

**PENGARUH KOMUNIKASI DAN INTERPERSONAL SKILL
KARYAWAN TERHADAP MINAT MENJADI ANGGOTA DI
KOPERASI SYARIAH MUHAMMADIYAH KOTA BLITAR**

SKRIPSI



OLEH

ROZITA NUR LATIFAH

NIM. 3223113082

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) TULUNGAGUNG

2015

**PENGARUH KOMUNIKASI DAN INTERPERSONAL SKILL
KARYAWAN TERHADAP MINAT MENJADI ANGGOTA DI
KOPERASI SYARIAH MUHAMMADIYAH KOTA BLITAR**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Tulungagung
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh
Gelar Strata Satu Sarjana Ekonomi syariah (S.E Sy)



OLEH
ROZITA NUR LATIFAH
NIM. 3223113082

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) TULUNGAGUNG

2015

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul “Pengaruh Komunikasi Dan Interpersonal Skill Karyawan Terhadap Minat Menjadi Anggota di Koperasi Syariah Muhammadiyah Kota Blitar” yang ditulis oleh Rozita Nur Latifah NIM. 3223113082 ini telah diperiksa dan disetujui, serta layak diajukan.

Tulungagung, 5 Juni 2015

Pembimbing,



Binfi Nur Asiyah M.Si
NIP. 19800811 201101 2 007

Mengetahui,

Ketua Jurusan Perbankan Syariah



MUHAMMAD ADIM ADLAN, M.E.I
NIP. 19740416 200801 1 008



LEMBAR PENGESAHAN

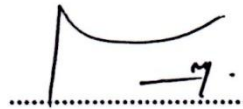
Skripsi dengan judul “Pengaruh Komunikasi Dan Interpersonal Skill Karyawan Terhadap Minat Menjadi Anggota di Koperasi Syariah Muhammadiyah Kota Blitar” yang ditulis oleh Rozita Nur Latifah NIM. 3223113082 ini telah dipertahankan didepan dewah penguji pada tanggal 16 Juni 2015 dan telah dinyatakan diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar strata satu Sarjana Ekonomi Syari’ah. (S.E. Sy).

Dewan Penguji

Tanda Tangan

Ketua/ Penguji:

Nur Aziz Muslim, M.H.I
NIP.19740716 200901 1 006



Penguji Utama:

Qomarul Huda, M.Ag
NIP. 19730414 200312 1 003



Sekretaris/ Penguji:

Binti Nur Asiyah M.Si
NIP. 19800811 201101 2 007



Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Tulungagung



H. Dede Nurohman, M. Ag
NIP 197112 182002 121 003

Motto

الَّذِينَ يَسْتَمِعُونَ الْقَوْلَ فَيَتَّبِعُونَ أَحْسَنَهُ أُولَئِكَ الَّذِينَ هَدَاهُمُ اللَّهُ وَأُولَئِكَ هُمْ
أُولُو الْأَلْبَابِ

*“yang mendengarkan perkataan
lalu mengikuti apa yang paling baik
di antaranya: Mereka itulah orang-orang yang telah
diberi Allah petunjuk dan mereka itulah
orang-orang yang mempunyai akal.
(QS. Azzumar, Ayat : 18)”¹*

¹ Aplikasi Alquran Terjemah, *Alquran Digital Versi 2.1* dapat diakses di <http://www.alquran-digital.com>.

PERSEMBAHAN

Bismillahirohmanirohim..

*Skripsi ini saya persembahkan untuk:
Allah SWT pencipta langit dan bumi, mudah-mudahan Engkau
memberi hamba keridhoan dan ampunan-Mu.*

*Ayahanda dan Ibunda tercinta,
yang aku hormati, yang aku sayangi dan yang aku banggakan yang
telah membesarkanmu, membimbingmu, merawat dan mendidikmu
dengan sepenuh hati serta ketulusan atas limpahan do'a bagimu.
Memberikan dukungan moril serta materiil selama ini*

*Terima kasih untuk kakak-kakak dan adikmu yang aku sayangi, yang
telah mendoakan dan memberi dukungannya*

*Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam(FEBI)
terima kasih atas pengetahuan yang diberikan selama ini.*

*Seluruh Stakeholder Koperasi Syariah Muhammadiyah Kota Blitar
yang telah membantu memberikan informasi kepada kami agar
terselesaikannya skripsi ini dengan tepat waktu.*

*Teman-temanmu jurusan perbankan syari'ah (PS-C) 2011 yang selalu
memotivasi satu sama lain, dan terima kasih atas rasa
kekeluargaannya selama ini, semoga silaturahmi tetap terjalin.*

*Almamatermu IAIN Tulungagung
Serta semua pihak yang turut memberikan semangat dan do'a.*

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan Ni'mat, Taufiq, Hidayah dan Inyayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi yang berjudul “ Pengaruh Komunikasi Dan Interpersonal Skill Karyawan Terhadap Minat Menjadi Anggota Di Koperasi Syariah Muhammadiyah Kota Blitar” ini dengan baik. Sehingga penulis senantiasa mengucapkan rasa syukur Alhadulillahi Robbil ‘alamin.

Shalawat dan salam semoga senantiasa dilimpahkan Allah kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah menuntun umat-Nya dari zaman jahiliyah hingga Islamiyah ini, sebagai pembaharu yang telah mengajarkan syari’at Islam kepada seluruh umat manusia. Semoga kita semua tergolong umat-Nya yang kelak mendapatkan syafa’at di hari qiamat, amin.

Skripsi ini penulis ajukan guna melengkapi salah satu syarat untuk mencapai dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah Strata Satu (S-1) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung.

Dalam hal ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih atas segala bantuan, saran dan kritik dari berbagai pihak, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan ini serta semoga dapat memberi kemanfaatan pada diri penulis pribadi dan khususnya kepada para pembaca atas terselesaikannya tugas akhir ini. Ucapan terima kasih tersebut terutama disampaikan kepada:

1. Bapak Dr. Maftukhin M. Ag., selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.

2. Bapak H. Dede Nurohman M.Ag., Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
3. Bapak M. Aqim Adlan, S.Ag., S. Pd., M.E.I., selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
4. Binti Nur Asiyah M. Si. selaku dosen pembimbing skripsi jurusan perbankan syariah yang telah berkenan meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan arahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak memberikan ilmunya kepada penulis dan senantiasa memberikan pengarahan serta motivasi selama penulis melaksanakan kuliah sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
6. Segenap karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan pelayanan maksimal selama penulis menjadi mahasiswa baru sampai penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini.
7. Bapak Arif Rahman, Bapak Jamaludin dan Ibu Sofia selaku praktisi Koperasi Syariah Muhammadiyah Blitar
8. Keluarga penulis yakni Ibu Muntik, Bapak Jarkoni, Asrori, Isnaini Qomaruddin, Muhammad Nur Fauzi, Ibu Istiadah, dan Bapak Narto yang senantiasa memberikan doa dan motivasi terhadap penulis dalam mencapai keberhasilan.
9. Keluarga besar pondok pesantren Sirojut Tholibiin Plosokandang.

10. Terima kasih kepada alumni Jurusan Perbankan Syariah C angkatan 2011 yang selama ini kita telah bersama-sama dalam suka maupun duka berjuang bersama.
11. Semua pihak yang terlibat dalam proses penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.

Kepada semuanya, penulis hanya bisa mengucapkan terima kasih, semoga amal kebaikan dari berbagai pihak tersebut mendapatkan pahala dari Allah SWT dan menjadi amal yang barakah manfaat di dunia dan di akhirat, amiiin.

Penulis sangat menyadari bahwa di dalam penyusunan skripsi perbankan syariah ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan, karena itu penulis selalu berharap kritik dan saran yang bermanfaat dan bersifat membangun demi lebih baiknya laporan-laporan yang selanjutnya. Akhirnya mudah-mudahan laporan ini berguna bagi penulis dan para pembaca sekalian.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Blitar, 5 Juni 2015

Rozita Nur Latifah
NIM. 3223113082

DAFTAR ISI

| | |
|---------------------------|-------|
| Halaman Sampul Luar | i |
| Halaman Sampul Dalam..... | ii |
| Halaman Persetujuan | iii |
| Halaman Pengesahan | iv |
| Halaman Persembahan | v |
| Halaman Motto | vi |
| Kata Pengantar | vii |
| Daftar Isi | x |
| Daftar Gambar | xv |
| Daftar Tabel | xvi |
| Daftar Lampiran | xvii |
| Abstrak | xviii |

BAB I : PENDAHULUAN

| | |
|--|----|
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 9 |
| C. Tujuan Penelitian | 9 |
| D. Kegunaan Penelitian | 9 |
| E. Ruang Lingkup Dan Keterbatasan Penelitian | 10 |
| F. Definisi Operasional | 11 |
| 1. Penegasan Konseptual | 11 |
| 2. Penegasan Operasional | 12 |

| | |
|--|----|
| G. Sistematika Penulisan Skripsi | 14 |
| BAB II : LANDASAN TEORI | |
| A. Tinjauan Mengenai Komunikasi | 16 |
| 1. Pengertian Komunikasi | 16 |
| 2. Jenis-Jenis Komunikasi | 18 |
| a. Klasifikasi Komunikasi Menurut Bentuknya | 18 |
| b. Klasifikasi Komunikasi Menurut Jenisnya | 20 |
| c. Klasifikasi Komunikasi Berdasarkan Sifatnya | 21 |
| 3. Kondisi-Kondisi Komunikan | 23 |
| 4. Proses Komunikasi | 25 |
| a. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Proses Komunikasi | 25 |
| b. Perspektif Komunikasi | 27 |
| 5. Hambatan Komunikasi | 33 |
| B. Tinjauan Mengenai Interpersonal Skill | 36 |
| 1. Pengertian Interpersonal Skill | 36 |
| 2. Jenis-Jenis Konflik | 37 |
| a. Konflik Diri | 38 |
| b. Konflik Antar Individu | 38 |
| c. Konflik Dalam Kelompok Dan Antar Kelompok | 39 |
| C. Tinjauan Mengenai Minat | 49 |
| 1. Pengertian Motivasi | 39 |
| 2. Klasifikasi Motivasi | 41 |
| 3. Pengolahan Informasi Dan Persepsi Konsumen | 47 |

| | |
|--|----|
| 4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat | 56 |
| D. Tinjauan Penelitian Terdahulu | 58 |
| E. Kerangka Berfikir Penelitian | 65 |
| F. Hipotesis Penelitian | 66 |

BAB III : METODE PENELITIAN

| | |
|---|----|
| A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian | 67 |
| B. Populasi, Sampel Dan Sampling | 68 |
| 1. Populasi | 68 |
| 2. Sampel | 68 |
| 3. Sampling | 70 |
| C. Sumber Data, Variabel Penelitian Dan Skala Pengukuran..... | 70 |
| 1. Sumber Data | 70 |
| 2. Variabel Penelitian | 71 |
| 3. Skala Pengukuran | 72 |
| D. Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian | 73 |
| 1. Teknik Pengumpulan Data | 73 |
| 2. Instrumen Penelitian | 73 |
| E. Teknik Analisis Data | 76 |
| 1. Uji Validitas Dan Reliabilitas | 76 |
| a. Uji Validitas | 76 |
| b. Uji Reliabilitas | 77 |
| 2. Uji Normalitas Data | 79 |
| 3. Uji Asumsi Klasik | 79 |

| | |
|--------------------------------------|----|
| 4. Uji Regresi Linier Berganda | 80 |
| 5. Uji Hipotesis | 81 |
| a. Uji Simultan (Uji F) | 82 |
| b. Uji Parsial (Uji T) | 82 |
| 6. Uji Koefisien Determinasi | 83 |

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

| | |
|---|----|
| A. Hasil Penelitian..... | 84 |
| 1. Uji Validitas Dan Reliabilitas | 84 |
| a. Uji Validitas | 84 |
| b. Uji Reliabilitas | 85 |
| 2. Uji Normalitas Data | 87 |
| 3. Uji Asumsi Klasik | 89 |
| a. Uji Multikolonieritas | 89 |
| b. Uji Heterokedastisitas | 90 |
| 4. Uji Regresi Linier Berganda | 91 |
| 5. Uji Hipotesis | 93 |
| a. Uji Simultan (Uji F) | 93 |
| b. Uji Parsial (Uji T) | 95 |
| 6. Uji Koefisien Determinasi | 97 |
| B. Pembahasan | 98 |

BAB V : PENUTUP

| | |
|---------------------|-----|
| A. Kesimpulan | 104 |
| B. Saran | 105 |

DAFTAR RUJUKAN

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| 2.1 Proses Komunikasi | 31 |
| 2.2 Kerangka Hipotesis | 65 |
| 4.1 Grafik Normal P-Plot Variabel Komunikasi Karyawan (X1) | 88 |
| 4.2 Grafik P-Plot Variabel Interpersonal Skill Karyawan (X2) | 88 |
| 4.3 Grafik Normal P-Plot Variabel Minat Menjadi Anggota (Y) | 89 |
| 4.4 Uji Heterokedastisitas | 91 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| 3.1 Tabel Instrumen Angket Penelitian | 74 |
| 4.1 Hasil Uji Validitas Instrumen Komunikasi Karyawan (X1) | 84 |
| 4.2 Hasil Uji Validitas Instrumen Interpersonal Skill Karyawan (X2) | 85 |
| 4.3 Hasil Uji Validitas Instrumen Minat Menjadi Anggota (Y)..... | 85 |
| 4.4 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Komunikasi Karyawan (X1) | 86 |
| 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Interpersonal Skill Karyawan (X2) | 86 |
| 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Minat Menjadi Anggota (Y)..... | 87 |
| 4.7 Keputusan Uji Normalitas Data | 87 |
| 4.8 Tabel Uji Multikolinearitas | 90 |
| 4.9 Tabel Uji Regresi Linier Berganda | 92 |
| 4.10 Uji Simultan (Uji F) | 94 |
| 4.11 Uji Parsial (Uji T)..... | 95 |
| 4.12 Uji Koefisien determinasi (R^2)..... | 97 |

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner/Angket

Lampiran 2 Data Mentah

Lampiran 3 Uji Validitas Dan Reliabilitas Variabel Komunikasi Karyawan (X1)

Lampiran 4 Uji Validitas Dan Reliabilitas Variabel Interpersonal Skill Karyawan
(X₂)

Lampiran 5 Uji Validitas Dan Reliabilitas Variabel Minat Menjadi Anggota (Y)

Lampiran 6 Uji Normalitas dengan Kolmogorov Smirnov

Lampiran 7 Uji Normalitas dengan normal P-P Plots

Lampiran 8 Uji Multikolinearitas

Lampiran 9 Uji Heteroskedastisitas

Lampiran 10 Uji Regresi Linier Berganda

Lampiran 11 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Lampiran 12 Uji Hipotesis Parsial (Uji T)

Lampiran 13 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Lampiran 14 F tabel

Lampiran 15 T tabel

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Komunikasi Dan Interpersonal Skill Karyawan Terhadap Minat Menjadi Anggota Di Koperasi Syariah Muhammadiyah Kota Blitar “ ini ditulis oleh Rozita Nur Latifah, NIM. 3223113082, pembimbing Binti Nur Asiyah M. Si.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh semakin banyaknya koperasi syariah yang bermunculan di propinsi Jawa Timur khususnya di Blitar. Masyarakat di Blitar sedikit banyak telah banyak menggunakan jasa koperasi syariah. Dalam hal ini peneliti menghubungkan masalah komunikasi dan interpersonal skill Karyawan terhadap minat menjadi anggota di Koperasi Syariah Muhammadiyah Blitar.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah (1) Adakah pengaruh komunikasi karyawan dengan minat menjadi anggota di Koperasi Syariah Muhammadiyah Blitar? (2) Adakah pengaruh interpersonal skill karyawan terhadap minat menjadi anggota di Koperasi Syariah Muhammadiyah Blitar? (3) Adakah pengaruh secara bersamaan antara komunikasi dan interpersonal skill karyawan terhadap minat menjadi anggota di Koperasi Syariah Muhammadiyah Blitar?. Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh komunikasi dan interpersonal skill karyawan terhadap minat menjadi anggota di Koperasi Syariah Muhammadiyah Blitar dan tingkat signifikan keadaan hubungan tersebut.

Skripsi ini bermanfaat bagi akademis, berupa sumbangan teori dan aplikasi terhadap pengembangan keilmuan di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam yang ada di IAIN Tulungagung. Bagi lembaga keuangan syariah dapat digunakan sebagai acuan dan strategi dalam rangka meningkatkan minat untuk menjadi anggota dan nasabahnya. Bagi para pembaca dan peneliti yang akan datang sebagai masukan atau referensi yang cukup berarti bagi penelitian lebih lanjut.

Dalam penelitian ini digunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Analisis data dilakukan dengan uji regresi linier berganda, uji hipotesis yakni uji simultan (uji F) dan uji parsial (uji T) dan uji koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara komunikasi dan interpersonal skill karyawan terhadap minat menjadi anggota di Koperasi Syariah Muhammadiyah Blitar. Hipotesis secara parsial variabel komunikasi karyawan menunjukkan bahwa $t_{hitung} (3.087) > t_{tabel} (1.56309)$ dan hipotesis variabel interpersonal skill karyawan $t_{hitung} (4.978) > t_{tabel} (1.56309)$ dengan alpha 5%. Sehingga hipotesis yang diterima adalah komunikasi dan interpersonal skill karyawan menerima H_a yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara komunikasi dan interpersonal skill karyawan terhadap minat menjadi anggota di Koperasi Syariah Muhammadiyah Kota Blitar. Sedangkan komunikasi dan interpersonal skill karyawan secara bersama-sama juga berpengaruh secara signifikan dengan $F_{hitung} (30.767) > F_{tabel} (3.04)$ dengan nilai Sig. 0.000 dengan alpha 5%.

Kata kunci : komunikasi karyawan, interpersonal skill karyawan dan minat menjadi anggota

ABSTRAK

Thesis with the title “ Communication Influence And Interpersonal Skill Fires An Employee to Give A Damn As Member At A Cooperative Society Syariah Muhammadiyah Blitar's City “ it wrote by Rozita Latifah's, NIM. 3223113082, Binti's counsellor Asiyah M. Si.

This research backgrounded by more and more it a cooperative society syariah what was emergent does at East Javanese province in particular at Blitar. Society at Blitar more or less have a lot of utilize syariah's co-op service. In this case researcher link communication problem and interpersonal skill Fires An Employee to give a damn as member at A Cooperative Society Syariah Muhammadiyah Blitar.

Problem formula in observational it is (1) Do communication Fires An Employee influence by give a damn to become members at A Cooperative Society Syariah Muhammadiyah Blitar? (2) Does interpersonal skill's Fires An Employee influences to give a damn as members at A Cooperative Society Syariah Muhammadiyah Blitar? (3) Do influences concurrently among communications and interpersonal skill Fires An Employee to give a damn as members at A Cooperative Society Syariah Muhammadiyah Blitar?. There is even that as this research aim is subject to be test communication influence and interpersonal skill Fires An Employee to give a damn as member at A Cooperative Society Syariah Muhammadiyah Blitar and signifikan's zoom that relationship situation.

This paper academic benefit, as contribution of theory and application to scholarly development at Economic Faculty And Islam Business that is at IAIN Tulungagung. For financial institution syariah can be utilized as basis and strategy in order to increase yen to become member and its client. To readers and next researcher as entry or reference that adequately means for more research.

In approaching utilizes this research quantitative with asosiatif's observational type. Analisis is data did by bifilar linear regression test, hypothesis test namely tests simultan (test f) and partial test (test t) and determinant coefficient test (R^2).

Result observationaling to point out that exists positive relationship and signifikan among communication and interpersonal skill fires an employee to give a damn as member at A Cooperative Society Syariah Muhammadiyah Blitar. hypothesis partially variable communication fires an employee points out that $t_{\text{computing}} (3.087) > \text{have } t_{\text{table}} (1.56309)$ and interpersonal skill's fires an employee variable hypothesis $t_{\text{computing}} (4.978) > \text{have } t_{\text{table}} (1.56309)$ with alpha 5%. So accepted hypothesis is communication and interpersonal skill fires an employee accepts H_a with the meaning available influence which significant among communication and interpersonal skill fires an employee to give a damn as member at A Cooperative Society Syariah Muhammadiyah Blitar. Meanwhile communication and interpersonal skill fires an employee is ala goes together also signifikan's ala ascendant with $f_{\text{computing}} (30.767) > F_{\text{table}} (3.04)$ with Sig's point. 0.000 by alpha 5%.

Key word: communication fires an employee, interpersonal skill fires an employee and yen becomes member

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Era globalisasi memunculkan beragam permasalahan ekonomi berupa kemiskinan dan eksploitasi oleh yang kuat terhadap yang lemah. Ketidakmerataan pemilikan sumber daya, sumber dana, sumber informasi antara pemerintah, pengusaha, rakyat dan kelompok-kelompok lainnya merupakan beberapa faktor yang melatarbelakangi permasalahan ekonomi tersebut. Selain itu muncul pula permasalahan ekspor yang kapasitasnya lebih kecil daripada impor, produk industri yang lebih menonjol dibandingkan produk pertanian, nilai kurs rupiah yang semakin mengalami penurunan dan permasalahan-permasalahan ekonomi lainnya.

Kaum miskin dan lemah merupakan warga mayoritas dari masyarakat Indonesia saat lalu dan kini. Meskipun demikian tidak sedikit pula masyarakat yang memiliki kemampuan yang bagus, namun menggunakan kemampuan tersebut untuk mengeksploitasi masyarakat yang lemah. Untuk itu, koperasi dihadirkan sebagai salah satu alternatif bagi masyarakat kecil yang membutuhkan peningkatan ekonomi melalui produktivitas yang membangun. Selain itu juga menjadi pendukung konsumtif masyarakat lemah. Harapan tersebut kini telah mulai tercapai dengan banyaknya pendirian koperasi yang telah diminati oleh masyarakat sebagai alternatif lembaga keuangan.

Dalam perkembangannya, undang-undang tentang perkoperasian telah mengalami dua kali perubahan yakni dari awal pembentukan undang-undang tahun 1992 dan mengalami penyempurnaan pada tahun 2012. Undang-undang tentang koperasi tercantum dalam undang-undang tentang Perkoperasian nomor 17 tahun 2012. Penjelasan yang ditetapkan mengenai koperasi adalah badan hukum yang didirikan oleh orang perseorangan atau badan hukum koperasi, dengan pemisahan kekayaan para anggotanya sebagai modal untuk menjalankan usaha, yang memenuhi aspirasi dan kebutuhan bersama di bidang ekonomi, sosial dan budaya sesuai dengan nilai dan prinsip koperasi.² Sehingga dalam penjelasan tersebut dapat dilihat cakupan yang lebih luas dibandingkan undang-undang sebelumnya yang kurang sempurna. Dalam pemenuhan kebutuhannyapun tidak hanya untuk kepentingan ekonomi tetapi dapat mempengaruhi kepentingan sosial dan kebudayaan masyarakat.

Secara singkat manfaat koperasi dapat dilihat dalam dua lingkup. Pertama, koperasi memacu *internal benefit* buat anggota-anggotanya (manfaat intern) baik berupa manfaat ekonomis, seperti peningkatan tabungan, sumber kredit murah, peningkatan pendapatan akibat memperoleh sebagian sisa hasil usaha atas dasar partisipasi, pembelian input produksi dan barang-barang lain secara lebih murah bila dibeli secara sendiri-sendiri oleh tiap anggota, serta mendapatkan harga atau bagian harga yang adil serta pantas bagi hasil-hasil produksi anggota yang disalurkan melalui koperasi. Selanjutnya sebagai *bussines entity* memurahkan transaksi-transaksi ekonomis untuk kepentingan

² Undang-Undang Republik Indonesia tentang Perkoperasian, (Jakarta : <http://www.depkop.go.id/>, 2012), diakses 06 Januari 2015

anggota, melindungi anggota-anggota koperasi dari pemerasan ekonomis yang terjadi dan dimunculkan oleh lembaga-lembaga lain maupun yang muncul karena keserakahan oleh pelaku-pelaku ekonomi lainnya.³

Karena pada dasarnya selain koperasi didirikan untuk melindungi keuangan para anggota, koperasi juga berperan untuk meningkatkan ekonomi anggota dengan mengelola modal yang dipercayakan menggunakan berbagai produk yang dimiliki koperasi secara umum yakni kredit dan tabungan. Namun dengan banyaknya lembaga keuangan dan pelaku-pelaku ekonomi yang menimbulkan kerugian bagi orang lain demi kepentingan pribadi, koperasi yang hadir ditengah masyarakat harus mampu menunjukkan kelebihanannya dibandingkan pelaku yang merugikan perekonomian masyarakat tersebut. Sehingga anggota diharapkan dapat lebih selektif untuk memilih koperasi yang sesuai dengan kebutuhan anggota.

Yang kedua sebagai *economy entity* yang memiliki *social content* (isian sosial), koperasi meningkatkan interaksi antarmanusia maupun interaksi sosial yang semakin bermutu bagi anggotanya untuk mencapai apa yang disebut pengembangan sumber daya manusia seutuhnya. Selain itu aktualisasi dari dalam semangat kebersamaan satu dengan yang lain, baik dalam meningkatkan mutu maupun dalam meningkatkan mutu kepercayaan diri dan keswadayaan secara bersama dapat berbentuk pendidikan langsung dan tak langsung kepada anggota-anggotanya untuk memperbaiki kehidupan pribadi

³ Thoby Mutis, *Pengembangan Koperasi*. (Jakarta : Grasindo, 2004) hal. 5-6

maupun sebagai anggota koperasi yang dari waktu ke waktu memacu kebersamaan.⁴

Jadi, koperasi juga bermanfaat untuk meningkatkan interaksi sosial antara anggota dengan pihak lembaga, antar lembaga dan antar anggota. Karena terkait dengan prinsip kekeluargaan yang terdapat dalam undang-undang dan harus selalu dipegang oleh seluruh koperasi. Dalam interaksi tersebut, lembaga koperasi tidak hanya meningkatkan interaksi sosial antara satu dengan yang lainnya, tetapi lembaga juga memberikan pemecahan masalah keuangan yang dialami anggota. Sehingga hubungan tersebut tidak hanya sebagai kreditur dan debitur maupun rekan kerja tetapi juga sebagai saudara yang meningkatkan kepercayaan saudara yang lainnya.

Di Indonesia keeksistensian koperasi tidak dapat diragukan lagi. Terbukti berdasarkan data yang dimiliki oleh Departemen Koperasi Indonesia, Jawa Timur merupakan propinsi yang memiliki jumlah unit koperasi tertinggi per Juni 2014. Rekapitulasi data dari Departemen Koperasi Indonesia berdasarkan propinsi 30 Juni 2014 tersebut menunjukkan bahwa Jumlah koperasi di propinsi Jawa Timur mencapai 30.741 unit dengan jumlah koperasi aktif 27.031 dan koperasi tidak aktif 3.710 beranggotakan 7.248.543 orang. Selanjutnya disusul oleh propinsi Jawa Tengah yang memiliki jumlah unit koperasi 27.499 dengan koperasi yang masih aktif 22.188 dan koperasi yang sudah tidak aktif 5.311. Sedangkan diperingkat ketiga merupakan propinsi Jawa Barat dengan jumlah unit koperasi 25.457 dengan jumlah unit

⁴ *Ibid...*, hal. 6

koperasi aktif 14.483 dan koperasi yang sudah tidak aktif sebanyak 10.974 unit.⁵ Dengan data yang ada, maka dapat dipastikan bahwa perkembangan koperasi Indonesia khususnya di Jawa Timur merupakan salah satu lembaga keuangan yang memiliki kemungkinan untuk berkembang dari segi kuantitas maupun kualitasnya. Tetapi hal tersebut harus didukung dengan peningkatan sumber daya, sumber dana dan kebijakan yang mendukung pula.

Sekarang ini tidak hanya koperasi konvensional yang berkembang. Di era global ini telah banyak bermunculan koperasi berbasis syariah yang mulai diminati oleh masyarakat seperti halnya perbankan syariah dan lembaga keuangan syariah yang lainnya. Salah satunya adalah koperasi syariah. Koperasi syariah merupakan lembaga pendukung kegiatan ekonomi masyarakat kecil bawah golongan ekonomi lemah dengan berlandaskan sistem ekonomi syariah Islam.

Salah satu koperasi syariah yang ada di Kota Blitar adalah Koperasi Syariah Muhammadiyah Kota Blitar. Menurut Radar Blitar, Minggu 15 Juni 2008 Koperasi Muhammadiyah Blitar merupakan satu-satunya lembaga keuangan dibawah pimpinan Majelis Ekonomi Pimpinan Daerah Muhammadiyah dan Koperasi Syariah pertama di daerah Kota Blitar. Dari 232 Koperasi konvensional yang masih aktif dikota Blitar Koperasi Muhammadiyah mampu bersaing selama 8 Tahun terakhir ini. Ini membuktikan eksistensi koperasi syariah di kota Blitar ditengah tengah

⁵ Rekapitulasi Data Koperasi Berdasarkan Provinsi 30 Juni 2014, (http://www.depkop.go.id/index.php?option=com_phocadownload&view=section&id=16:data_koperasi&Itemid=93) diakses 06 Januari 2015

menjamurnya koperasi konvensional yang berkembang di Kota Blitar⁶. Lembaga ini bertujuan untuk mensejahterakan para anggotanya dengan tetap memegang prinsip dan nilai dalam koperasi serta landasan secara syariahnya.

Peran anggota dalam mengembangkan koperasi sangatlah besar. Terdapat banyak koperasi dengan tingkat partisipasi anggota yang rendah, namun beberapa diantaranya tetap dapat memberikan manfaat yang memuaskan bagi para anggotanya. Tetapi tanpa adanya partisipasi anggota, kemungkinan atas rendah atau menurunnya efisiensi dan efektifitas anggota dalam rangka mencapai kinerja koperasi akan lebih besar. Untuk alasan inilah partisipasi termasuk dalam uji koperasi komparatif yaitu suatu koperasi mungkin saja sukses dalam persaingan namun memberikan kinerja pelayanan yang minim bagi anggotanya. Partisipasi dibutuhkan untuk mengurangi kinerja yang buruk, mencegah penyimpangan dan membuat pemimpin koperasi bertanggung jawab.⁷ Sehingga anggota dalam koperasi merupakan salah satu faktor pendukung keberlangsungan Koperasi Syariah Muhammadiyah Blitar yang harus selalu dihadirkan. Karena tanpa adanya anggota, maka dapat dipastikan bahwa kegiatan operasional lembaga koperasi syariah tersebut tidak akan berjalan dengan lancar.

Kehidupan manusia di dunia tidak dapat dilepaskan dari aktivitas komunikasi, karena komunikasi merupakan bagian integral dari sistem dan tatanan kehidupan sosial manusia atau masyarakat. Komunikasi dalam

⁶ Radio Mayangkara Blitar dalam <http://mayangkararadio.com/lang-lang-kota/sosial-politik/item/1838-sebanyak-25-persen-koperasi-di-kota-blitar-mati-suri> di akses pada 11 Maret 2015

⁷ Jochen Ropke, *Ekonomi Koperasi*. (Jakarta: Salemba Empat, 2003), hal 45-59

kehidupan manusia sangatlah penting, dapat dilihat dari hasil penelitian yang menyatakan bahwa prosentase waktu yang digunakan untuk proses komunikasi adalah sangat besar, berkisar 75% hingga 90% dari waktu kegiatan manusia. Waktu yang digunakan dalam proses komunikasi tersebut 5% digunakan untuk menulis 10% untuk membaca, 35% untuk berbicara dan 50% untuk mendengar.⁸ Begitupun dalam lembaga Koperasi Syariah Muhammadiyah Blitar, komunikasi dianggap sangat penting untuk meningkatkan keanggotaan. Keanggotaan dalam koperasi syariah tersebut berawal dari pengetahuan calon anggota tentang lembaga yang bersangkutan. Pengetahuan tersebut dapat diciptakan dengan menggunakan komunikasi yang dilakukan oleh pihak koperasi syariah dengan para calon anggota maupun berasal dari anggota yang telah lebih dahulu menjadi anggota di lembaga tersebut dengan menggunakan komunikasi secara langsung maupun tidak langsung. Dengan demikian komunikasi akan sangat bermanfaat bagi kegiatan pemasaran lembaga tersebut.

Proses pemasaran yang benar diharapkan akan meningkatkan minat bagi masyarakat untuk menjadi anggota Koperasi Syariah Muhammadiyah Blitar. Karena seorang marketing yang berhasil haruslah memiliki kemampuan untuk menyampaikan pesan yang dapat diterima oleh komunikan. Maka komunikasi merupakan salah satu hal yang dapat mendukung perkembangan lembaga selain sumber dana, sumber daya dan produk yang memang bagus yang berkualitas.

⁸ Tommy Suprpto, *Pengantar Teori Komunikasi*, (Yogyakarta: Media Pressindo, 2006), hal 1-2

Selain komunikasi, pihak koperasi syariah harus memiliki kiat-kiat khusus yang dapat memotivasi calon anggota dan anggota agar dapat memiliki loyalitas dan ketertarikan atau minat untuk terus bekerja sama dengan lembaga koperasi syariah. Kemampuan ini dinamakan interpersonal skill atau keterampilan interpersonal yakni kemampuan pihak koperasi syariah dengan maksud untuk membangkitkan, mengarahkan, menjaga, menunjukkan intensitas bersifat terus menerus dengan tujuan untuk memberikan motivasi bagi calon anggota maupun anggota. Hal tersebut dapat berupa sikap, pelayanan yang diberikan, cara pihak koperasi syariah menjelaskan produk yang dimiliki maupun cara pihak koperasi syariah dalam menata ruang kantor agar anggota memiliki kepercayaan terhadap pihak koperasi syariah dan produk yang ditawarkan kepada calon anggota maupun anggota.

Kesadaran akan pentingnya komunikasi dan interpersonal skill dalam membangun keanggotaan di koperasi syariah Muhammadiyah Blitar telah dimiliki oleh praktisi tersebut. Oleh karenanya penulis ingin menguji seberapa berpengaruhnya komunikasi dan interpersonal skill ini dalam keanggotaan. Sehingga berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul: “pengaruh komunikasi dan interpersonal skill karyawan terhadap minat menjadi anggota di Koperasi Syariah Muhammadiyah Kota Blitar”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan, maka rumusan masalah yang diteliti adalah:

1. Apakah komunikasi karyawan berpengaruh terhadap minat menjadi anggota di Koperasi Syariah Muhammadiyah Kota Blitar?
2. Apakah interpersonal skill karyawan berpengaruh terhadap minat menjadi anggota di Koperasi Syariah Muhammadiyah Kota Blitar?
3. Apakah terdapat pengaruh antara komunikasi dan interpersonal skill karyawan terhadap minat menjadi anggota di Koperasi Syariah Muhammadiyah Kota Blitar?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji pengaruh komunikasi karyawan terhadap minat menjadi anggota di Koperasi Syariah Muhammadiyah Kota Blitar
2. Untuk menguji pengaruh interpersonal skill karyawan terhadap minat menjadi anggota di Koperasi Syariah Muhammadiyah Kota Blitar
3. Untuk menguji pengaruh antara komunikasi dan interpersonal skill karyawan terhadap minat menjadi anggota di Koperasi Syariah Muhammadiyah Kota Blitar

D. Kegunaan Penelitian

Penulis berharap hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat atau kegunaan bagi semua pihak, antara lain:

1. Bagi Akademis

Memberikan manfaat berupa teori dan aplikasi terhadap pengembangan keilmuan di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam yang ada di IAIN Tulungagung.

2. Bagi Praktisi

Hasil penelitian ini bagi praktisi lembaga dapat digunakan sebagai acuan dan strategi dalam rangka meningkatkan minat untuk menjadi anggota di Koperasi Syariah Muhammadiyah Kota Blitar.

3. Bagi Peneliti Yang Akan Datang

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi pijakan dalam perumusan desain penelitian lanjutan yang lebih mendalam dan lebih komprehensif yang berkaitan pengaruh komunikasi dan interpersonal skill karyawan terhadap minat menjadi anggota koperasi syariah.

E. Ruang Lingkup Dan Keterbatasan Penelitian

1. Ruang lingkup penelitian

Ruang lingkup dalam penelitian ini membahas pada pengaruh komunikasi dan interpersonal skill karyawan terhadap minat menjadi anggota di koperasi syariah.

2. Pembatasan penelitian

Berdasarkan ruang lingkup diatas, maka pembahasan penelitian dalam skripsi ini dibatasi pada wilayah anggota Koperasi Syariah Muhammadiyah Kota Blitar

F. Definisi Operasional

1. Penegasan Konseptual

- a. Komunikasi merupakan kegiatan transmisi informasi, ide-ide, sikap atau pernyataan emosional dari satu orang atau kelompok yang disampaikan ke pihak lain, terutama melalui simbol-simbol tertentu.⁹ Dari pengertian tersebut dapat diketahui bahwa antara komunikan dan komunikator akan saling mempengaruhi satu sama lain.
- b. Interpersonal skill adalah keterampilan untuk mengenali dan merespon secara layak perasaan, sikap dan perilaku, motivasi serta keinginan orang lain. Bagaimana diri kita mampu membangun hubungan yang harmonis dengan memahami dan merespon manusia atau orang lain merupakan bagian dari keterampilan interpersonal.¹⁰
- c. Minat adalah sumber motivasi yang akan mengarahkan seseorang pada apa yang akan mereka lakukan bila diberi kebebasan untuk memilihnya. Apabila mereka melihat sesuatu itu mempunyai arti bagi dirinya, maka mereka akan tertarik terhadap sesuatu itu yang pada akhirnya nanti akan menimbulkan kepuasan bagi dirinya.¹¹
- d. Anggota merupakan pemilik dan sekaligus pengguna jasa koperasi. Selain itu keanggotaan dalam koperasi telah dicatat dalam buku daftar anggota. Yang dimaksud dengan “anggota sebagai pemilik” adalah

⁹ Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations Dan Media Komunikasi*. (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2003), hal. 73

¹⁰ Pusat Pendidikan Dan Pelatihan Pengawasan BPKP, *Interpersonal Skill*, (Bogor: Bpkp, 2007), hal. 02

¹¹ Sri Handayani, Hubungan Pengetahuan, Sikap, Minat Dan Motivasi Belajar Dengan Prestasi Belajar Mata Kuliah Kdm I Pada Mahasiswa Semester I Akper Diri Satria Husada Wonogiri, <http://Eprints.Uns.Ac.Id/10268/1/75031307200905011.Pdf>, Diakses 12 Januari 2014

pemilikan anggota atas badan usaha koperasi dengan tanggung jawab terbatas sebesar modal yang disetor anggota. Kemudian yang dimaksud dengan “anggota sebagai pengguna jasa koperasi” adalah penggunaan atau pengambilan manfaat ekonomi dari pelayanan yang disediakan oleh koperasi.¹²

2. Penegasan Operasional

- a. Komunikasi karyawan adalah interaksi langsung maupun tidak langsung, menggunakan media maupun tidak yang dilakukan oleh karyawan lembaga Koperasi Syariah Muhammadiyah Blitar yang dapat mempengaruhi persepsi masyarakat untuk menjadi anggota di koperasi tersebut. Harapannya dengan menggunakan komunikasi yang baik, pesan akan tersampaikan dan akan memberikan pengaruh yang positif bagi lembaga berupa minat untuk menjadi anggota di lembaga keuangan syariah tersebut.
- b. Interpersonal skill karyawan merupakan keterampilan yang dimiliki oleh karyawan lembaga Koperasi Syariah Muhammadiyah Blitar berupa sikap, pelayanan yang dimiliki, kepercayaan diri dalam memperkenalkan produk serta keunggulan-keunggulan dalam setiap produknya kepada anggota maupun calon anggota. Selain itu, adanya suasana kantor yang nyaman. Sehingga beberapa hal tersebut dapat meningkatkan minat untuk menjadi anggota di lembaga syariah tersebut.

¹² Undang-Undang Republik Indonesia tentang Perkoperasian..., diakses 06 Januari 2015

- c. Minat adalah sumber motivasi anggota Koperasi Syariah Muhammadiyah Blitar untuk menggunakan produk jasa koperasi syariah tersebut. Sumber motivasi dalam hal ini berupa keyakinan para anggota yang mengerti dan paham atas penjelasan karyawan koperasi syariah dan anggota memiliki kenyamanan selama menjadi anggota. Sehingga memunculkan minat untuk menjadi anggota maupun terus menjadi anggota koperasi syariah tersebut.
- d. Anggota adalah orang-orang yang telah terdaftar sebagai anggota resmi Koperasi Syariah Muhammadiyah Blitar baik sebagai anggota aktif maupun anggota pasif.

Secara operasional yang dimaksud dengan judul pengaruh komunikasi dan interpersonal skill karyawan terhadap minat menjadi anggota di Koperasi Syariah Muhammadiyah Kota Blitar adalah pengaruh timbal balik yang dapat ditimbulkan antara pihak lembaga koperasi dan publik setelah melakukan interaksi melalui komunikasi. Selain itu suasana kekeluargaan, kebersamaan, pelayanan yang diberikan dan estetika suasana kantor yang dapat memicu ketertarikan calon anggota sehingga dapat memberikan sumber motivasi bagi publik untuk memiliki hubungan kerja dengan lembaga koperasi syariah tersebut.

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk kejelasan pembahasan judul skripsi ini penulis menyusun rencana sistematika penulisan, yakni sebagai berikut :

BAB I : Pendahuluan

Bab ini menguraikan tentang (a) latar belakang, (b) rumusan, masalah, (c) tujuan penelitian, (d) kegunaan penelitian, (e) ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, (f) definisi operasional serta (g) sistematika penulisan skripsi.

BAB II : Landasan Teori

Bab ini membahas tentang (a) kerangka teori yang membahas variabel/ sub variabel pertama (komunikasi), (b) kerangka teori yang membahas variabel/ sub variabel kedua (interpersonal skill), (c) kerangka teori yang membahas variabel/ sub variabel ketiga (minat), (c) kajian penelitian terdahulu, (d) kerangka konseptual penelitian, dan (e) hipotesis penelitian.

BAB III : Metode Penelitian

Bab ini menguraikan tentang metode penelitian yang meliputi (a) pendekatan dan jenis penelitian, (b) populasi, sampling dan sampel penelitian, (c) sumber data, variabel dan skala pengukurannya, (d) teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian serta (e) analisis data.

BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini berisi tentang analisis data terdiri atas (a) hasil penelitian (yang berisi deskripsi dan pengujian hipotesis) serta (b) pembahasan hasil penelitian

BAB V : Penutup

Pada bagian ini merupakan rangkaian dari penelitian yang terdiri dari (a) kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian serta (b) saran-saran yang sifatnya membangun.

Bagian Akhir : Bagian akhir dari skripsi ini berisikan (a) daftar rujukan, (b) lampiran-lampiran yang berhubungan dan mendukung isi skripsi, (c) surat pernyataan keaslian skripsi serta (d) daftar riwayat hidup.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Tinjauan Mengenai Komunikasi

1. Pengertian Komunikasi

Komunikasi sudah menjadi bagian dari kehidupan manusia dalam setiap melakukan kegiatan sehari-hari. Tanpa disadari manusia tidak akan dapat melepaskan diri dari komunikasi karena komunikasi merupakan suatu hal yang vital dalam tatanan kehidupan manusia. Pada dasarnya manusia adalah makhluk sosial yang akan selalu membutuhkan adanya komunikasi dalam bersosialisasi.

Kata komunikasi berasal dari perkataan bahasa Latin: *communication* yang berarti “pemberitahuan” atau “pertukaran pikiran”. Dengan demikian secara garis besar dalam suatu proses komunikasi harus terdapat unsur-unsur kesamaan makna agar terjadi suatu pertukaran pikiran atau pengertian, antara komunikator (penyebarnya) dan komunikan (penerima pesan).¹³ Komunikasi akan dianggap berhasil apabila komunikan dapat menerima pesan atau mengerti maksud pesan yang disampaikan oleh komunikator. Sehingga apabila dalam sekali penyampaian pesan komunikan belum dapat menerima pesan secara maksimal, maka perlu adanya penjelasan-penjelasan yang mendukung, karena setiap orang memiliki kemampuan berbeda-beda dalam menerima suatu pesan yang disampaikan.

¹³ Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations...*, hal. 73

Menurut Brent D. Ruben, komunikasi adalah suatu proses melalui mana individu dalam hubungannya, dalam kelompok, dalam organisasi dan dalam masyarakat menciptakan, mengirimkan, dan menggunakan informasi untuk mengkoordinasi hubungannya dengan orang lain.¹⁴ Sedangkan batasan pengertian komunikasi menurut Gerbner “*communications may be defined as social interaction through messages*”. Definisi komunikasi ini lebih sederhana, bahwa komunikasi yang didefinisikan itu sebagai interaksi sosial melalui pesan-pesan.¹⁵ Yang dimaksud adalah bahwa dalam setiap komunikasi pasti ada suatu interaksi yang terjadi. Interaksi tersebut dapat diwujudkan melalui pesan-pesan yang disampaikan. Pesan tersebut dapat berasal dari pesan langsung maupun menggunakan lambang dan gambar yang dapat mempermudah penerima pesan untuk menerima pesan. Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses pertukaran pesan langsung maupun tidak langsung antara si pengirim pesan dengan si penerima pesan untuk tujuan tertentu.

Kegiatan komunikasi selalu terjadi dalam kehidupan sehari-hari. Ini berarti tidak ada aktivitas tanpa adanya komunikasi secara langsung maupun tidak langsung, verbal maupun non verbal dengan bentuk apapun. Begitu juga organisasi atau lembaga menempatkan komunikasi sebagai salah satu unsur komunikasi. Dalam proses komunikasi, paling sedikit terdapat lima komponen yang terlibat, antara lain: sumber

¹⁴ Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2002), hal. 02

¹⁵ Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations...*, hal. 90

(komunikator), pesan, saluran, komunikan (publik), dan efek.¹⁶ Kelima komponen tersebut harus ada dalam proses komunikasi. Saluran dalam komunikasi contohnya adalah media yang digunakan oleh kamunikator dan efek adalah respon atau umpan balik yang akan dilakukan oleh komunikan dengan adanya pesan tersebut.

Jadi kesimpulannya komunikasi sangat penting dalam kehidupan, baik kehidupan sehari-hari bersama keluarga, bermasyarakat maupun berorganisasi. Semakin berkembangnya zaman, komunikasi tidak hanya dapat dilakukan dengan komunikasi lisan dan tulisan, tetapi kini telah banyak media yang dapat digunakan untuk mendukung proses komunikasi yang tidak dipengaruhi oleh jarak. Media komunikasi, media sosial maupun media elektronik semakin berkembang dari waktu ke waktu dan dapat menunjang proses komunikasi antar manusia.

2. Jenis-Jenis Komunikasi

a. Klasifikasi Komunikasi Menurut Bentuknya

Menurut bentuknya, komunikasi dapat dikelompokkan menjadi komunikasi verbal dan nonverbal dengan penjelasan sebagai berikut:

1) Komunikasi nonverbal

Dibandingkan dengan komunikasi verbal, komunikasi nonverbal lebih tidak terstruktur, lebih sulit dipelajari dan bersifat lebih spontan.

Adapun beberapa kelebihan dari komunikasi nonverbal dibandingkan dengan komunikasi verbal adalah:

¹⁶ Maria Assumpta Rumanti, *Dasar-Dasar Public Relations*, (Jakarta : PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2002), hal. 85-86

a) Lebih dapat dipercaya

Dalam komunikasi verbal, seseorang dapat dengan mudah mengontrol atau memanipulasi kata-kata yang digunakannya. Melalui kata-kata, seseorang dapat mengatakan hal yang tidak sebenarnya dengan lancar tetapi tidak demikian halnya dengan komunikasi nonverbal seperti bahasa tubuh, ekspresi, wajah dan nada suara.

b) Lebih efisien

Baik ditinjau dari penerima atau pengirim pesan, penggunaan komunikasi nonverbal bisa membuat proses komunikasi menjadi lebih efisien. Contoh, kadang-kadang kita menyampaikan pesan dengan lebih cepat dan ekonomis melalui gerakan tangan atau anggukan kepala.

2) Komunikasi verbal

Terdapat empat jenis komunikasi verbal yang selalu digunakan di lingkungan bisnis yaitu: berbicara, menulis, membaca dan mendengarkan. Suatu penelitian yang menggunakan kalangan bisnis sebagai respondennya menunjukkan bahwa kaum bisnis menggunakan sebagian besar waktunya untuk mendengarkan (45%) dan berbicara (30%). Mereka menggunakan sisa waktunya untuk membaca (16%) dan menulis (9%). Hasil penelitian juga mengindikasikan bahwa kalangan bisnis menggunakan tulisan dan bicara untuk mengirim pesan dan mendengarkan serta membaca untuk menerima pesan.¹⁷

¹⁷ Sri Astuti Pratminingsih, *Komunikasi Bisnis*, (Yogyakarta: Sraha Ilmu 2006), hal. 6-7

Jadi dapat disimpulkan bahwa komunikasi nonverbal adalah komunikasi yang bersifat spontan dan tidak terstruktur. Biasanya komunikasi ini dilakukan dalam kegiatan sehari-hari yang interaksinya bersifat santai. Sedangkan untuk komunikasi verbal, bentuk bahasa yang digunakan lebih terstruktur karena bersangkutan dengan kegiatan berorganisasi atau berbisnis.

b. Klasifikasi Komunikasi Menurut Jenisnya

Berdasarkan jenisnya komunikasi dibedakan menjadi tiga, antara lain:

1) Komunikasi intrapersonal

Komunikasi intrapersonal yaitu komunikasi dengan diri sendiri, sehingga dampaknya hanya dirasakan oleh diri sendiri.

2) Komunikasi interpersonal

Komunikasi interpersonal yaitu komunikasi dengan orang lain, sehingga dampaknya dapat dirasakan pada waktu itu juga, oleh pihak yang terlibat.

3) Komunikasi melalui media massa

Komunikasi melalui media massa baru akan dirasakan dampaknya dalam beberapa waktu kemudian.¹⁸

Maka menurut jenisnya komunikasi dapat dibedakan menjadi komunikasi intrapersonal, komunikasi interpersonal dan komunikasi massa. Komunikasi intrapersonal merupakan komunikasi dengan diri sendiri, biasanya komunikasi ini terjadi apabila seseorang memiliki dua

¹⁸ Maria Assumpta Rumanti, *Dasar-Dasar ...*, hal. 88

atau lebih pilihan dalam mempertimbangkan keputusan tertentu. Seseorang akan membuat komunikasi dengan dirinya sendiri melalui pikiran dan selanjutnya memilih suatu keputusan tertentu yang menurutnya baik.

Yang kedua adalah komunikasi interpersonal. Kebanyakan komunikasi ini berbentuk verbal disertai dengan ungkapan-ungkapan nonverbal dan dilakukan secara lisan. Cara tertulis diambil sejauh diperlukan, misalkan dalam bentuk memo, surat atau catatan.¹⁹

Komunikasi interpersonal merupakan komunikasi yang terjadi antara dua orang atau lebih, sehingga komunikasi ini akan menggabungkan dua pikiran yang berusaha untuk disamakan dalam menerima pesan. Sedangkan komunikasi massa dapat berupa pesan yang diberikan oleh komunikator berupa informasi yang diberikan kepada komunikan, biasanya komunikasi ini menggunakan media tertentu yakni media massa, media sosial, dan media elektronik.

c. Klasifikasi Komunikasi Berdasarkan Sifatnya

Sedangkan berdasarkan sifatnya komunikasi juga dibedakan menjadi tiga macam, yaitu:

1) Komunikasi vertikal

Komunikasi vertikal yaitu komunikasi dari atas ke bawah dan dari bawah ke atas. Dalam arus komunikasi vertikal dari atas ke bawah tersebut pihak pimpinan memberikan instruksi, petunjuk, informasi, penjelasan dan penugasan lain sebagainya kepada ketua unit atau

¹⁹ Kanisius, *Komunikasi Intrapersonal Dan Interpersonal Skill*, (Yogyakarta : Kanisius, 2003), hal. 85

kelompok dan bawahan. Kemudian arus komunikasi dari bawah ke atas diterima dalam bentuk bawahan memberikan laporan, pelaksanaan tugas, sumbang saran dan hingga pengaduan kepada pimpinannya masing-masing.

2) Komunikasi horizontal

Komunikasi horizontal merupakan komunikasi satu level yang terjadi antara para karyawan dengan karyawan lainnya, antara pemimpin satu departemen dengan pemimpin departemen lainnya dalam satu tingkatan dan lain sebagainya.

3) Komunikasi eksternal

Komunikasi eksternal berlangsung atau terjadi dua arah antara pihak organisasi atau lembaga dengan pihak luar. Misalnya komunikasi dengan pihak kreditur, pemerintah, pelanggan dan rekan bisnis.²⁰

Komunikasi menurut sifatnya dibagi menjadi tiga yakni komunikasi vertikal, komunikasi horizontal dan komunikasi eksternal. Ketiga bentuk komunikasi tersebut terjadi di lingkungan organisasi atau bisnis. Komunikasi vertikal adalah komunikasi yang terjadi antara pimpinan dan bawahan organisasi contohnya karyawan dengan manajer atau sebaliknya. Yang kedua komunikasi horizontal, komunikasi ini terjadi antara pihak organisasi yang memiliki tingkatan yang sama dalam organisasi. Sedangkan komunikasi eksternal merupakan komunikasi yang terjadi antara pihak

²⁰ Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations...*, hal. 81-82

organisasi atau lembaga dengan pihak diluar lembaga contohnya lembaga lain, pemerintah maupun masyarakat dan konsumen.

3. Kondisi-Kondisi Komunikasikan

Keberhasilan sebuah komunikasi tak lepas dari kondisi komunikasikan. Meskipun sudah sekeras mungkin kita berusaha untuk menjadi komunikasikan yang baik, tetapi komunikasi masih juga tidak efektif jika kita tidak peka dengan kondisi pendengar kita. Ada beberapa faktor, berdasarkan aspek objektif dari lingkungan, yang menentukan kondisi komunikasikan yang kita ajak bicara, antara lain:

a. Faktor ekologis

Keadaan lingkungan atau geografis mempengaruhi perilaku seseorang. Hal paling sederhana dari itu misalnya temperatur. Temperatur sangat mempengaruhi suasana emosional seseorang. Bukan sesuatu yang mengherankan jika kita dimarahi seorang penjaga toko buku ketika kita memintanya dengan sopan mencarikan buku yang kita inginkan di tengah siang yang sangat panas. Bukan kita yang salah mengomunikasikannya, tapi kita berbicara pada cuaca yang tidak tepat.

b. Faktor desain dan arsitektural

Arsitektur selalu terkait erat dengan perilaku, maka disain arsitektur yang bijak mempertimbangkan pola kebiasaan perilaku manusia. Sebuah kantor yang acak-acakan, sempit dan tidak ber-AC tentu akan membuat orang lebih mudah lelah dibandingkan dengan sebuah kantor yang lapang, rapi, full-AC, dan memiliki pencahayaan yang terang.

c. Faktor temporal

Waktu yang 24 jam ternyata bermakna macam-macam bagi tubuh kita. Misalnya, dari tengah malam sampai pukul 4 fungsi tubuh manusia berada pada tahap paling rendah, tetapi pendengarannya sangat tajam; pada pukul 10, konsentrasi dan daya ingat mencapai puncaknya bagi orang introvert, sedangkan pada pukul 3 sore orang-orang extrovert mencapai puncak dalam kemampuan analisis dan kreativitas. Jadi bukan hanya di mana kita bicara, tetapi juga kapan kita bicara.

d. Analisis suasana perilaku (behavior setting)

Orang bersikap juga tidak terlepas dari setting sosial tempat dia berada. Misalnya, orang di masjid tidak berperilaku sama dengan orang di pasar, demikian juga orang di kantor dengan suasana formal akan bersikap berbeda dengan ketika di rumahnya sendiri.

e. Faktor teknologi

Lingkungan teknologi yang meliputi sistem energi, sistem produksi, dan sistem distribusi, membentuk serangkaian perilaku sosial yang sesuai dengannya. Pola komunikasi orang yang bekerja dengan komputer dan teknologi yang serba cepat seperti internet, tentu sangat berbeda dengan orang yang bekerja hanya dengan mesin ketik dan harus menjangkau setiap daerah dengan kakinya.

f. Faktor sosial

Sistem-sistem yang berlaku dalam kehidupan sosial seseorang juga memengaruhi pola komunikasinya. Sistem-sistem tersebut antara lain

struktur organisasi, sistem peranan, struktur kelompok, dan karakteristik populasi.

g. Lingkungan psikososial

Persepsi kita tentang sejauh mana lingkungan memuaskan atau mengecewakan kita, akan memengaruhi perilaku kita dalam lingkungan itu. Lingkungan dalam persepsi kita itu kemudian sering disebut iklim. Iklim dalam sebuah organisasi mempengaruhi pola komunikasi orang. Iklim yang egaliter, terbuka, mungkin akan membuat orang percaya diri dan tidak ragu-ragu untuk berpendapat, tetapi iklim yang serba tertutup dan sukar ditebak, bisa jadi membuat orang enggan untuk terbuka dan berpendapat.²¹

Ketujuh faktor tersebut juga sangat berpengaruh pada penerimaan pesan. Karena kondisi komunikasi yang memiliki masalah maka pesan tidak akan diterima dengan benar. Maka dalam menerima pesan perlu dipastikan faktor-faktor tersebut telah terpenuhi dengan baik.

4. Proses Komunikasi

a. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Proses Komunikasi

Terdapat lima faktor yang mempengaruhi proses komunikasi, antara lain adalah sebagai berikut:

1) Perbuatan (*the act*)

Perbuatan komunikasi menginginkan pemakaian lambang-lambang yang dapat dimengerti secara baik dan hubungan-hubungan yang

²¹ Pusat Pendidikan Dan Pelatihan Pengawasan BPKP, *Interpersonal Skill...*, hal. 64-66

dilakukan oleh manusia. Pada umumnya lambang-lambang tersebut dinyatakan dengan bahasa atau dalam keadaan tertentu tanda-tanda lain dapat pula digunakan.

2) Adegan (*the scene*)

Adegan sebagai salah satu faktor dalam komunikasi ini menekankan hubungannya dengan lingkungan komunikasi. Adegan ini menjelaskan apa yang dilakukan, simbol apa yang digunakan, dan arti dari apa yang dikatakan. Dengan pengertian adegan ini merupakan apa yang dimaksudkan yakni sesuatu yang akan dikomunikasikan dengan melalui simbol apa, sesuatu itu dapat dikomunikasikan.

3) Pelaku (*the agent*)

Individu-individu yang mengambil bagian dalam hubungan komunikasi dinamakan pelaku-pelaku komunikasi. Pengirim dan penerima yang terlibat dalam hubungan komunikasi ini, adalah contoh dari pelaku-pelaku komunikasi tersebut. Dan peranannya seringkali menggantikan dalam situasi komunikasi yang berkembang.

4) Perantara (*the agency*)

Alat-alat yang dipergunakan dalam komunikasi dapat membangun terwujudnya perantara itu (*the agency*). Alat-alat itu selain dapat berwujud komunikasi lisan, tatap muka, dapat juga alat komunikasi tertulis, seperti surat perintah, memo, bulletin, nota, surat tugas dan lainnya yang sejenis.

5) Tujuan (*the purpose*)

Terdapat empat macam tujuan dalam proses komunikasi, yakni:

- a) Tujuan fungsional ialah tujuan yang secara pokok bermanfaat untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi atau lembaga.
- b) Tujuan manipulasi, tujuan ini dimaksudkan untuk menggerakkan orang-orang yang mau menerima ide-ide yang disampaikan baik sesuai atau pun tidak dengan nilai dan sikapnya sendiri.
- c) Tujuan keindahan, tujuan ini bermaksud untuk menciptakan tujuan-tujuan yang bersifat kreatif. Komunikasi ini dipergunakan untuk memungkinkan seseorang mampu mengungkapkan perasaan tadi dalam kenyataan.
- d) Tujuan keyakinan, tujuan ini bermaksud untuk meyakinkan atau mengembangkan keyakinan orang-orang pada lingkungan.²²

Terdapat lima faktor yang mempengaruhi proses komunikasi yakni perbuatan, adegan, pelaku, perantara dan tujuan. Kelima faktor tersebut selalu ada dalam proses komunikasi tanpa disadari dan direncanakan. Karena biasanya yang lebih menjadi fokus adalah tujuan dalam proses komunikasi.

b. Perspektif Komunikasi

Dalam proses komunikasi terdapat dua perspektif yang meninjau yakni:

- 1) Proses komunikasi dalam perspekti psikologis

Ketika seseorang komunikator berniat akan menyampaikan suatu pesan kepada komunikan, maka dalam dirinya terjadi suatu

²² Tommy Suprpto, *Pengantar Teori Komunikasi...*, hal. 7-9

proses. Pesan komunikasi terjadi dari dua aspek, yakni isi pesan dan lambang. Isi pesan umumnya adalah pikiran, sedangkan lambang umumnya adalah bahasa. Proses mengemas pikiran dengan bahasa yang dilakukan komunikator itu dalam bahasa komunikasi dinamakan *encoding*. Hasil *encoding* berupa pesan itu kemudian di transmisikan atau dikirimkan kepada komunikan.

Sedangkan proses dalam diri komunikan disebut *decoding* seolah-olah membuka pesan yang diterima dari komunikator. Apabila komunikan mengerti isi pesan atau pikiran komunikator, maka komunikasi terjadi. Sebaliknya bilamana komunikan tidak mengerti, maka komunikasi pun tidak terjadi.

2) Proses komunikasi dalam perspektif mekanistik

Proses komunikasi dalam perspektif mekanistik diklasifikasikan menjadi empat yakni proses komunikasi secara primer, proses komunikasi secara sekunder, proses komunikasi secara linier dan proses komunikasi secara sirkular, penjelasannya adalah sebagai berikut :

a) Proses komunikasi secara primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan suatu lambang sebagai media atau saluran. Lambang ini umumnya bahasa, tetapi dalam situasi komunikasi tertentu

lambang-lambang yang dipergunakan dapat berupa kiat, yakni gerak anggota tubuh, gambar, warna dan lain sebagainya.

Dalam komunikasi bahasa disebut lambang verbal sedangkan lambang-lambang lainnya yang bukan bahasa dinamakan lambang nirverbal.

(1) Lambang verbal

Dalam komunikasi bahasa sebagai lambang verbal paling banyak dan paling sering digunakan, oleh karena hanya bahasa yang mengungkapkan pikiran komunikator mengenai hal atau peristiwa, baik yang konkret maupun yang abstrak, yang terjadi masa kini, masa lalu dan masa yang akan datang.

(2) Lambang nirverbal

Termasuk dalam komunikasi nirverbal ialah isyarat dengan menggunakan alat.

b) Proses komunikasi secara sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah lambang sebagai media pertama. Komunikasi dalam proses secara sekunder ini semakin lama semakin efektif dan efisien karena di dukung oleh teknologi komunikasi yang semakin canggih, yang ditopang pula oleh teknologi-teknologi lainnya yang bukan teknologi komunikasi.

c) Proses komunikasi secara linier

Istilah linier mengandung makna lurus. Jadi konteks komunikasi, proses secara linier adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan sebagai titik terminal. Komunikasi linier ini berlangsung baik dalam situasi komunikasi tatap muka maupun dalam situasi komunikasi bermedia. Proses komunikasi secara linier umumnya berlangsung pada komunikasi bermedia, kecuali komunikasi melalui media telepon. Komunikasi melalui media telepon hampir tidak pernah berlangsung secara linier melainkan dianalogis, Tanya jawab dalam bentuk percakapan.

d) Proses komunikasi secara sirkular

Dalam konteks komunikasi yang dimaksudkan dengan proses secara sirkular itu adalah terjadinya *feedback* atau umpan balik, yaitu terjadinya arus dari komunikan ke komunikator. Oleh karena itu ada kalanya *feedback* tersebut mengalir dari komunikan ke komunikator itu adalah “*response*” atau tanggapan komunikan terhadap pesan yang ia terima dari komunikator.²³

Jadi terdapat dua perspektif yang meninjau adanya proses komunikasi yakni dari perspektif psikologis dan perspektif mekanistik. Dalam perspektif psikologis ada dua istilah penting yakni *encoding* dan *decoding*. Yang dimaksud dengan istilah *encoding* adalah proses yang terjadi pada diri komunikator dimana pengirim pesan akan berpikir cara mengemas bahasa yang sesuai untuk mengemukakan isi pesan yang akan

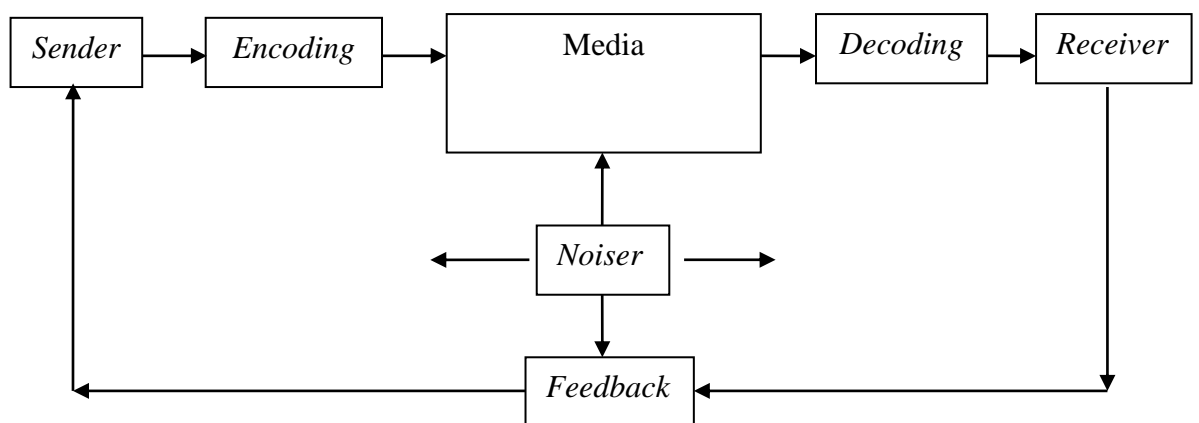
²³ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2003), hal 32-39

disampaikan sehingga mudah dimengerti komunikan. Sedangkan *decoding* adalah proses yang terjadi pada diri komunikan. Kondisi ini terjadi dimana komunikan membuka memori pesan yang disampaikan. Apabila pesan tersampaikan dengan baik dan komunikan mengerti, maka dapat dikatakan proses komunikasi tersebut berhasil. Sedangkan yang dimaksud proses komunikasi dalam perspektif mekanistik adalah proses penyampaian komunikasi tersebut. Termasuk didalamnya komunikasi langsung maupun tidak langsung, komunikasi menggunakan alat atau media, dan adanya respons dari komunikan dengan adanya pesan tersebut.

Proses komunikasi yang terjadi antara pengirim dan penerima dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar 2.1

Proses Komunikasi



Dari gambar di atas dapat diketahui bahwa elemen komunikasi terdiri dari :

- 1) Sumber informasi (*source*) adalah orang yang menyampaikan pesan.

Pada tahap ini sumber informasi melakukan proses yang kompleks yang terdiri dari beberapa langkah : 1) timbulnya suatu stimulus yang

menciptakan pemikiran dan keinginan untuk berkomunikasi; 2) pemikiran ini di encoding menjadi pesan; 3) dan pesan tersebut disampaikan melalui saluran atau media kepada penerima.

- 2) *Encoding* adalah suatu proses dimana system pusat syaraf sumber informasi memerintahkan informasi untuk memilih symbol-simbol yang dapat dimengerti yang dapat menggambarkan pesan.
- 3) Pesan (*message*) adalah segala sesuatu yang memiliki makna bagi penerima. Pesan merupakan hasil akhir dari proses *encoding*. Pesan ini dapat berupa kata-kata, ekspresi wajah, tekanan suara, dan penampilan.
- 4) Media adalah cara atau peralatan yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada penerima. Media tersebut dapat berupa : surat, telepon atau tatap muka langsung.
- 5) *Decoding* adalah proses dimana penerima pesan menginterpretasikan pesan yang diterimanya sesuai dengan pengetahuan, minat dan kepentingannya.
- 6) *Feedback* (umpan balik) adalah respon yang diberikan oleh penerima pesan kepada pengirim sebagai tanggapan atas informasi yang dikirim sumber pesan.
- 7) Hambatan (*noise*) adalah berbagai hal yang dapat membuat proses komunikasi tidak berjalan dengan efektif. Hambatan tersebut dapat berupa hambatan verbal, nonverbal, fisik atau lingkungan.²⁴

5. Hambatan Komunikasi

²⁴ Sri Astuti Pratminingsih, *Komunikasi Bisnis...*, hal. 3-4

Berikut ini adalah beberapa hal yang merupakan hambatan komunikasi yang harus menjadi perhatian bagi komunikator:

a. Gangguan

Ada dua jenis gangguan terhadap jalannya komunikasi yang menurut sifatnya dapat diklasifikasikan sebagai gangguan mekanik dan gangguan semantik

1) Gangguan mekanik

Gangguan mekanik adalah gangguan yang disebabkan saluran komunikasi atau kegaduhan yang bersifat fisik. Sebagai contoh ialah gangguan suara ganda (interferensi) pada pesawat radio disebabkan dua pemancar yang berdempetan dua gelombangnya; gambar meliuk-liuk atau berubah-ubah pada layar televisi; atau huruf yang tidak jelas, jalur huruf yang hilang atau terbalik, atau halaman yang sobek pada surat kabar. Termasuk pada gangguan mekanik pula adalah bunyi yang mengaung pada pengerah suara atau riuh hadirin atau bunyi kendaraan lewat ketika seseorang berpidato dalam suatu pertemuan.

2) Gangguan semantik

Gangguan jenis ini bersangkutan dengan pesan komunikasi yang pengertiannya menjadi rusak. Biasanya gangguan ini terjadi dalam salah pengertian. Semantika adalah pengetahuan mengenai pengertian kata-kata yang sebenarnya atau perubahan pengertian kata-kata. Lambang kata yang sama mempunyai pengertian yang

berbeda untuk orang-orang yang berlainan. Ini disebabkan dua jenis pengertian mengenai kata-kata : ada yang mempunyai pengertian denotatif dan ada yang mempunyai pengertian konotatif. Pengertian denotatif adalah pengertian suatu perkataan yang lazim terdapat dalam kamus yang secara umum diterima oleh orang-orang dengan bahasa dan kebudayaan yang sama. Pengertian konotatif adalah pengertian yang bersifat emosional latar belakang dan pengalaman seseorang.

Sebagai contoh, secara denotatif semua orang akan setuju bahwa anjing adalah binatang berbulu, berkaki empat. Secara konotatif banyak orang yang menganggap anjing sebagai binatang piaraan yang setia, bersahabat dan panjang ingatan. Tetapi untuk orang-orang lainnya perkataan anjing mengkonotasikan binatang yang menakutkan dan berbahaya.

b. Kepentingan

Kepentingan akan membuat seseorang selektif dalam menanggapi atau menghayati suatu pesan. Misalkan setiap peraturan yang dikeluarkan, apakah itu mengenai perburuhan, perkawinan, kurikulum baru dan sebagainya ada saja yang merasa dirugikan. Pihak yang berkepentingan biasanya tidak mengajukan tanggapan dengan alasan yang sungguh-sungguh, tetapi seringkali menyetengahkan argumentasi dan alasan tersembunyi.

c. Motivasi

Motivasi akan mendorong seseorang berbuat sesuatu yang sesuai dengan keinginan, kebutuhan dan kekurangannya. Keinginan, kebutuhan dan kekurangan seseorang berbeda dengan orang yang lain dari waktu-ke-waktudan dari tempat ke tempat, sehingga motivasi berbeda dalam intensitasnya. Demikian pula intensitas tanggapan seseorang terhadap seseorang terhadap suatu komunikasi.

d. Prasangka

Prasangka merupakan salah satu rintangan atau hambatan berat bagi suatu kegiatan komunikasi oleh karena orang yang mempunyai prasangka belum apa-apa sudah memiliki rasa curiga dan menentang komunikator yang hendak melancarkan komunikasi. Dalam prasangka, emosi memaksa kita untuk menarik kesimpulan atas dasar syak wasangka tanpa menggunakan pikiran yang rasional.²⁵

Dalam komunikasi terdapat beberapa gangguan yang dapat menghambat proses komunikasi. Gangguan tersebut dapat mengakibatkan kesalahan dalam menerima pesan. Maka dari itu, untuk meminimalisir risiko tersebut, komunikator harus memastikan pesan telah tersampaikan dengan benar.

B. Tinjauan Mengenai Interpersonal Skill

1. Pengertian Interpersonal Skill

Dalam hidup keseharian hampir tidak mungkin manusia tidak berhubungan dengan orang lain. Sudah merupakan hukum alam bahwa

²⁵ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori Dan Filsafat ...*, hal 45-49

manusia adalah makhluk sosial, artinya manusia harus hidup bersama dengan manusia lainnya. Dalam skema hidup bersama ini muncul kebutuhan untuk memahami kebutuhan manusia lain, maka timbullah komunikasi antar manusia.

Komunikasi interpersonal adalah interaksi tatap muka antar dua orang atau beberapa orang, dimana pengirim dapat menyampaikan pesan secara langsung dan penerima pesan dapat menerima dan menanggapi secara langsung pula.²⁶ Untuk membangun hubungan dengan orang lain, terlebih dahulu, kita harus menguasai kemampuan dan ketrampilan dalam mengenal diri sendiri, kemudian baru ketrampilan dalam mengenal orang lain, ketrampilan untuk mengekspresikan diri secara jelas, bagaimana merespon, bagaimana menyampaikan pesan dan maksud, bagaimana bernegosiasi dan menyelesaikan konflik, bagaimana berperan dalam tim, dan banyak lagi.

Keterampilan interpersonal didefinisikan sebagai keterampilan untuk mengenali dan merespon secara layak perasaan, sikap dan perilaku, motivasi serta keinginan orang lain. Bagaimana diri kita mampu membangun hubungan yang harmonis dengan memahami dan merespon manusia atau orang lain merupakan bagian dari keterampilan interpersonal.²⁷ Sehingga kemampuan tersebut perlu dimiliki oleh seseorang, terutama ketika seseorang masuk dalam dunia kerja. Karena dalam hubungan berorganisasi sangat dibutuhkan pribadi yang mampu

²⁶ Agus Hardjana, *Komunikasi Interpersonal Dan Intrapersonal*, (Yogyakarta: Kanisius, 2003), hal. 86

²⁷ Pusat Pendidikan Dan Pelatihan Pengawasan BPKP, *Interpersonal Skill...*, hal. 02

untuk memotivasi, mengetahui sikap atau respon yang diberikan orang lain. Sehingga lebih mudah bagi seseorang untuk dapat dilakukan tindakan yang akan diambil ketika telah memiliki kemampuan tersebut.

Kemampuan berkomunikasi sangat mempengaruhi bagaimana kita mempersepsikan diri kita terhadap orang lain, dan bagaimana orang mempersepsikan diri kita. Jika memiliki ketrampilan interpersonal yang tinggi, hal pertama yang kita rasakan adalah kuatnya rasa percaya diri, untuk kemudian kita akan dihargai oleh orang lain, dan pada akhirnya kita akan dapat membangun hubungan yang harmonis dengan orang lain.²⁸ Jadi kemampuan berkomunikasi dan kemampuan seseorang mempersepsikan dirinya dihadapan orang lain sangat penting. Selain untuk menumbuhkan rasa percaya diri dalam diri seseorang, hal tersebut akan membuat orang lain yakin.

2. Jenis-Jenis Konflik

Dalam kehidupan bersosialisasi, pastinya ada beberapa konflik yang tidak diharapkan terjadi. Karena akan mempertemukan dua atau lebih pemikiran yang berbeda. Sehingga adanya konflik terkadang tidak dapat dihindari.

Jenis konflik antara lain:

a. Konflik Diri

Konflik diri adalah gangguan emosi yang terjadi dalam diri seseorang, yang disebabkan:

²⁸ *Ibid.*, hal. 03

- 1) Tuntutan untuk menyelesaikan suatu pekerjaan atau memenuhi sebuah harapan, sementara pengalaman, minat, tujuan, kompetensi, dan nilai diri tidak sanggup memenuhinya.
- 2) Pengalaman, minat, tujuan, kompetensi, dan nilai diri bertentangan satu sama lain.

Konflik diri mencerminkan perbedaan antara apa yang kita katakan, inginkan, dan apa yang kita lakukan untuk mewujudkan keinginan itu. Konflik diri dapat diatasi dengan teknik mengatasi stress. Cara seseorang mengatasi konflik dirinya akan menentukan kemampuan untuk mengatasi konflik antaindividu secara efektif. Kita tidak dapat mengatasi konflik dengan orang lain bila kita sendiri tidak dapat mengontrol diri.

b. Konflik Antar Individu

Konflik antar individu adalah konflik antara dua individu. Setiap orang mempunyai empat kebutuhan dasar psikologis yang bisa mencetuskan konflik bila tidak terpenuhi. Keempat kebutuhan dasar psikologis ini adalah keinginan untuk dihargai dan diberlakukan sebagai manusia, keinginan untuk memegang kendali, keinginan untuk memiliki harga diri yang tinggi, dan keinginan untuk konsisten. Ciri atau tipe orang yang sedang mengalami konflik antar individu, biasanya mereka merasa yakin tahu penyebabnya, tetapi ternyata salah menafsirkannya.

c. Konflik Dalam Kelompok Dan Antar Kelompok

Konflik dalam kelompok adalah konflik yang terjadi antara individu dalam suatu kelompok (tim, bagian, organisasi, dsb), sedangkan konflik antar kelompok melibatkan lebih dari satu kelompok. Aspek kelompok menambah kerumitan konflik. Setiap orang tidak hanya harus mengatasi konflik dalam dirinya dan konflik antara dirinya dengan orang lain, tetapi juga harus berhadapan dengan keseluruhan interaksi dengan semua pelaku yang terlibat. Saat yang tepat untuk menghadapi konflik ini adalah ketika jumlah orang yang terlibat masih kecil.²⁹

Beberapa jenis konflik tersebut sering terjadi dalam kehidupan. Sebagai makhluk sosial manusia dituntut untuk dapat mengatasi setiap konflik yang ada dengan baik. Untuk itu pendapat dari orang lain terkadang diperlukan untuk memecahkan permasalahan konflik yang dihadapi.

C. Tinjauan Mengenai Minat

1. Pengertian Motivasi

Dalam mencapai kebutuhan terdapat hal yang melatarbelakangi dan menjadi dorongan untuk mencapai kebutuhan tersebut. Kebutuhan tersebut meliputi kebutuhan ekonomi, kebutuhan sosialisasi, kebutuhan politik dan berbudaya sesuai dengan budaya masyarakat. Dalam mencapai kebutuhan ekonomi terdapat motif yang melatar belakangi motivasi

²⁹ *Ibid...*, hal . 94-97

masyarakat. Berikut adalah pengertian motif dan motivasi menurut para ahli :

- a. Menurut Abraham Spering mendefinisikan motif sebagai suatu kecenderungan untuk beraktivitas, dimulai dari dorongan dalam diri (*drive*) dan diakhiri dengan penyesuaian diri. Penyesuaian diri dikatakan untuk memuaskan motif.
- b. William J. Stanton mendefinisikan suatu motif adalah kebutuhan yang distimulasi yang dicari oleh individu yang berorientasi pada tujuan untuk mencapai rasa puas.
- c. Fillmore H. Stanford mendefinisikan motivasi sebagai suatu kondisi yang menggerakkan manusia kearah suatu tujuan tertentu.³⁰
- d. Schiffman dan Kanuk mendefinisikan motivasi sebagai daya penggerak diantara individu yang mendorong mereka untuk menindaklanjutinya. Daya penggerak ini dihasilkan dari dorongan dari satu kebutuhan yang tak terpenuhi.
- e. Solomon mendefinisikan motivasi sebagai proses yang menyebabkan orang-orang untuk menyikapi apa yang ingin mereka lakukan. Hal ini terjadi ketika suatu kebutuhan tergugah maupun keinginan konsumen yang ingin terpuaskan.³¹

Berdasarkan beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa motif merupakan suatu dorongan atau stimulus kebutuhan yang terjadi

³⁰ Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen Edisi Revisi*, (Bandung : Rafika Aditama, 2002), hal. 11

³¹ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen (Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran)*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003), hal. 34

pada diri konsumen yang perlu dipenuhi untuk mencapai rasa puas atas kebutuhannya. Sedangkan motivasi adalah daya penggerak konsumen untuk mencapai tujuan sesuai dengan motif konsumen. Sehingga motif dan motivasi dalam hal ini merupakan tujuan penggerak aktivitas ekonomi oleh masyarakat.

Dalam koperasi syariah konsumen merupakan anggota yang aktif maupun tidak aktif tetapi tetap menjadi anggota yang terdaftar dalam lembaga tersebut. Setiap anggota memiliki motif yang berbeda-beda dalam mencapai tujuan. Dengan adanya motif, anggota akan lebih mudah untuk menentukan apa yang ingin dilakukan untuk mencapai kebutuhannya masing-masing.

2. Klasifikasi Motivasi

Motivasi yang terjadi pada seseorang dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor tersebut dapat berupa informasi yang diperoleh maupun keinginan yang timbul dari dalam diri seseorang karena kebutuhan tertentu. Setiap orang memiliki motivasi masing-masing untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Motivasi dapat diklasifikasikan menjadi dua yaitu :

a. Motif-motif kognitif

Motif-motif kognitif menekankan pada informasi seseorang. Motif-motif tersebut antara lain :

1) Konsistensi

Kecenderungan konsumen menerima hubungan yang positif antara harga dan kualitas merupakan hasil dari motif konsistensi. Jika kualitas tidak tentu dan harga tinggi, konsumen dapat beralasan bahwa harga tinggi disebabkan oleh biaya produksi bertambah dalam membuat produk. Maka, persepsi terhadap kualitas produk menjadi konsisten dengan persepsi harga

2) Atribut

Dalam hal ini difokuskan pada orientasi konsumen ke arah kejadian eksternal dalam lingkungan. Dorongan untuk merencanakan apa sebab sesuatu itu terjadi, mengetahui sebab-sebab kejadian penting dan mengerti dunia seseorang. Hal ini merupakan karakteristik dari motif atribut.

3) Kategorisasi

Konsumen yang menghadapi lingkungan yang kompleks, dorongannya adalah untuk mempermudah pengalamannya dengan tindakan mengkategorikan pengalaman-pengalaman tersebut. Hal ini terjadi jika konsumen termotivasi untuk mempersepsikan mentalnya dalam mengkategorikan pengalamannya dengan mendapatkan kembali dari memorinya.

4) Obyektivikasi

Untuk dapat mengamati perilaku orang lain kita harus mengerti motif apa yang melatar belakangi perilakunya itu. Oleh karena itu,

sikap konsumen terhadap suatu barang sangat dipengaruhi oleh tindakan sebelumnya terhadap jenis dan merek barang tersebut.

5) Autonomi

Hal ini merupakan intisari dari pendekatan humanistik yang mengarah kepada apa yang memotivasi seseorang, karakteristik konsumen dalam merealisasi diri melalui pembentukan yang terintegrasi dan identitas yang autonomi. Teori motivasi ini memberi tekanan pada perkembangan kebutuhan konsumen.

6) Stimulasi

Beberapa konsumen mempunyai kebutuhan atau dorongan untuk stimulasi. Konsumen secara alamiah mempunyai perasaan ingin tahu dan mencoba mendapatkan sesuatu yang baru. Motif stimulasi membawa seseorang untuk mencoba produk dan aktivitas-aktivitas yang berbeda.

7) Teleologis

Motif teleologis konsumen memperbandingkan pikirannya atau menghendaki situasi berdasarkan persepsinya dengan situasi yang ada sekarang, mencoba membuat situasi yang nyata menjadi sesuatu yang mungkin untuk pikirannya. Perbandingan perilaku membeli dapat distimulasi oleh motivasi teologis. Bilamana konsumen mendapat produk yang kualitasnya lebih rendah daripada yang dikehendakinya, maka konsumen tersebut akan pergi

ke toko lain untuk mendapat produk yang mempunyai kualitas lebih baik yang sesuai dengan situasi yang dikehendakinya.

8) Utilarian

Hal ini merupakan motif konsumen yang mempunyai kesempatan eksternal untuk memecahkan masalah dan merupakan dorongan untuk mendapat informasi yang bermanfaat, kemampuan baru yang digunakan dalam melawan tantangan kehidupan. Sebagai contoh : keputusan membeli diterima berdasarkan informasi mengenai produk.

b. Motif-motif efektif

Motif-motif efektif menekankan pada perasaan seseorang. Motif-motif tersebut antara lain :

1) Ketegangan reduksi

Hal ini memotivasi konsumen memperoleh keseimbangan. Suatu reduksi untuk kepuasan dan ketegangan merupakan sesuatu yang tidak menyenangkan. Konsumen dimotivasi untuk mereduksi atau mengurangi ketegangan yang dihadapinya agar terjadi keseimbangan pada dirinya.

2) Ekspresi atau air muka

Konsumen kadang-kadang mempunyai dorongan untuk mengekspresikan dirinya. Perilaku konsumen dapat ditunjukkan melalui ekspresi air mukanya. Artinya untuk mengetahui apakah

konsumen merasa puas setelah proses pembelian dapat dilihat dari ekspresi air mukanya.

3) *Pertahanan diri (ego defense)*

Motif mempertahankan diri merupakan dorongan untuk melindungi *self-image* dirinya. Pada umumnya, konsumen tidak ingin diketahui kekurangan dirinya. Untuk menutupi kelemahan dirinya, konsumen akan menunjukkan perilaku mempertahankan dirinya.

4) *Reinforcement*

Reinforcement dapat memperkuat respons terhadap suatu stimulus. *Reinforcement* dapat bersifat positif dan negatif. *Reinforcement* positif merupakan *reward* (hadiah), dan yang negatif bersifat *punishment* (hukuman).

5) *Pernyataan (assertion)*

Motif pernyataan merupakan motif konsumen dalam berprestasi, kesuksesan, kekaguman, dan kekuatan. Kebutuhan untuk berprestasi dan kekuasaan merupakan motif *assertion*. Produk dan pelayanan yang diperoleh merupakan simbol kepuasan keberhasilan dari motif *assertion*.

6) *Afiliasi*

Motif afiliasi merupakan motif konsumen yang menjadi dasar untuk berhubungan sosial dengan orang lain, untuk berkelompok. Motif afiliasi merupakan dorongan atau kebutuhan konsumen untuk mengadakan hubungan interpersonal dengan orang lain. Misalnya,

dalam berbelanja konsumen melakukan interaksi dengan pramuniaga toko.

7) Identifikasi

Motif identifikasi merupakan motif konsumen untuk mendapatkan kepuasan, merasa dirinya diterima oleh lingkungan, dan merasa senang untuk memainkan peran serta untuk merasa dibutuhkan oleh lingkungannya.

8) Modeling

Motif modeling merupakan motif konsumen untuk melakukan tindakan yang sama dengan apa yang dilakukan oleh orang lain. Misalnya, konsumen dalam melakukan hubungan dengan orang lain meniru yang dilakukan oleh konsumen lainnya.³²

Sehingga dapat disimpulkan bahwasanya konsumen memiliki motifnya masing-masing dalam menggunakan suatu produk maupun jasa. Begitu pula dengan anggota koperasi syariah yang memiliki tujuan tertentu sehingga memutuskan untuk menjadi anggota dalam lembaga koperasi. Motivasi tersebut dapat muncul dari dalam diri seseorang maupun dari lingkungan luar. Motivasi dalam diri dapat berupa kebutuhan, kenyamanan, keamanan dan motivasi lain yang berasal dari internal seseorang. Sedangkan motivasi dari luar dapat berupa informasi yang di dapat dari marketing lembaga (pemasaran), orang lain, dan media yang digunakan lembaga untuk memperluas

³² Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen Edisi Revisi...*, hal. 16-20

pengetahuan masyarakat. Sehingga motivasi internal dan eksternal ini sangat mempengaruhi minat untuk menjadi anggota dalam lembaga koperasi khususnya.

3. Pengolahan Informasi Dan Persepsi Konsumen

Seseorang yang menerima informasi dari komunikator seringkali mengolah informasi tersebut dalam pikirannya. Biasanya ada pertimbangan-pertimbangan yang membuat terbentuknya suatu keputusan. Seringkali keputusan tersebut dipilih berdasarkan persepsi yang dianggapnya benar menurut pertimbangan-pertimbangan yang ada.

Pengolahan informasi pada diri konsumen terjadi ketika salah satu panca indera konsumen menerima input dalam bentuk stimulus. Stimulus bisa berbentuk produk, nama merek, kemasan, iklan, nama produsen. Iklan berbagai macam produk yang ditayangkan di televisi dan radio adalah stimulus yang dirancang khusus oleh produsen agar menarik perhatian konsumen, sehingga konsumen mau mendengarkan dan melihat iklan tersebut.³³ Dengan demikian stimulus ini sangat membutuhkan kreativitas bagian pemasaran. Tapi tidak hanya bagian pemasaran, keseluruhan bagian dari organisasi harus bekerjasama untuk meningkatkan kualitas produknya agar diminati oleh konsumennya.

Produsen harus memahami bagaimana konsumen mengolah informasi. Pengetahuan ini penting bagi produsen agar ia bisa merancang proses

³³ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen (Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran)*..., hal. 68

komunikasi yang efektif bagi konsumen. Terdapat lima tahapan pengolahan informasi (*the information-processing model*) yaitu sebagai berikut:

a. Pemaparan

Tahap pertama dari pengolahan informasi adalah pemaparan. Pemaparan adalah kegiatan yang dilakukan yang dilakukan oleh para pemasar untuk menyampaikan stimulus kepada konsumen. Stimulus adalah input apapun yang datang dari pemasar yang disampaikan kepada konsumen. Konsumen yang merasakan stimulus yang datang ke salah satu pancainderanya disebut sensasi. Sensasi adalah respon langsung dan cepat dari pancaindera terhadap stimulus yang datang. Seorang konsumen akan memiliki tingkat sensasi yang berbeda-beda yaitu :

1) Ambang absolut

Ambang absolut adalah jumlah minimum intensitas atau energi stimulus yang diperlukan oleh seorang konsumen agar bisa merasakan sensasi. Konsumen yang terus menerus menerima stimulus yang sama dalam intensitas maupun jenisnya, mungkin awalnya akan menarik perhatiannya.

2) Ambang berbeda

Faktor kedua yang mempengaruhi sensasi adalah ambang berbeda. Batas perbedaan terkecil yang dapat dirasakan antara dua stimulus yang mirip disebut sebagai ambang berbeda. Semakin besar intensitas dari stimulus awal, maka semakin besar jumlah perubahan stimulus yang dibutuhkan agar stimulus kedua dapat dirasakan perbedaannya

dengan stimulus awal. Salah satu penerapan yang paling populer dalam pemasaran adalah pada penetapan harga.

b. Perhatian

Tidak semua stimulus yang dipaparkan dan diterima konsumen akan memperoleh perhatian dan berlanjut dengan pengolahan stimulus tersebut. Hal ini terjadi karena konsumen memiliki keterbatasan sumber daya kognitif untuk mengolah semua informasi yang diterimanya. Ada dua faktor yang utama yang mempengaruhi perhatian konsumen terhadap stimulus yang akan diperhatikannya, yaitu:

1) Faktor pribadi

Faktor pribadi adalah karakteristik konsumen yang muncul dari dalam diri konsumen. Faktor ini ada di luar kontrol pemasar. Pertama adalah motivasi dan kebutuhan konsumen. Faktor lainnya adalah harapan konsumen yang dipengaruhi oleh pengalaman masa lalunya.

2) Faktor stimulus

Faktor ini bisa dikontrol dan dimanipulasi oleh pemasar dan pengiklanan, dengan tujuan utamanya untuk menarik perhatian konsumen. Karakteristik stimulus adalah sebagai berikut:

(a) Ukuran (size)

Semakin besar ukuran stimulus, maka semakin menarik perhatian. Bagi produsen, maka iklan dengan ukuran yang lebih besar diharapkan dapat menarik konsumen dengan lebih baik.

(b) Warna (*color*)

Warna-warni dari suatu stimulus akan menarik perhatian lebih besar dibandingkan dengan stimulus hitam putih atau penggunaan warna yang tidak tepat.

(c) Intensitas

Stimulus yang lebih besar seringkali menimbulkan perhatian yang lebih besar. Suara yang lebih keras, durasi iklan yang lebih lama dan frekuensinya lebih sering adalah beberapa contoh dari intensitas stimulus.

(d) Kontras (*contrast*)

Stimulus yang ditampilkan sangat kontras dengan latar belakangnya seringkali menarik perhatian yang lebih baik.

(e) Posisi (*position*)

Suatu stimulus mungkin lebih diperhatikan oleh konsumen karena letaknya yang strategis di suatu lokasi. Iklan yang diletakkan pada halaman pertama majalah akan lebih menarik perhatian dibandingkan letak pada halaman-halaman berikutnya.

(f) Petunjuk (*directionality*)

Mata konsumen seringkali tertuju kepada stimulus yang diarahkan oleh suatu petunjuk. Misalnya menggunakan tanda panah untuk menunjukkan tempat.

(g) Gerakan (*movement*)

Stimulus yang bergerak akan menarik perhatian konsumen dibandingkan yang diam.

(h) Kebauran (*novelty*)

Stimulus yang tidak biasa atau yang tidak diharapkan adalah stimulus yang menyimpang dari tingkat adaptasi seseorang. stimulus yang ditampilkan dengan teknik *novelty* biasanya menimbulkan penasaran dan keingintahuan. Misalnya ada iklan yang berbunyi “tunggu tanggal mainnya”, tanpa disertai keterangan lainnya. Ternyata iklan ini bermaksud untuk menimbulkan penasaran pembaca. Keingintahuan pembaca adalah stimulus yang mendorong untuk tumbuhnya pengenalan.

(i) Isolasi (*isolation*)

Konsep isolasi sering disebut dengan nama *white space* yaitu suatu teknik meletakkan stimulus pada suatu ruangan dimana ruang yang digunakan oleh stimulus ini hanya sedikit sekali, sedangkan sisa ruangan yang besar tidak terpakai.

(j) Stimulus yang disengaja (*“learned” attention-inducing stimuli*)

Beberapa stimulus seperti telepon, bel rumah adalah stimulus yang sengaja dipasang untuk menarik perhatian kita. Kita akan bereaksi cepat untuk mengangkat telepon ketika berbunyi dan membuka pintu ketika bel berbunyi.

(k) Pemberi pesan yang menarik (*attractive spokesperson*)

Para pemasar sering menggunakan para selebriti, tokoh dan para eksekutif sebagai bintang iklan. Tujuannya adalah agar menarik perhatian konsumen.

(l) Perubahan gambar yang cepat (*scene changes*)

Beberapa iklan tv menampilkan banyak gambar dalam waktu yang sangat singkat. Ini akan menimbulkan banyak aktivitas otak secara tidak sengaja, dan selanjutnya akan menarik perhatian konsumen. Kelemahannya, iklan seperti ini akan sulit diingat.

c. Pemahaman

Pemahaman adalah usaha konsumen untuk mengartikan atau menginterpretasikan stimulus. Pada tahap ketiga, konsumen melakukan “*perceptual organization*”. Stimulus yang diterima konsumen berjumlah puluhan bahkan ratusan, stimulus tersebut tidak dipelakukan sebagai hal yang terpisah satu sama lainnya. Konsumen cenderung untuk melakukan pengelompokan stimulus sehingga memandangnya sebagai satu kesatuan. Inilah yang disebut sebagai *perceptual organization* atau *stimulus organization*. Prinsip ini dikembangkan untuk menguraikan bagaimana seseorang mengorganisasikan dan menginterpretasikan stimulus untuk memperoleh makna yang menyeluruh.

d. Penerimaan

Tahap keempat dari pengolahan informasi adalah penerimaan. Inilah yang disebut sebagai persepsi konsumen terhadap objek atau citra (*image*) produk. Persepsi konsumen tersebut merupakan output dari penerimaan konsumen terhadap stimulus. Di dalam konteks pemasaran, maka persepsi konsumen bias berupa persepsi produk, persepsi merek, persepsi pelayanan, persepsi harga, persepsi kualitas produk, persepsi toko, atau persepsi terhadap produsen.

e. Retensi

Tahap kelima dari proses pengolahan informasi adalah retensi, yaitu proses memindahkan informasi ke memori jangka panjang (*long term memory*). Informasi yang disimpan adalah interpretasi konsumen terhadap stimulus dan diterimanya. Selanjutnya apa yang disimpan di dalam memori konsumen akan mempengaruhi persepsinya terhadap stimulus yang baru. Memori terdiri atas tiga sistem penyimpanan, *sensory memory*, *short-term memory*, *long-term memory*.

1) Memori sensori (*sensory memory*)

Memori sensori adalah tempat penyimpanan informasi sementara, informasi tersebut diterima dari pancaindera. Penyimpanan hanya berlangsung sangat singkat (kurang dari satu detik). Contohnya ketika kita melewati restoran, kita akan mencium aroma makanan yang lezat. Penciuman ini akan ditransfer ke *sensory memory* dengan sangat cepat untuk diproses lebih lanjut, apakah akan terus ditransfer ke *short-term memory*. Jika bau aroma tersebut hanya

sampai *sensory memory*, maka secepat itu pula kita akan melupakan bau aroma tersebut.

2) Memori jangka pendek (*short-term memory*)

Memori jangka pendek adalah tempat penyimpanan informasi untuk waktu yang terbatas, dan memiliki kapasitas terbatas. Lama penyimpanan adalah kurang dari 30 detik . jika dibandingkan dengan computer, maka *short-term memory* ini mirip dengan *working memory*. Misalnya seseorang memperlihatkan atau menyebutkan nomor teleponnya dua atau tiga kali. Jika anda tidak mencatatnya, hanya mendengarkan pendengaran dan ingatan anda, maka nomor telepon tersebut akan cepat hilang dari memori anda dengan cepat.

3) Memori jangka panjang (*long-term memory*)

Memori jangka panjang adalah tempat menyimpan informasi dalam jangka panjang waktu yang lama dan memiliki kapasitas yang tidak terbatas. *Long term memory* menyimpan semua pengetahuan konsumen secara permanen. Proses penyimpanan informasi di *long-term memory* melibatkan dua kegiatan penting yang dilakukan konsumen yaitu *rehearsal* dan *encoding*. *Rehearsal* adalah kegiatan mental konsumen untuk mengingat-ingat informasi yang diterimanya dan menghubungkannya dengan informasi lainnya yang sudah tersimpan di memorinya. Sedangkan *encoding*

adalah proses untuk menyeleksi sebuah kata atau gambar untuk menyatakan suatu persepsi terhadap sebuah objek.³⁴

Jadi dapat disimpulkan bahwa dalam penyampaian informasi, seorang komunikan tidak dapat langsung memahami informasi yang disampaikan komunikator. Tetapi terdapat tahapan-tahapan sehingga komunikan akan mengerti, memahami, menerima dan mengambil keputusan atas informasi tersebut. Dalam penyimpanan informasinya pun terdapat batasan jangka waktu. Dengan demikian harus terdapat stimulus yang tetap diberikan kepada komunikan agar ingatan terhadap informasi tersebut tidak memudar.

Setelah konsumen menyimpan informasi di dalam *long term memory*, maka suatu saat ia akan memanggil kembali atau mengingat informasi tersebut untuk dipakai sebagai pertimbangan dalam mengambil keputusan. Proses ini dikenal sebagai *retrieval*. Masalah utama yang dihadapi para pemasar adalah konsumen tidak mengingat semua informasi yang ada dalam memorinya, konsumen lupa. Pemasar harus melakukan berbagai upaya dalam program komunikasinya untuk meminimalkan lupa konsumen tersebut. Salah satu cara yang bisa dilakukan adalah menayangkan iklan secara rutin, untuk mengingat konsumen.³⁵ Hal ini akan membutuhkan kreativitas para *marketing*, karena iklan yang secara rutin ditayangkan akan menimbulkan kejenuhan pada konsumen. Untuk itu, harus ada hal-hal baru yang

³⁴ *Ibid...*, hal. 69-88

³⁵ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen (Teori Dan Penerapannya ...)*, hal. 88-89

dimasukkan untuk menarik perhatian konsumen. Sehingga konsumen akan beranggapan bahwa produk tersebut selalu memiliki pembaharuan yang menarik untuk dicoba.

4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat

a. Lokasi

Lokasi usaha adalah tempat dan perusahaan melakukan kerja. Desain teori usaha secara sederhana berbunyi “ tempatkanlah pada titik geografis yang paling banyak memberikan kesempatan perusahaan di dalam usaha untuk mencapai tujuannya.” Pendapat lain mengatakan bahwa lokasi usaha adalah tempat dimana perusahaan melakukan aktivitasnya.³⁶

b. Pelayanan

Pelayanan adalah suatu kegiatan yang menolong menyediakan segala apa yang diperlukan orang lain atau konsumen dengan penampilan produk yang sebaik-baiknya sehingga diperoleh kepuasan pelanggan dan usaha pembelian yang berulang-ulang.³⁷

c. Promosi

Promosi sangat diperlukan terutama berkaitan dengan keberadaan dari suatu produk jasa. Bahkan dalam melakukan komunikasi promosi, pihak perusahaan tidak hanya menunjukkan keberadaan produk jasanya. Tetapi yang tidak kalah penting adalah unsur pengaruh dari

³⁶ Moch Darsyah Sinungan, *Manajemen Dana Bank*, (Jakarta : Rineka Cipta, 1990) hal.

³⁷ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2002) Hal 221

komunikasi promosi terhadap calon pelanggannya.³⁸ Promosi (*promotion*) merupakan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat dari produk dan untuk meyakinkan konsumen sasaran agar membelinya.³⁹

d. Reputasi

Reputasi perusahaan diartikan sebagai suatu bangunan social yang mengayomi suatu hubungan, kepercayaan yang akhirnya akan menciptakan brand image bagi suatu perusahaan. Reputasi yang baik dan terpercaya merupakan suatu sumber keunggulan bersaing suatu perusahaan. Adanya reputasi yang baik dalam sebuah perusahaan akan menimbulkan kepercayaan bagi konsumennya. Suatu kepercayaan adalah pikiran deskriptif oleh seseorang mengenai suatu hal.⁴⁰

e. Profit sharing (bagi hasil)

Bagi hasil menurut terminologi asing (*Inggris*) dikenal dengan *profit sharing*.⁴¹ *Profit sharing* dalam kamus ekonomi diartikan sebagai pembagian laba. Secara definitif *profit sharing* diartikan sebagai distribusi beberapa bagian dari laba pada para pegawai dari suatu perusahaan. Secara syariah prinsip bagi hasil (*profit sharing*) berdasarkan pada kaidah *mudharabah*. Dimana bank akan bertindak

³⁸ Basu Swastha, *Azaz-Azaz Marketing*, (Yogyakarta: Liberty, 2002) hlm.234

³⁹ Marius P. Angipora, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1999) Hlm. 73-78

⁴⁰ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi Dan Control Jilid 1*, (Jakarta : Prenhalindo, 1997) Hal 243

⁴¹ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, (Yogyakarta : AMPYKPN, 2002) Hal 101

sebagai *mudharib* (pengelola dana) sementara penabung sebagai *shahibul maal* (penyandang dana).⁴²

Jadi dapat disimpulkan bahwa kelima faktor tersebut secara langsung maupun tidak langsung akan mempengaruhi minat anggota dalam memilih koperasi yang digunakan. Karena pertimbangan-pertimbangan yang dilakukan tidak lepas dari manfaat yang akan diperoleh dengan mempertimbangkan resiko yang lebih kecil yang akan diperoleh. Selain pertimbangan risiko, manfaat yang besar juga akan mempengaruhi minat dan keputusan anggota dalam memilih produk dalam koperasi.

D. Tinjauan Penelitian Terdahulu

Telah banyak penelitian yang membahas tentang komunikasi di suatu lembaga keuangan, tetapi penelitian yang membahas tentang interpersonal skill karyawan suatu lembaga keuangan masih sedikit. Penelitian ini ditujukan untuk menganalisa pengaruh komunikasi dan interpersonal skill karyawan dalam meningkatkan minat menjadi anggota. Dengan demikian terdapat beberapa penelitian terdahulu yang dapat dijadikan rujukan maupun sebagai perbandingan.

Penelitian Andre yang bertujuan untuk menguji “Pengaruh Event Promosi Dan Komunikasi Persuasive Terhadap Minat Anggota” dengan metode analisis korelasi, regresi, dan hipotesis maka hasil yang diperoleh dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa event promosi dan komunikasi

⁴² Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah*, (Jakarta: Gema Insani, 2001) Hal 27

berpengaruh terhadap minat anggota, semuanya terbukti secara signifikan.⁴³ Dari penelitian tersebut disebutkan bahwa berdasarkan analisa korelasi pengaruh event promosi dan komunikasi sebesar 0,742 dan 0,693 yang menunjukkan bahwa pengaruhnya kuat dan signifikan. Hasil analisis koefisien regresi linier berganda diperoleh $Y = 0,956 + 0,149 X_1 + 0,637 X_2$. Sedangkan berdasarkan uji hipotesis parsial $t_{hitung} (2,132) > t_{tabel} (1,980)$ untuk variabel event promosi dan untuk variabel komunikasi uji $t_{hitung} (7,591) > t_{tabel} (1,980)$. Selain itu melalui uji simultan F dapat diketahui $F_{hitung} (51,827) > t_{tabel} (3,0845)$. Sehingga kesimpulannya antara event promosi dan komunikasi berpengaruh secara signifikan terhadap minat anggota.

Penelitian Widodo yang bertujuan untuk menguji “Pengaruh Komunikasi Dan Partisipasi Anggota Terhadap Keberhasilan Koperasi Unit Desa Mlati” dengan metode analisis regresi, analisis koefisien determinasi, analisis ketepatan ramalan/ presiksi, maka hasil yang diperoleh dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa komunikasi berpengaruh terhadap keberhasilan koperasi unit desa, semuanya terbukti secara signifikan.⁴⁴ Dari penelitian tersebut disebutkan bahwa pengaruh komunikasi dan partisipasi anggota terhadap keberhasilan KUD sebesar 54,59%, sedangkan 45,41% adalah pengaruh dari faktor lain.

⁴³ Andre, *Pengaruh Event Promosi Dan Komunikasi Persuasif Terhadap Minat Anggota Koperasi Kredit Bina Seroja*, (IAIN Cirebon Jakarta Timur, 2012) dalam <http://web.iaincirebon.ac.id/ebook/repository/EPI-117210022%28abstrak%29.pdf> diakses 06 januari 2015

⁴⁴Sri Widodo, *Pengaruh Komunikasi Dan Partisipasi Anggota Terhadap Keberhasilan Koperasi Unit Desa Mlati*, (Universitas Padjajaran Yogyakarta, 2008), <http://upy.ac.id/ekonomi/files/PENGARUH%20KOMUNIKASI%20DAN%20PARTISIPASI%20ANGGOTA%20TERHADAP%20KEBERHASILAN%20KOPERASI%20UNIT%20DESA%20MLATI%20%20%28SRI%20WIDODO%29.pdf> diakses 06 januari 2015

Hasil penelitian Setyono yang bertujuan untuk menguji “Pengaruh Kualitas Komunikasi Interpersonal Pemimpin Kelompok Sel Terhadap Komitmen Organisasi Anggota Kelompok Sel Di Satelit Holy Gereja Mawar Sharon Surabaya” dengan metode analisis korelasi dan analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa pengaruh kualitas komunikasi pemimpin kelompok sel adalah 0,186%.⁴⁵ Ini berarti pengaruh yang diberikan oleh variabel kualitas komunikasi interpersonal pemimpin kelompok sel terhadap komitmen organisasi anggota kelompok sel di Satelit Holy hanya sebesar 18,6%.

Penelitian Moningka yang bertujuan untuk menguji “Pengaruh Hubungan Interpersonal, Self Monitoring, Dan Minat Terhadap Performansi Kerja Pada Karyawan Bagian Penjualan” dengan metode analisis uji validitas dan reabilitas dan regresi menunjukkan adanya pengaruh langsung dan tidak langsung (dengan hubungan interpersonal sebagai variabel yang mengantari).⁴⁶ Sedangkan pengaruh langsung pada performansi kerja *salesperson* pada perusahaan tersebut. Hasil yang ditemukan adalah adanya korelasi antara self monitoring dengan hubungan interpersonal sebesar 0,905, dengan taraf signifikansi 0,01. Penelitian ini juga membuktikan bahwa semakin tinggi self monitoring seseorang, maka semakin baik hubungan

⁴⁵ Felicia Setyono, *Pengaruh Kualitas Komunikasi Interpersonal Pemimpin Kelompok Sel Terhadap Komitmen Organisasi Anggota Kelompok Sel Di Satelit Holy Gereja Mawar Sharon Surabaya*, (Universitas Kristen Petra, 2013), dalam <http://studentjournal.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/viewFile/904/804> diakses pada 17 Januari 2015

⁴⁶ Clara Moningka, M.M. Nilam Widyarini, *pengaruh hubungan Interpersonal, Self Monitoring, Dan Minat Terhadap Performansi Kerja Pada Karyawan Bagian Penjualan*, (Universitas Gunadarma, 2005), dalam <http://repository.gunadarma.ac.id/1080/1/PENGARUH%20HUBUNGAN%20INTERPERSONAL%20UG.pdf> diakses pada 17 Januari 2015

interpersonalnya. Pada penelitian ini, diketahui bahwa self monitoring mempunyai korelasi, dan memberikan pengaruh pada hubungan interpersonal, sehingga pada akhirnya dapat berpengaruh terhadap performansi kerja individu.

Penelitian Winata dan Ekawati yang bertujuan untuk menguji “Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Simpan Pinjam Pada Koperasi Pegawai Negeri Praja Kantor Gubernur Bali” dengan metode analisis hipotesis yakni uji F dan uji T dan melakukan uji statistik SPSS , menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara dimensi kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah simpan pinjam pada Koperasi Pegawai Negeri Praja Kantor Gubernur Bali.⁴⁷ Pengaruh dimensi kualitas layanan yang meliputi bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati pengaruh yang diberikan menurut uji statistik dengan SPSS yang diuji dengan uji $F_{hitung} (91,379) > F_{tabel} (2,30)$. Sedangkan setelah diuji dengan uji T pengaruh antara bukti langsung dengan kepuasan nasabah sebesar 0,0006, pengaruh keandalan sebesar 0,000, pengaruh daya tanggap sebesar 0,002, pengaruh jaminan sebesar 0,000, dan pengaruh empati sebesar 0,000. Apabila pengujian tersebut lebih kecil dari 0,05 maka menunjukkan adanya pengaruh yang positif. Kesimpulannya keseluruhan dimensi tersebut berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

⁴⁷ Made Mardhi Winata Dan Ni Wayan Ekawati, *Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Simpan Pinjam*, (Universitas Udayana Bali, 2011), dalam <http://download.portalgaruda.org/article.php?article=82441&val=989> diakses pada 12 maret 2015

Hasil penelitian Gunawan Atmojo yang bertujuan untuk menguji “ Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Swamitra Asmino Surakarta” dengan metode analisis uji validitas dan reabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, uji T, Uji F test menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan nasabah berpengaruh secara signifikan.⁴⁸ Menurut uji F_{hitung} (79.086) > F_{tabel} (2.29), Uji nilai t hitung tertinggi adalah dari *assurance* (6.732) sedangkan kualitas jasa yang lain seperti *reliability* (3.311), *empathy* (2.856), *responsiveness* (2.523) dan *tangibles* (2.437). Sedangkan untuk uji regresi berganda untuk *assurance* (0,639), *empathy* (0,273), *responsiveness* (0,285), *reliability* (0,420), *tangible* (0,266). Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dapat berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Penelitian Febrianto dkk yang bertujuan untuk menguji “ Hubungan Kepercayaan Diri Dengan Kemampuan Hubungan Interpersonal Pada Anggota Universitas Brawijaya Fitness Center ” dengan metode analisis uji validitas dan reabilitas, uji asumsi kalasik, linieritas, korelasi menunjukkan pengaruh yang signifikan.⁴⁹ Dari item pertanyaan dapat diketahui bahwa keseluruhan item pertanyaan menunjukkan data yang valid dan reliable karena F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} . Hasil pengujian asumsi klasik menunjukkan bahwa nilai

⁴⁸ V. Gunawan Sri Atmojo, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Swamitra Asmino Surakarta*, (Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2009), dalam <http://eprints.uns.ac.id/8502/1/144901308201011211.pdf> diakses pada 12 maret 2015

⁴⁹ Bayu Febrianto Dkk, *Hubungan Kepercayaan Diri Dengan Kemampuan Hubungan Interpersonal Pada Anggota Universitas Barawijaya Fitness Center*, (Surabaya : 2013) dalam <http://psikologi.ub.ac.id/wp-content/uploads/2013/10/JURNAL4.pdf>, diakses pada 12 april 2015

signifikan kepercayaan diri sebesar 0,604 lebih besar dari 5% dan variabel kemampuan interpersonal bernilai 0,071 lebih besar dari 5%, menunjukkan data tersebut normal. Sedangkan hasil uji linieritas diperoleh nilai F sebesar 56,093 dengan nilai signifikan p sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa variabel kepercayaan diri memiliki bentuk hubungan yang linier dengan kemampuan hubungan interpersonal. Selanjutnya berdasarkan uji korelasi besarnya korelasi variabel kepercayaan diri dengan kemampuan hubungan interpersonal adalah 0,0580 dengan signifikan 0,000, maka hal tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara kedua hubungan antara kedua variabel adalah sedang.

Penelitian Fauzi yang bertujuan untuk menguji “ Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Menabung Di Perbankan Syariah Pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta ” dengan metode analisis uji validitas dan reabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis menunjukkan pengaruh yang signifikan.⁵⁰ Dari item pertanyaan dapat diketahui bahwa keseluruhan item pertanyaan menunjukkan data yang valid dan reliable karena F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} . Hasil pengujian menunjukkan bahwa koefisien regresi pelayanan sebesar 0,376 dan $p=$ value = 0,003 dengan taraf signifikansi 5%, regresi nisbah bagi hasil sebesar 0,302 dan $p=$ value = 0,001 dengan taraf signifikansi 5%, dan regresi kualitas produk sebesar = 0,233 dengan $p=$ value = 0,030 dengan taraf signifikansi 5%, sehingga ketiga

⁵⁰ Yayan Fauzi, Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Menabung Di Perbankan Syariah Pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta, (Yogyakarta, 2010), Dalam <http://Digilib.Uin-Suka.Ac.Id/4390/1/BAB%20I.V.%20DAFTAR%20PUSTAKA.Pdf>. diakses pada 12 April 2015

variabel tersebut menunjukkan pengaruh secara signifikan terhadap minat menabung nasabah. Sedangkan koefisien regresi religiusitas -0,027 dengan p -value 0,761 dengan taraf signifikansi 5% dan menunjukkan bahwa religiusitas tidak mempengaruhi minat menabung nasabah.

Hasil penelitian Mahmudah yang bertujuan untuk menguji “ Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi Pada Bank CIMB Niaga Syariah Cabang Semarang)” dengan metode analisis uji validitas dan reabilitas, uji asumsi klasik, dan analisis regresi berganda menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan nasabah berpengaruh secara signifikan.⁵¹ Dari item pertanyaan dapat diketahui bahwa keseluruhan item pertanyaan menunjukkan data yang valid dan reliable karena F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} . Berdasarkan uji regresi menunjukkan besarnya pengaruh dari masing-masing variabel adalah *profit sharing* (23,7), pelayanan (22,2), promosi (18,5), lokasi (12,7), reputasi (12,2) dan religious stimuli (7,9). Jadi menurut uji regresi semua variabel independen berpengaruh positif terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah di bank syariah tersebut. Sedangkan menurut uji F menunjukkan bahwa masing-masing variabel independen berpengaruh positif terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah di bank syariah. Adapun besaran pengaruhnya adalah 95,4. Sehingga dari keenam faktor yang mempengaruhi minat dapat dikatakan bahwa faktor yang paling dominan

⁵¹ Rifa'atul Mahmudah, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah Di Bank Syariah*, (Semarang : 2009), dalam http://library.walisongo.ac.id/digilib/files/disk1/99/jtptiain-gdl-rifaatulma-4923-1-skripsi_-3.pdf . diakses pada 12 april 2015

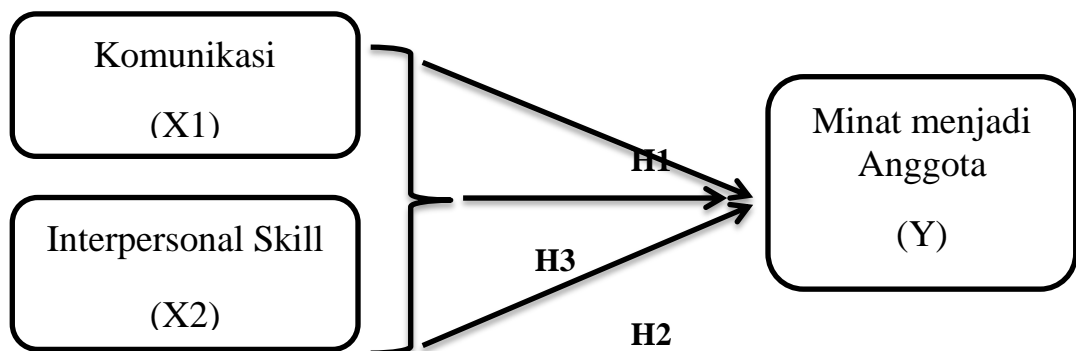
mempengaruhi minat nasabah non muslim menjadi nasabah di bank CIMB Niaga Syariah Cabang adalah *profit sharing*.

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu yang telah dipaparkan, belum ada yang menganalisa secara spesifik tentang pengaruh komunikasi dan interpersonal skill terhadap minat menjadi anggota di koperasi. Sehingga peneliti tertarik untuk meneliti tentang hal tersebut. Diharapkan dalam penelitian ini akan memperoleh hasil yang positif karena dalam berorganisasi sangat penting adanya komunikasi dan interpersonal skill untuk mengembangkan suatu lembaga.

E. Kerangka Berfikir Penelitian

Untuk mengetahui masalah yang akan dibahas, perlu adanya kerangka penelitian yang merupakan landasan dalam meneliti masalah yang bertujuan untuk menemukan, mengembangkan dan menguji kebenaran suatu penelitian dan kerangka penelitian dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.2
Kerangka Hipotesis



Sumber : Peneliti, 2015

F. Hipotesis Penelitian

1. Ada pengaruh antara komunikasi karyawan terhadap minat menjadi anggota di Koperasi Syariah Muhammadiyah Kota Blitar.
2. Ada pengaruh antara interpersonal skill karyawan terhadap minat menjadi anggota di Koperasi Syariah Muhammadiyah Kota Blitar.
3. Ada pengaruh secara bersama-sama antara komunikasi dan interpersonal skill karyawan terhadap minat menjadi anggota di Koperasi Syariah Muhammadiyah Kota Blitar.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian

Penelitian adalah penyaluran rasa ingin tahu manusia terhadap sesuatu atau masalah dengan perlakuan tertentu (seperti memeriksa, mengusut, menelaah, dan mempelajari secara cermat dan sungguh-sungguh) sehingga diperoleh sesuatu (seperti mencapai kebenaran, memperoleh jawaban atas masalah, pengembangan ilmu pengetahuan, dan sebagainya).⁵²

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif, karena data yang diperoleh nantinya berupa angka. Begitu pula dengan analisis penelitian yang digunakan menggunakan analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif adalah analisis yang menggunakan alat analisis bersifat kuantitatif, yaitu alat analisis yang menggunakan model seperti matematika (misalnya fungsi multivariat), model statistik, dan ekonometrik. Hasil analisis disajikan dalam bentuk angka-angka yang kemudian dijelaskan dan diinterpretasikan dalam suatu uraian.⁵³

Dari angka yang diperoleh akan dianalisis lebih lanjut dalam analisis data. Sedangkan jenis penelitiannya menggunakan penelitian asosiatif. Jenis penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih.⁵⁴ Penelitian tersebut untuk menguji

⁵² Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2004), hal. 04

⁵³ *Ibid.*..., hal 30

⁵⁴ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta : Kencana, 2013), hal.07

pengaruh komunikasi dan interpersonal skill karyawan terhadap minat menjadi anggota di Koperasi Syariah Muhammadiyah Kota Blitar.

B. Populasi, Sampel Dan Sampling

1. Populasi

Populasi adalah himpunan semua individu atau obyek yang menjadi bahan pembicaraan atau bahan penelitian.⁵⁵ Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota di Koperasi Syariah Muhammadiyah Blitar yang berjumlah 353 anggota yang terdiri dari nasabah dan anggota simpanan. Nasabah yang dimaksud adalah nasabah pada tahun 2011 hingga tahun 2015 dan pada laporan baki debit bulan Februari tahun 2015 masih terdaftar sebagai nasabah di koperasi syariah yang berjumlah 110 anggota. Selain nasabah, terdapat pula anggota simpanan yang menjadi populasi penelitian merupakan anggota simpanan yang masih aktif pula menjadi anggota pada laporan baki debit bulan Februari tahun 2015 yang berjumlah 43 anggota.

2. Sampel

Sampel adalah himpunan bagian dari populasi. Penentuan jumlah sampel di tentukan dengan rumus *Slovin*. Karena jumlah respondennya sudah diketahui.

Rumus :

$$n = \frac{N}{1+(N.E^2)}$$

⁵⁵ Ali Mauludi, *Teknik Memahami Statistika 2*, (Jakarta : Alim's Publishing, 2013), hal. 02

Keterangan :

n : ukuran sampel

N : ukuran populasi

E : nilai kritis (batas ketelitian) yang diinginkan (persen kelonggaran) ketidaktelitian karena kesalahan penarikan sampel.⁵⁶

Dalam penelitian ini populasi (N) adalah 353 orang, sedangkan persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan penarikan sampel (E) nya adalah 5% yaitu 0,05. Jadi besarnya sampel yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{353}{1+(353 \cdot 0,05^2)}$$

$$n = \frac{353}{1+(353 \cdot 0,0025)}$$

$$n = \frac{353}{1+0,8825}$$

$$n = \frac{353}{1,8825}$$

$$n = 187,517$$

Berdasarkan data yang diperoleh, jumlah anggota yang terdaftar di Koperasi Syariah Muhammadiyah Blitar 353 orang. Maka jumlah sampel yang diteliti adalah 187,517 dan dibulatkan menjadi 188 anggota.

⁵⁶ *Ibid...*, hal. 02-03

3. Sampling

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *simple random sampling*. *Simple random sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama kepada setiap anggota yang ada dalam suatu populasi untuk dijadikan sampel.⁵⁷ Jadi seluruh anggota koperasi memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel penelitian.

C. Sumber Data, Variabel Penelitian, dan Skala Pengukuran

1. Sumber Data

Data merupakan keterangan-keterangan tentang suatu hal, dapat berupa sesuatu yang diketahui atau yang dianggap atau anggapan. Atau suatu fakta yang digambarkan lewat angka, simbol, kode, dan lain-lain.⁵⁸

Sedangkan yang dimaksud sumber data dalam penelitian yaitu dari mana data tersebut diperoleh.⁵⁹ Penelitian ini menggunakan sumber data primer.

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya. Data primer ini disebut juga data asli atau data baru. Contohnya data kuesioner (data yang diperoleh melalui kuesioner), data survei, data observasi, dan sebagainya.⁶⁰

⁵⁷ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif...*, hal.31

⁵⁸ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik...*, hal. 19

⁵⁹ Riduwan, *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hal. 24

⁶⁰ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik...*, hal. 19

Dalam penelitian ini data primer yang diperoleh berasal dari kuesioner responden. Responden adalah pemberi informasi yang diharapkan dapat menjawab semua pertanyaan dengan jelas dan lengkap.⁶¹ Dalam hal ini sumber data tersebut diperoleh dari anggota di Koperasi Syariah Muhammadiyah Kota Blitar.

2. Variabel Penelitian

Variabel adalah ciri dari individu, objek, gejala atau peristiwa yang diukur secara kuantitatif, memiliki sifat, besaran atau jumlah yang bernilai kategorial (berjenjang).⁶² Dalam penelitian ini variabel dibagi menjadi dua, yaitu :

- a. Variabel terikat (*dependent variable*) atau disebut variabel kriteria, menjadi perhatian utama (sebagai faktor yang berlaku dalam pengamatan) dan sekaligus menjadi sasaran dalam penelitian. Melalui analisis (menjelaskan variabilitasnya, memprediksinya atau lainnya) terhadap variabel terikat (mencari variabel yang mempengaruhinya) akan menemukan solusi atas pemecahan masalah yang diangkat. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel Y adalah minat anggota Koperasi Syariah Muhammadiyah Kota Blitar.
- b. Variabel bebas (*independent variable*) atau disebut juga variabel prediktor, merupakan variabel yang dapat mempengaruhi perubahan dalam variabel terikat dan mempunyai hubungan yang positif atau

⁶¹ Riduwan, *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian...*, hal. 29

⁶² *Ibid...*, hal. 256

negatif. Jika ada variabel bebas, terdapat pula kenaikan dalam variabel terikat, ataupun sebaliknya.⁶³ Dalam penelitian ini yang menjadi X_1 adalah komunikasi karyawan dan variabel X_2 adalah interpersonal skill karyawan.

Jadi variabel X_1 dan variabel X_2 merupakan variabel bebas sehingga variabel ini akan mempengaruhi variabel yang lain yaitu variabel Y. Sedangkan variabel Y merupakan variabel terikat sehingga variabel ini akan dapat dipengaruhi oleh variabel X_1 dan X_2 .

c. Skala Pengukuran

Skala pengukuran instrumenn yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala likert adalah skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu.⁶⁴ Sehingga skala likert dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi anggota terhadap komunikasi dan keterampilan interpersonal yang dilakukan oleh karyawan Koperasi Syariah Muhammadiyah Kota Blitar, sehingga dapat meningkatkan minat anggota-anggotanya.

Sedangkan interval skala likert yang digunakan untuk menunjukkan nilai atau skor adalah sebagai berikut :

Sangat Tidak Setuju = 1

Tidak setuju = 2

Ragu-ragu = 3

⁶³ Puguh Suharso, *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis : Pendekatan Filosofi Dan Praktis*, (Jakarta: Pt Indeks, 2009), Hal. 38-39

⁶⁴ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif...*, hal.25

Setuju = 4

Sangat Setuju = 5

D. Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan alat-alat ukur yang diperlukan dalam melaksanakan suatu penelitian. Data yang dikumpulkan dapat berupa angka-angka, keterangan tertulis, informasi lisan dan beragam fakta yang berpengaruh dengan fokus penelitian yang diteliti.⁶⁵ Sedangkan dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data studi angket yang akan dibagikan kepada anggota Koperasi Syariah Muhammadiyah Blitar. Selain itu juga akan menggunakan studi dokumentasi. Data yang diperoleh berasal dari buku-buku dan laporan kegiatan yang ada di Koperasi Syariah Muhammadiyah Blitar.

2. Instrumen Penelitian

Instrumen pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh penulis dalam kegiatannya mengumpulkan data agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya.⁶⁶ Instrumen dalam penelitian ini menggunakan metode angket atau kuesioner. Dimana kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup, sehingga responden sudah disediakan jawaban dan tinggal memilih jawaban yang tersedia.

⁶⁵ Riduwan, *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian...*, hal.72

⁶⁶ Ana Tree Rahmatul Ulfa, *Korelasi Prestasi Belajar Mata Pelajaran Fikih Dengan Peribadatan Siswa Di Mts Aswaja Tunggangstri*, (Tulungagung: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2010), hal 55

Kuisioner yang digunakan dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan skala likert dengan ketentuan dibawah ini :

Tabel 3.1

Tabel Instrumen Angket Penelitian

| Variabel penelitian | Indikator | Item | Skala |
|---------------------------------------|--|--|--|
| Komunikasi (X ₁) | 1. Jenis komunikasi yakni komunikasi nonverbal | a. Karyawan koperasi syariah memberikan penjelasan secara detail mengenai produk yang dimiliki kepada saya b. Pihak koperasi syariah memberikan informasi tentang perkembangan koperasi syariah | Diukur melalui kuisioner dengan menggunakan skala Likert |
| | 2. Kelebihan komunikasi nonverbal | a. Dengan menggunakan bahasa tubuh dan ekspresi wajah yang ramah, memudahkan saya memahami produk koperasi syariah b. Bahasa yang digunakan oleh karyawan koperasi syariah mudah untuk saya mengerti c. Nada suara yang terang, jelas dan gaya bicara membuat saya nyaman di layani karyawan koperasi syariah | |
| | 3. Media komunikasi dan komunikasi interpersonal | a. Komunikasi yang dilakukan antara anggota dengan lembaga dan sebaliknya dapat menggunakan media seperti telepon dan handphone b. Koperasi syariah memiliki website yang digunakan untuk menginformasikan segala hal terkait dengan koperasi syariah tersebut c. Bagan, gambar dan tabel yang terdapat dalam brosur memudahkan saya dalam memahami penjelasan karyawan koperasi syariah | |
| Interpersonal skill (X ₂) | 1. Keterampilan interpersonal berupa kepercayaan diri dan sikap yang dimiliki karyawan | a. Sikap karyawan koperasi syariah yang menjaga emosional di setiap suasana membuat saya betah berhubungan dengan lembaga ini b. Karyawan yang menjelaskan dengan penuh percaya diri membuat saya memiliki keyakinan terhadap penjelasannya c. Kesan pertama yang saya miliki tentang karyawan adalah orang yang ramah karena ketika ada anggota dan calon anggota datang mereka selalu tersenyum d. Rasa keakraban yang ditimbulkan oleh pihak lembaga membuat saya ingin terus menjadi anggota koperasi syariah | Diukur melalui kuisioner dengan menggunakan skala Likert |

| | | | |
|-------------------|--|---|--|
| | 2. Keterampilah interpersonal berupa perilaku karyawan | <ul style="list-style-type: none"> a. Karyawan koperasi syariah memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada saya b. Pihak koperasi selalu menjaga komitmen misalkan melakukan akad setelah dzuhur yakni pada waktu istirahat kerja c. Lokasi koperasi syariah sangat strategis untuk dijangkau karena dekat dengan jalan raya d. Para karyawan selalu memotivasi saya untuk dapat terus mengembangkan usaha | |
| Minat anggota (Y) | 1. Pelayanan | <ul style="list-style-type: none"> a. Koperasi syariah akan memberikan <i>reward</i> (bonus) ketika saya memiliki prestasi baik dan akan memberikan <i>punishment</i> (sanksi) ketika saya memiliki prestasi buruk b. Saya memilih koperasi syariah, berkaitan dengan kesesuaian biaya yang saya keluarkan (biaya administrasi) untuk menggunakan produk jasa koperasi syariah tersebut c. Koperasi memberikan persyaratan yang tidak berbelit-belit d. Saya menggunakan jasa koperasi syariah karena kebutuhan ekonomi maupun untuk usaha e. Saya menjadi anggota koperasi syariah karena ingin mencoba hal yang baru dari segi produk maupun kerjasama | Diukur melalui kuosioner dengan menggunakan skala Likert |
| | 2. Reputasi | Koperasi syariah memiliki citra yang baik di kalangan masyarakat. | |
| | 3. Promosi | Saya berminat menjadi anggota karena pengalaman dari anggota lain (keluarga, tetangga atau teman) yang lebih dulu menjadi anggota koperasi syariah tersebut | |
| | 4. Bagi hasil | Dalam proses pengambilan keputusan diperbolehkan terjadinya pendapat antara pihak lembaga koperasi syariah dengan anggota seperti kesepakatan bagi hasil | |

Sumber : Peneliti, 2015

Dari pengembangan indikator penelitian tersebut, kemudian disusun beberapa item pertanyaan yang akan diukur dengan menggunakan skala likert.

E. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas Dan Teknik Pengukuran Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk menguji apakah kuesioner yang dibuat valid atau tidak. Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Ada beberapa kriteria yang digunakan untuk mengetahui kuesioner yang digunakan sudah tepat untuk mengukur apa yang ingin diukur, yaitu:

- 1) Jika koefisien korelasi *product moment* melebihi 0,3
- 2) Jika koefisien korelasi *product moment* > r-tabel (α ; n-2) n = jumlah sampel
- 3) Nilai Sig. $\leq \alpha$

Rumus yang bias digunakan untuk uji validitas dengan teknik *product moment*, yaitu :

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

Dimana :

n = Jumlah responden

X = Skor variabel (jawaban responden)

Y = Skor total dari variabel (jawaban responden).⁶⁷

⁶⁷ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif...*, hal.47-48

Dalam penelitian ini akan menggunakan kriteria yang kedua yaitu koefisien korelasi *product moment* melebihi 0,3. Item pernyataan atau pertanyaan dinyatakan valid jika mempunyai nilai r hitung yang lebih besar dari standar yaitu 0,3. Apabila korelasi tiap faktor positif dan besarnya 0,3 ke atas maka faktor tersebut merupakan *construct* yang kuat.⁶⁸

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk menguji sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama pula. Uji reliabilitas alat ukur dapat dilakukan secara eksternal maupun internal.

1) Menentukan nilai varians setiap butir pertanyaan

$$\sigma_i^2 = \frac{\sum X_i^2 - \frac{(\sum X_i)^2}{n}}{n}$$

2) Menentukan nilai varians total

$$\sigma_t^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n}$$

3) Menentukan reliabilitas instrument

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

Dimana :

n = Jumlah sampel

⁶⁸ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistic Dengan Spss 16.0*, (Jakarta : Prestasi Pustaka Publisher, 2009), hal. 96

X_i = Jawaban responden untuk setiap butir pertanyaan

$\sum X$ = Total jawaban untuk setiap butir pertanyaan

σ_t^2 = Varians total

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

k = Jumlah butir pertanyaan

r_{11} = Koefisiensi reliabilitas instrument.⁶⁹

Pengujian realobilitas instrumen dalam suatu penelitian dilakukan karena keterandalan instrumen berkaitan dengan keajegan dan taraf kepercayaan terhadap instrument penelitian tersebut. Ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- 1) Nilai alpha Cronbach 0,00 s.d. 0,20, berarti kurang reliabel
- 2) Nilai alpha Cronbach 0,21 s.d. 0,40, berarti agak reliabel
- 3) Nilai alpha Cronbach 0,42 s.d. 0,60, berarti cukup reliabel
- 4) Nilai alpha Cronbach 0,61 s.d. 0,80, berarti reliabel
- 5) Nilai alpha Cronbach 0,81 s.d. 1,00, berarti sangat reliabel.⁷⁰

2. Uji Normalitas Data

Dalam penelitian perlu diketahui apa data yang diteliti menyebar normal atau tidak normal. Uji distribusi normal adalah uji untuk mengukur apakah kita memiliki distribusi normal atau sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik. Dalam mendeteksi normalitas data menggunakan

⁶⁹ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif...*, hal.57-58

⁷⁰ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistic Dengan Spss 16.0...*, hal. 97-98

pendekatan Kolmogorov-Smirnov yang dengan kurva *P-Plots* dengan asumsi data variabel distribusi dinyatakan normal. Ketentuannya bahwa akan dikatakan normal apabila nilai probabilitas $> 0,05$.⁷¹

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ini digunakan untuk mengukur tingkat asosiasi (keeratan) hubungan/pengaruh antara variabel bebas tersebut melalui besaran koefisien korelasi (r). Asumsi klasik dibagi menjadi beberapa tergantung yang digunakan dalam penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan Uji Multikolonieritas dan Uji Heteroskedastisitas.

Uji multikolonieritas timbul sebagai akibat adanya hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih atau adanya kenyataan bahwa dua variabel penjelas atau lebih bersama-sama dipengaruhi oleh variabel ketiga yang bersada di luar model. Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas, jika nilai *variance inflation factor* (VIF) tidak lebih dari 10. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/Tolerance$). Nilai yang umum dipakai adalah nilai Tolerance $< 0,10$ atau sama dengan nilai VIF > 10 .

Uji heteroskedastisitas, pada umumnya sering terjadi pada model-model yang menggunakan data cross section dari pada time series. Namun bukan berarti model-model yang menggunakan data time series bebas dari heteroskedastisitas. Sedangkan untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat pada grafik *scatterplot*. Model regresi

⁷¹ *Ibid...*, hal. 83

yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Asumsinya adalah

:

- a. Penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola,
- b. Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau disekitar angka 0,
dan
- c. Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.⁷²

4. Uji Regresi Linier Berganda

Untuk menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang telah dirumuskan, maka data yang dapat dikumpulkan atau diperoleh itu harus di analisis. Analisis data dalam penelitian ini adalah "proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data". Dalam penelitian ini teknik analisis menggunakan analisis regresi linier berganda.

Analisis linier berganda adalah regresi linier dimana variabel yang terlibat di dalamnya terdiri dari tiga variabel yaitu variabel X_1 dan variabel X_2 yang akan mempengaruhi variabel Y . Persamaan regresi linier berganda dicari dengan rumus:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Dimana :

Y = Variabel terikat (minat)

X_1 = Variabel bebas pertama (komunikasi karyawan)

⁷² *Ibid...*, hal. 79-80

X_2 = Variabel bebas kedua (interpersonal skill karyawan)

a, dan b_1 serta b_2 = Nilai konstanta

Membuat persamaan regresi linier berganda:

- a. Mencari nilai konstanta a, b_1 , dan b_2
- b. Menerapkan metode skor deviasi
- c. Mencari nilai konstanta
- d. Menentukan persamaan regresi dengan dua variabel
- e. Mencari korelasi berganda
- f. Mencari koefisiensi determinasi.⁷³

5. Uji Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan atau dugaan yang bersifat sementara terhadap suatu masalah penelitian yang kebenarannya masih lemah sehingga harus diuji secara empiris. Sedangkan pengujian hipotesis adalah suatu prosedur yang akan menghasilkan suatu keputusan yaitu menolak atau menerima hipotesis tersebut. Dalam pengujian hipotesis, keputusan yang dibuat mengandung ketidakpastian, artinya keputusan bisa benar atau salah, sehingga menimbulkan risiko.⁷⁴ Maka dalam penelitian ini menggunakan dua penelitian hipotesis yaitu:

- a. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan ini, bertujuan untuk mengetahui signifikansi pengaruh antara dua variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-

⁷³ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif...*, hal.301

⁷⁴ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik...*, hal. 31

sama yakni antara komunikasi dan interpersonal skill karyawan terhadap minat menjadi anggota. Adapun yang menjadi kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut :

- 1) H_0 ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas dan variabel terikat.
- 2) H_a diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

b. Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial ini memiliki tujuan untuk menguji signifikansi secara parsial dua variabel bebas (*independent*) terhadap variabel tak bebas (*dependent*) adalah untuk mengukur secara terpisah kontribusi yang ditimbulkan dari masing-masing variabel bebas (*independent*) terhadap variabel tak bebas (*dependent*).⁷⁵ Maka penelitian ini perlu dirumuskan sebagai berikut :

- 1) H_0 : tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas dan variabel terikat
- 2) H_a : terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas dan variabel terikat

Adapun perhitungan dilakukan dengan t_{hitung} dengan t_{tabel} atau nilai probabilitas sebesar 5% atau 0,05. Adapun uji t mempunyai kriteria penerimaan atau penolakan (H_0) apabila (H_0) ditolak jika t

⁷⁵ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif...*, hal.. 303-304

hitung > t_{tabel}, Ho diterima jika t_{hitung} < t_{tabel} atau Ho ditolak jika nilai probabilitas > dari 0,05 dan diterima jika probabilitas < dari 0,05.⁷⁶

6. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi didefinisikan sebagai proporsi penurunan keragaman jumlah yang diakibatkan oleh digunakannya variabel bebas X. Semakin besar koefisien determinasi semakin besar penurunan keragaman jumlah Y yang diakibatkan oleh dimasukkannya variabel bebas X tersebut. koefisien determinasi untuk populasi dilambangkan dengan ρ^2 (huruf Yunani, dibaca rho kuadrat) dan untuk sampel dilambangkan dengan r^2 , yang dihitung dengan rumus atau menggunakan aplikasi SPSS.⁷⁷

Perhitungan koefisien determinasi dapat dilakukan dengan rumus :

$$R^2 = \frac{n(a\sum Y + b_1\sum X_1Y + b_2\sum X_2Y) - (\sum Y)^2}{n\sum Y^2 - (\sum Y)^2}$$

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui persentase besarnya perubahan variabel independen yang disebabkan oleh variabel dependen. Dalam penelitian ini akan menggunakan aplikasi SPSS versi 16.0

⁷⁶ *Ibid...*, hal. 304-306

⁷⁷ Akhmad Fauzi, *Statistik Industri*, (Jakarta : Erlangga, 2008) hal. 286

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen

a. Uji Validitas

Untuk menguji validitas dan reabilitas instrumen, penulis menggunakan analisis SPSS. Uji validitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur angket (kuosioner). Uji validitas dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan bantuan program SPSS. Kriteria pengukuran yang digunakan adalah r hitung lebih besar dari r kritis (0.30). Jika r hitung (untuk tiap-tiap butir pertanyaan dapat dilihat pada kolom *corrected item total correlation*) lebih besar dari kritis dan nilai r positif, maka butir pernyataan tersebut dikatakan valid. Pengujian validitas dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan komputer program SPSS versi 16.0. Dari perhitungan diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas Istrumen Komunikasi Karyawan
Hasil Uji Validitas Variabel Komunikasi Karyawan (X_1)

| Nomor Item | <i>Corrected Item-Total Correlation</i> | Keterangan |
|------------|---|------------|
| X1.1 | 0.640 | Valid |
| X1.2 | 0.611 | Valid |
| X1.3 | 0.652 | Valid |
| X1.4 | 0.627 | Valid |
| X1.5 | 0.456 | Valid |
| X1.6 | 0.540 | Valid |
| X1.7 | 0.309 | Valid |
| X1.8 | 0.381 | Valid |

Sumber : data primer yang diolah, 2015

Tabel 4.2
 Hasil Uji Validitas Istrumen Interpersonal Skill Karyawan
 Hasil Uji Validitas Variabel Interpersonal Skill Karyawan (X₂)

| Nomor Item | <i>Corrected Item-Total Correlation</i> | Keterangan |
|------------|---|------------|
| X2.1 | 0.471 | Valid |
| X2.2 | 0.478 | Valid |
| X2.3 | 0.566 | Valid |
| X2.4 | 0.569 | Valid |
| X2.5 | 0.633 | Valid |
| X2.6 | 0.409 | Valid |
| X2.7 | 0.599 | Valid |
| X2.8 | 0.522 | Valid |

Sumber : data primer yang diolah, 2015

Tabel 4.3
 Hasil Uji Validitas Istrumen Minat Menjadi Anggota
 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Menjadi Anggota (Y)

| Nomor Item | <i>Corrected Item-Total Correlation</i> | Keterangan |
|------------|---|------------|
| Y1 | 0.345 | Valid |
| Y2 | 0.463 | Valid |
| Y3 | 0.331 | Valid |
| Y4 | 0.542 | Valid |
| Y5 | 0.594 | Valid |
| Y6 | 0.552 | Valid |
| Y7 | 0.588 | Valid |
| Y8 | 0.663 | Valid |

Sumber : data primer yang diolah, 2015

Dari tabel-tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing item pernyataan memiliki r hitung > r kritis (0.30) dan bernilai positif.

Dengan demikian butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Untuk mengukur reliabilitas dengan menggunakan uji statistik adalah *Cronbach Alpha* (α). Suatu variabel

dikatakan reliabel apabila memiliki *Cronbach Alpha* lebih dari 0.60 (> 0.60).

Dari keterangan tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki Cronbach Alpha > 0.60. Dengan demikian variabel (komunikasi karyawan, interpersonal skill karyawan dan minat anggota) dapat dikatakan reliabel.

Untuk menguji reliabilitas instrumen, maka menggunakan analisis SPSS. Adapun hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.4
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Komunikasi Karyawan
Hasil Uji Reliabilitas Komunikasi Karyawan (X₁)

| Nomor Item | <i>Cronbach's Alpha If Item Deleted</i> | Keterangan |
|------------|---|------------|
| X1.1 | 0.750 | Reliabel |
| X1.2 | 0.756 | Reliabel |
| X1.3 | 0.746 | Reliabel |
| X1.4 | 0.752 | Reliabel |
| X1.5 | 0.775 | Reliabel |
| X1.6 | 0.764 | Reliabel |
| X1.7 | 0.815 | Reliabel |
| X1.8 | 0.792 | Reliabel |

Sumber : data primer yang diolah, 2015

Tabel 4.5
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Interpersonal Skill Karyawan
Hasil Uji Reliabilitas Interpersonal Skill Karyawan (X₂)

| Nomor Item | <i>Cronbach's Alpha If Item Deleted</i> | Keterangan |
|------------|---|------------|
| X2.1 | 0.803 | Reliabel |
| X2.2 | 0.801 | Reliabel |
| X2.3 | 0.789 | Reliabel |
| X2.4 | 0.788 | Reliabel |
| X2.5 | 0.778 | Reliabel |
| X2.6 | 0.810 | Reliabel |
| X2.7 | 0.784 | Reliabel |
| X2.8 | 0.795 | Reliabel |

Sumber : data primer yang diolah, 2015

Tabel 4.6

Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Minat menjadi Anggota
Hasil Uji Reliabilitas Minat Anggota (Y)

| Nomor Item | <i>Cronbach's Alpha If Item Deleted</i> | Keterangan |
|------------|---|------------|
| Y1 | 0.793 | Reliabel |
| Y2 | 0.779 | Reliabel |
| Y3 | 0.801 | Reliabel |
| Y4 | 0.768 | Reliabel |
| Y5 | 0.761 | Reliabel |
| Y6 | 0.767 | Reliabel |
| Y7 | 0.759 | Reliabel |
| Y8 | 0.744 | Reliabel |

Sumber : data primer yang diolah, 2015

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki *cronbach alpha* lebih dari 0.60 ($\alpha > 60$). Hasil uji reliabilitas instrumen dalam tabel menunjukkan > 0.61 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X_1 , X_2 , dan Y adalah reliabel.

2. Uji Normalitas Data

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Cara yang dapat digunakan untuk menguji kenormalan data adalah dengan menggunakan Grafik normal P-Plot dengan cara melihat penyebaran datanya. Jika pada grafik tersebut penyebaran datanya mengikuti pola garis lurus, maka datanya normal. Jika pada tabel *test of normality* dengan menggunakan Kolmogorov Smirnov nilai Sig. > 0.05 , maka data distribusi normal. Adapun uji normalitas data penelitian ini, yaitu :

Tabel 4.7

Keputusan Uji Normalitas Data

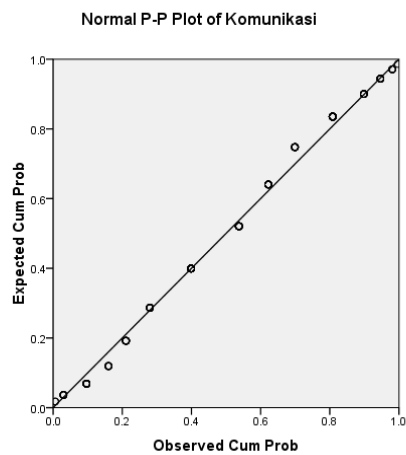
| Nama variabel | Nilai Asymp. Sig. (2-tailed) | Taraf signifikansi | Keputusan |
|---------------------|------------------------------|--------------------|-----------|
| Komunikasi | 0.075 | 0.05 | Normal |
| Interpersonal Skill | 0.077 | 0.05 | Normal |
| Minat Anggota | 0.085 | 0.05 | Normal |

Sumber : gambar uji kolmogorov

Normalitas data dengan grafik normal P-Plot

Gambar 4.1

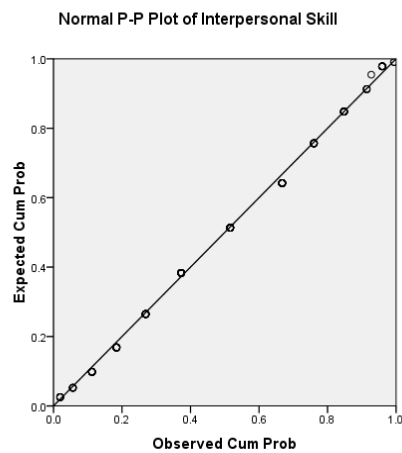
Normal P-plot Variabel Komunikasi Karyawan (X1)



Sumber : data primer yang diolah, 2015

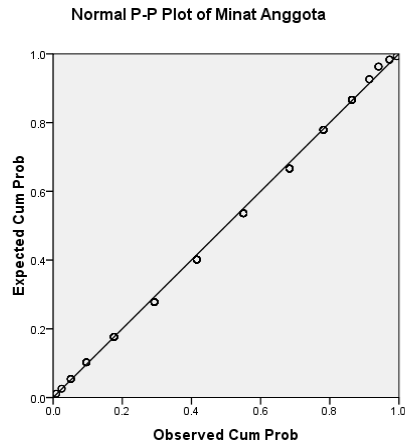
Gambar 4.2

Normal P-Plot Variabel Interpersonal Skill Karyawan (X2)



Sumber : data primer yang diolah, 2015

Normal P-Plot Variabel Minat Menjadi Anggota (Y)



Sumber : data primer yang diolah, 2015

Berdasarkan grafik normal P-Plot penyebaran data mengikuti garis normal (garis lurus), dan hal yang sama itu pun ditunjukkan pada tabel keputusan uji *Kolmogorov Smirnov* menunjukkan bahwa data yang di dapat mengikuti distribusi normal, berdasarkan hasil output menunjukkan nilai signifikansi atau nilai probabilitas > 0.05 . Dengan demikian, data tersebut berdistribusi normal.

3. Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan hasil pengujian segala penyimpangan uji asumsi klasik terhadap data penelitian dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen.

Tabel 4.8
Uji Multikolonieritas
Coefficients^a

| Model | | Collinearity Statistics | |
|-------|---------------------|-------------------------|-------|
| | | Tolerance | VIF |
| 1 | Komunikasi | .788 | 1.269 |
| | Interpersonal Skill | .788 | 1.269 |

a. Dependent Variable: Minat Anggota

Sumber : data primer yang diolah, 2015

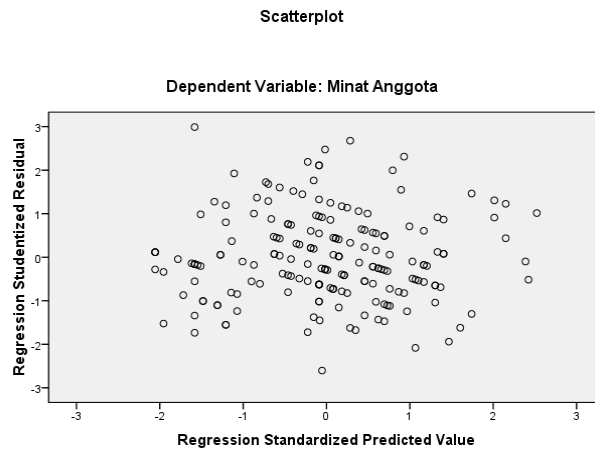
Dari hasil pengujian multikolonieritas yang dilakukan diketahui bahwa nilai *variance inflation factor* (VIF) kedua variabel, yaitu komunikasi dan interpersonal skill adalah 1.269 lebih kecil dari 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa antara variabel independen tidak terjadi persoalan multikolonieritas.

2. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians. Adapun hasil uji statistik heterokedastisitas yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Gambar 4.4

Uji Heterokedastisitas



Sumber : data primer yang diolah, 2015

Berdasarkan grafik *scatterplot* menunjukkan bahwa tidak terdapat pola yang jelas serta posisi titik yang menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y dan titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja, jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas.

d. Uji Regresi Linier Berganda

Dengan uji regresi linier berganda dapat diketahui terdapat tidaknya pengaruh antara komunikasi dan interpersonal skill karyawan terhadap minat menjadi anggota di Koperasi Syariah Muhammadiyah Kota Blitar.

Tabel 4.9
Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|-------|---------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 14.229 | 2.246 | | 6.334 | .000 |
| | Komunikasi | .201 | .065 | .222 | 3.087 | .002 |
| | Interpersonal Skill | .348 | .070 | .357 | 4.978 | .000 |

a. Dependent Variable: Minat Anggota

Sumber : data primer yang diolah, 2015

Dari tabel di atas, dapat diketahui hasil analisis regresi diperoleh signifikansi pada alpha 5% untuk variabel Komunikasi Karyawan sebesar 0.002 dan variabel Interpersonal Skill Karyawan sebesar 0.000 dengan konstanta 0.000. Persamaan regresi dari uji *coefficients* adalah :

$$Y = 14.229 + 0.201 X_1 + 0.348 X_2$$

Atau

$$\text{minat anggota} = 14.229 + 0.201 (\text{komunikasi karyawan}) + 0.348 (\text{interpersonal skill karyawan})$$

Hasil analisis dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 16.0 dapat diterjemahkan sebagai berikut :

1. Nilai beta dalam *Unstandardized Coefficients* variabel komunikasi karyawan menunjukkan angka sebesar 0.201 yang artinya besaran koefisien komunikasi karyawan terhadap minat menjadi anggota di Koperasi Syariah Muhammadiyah Kota Blitar adalah pada saat

komunikasi karyawan meningkat 1 satuan, maka besarnya minat adalah sebesar 0.201 satuan. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel komunikasi karyawan mempunyai pengaruh positif terhadap minat menjadi anggota di Koperasi Syariah Muhammadiyah Kota Blitar.

2. Nilai beta dalam *Unstandardized Coefficients* variabel interpersonal skill karyawan menunjukkan angka sebesar 0.348 yang artinya besaran koefisien interpersonal skill karyawan terhadap minat menjadi anggota di Koperasi Syariah Muhammadiyah Blitar adalah pada saat interpersonal skill karyawan meningkat 1 satuan, maka besarnya minat adalah sebesar 0.348 satuan. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel interpersonal skill karyawan mempunyai pengaruh positif terhadap minat menjadi anggota di Koperasi Syariah Muhammadiyah Kota Blitar.
3. Koefisien konstanta sebesar 14.229 menyatakan bahwa pada saat komunikasi dan interpersonal skill karyawan bernilai konstan (tetap), maka akan meningkatkan minat anggota sebesar 14.229 satuan.

e. Uji Hipotesis

1. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan bertujuan untuk menguji atau mengkonfirmasi hipotesis yang menjelaskan terdapat pengaruh antara komunikasi dan interpersonal skill karyawan terhadap minat menjadi anggota di Koperasi Syariah Muhammadiyah Kota Blitar. Dalam uji simultan

ditunjukkan dengan hasil perhitungan F_{hitung} yang menunjukkan nilai 30.767 dengan tingkat probabilitas 0.000 lebih kecil dari alpha 5%.

Tabel 4.10

Uji Simultan

ANOVA^b

| Model | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|-----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 405.020 | 2 | 202.510 | 30.767 | .000 ^a |
| | Residual | 1217.682 | 185 | 6.582 | | |
| | Total | 1622.702 | 187 | | | |

a. Predictors: (Constant), Interpersonal Skill, Komunikasi

b. Dependent Variable: Minat Anggota

Sumber : data primer yang diolah, 2015

Berdasarkan uji simultan menggunakan SPSS versi 16.0 diperoleh hasil F_{hitung} (30.767) > F_{tabel} (3.04) yang menunjukkan bahwa kedua indikator dalam penelitian yakni komunikasi dan interpersonal skill karyawan memiliki pengaruh dalam meningkatkan minat menjadi anggota di Koperasi Syariah Muhammadiyah Kota Blitar. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan “tidak ada pengaruh secara simultan antara variabel komunikasi dan interpersonal skill karyawan terhadap minat menjadi anggota di Koperasi Syariah Muhammadiyah Kota Blitar” tidak dapat diterima, yang berarti menerima hipotesis yang berbunyi “secara simultan ada pengaruh yang signifikan antara variabel komunikasi dan interpersonal

skill karyawan terhadap minat menjadi anggota di Koperasi Syariah Muhammadiyah Kota Blitar”

2. Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial memiliki tujuan untuk menguji signifikansi secara parsial dua variabel bebas (*independent*) terhadap variabel tak bebas (*dependent*) adalah untuk mengukur secara terpisah kontribusi yang ditimbulkan dari masing-masing variabel bebas (*independent*) terhadap variabel tak bebas (*dependent*). Secara terperinci hasil t_{hitung} dijelaskan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.11

Uji Parsial

Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|---------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 14.229 | 2.246 | | 6.334 | .000 |
| Komunikasi | .201 | .065 | .222 | 3.087 | .002 |
| Interpersonal Skill | .348 | .070 | .357 | 4.978 | .000 |

a. Dependent Variable: Minat Anggota

Sumber : data primer yang diolah, 2015

Dari tabel diatas, dapat diketahui hasil uji parsial adalah sebagai berikut:

- a. Hasil uji empiris pengaruh antara komunikasi karyawan terhadap minat menjadi anggota menunjukkan nilai t_{hitung} 3.087 dan p value (Sig) sebesar 0.002 diatas $alpha$ 5%. Sehingga dapat dikatakan bahwa t_{hitung} (3.087) > t_{tabel} (1.97287) yang menunjukkan bahwa indikator komunikasi karyawan berpengaruh terhadap minat menjadi anggota di Koperasi Syariah Muhammadiyah Kota Blitar. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian menerima hipotesis yang menyatakan “variabel komunikasi karyawan berpengaruh secara signifikan terhadap minat menjadi anggota di Koperasi Syariah Muhammadiyah Kota Blitar”.
- b. Hasil perhitungan statistik dengan data yang diperoleh dari responden, yang dibantu dengan program SPSS variabel interpersonal skill (X_2) menunjukkan t_{hitung} 4.978 dan p value (Sig.) 0.000, dengan menggunakan tingkat $alpha$ 5%. Hal tersebut menunjukkan bahwa t_{hitung} (4.978) > t_{tabel} (1.97287) menyatakan bahwa indikator interpersonal skill karyawan berpengaruh secara signifikan terhadap minat menjadi anggota di Koperasi Syariah Muhammadiyah Kota Blitar. sehingga hipotesis yang diterima adalah “variabel interpersonal skill karyawan berpengaruh terhadap minat menjadi anggota di Koperasi Syariah Muhammadiyah Kota Blitar”

f. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi yang memiliki fungsi untuk menjelaskan sejauh mana kemampuan variabel independen (komunikasi dan interpersonal skill karyawan) terhadap variabel dependen (minat menjadi anggota di Koperasi Syariah Muhammadiyah Kota Blitar). Hasil olahan statistik yang dibantu dengan program SPSS16.0 adalah sebagai berikut :

Tabel 4.12

Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .500 ^a | .250 | .241 | 2.566 |

a. Predictors: (Constant), Interpersonal Skill, Komunikasi

b. Dependent Variable: Minat Anggota

Sumber : data primer yang diolah, 2015

Berdasarkan tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa angka *R Square* atau koefisien determinasi (R^2) adalah 0.250. Sedangkan untuk regresi linier berganda yang digunakan adalah yang tertulis di *Adjusted R Square*. Maka angka *Adjusted R Square* adalah 0.241, artinya 24.1% variabel terikat minat anggota dijelaskan oleh variabel bebas yang terdiri dari komunikasi karyawan dan interpersonal skill karyawan, sedang yang 75.9% sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar variabel yang digunakan (diteliti). Hasil koefisien determinasi tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat banyak variabel independen lainnya yang dapat mempengaruhi minat menjadi anggota di Koperasi Syariah Muhammadiyah Kota Blitar.

B. Pembahasan

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan sampel sebanyak 188 responden dengan populasi anggota koperasi syariah yang mencapai 353 anggota. Jumlah tersebut diperoleh dari laporan baki debit akhir Februari 2015 dengan rincian sebagai berikut : piutang murabahah 24 anggota, pembiayaan mudharabah 1 anggota, pembiayaan musyarakah 2 anggota, piutang qard 2 anggota, piutang rahn 131 anggota, piutang PKP 50 anggota, piutang *line facility* 100 anggota, dan anggota simpanan 43 anggota. Dalam hal ini, peneliti menggunakan tingkat kesalahan sebesar 5% dan diperoleh sampel sebanyak 188 responden. Dikarenakan sampel yang besar maka peneliti menggunakan teknik random sampling sehingga responden atau anggota memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel penelitian.

Untuk mengetahui pengaruh komunikasi dan interpersonal skill karyawan terhadap minat menjadi anggota, peneliti menggunakan kuesioner yang telah disebar kepada anggota. Data yang diperoleh diuji dengan SPSS untuk mengetahui valid dan reliabel semua indikator variabel penelitian. Nilai *Corrected Item Total* lebih besar dari r kritis yakni 0.3 yang berarti menunjukkan bahwa indikator variabel memiliki konstruk yang kuat. Selanjutnya masing-masing variabel memiliki *Cronbach Alpha* > 0.60 , sehingga dapat dikatakan indikator tersebut reliabel.

Hasil yang diperoleh untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian adalah sebagai berikut :

1. Rumusan masalah yang pertama yakni apakah komunikasi karyawan berpengaruh terhadap minat menjadi anggota di Koperasi Syariah Muhammadiyah Kota Blitar memperoleh hasil sebagai berikut :
 - a. Hasil uji hipotesis yang diperoleh untuk menguji pengaruh komunikasi karyawan terhadap minat menjadi anggota menunjukkan bahwa variabel komunikasi karyawan memiliki $t_{hitung} (3.087) >$ memiliki $t_{tabel} (1.97287)$ dengan nilai Sig. sebesar 0.002 dengan *alpha* 5%. Maka dapat diperoleh kesimpulan bahwa komunikasi karyawan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menjadi anggota di Koperasi Syariah Muhammadiyah Kota Blitar. Hal tersebut diperkuat dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Andre yang menyatakan bahwa komunikasi karyawan berpengaruh terhadap minat berdasarkan analisa korelasi komunikasi karyawan berpengaruh sebesar 0,693 yang menunjukkan bahwa pengaruhnya kuat dan signifikan. Hasil analisis koefisien regresi linier berganda diperoleh $Y = 0,956 + 0,149 X_1 + 0,637 X_2$, sedangkan berdasarkan parsial variabel komunikasi karyawan uji $t_{hitung} (7,591) >$ $t_{tabel} (1,980)$.⁷⁸ Sehingga kesimpulannya komunikasi karyawan berpengaruh secara signifikan terhadap minat anggota.
 - b. Dalam analisa regresi linier berganda diperoleh hasil nilai Sig. 0.002 dengan *alpha* 5% dan nilai beta dalam *unstandardized coefficients* variabel komunikasi karyawan menunjukkan angka sebesar 0.201.

⁷⁸ Andre, *Pengaruh Event Promosi Dan Komunikasi Persuasif...* diakses 06 januari 2015

Artinya pada saat komunikasi karyawan meningkat 1 satuan, maka besarnya minat adalah sebesar 0.201 satuan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel komunikasi karyawan mempunyai pengaruh positif terhadap minat menjadi anggota di Koperasi Syariah Muhammadiyah Kota Blitar.

Sehubungan dengan definisi komunikasi menurut Gerbner “*communications may be defined as social interaction through messages*”. Yang artinya komunikasi yang didefinisikan itu sebagai interaksi sosial melalui pesan-pesan itu benar terjadi. Selain itu dalam proses komunikasi, paling sedikit terdapat lima komponen yang terlibat, antara lain: sumber (komunikator), pesan, saluran, komunikan (publik), dan efek.⁷⁹ Dengan demikian elemen-elemen komunikasi karyawan melalui interaksi sosial antara anggota dengan pihak koperasi telah terjadi dan mengakibatkan terciptanya minat para calon anggota untuk menjadi anggota di Koperasi Syariah Muhammadiyah Kota Blitar.

2. Rumusan yang kedua yakni apakah interpersonal skill karyawan berpengaruh terhadap minat menjadi anggota di Koperasi Syariah Muhammadiyah Kota Blitar memperoleh hasil sebagai berikut :
 - a. Hipotesis kedua yakni menguji pengaruh interpersonal skill karyawan terhadap minat menjadi anggota yang diuji dengan program SPSS diperoleh hasil variabel interpersonal skill memiliki $t_{hitung} (4.978) >$

⁷⁹ Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations...*, hal. 90

memiliki t_{tabel} (1.97287) dengan nilai Sig. sebesar 0.000 dengan *alpha* 5%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel interpersonal skill karyawan berpengaruh secara signifikan terhadap minat menjadi anggota di Koperasi Syariah Muhammadiyah Kota Blitar. Hal tersebut juga diperkuat dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yayan Fauzi yang menyatakan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi nasabah menggunakan jasa di lembaga keuangan syariah adalah pelayanan. Kualitas pelayanan tidak lepas dari keterampilan yang harus dimiliki oleh pihak lembaga penyedia jasa untuk dapat menarik minat konsumennya. Hasil pengujian yang dilakukan oleh Yayan menunjukkan bahwa koefisien regresi pelayanan sebesar 0.376 dan $p\text{-value} = 0.003$ dengan taraf signifikansi 5%.⁸⁰

- b. Untuk mengetahui pengaruh interpersonal skill karyawan terhadap minat menjadi anggota menggunakan analisa regresi linier berganda memperoleh hasil nilai Sig. 0,000 dengan alpha 5%. Sedangkan nilai beta dalam *unstandardized coefficients* variabel interpersonal skill karyawan menunjukkan angka sebesar 0.348. Ini berarti pada saat interpersonal skill meningkat 1 satuan, maka besarnya minat menjadi anggota adalah sebesar 0.348 satuan. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel interpersonal skill karyawan mempunyai pengaruh yang positif terhadap minat menjadi anggota di Koperasi Syariah Muhammadiyah Kota Blitar.

⁸⁰ Yayan Fauzi, *Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah...* diakses pada 12 April 2015

Hal tersebut menunjukkan bahwa keterampilan interpersonal yang didefinisikan sebagai keterampilan untuk mengenali dan merespon secara layak perasaan, sikap dan perilaku, motivasi serta keinginan orang lain dan bagaimana diri kita mampu membangun hubungan yang harmonis dengan memahami dan merespon manusia atau orang lain,⁸¹ dan merupakan bagian dari keterampilan interpersonal telah dilakukan dan terbukti dapat mempengaruhi minat menjadi anggota di Koperasi Syariah Muhammadiyah Kota Blitar.

3. Rumusan masalah ketiga yakni apakah terdapat pengaruh antara komunikasi dan interpersonal skill karyawan terhadap minat menjadi anggota di Koperasi Syariah Muhammadiyah Kota Blitar memperoleh hasil F_{hitung} (30.767) > F_{tabel} (3.04) dengan nilai Sig. 0.000 dengan *alpha* 5%. Hal tersebut menunjukkan bahwa kedua indikator dalam penelitian memiliki pengaruh dalam meningkatkan minat menjadi anggota di Koperasi Syariah Muhammadiyah Kota Blitar. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menolak pernyataan bahwa “tidak ada pengaruh secara simultan antara variabel komunikasi dan interpersonal skill karyawan terhadap minat menjadi anggota di Koperasi Syariah Muhammadiyah Kota Blitar”, dan selanjutnya menerima hipotesis yang menyatakan “secara simultan ada pengaruh yang signifikan antara variabel komunikasi dan interpersonal skill karyawan terhadap minat menjadi anggota di Koperasi Syariah Muhammadiyah Kota Blitar.

⁸¹ Pusat Pendidikan Dan Pelatihan Pengawasan BPKP, *Interpersonal Skill...*, hal. 02

Dengan demikian komunikasi dan interpersonal skill karyawan termasuk dalam faktor-faktor yang mempengaruhi minat yakni lokasi, pelayanan, promosi dan reputasi. Komunikasi karyawan termasuk dalam faktor yang mempengaruhi minat yakni faktor promosi dan interpersonal skill karyawan termasuk dalam faktor pelayanan. Keduanya dianggap dapat menarik minat menjadi anggota di lembaga Koperasi Syariah Muhammadiyah Kota Blitar.

Hasil analisa yang terakhir yakni uji koefisien determinasi (R^2) yang menunjukkan angka *Adjusted R Square* adalah 0.241. Ini berarti 24.1% variabel terikat minat anggota dijelaskan oleh variabel bebas yang terdiri dari komunikasi dan interpersonal skill karyawan, sedang yang 75.9% sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar variabel yang digunakan (diteliti). Variabel yang dapat mempengaruhi minat menjadi anggota tersebut dapat berupa *profit sharing*, pelayanan, promosi, lokasi yang strategis, reputasi dan kualitas religius dan variabel yang lainnya. Hasil koefisien determinasi tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat banyak variabel independen lainnya yang dapat mempengaruhi minat menjadi anggota di Koperasi Syariah Muhammadiyah Kota Blitar.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pengaruh komunikasi dan interpersonal skill karyawan terhadap minat menjadi anggota di Koperasi Syariah Muhammadiyah Kota Blitar serta di dukung teori-teori yang melandasi pada bab-bab sebelumnya, maka penulis mengambil kesimpulan bahwa :

1. Variabel komunikasi karyawan (X1) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat menjadi anggota di Koperasi Syariah Muhammadiyah Kota Blitar. $t_{hitung} (3.087) >$ memiliki $t_{tabel} (1.56309)$ dengan $p\ value$ (Sig) sebesar 0,002 di bawah atau lebih kecil dari $alpha$ 5%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator komunikasi, komunikasi secara langsung maupun menggunakan media komunikasi, mempunyai andil dalam meningkatkan minat menjadi anggota di Koperasi Syariah Muhammadiyah Kota Blitar.
2. Variabel interpersonal skill karyawan (X2) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap meningkatkan minat menjadi anggota di Koperasi Syariah Muhammadiyah Kota Blitar. $t_{hitung} (4.978) >$ memiliki $t_{tabel} (1.56309)$ dengan $p\ value$ (Sig.) 0,000, di bawah atau kurang dari $alpha$ 5%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator interpersonal skill yakni keterampilan para karyawan berupa ketegasan, kepercayaan diri serta keterampilan-keterampilan yang lainnya mempunyai andil dalam

meningkatkan minat menjadi anggota di Koperasi Syariah Muhammadiyah Blitar.

3. Variabel komunikasi karyawan (X1) dan interpersonal skill karyawan (X2) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat menjadi anggota di Koperasi Syariah Muhammadiyah Kota Blitar. Hal tersebut ditunjukkan dengan $F_{hitung} (30.767) > F_{tabel} (3.04)$ dengan nilai Sig. 0.000 dengan alpha 5%. Sedangkan kemampuan variabel independen (komunikasi dan interpersonal skill karyawan) terhadap variabel dependen (minat menjadi anggota di Koperasi Syariah Muhammadiyah Kota Blitar) sebesar 24.1%.

B. Saran

Setelah melakukan pembahasan dan analisa terhadap Koperasi Syariah Muhammadiyah Kota Blitar, maka penulis mencoba untuk memberikan saran yang dapat digunakan sebagai dasar masukan bagi koperasi syariah dan pihak-pihak lain yang berkepentingan. Adapun saran-saran tersebut adalah sebagai berikut :

1. Bagi Koperasi Syariah Muhammadiyah Kota Blitar diharapkan lebih meningkatkan komunikasi yang lebih baik lagi. Semakin berkembangnya teknologi dan media sosial dapat dimanfaatkan untuk lebih meningkatkan kualitas maupun kuantitas anggota supaya lebih mengembangkan koperasi syariah tersebut. Selain komunikasi, keterampilan interpersonal juga tidak kalah penting untuk diperhatikan, karena hal tersebut memiliki andil dalam meningkatkan minat menjadi anggota. Keterampilan yang dapat

ditingkatkan berupa pelayanan yang lebih baik, menjaga hubungan di kantor maupun di luar, dan memiliki kepercayaan diri yang baik.

2. Tetap mempertahankan kinerja yang berlandaskan syariat Islam, karena hal tersebut yang dapat membedakan lembaga keuangan syariah dengan lembaga keuangan konvensional. Selain itu, pihak koperasi syariah diharapkan lebih mengenalkan produk-produk lembaga keuangan syariah supaya calon anggota maupun anggota dapat mengetahui perbedaan dan lebih tertarik untuk menjadi anggota di koperasi syariah tersebut.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian yang akan datang sehingga akan memperoleh hasil yang lebih baik.

DAFTAR RUJUKAN

- Aplikasi Alquran Terjemah, *Alquran Digital Versi 2.1* dapat diakses di <http://www.alquran-digital.com>.
- Andre. 2012. *Pengaruh Event Promosi Dan Komunikasi Persuasif Terhadap Minat Anggota Koperasi Kredit Bina Seroja*, (IAIN Cirebon Jakarta Timur) dalam <http://web.iaincirebon.ac.id/ebook/repository/EPI-117210022%28abstrak%29.pdf> diakses 06 Januari 2015
- Angipora, Marius P. 1999. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta : Raja Grafindo Persada
- Antonio, Muhammad Syafi'i. 2001. *Bank Syariah*. Jakarta : Gema Insani.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : PT Citra Aditya Bakti.
- Fauzi, Akhmad. 2008. *Statistik Industri*. Jakarta : Erlangga.
- Fauzi, Yayan. 2010. *Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Menabung Di Perbankan Syariah Pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta, (Yogyakarta)*, Dalam <http://Digilib.Uin-Suka.Ac.Id/4390/1/BAB%20I,V,%20DAFTAR%20PUSTAKA.Pdf>. diakses pada 12 April 2015
- Febrianto, Bayu Dkk. 2009. *Hubungan Kepercayaan Diri Dengan Kemampuan Hubungan Interpersonal Pada Anggota Universitas Barawijaya Fitness Center, (Surabaya)* dalam <http://psikologi.uib.ac.id/wp-content/uploads/2013/10/JURNAL4.pdf>, diakses pada 12 April 2015
- Gunawan, Sri Atmojo. 2009. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Swamitra Asmino Surakarta, (Universitas Sebelas Maret Surakarta)*, dalam <http://eprints.uns.ac.id/8502/1/144901308201011211.pdf> diakses pada 12 Maret 2015
- Handayani, Sri. *Hubungan Pengetahuan, Sikap, Minat Dan Motivasi Belajar Dengan Prestasi Belajar Mata Kuliah Kdm I Pada Mahasiswa Semester I Akper Diri Satria Husada Wonogiri*, dalam <http://Eprints.Uns.Ac.Id/10268/1/75031307200905011.Pdf>, diakses 12 Januari 2014

- Hardjana, Agus. 2003. *Komunikasi Interpersonal Dan Intrapersonal*. Yogyakarta : Kanisius.
- Hasan, Iqbal. 2004. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Kanisius. 2003. *Komunikasi Intrapersonal Dan Interpersonal Skill*. Yogyakarta : Kanisius.
- Kasmir. 2002. *Manajemen Perbankan*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi Dan Control Jilid 1*. Jakarta : Prenhalindo.
- Mahmudah, Rifa'atul. 2010. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah Di Bank Syariah*, (Semarang), dalam <http://library.walisongo.ac.id/digilib/files/disk1/99/jtptiain-gdl-rifaatulma-4923-1-skripsi-3.pdf>. diakses pada 12 April 2015
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2002. *Perilaku Konsumen Edisi Revisi*. Bandung : Rafika Aditama.
- Mardhi, Made Winata Dan Ni Wayan Ekawati. 2011. *Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Simpan Pinjam*, (Universitas Udayana Bali), dalam <http://download.portalgaruda.org/article.php?article=82441&val=989> diakses pada 12 Maret 2015
- Mauludi, Ali. 2013. *Teknik Memahami Statistika 2*. Jakarta : Alim's Publishing.
- Moningka, Clara Nilam Widyarini. 2005. *Pengaruh Hubungan Interpersonal, Self Monitoring, Dan Minat Terhadap Performansi Kerja Pada Karyawan Bagian Penjualan*, (Universitas Gunadarma), dalam <http://repository.gunadarma.ac.id/1080/1/PENGARUH%20HUBUNGAN%20INTERPERSONAL%20UG.pdf> diakses pada 17 Januari 2015
- Muhammad, Arni. 2002. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Muhammad. 2002. *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta : AMPYKPN.

- Mutis, Thoby. 2004. *Pengembangan Koperasi*. Jakarta : Grasindo.
- Pratminingsih, Sri Astuti. 2006. *Komunikasi Bisnis*. Yogyakarta : Sraha Ilmu.
- Pusat Pendidikan Dan Pelatihan Pengawasan BPKP. 2007. *Interpersonal Skill*. Bogor : Bpkp.
- Radio Mayangkara Blitar. 2015. dalam <http://mayangkararadio.com/lang-lang-kota/sosial-politik/item/1838-sebanyak-25-persen-koperasi-di-kota-blitar-mati-suri> di akses pada 11 Maret 2015
- Rekapitulasi Data Koperasi Berdasarkan Provinsi 30 Juni 2014, dalam http://www.depkop.go.id/index.php?option=com_phocadownload&view=section&id=16:data_koperasi&Itemid=93) diakses 06 Januari 2015
- Riduwan. 2010. *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- Ropke, Jochen. 2003. *Ekonomi Koperasi*. Jakarta : Salemba Empat.
- Rumanti, Maria Assumpta. 2002. *Dasar-Dasar Public Relations*. Jakarta : PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Ruslan, Rosady. 2003. *Manajemen Public Relations Dan Media Komunikasi*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Setiadi, Nugroho. 2003. *Perilaku Konsumen (Konsep Dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran)*. Jakarta : Prenada Media.
- Setyono, Felicia, 2013. *Pengaruh Kualitas Komunikasi Interpersonal Pemimpin Kelompok Sel Terhadap Komitmen Organisasi Anggota Kelompok Sel Di Satelit Holy Gereja Mawar Sharon Surabaya*, (Universitas Kristen Petra.), dalam <http://studentjournal.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/viewFile/904/804> diakses pada 17 Januari 2015
- Sinungan, Moch Darsyah. 1990. *Manajemen Dana Bank*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : Kencana.

- Suharso, Puguh. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis : Pendekatan Filosofi Dan Praktis*. Jakarta : Pt Indeks.
- Sujianto, Agus Eko. 2009. *Aplikasi Statistic Dengan Spss 16.0*. Jakarta : Prestasi Pustaka Publisher.
- Sumarwan, Ujang. 2003. *Perilaku Konsumen (Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran)*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Suprpto, Tommy. 2006. *Pengantar Teori Komunikasi*. Yogyakarta : Media Pressindo.
- Swastha, Basu. 2002. *Azaz-Azaz Marketing*. Yogyakarta : Liberty.
- Ulfa, Ana Tree Rahmatul. 2010. *Korelasi Prestasi Belajar Mata Pelajaran Fikih Dengan Peribadatan Siswa Di Mts Aswaja Tunggangsri*. Tulungagung : Skripsi Tidak Diterbitkan.
- Undang-Undang Republik Indonesia tentang Perkoperasian. 2012. Jakarta. dalam <http://www.depkop.go.id/>, diakses 06 Januari 2015
- Widodo, Sri. 2008. *Pengaruh Komunikasi Dan Partisipasi Anggota Terhadap Keberhasilan Koperasi Unit Desa Mlati*, (Universitas Padjajaran Yogyakarta). dalam <http://upy.ac.id/ekonomi/files/PENGARUH%20KOMUNIKASI%20DAN%20PARTISIPASI%20ANGGOTA%20TERHADAP%20KEBERHASILAN%20KOPERASI%20UNIT%20DESA%20MLATI%20%20%28SRI%20WIDODO%29.pdf> diakses 06 Januari 2015

Lampiran 1

Kepada YTH

Bapak/ Ibu/ Saudara/ i.....

Di tempat

Assalamu'alaikum. wr. wb.

Dalam rangka penyelesaian tugas akhir (skripsi) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam program Strata Satu (S1) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung, maka dengan ini saya:

Nama : Rozita Nur Latifah

Nim : 3223113082

Jurusan : Perbankan Syariah

Judul : Pengaruh Komunikasi Dan Interpersonal Skill Karyawan Terhadap Minat Menjadi Anggota Di Koperasi Syariah Muhammadiyah Kota Blitar

Mohon bantuan Bapak/ Ibu/ Saudara/ I mengisi angket untuk kepentingan penulisan skripsi tersebut. Dan data yang Bapak/ Ibu/ Saudara/ i berikan semata-mata untuk kepentingan akademik dan dijamin kerahasiaannya.

Atas kesediaan Bapak/ Ibu/ Saudara/ i dalam mengisi angket ini saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum. wr. Wb

Peneliti

Rozita Nur Latifah

NIM. 3223113082

Saya sangat mengharapkan partisipasi Bpk/ Ibu/ Saudara/ i untuk dapat meluangkan sedikit waktu dan dapat membantu saya dalam menjawab beberapa pernyataan di bawah ini:

(Identitas Responden)

Nama : (Nama Boleh Tidak Diisi)

Jenis Kelamin : L / P

Usia :

Pekerjaan :

Pendidikan Terakhir :

Petunjuk Pengisian :

Beri tanda (√) untuk jawaban yang anda pilih.

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

N : Ragu-ragu

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

Pernyataan Untuk Variabel Komunikasi Karyawan (X1)

| No | Pernyataan | SS | S | R | TS | STS |
|----|--|----|---|---|----|-----|
| 1 | Karyawan koperasi syariah memberikan penjelasan secara detail mengenai produk yang dimiliki kepada saya | | | | | |
| 2 | Dengan menggunakan bahasa tubuh dan ekspresi wajah yang ramah, memudahkan saya memahami produk koperasi syariah | | | | | |
| 3 | Bahasa yang digunakan oleh karyawan koperasi syariah mudah untuk saya mengerti | | | | | |
| 4 | Nada suara yang terang, jelas dan gaya bicara membuat saya nyaman di layani karyawan koperasi syariah | | | | | |
| 5 | Komunikasi yang dilakukan antara anggota dengan lembaga dan sebaliknya dapat menggunakan media seperti telepon dan handphone | | | | | |
| 6 | Pihak koperasi syariah memberikan informasi tentang perkembangan koperasi syariah | | | | | |
| 7 | Koperasi syariah memiliki website yang digunakan untuk menginformasikan segala hal terkait dengan koperasi syariah tersebut | | | | | |
| 8 | Bagan, gambar dan tabel yang terdapat dalam brosur memudahkan saya dalam memahami penjelasan karyawan koperasi syariah | | | | | |

Pernyataan Untuk Interpersonal Skill Karyawan (X2)

| No | Pernyataan | SS | S | R | TS | STS |
|----|---|----|---|---|----|-----|
| 1 | Sikap karyawan koperasi syariah yang menjaga emosional di setiap suasana membuat saya betah | | | | | |

| | | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|--|
| | berhubungan dengan lembaga ini | | | | | |
| 2 | Karyawan koperasi syariah memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada saya | | | | | |
| 3 | Karyawan yang menjelaskan dengan penuh percaya diri membuat saya memiliki keyakinan terhadap penjelasannya | | | | | |
| 4 | Kesan pertama yang saya miliki tentang karyawan adalah orang yang ramah karena ketika ada anggota dan calon anggota datang mereka selalu tersenyum | | | | | |
| 5 | Rasa keakraban yang ditimbulkan oleh pihak lembaga membuat saya ingin terus menjadi anggota koperasi syariah | | | | | |
| 6 | Pihak koperasi selalu menjaga komitmen misalkan melakukan akad setelah dzuhur yakni pada waktu istirahat kerja | | | | | |
| 7 | Lokasi koperasi syariah sangat strategis untuk dijangkau karena dekat dengan jalan raya | | | | | |
| 8 | Para karyawan selalu memotivasi saya untuk dapat terus mengembangkan usaha | | | | | |

Pernyataan Untuk Variabel Minat Anggota (Y)

| No | Pernyataan | SS | S | R | TS | STS |
|----|--|----|---|---|----|-----|
| 1 | Saya menggunakan jasa koperasi syariah karena kebutuhan ekonomi maupun untuk usaha | | | | | |
| 2 | Saya menjadi anggota koperasi syariah karena ingin mencoba hal yang baru dari segi produk maupun kerjasama | | | | | |
| 3 | Koperasi syariah akan memberikan <i>reward</i> (bonus) ketika saya memiliki prestasi baik dan akan memberikan <i>punishment</i> (sanksi) ketika saya memiliki prestasi buruk | | | | | |
| 4 | Koperasi syariah memiliki citra yang baik di kalangan masyarakat. | | | | | |
| 5 | Koperasi memberikan persyaratan yang tidak berbelit-belit | | | | | |
| 6 | Dalam proses pengambilan keputusan diperbolehkan terjadinya pendapat antara pihak lembaga koperasi syariah dengan anggota seperti kesepakatan bagi hasil | | | | | |
| 7 | Saya berminat menjadi anggota karena pengalaman | | | | | |

| | | | | | | |
|---|---|--|--|--|--|--|
| | dari anggota lain (keluarga, tetangga atau teman) yang lebih dulu menjadi anggota koperasi syariah tersebut | | | | | |
| 8 | Saya memilih koperasi syariah, berkaitan dengan kesesuaian biaya yang saya keluarkan (biaya administrasi) untuk menggunakan produk jasa koperasi syariah tersebut | | | | | |

Lampiran 2

Data Mentah Variabel Komunikasi Karyawan (X1)

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 2 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 1 | 1 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 2 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 2 | 4 | 5 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 1 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 2 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 2 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 2 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 2 | 2 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 2 | 2 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 2 | 2 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 2 | 2 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 |
| 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 2 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 |
| 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 2 | 2 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 2 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 1 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 |
| 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 2 | 2 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 2 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 2 | 4 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 2 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 2 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 2 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 2 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 2 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 2 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 |

Data Mentah Variabel Interpersonal Skill Karyawan (X2)

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 1 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 |
| 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 3 |
| 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 |
| 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 |
| 4 | 5 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 |
| 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 |
| 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 |
| 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |

Data Mentah Variabel Minat Menjadi Anggota (Y)

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 1 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 |
| 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 |
| 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 |
| 4 | 3 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 |

Lampiran 3

Uji Validitas Dan Reliabilitas Variabel Komunikasi Karyawan (X1)

Case Processing Summary

| | N | % |
|---------------|-----|-------|
| Cases Valid | 188 | 100.0 |
| Excluded a | 0 | .0 |
| Total | 188 | 100.0 |

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

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .792 | 8 |

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| X1.1 | 27.41 | 8.223 | .640 | .750 |
| X1.2 | 27.52 | 8.454 | .611 | .756 |
| X1.3 | 27.56 | 8.077 | .652 | .746 |
| X1.4 | 27.61 | 8.283 | .627 | .752 |
| X1.5 | 27.99 | 8.545 | .456 | .775 |
| X1.6 | 27.79 | 8.511 | .540 | .764 |
| X1.7 | 28.49 | 8.262 | .309 | .815 |
| X1.8 | 28.44 | 8.312 | .381 | .792 |

Lampiran 4

Uji Validitas Dan Reliabilitas Variabel Interpersonal Skill Karyawan (X2)

Case Processing Summary

| | N | % |
|---------------|-----|-------|
| Cases Valid | 188 | 100.0 |
| Excluded a | 0 | .0 |
| Total | 188 | 100.0 |

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

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .815 | 8 |

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| X2.1 | 27.69 | 7.305 | .471 | .803 |
| X2.2 | 27.73 | 7.533 | .478 | .801 |
| X2.3 | 27.77 | 6.993 | .566 | .789 |
| X2.4 | 27.75 | 6.916 | .569 | .788 |
| X2.5 | 27.86 | 6.687 | .633 | .778 |
| X2.6 | 28.12 | 7.637 | .409 | .810 |
| X2.7 | 28.05 | 7.040 | .599 | .784 |
| X2.8 | 28.32 | 7.213 | .522 | .795 |

Lampiran 5

Uji Validitas Dan Reliabilitas Variabel Minat Menjadi Anggota (Y)

Case Processing Summary

| | N | % |
|---------------|-----|-------|
| Cases Valid | 188 | 100.0 |
| Excluded a | 0 | .0 |
| Total | 188 | 100.0 |

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

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .795 | 8 |

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|----|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| Y1 | 27.66 | 7.646 | .345 | .793 |
| Y2 | 27.96 | 6.806 | .463 | .779 |
| Y3 | 28.04 | 7.170 | .331 | .801 |
| Y4 | 27.58 | 6.962 | .542 | .768 |
| Y5 | 27.59 | 6.863 | .594 | .761 |
| Y6 | 27.60 | 6.990 | .552 | .767 |
| Y7 | 27.91 | 6.089 | .588 | .759 |
| Y8 | 27.79 | 6.179 | .663 | .744 |

Lampiran 6

Uji Normalitas Dengan Kolmogorov Smirnov

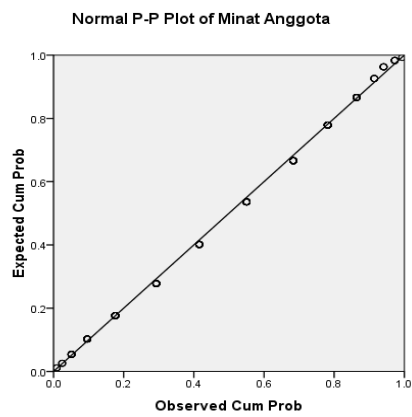
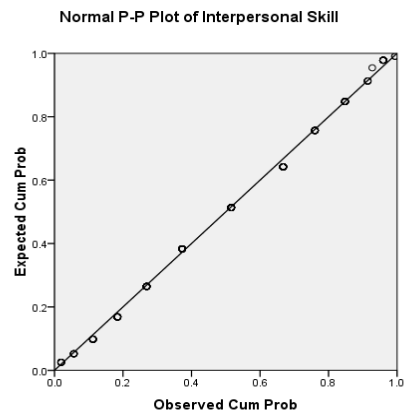
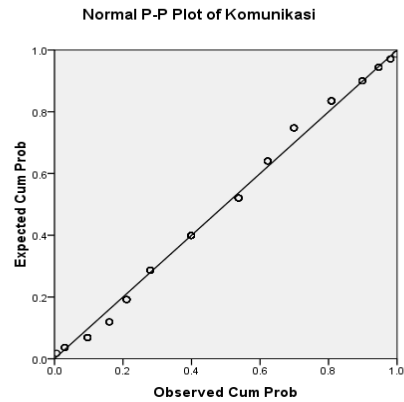
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | Komunikasi | Interpersonal Skill | Minat Anggota |
|--------------------------------|------------|---------------------|---------------|
| N | 188 | 188 | 188 |
| Normal Parameters ^a | | | |
| Mean | 31.83 | 31.90 | 31.73 |
| Std. Deviation | 3.251 | 3.020 | 2.946 |
| Most Extreme Differences | | | |
| Absolute | .094 | .093 | .092 |
| Positive | .085 | .093 | .092 |
| Negative | -.094 | -.088 | -.063 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | 1.282 | 1.276 | 1.257 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | .075 | .077 | .085 |

a. Test distribution is Normal.

Lampiran 7

Uji Normalitas Dengan Normal P-P Plots



Lampiran 8

Uji Multikolonieritas

Coefficients^a

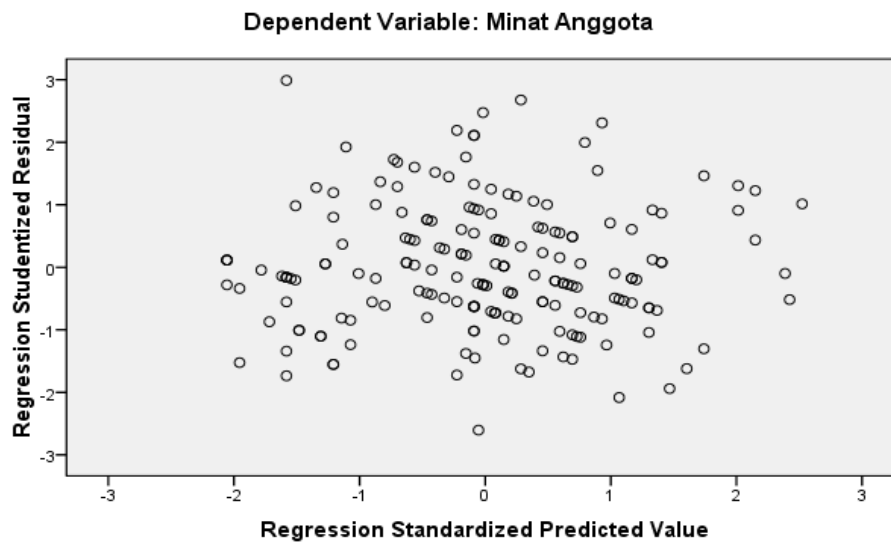
| Model | | Collinearity Statistics | |
|-------|---------------------|-------------------------|-------|
| | | Tolerance | VIF |
| 1 | Komunikasi | .788 | 1.269 |
| | Interpersonal Skill | .788 | 1.269 |

a. Dependent Variable: Minat Anggota

Lampiran 9

Uji Heterokedastisitas

Scatterplot



Lampiran 10

Uji Regresi Linier Berganda

Variables Entered/Removed^b

| Model | Variables Entered | Variables Removed | Method |
|-------|--|-------------------|---------|
| 1 | Interpersonal Skill, Komunikasi ^a | | . Enter |

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Minat Anggota

Collinearity Diagnostics^a

| Model | Dimension | Eigenvalue | Condition Index | Variance Proportions | | |
|-------|-----------|------------|-----------------|----------------------|------------|---------------------|
| | | | | (Constant) | Komunikasi | Interpersonal Skill |
| 1 | 1 | 2.990 | 1.000 | .00 | .00 | .00 |
| | 2 | .005 | 23.532 | .21 | 1.00 | .22 |
| | 3 | .004 | 25.989 | .79 | .00 | .78 |

a. Dependent Variable: Minat Anggota

Residuals Statistics^a

| | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation | N |
|-----------------------------------|---------|---------|-------|----------------|-----|
| Predicted Value | 28.71 | 35.45 | 31.73 | 1.472 | 188 |
| Std. Predicted Value | -2.056 | 2.523 | .000 | 1.000 | 188 |
| Standard Error of Predicted Value | .187 | .609 | .311 | .091 | 188 |
| Adjusted Predicted Value | 28.70 | 35.35 | 31.74 | 1.471 | 188 |
| Residual | -6.656 | 7.594 | .000 | 2.552 | 188 |
| Std. Residual | -2.594 | 2.960 | .000 | .995 | 188 |
| Stud. Residual | -2.604 | 2.990 | .000 | 1.002 | 188 |
| Deleted Residual | -6.706 | 7.746 | -.002 | 2.592 | 188 |
| Stud. Deleted Residual | -2.646 | 3.056 | .001 | 1.008 | 188 |
| Mahal. Distance | .003 | 9.555 | 1.989 | 1.772 | 188 |
| Cook's Distance | .000 | .060 | .005 | .009 | 188 |
| Centered Leverage Value | .000 | .051 | .011 | .009 | 188 |

a. Dependent Variable: Minat Anggota

Lampiran 11

Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

ANOVA^b

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|-----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 405.020 | 2 | 202.510 | 30.767 | .000 ^a |
| | Residual | 1217.682 | 185 | 6.582 | | |
| | Total | 1622.702 | 187 | | | |

a. Predictors: (Constant), Interpersonal Skill, Komunikasi

b. Dependent Variable: Minat Anggota

Lampiran 12

Uji Hipotesis Parsial (Uji T)

Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|---------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 14.229 | 2.246 | | 6.334 | .000 |
| Komunikasi | .201 | .065 | .222 | 3.087 | .002 |
| Interpersonal Skill | .348 | .070 | .357 | 4.978 | .000 |

a. Dependent Variable: Minat Anggota

Lampiran 13

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .500 ^a | .250 | .241 | 2.566 |

a. Predictors: (Constant), Interpersonal Skill, Komunikasi

b. Dependent Variable: Minat Anggota

Lampiran 14

F tabel

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

| df untuk penyebut (N2) | df untuk pembilang (N1) | | | | | | | | | | | | | | |
|------------------------|-------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 |
| 1 | 161 | 199 | 216 | 225 | 230 | 234 | 237 | 239 | 241 | 242 | 243 | 244 | 245 | 245 | 246 |
| 2 | 18.51 | 19.00 | 19.16 | 19.25 | 19.30 | 19.33 | 19.35 | 19.37 | 19.38 | 19.40 | 19.40 | 19.41 | 19.42 | 19.42 | 19.43 |
| 3 | 10.13 | 9.55 | 9.28 | 9.12 | 9.01 | 8.94 | 8.89 | 8.85 | 8.81 | 8.79 | 8.76 | 8.74 | 8.73 | 8.71 | 8.70 |
| 4 | 7.71 | 6.94 | 6.59 | 6.39 | 6.26 | 6.16 | 6.09 | 6.04 | 6.00 | 5.96 | 5.94 | 5.91 | 5.89 | 5.87 | 5.86 |
| 5 | 6.61 | 5.79 | 5.41 | 5.19 | 5.05 | 4.95 | 4.88 | 4.82 | 4.77 | 4.74 | 4.70 | 4.68 | 4.66 | 4.64 | 4.62 |
| 6 | 5.99 | 5.14 | 4.76 | 4.53 | 4.39 | 4.28 | 4.21 | 4.15 | 4.10 | 4.06 | 4.03 | 4.00 | 3.98 | 3.96 | 3.94 |
| 7 | 5.59 | 4.74 | 4.35 | 4.12 | 3.97 | 3.87 | 3.79 | 3.73 | 3.68 | 3.64 | 3.60 | 3.57 | 3.55 | 3.53 | 3.51 |
| 8 | 5.32 | 4.46 | 4.07 | 3.84 | 3.69 | 3.58 | 3.50 | 3.44 | 3.39 | 3.35 | 3.31 | 3.28 | 3.26 | 3.24 | 3.22 |
| 9 | 5.12 | 4.26 | 3.86 | 3.63 | 3.48 | 3.37 | 3.29 | 3.23 | 3.18 | 3.14 | 3.10 | 3.07 | 3.05 | 3.03 | 3.01 |
| 10 | 4.96 | 4.10 | 3.71 | 3.48 | 3.33 | 3.22 | 3.14 | 3.07 | 3.02 | 2.98 | 2.94 | 2.91 | 2.89 | 2.86 | 2.85 |
| 11 | 4.84 | 3.98 | 3.59 | 3.36 | 3.20 | 3.09 | 3.01 | 2.95 | 2.90 | 2.85 | 2.82 | 2.79 | 2.76 | 2.74 | 2.72 |
| 12 | 4.75 | 3.89 | 3.49 | 3.26 | 3.11 | 3.00 | 2.91 | 2.85 | 2.80 | 2.75 | 2.72 | 2.69 | 2.66 | 2.64 | 2.62 |
| 13 | 4.67 | 3.81 | 3.41 | 3.18 | 3.03 | 2.92 | 2.83 | 2.77 | 2.71 | 2.67 | 2.63 | 2.60 | 2.58 | 2.55 | 2.53 |
| 14 | 4.60 | 3.74 | 3.34 | 3.11 | 2.96 | 2.85 | 2.76 | 2.70 | 2.65 | 2.60 | 2.57 | 2.53 | 2.51 | 2.48 | 2.46 |
| 15 | 4.54 | 3.68 | 3.29 | 3.06 | 2.90 | 2.79 | 2.71 | 2.64 | 2.59 | 2.54 | 2.51 | 2.48 | 2.45 | 2.42 | 2.40 |
| 16 | 4.49 | 3.63 | 3.24 | 3.01 | 2.85 | 2.74 | 2.66 | 2.59 | 2.54 | 2.49 | 2.46 | 2.42 | 2.40 | 2.37 | 2.35 |
| 17 | 4.45 | 3.59 | 3.20 | 2.96 | 2.81 | 2.70 | 2.61 | 2.55 | 2.49 | 2.45 | 2.41 | 2.38 | 2.35 | 2.33 | 2.31 |
| 18 | 4.41 | 3.55 | 3.16 | 2.93 | 2.77 | 2.66 | 2.58 | 2.51 | 2.46 | 2.41 | 2.37 | 2.34 | 2.31 | 2.29 | 2.27 |
| 19 | 4.38 | 3.52 | 3.13 | 2.90 | 2.74 | 2.63 | 2.54 | 2.48 | 2.42 | 2.38 | 2.34 | 2.31 | 2.28 | 2.26 | 2.23 |
| 20 | 4.35 | 3.49 | 3.10 | 2.87 | 2.71 | 2.60 | 2.51 | 2.45 | 2.39 | 2.35 | 2.31 | 2.28 | 2.25 | 2.22 | 2.20 |
| 21 | 4.32 | 3.47 | 3.07 | 2.84 | 2.68 | 2.57 | 2.49 | 2.42 | 2.37 | 2.32 | 2.28 | 2.25 | 2.22 | 2.20 | 2.18 |
| 22 | 4.30 | 3.44 | 3.05 | 2.82 | 2.66 | 2.55 | 2.46 | 2.40 | 2.34 | 2.30 | 2.26 | 2.23 | 2.20 | 2.17 | 2.15 |
| 23 | 4.28 | 3.42 | 3.03 | 2.80 | 2.64 | 2.53 | 2.44 | 2.37 | 2.32 | 2.27 | 2.24 | 2.20 | 2.18 | 2.15 | 2.13 |
| 24 | 4.26 | 3.40 | 3.01 | 2.78 | 2.62 | 2.51 | 2.42 | 2.36 | 2.30 | 2.25 | 2.22 | 2.18 | 2.15 | 2.13 | 2.11 |
| 25 | 4.24 | 3.39 | 2.99 | 2.76 | 2.60 | 2.49 | 2.40 | 2.34 | 2.28 | 2.24 | 2.20 | 2.16 | 2.14 | 2.11 | 2.09 |
| 26 | 4.23 | 3.37 | 2.98 | 2.74 | 2.59 | 2.47 | 2.39 | 2.32 | 2.27 | 2.22 | 2.18 | 2.15 | 2.12 | 2.09 | 2.07 |
| 27 | 4.21 | 3.35 | 2.96 | 2.73 | 2.57 | 2.46 | 2.37 | 2.31 | 2.25 | 2.20 | 2.17 | 2.13 | 2.10 | 2.08 | 2.06 |
| 28 | 4.20 | 3.34 | 2.95 | 2.71 | 2.56 | 2.45 | 2.36 | 2.29 | 2.24 | 2.19 | 2.15 | 2.12 | 2.09 | 2.06 | 2.04 |
| 29 | 4.18 | 3.33 | 2.93 | 2.70 | 2.55 | 2.43 | 2.35 | 2.28 | 2.22 | 2.18 | 2.14 | 2.10 | 2.08 | 2.05 | 2.03 |
| 30 | 4.17 | 3.32 | 2.92 | 2.69 | 2.53 | 2.42 | 2.33 | 2.27 | 2.21 | 2.16 | 2.13 | 2.09 | 2.06 | 2.04 | 2.01 |
| 31 | 4.16 | 3.30 | 2.91 | 2.68 | 2.52 | 2.41 | 2.32 | 2.25 | 2.20 | 2.15 | 2.11 | 2.08 | 2.05 | 2.03 | 2.00 |
| 32 | 4.15 | 3.29 | 2.90 | 2.67 | 2.51 | 2.40 | 2.31 | 2.24 | 2.19 | 2.14 | 2.10 | 2.07 | 2.04 | 2.01 | 1.99 |
| 33 | 4.14 | 3.28 | 2.89 | 2.66 | 2.50 | 2.39 | 2.30 | 2.23 | 2.18 | 2.13 | 2.09 | 2.06 | 2.03 | 2.00 | 1.98 |
| 34 | 4.13 | 3.28 | 2.88 | 2.65 | 2.49 | 2.38 | 2.29 | 2.23 | 2.17 | 2.12 | 2.08 | 2.05 | 2.02 | 1.99 | 1.97 |
| 35 | 4.12 | 3.27 | 2.87 | 2.64 | 2.49 | 2.37 | 2.29 | 2.22 | 2.16 | 2.11 | 2.07 | 2.04 | 2.01 | 1.99 | 1.96 |
| 36 | 4.11 | 3.26 | 2.87 | 2.63 | 2.48 | 2.36 | 2.28 | 2.21 | 2.15 | 2.11 | 2.07 | 2.03 | 2.00 | 1.98 | 1.95 |
| 37 | 4.11 | 3.25 | 2.86 | 2.63 | 2.47 | 2.36 | 2.27 | 2.20 | 2.14 | 2.10 | 2.06 | 2.02 | 2.00 | 1.97 | 1.95 |
| 38 | 4.10 | 3.24 | 2.85 | 2.62 | 2.46 | 2.35 | 2.26 | 2.19 | 2.14 | 2.09 | 2.05 | 2.02 | 1.99 | 1.96 | 1.94 |
| 39 | 4.09 | 3.24 | 2.85 | 2.61 | 2.46 | 2.34 | 2.26 | 2.19 | 2.13 | 2.08 | 2.04 | 2.01 | 1.98 | 1.95 | 1.93 |
| 40 | 4.08 | 3.23 | 2.84 | 2.61 | 2.45 | 2.34 | 2.25 | 2.18 | 2.12 | 2.08 | 2.04 | 2.00 | 1.97 | 1.95 | 1.92 |
| 41 | 4.08 | 3.23 | 2.83 | 2.60 | 2.44 | 2.33 | 2.24 | 2.17 | 2.12 | 2.07 | 2.03 | 2.00 | 1.97 | 1.94 | 1.92 |
| 42 | 4.07 | 3.22 | 2.83 | 2.59 | 2.44 | 2.32 | 2.24 | 2.17 | 2.11 | 2.06 | 2.03 | 1.99 | 1.96 | 1.94 | 1.91 |
| 43 | 4.07 | 3.21 | 2.82 | 2.59 | 2.43 | 2.32 | 2.23 | 2.16 | 2.11 | 2.06 | 2.02 | 1.99 | 1.96 | 1.93 | 1.91 |
| 44 | 4.06 | 3.21 | 2.82 | 2.58 | 2.43 | 2.31 | 2.23 | 2.16 | 2.10 | 2.05 | 2.01 | 1.98 | 1.95 | 1.92 | 1.90 |
| 45 | 4.06 | 3.20 | 2.81 | 2.58 | 2.42 | 2.31 | 2.22 | 2.15 | 2.10 | 2.05 | 2.01 | 1.97 | 1.94 | 1.92 | 1.89 |

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

| df untuk penyebut (N2) | df untuk pembilang (N1) | | | | | | | | | | | | | | |
|------------------------|-------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 |
| 46 | 4.05 | 3.20 | 2.81 | 2.57 | 2.42 | 2.30 | 2.22 | 2.15 | 2.09 | 2.04 | 2.00 | 1.97 | 1.94 | 1.91 | 1.89 |
| 47 | 4.05 | 3.20 | 2.80 | 2.57 | 2.41 | 2.30 | 2.21 | 2.14 | 2.09 | 2.04 | 2.00 | 1.96 | 1.93 | 1.91 | 1.88 |
| 48 | 4.04 | 3.19 | 2.80 | 2.57 | 2.41 | 2.29 | 2.21 | 2.14 | 2.08 | 2.03 | 1.99 | 1.96 | 1.93 | 1.90 | 1.88 |
| 49 | 4.04 | 3.19 | 2.79 | 2.56 | 2.40 | 2.29 | 2.20 | 2.13 | 2.08 | 2.03 | 1.99 | 1.96 | 1.93 | 1.90 | 1.88 |
| 50 | 4.03 | 3.18 | 2.79 | 2.56 | 2.40 | 2.29 | 2.20 | 2.13 | 2.07 | 2.03 | 1.99 | 1.95 | 1.92 | 1.89 | 1.87 |
| 51 | 4.03 | 3.18 | 2.79 | 2.55 | 2.40 | 2.28 | 2.20 | 2.13 | 2.07 | 2.02 | 1.98 | 1.95 | 1.92 | 1.89 | 1.87 |
| 52 | 4.03 | 3.18 | 2.78 | 2.55 | 2.39 | 2.28 | 2.19 | 2.12 | 2.07 | 2.02 | 1.98 | 1.94 | 1.91 | 1.89 | 1.86 |
| 53 | 4.02 | 3.17 | 2.78 | 2.55 | 2.39 | 2.28 | 2.19 | 2.12 | 2.06 | 2.01 | 1.97 | 1.94 | 1.91 | 1.88 | 1.86 |
| 54 | 4.02 | 3.17 | 2.78 | 2.54 | 2.39 | 2.27 | 2.18 | 2.12 | 2.06 | 2.01 | 1.97 | 1.94 | 1.91 | 1.88 | 1.86 |
| 55 | 4.02 | 3.16 | 2.77 | 2.54 | 2.38 | 2.27 | 2.18 | 2.11 | 2.06 | 2.01 | 1.97 | 1.93 | 1.90 | 1.88 | 1.85 |
| 56 | 4.01 | 3.16 | 2.77 | 2.54 | 2.38 | 2.27 | 2.18 | 2.11 | 2.05 | 2.00 | 1.96 | 1.93 | 1.90 | 1.87 | 1.85 |
| 57 | 4.01 | 3.16 | 2.77 | 2.53 | 2.38 | 2.26 | 2.18 | 2.11 | 2.05 | 2.00 | 1.96 | 1.93 | 1.90 | 1.87 | 1.85 |
| 58 | 4.01 | 3.16 | 2.76 | 2.53 | 2.37 | 2.26 | 2.17 | 2.10 | 2.05 | 2.00 | 1.96 | 1.92 | 1.89 | 1.87 | 1.84 |
| 59 | 4.00 | 3.15 | 2.76 | 2.53 | 2.37 | 2.26 | 2.17 | 2.10 | 2.04 | 2.00 | 1.96 | 1.92 | 1.89 | 1.86 | 1.84 |
| 60 | 4.00 | 3.15 | 2.76 | 2.53 | 2.37 | 2.25 | 2.17 | 2.10 | 2.04 | 1.99 | 1.95 | 1.92 | 1.89 | 1.86 | 1.84 |
| 61 | 4.00 | 3.15 | 2.76 | 2.52 | 2.37 | 2.25 | 2.16 | 2.09 | 2.04 | 1.99 | 1.95 | 1.91 | 1.88 | 1.86 | 1.83 |
| 62 | 4.00 | 3.15 | 2.75 | 2.52 | 2.36 | 2.25 | 2.16 | 2.09 | 2.03 | 1.99 | 1.95 | 1.91 | 1.88 | 1.85 | 1.83 |
| 63 | 3.99 | 3.14 | 2.75 | 2.52 | 2.36 | 2.25 | 2.16 | 2.09 | 2.03 | 1.98 | 1.94 | 1.91 | 1.88 | 1.85 | 1.83 |
| 64 | 3.99 | 3.14 | 2.75 | 2.52 | 2.36 | 2.24 | 2.16 | 2.09 | 2.03 | 1.98 | 1.94 | 1.91 | 1.88 | 1.85 | 1.83 |
| 65 | 3.99 | 3.14 | 2.75 | 2.51 | 2.36 | 2.24 | 2.15 | 2.08 | 2.03 | 1.98 | 1.94 | 1.90 | 1.87 | 1.85 | 1.82 |
| 66 | 3.99 | 3.14 | 2.74 | 2.51 | 2.35 | 2.24 | 2.15 | 2.08 | 2.03 | 1.98 | 1.94 | 1.90 | 1.87 | 1.84 | 1.82 |
| 67 | 3.98 | 3.13 | 2.74 | 2.51 | 2.35 | 2.24 | 2.15 | 2.08 | 2.02 | 1.98 | 1.93 | 1.90 | 1.87 | 1.84 | 1.82 |
| 68 | 3.98 | 3.13 | 2.74 | 2.51 | 2.35 | 2.24 | 2.15 | 2.08 | 2.02 | 1.97 | 1.93 | 1.90 | 1.87 | 1.84 | 1.82 |
| 69 | 3.98 | 3.13 | 2.74 | 2.50 | 2.35 | 2.23 | 2.15 | 2.08 | 2.02 | 1.97 | 1.93 | 1.90 | 1.86 | 1.84 | 1.81 |
| 70 | 3.98 | 3.13 | 2.74 | 2.50 | 2.35 | 2.23 | 2.14 | 2.07 | 2.02 | 1.97 | 1.93 | 1.89 | 1.86 | 1.84 | 1.81 |
| 71 | 3.98 | 3.13 | 2.73 | 2.50 | 2.34 | 2.23 | 2.14 | 2.07 | 2.01 | 1.97 | 1.93 | 1.89 | 1.86 | 1.83 | 1.81 |
| 72 | 3.97 | 3.12 | 2.73 | 2.50 | 2.34 | 2.23 | 2.14 | 2.07 | 2.01 | 1.96 | 1.92 | 1.89 | 1.86 | 1.83 | 1.81 |
| 73 | 3.97 | 3.12 | 2.73 | 2.50 | 2.34 | 2.23 | 2.14 | 2.07 | 2.01 | 1.96 | 1.92 | 1.89 | 1.86 | 1.83 | 1.81 |
| 74 | 3.97 | 3.12 | 2.73 | 2.50 | 2.34 | 2.22 | 2.14 | 2.07 | 2.01 | 1.96 | 1.92 | 1.89 | 1.85 | 1.83 | 1.80 |
| 75 | 3.97 | 3.12 | 2.73 | 2.49 | 2.34 | 2.22 | 2.13 | 2.06 | 2.01 | 1.96 | 1.92 | 1.88 | 1.85 | 1.83 | 1.80 |
| 76 | 3.97 | 3.12 | 2.72 | 2.49 | 2.33 | 2.22 | 2.13 | 2.06 | 2.01 | 1.96 | 1.92 | 1.88 | 1.85 | 1.82 | 1.80 |
| 77 | 3.97 | 3.12 | 2.72 | 2.49 | 2.33 | 2.22 | 2.13 | 2.06 | 2.00 | 1.96 | 1.92 | 1.88 | 1.85 | 1.82 | 1.80 |
| 78 | 3.96 | 3.11 | 2.72 | 2.49 | 2.33 | 2.22 | 2.13 | 2.06 | 2.00 | 1.95 | 1.91 | 1.88 | 1.85 | 1.82 | 1.80 |
| 79 | 3.96 | 3.11 | 2.72 | 2.49 | 2.33 | 2.22 | 2.13 | 2.06 | 2.00 | 1.95 | 1.91 | 1.88 | 1.85 | 1.82 | 1.79 |
| 80 | 3.96 | 3.11 | 2.72 | 2.49 | 2.33 | 2.21 | 2.13 | 2.06 | 2.00 | 1.95 | 1.91 | 1.88 | 1.84 | 1.82 | 1.79 |
| 81 | 3.96 | 3.11 | 2.72 | 2.48 | 2.33 | 2.21 | 2.12 | 2.05 | 2.00 | 1.95 | 1.91 | 1.87 | 1.84 | 1.82 | 1.79 |
| 82 | 3.96 | 3.11 | 2.72 | 2.48 | 2.33 | 2.21 | 2.12 | 2.05 | 2.00 | 1.95 | 1.91 | 1.87 | 1.84 | 1.81 | 1.79 |
| 83 | 3.96 | 3.11 | 2.71 | 2.48 | 2.32 | 2.21 | 2.12 | 2.05 | 1.99 | 1.95 | 1.91 | 1.87 | 1.84 | 1.81 | 1.79 |
| 84 | 3.95 | 3.11 | 2.71 | 2.48 | 2.32 | 2.21 | 2.12 | 2.05 | 1.99 | 1.95 | 1.90 | 1.87 | 1.84 | 1.81 | 1.79 |
| 85 | 3.95 | 3.10 | 2.71 | 2.48 | 2.32 | 2.21 | 2.12 | 2.05 | 1.99 | 1.94 | 1.90 | 1.87 | 1.84 | 1.81 | 1.79 |
| 86 | 3.95 | 3.10 | 2.71 | 2.48 | 2.32 | 2.21 | 2.12 | 2.05 | 1.99 | 1.94 | 1.90 | 1.87 | 1.84 | 1.81 | 1.78 |
| 87 | 3.95 | 3.10 | 2.71 | 2.48 | 2.32 | 2.20 | 2.12 | 2.05 | 1.99 | 1.94 | 1.90 | 1.87 | 1.83 | 1.81 | 1.78 |
| 88 | 3.95 | 3.10 | 2.71 | 2.48 | 2.32 | 2.20 | 2.12 | 2.05 | 1.99 | 1.94 | 1.90 | 1.86 | 1.83 | 1.81 | 1.78 |
| 89 | 3.95 | 3.10 | 2.71 | 2.47 | 2.32 | 2.20 | 2.11 | 2.04 | 1.99 | 1.94 | 1.90 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.78 |
| 90 | 3.95 | 3.10 | 2.71 | 2.47 | 2.32 | 2.20 | 2.11 | 2.04 | 1.99 | 1.94 | 1.90 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.78 |

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

| df untuk penyebut (N2) | df untuk pembilang (N1) | | | | | | | | | | | | | | |
|------------------------|-------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 |
| 91 | 3.95 | 3.10 | 2.70 | 2.47 | 2.31 | 2.20 | 2.11 | 2.04 | 1.98 | 1.94 | 1.90 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.78 |
| 92 | 3.94 | 3.10 | 2.70 | 2.47 | 2.31 | 2.20 | 2.11 | 2.04 | 1.98 | 1.94 | 1.89 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.78 |
| 93 | 3.94 | 3.09 | 2.70 | 2.47 | 2.31 | 2.20 | 2.11 | 2.04 | 1.98 | 1.93 | 1.89 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.78 |
| 94 | 3.94 | 3.09 | 2.70 | 2.47 | 2.31 | 2.20 | 2.11 | 2.04 | 1.98 | 1.93 | 1.89 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.77 |
| 95 | 3.94 | 3.09 | 2.70 | 2.47 | 2.31 | 2.20 | 2.11 | 2.04 | 1.98 | 1.93 | 1.89 | 1.86 | 1.82 | 1.80 | 1.77 |
| 96 | 3.94 | 3.09 | 2.70 | 2.47 | 2.31 | 2.19 | 2.11 | 2.04 | 1.98 | 1.93 | 1.89 | 1.85 | 1.82 | 1.80 | 1.77 |
| 97 | 3.94 | 3.09 | 2.70 | 2.47 | 2.31 | 2.19 | 2.11 | 2.04 | 1.98 | 1.93 | 1.89 | 1.85 | 1.82 | 1.80 | 1.77 |
| 98 | 3.94 | 3.09 | 2.70 | 2.46 | 2.31 | 2.19 | 2.10 | 2.03 | 1.98 | 1.93 | 1.89 | 1.85 | 1.82 | 1.79 | 1.77 |
| 99 | 3.94 | 3.09 | 2.70 | 2.46 | 2.31 | 2.19 | 2.10 | 2.03 | 1.98 | 1.93 | 1.89 | 1.85 | 1.82 | 1.79 | 1.77 |
| 100 | 3.94 | 3.09 | 2.70 | 2.46 | 2.31 | 2.19 | 2.10 | 2.03 | 1.97 | 1.93 | 1.89 | 1.85 | 1.82 | 1.79 | 1.77 |
| 101 | 3.94 | 3.09 | 2.69 | 2.46 | 2.30 | 2.19 | 2.10 | 2.03 | 1.97 | 1.93 | 1.88 | 1.85 | 1.82 | 1.79 | 1.77 |
| 102 | 3.93 | 3.09 | 2.69 | 2.46 | 2.30 | 2.19 | 2.10 | 2.03 | 1.97 | 1.92 | 1.88 | 1.85 | 1.82 | 1.79 | 1.77 |
| 103 | 3.93 | 3.08 | 2.69 | 2.46 | 2.30 | 2.19 | 2.10 | 2.03 | 1.97 | 1.92 | 1.88 | 1.85 | 1.82 | 1.79 | 1.76 |
| 104 | 3.93 | 3.08 | 2.69 | 2.46 | 2.30 | 2.19 | 2.10 | 2.03 | 1.97 | 1.92 | 1.88 | 1.85 | 1.82 | 1.79 | 1.76 |
| 105 | 3.93 | 3.08 | 2.69 | 2.46 | 2.30 | 2.19 | 2.10 | 2.03 | 1.97 | 1.92 | 1.88 | 1.85 | 1.81 | 1.79 | 1.76 |
| 106 | 3.93 | 3.08 | 2.69 | 2.46 | 2.30 | 2.19 | 2.10 | 2.03 | 1.97 | 1.92 | 1.88 | 1.84 | 1.81 | 1.79 | 1.76 |
| 107 | 3.93 | 3.08 | 2.69 | 2.46 | 2.30 | 2.18 | 2.10 | 2.03 | 1.97 | 1.92 | 1.88 | 1.84 | 1.81 | 1.79 | 1.76 |
| 108 | 3.93 | 3.08 | 2.69 | 2.46 | 2.30 | 2.18 | 2.10 | 2.03 | 1.97 | 1.92 | 1.88 | 1.84 | 1.81 | 1.78 | 1.76 |
| 109 | 3.93 | 3.08 | 2.69 | 2.45 | 2.30 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.97 | 1.92 | 1.88 | 1.84 | 1.81 | 1.78 | 1.76 |
| 110 | 3.93 | 3.08 | 2.69 | 2.45 | 2.30 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.97 | 1.92 | 1.88 | 1.84 | 1.81 | 1.78 | 1.76 |
| 111 | 3.93 | 3.08 | 2.69 | 2.45 | 2.30 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.97 | 1.92 | 1.88 | 1.84 | 1.81 | 1.78 | 1.76 |
| 112 | 3.93 | 3.08 | 2.69 | 2.45 | 2.30 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.92 | 1.88 | 1.84 | 1.81 | 1.78 | 1.76 |
| 113 | 3.93 | 3.08 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.92 | 1.87 | 1.84 | 1.81 | 1.78 | 1.76 |
| 114 | 3.92 | 3.08 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.84 | 1.81 | 1.78 | 1.75 |
| 115 | 3.92 | 3.08 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.84 | 1.81 | 1.78 | 1.75 |
| 116 | 3.92 | 3.07 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.84 | 1.81 | 1.78 | 1.75 |
| 117 | 3.92 | 3.07 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.84 | 1.80 | 1.78 | 1.75 |
| 118 | 3.92 | 3.07 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.84 | 1.80 | 1.78 | 1.75 |
| 119 | 3.92 | 3.07 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.83 | 1.80 | 1.78 | 1.75 |
| 120 | 3.92 | 3.07 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.83 | 1.80 | 1.78 | 1.75 |
| 121 | 3.92 | 3.07 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.17 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.83 | 1.80 | 1.77 | 1.75 |
| 122 | 3.92 | 3.07 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.17 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.83 | 1.80 | 1.77 | 1.75 |
| 123 | 3.92 | 3.07 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.83 | 1.80 | 1.77 | 1.75 |
| 124 | 3.92 | 3.07 | 2.68 | 2.44 | 2.29 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.83 | 1.80 | 1.77 | 1.75 |
| 125 | 3.92 | 3.07 | 2.68 | 2.44 | 2.29 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.83 | 1.80 | 1.77 | 1.75 |
| 126 | 3.92 | 3.07 | 2.68 | 2.44 | 2.29 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.95 | 1.91 | 1.87 | 1.83 | 1.80 | 1.77 | 1.75 |
| 127 | 3.92 | 3.07 | 2.68 | 2.44 | 2.29 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.95 | 1.91 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.77 | 1.75 |
| 128 | 3.92 | 3.07 | 2.68 | 2.44 | 2.29 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.95 | 1.91 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.77 | 1.75 |
| 129 | 3.91 | 3.07 | 2.67 | 2.44 | 2.28 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.95 | 1.90 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.77 | 1.74 |
| 130 | 3.91 | 3.07 | 2.67 | 2.44 | 2.28 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.95 | 1.90 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.77 | 1.74 |
| 131 | 3.91 | 3.07 | 2.67 | 2.44 | 2.28 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.95 | 1.90 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.77 | 1.74 |
| 132 | 3.91 | 3.06 | 2.67 | 2.44 | 2.28 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.95 | 1.90 | 1.86 | 1.83 | 1.79 | 1.77 | 1.74 |
| 133 | 3.91 | 3.06 | 2.67 | 2.44 | 2.28 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.95 | 1.90 | 1.86 | 1.83 | 1.79 | 1.77 | 1.74 |
| 134 | 3.91 | 3.06 | 2.67 | 2.44 | 2.28 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.95 | 1.90 | 1.86 | 1.83 | 1.79 | 1.77 | 1.74 |
| 135 | 3.91 | 3.06 | 2.67 | 2.44 | 2.28 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.95 | 1.90 | 1.86 | 1.82 | 1.79 | 1.77 | 1.74 |

Lampiran 15

T tabel

Titik Persentase Distribusi t (df = 1 – 40)

| df | Pr | 0.25 0.50 | 0.10 0.20 | 0.05 0.10 | 0.025 0.050 | 0.01 0.02 | 0.005 0.010 | 0.001 0.002 |
|----|----|--------------|--------------|--------------|----------------|--------------|----------------|----------------|
| 1 | | 1.00000 | 3.07768 | 6.31375 | 12.70620 | 31.82052 | 63.65674 | 318.30884 |
| 2 | | 0.81650 | 1.88562 | 2.91999 | 4.30265 | 6.96456 | 9.92484 | 22.32712 |
| 3 | | 0.76489 | 1.63774 | 2.35336 | 3.18245 | 4.54070 | 5.84091 | 10.21453 |
| 4 | | 0.74070 | 1.53321 | 2.13185 | 2.77645 | 3.74695 | 4.60409 | 7.17318 |
| 5 | | 0.72669 | 1.47588 | 2.01505 | 2.57058 | 3.36493 | 4.03214 | 5.89343 |
| 6 | | 0.71756 | 1.43976 | 1.94318 | 2.44691 | 3.14267 | 3.70743 | 5.20763 |
| 7 | | 0.71114 | 1.41492 | 1.89458 | 2.36462 | 2.99795 | 3.49948 | 4.78529 |
| 8 | | 0.70639 | 1.39682 | 1.85955 | 2.30600 | 2.89646 | 3.35539 | 4.50079 |
| 9 | | 0.70272 | 1.38303 | 1.83311 | 2.26216 | 2.82144 | 3.24984 | 4.29681 |
| 10 | | 0.69981 | 1.37218 | 1.81246 | 2.22814 | 2.76377 | 3.16927 | 4.14370 |
| 11 | | 0.69745 | 1.36343 | 1.79588 | 2.20099 | 2.71808 | 3.10581 | 4.02470 |
| 12 | | 0.69548 | 1.35622 | 1.78229 | 2.17881 | 2.68100 | 3.05454 | 3.92963 |
| 13 | | 0.69383 | 1.35017 | 1.77093 | 2.16037 | 2.65031 | 3.01228 | 3.85198 |
| 14 | | 0.69242 | 1.34503 | 1.76131 | 2.14479 | 2.62449 | 2.97684 | 3.78739 |
| 15 | | 0.69120 | 1.34061 | 1.75305 | 2.13145 | 2.60248 | 2.94671 | 3.73283 |
| 16 | | 0.69013 | 1.33676 | 1.74588 | 2.11991 | 2.58349 | 2.92078 | 3.68615 |
| 17 | | 0.68920 | 1.33338 | 1.73961 | 2.10982 | 2.56693 | 2.89823 | 3.64577 |
| 18 | | 0.68836 | 1.33039 | 1.73406 | 2.10092 | 2.55238 | 2.87844 | 3.61048 |
| 19 | | 0.68762 | 1.32773 | 1.72913 | 2.09302 | 2.53948 | 2.86093 | 3.57940 |
| 20 | | 0.68695 | 1.32534 | 1.72472 | 2.08596 | 2.52798 | 2.84534 | 3.55181 |
| 21 | | 0.68635 | 1.32319 | 1.72074 | 2.07961 | 2.51765 | 2.83136 | 3.52715 |
| 22 | | 0.68581 | 1.32124 | 1.71714 | 2.07387 | 2.50832 | 2.81876 | 3.50499 |
| 23 | | 0.68531 | 1.31946 | 1.71387 | 2.06866 | 2.49987 | 2.80734 | 3.48496 |
| 24 | | 0.68485 | 1.31784 | 1.71088 | 2.06390 | 2.49216 | 2.79694 | 3.46678 |
| 25 | | 0.68443 | 1.31635 | 1.70814 | 2.05954 | 2.48511 | 2.78744 | 3.45019 |
| 26 | | 0.68404 | 1.31497 | 1.70562 | 2.05553 | 2.47863 | 2.77871 | 3.43500 |
| 27 | | 0.68368 | 1.31370 | 1.70329 | 2.05183 | 2.47266 | 2.77068 | 3.42103 |
| 28 | | 0.68335 | 1.31253 | 1.70113 | 2.04841 | 2.46714 | 2.76326 | 3.40816 |
| 29 | | 0.68304 | 1.31143 | 1.69913 | 2.04523 | 2.46202 | 2.75639 | 3.39624 |
| 30 | | 0.68276 | 1.31042 | 1.69726 | 2.04227 | 2.45726 | 2.75000 | 3.38518 |
| 31 | | 0.68249 | 1.30946 | 1.69552 | 2.03951 | 2.45282 | 2.74404 | 3.37490 |
| 32 | | 0.68223 | 1.30857 | 1.69389 | 2.03693 | 2.44868 | 2.73848 | 3.36531 |
| 33 | | 0.68200 | 1.30774 | 1.69236 | 2.03452 | 2.44479 | 2.73328 | 3.35634 |
| 34 | | 0.68177 | 1.30695 | 1.69092 | 2.03224 | 2.44115 | 2.72839 | 3.34793 |
| 35 | | 0.68156 | 1.30621 | 1.68957 | 2.03011 | 2.43772 | 2.72381 | 3.34005 |
| 36 | | 0.68137 | 1.30551 | 1.68830 | 2.02809 | 2.43449 | 2.71948 | 3.33262 |
| 37 | | 0.68118 | 1.30485 | 1.68709 | 2.02619 | 2.43145 | 2.71541 | 3.32563 |
| 38 | | 0.68100 | 1.30423 | 1.68595 | 2.02439 | 2.42857 | 2.71156 | 3.31903 |
| 39 | | 0.68083 | 1.30364 | 1.68488 | 2.02269 | 2.42584 | 2.70791 | 3.31279 |
| 40 | | 0.68067 | 1.30308 | 1.68385 | 2.02108 | 2.42326 | 2.70446 | 3.30688 |

Titik Persentase Distribusi t (df = 41 – 80)

| df \ Pr | 0.25 | 0.10 | 0.05 | 0.025 | 0.01 | 0.005 | 0.001 |
|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| | 0.50 | 0.20 | 0.10 | 0.050 | 0.02 | 0.010 | 0.002 |
| 41 | 0.68052 | 1.30254 | 1.68288 | 2.01954 | 2.42080 | 2.70118 | 3.30127 |
| 42 | 0.68038 | 1.30204 | 1.68195 | 2.01808 | 2.41847 | 2.69807 | 3.29595 |
| 43 | 0.68024 | 1.30155 | 1.68107 | 2.01669 | 2.41625 | 2.69510 | 3.29089 |
| 44 | 0.68011 | 1.30109 | 1.68023 | 2.01537 | 2.41413 | 2.69228 | 3.28607 |
| 45 | 0.67998 | 1.30065 | 1.67943 | 2.01410 | 2.41212 | 2.68959 | 3.28148 |
| 46 | 0.67986 | 1.30023 | 1.67866 | 2.01290 | 2.41019 | 2.68701 | 3.27710 |
| 47 | 0.67975 | 1.29982 | 1.67793 | 2.01174 | 2.40835 | 2.68456 | 3.27291 |
| 48 | 0.67964 | 1.29944 | 1.67722 | 2.01063 | 2.40658 | 2.68220 | 3.26891 |
| 49 | 0.67953 | 1.29907 | 1.67655 | 2.00958 | 2.40489 | 2.67995 | 3.26508 |
| 50 | 0.67943 | 1.29871 | 1.67591 | 2.00856 | 2.40327 | 2.67779 | 3.26141 |
| 51 | 0.67933 | 1.29837 | 1.67528 | 2.00758 | 2.40172 | 2.67572 | 3.25789 |
| 52 | 0.67924 | 1.29805 | 1.67469 | 2.00665 | 2.40022 | 2.67373 | 3.25451 |
| 53 | 0.67915 | 1.29773 | 1.67412 | 2.00575 | 2.39879 | 2.67182 | 3.25127 |
| 54 | 0.67906 | 1.29743 | 1.67356 | 2.00488 | 2.39741 | 2.66998 | 3.24815 |
| 55 | 0.67898 | 1.29713 | 1.67303 | 2.00404 | 2.39608 | 2.66822 | 3.24515 |
| 56 | 0.67890 | 1.29685 | 1.67252 | 2.00324 | 2.39480 | 2.66651 | 3.24226 |
| 57 | 0.67882 | 1.29658 | 1.67203 | 2.00247 | 2.39357 | 2.66487 | 3.23948 |
| 58 | 0.67874 | 1.29632 | 1.67155 | 2.00172 | 2.39238 | 2.66329 | 3.23680 |
| 59 | 0.67867 | 1.29607 | 1.67109 | 2.00100 | 2.39123 | 2.66176 | 3.23421 |
| 60 | 0.67860 | 1.29582 | 1.67065 | 2.00030 | 2.39012 | 2.66028 | 3.23171 |
| 61 | 0.67853 | 1.29558 | 1.67022 | 1.99962 | 2.38905 | 2.65886 | 3.22930 |
| 62 | 0.67847 | 1.29536 | 1.66980 | 1.99897 | 2.38801 | 2.65748 | 3.22696 |
| 63 | 0.67840 | 1.29513 | 1.66940 | 1.99834 | 2.38701 | 2.65615 | 3.22471 |
| 64 | 0.67834 | 1.29492 | 1.66901 | 1.99773 | 2.38604 | 2.65485 | 3.22253 |
| 65 | 0.67828 | 1.29471 | 1.66864 | 1.99714 | 2.38510 | 2.65360 | 3.22041 |
| 66 | 0.67823 | 1.29451 | 1.66827 | 1.99656 | 2.38419 | 2.65239 | 3.21837 |
| 67 | 0.67817 | 1.29432 | 1.66792 | 1.99601 | 2.38330 | 2.65122 | 3.21639 |
| 68 | 0.67811 | 1.29413 | 1.66757 | 1.99547 | 2.38245 | 2.65008 | 3.21446 |
| 69 | 0.67806 | 1.29394 | 1.66724 | 1.99495 | 2.38161 | 2.64898 | 3.21260 |
| 70 | 0.67801 | 1.29376 | 1.66691 | 1.99444 | 2.38081 | 2.64790 | 3.21079 |
| 71 | 0.67796 | 1.29359 | 1.66660 | 1.99394 | 2.38002 | 2.64686 | 3.20903 |
| 72 | 0.67791 | 1.29342 | 1.66629 | 1.99346 | 2.37926 | 2.64585 | 3.20733 |
| 73 | 0.67787 | 1.29326 | 1.66600 | 1.99300 | 2.37852 | 2.64487 | 3.20567 |
| 74 | 0.67782 | 1.29310 | 1.66571 | 1.99254 | 2.37780 | 2.64391 | 3.20406 |
| 75 | 0.67778 | 1.29294 | 1.66543 | 1.99210 | 2.37710 | 2.64298 | 3.20249 |
| 76 | 0.67773 | 1.29279 | 1.66515 | 1.99167 | 2.37642 | 2.64208 | 3.20096 |
| 77 | 0.67769 | 1.29264 | 1.66488 | 1.99125 | 2.37576 | 2.64120 | 3.19948 |
| 78 | 0.67765 | 1.29250 | 1.66462 | 1.99085 | 2.37511 | 2.64034 | 3.19804 |
| 79 | 0.67761 | 1.29236 | 1.66437 | 1.99045 | 2.37448 | 2.63950 | 3.19663 |
| 80 | 0.67757 | 1.29222 | 1.66412 | 1.99006 | 2.37387 | 2.63869 | 3.19526 |

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 – 120)

| Pr df | 0.25 0.50 | 0.10 0.20 | 0.05 0.10 | 0.025 0.050 | 0.01 0.02 | 0.005 0.010 | 0.001 0.002 |
|----------|--------------|--------------|--------------|----------------|--------------|----------------|----------------|
| 81 | 0.67753 | 1.29209 | 1.66388 | 1.98969 | 2.37327 | 2.63790 | 3.19392 |
| 82 | 0.67749 | 1.29196 | 1.66365 | 1.98932 | 2.37269 | 2.63712 | 3.19262 |
| 83 | 0.67746 | 1.29183 | 1.66342 | 1.98896 | 2.37212 | 2.63637 | 3.19135 |
| 84 | 0.67742 | 1.29171 | 1.66320 | 1.98861 | 2.37156 | 2.63563 | 3.19011 |
| 85 | 0.67739 | 1.29159 | 1.66298 | 1.98827 | 2.37102 | 2.63491 | 3.18890 |
| 86 | 0.67735 | 1.29147 | 1.66277 | 1.98793 | 2.37049 | 2.63421 | 3.18772 |
| 87 | 0.67732 | 1.29136 | 1.66256 | 1.98761 | 2.36998 | 2.63353 | 3.18657 |
| 88 | 0.67729 | 1.29125 | 1.66235 | 1.98729 | 2.36947 | 2.63286 | 3.18544 |
| 89 | 0.67726 | 1.29114 | 1.66216 | 1.98698 | 2.36898 | 2.63220 | 3.18434 |
| 90 | 0.67723 | 1.29103 | 1.66196 | 1.98667 | 2.36850 | 2.63157 | 3.18327 |
| 91 | 0.67720 | 1.29092 | 1.66177 | 1.98638 | 2.36803 | 2.63094 | 3.18222 |
| 92 | 0.67717 | 1.29082 | 1.66159 | 1.98609 | 2.36757 | 2.63033 | 3.18119 |
| 93 | 0.67714 | 1.29072 | 1.66140 | 1.98580 | 2.36712 | 2.62973 | 3.18019 |
| 94 | 0.67711 | 1.29062 | 1.66123 | 1.98552 | 2.36667 | 2.62915 | 3.17921 |
| 95 | 0.67708 | 1.29053 | 1.66105 | 1.98525 | 2.36624 | 2.62858 | 3.17825 |
| 96 | 0.67705 | 1.29043 | 1.66088 | 1.98498 | 2.36582 | 2.62802 | 3.17731 |
| 97 | 0.67703 | 1.29034 | 1.66071 | 1.98472 | 2.36541 | 2.62747 | 3.17639 |
| 98 | 0.67700 | 1.29025 | 1.66055 | 1.98447 | 2.36500 | 2.62693 | 3.17549 |
| 99 | 0.67698 | 1.29016 | 1.66039 | 1.98422 | 2.36461 | 2.62641 | 3.17460 |
| 100 | 0.67695 | 1.29007 | 1.66023 | 1.98397 | 2.36422 | 2.62589 | 3.17374 |
| 101 | 0.67693 | 1.28999 | 1.66008 | 1.98373 | 2.36384 | 2.62539 | 3.17289 |
| 102 | 0.67690 | 1.28991 | 1.65993 | 1.98350 | 2.36346 | 2.62489 | 3.17206 |
| 103 | 0.67688 | 1.28982 | 1.65978 | 1.98326 | 2.36310 | 2.62441 | 3.17125 |
| 104 | 0.67686 | 1.28974 | 1.65964 | 1.98304 | 2.36274 | 2.62393 | 3.17045 |
| 105 | 0.67683 | 1.28967 | 1.65950 | 1.98282 | 2.36239 | 2.62347 | 3.16967 |
| 106 | 0.67681 | 1.28959 | 1.65936 | 1.98260 | 2.36204 | 2.62301 | 3.16890 |
| 107 | 0.67679 | 1.28951 | 1.65922 | 1.98238 | 2.36170 | 2.62256 | 3.16815 |
| 108 | 0.67677 | 1.28944 | 1.65909 | 1.98217 | 2.36137 | 2.62212 | 3.16741 |
| 109 | 0.67675 | 1.28937 | 1.65895 | 1.98197 | 2.36105 | 2.62169 | 3.16669 |
| 110 | 0.67673 | 1.28930 | 1.65882 | 1.98177 | 2.36073 | 2.62126 | 3.16598 |
| 111 | 0.67671 | 1.28922 | 1.65870 | 1.98157 | 2.36041 | 2.62085 | 3.16528 |
| 112 | 0.67669 | 1.28916 | 1.65857 | 1.98137 | 2.36010 | 2.62044 | 3.16460 |
| 113 | 0.67667 | 1.28909 | 1.65845 | 1.98118 | 2.35980 | 2.62004 | 3.16392 |
| 114 | 0.67665 | 1.28902 | 1.65833 | 1.98099 | 2.35950 | 2.61964 | 3.16326 |
| 115 | 0.67663 | 1.28896 | 1.65821 | 1.98081 | 2.35921 | 2.61926 | 3.16262 |
| 116 | 0.67661 | 1.28889 | 1.65810 | 1.98063 | 2.35892 | 2.61888 | 3.16198 |
| 117 | 0.67659 | 1.28883 | 1.65798 | 1.98045 | 2.35864 | 2.61850 | 3.16135 |
| 118 | 0.67657 | 1.28877 | 1.65787 | 1.98027 | 2.35837 | 2.61814 | 3.16074 |
| 119 | 0.67656 | 1.28871 | 1.65776 | 1.98010 | 2.35809 | 2.61778 | 3.16013 |
| 120 | 0.67654 | 1.28865 | 1.65765 | 1.97993 | 2.35782 | 2.61742 | 3.15954 |

Titik Persentase Distribusi t (df = 121 –160)

| df \ Pr | 0.25 | 0.10 | 0.05 | 0.025 | 0.01 | 0.005 | 0.001 |
|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| | 0.50 | 0.20 | 0.10 | 0.050 | 0.02 | 0.010 | 0.002 |
| 121 | 0.67652 | 1.28859 | 1.65754 | 1.97976 | 2.35756 | 2.61707 | 3.15895 |
| 122 | 0.67651 | 1.28853 | 1.65744 | 1.97960 | 2.35730 | 2.61673 | 3.15838 |
| 123 | 0.67649 | 1.28847 | 1.65734 | 1.97944 | 2.35705 | 2.61639 | 3.15781 |
| 124 | 0.67647 | 1.28842 | 1.65723 | 1.97928 | 2.35680 | 2.61606 | 3.15726 |
| 125 | 0.67646 | 1.28836 | 1.65714 | 1.97912 | 2.35655 | 2.61573 | 3.15671 |
| 126 | 0.67644 | 1.28831 | 1.65704 | 1.97897 | 2.35631 | 2.61541 | 3.15617 |
| 127 | 0.67643 | 1.28825 | 1.65694 | 1.97882 | 2.35607 | 2.61510 | 3.15565 |
| 128 | 0.67641 | 1.28820 | 1.65685 | 1.97867 | 2.35583 | 2.61478 | 3.15512 |
| 129 | 0.67640 | 1.28815 | 1.65675 | 1.97852 | 2.35560 | 2.61448 | 3.15461 |
| 130 | 0.67638 | 1.28810 | 1.65666 | 1.97838 | 2.35537 | 2.61418 | 3.15411 |
| 131 | 0.67637 | 1.28805 | 1.65657 | 1.97824 | 2.35515 | 2.61388 | 3.15361 |
| 132 | 0.67635 | 1.28800 | 1.65648 | 1.97810 | 2.35493 | 2.61359 | 3.15312 |
| 133 | 0.67634 | 1.28795 | 1.65639 | 1.97796 | 2.35471 | 2.61330 | 3.15264 |
| 134 | 0.67633 | 1.28790 | 1.65630 | 1.97783 | 2.35450 | 2.61302 | 3.15217 |
| 135 | 0.67631 | 1.28785 | 1.65622 | 1.97769 | 2.35429 | 2.61274 | 3.15170 |
| 136 | 0.67630 | 1.28781 | 1.65613 | 1.97756 | 2.35408 | 2.61246 | 3.15124 |
| 137 | 0.67628 | 1.28776 | 1.65605 | 1.97743 | 2.35387 | 2.61219 | 3.15079 |
| 138 | 0.67627 | 1.28772 | 1.65597 | 1.97730 | 2.35367 | 2.61193 | 3.15034 |
| 139 | 0.67626 | 1.28767 | 1.65589 | 1.97718 | 2.35347 | 2.61166 | 3.14990 |
| 140 | 0.67625 | 1.28763 | 1.65581 | 1.97705 | 2.35328 | 2.61140 | 3.14947 |
| 141 | 0.67623 | 1.28758 | 1.65573 | 1.97693 | 2.35309 | 2.61115 | 3.14904 |
| 142 | 0.67622 | 1.28754 | 1.65566 | 1.97681 | 2.35289 | 2.61090 | 3.14862 |
| 143 | 0.67621 | 1.28750 | 1.65558 | 1.97669 | 2.35271 | 2.61065 | 3.14820 |
| 144 | 0.67620 | 1.28746 | 1.65550 | 1.97658 | 2.35252 | 2.61040 | 3.14779 |
| 145 | 0.67619 | 1.28742 | 1.65543 | 1.97646 | 2.35234 | 2.61016 | 3.14739 |
| 146 | 0.67617 | 1.28738 | 1.65536 | 1.97635 | 2.35216 | 2.60992 | 3.14699 |
| 147 | 0.67616 | 1.28734 | 1.65529 | 1.97623 | 2.35198 | 2.60969 | 3.14660 |
| 148 | 0.67615 | 1.28730 | 1.65521 | 1.97612 | 2.35181 | 2.60946 | 3.14621 |
| 149 | 0.67614 | 1.28726 | 1.65514 | 1.97601 | 2.35163 | 2.60923 | 3.14583 |
| 150 | 0.67613 | 1.28722 | 1.65508 | 1.97591 | 2.35146 | 2.60900 | 3.14545 |
| 151 | 0.67612 | 1.28718 | 1.65501 | 1.97580 | 2.35130 | 2.60878 | 3.14508 |
| 152 | 0.67611 | 1.28715 | 1.65494 | 1.97569 | 2.35113 | 2.60856 | 3.14471 |
| 153 | 0.67610 | 1.28711 | 1.65487 | 1.97559 | 2.35097 | 2.60834 | 3.14436 |
| 154 | 0.67609 | 1.28707 | 1.65481 | 1.97549 | 2.35081 | 2.60813 | 3.14400 |
| 155 | 0.67608 | 1.28704 | 1.65474 | 1.97539 | 2.35065 | 2.60792 | 3.14364 |
| 156 | 0.67607 | 1.28700 | 1.65468 | 1.97529 | 2.35049 | 2.60771 | 3.14330 |
| 157 | 0.67606 | 1.28697 | 1.65462 | 1.97519 | 2.35033 | 2.60751 | 3.14295 |
| 158 | 0.67605 | 1.28693 | 1.65455 | 1.97509 | 2.35018 | 2.60730 | 3.14261 |
| 159 | 0.67604 | 1.28690 | 1.65449 | 1.97500 | 2.35003 | 2.60710 | 3.14228 |
| 160 | 0.67603 | 1.28687 | 1.65443 | 1.97490 | 2.34988 | 2.60691 | 3.14195 |

Titik Persentase Distribusi t (df = 161 –200)

| df \ Pr | 0.25 | 0.10 | 0.05 | 0.025 | 0.01 | 0.005 | 0.001 |
|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| | 0.50 | 0.20 | 0.10 | 0.050 | 0.02 | 0.010 | 0.002 |
| 161 | 0.67602 | 1.28683 | 1.65437 | 1.97481 | 2.34973 | 2.60671 | 3.14162 |
| 162 | 0.67601 | 1.28680 | 1.65431 | 1.97472 | 2.34959 | 2.60652 | 3.14130 |
| 163 | 0.67600 | 1.28677 | 1.65426 | 1.97462 | 2.34944 | 2.60633 | 3.14098 |
| 164 | 0.67599 | 1.28673 | 1.65420 | 1.97453 | 2.34930 | 2.60614 | 3.14067 |
| 165 | 0.67598 | 1.28670 | 1.65414 | 1.97445 | 2.34916 | 2.60595 | 3.14036 |
| 166 | 0.67597 | 1.28667 | 1.65408 | 1.97436 | 2.34902 | 2.60577 | 3.14005 |
| 167 | 0.67596 | 1.28664 | 1.65403 | 1.97427 | 2.34888 | 2.60559 | 3.13975 |
| 168 | 0.67595 | 1.28661 | 1.65397 | 1.97419 | 2.34875 | 2.60541 | 3.13945 |
| 169 | 0.67594 | 1.28658 | 1.65392 | 1.97410 | 2.34862 | 2.60523 | 3.13915 |
| 170 | 0.67594 | 1.28655 | 1.65387 | 1.97402 | 2.34848 | 2.60506 | 3.13886 |
| 171 | 0.67593 | 1.28652 | 1.65381 | 1.97393 | 2.34835 | 2.60489 | 3.13857 |
| 172 | 0.67592 | 1.28649 | 1.65376 | 1.97385 | 2.34822 | 2.60471 | 3.13829 |
| 173 | 0.67591 | 1.28646 | 1.65371 | 1.97377 | 2.34810 | 2.60455 | 3.13801 |
| 174 | 0.67590 | 1.28644 | 1.65366 | 1.97369 | 2.34797 | 2.60438 | 3.13773 |
| 175 | 0.67589 | 1.28641 | 1.65361 | 1.97361 | 2.34784 | 2.60421 | 3.13745 |
| 176 | 0.67589 | 1.28638 | 1.65356 | 1.97353 | 2.34772 | 2.60405 | 3.13718 |
| 177 | 0.67588 | 1.28635 | 1.65351 | 1.97346 | 2.34760 | 2.60389 | 3.13691 |
| 178 | 0.67587 | 1.28633 | 1.65346 | 1.97338 | 2.34748 | 2.60373 | 3.13665 |
| 179 | 0.67586 | 1.28630 | 1.65341 | 1.97331 | 2.34736 | 2.60357 | 3.13638 |
| 180 | 0.67586 | 1.28627 | 1.65336 | 1.97323 | 2.34724 | 2.60342 | 3.13612 |
| 181 | 0.67585 | 1.28625 | 1.65332 | 1.97316 | 2.34713 | 2.60326 | 3.13587 |
| 182 | 0.67584 | 1.28622 | 1.65327 | 1.97308 | 2.34701 | 2.60311 | 3.13561 |
| 183 | 0.67583 | 1.28619 | 1.65322 | 1.97301 | 2.34690 | 2.60296 | 3.13536 |
| 184 | 0.67583 | 1.28617 | 1.65318 | 1.97294 | 2.34678 | 2.60281 | 3.13511 |
| 185 | 0.67582 | 1.28614 | 1.65313 | 1.97287 | 2.34667 | 2.60267 | 3.13487 |
| 186 | 0.67581 | 1.28612 | 1.65309 | 1.97280 | 2.34656 | 2.60252 | 3.13463 |
| 187 | 0.67580 | 1.28610 | 1.65304 | 1.97273 | 2.34645 | 2.60238 | 3.13438 |
| 188 | 0.67580 | 1.28607 | 1.65300 | 1.97266 | 2.34635 | 2.60223 | 3.13415 |
| 189 | 0.67579 | 1.28605 | 1.65296 | 1.97260 | 2.34624 | 2.60209 | 3.13391 |
| 190 | 0.67578 | 1.28602 | 1.65291 | 1.97253 | 2.34613 | 2.60195 | 3.13368 |
| 191 | 0.67578 | 1.28600 | 1.65287 | 1.97246 | 2.34603 | 2.60181 | 3.13345 |
| 192 | 0.67577 | 1.28598 | 1.65283 | 1.97240 | 2.34593 | 2.60168 | 3.13322 |
| 193 | 0.67576 | 1.28595 | 1.65279 | 1.97233 | 2.34582 | 2.60154 | 3.13299 |
| 194 | 0.67576 | 1.28593 | 1.65275 | 1.97227 | 2.34572 | 2.60141 | 3.13277 |
| 195 | 0.67575 | 1.28591 | 1.65271 | 1.97220 | 2.34562 | 2.60128 | 3.13255 |
| 196 | 0.67574 | 1.28589 | 1.65267 | 1.97214 | 2.34552 | 2.60115 | 3.13233 |
| 197 | 0.67574 | 1.28586 | 1.65263 | 1.97208 | 2.34543 | 2.60102 | 3.13212 |
| 198 | 0.67573 | 1.28584 | 1.65259 | 1.97202 | 2.34533 | 2.60089 | 3.13190 |
| 199 | 0.67572 | 1.28582 | 1.65255 | 1.97196 | 2.34523 | 2.60076 | 3.13169 |
| 200 | 0.67572 | 1.28580 | 1.65251 | 1.97190 | 2.34514 | 2.60063 | 3.13148 |



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI TULUNGAGUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Mayor Sujadi Timur 46 Telp. (0355) 321513 Fax. (0355) 321656
Tulungagung – Jawa Timur 66221

KENDALI BIMBINGAN SKRIPSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Nama : Rozita Nur Latifah
NIM : 3223113082
Prodi : Perbankan Syariah (PS)
Pembimbing : Binti Nur Asiyah, M. Si
Judul Skripsi : Pengaruh Komunikasi Dan Interpersonal Skill Terhadap Minat Menjadi Anggota
Di Koperasi Syariah Muhammadiyah Kota Blitar

| No | Tanggal | Materi Konsultasi | Tanda Tangan Pembimbing |
|----|--------------------|---|-------------------------|
| 1 | 9 februari 2015 | Konsul BAB I , II Instrumen | |
| 2 | 13 Maret 2015 | Konsul revisi BAB I , II , & Instrumen | |
| 3 | 29 Maret 2015 | Konsul BAB III | |
| 4 | 16 April 2015 | Konsul Revisi BAB III dan BAB IV | |
| 5 | 11 Mei 2015 | Konsul BAB IV | |
| 6 | 21 Mei 2015 | Konsul Revisi BAB I sampai V | |
| 7 | | | |
| 8 | | | |

Tulungagung, 3 Juni 2015

Ketua Jurusan

MUHAMMAD AQIM ADLAN, M.E.I
NIP. 197404162008011008



KSU SYARIAH MUHAMMADIYAH BLITAR

BADAN HUKUM : 13/BH/XVI.30/422.104.1/2008

Jl. Ir. Soekarno No. 13 Blitar Telp. (0342) 7761400

Email : ksu_syariah_muhammadiyahblitar@yahoo.com

Web Blogger : <http://ksu-syariah-muhammadiyah-blitar.blogspot.com>

SURAT KETERANGAN

Nomor : 020/KET/III.8.AU-KSU/F/2015

Yang bertanda tangan dibawah ini :

N a m a : Arif Rachman
Alamat : Jl. Ir Soekarno No. 13. Blitar
Jabatan : Manejer Operasional

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

N a m a : Rozita Nur Latifah
Tempat tanggal lahir : Blitar, 21 Mei 1993
N I M : 3223113082
Jurusan / Fakultas : Perbankan Syariah / Ekonomi dan Bisnis Islam / Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.

Benar-benar telah melaksanakan penelitian di Koperasi Syariah Muhammadiyah Blitar, dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul “ **Pengaruh Komunikasi dan Interpersonal Skill Terhadap Minat Menjadi Anggota Di Koperasi Syariah Muhammadiyah Kota Blitar** “

Demikian Surat Keterangan ini dibuat dengan sebenarnya, dan untuk di digunakan sebagaimana mestinya.

Blitar, Tgl. 11 Sya'ban 1436 H

29 Mei 2015 M

Manejer Operasional

Arif Rachman.



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI TULUNGAGUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM


Jl. Mayor Sujadi Timur 46 Telp. (0355) 321513 Fax. (0355) 321656
Tulungagung – Jawa Timur 66221 e-mail: febi.iainta@yahoo.co.id

CATATAN UJIAN SKRIPSI

Nama : ROZITA NUR LATIFAH
NIM : 32231113082
Judul Skripsi : Pengaruh Komunikasi dan Interpersonal Skill Terhadap Minat menjadi Anggota & Koperasi Syariah Muhammadiyah Kota Blitar.

| Halaman / Bab | Perbaikan/Koreksi |
|---------------|---|
| Judul | lebih jelas → ± karyawan. |
| Motto | Al Qur'annya (arabnya & tulis) + footnote. |
| Pembahasan | Kasus Footnote. (Proseek teori + penelitian terdahulu). |

Tulungagung, 16 Juni 2015
Sekretaris


Bunt Nur Asiyah, M.S.

Catatan :

- Revisi paling lambat 2 (dua) minggu setelah ujian dilaksanakan dan harus sudah diserahkan ke TU dalam keadaan telah di ACC (ditandatangani) oleh semua penguji skripsi dan Dekan;
- Pada waktu menyerahkan hasil revisi, sekaligus disertakan soft copy skripsi dan artikel jurnal skripsinya dalam bentuk CD (sampul ungu) 1 buah.

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Rozita Nur Latifah

NIM : 3223113082

Jurusan/Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi/karya tulis yang berjudul Pengaruh Komunikasi dan Interpersonal Skill Terhadap Minat Menjadi Anggota Di Koperasi Syariah Muhammadiyah Kota Blitar ini merupakan hasil karya saya sendiri, bebas dari segala unsur plagiasi. Kutipan pendapat dan tulisan orang lain ditunjuk sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah yang berlaku.

Apabila terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi/karya tulis ini terkandung unsur atau ciri plagiasi dan bentuk-bentuk peniruan lain yang dianggap melanggar peraturan maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Tulungagung,

2015

Yang membuat pernyataan

A green revenue stamp (Meterai Tempel) with a value of 6000 Rupiah. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text "METERAI TEMPEL", "6000 ENAM RIBURUPIAH", and a unique serial number "C6029ADF073582472". A handwritten signature is written over the stamp.

Rozita Nur Latifah

BIODATA PENULIS

Nama Lengkap : Rozita Nur Latifah

Jenis Kelamin : Perempuan

Tempat Tanggal Lahir: Blitar, 21 Mei 1993

Alamat : RT 03/06 Kec. Sutojayan Kab. Blitar

Fakultas/ Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah

NIM : 3223113082

Riwayat Pendidikan

- a. SD/MI : MI Miftahul Huda Bacem Lulus Tahun 2005
- b. SMP/ MTS : MTS Sirojut Tholibiin Bacem Lulus Tahun 2008
- c. SMA/ MA : MAN Tlogo Blitar Lulus Tahun 2011