

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Data

1. Sejarah berdirinya LKS ASRI

Lembaga Keuangan Syariah “Amanah Syariah Islam (LKS ASRI)” merupakan lembaga keuangan yang berbasis syariah berdiri pada tahun 2009 yang diprakarsai oleh Drs. Mubadi yang sekarang ini menjabat sebagai pimpinan di LKS ASRI. Beliau melakukan kerjasama dengan bapak Leksana Agus Widodo SE, yaitu sebagai manager LKS ASRI, sebelum menjadi seorang manager di LKS ASRI bapak Laksana juga pernah bekerja dibisnis yang sama namun di lembaga keuangan yang berbeda, yaitu di bank Nusamba, kurang lebih selama enam tahun. Dengan berbekal pengalaman tersebut serta pernah mengikuti pelatihan-pelatihan perbankan syariah, akhirnya beliau berkeinginan untuk membuka koperasi yang menggunakan sistem syariah yang didirikan pada Tanggal 9 September 2009 yaitu Lembaga Keuangan Syariah Amanah Syariah Islam yang lebih dikenal dengan sebutan LKS ASRI.⁸²

2. Lokasi LKS ASRI

Lokasi kantor pusat LKS ASRI Tulungagung terletak di Jalan Mayor Sujadi Timur 45 Plosokandang Kedungwaru Tulungagung, tepatnya disebelah selatan perempatan pertama barat kampus IAIN Tulungagung.

⁸² Buku RAT LKS ASRI Tulungagung, 27 April 2016

Sedangkan lokasi kantor cabang dari LKS ASRI terletak di kecamatan Sendang, Kauman dan Kalidawir.

3. Visi, Misi LKS ASRI

a. Visi

1. Menjadi Lembaga Keuangan Syari'ah yang mengedepankan pada keunggulan personal, keunggulan manajemen dan keunggulan teknologi sehingga menjadi Lembaga Keuangan Syari'ah yang profesional.
2. Menjadi Lembaga Keuangan Syari'ah yang mengedepankan pada keunggulan personal, keunggulan manajemen dan keunggulan teknologi sehingga menjadi Lembaga Keuangan Syari'ah kepercayaan umat.
3. Menjadi Lembaga Keuangan Syari'ah untuk membangun ekonomi umat secara profesional.

b. Misi

1. Meningkatkan kesejahteraan anggota pada khususnya dan kemajuan lingkungan kerja pada umumnya.
2. Menumbuh kembangkan usaha produktif bagi anggota dan masyarakat.
3. Bekerja secara profesional, amanah, iklas dan sesuai dengan kaidah syari'ah.⁸³

⁸³ Bagan LKS ASRI Tulungagung, 27 April 2016

4. Produk-produk LKS ASRI

Produk-produk yang ada di LKS ASRI yakni sebagai berikut:

a. Tabungan Wadiah

Tabungan wadiah adalah simpanan jasa yang menguntungkan, yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam kas dibuka di Koperasi Syari'ah ASRI yaitu setiap hari Senin-Jum'at jam 08.00-15.00 dan hari Sabtu jam 08.00-12.00.

b. Pembiayaan

1. Murabahah

Fasilitas penyaluran dana dengan sistem jual beli. Koperasi akan memberikan barang-barang halal apa saja yang nasabah butuhkan kemudian menjualnya kepada nasabah untuk diangsur sesuai dengan kemampuan nasabah. Produk ini dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan usaha.

2. Mudharabah

Pembiayaan yang dilakukan oleh koperasi kepada nasabah untuk usaha yang produktif dengan nisbah bagi hasil yang adil. Jangka waktu usaha, tatacara pengambilan dana dan pembagian keuntungan ditentukan berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak (Koperasi dan Nasabah).

3. Ijarah

Perjanjian sewa-menyewa suatu barang antara koperasi dengan nasabah yang berakhir dengan kepemilikan barang tersebut kepada

penyewa atau dalam dunia usaha dikenal dengan *finance leasing*.

Harga sewa dan harga beli ditetapkan bersama di awal perjanjian.

c. Jasa-jasa lainnya

1. Penyaluran zakat, infaq dan shadaqoh.
2. Pembayaran rekening listrik, telepon dan *speedy*.⁸⁴

5. Struktur Organisasi LKS ASRI

Berikut ini struktur organisasi LKS ASRI:

Pengurus :

1. Ketua : Drs. Mubadi, M.M
2. Sekretaris : Sugiharto Wahyu Priyono, S.E
3. Bendahara : Nina Novitasari, S.E

Badan Pemeriksa :

1. Syaifudin Ashari
2. Misngat

Dewan Pengawas Syariah :

1. Leksana Agung Widodo, S.E
2. H. Lamirin

Pengurus Operasional :

1. Ketua : Drs. Mubadi, M.M
2. Manager Utama : Leksana Agus Widodo, S.E
3. Manager Pemasaran : Sugiyono Wahyu priono, S.E
4. Manager Kepatuhan : Nina Novitasari, S.E⁸⁵

⁸⁴ Buku RAT LKS ASRI Tulungagung, 27 April 2016

Karyawan LKS ASRI berjumlah 16 karyawan, dari keseluruhan anggota tersebut telah terlayani jasa-jasa yang ada di Koperasi Syariah ASRI, baik itu jasa pembiayaan maupun jasa pendanaan baik simpanan wadiah maupun deposito murabahah.

6. Deskripsi Karakteristik Responden

Sebelum dilakukan analisis, terlebih dahulu penulis menjelaskan mengenai data responden. 75 kuesioner yang disebar kepada responden digunakan sebagai sampel penelitian. Adapun responden dalam penelitian ini adalah nasabah LKS ASRI Plosokandang Tulungagung. Berikut ini data-datanya:

a. Karakteristik berdasarkan jenis kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin responden LKS ASRI Tulungagung adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1

Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Prosentase
1	Laki-laki	33	44%
2	Perempuan	42	56%
Total		75	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas (4.1), diketahui bahwa dari 75 orang responden, jumlah responden berjenis kelamin laki-laki adalah 33 orang atau 44%, sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 42 orang atau 56%. Dari data tersebut diketahui bahwa

⁸⁵ Bagan LKS ASRI Tulungagung, 27 April 2016

responden berjenis kelamin perempuan 12% lebih banyak dari responden berjenis kelamin laki-laki.

b. Karakteristik berdasarkan usia

Adapun data mengenai usia responden LKS ASRI Tulungagung adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2

Usia Responden

No	Usia	Jumlah	Prosentase
1	15-22	18	24%
2	23-30	15	20%
3	31-38	22	29,33%
4	39-46	15	20%
5	≥ 47	5	6,67%
Total		75	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas (4.2), diketahui bahwa dari 75 orang responden, jumlah responden usia 15-22 sebanyak 18 orang, usia 23-30 sebanyak 15 orang, usia 31-38 sebanyak 22 orang, usia 39-46 sebanyak 15 orang, dan usia ≥ 47 sebanyak 5 orang.

c. Karakteristik berdasarkan pendidikan

Adapun data mengenai tingkat pendidikan responden LKS ASRI Tulungagung adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3

Pendidikan Responden

No	Pendidikan	Jumlah	Prosentase
1	SD/MI	17	22,67%
2	SLTP/MTS	15	20%
3	SLTA/MAN	19	25,33%
4	S1/S2	24	32%
Total		75	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas (4.3), diketahui bahwa dari 75 responden, jumlah responden yang tingkat pendidikan SD/MI sebanyak 17 orang, tingkat pendidikan SLTP/MTS sebanyak 15 orang, tingkat pendidikan SLTA/MAN sebanyak 19 orang, dan tingkat pendidikan SI/S2 sebanyak 24 orang.

d. Karakteristik berdasarkan pekerjaan

Adapun data mengenai pekerjaan responden LKS ASRI Tulungagung adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4

Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	Jumlah	Prosentase
1	Pegawai Negeri	9	12%
2	Pegawai Swasta	14	18,67%
3	Wiraswasta	25	33,33%
4	Pelajar/Mahasiswa	14	18,67%
5	Lainnya	13	17,33%
Total		75	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas (4.4), diketahui bahwa dari 75 responden, sebagian besar pekerjaan responden adalah wiraswasta sebanyak 25 orang, pegawai negeri sebanyak 9 orang, pegawai swasta sebanyak 14 orang, pelajar/mahasiswa sebanyak 14 orang, dan lainnya sebanyak 13 orang.

e. Karakteristik berdasarkan pendapatan

Adapun data mengenai pendapatan responden LKS ASRI Tulungagung adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5

Pendapatan Responden

No	Pendapatan	Jumlah	Prosentase
1	≤ Rp 500	20	26,67%
2	Rp 500 – 1 juta	24	32%
3	1 juta – 1,5 juta	16	21,33%
4	1,5 juta – 2 juta	8	10,67%
5	≥ 2 juta	7	9,33%
Total		75	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas (4.5), diketahui bahwa dari 75 responden, jumlah responden yang berpendapatan ≤ Rp 500 sebanyak 20 orang, Rp 500 – 1 juta sebanyak 24 orang, 1 juta – 1,5 juta sebanyak 16 orang, 1,5 juta – 2 juta sebanyak 8 orang, dan ≥ 2 juta sebanyak 7 orang.

B. Pengujian Hipotesis

1. Uji Validitas

Nilai validitas masing-masing butir pertanyaan atau pernyataan menurut Nugroho dapat dilihat pada nilai *Corrected Item-Total Correlation* masing-masing butir pertanyaan atau pernyataan.⁸⁶ Berdasarkan jendela *Item-Total Statistics* nilai *Corrected Item-Total Correlation* untuk masing-masing butir adalah:

Tabel 4.6

Uji Validitas Instrument Variabel *Customer Relationship Management* (X₁)

Nomor Item	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Keterangan
X1	0,455	Valid
X2	0,371	Valid
X3	0,470	Valid
X4	0,486	Valid
X5	0,392	Valid
X6	0,387	Valid
X7	0,341	Valid

Tabel 4.7

Uji Validitas Instrument Variabel Kualitas Pelayanan (X₂)

Nomor Item	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Keterangan
X1	0,381	Valid
X2	0,484	Valid
X3	0,583	Valid
X4	0,511	Valid
X5	0,381	Valid
X6	0,334	Valid
X7	0,557	Valid

⁸⁶ *Ibid*, hal. 105

Tabel 4.8

Uji Validitas Instrument Variabel Kualitas Produk (X_3)

Nomor Item	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Keterangan
X1	0,523	Valid
X2	0,456	Valid
X3	0,549	Valid
X4	0,488	Valid
X5	0,453	Valid
X6	0,485	Valid
X7	0,524	Valid

Tabel 4.9

Uji Validitas Instrument Variabel Loyalitas Nasabah (Y)

Nomor Item	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Keterangan
Y1	0,323	Valid
Y2	0,409	Valid
Y3	0,508	Valid
Y4	0,432	Valid
Y5	0,335	Valid
Y6	0,389	Valid
Y7	0,421	Valid

Berdasarkan tabel-tabel diatas, seluruh item pertanyaan atau pernyataan dari variabel X_1 (*customer relationship management*), variabel X_2 (kualitas pelayanan, variabel X_3 (kualitas produk) dan variabel Y (loyalitas nasabah) adalah valid karena nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dibanding 0,3 dan merupakan *construct* yang kuat, karena korelasi tiap faktor positif dan besarnya 0,3 keatas.

2. Uji Reliabilitas

Dalam suatu penelitian, pengujian reliabilitas instrument dilakukan karena keterandalan instrument berkaitan dengan keajekan dan taraf

kepercayaan terhadap instrument penelitian tersebut.⁸⁷ Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach's* diukur berdasarkan skala *Alpha Cronbach's* 0 sampai 1.⁸⁸

Berikut ini hasil uji reliabilitas instrument variabel *customer relationship management* (X_1), kualitas pelayanan (X_2), kualitas produk (X_3) dan loyalitas nasabah (Y) :

Tabel 4.10

Uji Reliabilitas Instrument Variabel *Customer Relationship Management*
(X_1)

Nomor Item	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
$X_{1,1}$	0,659	Reliabel
$X_{1,2}$	0,680	Reliabel
$X_{1,3}$	0,657	Reliabel
$X_{1,4}$	0,651	Reliabel
$X_{1,5}$	0,676	Reliabel
$X_{1,6}$	0,678	Reliabel
$X_{1,7}$	0,690	Reliabel

Tabel 4.11

Uji Reliabilitas Instrument Variabel Kualitas Pelayanan (X_2)

Nomor Item	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
$X_{2,1}$	0,732	Reliabel
$X_{2,2}$	0,710	Reliabel
$X_{2,3}$	0,684	Reliabel
$X_{2,4}$	0,705	Reliabel
$X_{2,5}$	0,732	Reliabel
$X_{2,6}$	0,742	Reliabel
$X_{2,7}$	0,694	Reliabel

⁸⁷ Agus Eko Sujianto, *APLIKASI STATISTIK dengan SPSS 16.0*. (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2009), hal. 104

⁸⁸ *Ibid*, hal. 97

Tabel 4.12

Uji Reliabilitas Instrument Variabel Kualitas Produk (X_3)

Nomor Item	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
$X_{3.1}$	0,741	Reliabel
$X_{3.2}$	0,750	Reliabel
$X_{3.3}$	0,730	Reliabel
$X_{3.4}$	0,743	Reliabel
$X_{3.5}$	0,750	Reliabel
$X_{3.6}$	0,744	Reliabel
$X_{3.7}$	0,739	Reliabel

Tabel 4.13

Uji Reliabilitas Instrument Variabel Loyalitas Nasabah (Y)

Nomor Item	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
$Y_{1.1}$	0,679	Reliabel
$Y_{1.2}$	0,656	Reliabel
$Y_{1.3}$	0,627	Reliabel
$Y_{1.4}$	0,649	Reliabel
$Y_{1.5}$	0,674	Reliabel
$Y_{1.6}$	0,662	Reliabel
$Y_{1.7}$	0,655	Reliabel

Berdasarkan tabel-tabel diatas, seluruh item pertanyaan atau pernyataan dari variabel X_1 (*customer relationship management*), variabel X_2 (kualitas pelayanan, variabel X_3 (kualitas produk) dan variabel Y (loyalitas nasabah) adalah Reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$. Seperti yang dikemukakan Triton, jika nilai *Cronbach's Alpha* 0,61 s.d 0,80 maka diartikan reliabel.

3. Uji Normalitas

Tabel 4.14

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Customer relationship management	Kualitas pelayanan	Kualitas produk	Loyalitas nasabah
N		75	75	75	75
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	28,9600	30,4400	28,6933	29,5067
	Std. Deviation	2,94288	2,93736	3,11914	2,98362
	Absolute	,105	,129	,128	,113
Most Extreme Differences	Positive	,081	,086	,128	,067
	Negative	-,105	-,129	-,094	-,113
Kolmogorov-Smirnov Z		,913	1,117	1,104	,975
Asymp. Sig. (2-tailed)		,375	,165	,174	,298

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Dari tabel *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* diperoleh nilai 0,375 untuk variabel *customer relationship management* (X_1), nilai 0,165 untuk variabel kualitas pelayanan (X_2), nilai 0,174 untuk variabel kualitas produk (X_3) dan nilai 0,298 untuk variabel loyalitas nasabah (Y) berarti distribusi data dinyatakan normal. Suatu variabel dikatakan normal jika nilai Sig. atau signifikansi atau nilai probabilitas $> 0,05$.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Tabel 4.15

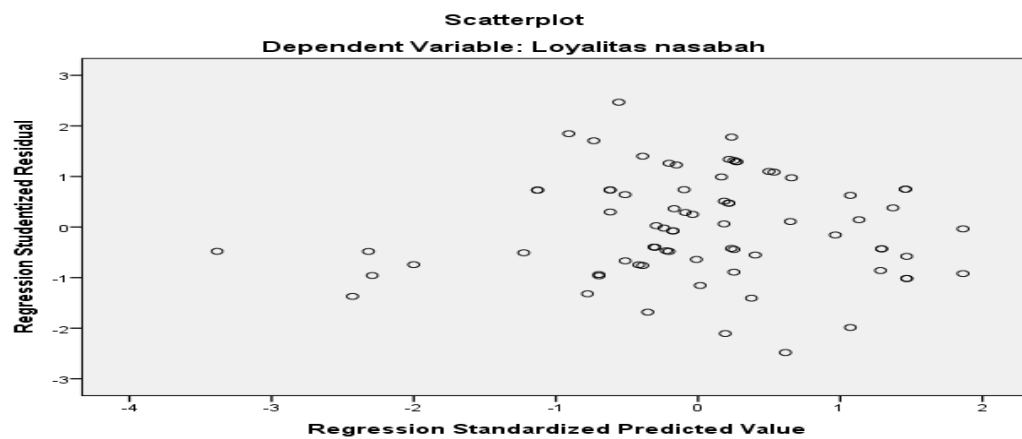
Coefficients ^a			
Model	Collinearity Statistics		
	Tolerance	VIF	
1	Customer relationship management	,513	1,949
	Kualitas pelayanan	,719	1,392
	Kualitas produk	,577	1,732

a. Dependent Variable: Loyalitas nasabah

Berdasarkan *Coefficients* diatas diketahui bahwa nilai VIF adalah 1,949 (variabel *customer relationship management*), 1,392 (variabel kualitas pelayanan), dan 1,732 (variabel kualitas produk). Hasil ini berarti variabel terbebas dari asumsi klasik multikolinearitas, karena hasilnya lebih kecil dari 10.

b. Uji Heterokedastisitas

Gambar 4.1



Dari grafik *Scatterplots* terlihat bahwa titik-titik dari data menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y dan tidak membentuk suatu pola tertentu. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas, sehingga model regresi layak digunakan untuk menganalisis *customer relationship*

management, kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas nasabah.

5. Uji Regresi Berganda

Tabel 4.16

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	7,247	3,260		2,223	,029
	Customer relationship management	,388	,129	,383	3,015	,004
	Kualitas pelayanan	,203	,109	,200	1,863	,067
	Kualitas produk	,169	,114	,177	1,476	,144

a. Dependent Variable: Loyalitas nasabah

Dari tabel diatas diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 7,247 + 0,388 X_1 + 0,203 X_2 + 0,169 X_3 \text{ atau}$$

$$\text{Loyalitas nasabah} = 7,247 + 0,388 (\text{customer relationship management}) + 0,203 (\text{kualitas pelayanan}) + 0,169 (\text{kualitas produk})$$

Keterangan :

- a. Nilai konstanta sebesar 7,247 menyatakan bahwa jika variabel *customer relationship management*, kualitas pelayanan dan kualitas produk dalam keadaan tetap/konstan maka loyalitas nasabah adalah 7,247.
- b. Koefisien regresi X_1 sebesar 0,388 menyatakan bahwa setiap peningkatan *customer relationship management* (X_1) sebesar satu satuan, maka loyalitas nasabah (Y) juga akan meningkat sebesar 38,8% dengan anggapan variabel lain konstan.

Dalam analisa regresi berganda di peroleh hasil nilai Sig. sebesar 0,004 dengan α 5% dan nilai β dalam *unstandardized coefficients* variabel *customer relationship management* menunjukkan angka sebesar 0,388 Artinya pada saat *customer relationship management* menaikkan 1 satuan, maka akan menaikkan loyalitas nasabah sebesar 0,388 satuan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *customer relationship management* berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah di LKS ASRI Tulungagung.

- c. Koefisien regresi X_2 sebesar 0,203 menyatakan bahwa setiap peningkatan kualitas pelayanan (X_2) sebesar satu satuan, maka loyalitas nasabah (Y) juga akan meningkat sebesar 20,3% dengan anggapan variabel lain konstan.

Dalam analisa regresi berganda di peroleh hasil nilai Sig. sebesar 0,067 dengan α 5% dan nilai β dalam *unstandardized coefficients* variabel kualitas pelayanan menunjukkan angka sebesar 0,203 Artinya pada saat kualitas pelayanan menaikkan 1 satuan, maka akan menaikkan loyalitas nasabah sebesar 0,203 satuan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah di LKS ASRI Tulungagung.

- d. Koefisien regresi X_3 sebesar 0,169 menyatakan bahwa setiap peningkatan kualitas produk (X_3) sebesar satu satuan, maka loyalitas nasabah (Y) juga akan meningkat sebesar 16,9% dengan anggapan variabel lain konstan.

Dalam analisa regresi berganda di peroleh hasil nilai Sig. sebesar 0,144 dengan α 5% dan nilai β dalam *unstandardized coefficients* variabel kualitas produk menunjukkan angka sebesar 0,169 Artinya pada saat kualitas produk menaik 1 satuan, maka akan menaikkan loyalitas nasabah sebesar 0,169 satuan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah di LKS ASRI Tulungagung.

6. Uji Hipotesis

a. Uji-t (uji parsial)

Berdasarkan tabel *Coefficient* pada tabel 4.16 diatas dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Dalam tabel *Coefficient* diperoleh nilai sig. sebesar 0,004 dibandingkan dengan taraf signifikansi ($\alpha = 5\%$) 0,05 maka : Sig. $< \alpha = 0,004 < 0,05$. Karena nilai Sig. $< \alpha$ maka disimpulkan untuk menolak H_0 , yang berarti *customer relationship management* pada LKS ASRI Tulungagung berpengaruh dan signifikan secara statistik pada $\alpha = 5\%$ terhadap loyalitas nasabahnya.

Nilai t_{hitung} (3,015) $> t_{tabel}$ (1,665) maka disimpulkan menolak H_0 , artinya *customer relationship management* berpengaruh dan signifikan secara statistik pada $\alpha = 5\%$ terhadap loyalitas nasabah.

2. Dalam tabel *Coefficient* diperoleh nilai sig. sebesar 0,067 dibandingkan dengan taraf signifikansi ($\alpha = 5\%$) 0,05 maka : Sig. $< \alpha = 0,067 > 0,05$. Karena nilai sig. $> \alpha$ maka disimpulkan untuk

menolak H_1 , yang berarti kualitas pelayanan pada LKS ASRI Tulungagung berpengaruh tetapi tidak signifikan secara statistik pada $\alpha = 5\%$ terhadap loyalitas nasabahnya.

Nilai $t_{hitung} (1,863) > t_{tabel} (1,665)$ maka disimpulkan menolak H_0 , artinya kualitas pelayanan berpengaruh dan signifikan secara statistik pada $\alpha = 5\%$ terhadap loyalitas nasabah.

3. Dalam tabel *Coefficient* diperoleh nilai sig. sebesar 0,144 dibandingkan dengan taraf signifikansi ($\alpha = 5\%$) 0,05 maka : $Sig. > \alpha = 0,144 > 0,05$. Karena nilai $sig. > \alpha$ maka disimpulkan untuk menolak H_1 , yang berarti kualitas produk pada LKS ASRI Tulungagung berpengaruh tetapi tidak signifikan secara statistik pada $\alpha = 5\%$ terhadap loyalitas nasabahnya.

Nilai $t_{hitung} (1,476) < t_{tabel} (1,665)$ maka disimpulkan menolak H_1 , artinya kualitas pelayanan berpengaruh tetapi tidak signifikan secara statistik pada $\alpha = 5\%$ terhadap loyalitas nasabah.

b. Uji F (uji simultan)

Tabel 4.17

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	272,163	3	90,721	16,662	,000 ^b
Residual	386,583	71	5,445		
Total	658,747	74			

a. Dependent Variable: Loyalitas nasabah

b. Predictors: (Constant), Kualitas produk, Kualitas pelayanan, Customer relationship management

Dalam tabel ANOVA diatas diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 16,662 dengan tingkat signifikansi 0,000 dibandingkan dengan taraf signifikansi ($\alpha = 5\%$) 0,05 maka : $Sig. < \alpha = 0,000 < 0,05$. Karena nilai $sig. < \alpha$ maka H_0 ditolak, H_1 diterima. Dengan ini berarti terdapat pengaruh dan signifikan secara statistik pada $\alpha = 5\%$ antara variabel *customer relationship management* (X_1), variabel kualitas pelayanan (X_2) dan kualitas produk (X_3), sehingga membenarkan hipotesis *customer relationship management*, kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas nasabah di LKS ASRI Tulungagung.

Nilai F_{hitung} (16,662) $>$ F_{tabel} (2,73) maka H_0 ditolak H_1 diterima yang artinya *customer relationship management*, kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh dan signifikan secara statistik pada α 5% terhadap loyalitas nasabah pada LKS ASRI Tulungagung.

7. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 4.18

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,643 ^a	,413	,388	2,33342

a. Predictors: (Constant), Kualitas produk, Kualitas pelayanan, Customer relationship management

b. Dependent Variable: Loyalitas nasabah

Nilai *R Square* atau koefisien determinasi berkisar antara 0 sampai 1. Dalam tabel *Model Summary* diatas, angka *R Square* adalah 0,388. Regresi linier berganda sebaiknya menggunakan *R Square* yang sudah disesuaikan

atau tertulis *Adjusted R Square*, karena disesuaikan dengan jumlah variabel independen yang digunakan.

Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,388 berarti 38,8% variabel terikat yaitu loyalitas nasabah dijelaskan oleh variabel bebas yang terdiri dari *customer relationship management*, kualitas pelayanan, dan kualitas produk, sisanya 61,2% dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan dalam penelitian ini seperti tata letak/*layout*.⁸⁹

⁸⁹ Eka Nurlailia, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Tata Letak/Layout terhadap Loyalitas Nasabah pada Bni Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung*, (Tulungagung : Skripsi tidak Diterbitkan, 2014)