

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

1. Letak Geografis Objek Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi di Koperasi Wanita Syariah Rohmah yang terletak di Desa Pucung Kidul RT/01 RW/01 Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung. Pemilihan ini berdasarkan beberapa pertimbangan:

a. Dekat dengan Kantor Desa

Lokasi Koperasi Wanita Syariah ini dekat dengan Kantor Desa sehingga mudah diketahui dan mudah di jangkau karena tempatnya yang strategis dekat dengan Kantor pelayanan masyarakat.

b. Dekat dengan perumahan penduduk

Lokasinya yang dekat dengan rumah penduduk memungkinkan masyarakat untuk menggunakan jasa Koperasi Wanita Syariah.

c. Masyarakat sekitar

Masyarakat disekitar lokasi Koperasi Wanita Syariah Rohmah banyak memberi dukungan untuk berdirinya organisasi tersebut.

Koperasi Wanita Syariah Rohmah Pucung Kidul berdiri dan mulai beroperasi pada tanggal 25 Februari 2015, kemudian mempunyai badan hukum dari Dinas Koperasi dan UMKM, dengan identitas sebagai berikut:

Nama : Koperasi Wanita Syariah “Rohmah Pucung Kidul”

Badan Hukum : No. 188.4/712/BH/XVI.29/115/2016 Tanggal 25 Februari 2016

Alamat :Desa Pucung Kidul RT/01 RW/01 Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung

2. Sejarah Koperasi Wanita Syariah

Geliat gerakan ekonomi Islam sebenarnya telah ada sejak tahun 1905 dengan berdirinya Syarikat Dagang Islam. Karena pengaruh beberapa faktor, gerakan ini tidak dapat diwariskan sehingga terjadi kevakuman ekonomi Islam yang cukup lama di Indonesia.

Gerakan ini kemudian muncul kembali pada tahun 1980-an, ditandai dengan berdirinya Baitutamwil Teknosa di Bandung, kemudian disusul dengan berdirinya Baituttamwil Ridho Gusti di

Jakarta. Namun, seperti para pendahulunya, gerakan ini tidak dapat bertahan lama kemudian tidak terdengar gaungnya kembali.

Pada tahun 1992, dengan kemunculan BMT (Baitul Maal Tamwil) Bina Insan Kamil di Jakarta, perbincangan mengenai koperasi syariah mulai marak. Hal ini dikarenakan suksesnya BMT Bina Insan Kamil memberikan warna baru bagi perekonomian, utamanya bagi para pengusaha mikro. Sejak saat itu, wacana mengenai koperasi wanita syariah mulai mendapatkan perhatian yang cukup besar di dalam masyarakat.

Pada awal berdirinya, BMT ini hanya berbentuk KSM Syariah (kelompok Swadaya Masyarakat berdasarkan Syariah) namun memiliki kinerja layaknya sebuah bank. Diklasifikasikannya BMT ke dalam KSM Syariah saat itu semata-mata hanya untuk menghindari jeratan hukum sebagai bank gelap. Hal ini terkait dengan peraturan Bank Indonesia yang memiliki program PHBK Bank Indonesia (Pola Hubungan kerja sama antara Bank dengan kelompok Swadaya Masyarakat).

Seiring dengan adanya Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan, yang menyebutkan bahwa segala kegiatan dalam bentuk peghimpunan dana masyarakat dalam bentuk tabungan dan menyalurkan dalam bentuk kredit harus berbentuk bank, maka munculah beberapa LPSM (Lemabaga Pengembangan Swadaya

Masyarakat) yang mencoba memayungi KSM dan BMT. LPSM tersebut pada awalnya dimotori oleh P3UK, PINBUK oleh ICMI dan FES Dompot Dhuafa oleh Republika. LPSM ini berusaha memfasilitasi KSM BMT untuk mendapatkan bantuan dana dari BMI (Bank Muamalat Indonesia), yang merupakan satu-satunya Bank Umum Syariah pada waktu itu, untuk pengembangan usahanya. Selain itu, LPSM ini juga menjadi fasilitator bagi pengembangan SDM KSM BMT.

Perkembangan ini dibarengi dengan kesadaran pemerintah akan makna Pasal 33 Ayat 1 Undang-Undang Dasar 1945 yang menyatakan bahwa perekonomian Indonesia dibangun atas dasar asas kekeluargaan, sehingga asas kemakmuran masyarakat merupakan poin utama. Dari asas inilah kemudian dipahami bahwa bentuk usaha yang tepat dan sesuai dengan semangat pasal ini adalah Koperasi. Dari kesadaran ini, pemerintah mensahkan Undang-Undang Republik Indonesia No. 25 Tahun 1992 pada tanggal 12 Oktober 1992 Tentang Perkoperasian.

Lebaga BMT yang memiliki basis kegiatan ekonomi rakyat yang berpegang teguh pada asas dari anggota, oleh anggota dan untuk anggota, sesuai dengan Undang-Undang tersebut, berhak menggunakan badan hukum koperasi. Letak perbedaan BMT dengan koperasi konvensional yang lainnya hanyalah pada sisi operasional. BMT sebagai Koperasi Syariah mengharamkan bunga dan mengusung etika moral dengan melihat kaidah haram dan halal dalam proses melakukan

usahanya. Sejak saat itu, Koperasi Syariah terus berkembang pesat hingga saat ini.¹

Kelahiran Koperasi Syariah di Indonesia dilandasi oleh Keputusan Menteri (Kepmen) Koperasi dan UKM Republik Indonesia Nomor 91/Kep/M.KUKM/IX/2004 tanggal 10 September 2004 Tentang Petunjuk Pelaksanaan kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah. Keputusan Menteri ini memfasilitas berdirinya Koperasi Syariah menjadi Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) atau Unit Jasa Keuangan Syariah (UJKS), dengan adanya sistem ini membantu koperasi serba usaha di Indonesia memiliki unit jasa keuangan syariah.²

Pemerintah dan berbagai pihak terus memberi dukungan kuat pada kegiatan pemberdayaan kaum perempuan Indonesia. Dukungan tersebut dilakukan melalui banyak sektor, seperti kesehatan, pendidikan, ekonomi, dan sebagainya. Upaya ini dimaksudkan agar makin menguatkan kemandirian kaum perempuan, termasuk dalam memberikan sumbangsuhnya pada upaya meningkatkan derajat perekonomian dan kesejahteraan keluarga.

Salah satu kegiatan pemberdayaan perempuan yang dilakukan melalui sektor ekonomi adalah usaha koperasi. Koperasi yang selama ini dikenal sebagai pilar dari perekonomian bangsa meruapkan pilihan tepat bagi kaum perempuan dalam meningkatkan kesejahteraan

¹ <https://ikosindo.or.id/sejarah-koperasi-syariah-di-indonesia/>

² <https://bagian-ku.blogspot.co.id/2013/11/sejarah-koperasi-syariah.html>

keluarga maupun kelompoknya. Apalagi saat ini peranan pemerintah dalam melindungi koperasi dari hambatan kekuatan yang besar dan jaringan yang kokoh, sehingga memungkinkan koperasi dan anggotanya bisa hidup sejahtera. Koperasi wanita merupakan satu badan usaha yang digerakkan oleh perempuan dan jenis operasioalnya merupakan simpan pinjam baik berpola konvensional ataupun berpola syariah.

3. Struktur Organisasi Koperasi Wanita Syariah Rohmah Pucung Kidul Boyolangu Tulugagung

Koperasi Wanita Syariah Rohmah Pucung Kidul Boyolangu Tulungagung memiliki struktur organisasi yang diciptakan sesuai dengan perkembangan kebutuhan. Oleh karena itu, struktur ini dapat berubah jika kebutuhan berubah pula. Berdasarkan prinsip tersebut maka struktur organisasi Koperasi Wanita Syariah Rohmah Pucung Kidul Boyolangu Tulungagung Periode Desember 2017 adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1
STRUKTUR ORGANISASI

No.	Nama	Jabatan
1.	Supatmi Lestari	Ketua
2.	Sinarsih	Sekretaris

3.	Indah Wahyuningsih	Bendahara
4.	Siti Suwaibah	Koordinator

4. Visi dan Misi Koperasi Wanita Syariah

Visi Koperasi Wanita Syariah Rohmah Pucung Kidul Boyolangu Tulungagung ini yaitu “Menjadikan Koperasi Wanita Syariah terbaik di Tulungagung dengan prinsip syariah”.

Misi Koperasi Wanita Syariah Rohmah Pucung Kidul Boyolangu Tulungagung ini yaitu:

- a. Menciptakan kesejahteraan bagi para anggota yang mampu berkesinambungan.
- b. Berdaya guna sebagai mitra strategis dan terpercaya bagi seluruh anggota.
- c. Berkontribusi dalam perkembangan perkoperasian di Indonesia.
- d. Mengelola koperasi dan unit uaha secara profesional dengan menerapkan prinsip “*Good Corporate Governance*”.

B. Karakteristik Responden

Sebelum dilakukan analilis, terlebih dahulu penulis akan menjelaskan mengenai data-data responden yang digunakan sebagai sampel yang diambil responden anggota pada Koperasi Wanita Syariah Rohmah Pucung Kidul Boyolangu Tulungagung.

1. Jenis Kelamin Responden

Pengumpulan data melalui kuesioner berdasarkan jenis kelamin terhadap 35 responden, diperoleh hasil seperti tabel berikut:

Tabel 4.2
JENIS KELAMIN RESPONDEN

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
1.	Pria	-	-
2.	Wanita	35	100%
Total		35	100%

Sumber: Hasil Pengelolaan Data Primer

Berdasarkan tabel 4.2 diatas dapat diketahui bahwa proporsi responden yang mengisi kuesioner, dari 35 responden ternyata sebanyak 35 responden atau 100% adalah berjenis kelamin wanita semua.

2. Umur Responden

Pengujian data melalui kuesioner berdasarkan umur responden sebanyak 35 responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3
UMUR RESPONDEN

No.	Usia Responden	Frekuensi	Presentase
-----	----------------	-----------	------------

1.	Dibawah 20 Thn	-	-
2.	20-29 Thn	2	6%
3.	30-39 Thn	16	46%
4.	39-49 Thn	12	34%
5.	Diatas 50 Thn	5	14%
Total		35	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer.

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa jumlah responden yang berusia antara (30-39 Tahun) adalah yang paling banyak, dengan jumlah 16 responden atau 46%. Diikuti oleh responden yang berusia (39-49 Tahun) dengan jumlah 12 responden atau 34% . sedangkan sisanya sebanyak 5 respoden atau 14% yang usianya (Diatas 50 Tahun) dan 2 responden atau 6% berusia (20-29 Tahun).

3. Pekerjaan Responden

Adapun data mengenai pekerjaan responden seluruh anggota Koperasi Wanita Syariah Rohmah Pucung Kidul Boyolangu Tulungagung adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4
PEKERJAAN RESPONDEN

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
-----	---------------	-----------	------------

1.	Pelajar	-	-
2.	PNS	-	-
3.	Wiraswasta	6	17%
4.	Lain-lain	29	83%
Total		35	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer.

Berdasarkan keterangan pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar dari pekerjaan responden seluruh anggota Koperasi Wanita Syariah Rohmah Pucung Kidul Boyolangu Tulungagung sebanyak 29 responden atau 83% adalah lain-lain, sedangkan Wiraswasta sebanyak 6 responden atau 17%. Sedangkan yang sebagai pelajar atau PNS adalah 0 reponden.

C. Deskripsi Variabel Penelitian

1. Variabel *Product* (X1)

Tabel 4.5

**TANGGAPAN RESPONDEN TENTANG VARIABEL
*PRODUCT***

Jawaban	Jumlah	Presentase
Sangat setuju	91	43%
Setuju	107	51%
Ragu-ragu	12	6%
Tidak Setuju	0	0%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total	210	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer.

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa untuk variabel *product* yang diwakili oleh 6 item pertanyaan sebanyak 43% responden

menyatakan sangat setuju, sedangkan 51% menyatakan setuju dan 6% responden menyatakan ragu-ragu.

2. Variabel *Price* (X2)

Tabel 4.6
TANGGAPAN RESPONDEN TENTANG VARIABEL *PRICE*

Jawaban	Jumlah	Presentase
Sangat setuju	37	18%
Setuju	143	68%
Ragu-ragu	30	14%
Tidak Setuju	0	0%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total	210	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer.

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa untuk variabel *Price* yang diwakili oleh 7 item pertanyaan sebanyak 18% responden menyatakan sangat setuju, sedangkan 68% menyatakan setuju dan 14% responden menyatakan ragu-ragu.

3. Variabel *Place* (X3)

Tabel 4.7

TANGGAPAN RESPONDEN TENTANG VARIABEL *PLACE*

Jawaban	Jumlah	Presentase
Sangat setuju	136	78%
Setuju	39	22%
Ragu-ragu	0	0%
Tidak Setuju	0	0%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total	175	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer.

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa untuk variabel *Place* yang diwakili oleh 5 item pertanyaan sebanyak 78% responden menyatakan sangat setuju, sedangkan 22% responden menyatakan setuju.

4. Variabel *Promotion* (X4)

Tabel 4.8

TANGGAPAN RESPONDEN TENTANG VARIABEL *PROMOTION*

Jawaban	Jumlah	Presentase
Sangat setuju	103	73%
Setuju	35	25%
Ragu-ragu	2	2%
Tidak Setuju	0	0%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total	140	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer.

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa untuk variabel *Promotion* yang diwakili oleh 4 item pertanyaan sebanyak 73%

responden menyatakan sangat setuju, sedangkan 25% responden menyatakan setuju, 2% responden menyatakan ragu-ragu.

5. Variabel Minat Anggota (Y)

Tabel 4.9
TANGGAPAN RESPONDEN TENTANG VARIABEL MINAT
ANGGOTA

Jawaban	Jumlah	Presentase
Sangat setuju	35	17%
Setuju	132	63%
Ragu-ragu	43	20%
Tidak Setuju	0	0%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Total	210	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer.

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa untuk variabel Minat Anggota yang diwakili oleh 6 item pertanyaan sebanyak 17% responden menyatakan sangat setuju, sedangkan 63% responden menyatakan setuju, dan 20% responden menyatakan ragu-ragu.

D. Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reabilitas

a. Uji Validitas Instrumen

Seperti yang dikemukakan oleh Nugroho, bahwa Nilai Validitas masing-masing butir pertanyaan atau pernyataan dapat dilihat pada nilai *Correlated Item-Total Correlation* masing-masing

butir pertanyaan atau pernyataan.³ Untuk responden sebanyak 35 orang, dari jumlah responden tersebut dapat diketahui besarnya r_{tabel} adalah 0,3338 ($df = n-2 = 35-2 = 33$) dengan taraf kesalahan 5%. Jadi, data dikatakan valid ketika nilai r_{hitung} pada *Correlated Item-Total Correlation* lebih besar dari r_{tabel} 0,3338. Pengujian selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.10

UJI VALIDITAS INSTRUMEN VARIABEL PRODUK (X1)

Kode/Item	Person Correlation (r_{hitung})	R Tabel (N=33) Taraf Signifikansi 5% (r_{tabel})	Status
P1	0,684	0,3338	Valid
P2	0,759	0,3338	Valid
P3	0,667	0,3338	Valid
P4	0,626	0,3338	Valid
P5	0,727	0,3338	Valid
P6	0,701	0,3338	Valid

Sumber: Output SPSS 22.0 2017

Berdasarkan tabel 4.5 diatas, diketahui nilai *Correlated Item-Total Correlation* r_{tabel} 0,3338, karena hasil lebih besar dari 0,3338 maka dalam penelitian ini berarti semua item dalam instrumen memenuhi persyaratan validitas.

Tabel 4.11

³ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik...*, hal 105

UJI VALIDITAS INSTRUMEN VARIABEL *PRICE* (X2)

Kode/Item	Person Correlation (r_{hitung})	R Tabel (N=33) Taraf Signifikansi 5% (r_{tabel})	Status
P1	0,686	0,3338	Valid
P2	0,780	0,3338	Valid
P3	0,662	0,3338	Valid
P4	0,713	0,3338	Valid
P5	0,610	0,3338	Valid
P6	0,691	0,3338	Valid
P7	0,503	0,3338	Valid

Sumber: Output SPSS 22.0 2017

Berdasarkan tabel 4.6 diatas, diketahui nilai *Correlated Item-Total Correlation* r_{tabel} 0,3338, karena hasil lebih besar dari 0,3338 maka dalam penelitian ini berarti semua item dalam instrumen memenuhi persyaratan validitas.

Tabel 4.12
UJI VALIDITAS INSTRUMEN VARIABEL *PLACE* (X3)

Kode/Item	Person Correlation (r_{hitung})	R Tabel (N=33) Taraf Signifikansi 5% (r_{tabel})	Status
P1	0,581	0,3338	Valid
P2	0,726	0,3338	Valid
P3	0,749	0,3338	Valid
P4	0,661	0,3338	Valid
P5	0,541	0,3338	Valid

Sumber: Output SPSS 22.0 2017

Berdasarkan tabel 4.7 diatas, diketahui nilai *Correlated Item-Total Correlation* r_{tabel} 0,3338, karena hasil lebih besar dari 0,3338 maka dalam penelitian ini berarti semua item dalam instrumen memenuhi persyaratan validitas.

Tabel 4.13
UJI VALIDITAS INSTRUMEN VARIABEL *PROMOTION*
(X4)

Kode/Item	Person Correlation (r_{hitung})	R Tabel (N=33) Taraf Signifikansi 5% (r_{tabel})	Status
P1	0,708	0,3338	Valid
P2	0,755	0,3338	Valid
P3	0,786	0,3338	Valid
P4	0,823	0,3338	Valid

Sumber: Output SPSS 22.0 2017

Berdasarkan tabel 4.8 diatas, diketahui nilai *Correlated Item-Total Correlation* r_{tabel} 0,3338, karena hasil lebih besar dari 0,3338 maka dalam penelitian ini berarti semua item dalam instrumen memenuhi persyaratan validitas.

Tabel 4.14
UJI VALIDITAS INSTRUMEN VARIABEL MINAT
ANGGOTA (Y)

Kode/Item	Person Correlation (r_{hitung})	R Tabel (N=33) Taraf Signifikansi 5% (r_{tabel})	Status
P1	0,726	0,3338	Valid
P2	0,698	0,3338	Valid
P3	0,883	0,3338	Valid
P4	0,800	0,3338	Valid
P5	0,851	0,3338	Valid
P6	0,681	0,3338	Valid

Sumber: Output SPSS 22.0 2017

Berdasarkan tabel 4.9 diatas, diketahui nilai *Correlated Item-Total Correlation* r_{tabel} 0,3338, karena hasil lebih besar dari 0,3338 maka dalam penelitian ini berarti semua item dalam instrumen memenuhi persyaratan validitas.

b. Uji Reabilitas Instrumen

Reliabilitas instrumen adalah hasil pengukuran yang dapat dipercaya. Reliabilitas instrumen diperlukan untuk mendapatkan data yang sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mendapatkan hal tersebut, maka peneliti melakukan uji reliabilitas dengan metode Alpha Cronbach's yang diukur berdasarkan skala Alpha Cronbach's 0-1. Kriteria tersebut dikelompokkan menjadi 5 kelas dengan 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

Berdasarkan analisis yang dilakukan, maka hasil pengujian reabilitas sebagai berikut:

Tabel 4.15
UJI RELIABILITAS INSTRUMEN VARIABEL PRODUK (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,772	7

Sumber: Output SPSS 22.0 2017

Berdasarkan tabel 4.10 diatas , nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,772 untuk variabel Produk (X1), Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan reliabel apabila nilai *Alpha Cronbach's* lebih besar dari 0,6. Jadi untuk variabel produk (X1) bisa dikatakan reliabel dan jika digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama juga.

Tabel 4.16
UJI RELIABILITAS INSTRUMEN VARIABEL PRICE (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,762	8

Sumber: Output SPSS 22.0 2017

Berdasarkan tabel 4.11 diatas , nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,762 untuk variabel *Price* (X2), Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan reliabel apabila nilai *Alpha Cronbach's* lebih besar dari 0,6. Jadi untuk variabel *Price* (X2) bisa dikatakan reliabel dan jika digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama juga.

Tabel 4.17
UJI RELIABILITAS INSTRUMEN VARIABEL *PLACE* (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,757	6

Sumber: Output SPSS 22.0 2017

Berdasarkan tabel 4.12 diatas , nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,757 untuk variabel *Place* (X3), Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan reliabel apabila nilai *Alpha Cronbach's* lebih besar dari 0,6. Jadi untuk variabel *Place* (X3) bisa dikatakan reliabel dan jika digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama juga.

Tabel 4.18

**UJI RELIABILITAS INSTRUMEN VARIABEL
PROMOTION (X4)**

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,564	5

Sumber: Output SPSS 22.0 2017

Berdasarkan tabel 4.13 diatas , nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,564 untuk variabel *Promotion* (X4), berarti cukup reliabel. Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan cukup reliabel apabila nilai *Alpha Cronbach's* berkisar antara 0,42 s.d 0,60. Jadi untuk variabel *Promotion* (X4) bisa dikatakan cukup reliabel dan jika digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama juga.

**Tabel 4.19
UJI RELIABILITAS INSTRUMEN VARIABEL MINAT
ANGGOTA (Y)**

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,794	7

Sumber: Output SPSS 22.0 2017

Berdasarkan tabel 4.14 diatas , nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,794 untuk variabel Minat Anggota (Y), Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan reliabel apabila nilai *Alpha Cronbach's* lebih besar dari 0,6. Jadi untuk variabel Minat Anggota (Y) bisa dikatakan

reliabel dan jika digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama juga.

2. Uji Normalitas dengan *Shapiro-Wilk Test*

Tabel 4.20
HASIL UJI SHAPIRO-WILK TEST

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	Df	Sig.
Y	,145	35	,060	,951	35	,124

a. Lilliefors Significance Correction

Sumber: Output SPSS 22.0, 2017

Berdasarkan tabel diatas dalam Shapiro-Wilk Test dapat dilihat bahwa bagian sig menunjukkan angka sebesar 0,124 yang artinya $0,124 > 0,05$, maka kesimpulannya residual berdistribusi normal dan asumsi telah terpenuhi.

3. Uji Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Pengujian Multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui apakah antara variabel bebas terdapat hubungan. Cara yang dipakai untuk mendeteksi gejala Multikolinieritas adalah dengan melihat VIF (Variance Inflation Factor) dan Nilai tolerance nya. Jika VIF tidak lebih dari 10 maka model terbebas dari Multikolinieritas.

Tabel 4.21
HASIL UJI MULTIKOLINIERITAS

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-10,236	7,628		-1,342	,190		
PRODUK	,487	,200	,422	2,431	,021	,606	1,649
PRICE	,020	,183	,019	,108	,915	,584	1,713
PLACE	,559	,290	,275	1,929	,063	,895	1,118
PROMOTION	,386	,328	,205	1,180	,247	,606	1,651

a. Dependent Variable: MINAT_ANGGOTA

Sumber: Output SPSS 22.0 2017

Berdasarkan tabel 4.16 diketahui bahwa nilai VIF adalah 1,649 (Produk), 1,713 (*Price*), 1,118 (*Place*), 1,651 (*Promotion*). Hasilnya berarti variabel ini terbebas dari asumsi klasik Multikolinieritas, karena hasilnya lebih kecil dari 10

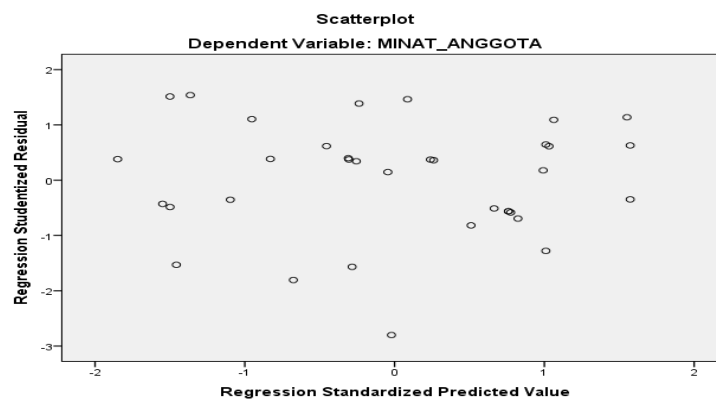
b. Uji Heteroskedasitas

Untuk mendeteksi ada tidaknya Heteroskedasitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar Scatterplot model. Dengan ketentuan tidak terdapat Heteroskedasitas jika:

- 1) Penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola.
- 2) Titik-titik data menyebar di atas dan dibawah atau disekitar angka 0 (nol).

- 3) Titik-titik data tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja.⁴

Tabel 4.22
HASIL UJI HETEROSKEDASITAS



Sumber: Output SPSS 22.0 2017

Berdasarkan tabel 4.17 diatas diketahui bahwa:

- 1) Titik-titik data penyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0.
- 2) Titik-titik tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.
- 3) Penyebaran titik-titik data tidak membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
- 4) Penyebaran titik-titik data tidak berpola.

⁴ Agus Eko, *Aplikasi Statistik...*, Hal: 79-80

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah Heteroskedasitas, hingga model regresi yang baik dan ideal dapat terpenuhi.

c. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4.23
HASIL UJI LINIER BERGANDA

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-10,236	7,628		-1,342	,190
PRODUK	,487	,200	,422	2,431	,021
PRICE	,020	,183	,019	,108	,915
PLACE	,559	,290	,275	1,929	,063
PROMOTION	,386	,328	,205	1,180	,247

Sumber: Output SPSS 22.0 2017

Berdasarkan tabel 4.18 diatas, maka dapat dikembangkan sebuah model persamaan regresi:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

$$Y = -10,236 + 0,487 X_1 + 0,020 X_2 + 0,559 X_3 + 0,386 X_4$$

Penjelasan dari fungsi regresi linier berganda di atas adalah sebagai berikut:

- Konstanta sebesar -10,236 bernilai negatif artinya apabila *Product*, *Price*, *Place*, *Promotion* Tabungan *Mudharabah* tidak ada atau sama

dengan 0, maka minat anggota di Koperasi Wanita Syariah Rohmah Pucung Kidul Boyolangu Tulungagung akan semakin berkurang.

- b. Koefisien regresi X1 *Product* sebesar 0,487 bernilai positif artinya pengaruh *Product* terhadap Minat Anggota adalah positif dan cukup kuat. Jika skor *Product* Tabungan *Mudharabah* meningkat, maka minat anggota di Koperasi Wanita Syariah Rohmah Pucung Kidul Boyolangu Tulungagung juga meningkat.
- c. Koefisien regresi X2 *Price* sebesar 0,020, bernilai positif artinya pengaruh *Price* terhadap Minat Anggota adalah positif dan cukup kuat. Jika skor *Price* Tabungan *Mudharabah* meningkat, maka minat anggota di Koperasi Wanita Syariah Rohmah Pucung Kidul Boyolangu Tulungagung juga meningkat.
- d. Koefisien regresi X3 *Place* sebesar 0,559, bernilai positif artinya pengaruh *Place* terhadap Minat Anggota adalah positif dan cukup kuat. Jika skor *Place* Tabungan *Mudharabah* meningkat, maka minat anggota di Koperasi Wanita Syariah Rohmah Pucung Kidul Boyolangu Tulungagung juga meningkat.
- e. Koefisien regresi X4 *Promotion* sebesar 0,386, bernilai positif artinya pengaruh *Promotion* terhadap Minat Anggota adalah positif dan cukup kuat. Jika skor *Promotion* Tabungan *Mudharabah* meningkat, maka minat anggota di Koperasi Wanita Syariah Rohmah Pucung Kidul Boyolangu Tulungagung juga meningkat.

4. Uji Hipotesis

Untuk pengujian hipotesis yang kemudian di uji dengan uji T dan uji F maka hipotesis dapat dikemukakan sebagai berikut:

H1: *Product* Tabungan *Mudharabah* berpengaruh signifikan terhadap Minat anggota di Koperasi Wanita Syariah Rohmah Pucung Kidul Boyolangu Tulungagung.

H2 : *Price* Tabungan *Mudharabah* berpengaruh signifikan terhadap minat anggota di Koperasi Wanita Syariah Rohmah Pucung Kidul Boyolangu Tulungagung.

H3 : *Place* Tabungan *Mudharabah* berpengaruh signifikan terhadap minat anggota di Koperasi Wanita Syariah Rohmah Pucung Kidul Boyolangu Tulungagung.

H4 : *Promotion* Tabungan *Mudharabah* berpengaruh signifikan terhadap minat anggota di Koperasi Wanita Syariah Rohmah Pucung Kidul Boyolangu Tulungagung.

H5 : *Product, Price, Place, Promotion* Tabungan *Mudharabah* berpengaruh signifikan terhadap minat anggota di Koperasi Wanita Syariah Rohmah Pucung Kidul Boyolangu Tulungagung.

Dari kelima hipotesis diatas maka peneliti menggunakan uji T dan uji F sebagai berikut:

a. Uji T (T-test)

Uji t ini digunakan untuk membuktikan adanya pengaruh yang signifikan baik antara produk Tabungan *Mudharabah* terhadap Minat anggota, *Price* Tabungan *Mudharabah* terhadap Minat anggota, *Place* Tabungan *Mudharabah* terhadap Minat anggota, *Promotion* Tabungan *Mudharabah* terhadap Minat anggota, dan *produk, price, place, promotion* Tabungan *Mudharabah* secara parsial terhadap Minat anggota. Variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, dimana jika nilai t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} maka uji regresi dikatakan signifikan, atau dengan melihat angka signifikasinya. Jika nilai sig lebih kecil dari 0,05 maka secara parsial atau sendiri-sendiri variabel independen mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dengan ketentuan sebagai berikut:

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

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

Untuk mengetahui besarnya masing-masing variabel independen secara parsial (individu) terhadap variabel dependen dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.24
Hasil Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-10,236	7,628		-1,342	,190
	PRODUK	,487	,200	,422	2,431	,021
	PRICE	,020	,183	,019	,108	,915
	PLACE	,559	,290	,275	1,929	,063
	PROMOTION	,386	,328	,205	1,180	,247

Sumber: Output SPSS 22.0 2017

1) Menguji signifikansi Variabel *Product* (X1)

Terlihat bahwa t_{hitung} produk adalah 2,431 bernilai positif. Sedangkan t_{tabel} bisa dihitung dan dilihat pada tabel t-test dengan $\alpha = 0,05$, $df = 30$ didapat dari rumus $(n-k-1)$, dimana n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel x). Di dapat t_{tabel} adalah 2,042.

Berdasarkan tabel 4.19 diatas diperoleh nilai sig sebesar $0,021 < 0,05$ artinya *product* berpengaruh signifikan terhadap minat anggota, sedangkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,431 > 2,042$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien *Product* Tabungan *Mudharabah* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Anggota di Koperasi Wanita Syariah Rohmah Pucung Kidul Boyolangu Tulungagung.

2) Menguji signifikansi Variabel *Price* (X2)

Terlihat bahwa t_{hitung} *Price* adalah 0,108. Sedangkan t_{tabel} bisa dihitung dan dilihat pada tabel t-test dengan $\alpha = 0,05$, $df = 30$ didapat dari rumus $(n-k-1)$, dimana n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel x). Di dapat t_{tabel} adalah 2,042.

Berdasarkan tabel 4.19 diatas diperoleh nilai sig sebesar $0,915 > 0,05$ artinya *price* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat anggota, sedangkan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,108 < 2,042$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien *Price* Tabungan *Mudharabah* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Anggota di Koperasi Wanita Syariah Rohmah Pucung Kidul Boyolangu Tulungagung.

3) Menguji signifikansi Variabel *Place* (X_3)

Terlihat bahwa t_{hitung} *Place* adalah 1,929 bernilai positif. Sedangkan t_{tabel} bisa dihitung dan dilihat pada tabel t-test dengan $\alpha = 0,05$, $df = 30$ didapat dari rumus $(n-k-1)$, dimana n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel x). Di dapat t_{tabel} adalah 2,042.

Berdasarkan tabel 4.19 diatas diperoleh nilai sig sebesar $0,063 > 0,05$ artinya *place* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat anggota, sedangkan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,929 < 2,042$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien *Place*

Tabungan *Mudharabah* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Anggota di Koperasi Wanita Syariah Rohmah Pucung Kidul Boyolangu Tulungagung.

4) Menguji signifikansi Variabel *Promotion* (X4)

Terlihat bahwa t_{hitung} *Promotion* adalah 1,180 bernilai positif. Sedangkan t_{tabel} bisa dihitung dan dilihat pada tabel *t*-test dengan $\alpha = 0,05$, $df = 30$ didapat dari rumus $(n-k-1)$, dimana n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel x). Di dapat t_{tabel} adalah 2,042.

Berdasarkan tabel 4.19 diatas diperoleh nilai sig sebesar $0,247 > 0,05$ artinya *promotion* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat anggota, sedangkan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,929 < 2,042$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien *Promotion* Tabungan *Mudharabah* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Anggota di Koperasi Wanita Syariah Rohmah Pucung Kidul Boyolangu Tulungagung.

b. Uji F

Pengaruh *Product* (X1), *Price* (X2), *Place* (X3), dan *Promotion* (X4) secara simultan terhadap minat anggota akan disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.25

HASIL UJI F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	118,818	4	29,705	6,216	,001 ^b
	Residual	143,353	30	4,778		
	Total	262,171	34			

a. Dependent Variable: MINAT_ANGGOTA

b. Predictors: (Constant), PROMOTION, PLACE, PRODUK, PRICE

Sumber: Output SPSS 22.0 2017

Dari uji Anova atau Uji F di dapat $f_{hitung} > f_{tabel}$ sebesar 6,216 > 2,66 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,001 (kurang dari 0,05) hasil uji statistik menunjukkan bahwa variabel independen pemasaran (*product, price, place, promotion*) Tabungan *Mudharabah* secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat anggota di Koperasi Wanita Syariah Pucung Kidul Boyolangu Tulungagung.

Hal ini menunjukkan bahwa model regresi dapat digunakan untuk memprediksi minat anggota Koperasi Wanita Syariah Rohmah Pucung Kidul Boyolangu Tulungagung atau dengan kata lain hipotesa 5 (H5) yang berbunyi "*Product, Price, Place, Promotion* secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat anggota di Koperasi Wanita Syariah Rohmah Pucung Kidul Boyolangu Tulungagung.

5. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi memiliki fungsi untuk mengetahui besarnya variasi variabel independen dalam menerangkan variabel independen (*Product, Price, Place, Promotion*) terhadap variabel dependen (minat anggota).

Berdasarkan hasil perhitungan melalui alat ukur statistik SPSS 22.0 for Windows didapatkan nilai koefisien determinasi sebagai berikut:

Tabel 4.26
HASIL UJI KOEFISIEN DETERMINASI

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,673 ^a	,453	,380	2,186

a. Predictors: (Constant), PROMOTION, PLACE, PRODUK, PRICE

b. Dependent Variable: MINAT_ANGGOTA

Sumber: Output SPSS 22.0 2017

Angka R sebesar 0,673 menunjukkan bahwa korelasi atau hubungan antara *Product, Price, Place, Promotion* adalah kuat. Angka

R square atau Koefisien Determinas adalah 0,453. Hal ini berarti 45,3% variasi dari Minat Anggota bisa dijelaskan oleh variasi dari Pemasaran (*Product, Price, Place, Promotion*). Sedangkan sisanya (100% - 45,3% = 54,7%) dijelaskan oleh sebab-sebab lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.