BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Kopsyah Al-Mawaddah

Koperasi syari'ah merupakan lembaga keuangan mikro yang berfungsi sebagai lembaga intermediasi, yaitu dalam melaksanakan tugas pokoknya menghimpun, mengelola dan menyalurkan dana dari, oleh dan untuk anggota serta calon anggota (masyarakat). Dalam hal ini koperasi syariah dikelola dengan menggunakan pola bagi hasil (syariah).

Koperasi syari'ah Al-Mawaddah secara operasional telah melaksanakan kegiatan sejak tanggal 27 juli 2011 yang telah mendapatkan pengesahan dari Badan Hukum oleh Materi Koperasi dan Pengusaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Kabupaten Tulungagung, pengusaha kecil dan menengah kabupaten tulungagung dengan nomor badan hukum: 188.4/570/BH/XVI/115/2011.[139]

2. Lokasi

Koperasi Syariah Al-Mawaddah berlokasi di Jl. Raya Samir RT/RW 03/01 Desa Samir Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung. Kopsyah Al-Mawaddah terletak di daerah pedesaan sehingga sebagian besar masyarakat sekitar bermata pencaharian sebagai petani, peternak, dan juga UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah). Jika dilihat letak

[139] RAT Kopsyah Al-Mawaddah, 2017

geografisnya kantor Kopsyah Al-Mawaddah cukup strategis karena dekat dengan akses jalan raya dan dekat dengan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah). Sehingga mudah dujangkau oleh anggata maupun calon anggota.

3. Visi dan Misi

Dalam rangka untuk mendorong kopsyah al-mawaddah agar tumbuh menjadi lembaga keuangan yang professional, mandiri serta dapat melayani anggota dengan baik maka kopsyah al-mawaddah memiliki visi, misi dan tujuan yang jelas. Visi, misi dan tujuan merupakan rumusan dari landasan suatu lembaga untuk membangun suatu organisasi lebih berkembang dan maju, sebagai organisasi yang bisa melayani masyarakat yan kelebihan dana untuk disalurkan pada masyarakat yang kekurangan dana atau sebagai wadah perputaran kebutuhan finansial masyarakat.

Visi dan Misi Koperasi Syariah Al-mawaddah: [140]

a. Visi
   Menjadikan Koperasi Syariah yang mengedepankan pada fathonah, amanah, siddiq dan tabliq.
b. Misi
   1) Sumber Daya Insani yang amanah jujur dan adil. Direksi dan karyawan ridho, ikhlas, cerdas, profesional dan terpercaya.
   2) Pengurus atau pengawas berlaku bijak, terbuka, berani bertanggung jawab lurus dan berkelanjutan arah pimpinan.
   3) Hati-hati inovatif dan ta'awun bekerjasama kita bisa.
   4) Manajemen unggul kokoh mampu melayani umat.
   5) Amal ma'ruf jihad praktek ribawi kemiskinan kebodohan.
   6) Hidayah akbar berkah anggota masyarakat selamat sejahtera.

[140] RAT Kopsyah Al-Mawaddah, 2017

4. Kepengurusan Kopsyah Al-Mawaddah

Untuk menjalankan roda organisasi, Kopsyah Al-Mawaddah dikendalikan oleh 3 orang Dewan Pengawas dan 3 orang Dewan Pengurus sebagai berikut :

Dewan Pengawas	: Drs. Sapuan
	: Khoirul Anam S.Pd.i
Dewan Pengawas Syariah	: Ustad Jumingan
Dewan Pengurus	:
Ketua	: Sulaiman S.Pd.i
Sekertaris	: Hasanudin S.Pd.i
Bendahara	: Darmaji

Sedangkan untuk menjalankan usah, dikendalikan oleh team manajemen yang dipimpin oleh manager dan 5 karyawan sebagai berikut:

Manager	: Siti Kalimah S.Pd
SPI	: Darmaji
Bagian Pembiayanan	: Mutoli'ah
Bagian Pembukuan	: Laila Nurrohmah
Customes Servive	: Luluk Fauziah Latief

5. Bidang Usaha Kopsyah Al-Mawaddah

Sebagai mitra pengusaha kecil Koperasi Syari'ah Al-Mawaddah berusaha membantu mengurangi kemiskinan dengan meningkatkan ekonomi mereka, adapun kegiatan yang dilakukan adalah[141]

1. Pembiayaan
   a. Pembiayaan Murabahah

[141] RAT Kopsyah Al-Mawaddah, 2017

Yaitu pembiayaan dengan akad jual beli, dimana membutuhkan barang (alat sarana usaha) dan Kopsyah menyediakan barangnya. Kemudian anggota membelinya di Kopsyah dengan pembayaran dibelakang atau jatuh tempo, besarnya harga dan lamanya pembayaran berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak.

b. Pembiayaan Mudharabah

Yaitu pembiayaan dengan akad syirkah atau kerjasama antara Koperasi syari'ah dengan anggota yang menjalankan usaha dengan modal seluruhnya dari Koperasi syari'ah, dalam jangka waktu tertentu dan hasil keuntungan usaha akan dibagi sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak.

c. Pembiayaan Qardhul Hassan (program jangka panjang)

Pembiayaan dengan pengembalian pokok yang tidak memungut bagi hasil kepada (peminjam) dan dengan membayar infak seikhlasnya.

2. Menghimpun simpanan

a. Simpanan Berjangka Koperasi Syari'ah

Yaitu simpanan berjangka waktu 3 bulan, 6 bulan, 12 bulan. Dengan minimal setoran Rp 1.000.000,-(satu juta rupiah) berhak mendapatkan bagi hasil sesuai dengan nisbah yang telah disepakati.

b. Simpanan Al-Mawaddah Mudharabah

yaitu simpanan yang mendapatkan bagi hasil setip saat bisa diambil, setoran awal Rp. 10.000,(sepuluh ribu rupiah).

c. Simpanan Wadiah (titipan)

1) Simpanan Al-Mawaddah Berkah Yaitu simpanan berupa titipan, setiap saat bisa diambil dan tidak mendapatkan bagi hasil. Setoran pertama minimal Rp 10.000,-(sepuluh ribu rupiah).
2) Simpanan Al-Mawaddah Qurban Yaitu simpanan berupa titipan, bisa diambil pada saat hari raya qurban. Setoran pertama minimal Rp 10.000,-(sepuluh ribu rupiah).
3) Simpanan Sarjana yaitu simpanan dengan akad penyetorannya dilakukan sekali dalam jumlah minimal tertentu, jangka waktu tertentu dan pemberian hak beasiswa setiap menjelang usia anak masuk sekolah.
4) Simpanan Ziarah Al-Mawaddah yaitu simpanan anggota yang bersifat titipan dengan tidak mendapatkan bagi hasil kecuali bonus dari Koperasi Syariah Al-Mawaddah.

3. Kegiatan mengelola ZIS dan kegiatan sosial dakwah

Disalurkan pembiayaan Qardhul Hassan, pemberian beasiswa kepada siswa yang mempunyai orang tua miskin dan anak yatim piatu.

B. Profil Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah anggota simpanan wadiah Kopsyah Al-Mawaddah sebanyak 102 orang/anggota. Adapun jumlah responden yang ditentukan sebagi sampel adalah sebanyak 51 orang/anggota.

C. Deskripsi Responden

Untuk mempermudah dalam mengidentifikasi responden dalam penelitian ini (anggota simpanan wadiah di Kopsyah Al-Mawaddah), maka

diperlukan gambaran mengenai karakteristik responden. Adapun gambaran karakteristik responden adalah sebagai berikut:

a. Karakteristk Berdasarkan Jenis Kelamin

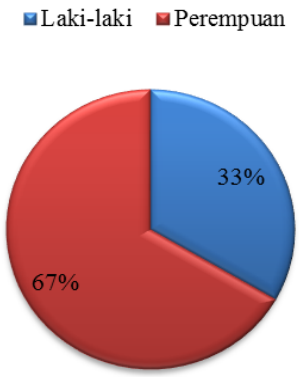
Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1.	Laki-laki	17	33%
2.	Perempuan	34	67%
Total		51	100%

Sumber: Data angket yang telah diolah, 2018

Lebih jelasnya persentase frekuensi jenis kelamin ini divisualisasikan dalam bentuk diagram lingkaran di bawah ini.

Gambar 4.1 Diagram Lingkaran Jenis Kelamin Responden



b. Karakteristk Berdasarkan Usia

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

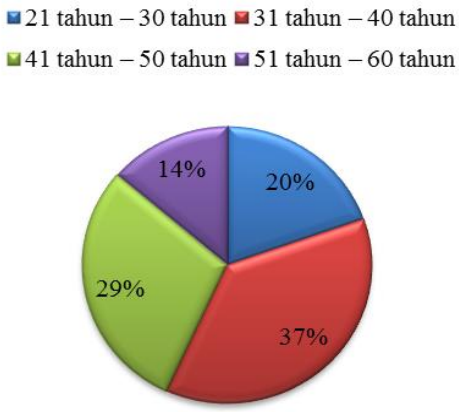
No	Usia	Jumlah	Persentase (%)
1.	21 tahun – 30 tahun	10	20%

2.	31 tahun – 40 tahun	19	37%
3.	41 tahun – 50 tahun	15	29%
4.	51 tahun – 60 tahun	7	14%
Total		51	100%

Sumber: Data angket yang telah diolah, 2018

Lebih jelasnya persentase frekuensi jenis usia ini divisualisasikan dalam bentuk diagram lingkaran di bawah ini.

Gambar 4.2 Diagram Lingkaran Usia Responden



c. Karakteristk Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Tingkat Pendidikan

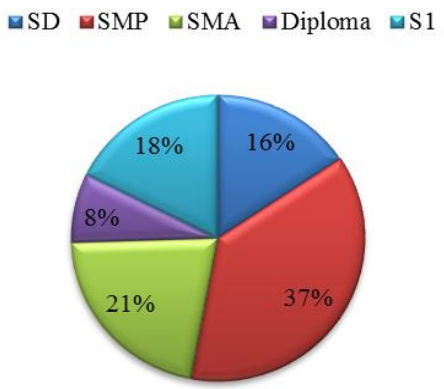
No	Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
1.	SD	7	16%
2.	SMP	19	37%
3.	SMA	11	21%
4.	Diploma	4	8%
5.	S1	9	18%

Total	51	100%

Sumber: Data angket yang telah diolah, 2018

Lebih jelasnya persentase frekuensi jenis pendidikan ini divisualisasikan dalam bentuk diagram lingkaran di bawah ini.

Gambar 4.3 Diagram Lingkaran Tingkat Pendidikan Responden



d. Karakteristk Berdasarkan Pekerjaan

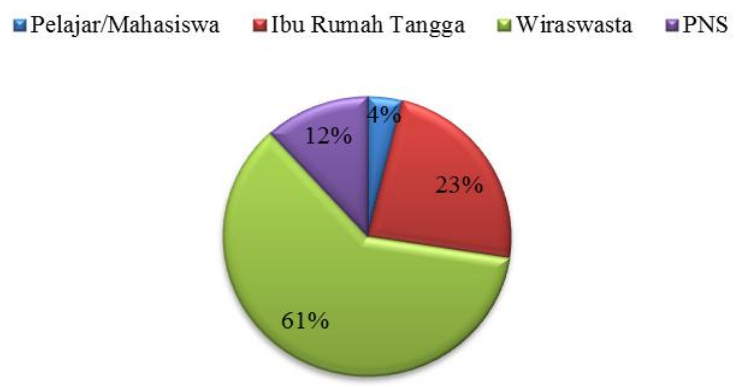
Tabel 4.4
Karakteristik responden pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
1.	Pelajar/Mahasiswa	2	4%
2.	Ibu Rumah Tangga	12	23%
3.	Wiraswasta	31	61%
4.	Pegawai Swasta	-	-
5.	PNS	6	12%
Total		51	100%

Sumber: Data angket yang telah diolah, 2018

Lebih jelasnya persentase frekuensi jenis pekerjaan ini divisualisasikan dalam bentuk diagram lingkaran di bawah ini.

Gambar 4.4 Diagram Lingkaran Pekerjaan Responden



D. Hasil Analis Data

Setelah semua data yang diperlukan terkumpul dari berbagai sumber, dalam bab ini akan dianalisis sesuai dengan hipotesis yang telah dikemukakan pada bab terdahulu. Penelitian ini didasarkan pada data angket yang disebarkan di Kopsyah Al-Mawaddah kepada responden sehingga dapat dilakukan analisis atas data yang diperoleh, yaitu melalui analisis variabel-variabel independen berupa *customer relationship manajemnt* dan kualitas layanan terhadap variabel dependen berupa loyalitas anggota. Perhitungan variabel-variabelnya dilakukan dengan menggunakan computer melalui program SPSS 16.0. berikut ini deskripsi statistik berdasarkan data yang telah diolah dengan menggunakan SPSS 16.0.

1. Deskripsi Variabel Penelitian

Dari angket yang telah peneliti sebarkan kepada responden yang terdiri dari 26 pernyataan dan dibagi dalam 3 kategori yaitu:

1) 8 soal digunakan untuk mengetahui tentang pengaruh *customer relationship management* (X1)
2) 10 soal digunakan untuk mengetahui tentang pengaruh kualitas layanan (X2).
3) 8 soal digunakan untuk mengetahui tentang loyalitas anggota (Y).

Sedangkan hasil jawaban yang peneliti peroleh dari responden sebagaimana dipaparkan pada tabel berikut:

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 51 responden yang ditemui saat di lapangan.

1) *Customer Relationship Manajement* (X1)

Tabel 4.5
Customer Relationship Management

No.	Bobot	Skor	Jumlah	Prosentase
1.	Sangat Setuju	5	93	22,79%
2.	Setuju	4	207	50,74%
3.	Netral	3	106	25,98%
4.	Tidak Setuju	2	2	0,49%
5.	Sangat Tidak Setuju	-	-	-

Sumber: Data kuesioner diolah,2018

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 51 responden yang ditemui saat di lapangan. Peneliti berhasil mendapatkan data responden pada variabel *customer relationship management* yang memilih pendapat sangat setuju berjumlah 93 atau 22,79%, setuju berjumlah 207 atau 50,74%, netral berjumlah 106 atau 25,98% , tidak setuju berjumlah 2 atau 0,49% dan sangat tidak setuju.

2) Kualitas Layanan (X2)

Tabel 4.6
Kualitas Layanan

No.	Bobot	Skor	Jumlah	Prosentase
1.	Sangat Setuju	5	122	23,92%
2.	Setuju	4	270	52,94%
3.	Netral	3	118	23,13%
4.	Tidak Setuju	-	-	-
5.	Sangat Tidak Setuju	-	-	-

Sumber: Data kuesioner diolah,2018

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 51 responden yang ditemui saat di lapangan. Peneliti berhasil mendapatkan data responden pada variabel kualitas layanan yang memilih pendapat sangat setuju berjumlah 122 atau 23,92%, setuju berjumlah 270 atau 52,94%, netral berjumlah 118 atau 23,13% tidak ada responden yang memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju.

3) Loyalitas Nasabah (Y)

Tabel 4.7
Loyalitas Anggota

No.	Bobot	Skor	Jumlah	Prosentase
1.	Sangat Setuju	5	94	23,04%
2.	Setuju	4	228	55,88%
3.	Netral	3	86	21,08%
4.	Tidak Setuju	-	-	-
5.	Sangat Tidak Setuju	-	-	-

Sumber: Data kuesioner diolah,2018

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 51 responden yang ditemui saat di lapangan. Peneliti berhasil mendapatkan data responden pada variabel kualitas layanan yang memilih pendapat sangat setuju berjumlah 94 atau 23,04%, setuju berjumlah 228 atau 55,88%, netral

berjumlah 86 atau 21,08% tidak ada responden yang memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju.

2. Uji Validitas dan Reliabilitas

a) Uji Validitas

Uji validitas akan menguji masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini, dimana keseluruhan variabel penelitian memuat 26 pernyataan yang harus dijawab oleh responden. Adapun metode yang digunakan untuk memberikan penilaian terhadap validitas kuesioner adalah korelasi produk momen (*moment product correlation, person correlation*) antara skor setiap butir pertanyaan dengan skor total, sehingga sering disebut sebagai *inter item-total correlation*. Ketentuan validitas instrumen valid apabila r hitung lebih besar dari r kritis (0,3) atau bila korelasi tiap variabel positif dan besarnya 0,3 ke atas maka variabel tersebut merupakan *construct* yang kuat. Berikut hasil dari pengujian validitas pada kuesioner yang disebarkan pada Kopsyah Al-Mawaddah adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8
Uji Validitas Variabel *Customer Relationship Manajent* (X1)

No Item	Corrected Item-Total Correlation	Keterangan
P1	0,620	Valid
P2	0,525	Valid
P3	0,570	Valid
P4	0,368	Valid
P5	0,369	Valid
P6	0,539	Valid
P7	0,368	Valid
P8	0,454	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Tabel 4.9
Uji Validitas Kualitas Layanan (X2)

No Item	Corrected Item-Total Correlation	Keterangan
P9	0,416	Valid
P10	0,517	Valid
P11	0,431	Valid
P12	0,495	Valid
P13	0,326	Valid
P14	0,514	Valid
P15	0,508	Valid
P16	0,339	Valid
P17	0,483	Valid
P18	0,520	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Tabel 4.10
Uji Validitas Loyalitas Anggota (Y)

No Item	Corrected Item-Total Correlation	Keterangan
P19	0,554	Valid
P20	0,554	Valid
P21	0,406	Valid
P22	0,384	Valid
P23	0,352	Valid
P24	0,506	Valid
P25	0,520	Valid
P26	0,494	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel-tabel diatas, seluruh item pernyataan dari variabel X_1 (*Customer Relationship Manajement*), variabel X_2 (Kualitas Layanan), dan Y (Loyalitas Anggota) adalah valid karena nilai *Corrected Item-total Correlation* lebih besar dibanding 0,3, maka dapat dikatakan bahwa c*onstruct* diatas merupakan *construc*t yang kuat. Dalam penelitian ini semua item kuesioner telah memeuhi persyaratan validitas atau shahih secara statistik sehingga dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya.

b) Uji Reliabilitas

Reliabilitas instrumen adalah hasil pengukuran yang dapat dipercaya. Reliabilitas instrumen diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach's* diukur berdasarkan skala *Alpha Cronbach's* 0 sampai 1. Nugroho dan suyuthi menegaskan bahwa kuesioner dikatakan reliable jika mempunyai nilai *Alpha Cronbach's* > dari 0.60.[142] Adapun hasil pengujian reabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.11
Uji Reliablilitas Variabel *Customer Relationship Manajement*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.776	8

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Tabel 4.12
Uji Reliablilitas Variabel Kualitas Layanan

Reliability Statistics

CronbachsAlpha	N of Items
.785	10

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

[142] Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*…, hal. 97

Tabel 4.13
Uji Reliablilitas Variabel Loyalitas Anggota

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.771	8

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel di atas, nilai *Chonbach's Alpha* untuk variabel *customer relationship manajement* (X1) sebesar 0,776; untuk variabel penerapan kualitas layanan(X2) sebesar 0,785; dan untuk variabel loyalitas anggota (Y) sebesar 0,771, maka dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *Chonbach's Alpha* lebih dari 0,60 ($\alpha > 0,60$) sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel X1,X2, dan Y adalah reliabel.

3. Uji Normalitas Data

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah suatu variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Disini untuk mendeteksi normalitas data menggunakan pendekatan *kolmogorov-swirnov.*Adapun uji normalitas sebagai berikut:

Tabel 4.14
Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		CRM	Kualitas Layanan	Loyalitas Anggota
N		51	51	51
Normal Parameters[a]	Mean	31.6667	40.0784	32.1569
	Std. Deviation	3.56464	4.02414	3.29468
Most Extreme	Absolute	.151	.150	.143

Differences	Positive	.151	.150	.136
	Negative	-.119	-.119	-.143
Kolmogorov-Smirnov Z		1.075	1.074	1.024
Asymp. Sig. (2-tailed)		.198	.199	.245

a.Test distribution is Normal.

Sumber : Data primer yang diolah,2018

Berdasarkan tabel One-Sampel Klomogorov-Smirnov Test diperoleh angka *Asymp. Sig (2-tailed)*. Nilai ini dibandingkan dengan 0,05 (menggunakan taraf signifikan atau ∝ = 5%) untuk pengambilan keputusan dengan pedoman:

a. Nilai sig. atau signifikansi < 0,05, distribusi data tidak normal
b. Nilai sig. atau signifikansi > 0,05 distribusi data adalah normal

Tabel 4.15
Keptusan Uji Normalitas Data

Nama Variabel	**Nilai *Asymp. Sig.(2-tailed)***	**Taraf Signifikansi**	**Keputusan**
CRM	0,195	0,05	Normal
Kualitas Layanan	0,199	0,05	Normal
Loyalitas Anggota	0,245	0,05	Normal

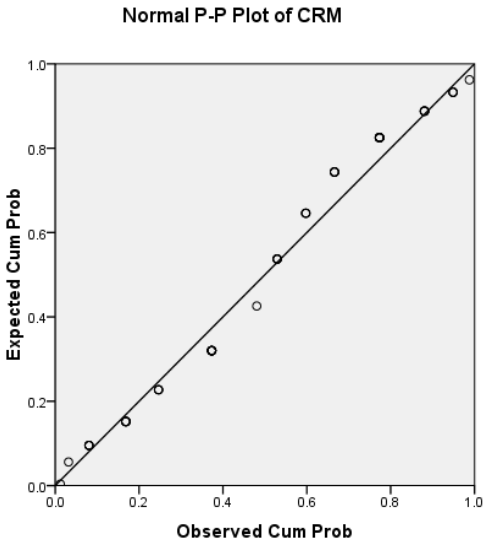
Sumber : Data primer yang diolah,2018

Dari hasil uji normalitas menggunakan *one-sample Kolmogorovsmirnov* diperoleh nila sebesar 0,195 untuk *customer relationship manajement,* nilai 0,199 untuk kualitas layanan, dan nilai 0,245 untuk loyalitas anggota, sehingga hasil keputusan menyatakan bahwa distribusi data adalah normal karena memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05.

Setelah pengujian menggunakan pendekatan *Kolmogorov Smirnov* diketahui, maka dilakukan uji dengan menggunakan pendekatan kurva *P-P Plots.*

a) P-P Plots *Customer Relationship Manajement*

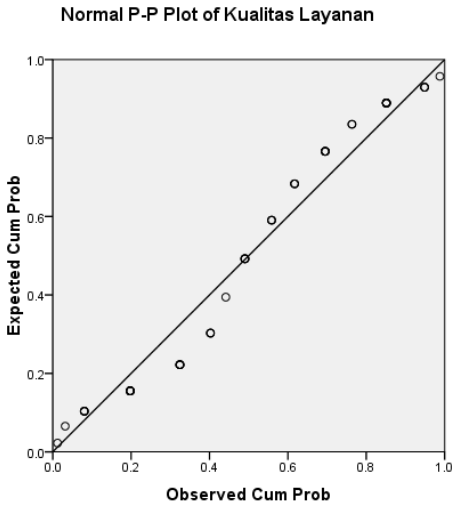
Gambar 4.5



Dari hasil uji dengan menggunakan kurva *P-P Plots* pada normalitas data dengan *Normal P-P Plot* (Gambar 4.5), menunjukkan bahwa terdistribusi dengan titik – titik data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, data pada variabel yang digunakandinyatakan terdistribusi normal.

b) P-P Plots Kualitas Layanan

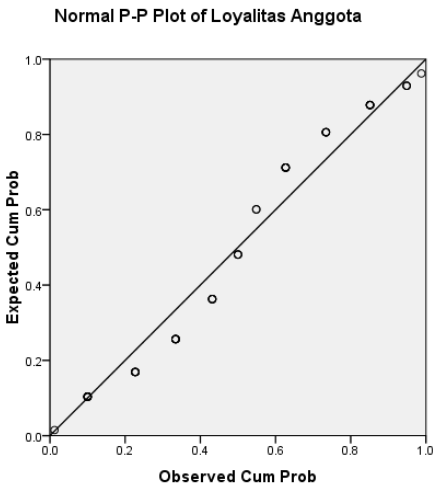
Gambar 4.6



Dari hasil uji dengan menggunakan kurva *P-P Plots* pada normalitas data dengan *Normal P-P Plot* (Gambar 4.6), menunjukkan bahwa terdistribusi dengan titik – titik data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, data pada variabel yang digunakandinyatakan terdistribusi normal.

c) P-P Plots Loyalitas Anggota

Gambar 4.7



Dari hasil uji dengan menggunakan kurva *P-P Plots* pada normalitas data dengan *Normal P-P Plot* (Gambar 4.7), menunjukkan bahwa terdistribusi dengan titik – titik data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, data pada variabel yang digunakandinyatakan terdistribusi normal.

4. Uji Asumsi Klasik

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

a. Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas dilakukan untuk mengetahhui apakah antara variabel bebas terdapat hubungan. Cara yang dipakai untuk mendeteksi gejala multikolinearitas adalah dengan melihat VIF *(Variance Inflation Factor)* dan nilai *tolerance*nya. Jika VIF kurang

dari 10 dan nilai *tolerance*nya lebih dari 0,10, maka tidak terjadi multikolinearitas. Berikut hasil uji multikolinearitas masing-masing variabel:

Tabel 4.16
Hasil uji multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	CRM	.285	3.505
	Kualitas Layanan	.285	3.505

a. Dependent Variable: Loyalitas Anggota

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan dari hasil pengujian *coefficients* yang telah dioleh di atas ini dapat diketahui bahwa nilai VIF adalah 3.505 (variabel *customer relationship manajement*) dan 3.505 (variabel kualitas layanan). Hasil ini berarti variabel terbebas dari asumsi klasik multikolinearitas, karena hasilnya lebih kecil dari 10.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar *Scatterplot model* tersebut. Tidak terdapat heteroskedastisitas jika:[143]

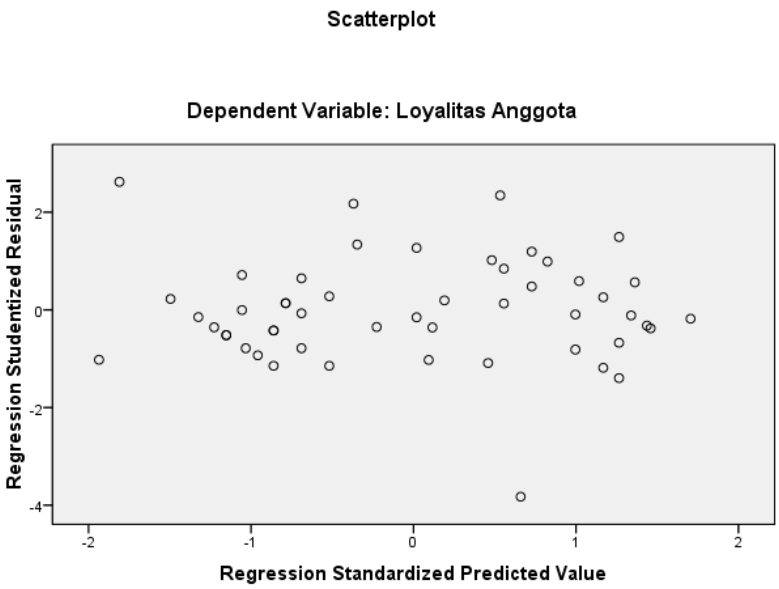
1. Penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola

[143] Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*…, hal. 79-80.

2. Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau disekitar angka 0.
3. Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.

Adapun hasil uji statistik heteroskedastisitas yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 4.8
Hasil uji heteroskedastisitas



Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan bahwa titik - titik tidak membentuk pola tertentu atau tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Dengan demikian, asumsi

asumsi normalitas, multikolinearitas dan heteroskedastisitas dalam model regresi dapat dipenuhi dari model ini.

5. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Perhitungan statistik dalam analisis regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan bantuan program komputer SPSS for Windows versi 16.0. Ringkasan hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 4.17
Hasil uji regresi linear berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.455	2.020		1.215	.230
	CRM	.290	.106	.314	2.746	.008
	Kualitas Layanan	.512	.094	.625	5.473	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Anggota

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Dari tabel diatas dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 2,455 + 0,290\ X_1 + 0,512\ X_2$$

Loyalitas Anggota = 2,455 + 0,290 (*customer relationship manajement*) + 0,512 (kualitas layanan)

Penjelasan dari persamaan fungsi regresi linear berganda di atas adalah sebagai berikut:

a. Nilai konstanta (a) sebesar 2,455, menyatakan bahwa jika tidak ada *customer relationship manajement* dan kualitas layan maka loyalitas anggota bernilai 2,455.
b. Koefisien regresi X_1 (*customer relationship manajement*) sebesar 0,290. artinya bahwa setiap ada peningkatan *customer relationship manajement* sebesar 1 satuan, loyalitas anggota akan meningkatkan sebesar 0,290 atau 29%. Dan sebaliknya, jika *customer relationship manajement* menurunkan 1 satuan maka loyalitas anggota akan turun sebesar 0,290 atau 29%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *customer relationship management* berpengaruh positif terhadap loyalitas anggota di Kopsyah Al-Mawaddah.
c. Koefisien regresi X_2 (kualitas layanan) sebesar 0,512 artinya bahwa setiap ada peningkatan kualitas layanan sebesar 1 satuan, loyalitas anggota akan meningkatkan sebesar 0,512 atau 51,2%. Dan sebaliknya, jika kualitas layanan menurunkan 1 satuan maka loyalitas anggota akan turun sebesar 0,512 atau 51,2%.. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas anggota di Kopsyah Al-Mawaddah.

6. Uji Hipotesis

a. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi 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. Dengan tingkat signifikansi 0,05.

Kesimpulan :

1. Apabila t hitung < t tabel, maka HO diterima dan Ha ditolak, Artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.
2. Apabila t hitung > t tabel, maka Ha diterima dan HO ditolak, Artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 4.18
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.455	2.020		1.215	.230
	CRM	.290	.106	.314	2.746	.008
	Kualitas Layanan	.512	.094	.625	5.473	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Anggota

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Dari tabel diatas terlihat hasil analisis SPSS diperleh t hitung untuk variabel *customer relationship manajent* (X1) sebesar 2.746 dengan tingkat sig. 0.008 (lebih kecil dari taraf signifikan 0,05), t hitung untuk variabel kualitas layanan sebesar 5.473 dengan tingkat sig. 0.00 (lebih kecil dari taraf sgnifikan 0,05). Sehingga dapat dikatakan kedua variabel *customer relationship manajent* dan kualitas layanan secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas nasabah. Hal ini sekaligus menunjukkan bahwa:

a) Dalam tabel *Coefficient* diperoleh nilai sig. sebesar 0,008 dibandingkan dengan taraf signifikansi (α = 5%) 0,05 maka : Sig. < α= 0,00 < 0,05. Karena nilai Sig.< α maka disimpulkan untuk menolak H_0, yang berarti *customer relationship management* berpengaruh dan signifikan secara statistik pada α=5% terhadap loyalitas anggota di Kopsyah Al-Mawaddah.

   Nilai t_{hitung} (2,746) > t_{tabel} (2,010) maka disimpulkan menolak H_0, artinya *customer relationship management* berpengaruh dan signifikan secara statistik pada α = 5% terhadap loyalitas anggota di Kopsyah Al-Mawaddah.

b) Dalam tabel *Coefficient* diperoleh nilai sig. sebesar 0,00 dibandingkan dengan taraf signifikansi (α = 5%) 0,05 maka : Sig. < α= 0,00 < 0,05. Karena nilai Sig.< α maka disimpulkan untuk menolak H_0, yang berarti kualitas layanan berpengaruh dan

signifikan secara statistik pada α=5% terhadap loyalitas anggota di Kopsyah Al-Mawaddah.

Nilai t_{hitung} (5,473) > t_{tabel} (2,011) maka disimpulkan menolak H_0, artinya *customer relationship management* berpengaruh dan signifikan secara statistik pada α = 5% terhadap loyalitas anggota di Kopsyah Al-Mawaddah.

b. Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Uji simultan atau uji F adalah uji statistik yang digunakan untuk menilai apakah uji regresi yang dilakukan mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak, dimana jika nilai F hitung lebih besar dari pada F tabel maka uji regresi dikatakan signifikan. Atau dengan melihat angka signifikansinya. Jika nilai sig. lebih kecil dari 0.1 maka secara simultan atau bersama-sama pengaruh varibel independen terhadap variabel dependen adalah signifikan. Berdasarkan uji SPSS diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.19
Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	445.705	2	222.853	110.233	.000[a]
	Residual	97.040	48	2.022		
	Total	542.745	50			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, CRM

b. Dependent Variable: Loyalitas Anggota

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Dalam tabel ANOVA diatas diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 110,233 dengan tingkat signifikansi 0,000 dibandingkan dengan taraf signifikansi (α = 5%) 0,05 maka : Sig. < α = 0,000 < 0,05. Karena nilai sig. < α maka H_0 ditolak, H_1 diterima. Dengan ini berarti terdapat pengaruh dan signifikan secara statistik pada α = 5% antara variabel *customer relationship management* (X_1), variabel kualitas layanan (X_2), sehingga membenarkan hipotesis *customer relationship management,* kualitas layanan terhadap loyalitas anggota di Kopsyah Al-Mawaddah.

Nilai F_{hitung} (110,233) > F_{tabel} (3,190) maka H_0 ditolak H_1 diterima yang artinya *customer relationship management,* kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh dan signifikan secara statistik pada α 5% terhadap loyalitas anggota di Kopsyah Al-Mawaddah.

7. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi memiliki fungsi untuk mengetahui besarnya variasi variabel independen dalam menerangkan variabel dependen atau untuk menjelaskan sejauh mana kemampuan variabel independen (*customer relationship manajement* dan kualitas layanan) terhadap variabel dependen (loyalitas anggota). Dari hasil perhitungan melalui SPSS didapatkan nialai koefisien determinasi sebagai berikut:

Tabel 4.20
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.906[a]	.821	.814	1.42185

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, CRM

b. Dependent Variable: Loyalitas Anggota

Pada tabel 4.20 diatas terlihat bahwa angka *R Square* sebesar 0,821 ini menunjukkan bahwa pengaruh *customer relationship manajement* (X1) dan kualitas layanan (X2) adalah kuat. *Adjuted R Square* adalah 0,814 ini berarti variabel *customer relationship manajenet* (X1) dan kualitas layanan (X2) secara bersama-sama mempengaruhi loyalitas anggota sebesar 81,4 %, sedangkan sisanya sebesar 18,6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan dalam penelitian ini.