

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian

1. Sejarah Berdirinya BMT Agritama Blitar

Kopseyah BMT Agritama berdiri pada tahun 2001 pada awalnya merupakan Kelompok Swadaya Masyarakat yang bergerak pada peningkatan usaha kecil mikro (UKM) dan sering disebut Baitul Maal Wattamwil yang selanjutnya disingkat BMT, adalah Lembaga Ekonomi (Keuangan) yang dioperasikan dengan sistem yang sesuai syariat Islam. BMT merupakan sebuah Institusi yang menjalankan 2 kegiatan secara terpadu yakni sebagai Baitul Maal melakukan kegiatan sosial dakwah sedangkan Baitul Tamwil melakukan kegiatan bisnis.

Sebagai lembaga Ekonomi, BMT bergerak dalam bidang peningkatan ekonomi masyarakat kecil dan kecil bawah (mikro) melalui kegiatan menghimpun berbagai jenis simpanan/tabungan dari anggota dan selanjutnya dikembangkan melalui investasi atau penyertaan modal usaha bagi anggota lain yang membutuhkan. Disamping itu, BMT juga merupakan lembaga Amil Zakat (LAZ) yang melakukan kegiatan sosial yakni mendorong, menggerakkan dan menghimpun zakat, infaq dan shodaqoh dari para aghniya' yang kemudian disalurkan untuk kegiatan sosial, membantu kaum dhuafa dan kegiatan dakwah.

Keberadaan BMT telah dicanangkan oleh Presiden RI sebagai Gerakan Nasional untuk mendukung usaha kecil diseluruh Indonesia.

Pencanangan dilakukan di Jakarta pada tanggal 7 Desember 1995. Sebagai pedoman operasional BMT berada dibawah Pembinaan Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil (PINBUK) dan memperoleh legalitas dari menteri Koperasi Pengusaha Kecil dan Menengah C.q Kepala Kantor Dinas atau Badan Koperasi di masing-masing propinsi maupun Kabupaten atau Kota. PINBUK merupakan satu-satunya lembaga yang telah mendapat persetujuan dari Bank Indonesia (BI) untuk membina, mengawasi dan mengembangkan BMT-BMT diseluruh Indonesia. Persetujuan itu tertuang melalui naskah Kerjasama No. 03/MOU/PHBK-PINBUK/VII/

Bantuan ini sangat dibutuhkan anggota BMT terutama pada tahap awal mereka menjadi anggota. Kebutuhan terhadap biaya ini sangat nyata dan sangat dibutuhkan oleh anggota. Bila kebutuhan ini tidak dipenuhi, maka bisa saja anggota akan memperguna-kan modal kerja yang dipinjam dari BMT untuk memenuhi kebutuhan ini. Dengan adanya penyimpangan ini, besar kemungkinan anggota akan kesulitan mengembalikan pinjaman pembiayaan. Oleh karena itu, BMT harus berupaya:

1. Menghimpun dana sosial yang dapat diberikan sebagai pinjaman tidak komersil (Benevolent Credit/Qordhul hasan) kepada anggota.
2. Memberikan bantuan dan santunan bagi kelompok masyarakat miskin untuk meringankan beban hidup mereka disertai pembinaan kearah kemandirian.

3. Memberikan pembiayaan belajar usaha kepada anggota yang sangat miskin yang mempunyai keinginan memulai usaha.
4. Memberikan bimbingan usaha kepada anggota yang menerima pembiayaan agar mereka mampu mengembangkan usahanya.
5. Memberikan bimbingan pemanfaatan hasil usaha yang diperoleh sehingga benar-benar bermanfaat untuk meningkatkan taraf hidup mereka. Dalam hal ini BMT harus mampu menanamkan keteguhan hati agar anggota membelanjakan hasil setelah disisihkan untuk berzakat/infaq dan menabung, sehingga makin lama makin mandiri dan aman.
6. Memberikan pengajian dan siraman moral yang dilaksanakan secara sistematis dan terencana seperti pendidikan tentang budi pekerti (kejujuran, tanggung jawab membayar utang, dll) penyuluhan kesehatan, kebersihan, pendidikan anak, keutuhan keluarga dan lain-lain.

2. Alamat Lokasi Penelitian

BMT Agritama terletak di Jl. Mastrip No. 15A Togogan Srengat Blitar.

3. Visi dan Misi BMT Agritama

- a. Visi BMT Agritama Blitar adalah menjadi lembaga keuangan syariah dengan dasar-dasar ekonomi Islam.
- b. Misi BMT Agritama Blitar adalah menjadikan lembaga keuangan syariah untuk meningkatkan kesejahteraan anggotanya

4. Struktur Organisasi

BMT Agritama Blitar sebagai organisasi yang berbadan hukum memiliki komponen atau alat organisasi sebagaimana koperasi umumnya. Struktur organisasi tersebut adalah sebagai berikut:



Gambar 4.1 Struktur Organisasi

5. Produk Agritama Blitar

a. Produk Simpanan

1) Simpanan Masyarakat Syariah (SIMASYA)

(a) Simasya diperuntukan bagi perorangan atau kolektif (yayasan atau lembaga)

(b) Setoran pertama minimal Rp. 10.000,- Setoran selanjutnya minimal Rp. 5.000,-

(c) Besarnya nisbah atau bagi hasil per-bulan sebesar 50% berdasarkan jumlah pendapatan BMT dan besarnya saldo rata-rata tabungan tiap hari.

2) Simpanan Berjangka (Deposito)

Yaitu simpanan berjangka yang diperuntungkan bagi masyarakat umum dengan system jangka waktu 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan dan 12 bulan.

b. Produk Pembiayaan

1) Ba'I bi Tsaman Ajil (BBA)

Yaitu akad jual beli barang dengan pembayaran tangguh atau angsuran (jual beli secara kredit).Dimana nasabah membayar angsuran pokok dan laba penjualan barang selama jangka waktu yang telah disepakati.

2) Murabahah

Yaitu perjanjian jual beli antara BMT dengan nasabah.BMT membeli barang yang diperlukan nasabah kemudian menjualnya kepada nasabah yang bersangkutan sebesar harga perolehan ditambah dengan margin keuntungan yang disepakati antara BMT dan nasabah.Dimana BMT secara jelas member tahu kepada nasabah nilai pokok barang dan keuntungannya.

3) Mudharabah

Yaitu kerja sama antara BMT dan nasabah untuk suatu usaha tertentu dimana BMT bertindak sebagai penyedia modal dan nasabah sebagai pengelola. Keuntungan usaha dibagi menurut kesepakatan antara kedua belah pihak yang dituangkan dalam aqad.¹

B. Karakteristik Responden

Data deskriptif merupakan data yang menunjukkan gambaran keadaan atau kondisi dari data responden dimana data tersebut merupakan informasi tambahan untuk memahami hasil penelitian. dalam penelitian ini responden memiliki karakteristik. Adapun karakteristik tersebut:

1. Jenis kelamin responden

Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	laki-laki	7	70.0	70.0	70.0
	Perempuan	3	30.0	30.0	100.0
	Total	10	100.0	100.0	

Sumber :Data primer diolah, 2016

Berdasarkan data pada tabel 4.1 diatas, dapat diketahui tentang jenis kelamin responden karyawan BMT Agridama Blitar yang diambil untuk dijadikan sebagai responden. Menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah berjenis kelamin laki-laki, yaitu sebanyak 7 orang dan sebanyak 3 orang berjenis kelamin perempuan. Hal ini menunjukkan

¹BMT Agridama, buku Pedoman Rapat Anggota Tahunan, Tahun Buku 2014

bahwa sebagian besar dari karyawan BMT Agritama Blitar yang diambil sebagai responden adalah berjenis kelamin laki-laki.

2. Agama responden

Tabel 4.2 Agama Responden

Agama				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid islam	10	100.0	100.0	100.0

Sumber : Data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.2 menunjukkan bahwa karyawan BMT Agritama Blitar yang diambil sebagai responden semuanya adalah beragama Islam. Berdasarkan tabel tersebut memberikan informasi bahwa responden berjumlah 10 orang beragama islam.

3. Umur responden

Tabel 4.3 Umur Responden

Umur					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	21-30 tahun	1	10.0	10.0	10.0
	31-40 tahun	5	50.0	50.0	60.0
	41-50 tahun	3	30.0	30.0	90.0
	6	1	10.0	10.0	100.0
	Total	10	100.0	100.0	

Sumber : Data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan data pada tabel 4.3 diatas, menunjukkan bahwa karyawan BMT Agritama Blitar yang diambil sebagai responden sebagian besar berusia 31 – 40 tahun. Berdasarkan tabel tersebut, memberikan informasi bahwa mayoritas responden berusia 31– 40 tahun

sebanyak 5 orang, yang berusia 41 – 50 tahun sebanyak 3 orang, responden yang berusia 51 tahun keatas sebanyak 1 orang, dan berusia 21 – 30 tahun sebanyak 1 orang.

4. Tingkat pendidikan responden

Tabel 4.4 Tingkat Pendidikan Responden

		Tingkat Pendidikan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA	6	60.0	60.0	60.0
	S1/S2/S3	4	40.0	40.0	100.0
	Total	10	100.0	100.0	

Sumber : Data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan data pada tabel 4.4 menunjukkan bahwa karyawan BMT Agritama Blitar yang diambil sebagai responden sebagian besar memiliki latar belakang pendidikan tamat SMA. Berdasarkan tabel tersebut, memberikan informasi bahwa responden yang memiliki latar belakang pendidikan tamat SMA sebanyak 6 orang, dan yang memiliki latar belakang pendidikan S1/S2/S3 sebanyak 4 orang.

5. Pekerjaan responden

Tabel 4.5 Pekerjaan Responden

		Pekerjaan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Manager	1	10.0	10.0	10.0
	Kasir	2	20.0	20.0	30.0
	pembukuan	2	20.0	20.0	50.0
	Marketing	5	50.0	50.0	100.0
	Total	10	100.0	100.0	

Sumber : Data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan data pada tabel 4.5 menunjukkan bahwa karyawan BMT Agritama Blitar yang diambil sebagai responden sebagian besar adalah marketing. Berdasarkan tabel tersebut, memberikan informasi pekerjaan sebagai berikut yang memiliki pekerjaan sebagai manager terdapat 1 orang, sebagai kasir sebanyak 2 orang, sebagai pembukuan 2 orang dan sebagai marketing 5 orang.

6. Lama Responden menjadi karyawan

Tabel 4.6 Lama Menjadi Karyawan BMT

Lama Menjadi Karyawan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < 1 tahun	1	10.0	10.0	10.0
2-3 tahun	1	10.0	10.0	20.0
>3 tahun	8	80.0	80.0	100.0
Total	10	100.0	100.0	

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan data pada tabel 4.6 menunjukkan bahwa karyawan BMT Agritama Blitar yang diambil sebagai responden sudah menjadi karyawan BMT > 3 tahun. Berdasarkan tabel diatas, memberikan informasi mengenai lamanya responden menjadi karyawan BMT Agritama Blitar adalah sebagai berikut > 3 tahun sebanyak 8 orang, 2-3 tahun sebanyak 1 orang, dan < 1 tahun sebanyak 1 orang.

C. Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen

Untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen, panneliti menggunakan analisis dengan SPSS. Berikut ini adalah hasil pengujian validitas dari data yang diperoleh oleh peneliti. Untuk tingkat validitas

dilakukan uji signifikansi dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Untuk degree of freedom (df) = $n - 2$ dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Pada kasus ini besarnya df dapat dihitung $10 - 2$ atau $df = 8$ dengan alpha 0.05 didapat r tabel 0,631, jika r hitung (untuk tiap-tiap butir pertanyaan dapat dilihat pada kolom corrected item pertanyaan total correlation) lebih besar dari r tabel dan nilai r positif, maka butir pertanyaan tersebut dikatakan valid.

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	No. Item Pertanyaan	Corrected Item Pertanyaan Total Correlation	r Tabel	Keterangan
X				
Produk (X1)	1	0,688	0,631	Valid
	2	0,699	0,631	Valid
	3	0,851	0,631	Valid
	4	0,639	0,631	Valid
	5	0,743	0,631	Valid
Harga (X2)	1	0,727	0,631	Valid
	2	0,645	0,631	Valid
	3	0,663	0,631	Valid
	4	0,674	0,631	Valid
	5	0,712	0,631	Valid
Tempat (X3)	1	0,770	0,631	Valid
	2	0,742	0,631	Valid
	3	0,901	0,631	Valid
	4	0,672	0,631	Valid
	5	0,634	0,631	Valid
Promosi (X4)	1	0,717	0,631	Valid
	2	0,638	0,631	Valid
	3	0,640	0,631	Valid
	4	0,725	0,631	Valid
	5	0,700	0,631	Valid
Y				
Peningkatan Jumlah	1	0,712	0,631	Valid
	2	0,651	0,631	Valid

Nasabah	3	0,846	0,631	Valid
	4	0,644	0,631	Valid
	5	0,696	0,631	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan tabel 4.11 diatas dapat diketahui bahwa masing–masing item pertanyaan memiliki r hitung $>$ dari r tabel (0,631) dan bernilai positif.

Dengan demikian butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

Tabel 4.8 Hasil Uji Reabilitas Instrumen

Variabel	Reliabilitas Coefficient	Cronbach Alpha	Keterangan
X			
Produk	5 Item Pertanyaan	0,630	Reliabel
Harga	5 Item Pertanyaan	0,630	Reliabel
Tempat	5 Item Pertanyaan	0,517	Reliabel
Promosi	5 Item Pertanyaan	0,691	
Y			
Peningkatan Jumlah Nasabah	5 Item Pertanyaan	0,589	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan tabel 4.12 diatas dapat diketahui bahwa masing–masing variabel memiliki Alpha Cronbach $>$ dari 0,497 menunjukkan bahwa variabel (produk, harga, tempat, promosi, dan peningkatan jumlah nasabah) dapat dikatakan reliabel.

D. Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Pada uji normalitas data ini digunakan uji normalitas data menggunakan Kolmogorov-Smirnov, maka untuk mengetahui normalitas dari data peneliti menyajikan tabel sebagai berikut:

Tabel 4.9 Nilai Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		total produk x1	total harga x2	total tempat x3	total promosi x4	total peningkatan nasabah y
N		10	10	10	10	10
Normal Parameters ^a	Mean	21.20	22.00	22.50	20.40	21.40
	Std. Deviation	2.251	1.633	2.224	1.578	2.066
Most Extreme Differences	Absolute	.239	.230	.170	.300	.277
	Positive	.161	.230	.150	.300	.277
	Negative	-.239	-.230	-.170	-.200	-.159
Kolmogorov-Smirnov Z		.755	.727	.536	.949	.875
Asymp. Sig. (2-tailed)		.618	.666	.936	.329	.428
a. Test distribution is Normal.						

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan tabel 4.13 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test diperoleh angka probabilitas atau Asym.Sig (2-tailed). Nilai ini dibandingkan dengan 0,05 untuk pengambilan keputusan dengan pedoman bahwa, apabila nilai Sig. atau probabilitas $< 0,05$ distribusi data adalah tidak normal, dan apabila nilai Sig. atau nilai probabilitas $> 0,05$ distribusi data adalah normal.

b. Uji Multikolinearitas

Tabel 4.10 Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	total produk x1	.593	1.685
	total harga x2	.813	1.230
	total tempat x3	.760	1.316
	total promosi x4	.497	2.010

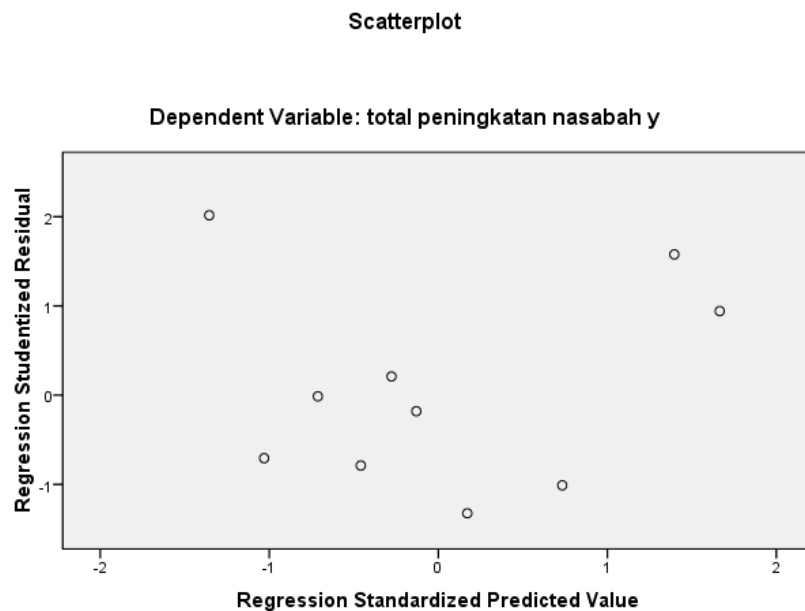
a. Dependent Variabel: total peningkatan nasabah y

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Dari hasil pengujian multikolinearitas yang dilakukan, diketahui bahwa nilai variance inflation factor (VIF) yaitu lebih kecil dari 10, sehingga bisa diduga bahwa antar variabel independen tidak terjadi persoalan multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Gambar 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data Primer diolah, 2016

Dari gambar 4.15 di atas terlihat titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y, tidak ada pola tertentu yang teratur. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi ini.

d. Uji Autokorelasi

Tabel 4.12 Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.945 ^a	.893	.807	.1.004	1.737

a. Predictors: (Constant), total promosi x4, total harga x2, total tempat x3, total produk x1

b. Dependent Variabel: total peningkatan nasabah y

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Dari hasil pengujian dengan menggunakan uji Durbin–Watson atas residual persamaan regresi diperoleh, diperoleh nilai Durbin Watson 1,737 dengan jumlah variabel bebas (k) =4, sample (n) = 10 dan $dl = 1,603$, $du = 1,732$. Maka $du < dw < 4-du$, Sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat autokorelasi

2. Uji Regresi Berganda

Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.413	1.337		3.328	.021
	total produk x1	.786	.174	.856	4.505	.046
	total harga x2	.117	.205	.013	2.281	.038
	total tempat x3	.303	.156	.327	1.944	.010
	total promosi x4	1.113	.272	.850	4.093	.000

a. Dependent Variabel: total peningkatan nasabah y

Sumber : Data primer yang diolah 2016

Dari hasil tabel 4.16 di atas, maka didapat persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 4,413 + 0,786 + 0,117 + 0,303 + 1,113$$

Keterangan :

- a. Konstanta sebesar 4,413 menyatakan bahwa jika dalam keadaan konstanta (tetap) variabel produk, harga, tempat, dan promosi nilainya adalah 0 (tidak ada) maka peningkatan jumlah nasabah nilainya positif sebesar 4,413 satu satuan.
- b. Koefisien regresi X1 (produk) sebesar 0,786 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena positif) 1 satu satuan pada variabel produk, akan meningkatkan nilai peningkatan jumlah nasabah sebesar 0,786 satu satuan.
- c. Koefisien regresi X2 (harga) sebesar 0,117 menyatakan bahwa setiap kenaikan (karena positif) 1 satu satuan, harga akan meningkatkan peningkatan jumlah nasabah sebesar 0,117 satu satuan.
- d. Koefisien regresi X3 (tempat) sebesar 0,303 menyatakan bahwa setiap kenaikan (karena positif) 1 satu satuan, tempat akan meningkatkan peningkatan jumlah nasabah sebesar 0,093 satu satuan.
- e. Koefisien regresi X4 (promosi) sebesar 1,113 menyatakan bahwa setiap kenaikan (karena positif) 1 satu satuan, promosi akan meningkatkan peningkatan jumlah nasabah sebesar 1,113 satu satuan.
- f. Tanda (+) menandakan arah hubungan yang searah, sedangkan tanda (-) menunjukkan arah hubungan yang berbanding terbalik antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).

3. Uji Hipotesis

a. Parsial (Uji Statistik t)

Tabel 4.14 Uji-T

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	4.413	1.337		3.328	.021
	total produk x1	.786	.174	.856	4.505	.046
	total harga x2	.117	.205	.013	2.281	.038
	total tempat x3	.303	.156	.327	1.944	.010
	total promosi x4	1.113	.272	.850	4.093	.000

a. Dependent Variabel: total peningkatan nasabah y

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Diketahui bahwa t tabel untuk $df = 10 - 2 = 8$ dengan signifikansi 5% adalah 1,860. Untuk mengetahui apakah hipotesa yang diajukan adalah signifikan atau tidak, maka perlu membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} . Di mana jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka hipotesa dapat diterima, dan sebaliknya, jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka hipotesis 1 diatas tidak dapat diterima.

- 1) Hipotesis 1 yang berbunyi: produk berpengaruh positif dalam Peningkatan Jumlahnasabah

Berdasarkan tabel 4.13, diketahui bahwa nilai t_{hitung} adalah 4, 505 sedangkan nilai t_{tabel} adalah 1,860 yang lebih kecil dibandingkan dengan t_{hitung} . Artinya, produk berpengaruh positif dalam Peningkatan Jumlahnasabah.

- 2) Hipotesis 2 yang berbunyi : harga berpengaruh positif dalam Peningkatan Jumlahnasabah

Berdasarkan tabel 4.13, diketahui bahwa nilai t-hitung adalah 2,281 sedangkan nilai t-tabel adalah 1,860 yang lebih kecil dibandingkan dengan t-hitung. Artinya, harga berpengaruh positif dalam Peningkatan Jumlahnasabah.

- 3) Hipotesis 3 yang berbunyi : tempat berpengaruh positif dalam Peningkatan Jumlahnasabah

Berdasarkan tabel 4.13, diketahui bahwa nilai t-hitung adalah 1,944 sedangkan nilai t-tabel adalah 1,860 yang lebih kecil dibandingkan dengan t-hitung. Artinya, tempat berpengaruh positif dalam Peningkatan Jumlahnasabah.

- 4) Hipotesis 4 yang berbunyi : promosi berpengaruh positif dalam Peningkatan Jumlahnasabah

Berdasarkan tabel 4.13, diketahui bahwa nilai t-hitung adalah 4,093 sedangkan nilai t-tabel adalah 1,860 yang lebih kecil dibandingkan dengan t-hitung. Artinya, promosi berpengaruh positif dalam Peningkatan Jumlahnasabah.

b. Uji F (Uji Simultan)

Tabel 4.15 Uji-F
ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	34.283	4	8.571	10.410	.000 ^a
Residual	4.117	5	.823		
Total	38.400	9			

a. Predictors: (Constant), total promosi x4, total harga x2, total tempat x3, total produk x1

b. Dependent Variabel: total peningkatan nasabah y

Sumber : Data primer yang dioalah, 2016

Pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$. Adapun prosedurnya sebagai berikut :

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

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

Dalam tabel ANOVA diatas diperoleh nilai f hitung sebesar 10,410 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 dibandingkan dengan taraf signifikan ($\alpha = 0,05\%$) 0,05 maka nilai tabel ANOVA diperoleh nilai sig. sebesar 0,000 dibandingkan dengan taraf signifikan ($\alpha = 0,05\%$) 0,05 maka $\text{Sig.} < \alpha = 0,000 < 0,05$

Karena nilai $\text{Sig.} < \alpha$ maka disimpulkan untuk menolak Ho dan menerima Ha yang berarti variabel produk, harga, tempat, dan promosi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel peningkatan jumlah nasabah.

4. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 4.16 Hasil Koefisien Kolerasi dan Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.945 ^a	.893	.807	.907

a. Predictors: (Constant), total promosi x4, total harga x2, total tempat x3, total produk x1

b. Dependent Variabel: total peningkatan nasabah y

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Modal Summary pada tabel diatas adalah :

- a. Angka R sebesar 0,945 menunjukkan korelasi atau hubungan antara 4 variabel independen (produk, harga, tempat dan promosi) dalam Peningkatan Jumlahnasabah Agritama Blitar adalah tinggi (kuat)
- b. Angka R Square atau koefisien determinasi adalah 0,893 berasal $(0,945 \times 0,945) = 0,893$
- c. Adjusted R Square digunakan jika jumlah variabel independen lebih dari dua. Nilai Adjusted R square pada model ini adalah 0, 807, hal ini berarti 80,7% variabel peningkatan jumlah nasabah bisa dijelaskan variabel produk, harga tempat, dan promosi, sedangkan sisanya $(100\% - 80,7\% = 19,3\%)$ dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain
- d. Std. Error of the Estimate sebesar 0,907, semakin kecil nilai Std. Error of the Estimate akan membuat regresi semakin tepat dalam memprediksi Variabel dependen.