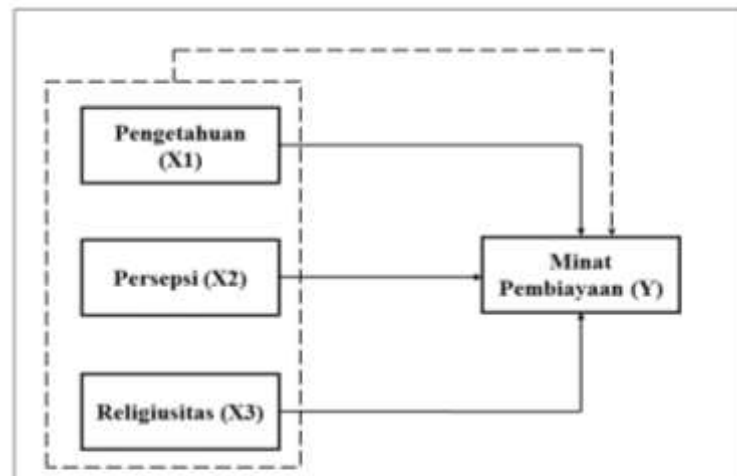


<b>Nama/Tahun/Judul</b>	<b>Hasil</b>	<b>Perbedaan</b>	<b>Persamaan</b>
Tasyikah Agung Tulungagung.”			
Sri Indah Cahyani tahun (2019) “Pengaruh Sosialisasi, Pengetahuan Dan Persepsi Santri Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah.”	Secara parsial variabel pengetahuan dan variabel persepsi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung.	1. Lokasi penelitian 2. Variabel sosialisasi 3. Responden	Variabel pengetahuan dan variabel persepsi
Choirotun Nisa (2018) “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Religiositas Nasabah Terhadap Pengambilan Keputusan Untuk Pembiayaan Mudharabah di BMT Nurul Jannah PT. Petrokimia Gresik.”	1. Religiusitas berpengaruh terhadap keputusan melakukan pembiayaan mudharabah.	1. Lokasi penelitian 2. Variabel kualitas pelayanan 3. Objek penelitian yang dikaji lebih fokus pada pembiayaan mudharabah.	Variabel religiusitas.
Mutimmatul Faizah (2017) “Pengaruh Tingkat Kebutuhan, Pengetahuan, Kepercayaan, Dan Lokasi Terhadap Minat Pengusaha UMKM Kota Yogyakarta Mengajukan Pembiayaan Di Perbankan Syariah.”	Pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat pengusaha UMKM mengajukan pembiayaan	1. Lokasi penelitian di perbankan syariah 2. Responden	Variabel X nya menggunakan variabel pengetahuan. Variabel Y yang digunakan adalah minat pengajuan pembiayaan.
Faridhah Nur Azizah (2017) “Pengaruh Religiusitas, Pemahaman Produk	Secara parsial religiusitas tidak berpengaruh terhadap	1. Lokasi penelitian 2. Variabel pemahaman produk dan	Variabel religiusitas

Nama/Tahun/Judul	Hasil	Perbedaan	Persamaan
Dan Pelayanan Terhadap Permintaan Pembiayaan Di KSU Ja'far Medika Syariah.”	permintaan pembiayaan.	pelayanan	

### C. Kerangka Pemikiran

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat pembiayaan. Hal ini penting untuk diketahui guna meningkatkan minat melakukan pembiayaan. Faktor-faktor yang diduga mempengaruhi minat melakukan pembiayaan adalah pengetahuan, persepsi dan religiusitas. dengan adanya tujuan penelitian dan kajian teori yang telah dipaparkan maka kerangka pikiran dapat dijelaskan paa gambar dan keterangan dibawah ini:



Keterangan:

- : Pengaruh Parsial  
 - - - - - : Pengaruh Simultan

**Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran**



#### D. Hipotesis

Hipotesis yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- $H_{01}$  : Faktor Pengetahuan secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat pembiayaan di BMT NU Ngasem Cabang Ngraho Bojonegoro.
- $H_{a1}$  : Faktor Pengetahuan secara parsial berpengaruh terhadap minat pembiayaan di BMT NU Ngasem Cabang Ngraho Bojonegoro.
- $H_{02}$  : Faktor Persepsi secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat pembiayaan di BMT NU Ngasem Cabang Ngraho Bojonegoro.
- $H_{a2}$  : Faktor Persepsi secara parsial berpengaruh terhadap minat pembiayaan di BMT NU Ngasem Cabang Ngraho Bojonegoro.
- $H_{03}$  : Faktor religiusitas secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat pembiayaan di BMT NU Ngasem Cabang Ngraho Bojonegoro.
- $H_{a3}$  : Faktor religiusitas secara parsial berpengaruh terhadap minat pembiayaan masyarakat di BMT NU Ngasem Cabang Ngraho.
- $H_{04}$  : Pengetahuan dan religiusitas secara simultan tidak berpengaruh terhadap minat pembiayaan di BMT NU Ngasem Cabang Ngraho Bojonegoro.
- $H_{a4}$  : Pengetahuan dan religiusitas secara simultan berpengaruh terhadap minat pembiayaan di BMT NU Ngasem Cabang Ngraho Bojonegoro.

P O N O R O G O

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Rancangan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif. Dimana pendekatan kuantitatif ini merupakan suatu model penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner, analisis data yang bersifat kuantitatif statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.<sup>1</sup>

Hubungan interaktif asosiatif akan terjadi pada penelitian ini karena penelitian ini akan menjelaskan hubungan yang positif dan bersifat kausal karena menjelaskan hubungan sebab-akibat antar variabel pengetahuan, persepsi dan religiusitas terhadap variabel minat pembiayaan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey karena penelitian dilakukan dengan cara terjun di lapangan dan menyebarkan kuesioner serta wawancara tidak terstruktur sebagai penguat dari hasil penelitian.

#### B. Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan. Menurut hubungan antar variabel ada dua macam jenis variabel yaitu variabel independen dan variabel

---

<sup>1</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), 8.

dependen. Variabel independen merupakan variabel bebas yaitu variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Sedangkan variabel dependen merupakan variabel terikat yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat adanya variabel bebas.<sup>2</sup>

Pada penelitian ini variabel independen yang digunakan adalah pengetahuan (X1), persepsi (X2) dan religiusitas (X3). Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah minat pembiayaan (Y).

Adapun definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 3. 1 Definisi Operasional**

<b>Pengertian</b>	<b>Indikator</b>	<b>No. Butir Soal</b>
Pengetahuan (X1) adalah semua bentuk informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa serta informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen.	1. Pengetahuan Produk	1, 2
	2. Pengetahuan Pemakaian	3, 4
	3. Pengetahuan Pembelian	5, 6
Persepsi (X2) adalah proses	1. Sensasi (Proses	7, 8

<sup>2</sup> Ibid, 38-39.

<b>Pengertian</b>	<b>Indikator</b>	<b>No. Butir Soal</b>
dimana individu atau seseorang mengorganisasikan dan menginterpretasikan kesan sensorik untuk memberi arti pada lingkungan mereka.	penyerapan informasi)	
	2. Organisasi (Mengolah informasi yang didapatkan dari tahap sensasi)	9, 10, 11
	3. Interpretasi (Proses pengambilan makna oleh konsumen)	12, 13
Religiusitas (X3) adalah suatu keadaan yang ada pada diri seseorang yang mendorongnya untuk melakukan sesuatu yang sesuai dengan kadar ketaatannya terhadap agama.	1. Keyakinan	14, 15
	2. Ketaatan	16
	3. Penghayatan	17
	4. Pengetahuan	18
	5. Pelaksanaan	19
Minat Pembiayaan (Y) merupakan suatu keinginan yang timbul atas dasar	1. Dorongan dari dalam individu	20, 21
	2. Motif sosial	22, 23

Pengertian	Indikator	No. Butir Soal
keinginan diri sendiri tanpa adanya paksaan dari orang lain untuk menggunakan produk/jasa bank atau melakukan pembiayaan di bank guna mencapai tujuan tertentu.	3. Faktor emosional	24, 25

### C. Populasi Dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi didefinisikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang kemudian ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.<sup>3</sup> Populasi merupakan keseluruhan dari objek penelitian yang terdiri dari manusia, benda, hewan, tumbuh-tumbuhan, gejala-gejala, nilai tes, atau peristiwa-peristiwa sebagai sumber data yang memiliki karakteristik tertentu di dalam suatu penelitian.<sup>4</sup>

<sup>3</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, 80.

<sup>4</sup> Hardani, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu Group), 361.

Adapun populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh anggota yang melakukan pembiayaan di BMT NU Ngasem Cabang Ngraho tahun 2018-2021 yaitu berjumlah 473 anggota.

## 2. Sampel

Sampel didefinisikan sebagai bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.<sup>5</sup> Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, karena keterbatasan dana, waktu maupun hal lainnya, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah anggota yang melakukan pembiayaan di BMT NU Ngasem Cabang Ngraho dimana didapatkan menggunakan metode *non probability sampling* dengan cara *insidental sampling* yaitu siapa saja yang secara kebetulan ditemui dan cocok digunakan sebagai sumber data.<sup>6</sup> Cara pengambilan sampel berpedoman dengan rumus solvin. Rumus yang digunakan untuk menghitung sampel dari populasi yang diketahui jumlahnya adalah sebagai berikut:<sup>7</sup>

$$n = \left( \frac{N}{1 + N e^2} \right)$$

Keterangan:

$n$  : Jumlah sampel/ jumlah responden

<sup>5</sup> Sugiyono, 81.

<sup>6</sup> Ibid, 85.

<sup>7</sup> Azhari, "Pengaruh Persepsi Dan Perilaku Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo Terhadap Minat Menabung Pada Bank BRI Syariah KCP Ponorogo," 41.



$N$  : Jumlah populasi

$e$  : Batas toleransi kesalahan pengambilan sampel (10%)

$$n = \left( \frac{473}{1 + 473 (0,1)^2} \right)$$

$$n = \left( \frac{473}{1 + 473 (0,01)} \right)$$

$$n = \left( \frac{473}{1 + 4,73} \right)$$

$$n = \frac{473}{5,73}$$

$$n = 82,54$$

Sehingga jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 82,54 dibulatkan menjadi 83 anggota.

#### **D. Metode Pengumpulan data**

##### **1. Instrumen Pengumpulan Data**

Pada prinsipnya meneliti adalah melakukan pengukuran, maka harus ada alat ukur yang baik. Alat ukur dalam penelitian biasanya dinamakan instrumen penelitian. Jadi instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati.<sup>8</sup> Teknik dan instrumen adalah cara dan alat yang digunakan dalam mengumpulkan data sebagai salah satu bagian penting dalam penelitian. Instrumen pengumpulan data tidak dapat dipisahkan dengan

---

<sup>8</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 102.



teknik pengumpulan data, dan teknik pengumpulan data tidak dapat dipisahkan dengan metode penelitian.<sup>9</sup>

Pada penelitian ini teknik dalam pengumpulan data yaitu dengan sumber data primer berupa penyebaran angket berupa pernyataan terhadap keadaan responden yang sebenarnya. Dalam instrumen penelitian ini menggunakan skala likert untuk mengukur nilai variabel yang akan diteliti. Dalam keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban akan diberi skor. Berikut ini adalah skor skala yang ditetapkan untuk masing-masing jawaban responden:

- a. Skor 4 untuk jawaban Sangat Setuju (SS) yang diberikan oleh responden.
- b. Skor 3 untuk jawaban Setuju (S) yang diberikan oleh responden.
- c. Skor 2 untuk jawaban Tidak Setuju (TS) yang diberikan oleh responden.
- d. Skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) yang diberikan oleh responden.

**Tabel 3. 2 Instrumen Penelitian**

Teori	Indicator	Butir pertanyaan
Pengetahuan (X1) adalah semua bentuk informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa serta informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen.	Pengetahuan Produk	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya mengetahui jenis produk pembiayaan yang ditawarkan oleh BMT NU Ngasem Cabang Ngraho</li> <li>2. Saya mengetahui tentang bagi hasil</li> </ol>

<sup>9</sup> Umar Sidiq dan Miftachul Choiri, *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan* (Ponorogo: CV Nata Karya, 2019), 164.

Teori	Indicator	Butir pertanyaan
		yang diberikan kepada BMT NU Ngasem Cabang Ngraho
	Pengetahuan Pemakaian	3. Saya mengetahui manfaat produk pembiayaan yang ada di BMT NU Ngasem Cabang Ngraho 4. Saya mengetahui bahwa BMT NU Ngasem Cabang Ngraho dalam operasionalnya bebas dari riba
	Pengetahuan Pembelian	5. Saya mengetahui prosedur pengajuan pembiayaan di BMT NU Ngasem Cabang Ngraho 6. Saya mengetahui lokasi kantor BMT NU Ngasem Cabang Ngraho dan kantor pusatnya
Persepsi (X2) adalah proses dimana individu atau seseorang mengorganisasikan dan menginterpretasikan kesan sensorik untuk memberi arti pada lingkungan mereka.	Sensasi (Proses penyerapan informasi)	7. Pembiayaan di BMT NU Ngasem Cabang Ngraho lebih menarik perhatian saya 8. Banyak produk pembiayaan yang ditawarkan oleh BMT NU Ngasem Cabang Ngraho
	Organisasi (Mengolah informasi yang didapatkan)	9. Saya menanyakan informasi produk pembiayaan di BMT NU Ngasem Cabang Ngraho

Teori	Indicator	Butir pertanyaan
	dari tahap sensasi)	<p>kepada orang yang sudah menggunakannya</p> <p>10. Saya melakukan pembiayaan di BMT NU Ngasem Cabang Ngraho karena syarat dan ketentuannya mudah</p> <p>11. Pencairan dana pembiayaan di BMT NU Ngasem Cabang Ngraho sangat cepat</p>
	Interpretasi (Proses pengambilan makna oleh konsumen)	<p>12. Tujuan mengajukan pembiayaan di BMT NU Ngasem Cabang Ngraho guna untuk modal kerja/usaha.</p> <p>13. Saya bersedia merekomendasikan pembiayaan di BMT NU Ngasem Cabang Ngraho kepada orang lain</p>
Religiusitas (X3) adalah suatu keadaan yang ada pada diri seseorang yang mendorongnya untuk melakukan sesuatu yang sesuai dengan kadar ketaatannya terhadap agama.	Keyakinan	<p>14. Saya meyakini bahwa Allah selalu bersama saya sebagai penolong untuk membantu melewati kesulitan</p> <p>15. Saya yakin dengan bertransaksi di BMT NU Ngasem Cabang Ngraho akan lebih barokah</p>
	Ketaatan	16. Apabila telah tiba waktu untuk beribadah, saya melakukan ibadah

Teori	Indicator	Butir pertanyaan
		terlebih dahulu, karena saya yakin Allah selalu membimbing saya
	Penghayatan	17. Ketika menghayati islam, saya merasakan ada kedamaian dalam kehidupan ini
	Pengetahuan	18. Saya suka mengikuti kajian Islami baik dalam tv, radio atau media lainnya
	Pelaksanaan	19. Saya selalu menyisihkan penghasilan saya untuk bersedekah
Minat Pembiayaan (Y) merupakan suatu keinginan yang timbul atas dasar keinginan diri sendiri tanpa adanya paksaan dari orang lain untuk melakukan pendanaan atau pembiayaan guna mencapai tujuan tertentu.	Dorongan dari dalam individu	20. Saya berminat untuk melakukan pembiayaan di BMT NU Ngasem Cabang ngraho karena produk yang ditawarkan sesuai dengan selera saya 21. Saya melakukan pembiayaan di BMT NU Ngasem Cabang Ngraho karena produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan saya
	Motif sosial	22. Saya melakukan pembiayaan di BMT NU Ngasem Cabang Ngraho karena lingkungan saya menggunakan

Teori	Indicator	Butir pertanyaan
		produk pada lembaga yang sama 23. Saya melakukan pembiayaan di BMT NU Ngasem Cabang Ngraho karena terpengaruh kerabat dekat
	Faktor emosional	24. Saya berminat menggunakan informasi yang saya butuhkan untuk transaksi selanjutnya 25. Saya melakukan pembiayaan di BMT NU Ngasem Cabang Ngraho karena menentang riba

## 2. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan atau karya seseorang yang sudah berlalu. Dokumen tentang peristiwa, sekelompok orang, peristiwa atau kejadian dalam situasi sosial yang sesuai dengan fokus penelitian.

Dokumen tersebut dapat berbentuk teks tertulis, gambar atau foto.<sup>10</sup>

Dalam penelitian ini, metode dokumensi yang dilakukan adalah dengan mengambil data manajemen BMT NU Ngasem Cabang Ngraho Bojonegoro yang berasal dari website, dan berbagai data tentang BMT NU Ngasem Cabang Ngraho Bojonegoro. Data yang diperoleh dari

<sup>10</sup> Sidiq dan Choiri, 184.

dokumentasi adalah informasi tentang produk pembiayaan dan data jumlah nasabah pembiayaan.

## E. Metode Pengolahan Dan Analisis Data

### 1. Uji Instrumen Penelitian

#### a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui keabsahan atau kecermatan suatu item pertanyaan dalam mengukur variabel yang diteliti. Suatu item pertanyaan yang diteliti dapat dikatakan valid jika pertanyaan mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner.<sup>11</sup> Kriteria uji validitas adalah:<sup>12</sup>

- 1) Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka kuesioner tersebut dianggap valid.
- 2) Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka kuesioner tersebut dianggap tidak valid.

Rumus yang digunakan peneliti adalah:

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

Keterangan:

$r_{XY}$  : koefisien (korelasi antara X dan Y)

N : jumlah subyek

X : jumlah skor item

Y : jumlah skor total

<sup>11</sup> Agung Widhi Kurniawan dan Zarah Puspitaningtyas, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Pandiva Buku, 2016), 97.

<sup>12</sup> Ummi Lailatul Hanik, "Pengaruh Produk Syariah Dan Bauran Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di BMT NU Ngasem Cabang Jampet Bojonegoro" (PhD Thesis, IAIN Ponorogo, 2019), 54.



## b. Uji Reliabilitas

Sugiyono dalam bukunya mengatakan bahwa “Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.”<sup>13</sup>

Uji reliabilitas pada masing-masing butir pernyataan ini digunakan untuk mengukur variabel pengetahuan, persepsi, religiusitas dan minat dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 16.0.

Dengan menggunakan uji reliabilitas suatu kuesioner dapat diketahui kelayakannya. Kuesioner dapat dikatakan reliabel jika nilai *cronbach's alpha* > 0,60 dan dikatakan tidak reliabel jika nilai *cronbach's alpha* < 0,60.<sup>14</sup>

Hal ini mengartikan bahwa data yang digunakan telah layak digunakan untuk penelitian selanjutnya. Rumus untuk menghitung *cronbach alpha* adalah sebagai berikut:<sup>15</sup>

$$r_i = \frac{k}{(k - 1)} \left\{ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right\}$$

Keterangan:

- $r_i$  : koefisien reliabilitas *cronbach alpha*
- $k$  : jumlah item soal
- $\sum S_i$  : jumlah varians skor tiap item
- $S_t$  : varians total

<sup>13</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 121.

<sup>14</sup> Dias Yoantika, “Pengaruh Informasi Dan Pengetahuan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Swalayan Surya Jenangan” (Ponorogo, IAIN Ponorogo, 2019), 51.

<sup>15</sup> Febrianawati Yusup, “Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif,” *Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Pendidikan* 7, no. 1 (Juni 2018), 22.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk menguji apakah nilai residual yang telah distandarisasi pada model regresi berasumsi normal atau tidak. Nilai Residual terstandarisasi normal jika nilai  $\text{sig} > \alpha$  ( $\alpha$ ) atau normalitas data dapat dilihat dengan cara memperhatikan *Histogram Regression Standardized Residual*, jika nilai residual berasumsi normal maka akan membentuk kurva seperti lonceng atau pada *Normal P-P Plot Of regression Standardized Residual* digambarkan dengan titik-titik yang mengikuti atau merapat ke garis diagonalnya.<sup>16</sup>

### b. Uji Heterokedastisitas

Heterokedastisitas berarti ada varian variabel pada model regresi yang tidak sama (konstan). Jika varian variabel pada model regresi memiliki nilai yang sama (konstan) maka disebut sebagai homokedastisitas. Dan pada model regresi yang diharapkan adalah homokedastisitas. Maka untuk menguji apakah terjadi heterokedastisitas pada suatu instrumen maka dapat digunakan metode analisis grafik.<sup>17</sup>

Suatu penelitian dapat dikatakan tidak memiliki gejala heterokedastisitas jika pada *scatterplot* memiliki kriteria berikut:

---

<sup>16</sup> Suliyanto, *Ekonometrika Terapan: Teori & Aplikasi Dengan SPSS* (Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2011), 69.

<sup>17</sup> Ibid, 95.

- 1) Titik menyebar diatas, bawah dan sekitar nol.
- 2) Titik-titik tidak mengumpul di bawah atau di atas saja.
- 3) Penyebaran titik-titik tidak membentuk pola menyebar kemudian menyempit secara berulang.
- 4) Penyebaran tidak berpola.

Pengujian dengan menggunakan grafik ini memiliki beberapa kelemahan yaitu dapat memberikan penilaian yang subyektif, dan sulit diinterpretasikan jika jumlah pengamatannya sedikit. Sehingga untuk mengantisipasi kemungkinan yang terjadi, maka dapat menggunakan pengujian dengan metode Glejser. Model regresi dapat dinyatakan tidak memiliki gejala heterokedastisitas apabila nilai  $\text{sig} > \alpha$ .<sup>18</sup>

### c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah ada korelasi antara anggota serangkaian data observasi yang diuraikan menurut waktu (*times series*) atau ruang (*cross section*).<sup>19</sup> Uji Durbin-watson (uji D-W) merupakan uji yang sangat populer untuk menguji ada tidaknya autokorelasi. Berikut adalah cara pengambilan keputusan pada pengujian autokorelasi menggunakan Uji Durbin-Watson:

**Tabel 3. 3 Kriteria Pengujian Autokorelasi Dengan Uji Durbin-Watson**

Kriteria	Keputusan
$(4-dL) < dW < dL$	Ada autokorelasi

<sup>18</sup> Ibid, 102.

<sup>19</sup> Ibid, 125.

$dU < dW < (4-dU)$	Tidak ada autokorelasi
$dU < dW < dL$	Tidak ada kesimpulan
$(4-dU) < dW < (4-dL)$	Tidak ada kesimpulan

#### d. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah terjadinya korelasi linear yang mendekati sempurna antar dua variabel atau lebih. Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi yang terbentuk ada korelasi yang tinggi atau sempurna di antara variabel bebas atau tidak. Jika dalam model regresi yang terbentuk terdapat korelasi yang tinggi diantara variabel bebas maka model regresi tersebut dinyatakan memiliki gejala multikolinier.

Uji multikolinieritas yang biasa digunakan dalam penelitian adalah uji multikolinieritas dengan TOL (Tolerance) dan Variance Inflation Factor (VIF). Jika nilai VIF masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya tidak lebih dari 10 maka model dinyatakan tidak memiliki gejala multikolinier.<sup>20</sup>

#### e. Uji Linieritas

Pengujian linieritas digunakan untuk mengetahui model yang dibuktikan merupakan model linier atau tidak secara signifikan. Uji linieritas dilakukan guna mencari model regresi dari variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Suatu data dikatakan

<sup>20</sup> Suliyanto, *Ekonometrika Terapan: Teori & Aplikasi Dengan SPSS*, 90.

berhubungan linier apabila nilai sig. > 0,05 dan sebaliknya jika sig. < 0,05 maka data dikatakan tidak berhubungan linier.

### 3. Analisis Korelasi

Analisis korelasi digunakan untuk mengetahui derajat hubungan linier antara satu variabel dengan variabel lain. Suatu variabel dikatakan memiliki hubungan dengan variabel lain jika perubahan satu variabel diikuti dengan perubahan variabel lain.<sup>21</sup> Pada penelitian ini korelasi yang digunakan untuk mengetahui hubungan signifikan antara variabel Y dengan variabel X adalah korelasi *bivariate*. Untuk mengetahui hubungan yang terjadi antara dua variabel signifikan atau tidak digunakan aplikasi SPSS 16.0 dengan melihat nilai r tabel atau sig. Dengan kriteria penilaian sebagai berikut:

- a. Jika nilai r hitung < r tabel maka  $H_0$  diterima, artinya hubungan antara kedua variabel tersebut tidak signifikan
- b. Jika nilai r hitung > r tabel maka  $H_a$  diterima, artinya hubungan antara kedua variabel tersebut signifikan

### 4. Analisis Regresi Linier Sederhana

Regresi linier sederhana digunakan untuk menganalisis hubungan kausal satu variabel bebas terhadap satu variabel tergantung.<sup>22</sup> Model yang digunakan dalam analisis regresi sederhana ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

---

<sup>21</sup> Suliyanto, 15.

<sup>22</sup> *ibid.*, 39.

Keterangan:

Y = nilai yang diramalkan

a = konstanta

b = koefisien regresi

X = variabel bebas

### 5. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda ini merupakan pengembangan dari analisis regresi linier sederhana, jika regresi linier sederhana hanya digunakan untuk memprediksi satu variabel bebas. Sedangkan regresi linier berganda dapat digunakan untuk memprediksi lebih dari satu variabel bebas.<sup>23</sup> Berikut adalah model regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Keterangan:

Y = nilai yang diramalkan

a = konstanta

$b_1$  = koefisien regresi  $X_1$

$b_2$  = koefisien regresi  $X_2$

$b_n$  = koefisien regresi  $X_n$

---

<sup>23</sup> Suliyanto, 53.



$X_1$  = variabel bebas pertama

$X_2$  = variabel bebas kedua

$X_n$  = variabel bebas ke – n

## 6. Pengujian Hipotesis

### a. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial (per variabel) terhadap variabel terikat. Apakah variabel bebas tersebut memiliki pengaruh yang berarti terhadap variabel bebas atau tidak. Uji t dilakukan dengan cara membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ , pada taraf signifikan 0,05 dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan  $sig. < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
- 2) Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan  $sig. > 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

### b. Uji F

Uji F ini digunakan untuk menguji pengaruh secara simultan variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika variabel bebas memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat maka model persamaan regresi masuk dalam kriteria cocok atau fit dan begitu pula sebaliknya. Uji F dilakukan dengan cara membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$ , pada taraf signifikan 0,05 dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan  $sig. < \alpha$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
- 2) Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  dan  $sig. > \alpha$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

**c. Koefisien Determinasi (R Square)**

Koefisien determinasi adalah besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Semakin tinggi koefisien determinasi, maka semakin tinggi kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi perubahan pada variabel terikat.<sup>24</sup>



---

<sup>24</sup> Suliyanto, 55.

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

##### 1. Sejarah Berdirinya BMT NU Ngasem

Berawal dari kegelisahan pengurus MWCNU ngasem dalam menopang keberlangsungan perjuangan organisasi Nahdlatul Ulama di kecamatan Ngasem, sering kali program-program yang telah direncanakan saat musyawarah program kerja MWCNU Ngasem untuk kemaslahatan umat kandas, karena terbentur dengan kebutuhan dana dalam pelaksanaannya. Berbagai cara dilakukan untuk menggali sumber dana, mencari founding dan kerjasama dengan berbagai pihak. Namun, itu hanya bersifat insidental yang akhirnya ketika akan melakukan kegiatan selanjutnya, kembali kebingungan mencari dana.<sup>1</sup>

Dalam suatu diskusi kecil, salah seorang anggota pengurus MWCNU Ngasem mencoba memotret keberhasilan NU Pekalongan yang mampu menghasilkan omset 24 milyar dalam kurun waktu 7 tahun, mampu menyuplay NU 20 juta, serta 40% dari SHU per tahun terbukti mampu membeli tanah senilai 1,5 milyar serta membangun gedung aswaja yang megah senilai 4,5 milyar. Banyak masyarakat NU yang diperbudak oleh rentenir sehingga lembaga keuangan NU harus didirikan untuk mengurangi beban masyarakat.<sup>2</sup> Kabar tersebut menjadi sebuah

---

<sup>1</sup> Staffmedia, "Sejarah – Kopsyah BMT NU Ngasem Jawa Timur," diakses 10 November 2020, <https://bmtnu-ngasem.com/sejarah/>.

<sup>2</sup> Staffmedia.

pencerahan, inspirasi dan harapan baru untuk menuju kemandirian organisasi. Namun tidak seperti yang diharapkan, setelah ide tersebut disampaikan dalam rapat pengurus ternyata banyak yang tidak setuju, banyak yang ragu, banyak yang pesimis dengan ide tersebut karena di masa kepengurusan sebelumnya sudah pernah mendirikan semacam koperasi anmun gagal, sehingga menjadi momok bagi pengurus yang pernah ikut mengalaminya saat itu.<sup>3</sup>

Hal itu tidak menciutkan keyakinan beberapa orang pengurus, berbagai cara dilakukan untuk meyakinkan seluruh pengurus, contoh-contoh keberhasilan pengurus NU dari berbagai wilayah di ceritakan kepada pengurus lainnya, menganalisa berbagai peluang yang ada di kecamatan Ngasem, dan lain-lain. Akhirnya sebagian besar pengurus mulai mempertimbangkan ide tersebut dan sepakat untuk mendirikan BMT di kecamatan Ngasem. Dengan modal awal 67 juta dari 67 orang penanam saham yang berhasil dikumpulkan dari beberapa pengurus MWC NU Ngasem serta beberapa orang yang percaya dan yakin akan keberhasilan usaha ini, MWC NU Ngasem bertekat bulat mendirikan BMT. Dalam persiapan pendirian, MWC NU Ngasem membentuk tim persiapan pendirian BMT, kemudian tim tersebut memilih calon pengurus dan pengawas serta pengelolanya. Setelah itu tim pendirian BMT menjadwalkan calon pengurus dan pengawas tersebut untuk melakukan study banding dan pelatihan di beberapa tempat yang telah berhasil,

---

<sup>3</sup> Ibid.

antara lain ke Pekalongan, BMT UGT Sidogiri, BMT Gapura Sumenep, dan lain-lain. Kemudian para calon pengelolanya dimagangkan hingga dirasa mampu untuk menjalankan program operasional BMT.

Setelah dirasa cukup dalam persiapan, MWC NU Ngasem menggelar launching BMT NU Ngasem pada tanggal 21 Maret 2012 di gedung MWC NU Kecamatan Ngasem sebagai tanda telah dibuka secara resmi operasional BMT NU Ngasem. Ternyata usaha mendirikan BMT NU Ngasem tersebut tidaklah sia-sia, setelah berjalan selama 3 bulan, kepercayaan masyarakat terhadap BMT NU sudah terlihat, berkat dukungan dari seluruh Banom NU, ibu-ibu Fatayat dan juga lebih menakjubkan lagi ternyata para pedagang yang di pasar-pasar pun mulai percaya dengan kinerja BMT NU dan menyertakan diri untuk ikut menjadi anggota. Tahun pertama berdiri dan berjalan selama 8 bulan, dalam RAT ke-1 BMT NU Ngasem mampu memperoleh laba sebesar 15 juta lebih, di tahun kedua akhir desember 2013 laba bersih usaha BMT NU Ngasem mampu mencapai hampir 150 juta lebih, saat itu BMT NU Ngasem bisa memberi pemasukan kepada NU sebesar 30 juta. Kepercayaan masyarakat kepada BMT NU Ngasem terus meningkat sehingga mempercepat pertumbuhan dari BMT NU Ngasem. Seiring dengan perjalanan perkembangannya, BMT NU Ngasem terus berupaya meningkatkan pelayanan kepada masyarakat dan selalu berinovasi. Perbaikan sistem, penambahan layanan jasa sektoril, dan pembukaan cabang-cabang baru akan menjadi target BMT NU Ngasem kedepan.

## 2. Visi Dan Misi<sup>4</sup>

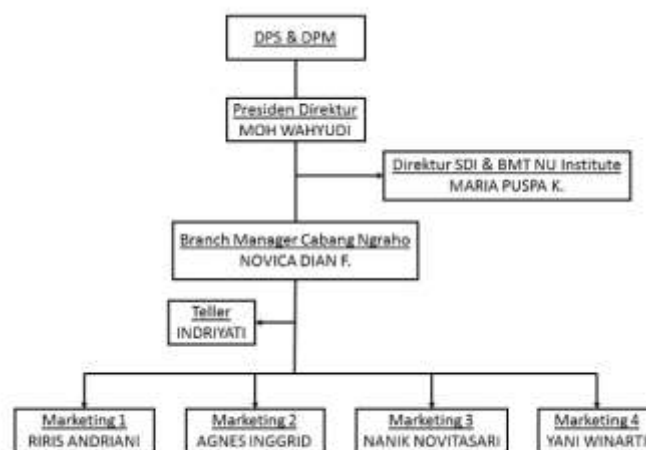
### a. Visi

Menjadi Lembaga Pemberdaya Ekonomi Masyarakat NU Yang Mandiri Dengan Syariah.

### b. Misi

- 1) Membangun Dan Mengembangkan Ekonomi Umat Dengan Konsep Syariah Islam.
- 2) Menciptakan Wata'wanu 'Alalbirri Wat Taqwa Lewat Ekonomi Umat.
- 3) Menanamkan Pembelajaran Konsep Syariah Islam Dan Masalah Ummah.
- 4) Melayani Umat Dengan Amanah Dan Profesional.

## 3. Struktur Organisasi BMT NU Ngasem Cabang Ngraho



**Gambar 4. 1 Struktur Organisasi**

<sup>4</sup> Staffmedia, "Visi/Misi," diakses 10 November 2020, <https://bmtnu-ngasem.com/visi-misi/>.



#### 4. Produk-Produk Pembiayaan Yang Terdapat Pada BMT NU Ngasem Cabang Ngraho Bojonegoro<sup>5</sup>

##### a. Mudharabah

Mudharabah merupakan akad kerja sama antara dua pihak, dimana pihak pertama (*shahibul maal*) menyediakan seluruh modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola (*mudharib*). Keuntungan usaha yang diperoleh akan dibagi sesuai dengan kesepakatan saat akad dan ketika terjadi kerugian akan ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian tersebut bukan akibat kelalaian pengelola. Dan jika kerugian tersebut disebabkan karena kelalaian pengelola maka pengelola wajib untuk bertanggung jawab.<sup>6</sup>

Akad mudharabah merupakan suatu transaksi investasi yang berdasarkan kepercayaan. Kepercayaan sangat penting dalam akad mudharabah dimana pemilik dana tidak boleh ikut campur dalam manajemen perusahaan yang dibiayai oleh pemilik dana tersebut, kecuali hanya sebatas memberikan saran dan melakukan pengawasan terhadap pengelola dana.<sup>7</sup>

Dalam PSAK, mudharabah diklasifikasikan menjadi tiga jenis yaitu *pertama* Mudharabah Muthlaqah, meruoakan mudharabah dimana pemilik dana memberikan kebebasan kepada pengelola dana dalam pengelolaan investasinya atau biasa disebut sebagai investasi

---

<sup>5</sup> Staff Media, "Produk Pembiayaan," diakses 10 November 2020, <https://bmtnu-ngasem.com/produk-pembiayaan/>.

<sup>6</sup> Nurnasrina dan Putra, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, 50.

<sup>7</sup> Wasilah dan Sri Nurhayati, *Akuntansi Syariah Di Indonesia*, 4 ed. (Jakarta: Salemba Empat, 2015), 128.

tidak terikat. *Kedua* Mudharabah Muqayyadah, merupakan mudharabah dimana pemilik dana memberikan batasan kepada pengelola mengenai dana, lokasi, cara atau sektor usaha. *Ketiga* Mudharabah Musytarakah, merupakan mudharabah yang dimana pengelola dana menyertakan modal dananya dalam kerja sama investasi.<sup>8</sup>

Dasar hukum akad mudharabah adalah berdasarkan ayat-ayat Al-quran:

﴿وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهْنَ مَقْبُوضَةٌ ۖ إِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي  
 أُؤْتِيَ مَأْمَنَةً وَأَلْيَقِ اللَّهَ رَبَّهُ ۗ وَلَا تَكْنُمُوا الشَّهَادَةَ ۗ وَمَنْ يَكْنُمْهَا فَإِنَّهُ إِثْمٌ قَلْبُهُ ۗ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ  
 عَلِيمٌ ۚ ٢٨٣﴾

Terjemah Kemenag 2002

283. Dan jika kamu dalam perjalanan sedang kamu tidak mendapatkan seorang penulis, maka hendaklah ada barang jaminan yang dipegang. Tetapi, jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (utangnya) dan hendaklah dia bertakwa kepada Allah, Tuhannya. Dan janganlah kamu menyembunyikan kesaksian, karena barangsiapa menyembunyikannya, sungguh, hatinya kotor (berdosa). Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.

Dan berdasarkan hadist dari Sahih bib Suaib r.a bahwa Rasulullah SAW bersabda, “tiga hal yang di dalamnya terdapat

<sup>8</sup> Ibid, 130.

*keberkatan: jual beli secara tangguh, muqadharah (mudharabah), dan mencampuradukkan gandum dengan jewawut untuk keperluan rumah tangga untuk dijual.” (HR Ibnu Majah)*

b. Musyarakah

Secara etimologis Musyarakah atau Syirkah artinya *ikhtilath* atau pencampuran yaitu bercampurnya suatu harta dengan harta yang lain dan tidak dapat dibedakan antara keduanya. Secara terminologi msyarakah berarti kerja sama antara dua orang atau lebih dalam usaha tertentu dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi harta atau modal dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan resiko akan ditanggung bersama sesuai kesepakatan.<sup>9</sup>

Musyarakah berdasarkan kamus istilah Keuangan dan Perbankan Syariah Bank Indonesia berarti saling bekerja sama, berkongsi, berserikat, bermitra (*cooperation, partnership*). Dalam aplikasi perbankan syariah, pembiayaan musyarakah digunakan untuk modal kerja atau investasi dimana dana dari bank yang merupakan partisipasi modal bank dalam usaha yang dikelola oleh nasabah dan bank berhak ikut serta dalam mengelola usaha.

Musyarakah dibagi atas dua jenis yaitu, *pertama* Syirkah Al Milk merupakan kepemilikan bersama yang keberadaannya muncul apabila dua orang atau lebih memperoleh kepemilikan bersama atas suatu kekayaan. Misalnya kepemilikan akan suatu jenis barang (rumah,

---

<sup>9</sup> Nurnasrina dan Putra, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, 56.

tanah, dll) yang dibeli bersama. *Kedua* Syirkah Al'uqud (kontrak) merupakan kemitraan yang tercipta dengan kesepakatan dua pihak untuk bekerja sama dalam mencapai tujuan bersama, setiap pihak dapat berkontribusi dengan modal atau dengan bekerja dan kerugian atau keuntungan akan dibagi bersama.<sup>10</sup>

Pratik musyarakah digunakan masyarakat dalam menjalani sebuah transaksi perkongsian dalam bisnis. Praktik musyarakah ini diperbolehkan berdasarkan syariat. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT pada QS. As-Shad ayat 24:

قَالَ لَقَدْ ظَلَمَكَ بِسُؤَالٍ نَعَجْتِكَ إِلَىٰ نِعَاجِهِ وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْخُلَطَاءِ لَيَبْغِي بَعْضُهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ  
إِلَّا الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَّا هُمْ وَظَنَّ دَاوُدُ أَنَّمَا فَتَنَّاهُ فَاسْتَغْفَرَ رَبَّهُ وَخَرَّ رَاكِعًا  
وَأَنَابَ ﴿٢٤﴾

Terjemah Kemenag 2002

24. Dia (Dawud) berkata, “Sungguh, dia telah berbuat zalim kepadamu dengan meminta kambingmu itu untuk (ditambahkan) kepada kambingnya. Memang banyak di antara orang-orang yang bersekutu itu berbuat zalim kepada yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan kebajikan; dan hanya sedikitlah mereka yang begitu.” Dan Dawud menduga bahwa Kami mengujinya; maka dia memohon ampunan kepada Tuhannya lalu menyungkur sujud dan bertobat.

<sup>10</sup> Wasilah dan Nurhayati, *Akuntansi Syariah Di Indonesia*, 151.

Hadits riwayat Abu Daud dari Abu Hurairoh, Rasulullah SAW berkata:

Artinya: Dari Abu Hurairoh, Rasulullah SAW bersabda, “Allah SWT berfirman: ‘Aku adalah pihak ketiga dari dua orang yang bersyarikat selama salah satu pihak tidak mengkhianati pihak lain. Jika salah satu pihak telah berkhianat, Aku keluar dari mereka.’”

(HR. Abu Daud)

c. Murabahah

Murabahah secara bahasa berarti *ribhu* yang artinya keuntungan. Secara sederhana murabahah merupakan akad jual beli seharga barang ditambah keuntungan (margin) yang telah disepakati. Menurut Fatwa DSN-MUI No. 04 tahun 2000, murabahah artinya menjual suatu barang dengan menegaskan harga belinya kepada pembeli kemudian pembeli membayarnya dengan harga yang lebih sebagai laba.<sup>11</sup>

Murabahah merupakan suatu akad yang memberikan kepastian pembayaran, baik dari segi waktu atau jumlah sehingga ketika kita mendapat pembiayaan dari bank syariah, jumlah dan waktu sudah ditentukan di awal yang formulanya harga pokok ditambah harga perolehan barang ditambah dengan margin yang telah disepakati. Jadi dapat disimpulkan bahwa murabahah merupakan akad jual beli dengan menyatakan harga pokok dan keuntungan (margin) yang telah disepakati.

---

<sup>11</sup> Nurnasrina dan Putra, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, 23.



Ada dua jenis akad murabahah yaitu *pertama* mrabahah dengan pesanan yang artinya pembeli harus melakukan pembelian barang kepada penjual setelah ada pemesanan. Murabahah ini bersifat mengikat karena pembeli harus membeli barang yang telah dipesan dan tidak dapat membatalkan pesannya. *Kedua*, murabahah tanpa pesanan dimana pembeli tidak harus melakukan pesanan saat akan membeli. Murabahah ini bersifat tidak mengikat karena pembeli dapat membatalkan pembeliannya kapan saja.<sup>12</sup>

Dasar hukum akad murabahah adalah berdasarkan firman Allah SWT dalam QS. An-Nisa' ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۗ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ۝ ٢٩

Terjemah Kemenag 2002

29. Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.

Kemudian dari Abu Sa'id Al Khudri bahwa Rasulullah SAW bersabda: “Sesungguhnya jual beli itu harus dilakukan suka sama suka.” (HR. Al-Baihaqi, Ibnu Majah dan sahih menurut Ibnu Hibban)<sup>13</sup>

<sup>12</sup> Wasilah dan Nurhayati, *Akuntansi Syariah Di Indonesia*, 177.

<sup>13</sup> Ibid, 178.



d. Bai' Bitsamanil Ajil (BBA)

*Bai' Bitsamanil Ajil* (BBA) merupakan suatu perjanjian pembiayaan yang disepakati oleh pihak yang BMT dengan anggotanya, dimana BMT menyediakan dana investasi berupa barang modal usaha anggotanya yang kemudian proses pembayarannya dilakukan dengan cara diangsur. Jumlah yang harus dibayarkan oleh peminjam adalah jumlah atas harga modal yang telah disepakati bersama.<sup>14</sup>

Pembiayaan ini merupakan bagian dari jual beli dan merupakan pembiayaan dengan prinsip jual beli. Sehingga pengertiannya tidak jauh berbeda dengan jual beli (Bai'). Yang membedakan antara keduanya adalah terletak pada cara pembayarannya, dimana jual beli secara umum dibayar secara kontan, sedangkan *Bai' Bitsamanil Ajil* (BBA) ini dibayar dengan cara tidak tunai atau diangsur.

Hasbi Ash-Shiddiqie menyatakan bahwa yang dimaksud dengan prinsip jual beli adalah prinsip yang tegak atas dasar penukaran hak milik secara tetap. Kemudian Sayyid Sabid mengartikan bahwa jual beli merupakan penukaran harta dengan harta lain dengan cara merelakan atau memindahkan hak milik dengan ada penggantinya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa jual beli adalah prinsip saling tukar

---

<sup>14</sup> Fitri Yenti, Siska Febrianti, dan Dola Olivia Veranti, "Implementation of Bai 'Bitsaman Ajil (Baa) Financing to Increasing Income on Bmt At-taqwa Muhammadiyah Bandar Buat Branch," *Jurnal Apresiasi Ekonomi* 7, no. 1 (2019): 109.

menukar harta secara tetap di antara kedua belah pihak dengan memenuhi ketentuan yang dibenarkan oleh syara'.<sup>15</sup>

## B. Hasil Pengujian Instrumen

### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui keabsahan atau kecermatan suatu item pertanyaan dalam mengukur variabel yang diteliti. Suatu item pertanyaan yang diteliti dapat dikatakan valid jika pertanyaan mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner.<sup>16</sup> Kriteria uji validitas adalah:<sup>17</sup>

- a. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka kuesioner tersebut dianggap valid.
- b. Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka kuesioner tersebut dianggap tidak valid.

Karena data yang digunakan adalah 30 responden dengan taraf signifikan 5%, maka nilai dari  $r_{tabel}$  adalah 0,361. Pengujian validitas ini menggunakan aplikasi SPSS 16.0, dan hasilnya dapat disimpulkan sebagai berikut:

**Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas**

Variabel	No. Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Pengetahuan (X1)	butir 1	0,789	0,361	valid
	butir 2	0,66		valid
	butir 3	0,519		valid
	butir 4	0,587		valid
	butir 5	0,574		valid

<sup>15</sup> Ibid, 110.

<sup>16</sup> Agung Widhi Kurniawan dan Zarah Puspitaningtyas, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Pandiva Buku, 2016), 97.

<sup>17</sup> Ummi Lailatul Hanik, "Pengaruh Produk Syariah Dan Bauran Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di BMT NU Ngasem Cabang Jampet Bojonegoro" (PhD Thesis, IAIN Ponorogo, 2019), 54.

Variabel	No. Item	r hitung	r tabel	Keterangan
	butir 6	0,544		valid
Persepsi (X2)	butir 7	0,688	0,361	valid
	butir 8	0,523		valid
	butir 9	0,563		valid
	butir 10	0,609		valid
	butir 11	0,543		valid
	butir 12	0,346		tidak valid
	butir 13	0,696		valid
Religiusitas (X3)	butir 14	0,713	0,361	valid
	butir 15	0,637		valid
	butir 16	0,888		valid
	butir 17	0,807		valid
	butir 18	0,769		valid
	butir 19	0,805		valid
Minat Pembiayaan (Y)	butir 20	0,613	0,361	valid
	butir 21	0,367		valid
	butir 22	0,777		valid
	butir 23	0,795		valid
	butir 24	0,475		valid
	butir 25	0,594		valid

Sumber: Data primer yang diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui bahwa terdapat satu pernyataan dari beberapa variabel yang memiliki  $r$  hitung (0,346) <  $r$  tabel (0,361), yaitu pernyataan butir ke-12 sehingga dinyatakan tidak valid. Dan yang lainnya dapat dinyatakan valid karena nilai  $r$  hitung >  $r$  tabel (0,361). Sehingga item pernyataan yang tidak valid harus dihapus pada model pengujian selanjutnya.

## 2. Uji Reliabilitas

Sugiyono dalam bukunya mengatakan bahwa “Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk

mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.”<sup>18</sup> Dengan menggunakan uji reliabilitas suatu kuesioner dapat diketahui kelayakannya. Kuesioner dapat dikatakan reliabel jika nilai *cronbach's alpha* > 0,60 dan dikatakan tidak reliabel jika nilai *cronbach's alpha* < 0,60.<sup>19</sup>

Berikut ini adalah hasil pengukuran reliabilitas menggunakan bantuan SPSS versi 16.0:

**Tabel 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	<i>cronbach's alpha</i>	Keterangan
Pengetahuan (X1)	0,642 > 0,60	reliabel
Persepsi (X2)	0,605 < 0,60	reliabel
Religiusitas (X3)	0,861 > 0,60	reliabel
Minat Pembiayaan (Y)	0,669 > 0,60	reliabel

Sumber: Data primer yang diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.2 didapatkan bahwa variabel pengetahuan, religiusitas dan minat pembiayaan dinyatakan reliabel atau dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat ukur karena nilai *cronbach's alpha* > 0,60. Itu artinya semua variabel penelitian dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat ukur.

## C. Hasil Pengujian Deskriptif

### 1. Hasil Pengujian Deskriptif responden

Untuk mengetahui gambaran umum mengenai data yang telah dihasilkan dari sampel penelitian, pada bab ini akan disampaikan hal-hal

<sup>18</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 121.

<sup>19</sup> Dias Yoantika, “Pengaruh Informasi Dan Pengetahuan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Swalayan Surya Jenangan” (Ponorogo, IAIN Ponorogo, 2019), 51.

terkait dengan hal-hal penting dalam penafsiran penelitian. Deskripsi sampel berupa jenis kelamin, pendidikan terakhir, agama dan usia responden. Responden dalam hal ini adalah anggota pembiayaan BMT NU Ngasem Cabang Ngraho dengan jumlah sampel yang diambil berdasarkan rumus perhitungan sampel yaitu sebanyak 83 responden. Deskripsi dari hasil penelitian yang telah dilakukan ini yaitu:

**a. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

**Tabel 4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

		Jenis_Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	17	20.5	20.5	20.5
	Perempuan	66	79.5	79.5	100.0
	Total	83	100.0	100.0	

Sumber: Data primer yang diolah 2021

Pada tabel 4.3 ini menunjukkan jumlah jenis kelamin anggota BMT NU Ngasem Cabang Ngraho yang diambil sebagai responden. Dari data tersebut diketahui jumlah responden laki-laki sebanyak 17 orang dengan presentase 20,5% sedangkan jumlah responden perempuan sebanyak 66 orang dengan presentase 79,5%.

**b. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

**Tabel 4. 4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

		Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Putus Sekolah/ Tidak Sekolah	11	13.3	13.3	13.3
	SD/ Sederajat	26	31.3	31.3	44.6
	SMP/Sederajat	14	16.9	16.9	61.4
	SMA/ Sederajat	29	34.9	34.9	96.4
	D3/S1/S2	3	3.6	3.6	100.0
	Total	83	100.0	100.0	

Sumber: Data primer yang diolah 2021

Pada tabel 4.4 ini menunjukkan jumlah responden berdasarkan pendidikan terakhir yang ditamatkan. Berdasarkan data tersebut jumlah responden yang putus/tidak sekolah sebanyak 11 orang dengan presentase 13,3%, responden yang menamatkan pendidikan SD/ sederajat sebanyak 26 orang dengan presentase 31,3%, SMP/ sederajat sebanyak 14 orang dengan presentase 16,9%, SMA/ sederajat sebanyak 29 orang dengan presentase 34,9% dan D3/S1/S2 sebanyak 3 orang dengan presentase 3,6%.

PONOROGO



**c. Deskripsi Responden Berdasarkan Agama**

**Tabel 4. 5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Agama**

**Agama**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Islam	83	100.0	100.0	100.0

Sumber: Data primer yang diolah 2021

Tabel 4.5 menunjukkan bahwa sebanyak 83 orang responden atau seluruh responden yang digunakan dalam penelitian ini 100% beragama Islam.

**d. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia**

**Tabel 4. 6 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia**

**Usia**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 24-29	19	22.9	22.9	22.9
30-35	16	19.3	19.3	42.2
36-41	12	14.5	14.5	56.6
42-47	17	20.5	20.5	77.1
48-53	9	10.8	10.8	88.0
54-59	2	2.4	2.4	90.4
60-65	8	9.6	9.6	100.0
Total	83	100.0	100.0	

Sumber: Data primer yang diolah 2021

Pada tabel 4.6 ini menunjukkan jumlah responden berdasarkan usianya, responden dengan usia 24 – 29 tahun sebanyak 19 orang dengan presentase 22,9%, usia 30 – 35 tahun sebanyak 16 orang

dengan presentase 19,3%, usia 36 – 41 sebanyak 12 orang dengan presentase 12%, usia 42 – 47 sebanyak 17 orang dengan presentase 20,5%, usia 48 – 53 tahun sebanyak 9 orang dengan presentase 10,8%, usia 54 – 59 tahun sebanyak 2 orang dengan presentase 2,4% dan usia 60 – 65 sebanyak 8 orang dengan presentase 9,6%.

## 2. Hasil Pengujian Deskriptif Data Penelitian

### a. Hasil Skor Kuesioner Variabel Pengetahuan (X1)

**Tabel 4. 7 Skor Kuesioner Variabel Pengetahuan (X1)**

No Item	Total SS	Total S	Total TS	Total STS	Total
X1.1	9	46	20	8	83
X1.2	12	28	37	6	83
X1.3	13	59	10	1	83
X1.4	13	40	26	4	83
X1.5	18	44	20	1	83
X1.6	33	41	4	5	83

Sumber: Data primer yang diolah 2021

Pada tabel 4.7 menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju pada semua item pernyataan.

### b. Hasil Skor Kuesioner Variabel Persepsi (X2)

**Tabel 4. 8 Skor Kuesioner Variabel Persepsi (X2)**

No Item	Total SS	Total S	Total TS	Total STS	Total
X2.1	19	37	25	2	83
X2.2	13	44	23	3	83
X2.3	20	20	28	15	83
X2.4	19	60	4	0	83
X2.5	24	55	4	0	83

No Item	Total SS	Total S	Total TS	Total STS	Total
X2.6	27	49	7	0	83
X2.7	21	52	10	0	83

Sumber: Data primer yang diolah 2021

Pada tabel 4.8 menunjukkan bahwa untuk item pernyataan X2.1, X2.2, X2.4, X2.5, X2.6 dan X2.7 mayoritas responden menjawab setuju, sedangkan pada item X2.3 mayoritas responden menjawab tidak setuju.

**c. Hasil Skor Kuesioner Variabel Religiusitas (X3)**

**Tabel 4. 9 Skor Kuesioner Variabel religiusitas (X3)**

No Item	Total SS	Total S	Total TS	Total STS	Total
X3.1	41	37	5	0	83
X3.2	19	45	19	0	83
X3.3	40	21	21	1	83
X3.4	40	31	11	1	83
X3.5	30	34	13	6	83
X3.6	29	37	16	1	83

Sumber: Data primer yang diolah 2021

Pada tabel 4.9 menunjukkan bahwa untuk item pernyataan X3.1, X3.3, X3.4 mayoritas responden menjawab sangat setuju, sedangkan pada item X3.2, X3.5 dan X3.6 mayoritas responden menjawab setuju.

**d. Hasil Skor Kuesioner Variabel Minat Pembiayaan (Y)**

**Tabel 4. 10 Skor Kuesioner variabel Minat Pembiayaan (Y)**

No Item	Total SS	Total S	Total TS	Total STS	Total
Y1	16	42	22	3	83

No Item	Total SS	Total S	Total TS	Total STS	Total
Y2	19	59	4	1	83
Y3	15	31	27	10	83
Y4	13	27	17	26	83
Y5	16	52	14	1	83
Y6	20	31	29	3	83

Sumber: Data primer yang diolah 2021

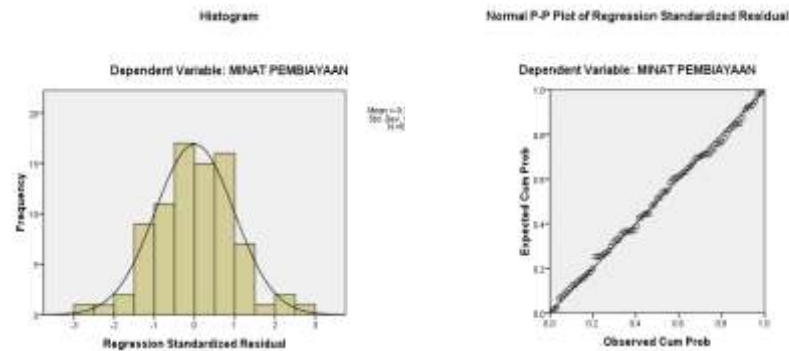
Pada tabel 4.10 menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju pada semua item pernyataan.

## D. Hasil Pengujian Hipotesis

### 1. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk menguji apakah nilai residual yang telah distandarisasi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak. Nilai residual dapat dikatakan berasumsi normal jika nilai  $\text{sig} > \alpha$  ( $\alpha$ ) dan pada *Histogram Regression Standardized Residual* digambarkan dengan kurva yang membentuk seperti lonceng. Dan pada *Normal P-P Plot Of regression Standardized Residual* digambarkan dengan titik-titik yang menyebar disekitar garis diagonal dan dikatakan tidak memenuhi asumsi normal jika titik-titik menyebar jauh dari garis diagonalnya. Berikut adalah hasil pengujian normalitas data:



Sumber: data primer diolah, 2021

**Gambar 4. 2 Histogram dan Normal P-P Plot**

Pada gambar 4.2 dapat diketahui histogram asumsi normalitas menunjukkan bahwa perbandingan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal, terlihat bahwa histogram menunjukkan pola distribusi normal. Dan pada gambar Normal P-P Plot dapat diketahui bahwa perbandingan antara distribusi data kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi data kumulatif dari distribusi normal menggambarkan penyebaran titik-titik yang mengikuti dan merapat di sekitar garis diagonalnya sehingga model regresi tersebut dapat dikatakan memenuhi asumsi normal.

**Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov**

Nilai Sig	Nilai $\alpha$
0,999	0,05

Sumber: data primer diolah, 2021

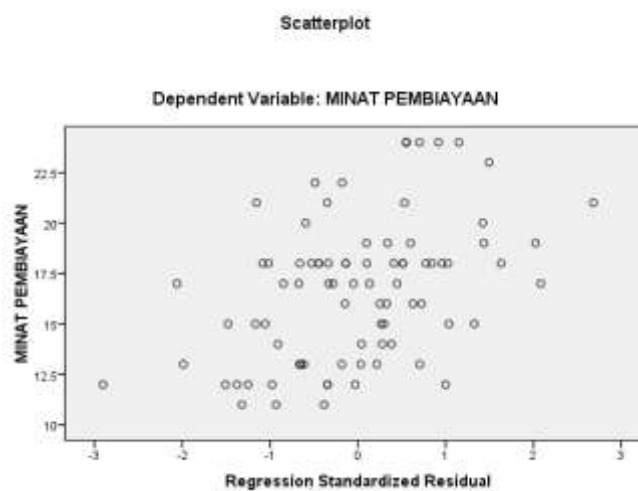
Pada tabel 4.11 menunjukkan nilai signifikan uji Kolmogorov-Smirnov lebih besar dari Nilai  $\alpha$  yaitu  $0,999 > 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

### b. Uji Heterokedastisitas

Heterokedastisitas berarti ada varian variabel pada model regresi yang tidak sama (konstan). Suatu penelitian dapat dikatakan tidak memiliki gejala heterokedastisitas jika pada *scatterplot* memiliki kriteria berikut:

1. Titik menyebar diatas, bawah dan sekitar nol.
2. Titik-titik tidak mengumpul di bawah atau di atas saja.
3. Penyebaran titik-titik tidak membentuk pola menyebar kemudian menyempit secara berulang.
4. Penyebaran tidak berpola.

Model regresi dapat juga dapat dinyatakan tidak memiliki gejala heterokedastisitas apabila nilai  $\text{sig} > \alpha$  ( $\alpha$ ). Adapun hasil uji heterokedastisitas adalah sebagai berikut:



Sumber: data primer diolah, 2021

**Gambar 4. 3 Scatterplot Hasil Uji Heterokedastisitas**



Pada gambar 4.3 dapat diketahui bahwa plot menyebar secara acak di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu *Regression Studentized Residual*. Sehingga berdasarkan uji heterokedastisitas menggunakan metode grafik, pada model regresi yang terbentuk dinyatakan tidak terjadi gejala heterokedastisitas.

**Tabel 4. 12 Tabel Hasil Uji Heterokedastisitas**

Variabel	Nilai Sig.
Pengetahuan	1
Persepsi	1
Religiusitas	1

Sumber: data primer diolah, 2021

Pada tabel 4.12 dapat diketahui bahwa model regresi yang dihasilkan tidak terjadi gejala heterokedastisitas. Hal ini karena nilai sig pengetahuan terhadap absolut residual sebesar  $1 > 0,05$ , nilai sig persepsi terhadap absolut residual sebesar  $1 > 0,05$ , dan nilai sig religiusitas terhadap absolut residual sebesar  $1 > 0,05$ .

### c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah ada korelasi antara anggota serangkaian data observasi yang diuraikan menurut waktu (*times series*) atau ruang (*cross section*). Berikut adalah hasil uji autokorelasi dengan metode Durbin-Watson:

**Tabel 4. 13 Hasil Uji Autokorelasi**

Durbin-Watson	1,827
---------------	-------

Sumber: data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.13 menunjukkan bahwa nilai Durbin-Watson sebesar 1,827. Jika dilihat pada tabel Durbin-Watson dengan  $n=83$  dan

$k=3$ , maka akan diperoleh nilai  $dL= 1,569$  dan  $dU= 1,719$  sehingga nilai  $4 - dU$  sebesar  $4-1,569= 2,431$  sedangkan nilai  $4 - dL$  sebesar  $4-1,719=2,281$ . Maka akan didapat  $dU < dW < (4 - dU)$  yang artinya nilai  $dW$  (1,827) terletak diantara  $dU$  (1,719) dengan  $4 - dU$  (2,431). Sehingga dapat disimpulkan bahwa model persamaan regresi tersebut tidak mengandung autokorelasi.

#### d. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi yang terbentuk ada korelasi yang tinggi atau sempurna di antara variabel bebas atau tidak. Uji multikolinieritas yang biasa digunakan dalam penelitian adalah uji multikolinieritas dengan TOL (Tolerance) dan Variance Inflation Factor (VIF). Jika nilai VIF masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya tidak lebih dari 10 maka model dinyatakan tidak memiliki gejala multikolinier. Berikut ini adalah hasil uji multikolinieritas:

**Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinieritas**

Variabel X	Nilai TOL (Tolerance)	Nilai VIF
Pengetahuan	0,476	2,101
Persepsi	0,346	2,886
Religiusitas	0,509	1,965

Sumber: data primer diolah, 2021

Pada tabel 4.14 ini menunjukkan nilai VIF pengetahuan sebesar 2,101 dengan nilai TOL sebesar 0,476. Nilai VIF persepsi sebesar 2,886 dengan nilai TOL sebesar 0,346 dan nilai VIF religiusitas sebesar 1,965 dengan nilai TOL sebesar 0,509.

Dengan melihat nilai VIF dari masing-masing variabel pengetahuan (2,102), variabel persepsi (2,886), dan variabel religiusitas (1,965) lebih kecil dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi yang terbentuk tidak terjadi gejala multikolinieritas.

#### e. Uji Linieritas

Pengujian linieritas digunakan untuk mengetahui model yang dibuktikan merupakan model linier atau tidak secara signifikan. Suatu data dikatakan berhubungan linier apabila nilai sig. > 0,05 dan sebaliknya jika sig. < 0,05 maka data dikatakan tidak berhubungan linier. Berikut ini adalah hasil uji linieritasnya:

**Tabel 4. 15 Hasil Uji Linieritas X1 dan Y**

Nilai Sig.	Nilai $\alpha$
0,317	0,05

Sumber: data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.15 dapat diketahui bahwa hasil uji linieritas untuk variabel Minat Pembiayaan dan Pengetahuan. Berdasarkan nilai signifikansi *deviation from linearity* diperoleh nilai sig. = 0,317 > 0,05. Artinya terdapat hubungan linier antara variabel pengetahuan dan variabel minat pembiayaan.

**Tabel 4. 16 Hasil Uji Linieritas X2 dan Y**

Nilai Sig.	Nilai $\alpha$
0,570	0,05

Sumber: data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.16 dapat diketahui bahwa hasil uji linieritas untuk variabel minat pembiayaan dan persepsi. Berdasarkan nilai signifikansi *deviation from linearity* diperoleh nilai sig. = 0,570 >

0,05. Artinya terdapat hubungan linier antara variabel persepsi dan variabel minat pembiayaan.

**Tabel 4. 17 Hasil Uji Linieritas X3 dan Y**

Nilai Sig.	Nilai $\alpha$
0,075	0,05

Sumber: data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.17 dapat diketahui bahwa hasil uji linieritas untuk variabel minat pembiayaan dan religiusitas. Berdasarkan nilai signifikansi *deviation from linearity* diperoleh nilai sig. = 0,075 > 0,05. Artinya terdapat hubungan linier antara variabel religiusitas dan variabel minat pembiayaan.

## 2. Analisis Korelasi

Analisis korelasi digunakan untuk mengetahui derajat hubungan linier antara satu variabel dengan variabel lain. Suatu variabel dikatakan memiliki hubungan dengan variabel lain jika perubahan satu variabel diikuti dengan perubahan variabel lain.<sup>20</sup> Pada penelitian ini korelasi yang digunakan untuk mengetahui hubungan signifikan antara variabel Y dengan variabel X adalah korelasi *bivariate*. Untuk mengetahui hubungan yang terjadi antara dua variabel signifikan atau tidak digunakan aplikasi SPSS 16.0 dengan melihat nilai r tabel atau sig. Dengan kriteria penilaian sebagai berikut:

- a. Jika nilai r hitung < r tabel maka  $H_0$  diterima, artinya hubungan antara kedua variabel tersebut tidak signifikan.

---

<sup>20</sup> Suliyanto, 15.

- b. Jika nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka  $H_a$  diterima, artinya hubungan antara kedua variabel tersebut signifikan.

Pada penelitian ini banyaknya data yang diteliti adalah 83 sehingga nilai  $r_{\text{tabel}} = r_{(n, \alpha)} = r_{(83, 5\%)} = 0,179$ . Hasil pengujian korelasinya adalah sebagai berikut:

**Tabel 4. 18 Hasil Korelasi Antara X dan Y**

No	Korelasi	r tabel	r hitung	Keterangan
1	X1 dan Y	0,179	0,674	Signifikan
2	X2 dan Y	0,179	0,872	Signifikan
3	X3 dan Y	0,179	0,764	Signifikan

Sumber: data primer diolah, 2021

Pada tabel 4.18 ini menunjukkan hasil korelasi antara variabel X dan variabel Y. Berdasarkan hasil pengujian menggunakan SPSS 16.0 didapatkan hasil korelasi antara X1 dan Y sebesar  $r_{\text{hitung}} = 0,674 > r_{\text{tabel}} = 0,179$ . Hasil korelasi antara X2 dan Y sebesar  $r_{\text{hitung}} = 0,872 > r_{\text{tabel}} = 0,179$  dan hasil korelasi antara X3 dan Y sebesar  $r_{\text{hitung}} = 0,764 > r_{\text{tabel}} = 0,179$ .

Selain menggunakan  $r_{\text{tabel}}$ , pengujian korelasi juga dapat dilakukan menggunakan nilai sig. Jika nilai sig.  $<$   $\alpha$  maka hubungan antara kedua variabel dinyatakan signifikan. Jika nilai sig.  $>$   $\alpha$  maka hubungan kedua variabel dinyatakan tidak signifikan. Berikut ini adalah pengujian korelasi menggunakan nilai sig:

**Tabel 4. 19 Hasil Korelasi Antara Variabel X dan Variabel Y**

No	Korelasi	sig.	$\alpha$	Keterangan
1	X1 dan Y	0,000	0,05	Signifikan
2	X2 dan Y	0,000	0,05	Signifikan
3	X3 dan Y	0,000	0,05	Signifikan

Sumber: data primer diolah, 2021

Pada tabel 4.19 ini menunjukkan nilai sig. untuk korelasi antara X1 dan Y yaitu Pengetahuan dan Minat Pembiayaan, nilai sig. untuk korelasi antara X2 dan Y yaitu Persepsi dan Minat pembiayaan serta nilai sig. untuk korelasi antara X3 dan Y yaitu Religiusitas dan Minat Pembiayaan memiliki nilai sig 0,000 kurang dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil korelasi antara variabel X dan variabel Y memiliki hubungan yang signifikan.

### 3. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi liniers sederhana digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel X terhadap variabel Y secara parsial. Hasil pengujiannya sebagai berikut:

#### a. Pengaruh Pengetahuan terhadap minat pembiayaan

**Tabel 4. 20 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana (X1) Y**

<b>R</b>	<b>R Square</b>
0,674	0,455

Sumber: data primer diolah, 2021

Pada tabel 4.20 diperoleh hasil sebagai berikut:

- 1) R dalam regresi linier sederhana menunjukkan besarnya korelasi antar variabel, tabel tersebut menunjukkan hubungan antara pengetahuan dengan minat pembiayaan sebesar 0,674 atau 67,4%.
- 2) Nilai *R square* sebesar 0,455 berarti bahwa variabel minat pembiayaan dapat dijelaskan oleh variabel pengetahuan sebesar 44,5% atau pengetahuan mempengaruhi minat pembiayaan sebesar 44,5%.



**Tabel 4. 21 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana (X1) Y**

<b>F Hitung</b>	67,541
<b>Nilai Sig.</b>	0,000

Sumber: data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.21 diperoleh nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu 67,541 > 1,442 dan nilai sig <  $\alpha$  yaitu 0,000 < 0,05. Sehingga  $H_{01}$  ditolak dan menerima  $H_{a1}$ , yang artinya bahwa faktor pengetahuan berpengaruh terhadap minat pembiayaan.

**Tabel 4. 22 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana (X1) Y**

<b>Model</b>	<b>Nilai</b>
1 Constant	3,718
Variabel Pengetahuan	0,764

Sumber: data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.22 dapat diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = 3,718 + 0,764X$$

Berdasarkan persamaan tersebut dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Nilai konstanta sebesar 3,718 menunjukkan apabila tidak dipengaruhi oleh variabel pengetahuan maka besarnya minat pembiayaan adalah 3,718.
- 2) Koefisien regresi sebesar 0,764 berarti bahwa jika variabel pengetahuan mengalami kenaikan satu satuan, maka minat pembiayaan mengalami peningkatan sebesar 0,764 satuan. Koefisien bernilai positif artinya bahwa hubungan antara pengetahuan dan minat pembiayaan bersifat positif, maka pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat pembiayaan.

### b. Pengaruh Persepsi Terhadap Minat Pembiayaan

**Tabel 4. 23 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana (X2) Y**

<b>R</b>	<b>R Square</b>
0,872	0,760

Sumber: data primer diolah, 2021

Pada tabel 4.23 diperoleh hasil sebagai berikut:

- 1) R dalam regresi linier sederhana menunjukkan besarnya korelasi antar variabel, tabel tersebut menunjukkan hubungan antara persepsi dengan minat pembiayaan sebesar 0,872 atau 87,2%.
- 2) Nilai R *square* sebesar 0,760 berarti bahwa variabel minat pembiayaan dapat dijelaskan oleh variabel persepsi sebesar 76% atau persepsi mempengaruhi minat pembiayaan sebesar 76%.

**Tabel 4. 24 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana (X2) Y**

<b>F Hitung</b>	256,043
<b>Nilai Sig.</b>	0,000

Sumber: data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.24 diperoleh nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu 256,043 > 1,442 dan nilai sig <  $\alpha$  yaitu 0,000 < 0,05. Sehingga  $H_{02}$  ditolak dan menerima  $H_{a1}$ , yang artinya bahwa faktor persepsi berpengaruh terhadap minat pembiayaan.

**Tabel 4. 25 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana (X2) Y**

<b>Model</b>	<b>Nilai</b>
1 Constant	(-0,602)
Variabel Persepsi	0,984

Sumber: data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.25 dapat diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = (-0,602) + 0,984X$$

Berdasarkan persamaan tersebut dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Nilai konstanta sebesar (-0,602) menunjukkan apabila tidak dipengaruhi oleh variabel pengetahuan maka besarnya minat pembiayaan adalah (-0,602).
- 2) Koefisien regresi sebesar 0,984 berarti bahwa jika variabel persepsi mengalami kenaikan satu satuan, maka minat pembiayaan mengalami peningkatan sebesar 0,984 satuan. Koefisien bernilai positif artinya bahwa hubungan antara persepsi dan minat pembiayaan bersifat positif, maka persepsi berpengaruh signifikan terhadap minat pembiayaan.

### c. Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Pembiayaan

**Tabel 4. 26 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana (X3) Y**

<b>R</b>	<b>R Square</b>
0,764	0,584

Sumber: data primer diolah, 2021

Pada tabel 4.23 diperoleh hasil sebagai berikut:

- 1) R dalam regresi linier sederhana menunjukkan besarnya korelasi antar variabel, tabel tersebut menunjukkan hubungan antara religiusitas dengan minat pembiayaan sebesar 0,764 atau 76,4%.
- 2) Nilai R *square* sebesar 0,584 berarti bahwa variabel minat pembiayaan dapat dijelaskan oleh variabel religiusitas sebesar

58,4% atau religiusitas mempengaruhi minat pembiayaan sebesar 58,4%.

**Tabel 4. 27 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana (X3) Y**

<b>F Hitung</b>	113,777
<b>Nilai Sig.</b>	0,000

Sumber: data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.27 diperoleh nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu 113,777 > 1,442 dan nilai sig <  $\alpha$  yaitu 0,000 < 0,05. Sehingga  $H_{03}$  ditolak dan menerima  $H_{a3}$ , yang artinya bahwa faktor religiusitas berpengaruh terhadap minat pembiayaan.

**Tabel 4. 28 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana (X3) Y**

<b>Model</b>	<b>Nilai</b>
1 Constant	2,727
Variabel Pengetahuan	0,737

Sumber: data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.28 dapat diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = 2,727 + 0,737X$$

Berdasarkan persamaan tersebut dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Nilai konstanta sebesar 2,727 menunjukkan apabila tidak dipengaruhi oleh variabel religiusitas maka besarnya minat pembiayaan adalah 2,727.
- 2) Koefisien regresi sebesar 0,737 berarti bahwa jika variabel religiusitas mengalami kenaikan satu satuan, maka minat pembiayaan mengalami peningkatan sebesar 0,737 satuan. Koefisien bernilai positif artinya bahwa hubungan antara

religiusitas dan minat pembiayaan bersifat positif, maka religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat pembiayaan.

#### 4. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel pengetahuan, persepsi dan religiusitas terhadap variabel minat pembiayaan, serta untuk mengetahui diantara variabel X yang paling dominan berpengaruh terhadap variabel Y. Hasil pengujian linier berganda adalah sebagai berikut:

**Tabel 4. 29 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

<b>R</b>	<b>R Square</b>
0,900	0,809

Sumber: data primer diolah, 2021

Pada tabel 4.29 diperoleh hasil berikut:

- a. Nilai R sebesar 0,900 menunjukkan korelasi berganda (pengetahuan, persepsi dan religiusitas) terhadap minat pembiayaan sebesar 90%.
- b. Nilai R *Square* sebesar 0,809 menunjukkan besarnya kontribusi atau peran variabel pengetahuan, persepsi dan religiusitas mampu menjelaskan variabel minat pembiayaan sebesar 80,9%.

**Tabel 4. 30 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

<b>F Hitung</b>	111,712
<b>Nilai Sig.</b>	0,000

Sumber: data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.30 merupakan hasil analisis regresi linier berganda yang menunjukkan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $111,712 > 1,606$  dan nilai sig  $< \alpha$  yaitu  $0,000 < 0,05$ . Artinya bahwa  $H_{04}$  ditolak dan menerima

H<sub>a4</sub>, yaitu pengetahuan, persepsi dan religiusitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat pembiayaan.

**Tabel 4. 31 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Model	Nilai
1 Constant	(-2,279)
Variabel Pengetahuan	0,079
Variabel Persepsi	0,692
Variabel Religiusitas	0,288

Sumber: data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.31 dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = (-2,279) + 0,079X_1 + 0,692X_2 + 0,288X_3$$

Dari persamaan yang telah diperoleh, maka dapat diketahui bahwa:

- a. Nilai konstanta (-2,279) menunjukkan bahwa ketika pengetahuan, persepsi dan religiusitas nol atau tidak ada maka tingkat minat pembiayaan sebesar (-2,279) atau sangat rendah.
- b. Nilai koefisien regresi variabel pengetahuan bernilai positif sebesar 0,079. Nilai positif ini menunjukkan adanya pengaruh searah atau positif antara pengetahuan dan minat pembiayaan. Artinya semakin tinggi pengetahuan maka semakin tinggi pula minat pembiayaan. Nilai koefisien regresi sebesar 0,079 memiliki arti jika variabel pengetahuan ditingkatkan satu satuan dengan catatan variabel persepsi dan religiusitas dianggap konstan (*ceteris paribus*), maka akan meningkatkan minat pembiayaan masyarakat di BMT NU Ngasem Cabang Ngraho.



- c. Nilai koefisien regresi variabel persepsi bernilai positif sebesar 0,692. Nilai positif ini menunjukkan adanya pengaruh searah atau positif antara persepsi dan minat pembiayaan. Artinya semakin tinggi persepsi masyarakat maka semakin tinggi pula minat pembiayaan yang dilakukan. Nilai koefisien regresi sebesar 0,692 memiliki arti jika variabel persepsi ditingkatkan satu satuan dengan catatan variabel pengetahuan dan religiusitas dianggap konstan (*ceteris paribus*), maka akan meningkatkan minat pembiayaan masyarakat di BMT NU Ngasem Cabang Ngraho.
- d. Nilai koefisien regresi variabel religiusitas bernilai positif sebesar 0,288. Nilai positif menunjukkan adanya pengaruh searah atau positif antara religiusitas dan minat pembiayaan. Artinya semakin tinggi tingkat religiusitas maka semakin tinggi pula minat pembiayaan yang dilakukan. Nilai koefisien regresi sebesar 0,288 memiliki arti jika variabel religiusitas ditingkatkan satu satuan dengan catatan variabel pengetahuan dan persepsi dianggap konstan (*ceteris paribus*), maka akan meningkatkan minat pembiayaan masyarakat di BMT NU Ngasem Cabang Ngraho.

## 5. Hasil Uji Hipotesis

### a. Uji t

Uji t dilakukan dengan cara membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ , pada taraf signifikan 0,05 dengan kriteria jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan maka  $H_0$  ditolak dan jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan  $sig. > 0,05$  maka  $H_0$

diterima. Hasil uji variabel pengetahuan (X1) dengan variabel minat pembiayaan (Y) adalah sebagai berikut:

- 1) Hasil uji variabel pengetahuan (X1) dengan variabel minat pembiayaan (Y)

Pada variabel pengetahuan ini hipotesis yang digunakan adalah:

$H_0$  : X1 tidak berpengaruh signifikan terhadap Y

$H_a$  : X1 berpengaruh signifikan terhadap Y

Hasil uji t variabel pengetahuan dan minat pembiayaan adalah sebagai berikut:

**Tabel 4. 32 Hasil Uji t**

Nilai t	Nilai Sig.
8,218	0,000

Sumber: data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.32 menunjukkan hasil uji t variabel pengetahuan (X1) dengan variabel minat pembiayaan (Y) maka didapatkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 8,218 dan lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,99 ( $t_{hitung} > t_{tabel} = 8,218 > 1,99$ ). Dan nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari  $\alpha$  sebesar 0.05 ( $0,000 < 0,05$ ). Berdasarkan hasil tersebut sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_a$ . Artinya bahwa pengetahuan berpengaruh secara signifikan terhadap minat pembiayaan.

- 2) Hasil uji variabel persepsi (X2) dengan variabel minat pembiayaan (Y)

Pada variabel persepsi ini hipotesis yang digunakan adalah:

$H_0$  : X2 tidak berpengaruh signifikan terhadap Y

$H_a$  : X2 berpengaruh signifikan terhadap Y

Hasil uji t variabel persepsi dan minat pembiayaan adalah sebagai berikut:

**Tabel 4. 33 Hasil Uji t**

Nilai t	Nilai Sig.
16,001	0,000

Sumber: data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.33 menunjukkan hasil uji t variabel persepsi (X2) dengan variabel minat pembiayaan (Y) maka didapatkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 16,001 dan lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,99 ( $t_{hitung} > t_{tabel} = 16,001 > 1,99$ ). Dan nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari  $\alpha$  sebesar 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Berdasarkan hasil tersebut sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_a$ . Artinya bahwa persepsi berpengaruh secara signifikan terhadap minat pembiayaan.

- 3) Hasil uji variabel religiusitas (X3) dengan variabel minat pembiayaan (Y)

Pada variabel religiusitas ini hipotesis yang digunakan adalah:

$H_0$  : X3 tidak berpengaruh signifikan terhadap Y

$H_a$  : X3 berpengaruh signifikan terhadap Y

Hasil uji t variabel religiusitas dan minat pembiayaan adalah sebagai berikut:

**Tabel 4. 34 Hasil Uji t**

Nilai t	Nilai Sig.
10,667	0,000

Sumber: data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.33 menunjukkan hasil uji t variabel Religiusitas (X3) dengan variabel minat pembiayaan (Y) maka didapatkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 10,667 dan lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,99 ( $t_{hitung} > t_{tabel} = 10,667 > 1,99$ ). Dan nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari  $\alpha$  sebesar 0.05 ( $0,000 < 0,05$ ). Berdasarkan hasil tersebut sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_a$ . Artinya bahwa religiusitas berpengaruh secara signifikan terhadap minat pembiayaan.

#### **b. Uji F**

Uji ini dilakukan untuk menguji kecocokan atau sesuai tidaknya model regresi yang dihasilkan guna mengetahui pengaruh X1, X2, dan X3 terhadap Y. Hipotesis yang digunakan yaitu:

$H_0$  : model regresi yang dihasilkan tidak cocok atau tidak signifikan

$H_a$  : model regresi yang dihasilkan cocok dan signifikan

Berikut merupakan hasil uji F dengan menggunakan SPSS 16.0 dan ditunjukkan pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4. 35 Hasil Uji F**

Nilai F	Nilai Sig.
111,712	0,000

Sumber: data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.35 merupakan hasil uji F dimana tabel tersebut menunjukkan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $111,712 > 1,606$  dan nilai  $sig < \alpha$  yaitu  $0,000 < 0,05$ . Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya bahwa pengetahuan, persepsi dan religiusitas secara simultan berpengaruh terhadap minat pembiayaan.

**c. Uji Determinasi (R Square)**

Besarnya kontribusi X1, X2 dan X3 berpengaruh terhadap Y dapat dijelaskan dengan menghitung *R square*. Nilai *R square* hasil uji regresi dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4. 36 Hasil Uji Determinasi (R Square)**

R Square
0,809

Sumber: data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.36 diketahui Nilai *R Square* sebesar 0,809 menunjukkan besarnya kontribusi atau peran variabel pengetahuan, persepsi dan religiusitas terhadap variabel minat pembiayaan tergolong sangat kuat. Nilai *R square* sebesar 0,809 memiliki arti bahwa pengaruh X1, X2 dan X3 (pengetahuan, persepsi dan religiusitas)

terhadap Y (minat pembiayaan) besarnya 80,9% dan sisanya sebesar 19,1% dipengaruhi oleh variabel lain selain pengetahuan, persepsi dan religiusitas yang tidak termasuk pada model penelitian ini.

## **E. Pembahasan**

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pengetahuan, persepsi dan religiusitas terhadap minat pembiayaan di BMT NU Ngasem Cabang Ngraho. Variabel bebas (independen) dalam penelitian ini adalah pengetahuan, persepsi dan religiusitas. Sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah minat pembiayaan. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti maka diperoleh jawaban bahwa variabel pengetahuan, persepsi dan religiusitas berpengaruh secara signifikan terhadap minat pembiayaan di BMT NU Ngasem Cabang Ngraho. Dari pengujian yang telah dilakukan peneliti yang dibantu software SPSS 16.0 maka diperoleh jawaban untuk masing-masing rumusan masalah dan uji hipotesis penelitian, hasil pengujian tersebut yaitu:

### **1. Pengaruh pengetahuan secara parsial terhadap minat pembiayaan di BMT NU Ngasem Cabang Ngraho.**

Hasil perhitungan pengetahuan mempunyai nilai  $t_{hitung}$  sebesar 8,218 lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu 1,99 ( $t_{hitung} > t_{tabel} = 8,218 > 1,99$ ) dan nilai signifikan uji t lebih kecil dari nilai sig 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Berdasarkan nilai kriteria maka  $H_{01}$  ditolak dan  $H_{a1}$  diterima, artinya pengetahuan berpengaruh secara parsial terhadap minat masyarakat melakukan pembiayaan sebesar 45,5% dan sisanya sebesar 54,5%



dipengaruhi oleh faktor lain. Dengan diterimanya hipotesis pertama ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi pengetahuan masyarakat tentang produk pembiayaan beserta fungsinya di BMT maka akan meningkatkan minat untuk melakukan pembiayaan di BMT NU Ngasem cabang Ngraho.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Evi Novia Santi yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan, Lokasi Dan Promosi Terhadap Minat Anggota Memilih Produk Pembiayaan Murabahah Di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Baitul Maal Wa Tamwil Perekonomian Tasyikah Agung Tulungagung.” Penelitian tersebut menunjukkan bahwa secara parsial pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat anggota memilih produk pembiayaan murabahah.<sup>21</sup> Perbedaan pada penelitian ini adalah subjek yang digunakan peneliti adalah masyarakat yang melakukan pembiayaan di BMT NU Ngasem Cabang Ngraho, sedangkan Santi menggunakan anggota pembiayaan murabahah di KSPPS BMT PETA Tulungagung tahun 2018.

Menurut Engel et al, pengetahuan adalah semua bentuk informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa serta informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen. Pengetahuan akan mempengaruhi keputusan pembelian sehingga

---

<sup>21</sup> evi Novia Santi, “Pengaruh Pengetahuan, Lokasi Dan Promosi Terhadap Minat Anggota Memilih Produk Pembiayaan Murabahah Di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Baitul Maal Wa Tamwil Perekonomian Tasyikah Agung Tulungagung,” 2019, 93.

konsumen yang memiliki pengetahuan lebih banyak maka akan lebih baik dalam pengambil keputusan.<sup>22</sup>

Jadi dengan adanya pengetahuan dan informasi terkait produk-produk pembiayaan dan yang lainnya maka konsumen akan menilai dan menimbang terkait informasi yang didapatkan tersebut. Selain itu, dengan adanya pengetahuan maka akan meningkatkan minat masyarakat melakukan pembiayaan di BMT NU Ngasem Cabang Ngraho.

## **2. Pengaruh persepsi secara parsial terhadap minat pembiayaan di BMT NU Ngasem Cabang Ngraho.**

Persepsi secara parsial berpengaruh terhadap minat masyarakat melakukan pembiayaan di BMT NU Ngasem Cabang Ngraho. Artinya jika persepsi masyarakat semakin baik maka akan semakin tinggi minat masyarakat untuk melakukan pembiayaan. Hal ini dibuktikan dengan hasil tingkat persepsi mempunyai nilai  $t_{hitung}$  sebesar 16,001 dan lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,99 ( $t_{hitung} > t_{tabel} = 16,001 > 1,99$ ). Dan nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari  $\alpha$  sebesar 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Berdasarkan nilai kriteria maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya persepsi berpengaruh secara parsial terhadap minat masyarakat melakukan pembiayaan sebesar 76% dan sisanya sebesar 24% dipengaruhi oleh faktor lain.

---

<sup>22</sup> Khotimah, Warsini, dan Nuraeni, "Pengaruh Sosialisasi dan Pengetahuan Terhadap Minat Investor Pada Efek Syariah di Pasar Modal (Survei Pada Nasabah PT Danareksa Sekuritas Cabang FE-UI Depok)," 425.

### **3. Pengaruh religiusitas secara parsial terhadap minat pembiayaan di BMT NU Ngasem Cabang Ngraho.**

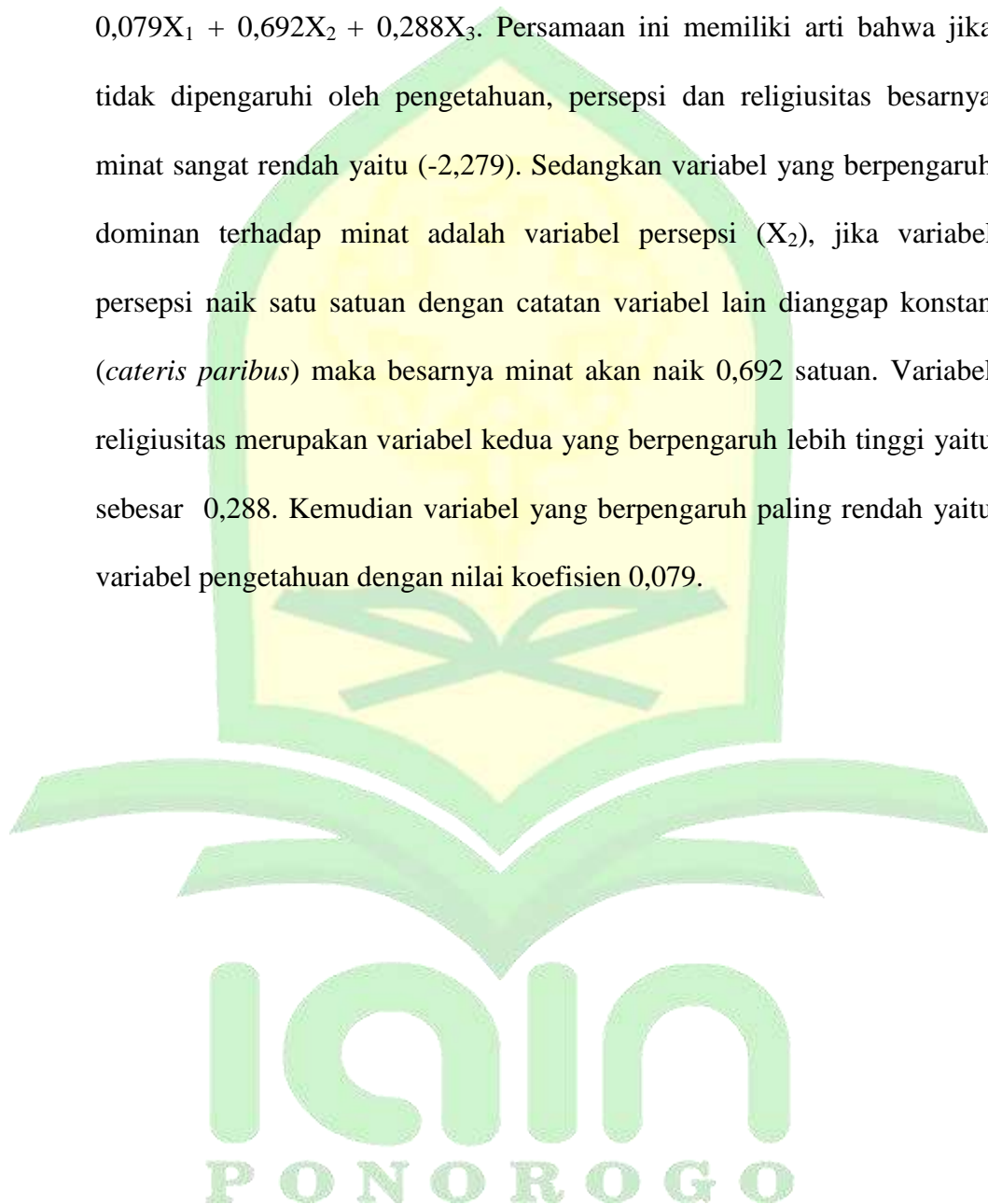
Religiusitas secara parsial berpengaruh terhadap minat masyarakat melakukan pembiayaan di BMT NU Ngasem Cabang Ngraho. Artinya jika religiusitas masyarakat semakin tinggi maka semakin tinggi pula minat masyarakat untuk melakukan pembiayaan. Hal ini dibuktikan dengan hasil tingkat religiusitas mempunyai nilai  $t_{hitung}$  sebesar 10,667 dan lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,99 ( $t_{hitung} > t_{tabel} = 10,667 > 1,99$ ). Dan nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari  $\alpha$  sebesar 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Berdasarkan nilai kriteria maka  $H_{03}$  ditolak dan  $H_{a3}$  diterima, artinya Religiusitas berpengaruh secara parsial terhadap minat masyarakat melakukan pembiayaan sebesar 58,4% dan sisanya sebesar 41,6% dipengaruhi oleh faktor lain.

### **4. Pengaruh pengetahuan, persepsi dan religiusitas secara simultan terhadap minat pembiayaan di BMT NU Ngasem Cabang Ngraho.**

Pengetahuan, persepsi dan religiusitas secara simultan berpengaruh terhadap minat masyarakat melakukan pembiayaan di BMT NU Ngasem Cabang Ngraho. Artinya jika ketiga variabel meningkat maka akan semakin meningkat pula minat masyarakat untuk melakukan pembiayaan. Hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan tingkat pengetahuan, persepsi dan religiusitas yang mempunyai nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $111,712 > 1,606$ . Dan nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari  $\alpha$  sebesar 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Berdasarkan nilai kriteria maka  $H_{04}$  ditolak dan  $H_{a4}$  diterima, artinya

pengetahuan, persepsi dan religiusitas berpengaruh secara simultan terhadap minat masyarakat melakukan pembiayaan.

Penelitian ini menghasilkan persamaan regresi  $Y = (-2,279) + 0,079X_1 + 0,692X_2 + 0,288X_3$ . Persamaan ini memiliki arti bahwa jika tidak dipengaruhi oleh pengetahuan, persepsi dan religiusitas besarnya minat sangat rendah yaitu (-2,279). Sedangkan variabel yang berpengaruh dominan terhadap minat adalah variabel persepsi ( $X_2$ ), jika variabel persepsi naik satu satuan dengan catatan variabel lain dianggap konstan (*ceteris paribus*) maka besarnya minat akan naik 0,692 satuan. Variabel religiusitas merupakan variabel kedua yang berpengaruh lebih tinggi yaitu sebesar 0,288. Kemudian variabel yang berpengaruh paling rendah yaitu variabel pengetahuan dengan nilai koefisien 0,079.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap minat masyarakat melakukan pembiayaan di BMT NU Ngasem Cabang Ngraho Bojonegoro dengan menyebar kuesioner kepada anggota sejumlah 83, dari data yang telah dikumpulkan dan diuji menggunakan bantuan software SPSS 16.0 maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat pembiayaan masyarakat. Hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan pengetahuan mempunyai nilai  $t_{hitung} > t_{tabel} = 8,218 > 1,99$  dan signifikan  $0,000 < 0,05$ . Berdasarkan nilai kriteria maka  $H_{01}$  ditolak dan  $H_{a1}$  diterima, artinya pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat pembiayaan. Dari hasil regresi linier sederhana pengetahuan memiliki nilai koefisien positif sehingga pengetahuan berhubungan positif dan searah dengan minat pembiayaan di BMT NU Ngasem Cabang Ngraho. Nilai koefisien determinan ( $R^2$ ) sebesar 0,455 artinya pengetahuan berpengaruh terhadap minat pembiayaan sebesar 45,5% dan sisanya sebesar 54,5% dipengaruhi oleh variabel lain.
2. Persepsi berpengaruh signifikan terhadap minat pembiayaan masyarakat. Hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan pengetahuan mempunyai nilai  $t_{hitung} > t_{tabel} = 16,001 > 1,99$  dan signifikan  $0,000 < 0,05$ . Berdasarkan nilai kriteria maka  $H_{02}$  ditolak dan  $H_{a2}$  diterima, artinya persepsi



berpengaruh signifikan terhadap minat pembiayaan. Dari hasil regresi linier sederhana persepsi memiliki nilai koefisien positif sehingga persepsi berhubungan positif dan searah dengan minat pembiayaan di BMT NU Ngasem Cabang Ngraho. Nilai koefisien determinan ( $R^2$ ) sebesar 0,760 artinya persepsi berpengaruh terhadap minat pembiayaan sebesar 76% dan sisanya sebesar 24% dipengaruhi oleh variabel lain.

3. Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat pembiayaan masyarakat. Hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan religiusitas mempunyai nilai  $t_{hitung} > t_{tabel} = 10,667 > 1,99$  dan signifikan  $0,000 < 0,05$ . Berdasarkan nilai kriteria maka  $H_{03}$  ditolak dan  $H_{a3}$  diterima, artinya religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat pembiayaan. Dari hasil regresi linier sederhana religiusitas memiliki nilai koefisien positif sehingga religiusitas berhubungan positif dan searah dengan minat pembiayaan di BMT NU Ngasem Cabang Ngraho. Nilai koefisien determinan ( $R^2$ ) sebesar 0,584 artinya pengetahuan berpengaruh terhadap minat pembiayaan sebesar 58,4% dan sisanya sebesar 41,6% dipengaruhi oleh variabel lain.
4. Pengetahuan, persepsi dan religiusitas berpengaruh simultan terhadap minat pembiayaan, hal ini dibuktikan dari hasil pengujian yang menunjukkan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel} = 111,712 > 1,606$  dan signifikan  $0,000 < 0,05$ . Berdasarkan nilai kriteria maka  $H_{04}$  ditolak dan  $H_{a4}$  diterima, artinya pengetahuan, persepsi dan religiusitas berpengaruh secara simultan terhadap minat pembiayaan. Dari hasil regresi linier berganda besarnya



koefisien pengetahuan, persepsi dan religiusitas bernilai positif sehingga pengetahuan, persepsi dan religiusitas berhubungan positif dan searah dengan minat pembiayaan di BMT NU Ngasem Cabang Ngraho. Nilai koefisien determinan ( $R^2$ ) sebesar 0,809 artinya pengetahuan, persepsi dan religiusitas berpengaruh terhadap minat pembiayaan sebesar 80,9% dan sisanya sebesar 19,1% dipengaruhi oleh variabel lain.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil dalam penelitian yang menunjukkan pengaruh pengetahuan, persepsi dan religiusitas terhadap variabel minat masyarakat melakukan pembiayaan di BMT NU Ngasem Cabang Ngraho maka disarankan kepada:

### **1. BMT NU Ngasem Cabang Ngraho**

BMT NU Ngasem Cabang Ngraho dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai BMT, produk-produk yang ada di BMT serta kegunaan dari masing-masing produk, dan mengenai bagi hasil BMT sehingga tidak lagi muncul kesalahan persepsi mengenai margin yang dianggap sama dengan bunga pada bank konvensional. Kemudian memberikan pemahaman mengenai transaksi yang dibenarkan oleh syariah dan konsekuensi jika melanggarnya. Dengan demikian, masyarakat akan mengerti yang kemudian akan meningkatkan lagi minat pembiayaan di BMT NU Ngasem Cabang Ngraho.

## 2. Peneliti yang akan datang

Peneliti yang akan datang diharapkan untuk meneliti pada sisi lain yang dapat mempengaruhi minat pembiayaan. Seperti halnya tingkat margin, tingkat likuiditas BMT, dan tingkat pengembalian pembiayaan. Selain itu hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan dan pemikiran serta referensi bagi penelitian selanjutnya.



## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Achiruddin Saleh, Adnan. *Pengantar Psikologi*. Sulawesi Selatan: Aksara Timur, 2018.
- Al Arif, Nur Rianto. *Lembaga Keuangan Syariah Suatu Kajian Teoretis Praktis*. Bandung: Pustaka Setia, 2012.
- Hardani. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu Group, t.t.
- Jahja, Yudrik. *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Prenada Media Group, 2011.
- Kurniawan, Agung Widhi, dan Zarah Puspitaningtyas. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku, 2016.
- Nurnasrina, Adiyes Putra, dan P. Adiyes Putra. *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. Pekanbaru: Cahaya Firdaus, 2018.
- Sidiq, Umar, dan Miftachul Choiri. *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan*. Ponorogo: CV Nata Karya, 2019.
- Soelaiman, Darwis A. *Filsafat Ilmu Pengetahuan Perspektif Barat dan Islam*. Aceh: Bandar Publishing, 2019.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Suliyanto. *Ekonometrika Terapan: Teori & Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2011.
- Wardany, Diny Kristianty. *Psikologi Pendidikan Islam*. Jawa Barat: CV Confident, 2016.

Wasilah, dan Sri Nurhayati. *Akuntansi Syariah Di Indonesia*. 4 ed. Jakarta: Salemba Empat, 2015.

## JURNAL

Azhari, Zainul Nizam. “Pengaruh Persepsi Dan Perilaku Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo Terhadap Minat Menabung Pada Bank BRI Syariah KCP Ponorogo.” IAIN Ponorogo, 2019.

Cahyono, Yeni, dan Edy Kurniawan. “Perkembangan Perekonomian Syari’ah Pada Masyarakat Ponorogo (analisis Faktor Internal Dan Eksternal).” *Muaddib: Studi Kependidikan dan Keislaman* 6, no. 2 (2017): 147–61.

Faridhah, Nur Azizah. “Pengaruh Religiusitas, Pemahaman Produk, Dan Pelayanan Terhadap Permintaan Pembiayaan Di Ksu Ja’far Medika Syariah.” PhD Thesis, IAIN Surakarta, 2017.

Hanik, Ummi Lailatul. “Pengaruh Produk Syariah Dan Bauran Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di BMT NU Ngasem Cabang Jampet Bojonegoro.” PhD Thesis, IAIN Ponorogo, 2019.

Imran, dan Bambang Hendrawan. “Pengaruh Persepsi Masyarakat Batam Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah.” *Journal of Applied Business Administration* 1, no. 2 (2017): 209–18.

Khotimah, Husnul, Sabar Warsini, dan Yenni Nuraeni. “Pengaruh Sosialisasi dan Pengetahuan Terhadap Minat Investor Pada Efek Syariah di Pasar Modal (Survei Pada Nasabah PT Danareksa Sekuritas Cabang FE-UI Depok).” *SabarWaarsiniJuni2016. pdf*, 2016.

Murti, Finda Mei. “Analisis Positioning Smartphone Berdasarkan Persepsi Konsumen Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa.” *Jurnal manajemen* 5, no. 1 (2015): 34–43.

- Nasrullah, Muhammad. "Islamic Branding, Religiusitas dan keputusan konsumen terhadap produk." *Jurnal Hukum Islam* 13, no. 2 (2015): 79–87.
- Putriani, Yolanda Hani, dan Atina Shofawati. "Pola perilaku konsumsi Islami mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga ditinjau dari tingkat religiusitas." *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan* 2, no. 7 (2015).
- Rahmawati, Heny Kristiana. "Kegiatan Religiusitas Masyarakat Marginal Di Argopuro." *Community Development* 1, no. 2 (2016).
- Romdhoni, Abdul Haris. "Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 4, no. 02 (2018): 136–47.
- Santi, Evi Novia. "Pengaruh Pengetahuan, Lokasi Dan Promosi Terhadap Minat Anggota Memilih Produk Pembiayaan Murabahah Di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Baitul Maal Wa Tamwil Perekonomian Tasyrikah Agung Tulungagung," 2019.
- Subakti, Agung Gita, Darwin Tenironama, dan Ari Yuniarso. "Analisis Persepsi Konsumen." *THE Journal: Tourism and Hospitality Essentials Journal* 8, no. 1 (t.t.): 31–38.
- Yenti, Fitri, Siska Febrianti, dan Dola Olivia Veranti. "Implementation of Bai 'Bitsaman Ajil (Baa) Financing to Increasing Income on Bmt At-taqwa Muhammadiyah Bandar Buat Branch." *Jurnal Apresiasi Ekonomi* 7, no. 1 (2019): 108–20.
- Yoantika, Dias. "Pengaruh Informasi Dan Pengetahuan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Swalayan Surya Jenangan." IAIN Ponorogo, 2019.

Yusup, Febrianawati. “Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif.” *Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Pendidikan* 7, No. 1 (Juni 2018).

Zulchayra, Zahra, Azharsyah Ibrahim, Dan Ana Fitria. “Pengaruh Sosialisasi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal Syariah (Studi Pada Mahasiswa Di Banda Aceh).” *JHIBIZ: Global Journal Of Islamic Banking And Finance*. 2, No. 2 (2020): 138–55.

### WEBSITE

Media, Staff. “Produk Pembiayaan.” Diakses 10 November 2020. <https://bmtnu-ngasem.com/produk-pembiayaan/>.

Staffmedia. “Sejarah – Kopsyah BMT NU Ngasem Jawa Timur.” Diakses 10 November 2020. <https://bmtnu-ngasem.com/sejarah/>.

———. “Visi/Misi.” Diakses 10 November 2020. <https://bmtnu-ngasem.com/visi-misi/>.

“Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998.” Diakses 4 Maret 2021. [https://id.wikisource.org/wiki/Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998](https://id.wikisource.org/wiki/Undang-Undang_Republik_Indonesia_Nomor_10_Tahun_1998).

### WAWANCARA

Inggrid, Agnes. Wawancara, 22 Januari 2021.

Mayriska, Rina. Wawancara. 22 Januari 2021.

Napsiah. Wawancara. 22 Januari 2021.