

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Variabel

Bagian ini akan mendeskripsikan setiap variabel yang diperoleh dari hasil penelitian berupa pengisian angket hasil dari jawaban responden di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung sebanyak 97 responden yang diambil sebagai sampel. Variabel – variabel penelitian ini terdiri dari variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat), variabel independen berupa *word of mouth promotion* dan *excellent service* sedangkan variabel dependen berupa keputusan anggota memilih produk *funding* berupa tabungan di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung.

Pada angket di dalamnya terdapat pernyataan yang menggambarkan mengenai tanggapan atau sikap mereka terhadap item – item pertanyaan pada setiap variabel. Pernyataan tersebut berupa jawaban-jawaban dengan kategori: Sangat Setuju (SS), Setuju (ST), Netral (N), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS). Hasil angket ini merupakan penilaian dari responden berdasarkan apa yang mereka rasakan atau alami selama menjadi anggota *funding* berupa tabungan di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung.

Variabel *Word of Mouth Promotion* (X₁)

Pada variabel *word of mouth promotion* terdapat empat item pertanyaan yang terdiri dari, setelah seorang anggota mendengarkan informasi dan

promosi dari BMT Istiqomah Karangrejo langsung tertarik untuk menjadi anggota di BMT Istiqomah Karangrejo, BMT Istiqomah Karangrejo memberikan hadiah sebagai upaya memelihara kesetiaan anggota BMT Istiqomah Karangrejo, penjelasan tawaran produk tabungan memberikan kemudahan kepada anggota untuk memahami produk tabungan *funding* yang ditawarkan, BMT Istiqomah Karangrejo bersedia menjelaskan secara rinci atau mempromosikan secara rinci tentang BMT Istiqomah Karangrejo mengenai produk tabungan *funding* terhadap setiap anggotanya.

Berikut ini hasil akumulasi jawaban dari 97 responden terhadap item pertanyaan variabel *word of mouth promotion*:

Tabel 4.1

Variabel *Word Of Mouth Promotion* (X₁)

Kategori	Skor	Jumlah	Presen (%)
Sangat Setuju (SS)	5	246	61%
Setuju (ST)	4	133	39%
Netral (N)	3	-	
Tidak Setuju (TS)	2	-	
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	-	
Jumlah		379	100

Sumber: Pengolahan Data Penelitian

Berdasarkan keterangan pada tabel memperlihatkan hasil akumulasi jawaban dari 97 responden terhadap variabel *word of mouth promotion* yang menunjukkan hasil tertinggi adalah responden yang menyatakan sangat setuju dengan jumlah 246 atau 61%. Sedangkan yang

menyatakan setuju terhadap variabel *word of mouth* sejumlah 133 atau 39%.

Variabel *Excellent Service* (X₂)

Pada variabel *excellent service* terdapat empat item pertanyaan yang terdiri dari, seorang kasir memiliki kemampuan berkomunikasi dengan baik kepada anggota BMT Istiqomah Karangrejo, seorang kasir sangat cepat dalam memberikan pelayanan transaksi kepada anggota BMT Istiqomah Karangrejo, seorang kasir memberikan perhatian secara khusus tanpa membeda – bedakan anggota BMT Istiqomah Karangrejo, penampilan seorang kasir BMT Istiqomah Karangrejo rapi dan muslim sesuai syari'at Islam dan etika kerja yang telah ditetapkan.

Adapun hasil akumulasi jawaban dari 97 responden terhadap item pertanyaan variabel *excellent service* adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2
Variabel *Excellent Service* (X₂)

Kategori	Skor	Jumlah	Presen (%)
Sangat Setuju (SS)	5	224	52%
Setuju (ST)	4	162	48%
Netral (N)	3	-	
Tidak Setuju (TS)	2	-	
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	-	
Jumlah		386	100

Sumber: Pengolahan Data Penelitian

Dari tabel dapat diketahui bahwa hasil akumulasi dari jawaban 97 responden terhadap variabel *excellent service* menunjukkan responden

yang menyatakan sangat setuju dengan jumlah 224 atau 52%, kemudian responden yang menyatakan jawaban setuju dengan jumlah 162 atau 48%.

Variabel Keputusan Anggota Memilih Produk *Funding* (Y)

Pada variabel keputusan anggota memilih produk *funding* terdapat lima item pertanyaan yang terdiri dari, sebelum mengambil keputusan menabung atau melakukan *funding* di BMT Istiqomah Karangrejo seorang anggota meminta pendapat terlebih dahulu kepada orang – orang terdekatnya, seorang anggota mendapat informasi tentang BMT Istiqomah dan produk *funding* BMT Istiqomah Karangrejo dari kerabat maupun keluarga, seorang anggota BMT Istiqomah Karangrejo memilih menjadi anggota *funding* di BMT karena produk *funding* sesuai dengan harapannya, sebelum seorang anggota menjadi anggota *funding* di BMT Istiqomah Karangrejo seorang anggota membandingkannya dengan Lembaga Keuangan lainnya, seorang anggota menjadi anggota *funding* di BMT Istiqomah Karangrejo karena ada komunikasi yang baik antar pimpinan maupun karyawan terhadapnya.

Adapun hasil akumulasi dari jawaban 97 responden terhadap item pertanyaan variabel disiplin kerja adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3
Variabel Keputusan Anggota Memilih Produk *Funding* (Y)

Kategori	Skor	Jumlah	Presen (%)
Sangat Setuju (SS)	5	368	52%
Setuju (ST)	4	125	47%
Netral (N)	3	3	1%
Tidak Setuju (TS)	2	-	
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	-	
Jumlah		496	100

Sumber: Pengolahan Data Penelitian

Berdasarkan keterangan pada tabel memperlihatkan hasil akumulasi dari jawaban 97 responden terhadap variabel keputusan anggota memilih produk *funding* yang menyatakan jawaban tertinggi yaitu pada kategori sangat setuju dengan jumlah 368 atau 52%. Responden yang memilih jawaban setuju dengan jumlah 125 atau 47% terhadap variabel keputusan anggota memilih produk *funding* dan responden yang memilih jawaban netral terhadap variabel keputusan anggota memilih produk *funding* sebanyak 3 atau 1%.

B. Deskripsi Responden

Data deskriptif responden digunakan untuk menggambarkan keadaan atau kondisi responden yang dapat memberikan informasi tambahan untuk memahami hasil – hasil penelitian. Penyajian data deskriptif penelitian ini bertujuan agar dapat dilihat profil dari data penelitian tersebut dan hubungan antar variabel yang digunakan dalam penelitian. Adapun jumlah sampel yang ditentukan sebagai sampel adalah sebanyak 97 anggota pendanaan. Setiap responden diberikan angket untuk

memberikan jawaban setiap pernyataan yang telah disediakan. Dalam hal ini peneliti membagi karakteristik responden menjadi 3 bagian yaitu:

1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin anggota *funding* BMT Istiqomah Karangrejo yang diambil sebagai responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4
Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
Laki – laki	46	47%
Perempuan	51	53%
Jumlah	97	100%

Sumber: data anggota *funding* dari BMT Istiqomah Karangrejo

Berdasarkan tabel 3.5 di atas dapat diketahui tentang jenis kelamin anggota *funding* BMT Istiqomah Karangrejo yang diambil sebagai responden, yang menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah perempuan yaitu sebanyak 51 orang (53%) sedangkan sisanya adalah laki – laki sebanyak 46 orang (47%). Hal ini menunjukkan bahwa anggota perempuan yang paling banyak melakukan *funding* BMT Istiqomah Karangrejo.

2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Adapun data mengenai usia anggota *funding* BMT Istiqomah Karangrejo yang diambil sebagai responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5**Usia**

Usia Responden	Jumlah Responden	Persentase (%)
13 – 20	3	3%
21 – 30	10	10%
31 – 40	33	34%
41 – 50	30	31%
51 – 60	17	18%
61 – 70	4	4%
Jumlah	97	100%

Sumber: data anggota *funding* dari BMT Istiqomah Karangrejo

Berdasarkan tabel 3.6 di atas, diketahui bahwa anggota BMT Istiqomah Karangrejo yang diambil sebagai responden sebagian besar berusia 31 – 40 tahun sebanyak 33 orang (34%). Sedangkan responden yang lain yaitu usia 41 – 50 tahun sebanyak 30 orang (31%), usia 51 – 60 sebanyak 17 orang (18%), usia 21 – 30 sebanyak 10 orang (10%), usia 61 – 70 sebanyak 4 orang (4%), dan usia 13 – 20 sebanyak 3 orang (3%). Hal ini menunjukkan bahwa anggota yang berusia 31 – 40 yang paling banyak melakukan *funding* BMT Istiqomah Karangrejo.

3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Data mengenai pekerjaan responden disini, peneliti mengelompokkan menjadi lima kategori, yaitu: Pegawai Negeri Sipil (PNS), Wiraswasta, Pelajar, Petani/ Buruh, Ibu Rumah Tangga, Wirausaha. Adapun data mengenai pekerjaan anggota *funding* BMT Istiqomah Karangrejo sebagai berikut :

Tabel 4.6
Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase (%)
PNS	40	41%
Wiraswasta	21	22%
Pelajar	3	3%
Petani/ Buruh	15	15%
Ibu Rumah Tangga	3	3%
Swasta	16	16%
Jumlah	97	100%

Sumber: data anggota *funding* dari BMT Istiqomah Karangrejo

Berdasarkan tabel 3.7 di atas dapat dijelaskan bahwa responden sebagian besar dari pekerja PNS yaitu sebanyak 40 orang (41%). Sedangkan pekerja wiraswasta sebanyak 21 orang (22%), swasta sebanyak 16 orang (16%), petani/ buruh sebanyak 15 orang (15%), pelajar sebanyak 3 orang (3%), dan ibu rumah tangga sebanyak 3 orang (3%). Hal ini menunjukkan bahwa anggota yang pekerjaannya PNS paling banyak melakukan *funding* BMT Istiqomah Karangrejo.

C. Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

1. Uji Validitas

Sugiyono dan Wibowo mengatakan, ketentuan validitas instrumen sah apabila r hitung lebih besar dari r kritis (0,30). Suyuthi (2005), item pernyataan atau pertanyaan dinyatakan valid jika mempunyai nilai r hitung yang lebih besar dari r standar yaitu 0,3. Sugiyono (2004), bila dikorelasi tiap faktor positif dan besarnya 0,3 ke atas maka faktor tersebut merupakan *construct* yang kuat.

Tabel 4.7**Uji Validitas Variabel *Word of Mouth Promotion***

Variabel	Item	Pearson Correlation	Keterangan
<i>Word of Mouth Promotion</i> (X ₁)	X1.1	0,679	Valid
	X1.2	0,691	Valid
	X1.3	0,510	Valid
	X1.4	0,652	Valid

Sumber: data primer yang diolah dengan SPSS 16.0, 2016

Dari hasil output SPSS pada tabel 4.7 diatas dapat diketahui seluruh item pertanyaan variabel *word of mouth promotion* (X₁) dinyatakan valid karena nilai pada *Pearson Correlation* bernilai lebih besar dari 0,3.

Tabel 4.8**Uji Validitas Variabel *Excellent Service***

Variabel	Item	Pearson Correlation	Keterangan
<i>Excellent Service</i> (X ₂)	X2.1	0,664	Valid
	X2.2	0,659	Valid
	X2.3	0,457	Valid
	X2.4	0,463	Valid

Sumber: data primer yang diolah dengan SPSS 16.0, 2016

Dari hasil output SPSS pada tabel 4.8 diatas dapat diketahui seluruh item pertanyaan variabel *excellent service* (X₂) dinyatakan valid karena nilai pada *Pearson Correlation* bernilai lebih besar dari 0,3.

Tabel 4.9**Uji Validitas Variabel Keputusan Anggota**

Variabel	Item	Pearson Correlation	Keterangan
Keputusan Anggota (Y)	X3.1	0,453	Valid
	X3.2	0,436	Valid
	X3.3	0,464	Valid
	X3.4	0,473	Valid
	X3.5	0,547	Valid

Sumber: data primer yang diolah dengan SPSS 16.0, 2016

Dari hasil output SPSS pada tabel 4.9 diatas dapat diketahui seluruh item pertanyaan variabel keputusan anggota (Y) dinyatakan valid karena nilai pada *Pearson Correlation* bernilai lebih besar dari 0,3.

Dengan demikian dapat diketahui bahwa item – item pernyataan pada instrumen penelitian dapat mengukur apa yang ingin diukur dalam penelitian ini, antara lain *word of mouth promotion*, *excellent service* dan keputusan anggota di BMT Istiqomah Karangrejo.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas tidak sama dengan validitas. Reliabilitas adalah sejauh mana pengukuran dari suatu tes tetap konsisten setelah dilakukan berulang – ulang terhadap subjek dan dalam kondisi yang sama. Triton, jika skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan reng yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

Nilai *Alpha Cronbach* 0,00 s.d. 0,20, berarti kurang reliabel.

Nilai *Alpha Cronbach* 0,21 s.d. 0,40, berarti agak reliabel.

Nilai *Alpha Cronbach* 0,42 s.d. 0,60, berarti cukup reliabel.

Nilai *Alpha Cronbach* 0,61 s.d. 0,80, berarti reliabel.

Nilai *Alpha Cronbach* 0,81 s.d. 1,00, berarti sangat reliabel.

Tabel 4.10

Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	N of Items
.874	13

Sumber: data primer yang diolah dengan SPSS 16.0, 2016

Berdasarkan *Reliability Statistics* di atas, nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,874 yang berarti sangat reliabel. Seperti yang dikemukakan oleh Triton. Jadi responden menunjukkan kestabilan dan memiliki konsistensi dalam menjawab konstruk – konstruk pernyataan yang disusun dalam suatu bentuk kuesioner.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji kenormalan data juga bisa dilakukan tidak berdasarkan grafik, misalnya dengan uji *kolmogrov-smirnov*. Menurut Akbar, Kolmogorov – Smirnov adalah uji statistik yang dilakukan untuk mengetahui distribusi suatu data untuk data yang minimal bertipe

ordinal. Dalam mendekteksi normalitas data menggunakan pendekatan *Kolmogorov-Smirnov* yang dipadukan dengan kurva *Normal Q-Q Plots*. Ketentuan pengujian ini adalah jika probabilitas atau *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih besar dari level of *significant* (α) maka data berdistribusi normal. Nilai *Sig.* atau signifikansi atau nilai probabilitas $> 0,05$ distribusi adalah normal.⁵⁴ Dari uji normalitas dengan bantuan *software SPSS for windows Versi 16*.

Tabel 4.11
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.61944358
Most Extreme Differences	Absolute	.130
	Positive	.094
	Negative	-.130
Kolmogorov-Smirnov Z		1.278
Asymp. Sig. (2-tailed)		.076

Sumber: data primer yang diolah dengan SPSS 16.0, 2016

Dari hasil output SPSS pada tabel 3.8 *One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test* diatas dapat diketahui hasil nilai signifikansi pada *Asmp.Sig (2-tailed)* adalah 0,076. Karena signifikansi lebih dari 0,05 ($0,076 > 0,05$), maka model regresi ini berdistribusi normal, sehingga memenuhi asumsi normalitas.

⁵⁴ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: PT. Prestasi Pustakarya, 2009), Hlm.78

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan salah satu uji dari uji asumsi klasik yang merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengidentifikasi suatu model regresi dapat dikatakan baik atau tidak.

Tabel 4.12
Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Word Of Mouth	.998	1.002
Excellent Service	.998	1.002

Sumber: data primer yang diolah dengan SPSS 16.0, 2016

Berdasarkan *coefficients* di atas diketahui bahwa nilai VIF adalah: 1,002 (variabel *word of mouth promotion*); 1,002 (variabel *excellent service*). Hasil ini berarti variabel terbebas dari asumsi klasik multikolinearitas, karena hasilnya lebih kecil dari 10.

c. Uji Heteroskedastisitas

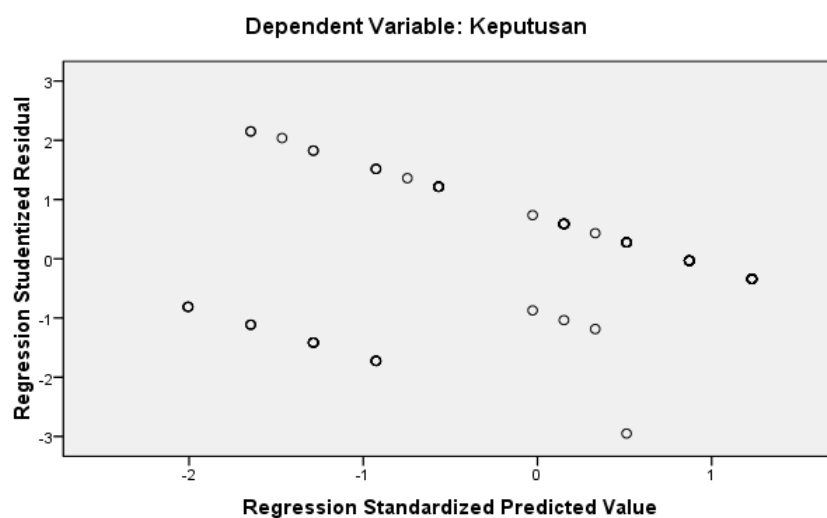
Uji heteroskedastisitas adalah menguji terjadinya perbedaan variance residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar *Scatterplot* model tersebut. Tidak terdapat heteroskedastisitas jika: (1) penyebaran titik – titik data sebaiknya tidak berpola; (2) titik – titik data menyebar di atas dan di

bawah atau disekitar angka 0 dan 3; (3) titik – titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.⁵⁵

Gambar 4.1

Uji Heteroskedastisitas

Scatterplot



Sumber: data primer yang diolah dengan SPSS 16.0, 2016

4. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio.

⁵⁵ *Ibid.*, Hlm. 80

Tabel 4.13
Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	1 (Constant)	6.834	1.549				4.412
Word Of Mouth	.478	.066	.568	7.249	.000	.998	1.002
Excellent Service	.191	.051	.291	3.711	.000	.998	1.002

Sumber: data primer yang diolah dengan SPSS 16.0, 2016

Keterangan dari tabel 4.13 di atas adalah:

- a) Konstanta sebesar 6,834 menyatakan bahwa jika tidak ada variabel *word of mouth* dan *excellent service* maka keputusan anggota untuk memilih produk *funding* sebesar 6,834.
- b) Koefisien regresi X_1 sebesar 0,478 menunjukkan peningkatan 1 satuan *word of mouth promotion* akan meningkatkan keputusan anggota memilih produk *funding* sebesar 0,478. Koefisien bernilai positif (+) artinya terjadi pengaruh antara *word of mouth promotion* dengan keputusan anggota *funding*, semakin baik faktor *word of mouth promotion* semakin meningkat keputusan anggota memilih produk *funding* di BMT Istiqomah Karangrejo.
- c) Koefisien regresi X_2 sebesar 0,191 menunjukkan 1 satuan *excellent service* akan meningkatkan keputusan untuk menjadi anggota *funding* sebesar 0,191. Koefisien bernilai positif (+) artinya terjadi pengaruh antara *excellent service* dengan keputusan anggota *funding*, semakin

baik faktor *excellent service* semakin meningkat keputusan anggota memilih produk *funding* di BMT Istiqomah Karangrejo.

5. Pengujian Hipotesis

a. Uji T (T – tes)

Uji t digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Hasil dari uji t dapat dilihat dari hasil output SPSS. Bila t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} serta tingkat signifikannya (*value*) lebih kecil dari 10% ($\alpha : 10\% = 0,10$), maka hal ini menunjukkan H_0 ditolak dan H_1 .

Berdasarkan tabel 4.13 di atas, dapat dirumuskan sebagai berikut:

- 1) Untuk rumusan masalah yang pertama dengan hipotesis yang berbunyi “Ada pengaruh yang signifikan antara *word of mouth promotion* terhadap keputusan anggota memilih produk *funding* di BMT Istiqomah Karangrejo.”

Dengan ketentuan:

H_0 : Tidak ada pengaruh *word of mouth promotion* terhadap keputusan anggota memilih produk *funding* di BMT Istiqomah Karangrejo.

H_1 : Ada pengaruh *word of mouth promotion* terhadap keputusan anggota memilih produk *funding* di BMT Istiqomah Karangrejo.

Dalam tabel *Coefficients* diperoleh nilai signifikan sebesar 0,009 dibandingkan dengan taraf signifikan ($\alpha = 10\%$) 0,10 maka:

$$0,009 < 0,10$$

Karena nilai signifikan $< \alpha$ maka disimpulkan untuk menolak H_0 yang berarti variabel *word of mouth promotion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota memilih produk *funding*.

- 2) Untuk rumusan masalah yang kedua dengan hipotesis yang berbunyi “Ada pengaruh yang signifikan antara *excellent service* terhadap keputusan anggota memilih produk *funding* di BMT Istiqomah Karangrejo.”

Dengan ketentuan:

H_0 : Tidak ada pengaruh *excellent service* terhadap keputusan anggota memilih produk *funding* di BMT Istiqomah Karangrejo.

H_1 : Ada pengaruh *excellent service* terhadap keputusan anggota memilih produk *funding* di BMT Istiqomah Karangrejo.

Dalam tabel *Coefficients* diperoleh nilai signifikan sebesar 0,000 dibandingkan dengan taraf signifikan ($\alpha = 10\%$) 0,10 maka:

$$0,000 < 0,10$$

Karena nilai signifikan $< \alpha$ maka disimpulkan untuk menolak H_0 yang berarti variabel *excellent service* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan anggota memilih produk *funding*.

- 3) Untuk rumusan masalah yang ketiga dengan hipotesis yang berbunyi “Ada pengaruh yang signifikan antara *word of mouth*

promotion dan *excellent service* terhadap keputusan anggota memilih produk *funding* di BMT Istiqomah Karangrejo.”

Dengan ketentuan:

H_0 : Tidak ada pengaruh *word of mouth promotion* dan *excellent service* terhadap keputusan anggota memilih produk *funding* di BMT Istiqomah Karangrejo.

H_1 : Ada pengaruh *word of mouth promotion* dan *excellent service* terhadap keputusan anggota memilih produk *funding* di BMT Istiqomah Karangrejo.

Dalam tabel *ANOVA* diperoleh nilai signifikan sebesar 0,000 dibandingkan dengan taraf signifikan ($\alpha = 10\%$) 0,10 maka:

$$0,000 < 0,10$$

Karena nilai signifikan $< \alpha$ maka disimpulkan untuk menolak H_0 yang berarti variabel *word of mouth promotion* dan *excellent service* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota memilih produk *funding*.

b. Uji (F)

Uji (F) dimaksudkan untuk melihat kemampuan menyeluruh dari variabel bebas untuk dapat atau mampu menjelaskan tingkah laku atau keragaman variabel Y dan juga dimaksudkan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas memiliki koefisien regresi sama dengan nol. Untuk menguji kebenaran hipotesis alternatif dilakukan uji F dengan rumus sebagai berikut :

$$F_{\text{tabel}} = F(k : n - k) = F(3 : 97 - 3) = 31,3$$

Tabel 4.14

Uji (F)

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	27.102	2	13.551	34.580	.000 ^a
Residual	36.836	94	.392		
Total	63.938	96			

Sumber: data primer yang diolah dengan SPSS 16.0, 2016

Berdasarkan tabel ANOVA di atas dapat diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 34,580 dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan demikian karena nilai $0,000 < \alpha (0,10)$, berarti menolak H_0 . Jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak dan sebaliknya. F_{tabel} dapat dicari pada tabel statistik pada signifikansi 0,10 dimana df_1 sebesar 1, dan $df_2 = n - k$ atau $97 - 3 = 94$ (k adalah jumlah variabel). Didapat F_{tabel} adalah 31,3 sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai $F_{\text{hitung}} 34,580 > F_{\text{tabel}} 31,3$ secara bersama – sama *word of mouth promotion* (X_1) dan *excellent service* (X_2) berpengaruh terhadap keputusan anggota memilih produk *funding*. Dan disimpulkan menolak H_0 , yang berarti ada hubungan yang linear antara *word of mouth promotion* dan *excellent service* terhadap keputusan anggota memilih produk *funding* di BMT Istiqomah Karangrejo.

6. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis untuk mengetahui seberapa besar sumbangan atau kontribusi variabel bebas (*independent variable*) yaitu *word of mouth promotion* dan *excellent service* terhadap variabel terikat (*dependent variable*) yaitu keputusan menjadi anggota *funding*.

Rumus:

$$R^2 = r^2 \times 100\%$$

$$R^2 = \text{Koefisien Determinasi}$$

$$r = \text{Koefisien Korelasi}$$

Selanjutnya untuk menganalisis data penelitian mulai uji validitas dan reliabilitas instrument sampai dengan uji koefisien determinasi, maka peneliti menggunakan *software* pengolahan data dengan *SPSS 16*.

Tabel 4.15
Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.651 ^a	.424	.412	.626	1.765

Sumber: data primer yang diolah dengan SPSS 16.0, 2016

Keterangan pada tabel 4.15 di atas adalah:

- a. Angka $R = 0,651$ menunjukkan bahwa hubungan atau korelasi kuat, (variabel X_1 yaitu *word of mouth promotion* dan variabel X_2 *excellent*

service) dan variabel Y yaitu keputusan anggota memilih produk *funding* di BMT Istiqomah Karangrejo.

- b. Angka *Adjusted R Square* atau koefisien determinasi menunjukkan besar pengaruh antara variabel X_1 dan X_2 (*word of mouth promotion* dan *excellent service*) terhadap variabel Y (keputusan anggota memilih produk *funding*) yang diperoleh yaitu sebesar 0,412. Artinya keputusan anggota memilih produk *funding* dapat dijelaskan oleh *word of mouth promotion* dan *excellent service* sebesar 41,2%. Hal ini menunjukkan cukup pengaruh. Sedangkan sisanya 58,8% (100% - 41,2%) oleh faktor – faktor lain yang tidak diteliti oleh penelitian.