

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Data

1. Gambar Obyek Penelitian

a. Profil Lembaga

Nama Lembaga : BMT Dinar Amanu
Badan Hukum : BH. NO. 188.2/34/4.24.75/2002
Alamat : Jl. Raya Sumberagung Panjerejo
Kec. Rejotangan Kab. Tulungagung.
Kode Pos : 66293
No. Telp : 085706226422

b. Letak Geografis

Secara geografis BMT Dinar Amanu terletak di wilayah dataran rendah, tempatnya di ddesa panjerejo yang merupakan salah satu desa dalam kecamatan rejotangan kabupaten tulungagug bagian timur, dengan kondisi perumahan penduduk dan pertokoan serta dekat dengan pasar tradisional. Letak kantor BMT Dinar Amanu berada diantara 4 desa yang masi termasuk dalam wilayah kecamatan rejotanagan.

Antara lain batas-batas wilayah adalah :

Utara : Desa Kalangan kecamatan ngunut
Selatan : Desa Tenggong

Timur : Desa Karang Sari

Barat : Desa Kalangan kecamatan Ngunut

Kantor BMT Dinar Amanu beralamat Jl. Raya Sumberagung panjerejo kecamatan rejtangan kabupaten tulungagung. Dengan kondisi kantor yang nyaman, ruangan ber AC, peralatan dan perlengkapan yang moderen. Terdapat 2 unit komputer, mesin penghitung uang, mesin print, handphone kantor, pesawat televisi, dan halaman parkir yang luas.

c. Struktur organisasi

Sebelum BMT Dinar Amanu berdiri dengan nama koperasi syariah amanu. Karena operasional dari koperasi syariah tersebut tidak bisa maksimal, kemudian koperasi syari'ah dipinda kepada tiga orang badan pendiri, tepatnya pada tahun 2009. Semenjak itu koperasi syariah amanu diganti dengan nama BMT Dinar Amanu sampai sekarang.

BMT Dinar Amanu merupakan lembaga keuangan syariah (LKS) dengan ruang lingkup mikro sesuai prinsip syari'ah. Dimaksudkan prinsip syariah disini adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum islam antara pihak BMT dengan pihak lain untuk pembiayaan usaha atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah, dalam islam dikenal dengan sistem bagi hasil. BMT Dinar Amanu dikelola oleh struktur organisasi sebagai berikut:

Badan pendiri BMT :

1. Drs. H. Maryoto Birowo
2. Drs. H. Supardi, M.M
3. H. Nyadin, M.AP

Ketua : Drs. H. Supardi, M.M

Manager Umum : H. Nyadin, M.AP

Manager Pelaksana : Mamik Priyatno, S. Pd

Marketing :

Akunting : Anjar Sari, S. Sy

Teller :

d. Visi Misi BMT Dinar Amanu

Visi BMT Dinar Amanu

Visi BMT adalah terwujudnya kualitas anggota BMT pada khususnya dan masyarakat pada umumnya yang selamat, damai dan sejahtera sehingga mampu berperan sebagai wakil-pengabdian Allah memakmurkan kehidupan umat manusia.

Misi BMT Dinar Amanu

Misi BMT adalah membangun dan mengembangkan tatanan perekonomian yang maju, berkembang, terpercaya, aman, nyaman, transparan, dan berkehati-hatian berlandaskan dan ridho Allah SWT.

e. Produk-produk di BMT

Produk pembiayaan di BMT Dinar Amanu ada 6, jenis pembiayaan tersebut antara lain :

1. Pembiayaan musyarokah

Yaitu pembiayaan dengan akad syirkah/kerjasama antara BMT dengan anggota atau nasabah yang memiliki usaha dengan keentuan modal sebagian (tidak seluruhnya) dari BMT. Pola ini juga penyertaan modal, dimana hasil keuntungan dibagi dengan kesepakatan antara BMT dengan anggota atau nasabah.

2. Pembiayaan mudhorobah

Yaitu pembiayaan dengan akad syirkah atau kerjasama antara BMT dengan anggota atau nasabah yang memiliki usaha dengan ketentuan modal seluruhnya diberi BMT, hasil keuntungan usaha dibagi sesuai dengan kesepakatan.

3. Pembiayaan murabahah

Yaitu sistem pembiayaan dengan akad jual beli, dimana anggota membutuhkan barang (sarana) usaha dan BMT dengan pembayaran di belakang dan jatuh tempo. Besarnya harga dan lamanya waktu pembayaran di tentukan berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak.

4. Pembiayaan ba'i bitsaman anjil

Yaitu sistem pembiayaan dengan akad jual beli, dimana nasabah membutuhkan barang dan BMT menyediakan

barangnya. Kemudian anggota membeli ke BMT dengan pembayaran angsuran. Mengenai besarnya angsuran lamanya pembayaran di tentukan berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak.

5. Pembiayaan Qordul hasan

Yaitu pembiayaan kebajikan, yakni pembiayaan dari BMT kepada anggota atau nasabah tanpa dikenakan jasa atau bagi hasil. Pinjaman ini di berikan dalam keadaan tertentu, misal untuk orang miskin, orang sakit, untuk fii sabilillah, biaya sekolah dan untuk dakwah.

6. Tabungan

Produk penghimpunan dana atau macam-macam tabungan di BMT :

- a. Simpanan pokok, yaitu simpanan yang dibayarkan sekali ketika masuk anggota baru BMT.
- b. Simpanan wajib, yaitu simpanan yang wajib dibayarkan tiap bulan atau setiap mengangsur pembiayaan.
- c. Simpanan poo khusus (saham), yaitu simpanan yang dibayarkan untuk modal awal dan pemupukan modal BMT, simpanan ini tidak bisa diambil kecuali dalam keadaan tertentu. Simpanan ini akan memperoleh deviden (pembagian SHU) tiap bulan.

- d. Simpanan sukarela dengan pola mudharabah ada 2 macam:
- 1) Simpanan mudharabah biasa yaitu simpanan anggota BMT yang jumlahnya tidak terbatas, dapat diambil sewaktu-waktu serta jumlah pengambilanya tidak dibatasi.
 - 2) Simpanan mudharabah berjangka yaitu (deposito), yaitu simpanan anggota BMT yang jumlahnya tertentu dan jangka waktu dan jangka waktu pengambilanya ditentukan pula sesuai kesepakatan antara penabung dengan pihak BMT, misalnya jangka 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan, dan seterusnya.
 - 3) Simpanan investasi khusus, yaitu simpanan khusus bagi perorangan atau kolektif jangka waktu minimal 5 tahun dan akan memperoleh bagi hasil khusus yang akan dapat di ambil tiap bulan.
 - 4) Simpanan haji yaitu simpanan khusus bagi perorangan yang telah mempunyai niat untuk menunaikan ibadah haji. Inshaallah dengan menyisihkan Rp. 500.000,- tiap bulan penabung akan menunaikan ibadah hai.
 - 5) Simpanan pensiun yaitu simpanan khusus bagi perorangan yang bisa di ambil jika yang bersangkutan telah pensiun.

- 6) Penghimpunan saham modal sangat di perlukan dalam sebuah usaha, lebih-lebih bagi lembaga keuangan. Ketersediaan modal sendiri sangat sangat menentukan kokoh tidaknya BMT.

2. Profil Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah atau anggota pembiayaan BMT Dinar Amanu Tulungagung. Adapun jumlah sampel yang ditentukan adalah sebanyak 56 anggota dengan teknik *simple random sampling*. Setiap responden diberikan angket untuk memberikan jawaban atas pertanyaan yang telah disediakan oleh peneliti.

3. Diskripsi Responden

Sebelum dilakukan analisis, terlebih dahulu peneliti akan menjelaskan mengenai data-data responden yang digunakan sebagai sampel yang diambil dari anggota pembiayaan di BMT Dinar Amanu Tulungagung yaitu sebagai berikut:

- a. Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin responden dari anggota pembiayaan di BMT Dinar Amanu Tulungagung adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1

Karakter Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Banyaknya Responden	Prosentase (%)
1	Laki-Laki	31	55,36%
2	Perempuan	25	44,64%
	Total	56	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.1 dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden nasabah pembiayaan BMT Dinar Amanu adalah berjenis kelamin laki-laki yaitu berjumlah 31 orang atau 55,36% dari 100% dan responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 25 orang atau setara dengan 44,64% dari

100%. Jadi dapat disimpulkan yang banyak menggunakan produk pembiayaan di BMT Dinar Amanu adalah laki-laki.

b. Diskripsi Responden Berdasarkan Usia

Adapun data mengenai usia responden anggota pembiayaan di BMT Dinar Amanu Tulungagung adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2

Karakter Responden Berdasarkan Usia

No	Usia Responden	Banyaknya responden	Prosentase (%)
1	<20 tahun	-	-
2	21-30 tahun	10	17,85%
3	31-40 tahun	20	35,71%
4	41-50 tahun	14	25%
5	>50 tahun	12	21,42%
	Total	56	100%

Sumber : Data primer diolah

Berdasarkan pada tabel diatas dapat diketahui tentang usia responden atau nasabah pembiayaan di BMT Dinar Amanu Tulungagung yang diambil sebagai populasi, yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden berusia antara 12-18 tahun tidak ada, usia responden 21-30 tahun sebanyak 10 orang atau 17,85%, usia 31-40 tahun sebanyak 20 orang atau 35,71%, usia 41-50 tahun atau 25%, dan usia > 50 tahun sebanyak 12 orang atay 21,42%. Hal ini menunjukkan bahwa sebgaiian besar nasabah atau anggota pembiayaan BMT Dinar Amanu Tulungagung berusia 31-40 tahun.

c. Deskripsi Responden berdasarkan pekerjaan

Tabel 4.3

Karakter Responden Berdasarkan Pekerjaan

Jenis pekerjaan	Banyaknya responden	Persentase (%)
Mahasiswa/pelajar	-	-
swasta/wiraswasta	20	35,71%
PNS	14	25%
Ibu rumah tangga	16	28,57%
Lain-lain	6	10,72%
Total	56	100%

Sumber : Data primer diolah

Dari jumlah responden sebesar 56 responden didapatkan hasil rata-rata pekerjaan nasabah pembiayaan di BMT Dinar Amanu Tulungagung adalah mahasiswa atau pelajar tidak ada, swasta atau wiraswasta sebanyak 20 orang atau 35,71%, PNS sebanyak 14 orang atau 25%, ibu rumah tangga sebanyak 16 orang atau 28,57%. Dan lain-lain sebanyak 6 orang atau 10,72%.

d. Diskripsi Variabel

Variabel penelitian ini terdiri dari kualitas pelayanan, etika *account officer* sebagai variabel bebas dan loyalitas nasabah sebagai variabel terikat. Data variabel-variabel tersebut diperoleh dari hasil angket yang telah disebar.

a. Diskripsi Data Kualitas Pelayanan (X1)

1. *Relyability* (X1.1)

Kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan.

2. *Responsibility* (X1.2)

Respon atau kesigapan dalam membantu pelanggan dengan memberikan layanan cepat, tepat dan tanggap serta mampu menangani keluhan para pelanggan secara baik.

3. *Assurance* (X1.3)

Kemampuan karyawan tentang pengetahuan dan informasi suatu produk yang ditawarkan dengan baik, keramahan, perhatian, dan kesopanan dalam memberikan jaminan pelayanan yang terbaik.

4. *Empaty* (X1.4)

Perhatian secara individual yang diberikan kepada pelanggan dan berusaha untuk memahami keinginan dan kebutuhan, serta mampu menangani keluhan pelanggan secara baik dan tepat.

5. *Tanggibles* (X1.5)

Kenyataan yang berhubungan dengan penampilan fisik gedung, ruang *office lobby* atau *front office* yang representative, tersedia tempat parkir yang layak,

kebersihan, kerapihan, aman dan kenyamanan di lingkungan perusahaan dipelihara secara baik.

Dari semua penjelasan diatas, maka berdasarkan hasil dari data kuesioner yang diperoleh pada variabel etika karyawan adalah sebagai berikut.

Tabel 4.4

Data Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Pengukuran	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total	%
Sangat setuju	7	4	4	6	5	26	9,2%
Setuju	26	21	19	27	23	116	41,4%
Netral	15	18	26	10	22	91	32,5%
Tidak setuju	8	14	7	13	6	48	17,14%
Sangat tidak setuju	-	-	-	-	-	-	-

Sumber : Data primer diolah

Dari tabel 4.4 dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan BMT Dinar Amanu sudah sesuai dengan janji yang di tawarkan. Karena sebanyak 41,4% responden menjawab setuju.

b. Diskripsi Data Etika *Account Officer* (X2)

1. Sikap dan perilaku (X2.1)

bagian penting etika perbankan atau etiket pelayanan karena sikap dan perilaku menunjukkan kepribadian seseorang dan citra perusahaan.

2. Penampilan dan cara berpakaian (X2.2)

penampilan awal yang baik akan memberikan kesan pertama yang baik pula terhadap nasabah sehingga akan timbul rasa kagum, simpatik, dan hormat terhadap nasabah.

3. Cara berbicara (X2.3)

Disamping cara berpakaian yang baik karyawan bank dituntut untuk mampu berkomunikasi dengan nasabah. Komunikasi yang dilakukan diharapkan dapat membuat nasabah tertarik dan terkesan terhadap bank atau lembaga keuangan lainnya.

4. Cara bertanya (X2.4)

Cara bertanya terhadap nasabah juga sangat penting dilakukan oleh karyawan suatu lembaga keuangan karena jika seorang karyawan tersebut salah dalam berbicara bisa menyebabkan terjadi salah paham terhadap nasabah.

5. Gerak – gerak (X2.5)

Gerak-gerak yang diperlihatkan oleh karyawan dalam melayani nasabah perlu diatur secara baik dan benar. Gerak-gerak yang salah akan menyebabkan salah paham antara nasabah dengan karyawan.

Tabel 4.5

Hasil kuisioner variabel etika *account officer* (X2)

Pengukuran	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total	%
Sangat setuju	10	6	8	10	2	36	12,8%
Setuju	17	21	16	17	15	86	30,7%
Netral	16	15	20	18	19	88	31,4%
Tidak setuju	11	11	10	7	8	47	16,7%
Sangat tidak setuju	2	3	2	4	2	13	4,6%

Sumber : data primer diolah

Dari tabel 4.4 dapat dilihat bahwa etika *account officer* BMT Dinar Amanu sudah sesuai dengan janji yang di tawarkan. Karena sebanyak 30,7% responden menjawab setuju.

c. Diskripsi data loyalitas anggota (Y)

1. Loyalitas kongnitif (Y.1)

konsemuen yang mempunyai loyalitas pada tahap ini menggunakan sebuah basis informasi yang memaksa menunjuk pada suatu merek atas merek lain, loyalitasnya hanya didasarkan pada aspek kognisi saja.

2. Loyalitas efektif (Y.2) (Y3)

didasarkan pada aspek afektif konsumen. Sikap merupakan fungsi dari kognisi (pengharapan) pada awal pembelian (masa prakonsumsi) dan merupakan fungsi dari sikap

sebelumnya plus kepuasan di periode berikutnya (masa pasca konsumsi).

3. Loyalitas konotatif (Y.4)

suatu kondisi loyal yang terdapat sebuah komitmen mendalam untuk melakukan pembelian.

4. Loyalitas tindakan pembelian ulang (Y.5)

sebuah tindakan yang sangat penting bagi pemasar, tetapi menginterpretasikan loyalitas hanya pada pembelian ulang saja tidak cukup, karena pelanggan yang membeli ulang belum tentu mempunyai sebuah sikap positif terhadap barang atau jasa yang dibeli.

Tabel 4.6

Hasil kuisioner variabel loyalitas anggota (Y)

Pengukuran	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total	%
Sangat setuju	10	6	8	7	12	43	15,3%
Setuju	21	18	15	19	19	92	32,8%
Netral	12	21	22	21	19	95	33,9%
Tidak setuju	12	10	10	7	6	45	16%
Sangat tidak setuju	1	1	1	2	-	5	1,7%

Sumber : data primer diolah

Dari tabel 4.4 dapat dilihat bahwa loyalitas anggota BMT Dinar Amanu sudah sesuai dengan janji yang di tawarkan. Karena sebanyak 32,8% responden menjawab setuju.

B. Pengujian Hipotesis

1. Uji Validitas Dan Uji Reabilitas

a. Uji Validitas

Dalam uji validitas dilakukan pengujian validitas setiap item soal dan dilakukan uji validitas seluruh variabel. Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid tidaknya butir instrumen. Dalam penelitian ini, validitas dari indikator dianalisis menggunakan *df* (*degree of freedom*) dengan rumus $df = n - k$, dimana n = jumlah sampel, k = jumlah variabel independen. Jadi *df* yang digunakan adalah $56 - 2 = 54$ dengan alpha sebesar 5%, maka menghasilkan nilai *r* tabel sebesar 0,263. Jika *r* hitung (untuk tiap butir dapat dilihat pada kolom *Corrected Item –TotalCorrelation*) lebih besar dari *r* tabel dan nilai *r* positif, maka butir pernyataan dikatakan valid.¹

Tabel 4.7

Uji validitas Variabel Kualitas Pelayanan X.1

No Item	r hitung	r tabel	Keterangan
X1.1	0,275	0,263	Valid
X1.2	0,525	0,263	Valid
X1.3	0,477	0,263	Valid
X1.4	0,519	0,263	Valid

¹ Ridwan dan Sunarto, *Pengantar Statistika Untuk Penelitian: Pendidikan Sosial, Komunikasi, Ekonomi dan Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2010), Hlm. 353

X1.5	0,304	0,263	Valid
------	-------	-------	-------

Sumber : Data primer, diolah oleh SPSS 21.

Tabel 4.8

Uji validitas Variabel Etika *Account Officer X.2*

No Item	r hitung	R tabel	Keterangan
X2.1	0,682	0,263	Valid
X2.2	0,691	0,263	Valid
X2.3	0,722	0,263	Valid
X2.4	0,759	0,263	Valid
X2.5	0,618	0,263	Valid

Sumber : Data primer, diolah oleh SPSS 21.

Tabel 4.9

Uji validitas Variabel Loyalitas Anggota Y

No Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Y1	0,510	0,263	Valid
Y2	0,481	0,263	Valid
Y3	0,562	0,263	Valid
Y4	0,485	0,263	Valid
Y5	0,314	0,263	Valid

Sumber : Data primer, diolah oleh SPSS 21.

Berdasarkan pengujian pada tabel uji validitas diatas, diketahui bahwa nilai r_{hitung} dari semua indikator variabel lebih besar dari nilai

r tabelnya. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

Dalam penelitian ini, berarti semua item dalam instrument memenuhi persyaratan validitas secara statistic serta dapat mengukur dengan tepat dan cermat.

b. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas instrumen dalam suatu penelitian dilakukan karena keterandalan instrumen berkaitan dengan keajekan dan taraf kepercayaan terhadap instrumen penelitian tersebut. Dalam penentuan tingkat reliabilitas suatu instrument penelitian dapat diterima bila memiliki koefisien alpha lebih besar dari 0,60 seperti yang dikemukakan oleh Nugroho dan Suyuthi. Berikut hasil dari pengujian reliabilitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.10

Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan X1

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,663	5

Sumber : Data primer, diolah oleh SPSS 21.

Berdasarkan pengujian pada tabel uji reabilitas diatas, diketahui bahwa nilai Cronbach's Alpha variabel harga lebih besar dari 0,60 yaitu $0,663 > 0,60$, ini berarti variabel harga realible.

Tabel 4.11

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Etika Account Officer X2

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,869	5

Sumber : Data primer, diolah oleh SPSS 21.

Berdasarkan pengujian pada tabel uji reabilitas diatas, diketahui bahwa nilai Cronbach's Alpha variabel harga lebih besar dari 0,60 yaitu $0,869 > 0,60$, ini berarti variabel harga reliable.

Tabel 4.12

Hhasil Uji Reliabilitas Loyalitas Anggota Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,712	5

Sumber : Data primer, diolah oleh SPSS 21.

Berdasarkan pengujian pada tabel uji reabilitas diatas, diketahui bahwa nilai Cronbach's Alpha variabel harga lebih besar dari 0,60 yaitu $0,712 > 0,60$, ini berarti variabel harga reliable.

Berdasarkan *Reliability Statistics* semua variabel diatas ini berarti konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi faktor kesempatan untuk maju (X_1 , X_2 , dan Y) adalah reliable. Karena angka pada *Cronbach's Alpha* tersebut lebih besar dari 0,60 dan termasuk kedalam kelas nomor empat yaitu yang memiliki nilai

Alpha Cronbach's antara 0,60 sampai dengan 0,80 yang berarti reliable, seperti yang dikemukakan oleh triton.²

Sehingga berdasarkan hasil uji reliabilitas diatas, responden menunjukkan kestabilan dan memiliki konsistensi yang tinggi dalam menjawab konstruk-konstruk pernyataan yang merupakan dimensi variabel kualitas pelayanan (X_1), etika *account officer* (X_2), dan loyalitas anggota (Y) yang disusun dalam suatu bentuk kuesioner.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengecek apakah data penelitian berasal dari populasi yang sebenarnya normal. Untuk mengetahui apakah data dalam penelitian ini berdistribusi normal atau tidak maka dilakukan pengujian dengan pendekatan *Kolmogorow-Smirnov*.³ Kemudian pengolahannya menggunakan aplikasi software SPSS 21. Berikut hasil perhitungannya :

² *Ibid*, Hlm. 97

³ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: PT Prestasi Pustakarya, 2009), hlm 80.

Tabel 4.13
Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test				
		kualitas_pelaya nan	etika_account_o fficer	loyalitas_anggot a
N		56	56	56
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	17,11	16,79	17,20
	Std. Deviation	2,877	4,479	3,440
Most Extreme Differences	Absolute	,114	,125	,094
	Positive	,114	,125	,094
	Negative	-,093	-,110	-,078
Kolmogorov-Smirnov Z		,854	,938	,705
Asymp. Sig. (2-tailed)		,460	,343	,703

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Data primer, diolah oleh SPSS 21.

Dari tabel *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* diperoleh angka probabilitas atau *Asym. Sig. (2-tailed)*. Nilai ini dibandingkan dengan 0.05 (dalam kasus ini menggunakan taraf signifikansi atau $\alpha = 5\%$) untuk pengambilan keputusan dengan pedoman :

- ✓ Nilai Sig. atau signifikansi atau nilai probabilitas < 0.05 , distribusi data adalah tidak normal.
- ✓ Nilai Sig. atau signifikansi atau nilai probabilitas > 0.05 , distribusi data adalah normal.

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel berdistribusi normal, hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi kualitas pelayanan sebesar $0,854 > 0,05$, nilai signifikansi etika *account officer* sebesar $0,938 > 0,05$, nilai signifikansi loyalitas anggota sebesar $0,705 > 0,05$..

Jadi, dapat diambil kesimpulan bahwa semua variabel dalam penelitian ini yaitu kualitas pelayanan, etika *account officer* dan loyalitas anggota berdistribusi normal dan dapat dilakukan penelitian selanjutnya.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas timbul sebagai akibat adanya hubungan antara dua variabel bebas atau lebih atau adanya kenyataan antara dua variabel penjelas atau lebih bersama-sama dipengaruhi variabel ketiga yang berada di luar model.⁴ Untuk mendeteksi uji multikolinieritas dinyatakan jika nilai Variance Inflation Factor (VIF) tidak lebih dari 10 maka model bebas dari multikolinieritas. Berikut adalah hasil pengujian dengan multikolinieritas:

Tabel 4.14

Hasil Uji multikolinieritas

Model	Coefficients ^a	
	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
kualitas_pelayanan	,983	1,017
etika_account_officer	,983	1,017

a. Dependent Variable: loyalitas_anggota

Sumber : Data primer, diolah oleh SPSS 21.

⁴ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: PT Prestasi Pustakarya, 2009) hlm 88.

Berdasarkan *Coefficients* diatas diketahui bahwa nilai VIF adalah 1,017 (kualitas pelayanan), 1,017 (etika *account officer*). Berdasarkan hasil ini berarti variabel terbebas dari asumsi klasik multikolinieritas karena hasilnya lebih kecil dari 10.

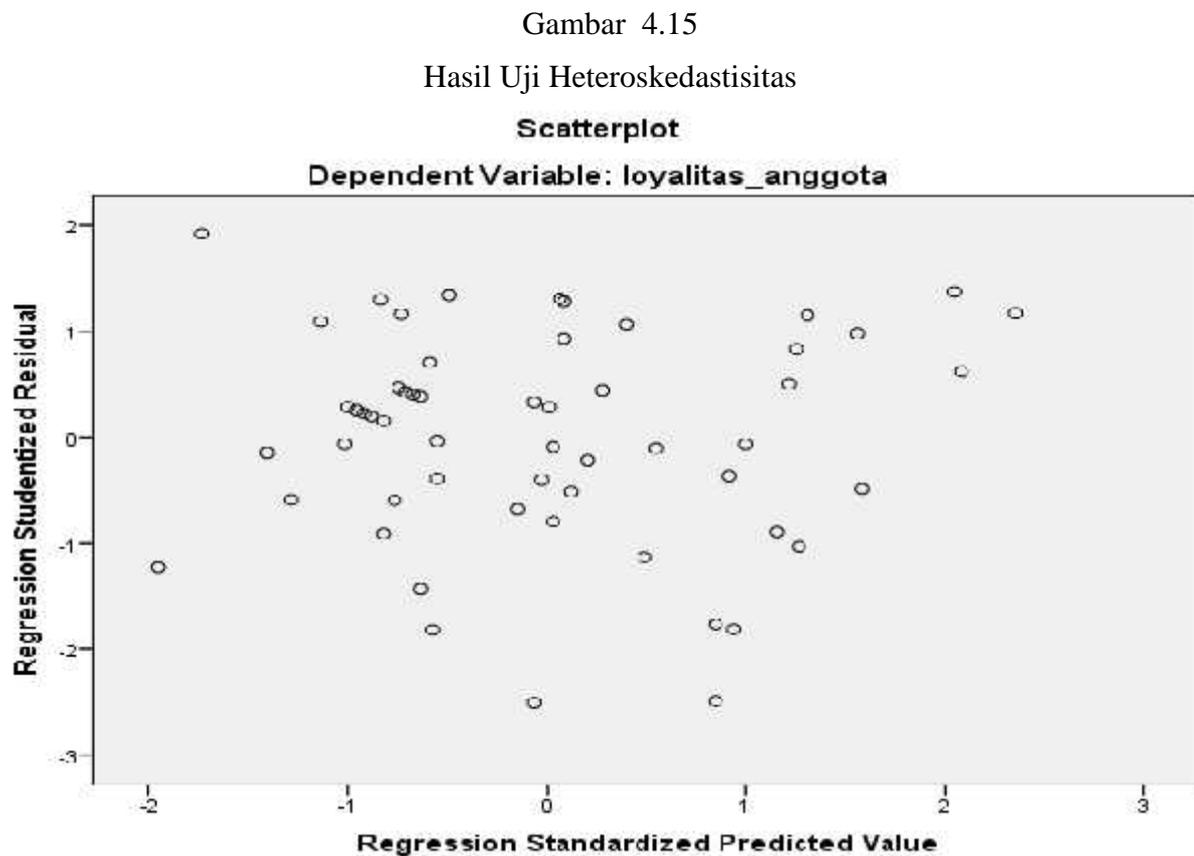
Sehingga dapat disimpulkan bahwa ke tujuh variabel independent tidak saling berkorelasi, karena semua variabel memiliki nilai VIF lebih kecil dari 10 ehingga terbebas dari multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Untuk mendeteksi ada tidaknya heterokedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar Scatterplot model tersebut.

Tidak terdapat heterokedastisitas jika:

1. Penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola.
2. Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0.
3. Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau dibawah saja.



Sumber : Data primer, diolah oleh SPSS 21.

Dari gambar 4.15 diatas 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.

3. Uji Analisis Regresi Berganda

Hasil pengujian pengaruh variabel independen kualitas pelayanan dan etika *account officer* terhadap variabel dependen (loyalitas anggota). Hasil uji regresi linier berganda disajikan sebagai berikut.

Tabel 4.16
Hasil uji Regresi Berganda

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
	(Constant)	4,837	2,914		1,660	,103
1	kualitas_pelayanan	,307	,135	,257	2,269	,027
	etika_account_officer	,424	,087	,552	4,878	,000

a. Dependent Variable: loyalitas_anggota

Sumber : Data primer, diolah oleh SPSS 21.

Berdasarkan dari hasil uji regresi linier berganda diatas maka dapat diperoleh hasil persamaan yaitu sebagai berikut:

$$Y = 4,837 + 0,307 (\text{kualitas pelayanan}) + 0,424 (\text{etika account officer})$$

Dari persamaan regresi diatas, maka dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar 4,837 menunjukkan bahwa jika nilai variabel kualitas pelayanan dan etika *account officer* meningkat sebesar 0,125 satuan.
- b. Koefisien regresi X_1 (kualitas pelayanan) sebesar 0,307 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda positif) dengan satu satuan maka loyalitas anggota akan meningkat sebesar 0,307 satuan.
- c. Koefisien regresi X_2 (etika *account officer*) sebesar 0,424 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda positif) dengan satu satuan maka loyalitas anggota akan meningkat sebesar 0,424 satuan.

- d. Tanda (+) menandakan arah hubungan yang searah, sedangkan tanda (-) menunjukkan arah hubungan yang berbanding terbalik antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).

4. Uji Hipotesis

a. Uji T

Uji T digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan Y, apakah variabel independen benar-benar berpengaruh terhadap variabel dependen secara terpisah atau parsial. Untuk menginterpretasikan koefisien variabel bebas (independen) dapat menggunakan *unstandardized coefficient* maupun *standardized coefficient* yaitu dengan melihat nilai signifikansi masing-masing variabel. pada tingkat signifikansi = 5%, adapun prosedurnya sebagai berikut :

Tabel 4.17

Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	4,837	2,914		1,660	,103
	kualitas_pelayanan	,307	,135	,257	2,269	,027
	etika_account_officer	,424	,087	,552	4,878	,000

a. Dependent Variable: loyalitas_anggota

Sumber : Data primer, diolah oleh SPSS 21.

1) Pengaruh kualitas pelayanan (X_1) terhadap loyalitas anggota (Y)

H_0 = Tidak ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota di BMT Dinar Amanu Tulungagung

H_1 = Ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota di BMT Dinar Amanu Tulungagung

Berdasarkan analisis regresi secara parsial didapatkan nilai sig $0,027 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan menerima H_1 . Ini berarti bahwa ada pengaruh yang signifikan antara produk terhadap loyalitas anggota di BMT Dinar Amanu Tulungagung.

2) Pengaruh etika *account officer* (X_1) terhadap loyalitas anggota (Y)

H_0 = Tidak ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota di BMT Dinar Amanu Tulungagung

H_1 = Ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota di BMT Dinar Amanu Tulungagung

Berdasarkan analisis regresi secara parsial didapatkan nilai sig $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan menerima H_1 . Ini berarti bahwa ada pengaruh yang signifikan antara produk terhadap loyalitas anggota di BMT Dinar Amanu Tulungagung.

Jadi berdasarkan uji t diatas maka dapat diambil kesimpulan bahwa 2 variabel independent yang berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian yaitu variabel kualitas pelayanan dan etika *account officer*.

b. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama- sama. Dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

Tabel 4.18

Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	217,069	2	108,534	13,261	,000 ^b
Residual	433,770	53	8,184		
Total	650,839	55			

a. Dependent Variable: loyalitas_anggota

b. Predictors: (Constant), etika_account_officer, kualitas_pelayanan

Sumber : Data primer, diolah oleh SPSS 21.

H_0 = artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama

H_1 = artinya terdapat pengaruh yang signifikan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama.

Kriteria pengambilan :

H_0 diterima, apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada taraf signifikansi = 5%.

H_1 diterima, apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada taraf signifikansi = 5%.

Dari uji Anova atau F test didapatkan nilai F_{hitung} sebesar 13,261 yang lebih besar dari F_{tabel} sebesar 2,77 dan signifikansi F sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 (dalam kasus ini menggunakan taraf signifikansi atau $\alpha = 5\%$).

Sehingga berdasarkan penelitian ini, dapat diambil kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Karena F_{hitung} yang lebih besar dari F_{tabel} atau signifikansi F yang lebih kecil dari nilai α atau dengan kata lain ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan dan etika *account officer* terhadap loyalitas anggota di BMT Dinar Amanu Tulungagung.

5. Analisis Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*)

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen, dengan melihat nilai *Adjusted R Square* dari data tabel *Model Summary*.⁵

Tabel 4.19

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,578 ^a	,334	,308	2,861

a. Predictors: (Constant), etika_account_officer, kualitas_pelayanan
Sumber : Data primer, diolah oleh SPSS 21.

⁵ Santoso, *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2000).

Berdasarkan tabel 4.19 diatas dapat diketahui bahwa *Adjusted R square* adalah 0,308, artinya 30% variabel teikat loyalitas anggota (Y) dijelaskan oleh variabel bebas yang terdiri dari kualitas pelayanan dan etika *account officer*. Dan sisanya sebesar 70% dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan. Jadi, sebagian kecil variabel terikat dijelaskan oleh variabel-variabel bebas yang digunakan dalam model.