

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **1. Sejarah KSPPS Haniva**

KSPPS Haniva lahir dari sebuah inisiatif beberapa pemuda penggagas (Anwan Santoso, Imam Muttaqin, Lukman, Mohd. Yasin dan Lutpi Sahal) yang menghendaki adanya peran sosial yang lebih luas bagi masyarakat. Selain keinginan ini, beberapa pertanyaan mendasar para penggagasnya tentang kondisi ekonomi masyarakat saat itu (sebagaimana tergambar dalam latar belakang), juga adanya lembaga keuangan baik konvensional maupun syari'ah ataupun juga lembaga keuangan makro maupun mikro yang ternyata masih selalu meninggalkan persoalan bagi perkembangan ekonomi rakyat terus mendorong semangat para penggagasnya.

Terlebih adanya gempa yang menggoncang Kabupaten Bantul dan DIY yang meninggalkan berbagai permasalahan dan membutuhkan solusi nyata. Secara garis besar permasalahan tersebut adalah;

- a. Krisis fiskal dan keuangan negara akibat kenaikan berbagai kebutuhan pokok telah mengakibatkan meningkatnya angka kemiskinan hampir di seluruh Indonesia tak terkecuali Kabupaten Bantul Propinsi DIY.
- b. Meningkatnya jumlah masyarakat miskin dan pengangguran secara drastis akibat gempa yang menimpa sebagian wilayah DIY.

- c. Makin melambatnya laju perekonomian masyarakat yang disebabkan berbagai faktor ekonomi.
- d. Belum terjangkaunya masyarakat miskin oleh lembaga keuangan makro (bank) sehingga membutuhkan bantuan pembiayaan kecil dan lunak untuk memulai usaha produktif.
- e. Melemahnya produktifitas masyarakat pengusaha kecil akibat kehilangan dan kekurangan modal.

Atas dasar masalah yang demikian, para penggagas kemudian melakukan pertemuan-pertemuan informal beberapa bulan lamanya yaitu antara Agustus 2006 hingga Maret 2007 untuk melakukan diskusi dan pencerahan. Dari situ kemudian disimpulkan bahwa dalam menjawab berbagai permasalahan di atas dibutuhkan sebuah badan yang mampu melakukan intermediasi sekaligus mendampingi hingga memberikan laboratorium percontohan bisnis. Maka untuk hal ini kemudian diwujudkan dalam bentuk KSPPS Haniva sebagai wadah utama.

Dengan berbagai tugas yang masih dijalankan masing-masing personil penggagas, disepakati pembagian tugas untuk pelaksanaan aksinya secara nyata. Akhirnya, pada tanggal 16 April 2007 diputuskan untuk memulai melakukan aksi. Kemudian pada tanggal 1 Mei 2007 pembangunan gedung kantor operasional dimulai. Tanggal 2 Mei 2007 mengajukan permohonan penyuluhan pembentukan koperasi kepada Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi Propinsi DIY. Tepat tanggal 14 Mei 2007 dengan dihadiri Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi (DISPERINDAGKOP) Daerah

Istimewa Yogyakarta dilakukan Rapat Pembentukan KSPPS Haniva yang dihadiri lebih dari 27 orang. Rapat ini dilakukan di gubug tempat ngaji (saat itu) sebelah kantor saat ini.

Hasil keputusan rapat pembentukan kemudian diaktakan oleh Notaris Hendi Rusinanto, SH. dengan nomor 03 pada tanggal 6 Juli 2007. Akta tersebut kemudian disahkan oleh DISPERINDAGKOP Propinsi DIY dengan nomor badan hukum 24/BH/KPTS/XII/2007 Tanggal 19 Desember 2007.

Pada awal bulan Maret 2008, KSPPS Haniva telah terdaftar pada Dinas Perijinan Kabupaten Bantul dengan nomor TDP 504/DP/PO/093/III/2008 dan ijin gangguan (HO) nomor 660/DP/S/0219/III/2008. Sejak itu juga, KSPPS Haniva telah terdaftar sebagai wajib pajak dengan nomor NPWP 02.645.3563-541.000. Tanggal 4 Juni 2007, adalah tanggal KSPPS Haniva beroperasi untuk pertama kalinya dalam memberikan pelayanan pada anggotanya.

## **2. Visi dan Misi KSPPS Haniva**

### **a. Visi**

Menjadi lembaga keuangan mikro syari'ah terdepan dalam pengembangan usaha mikro di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta

### **b. Misi**

- 1) Memberikan pembiayaan dalam bentuk modal dan sarana usaha bagi usaha kecil (mikro).
- 2) Memberikan motivasi dan pendampingan pengelolaan (manajemen) bagi usaha kecil.

### **3. Tujuan Mendirikan KSPPS Haniva**

- a. Memperbaiki kondisi perekonomian masyarakat yang menjadi anggota khususnya, dan masyarakat luas pada umumnya.
- b. Meningkatkan pendapatan masyarakat yang menjadi anggota dan calon anggota.
- c. Mengembangkan model kerjasama antara berbagai pihak (stakeholders) yang terdiri dari pemerintah, masyarakat, LSM, dan juga Perguruan Tinggi dalam pengentasan kemiskinan.
- d. Membangun kemandirian usaha masyarakat miskin di sekitar kantor dan tempat tinggal anggota dan calon anggota

### **4. Struktur Organisasi KSPPS Haniva**

- a. Susunan Pengurus Periode 2016-2021
  - 1) Ketua : Imam Muttaqin, SHI.
  - 2) Sekretaris : H. Lukman, S.Ag., M.Pd
  - 3) Bandahara : H. Anwan Santoso, s.Ag
- b. Susunan Pengawas Manajemen Periode 2016-2021
  - 1) Ketua : Harsono, S.Ag., MSI
  - 2) Anggota : Mardang Dwi Haksoro, SS.
  - 3) Anggota : Dr. Lukman Faorani, M.Ag.

### **5. Susunan Pengawas Manajemen Periode 2016-2021**

- a. Ketua : Dr. Drs. H. Dadan Muttaqien, SH., M. Hum
- b. Anggota : KH. Abdul Choliq
- c. Manager : Endang Pertiwi, A.Md

## **6. Personalia (Karyawan)**

Jumlah karyawan di KSPPS Haniva terdiri dari 6 orang berikut adalah susunan pengelola:

Manager : Endang pertiwi, A.Md

Administrasi : Titi Afiati, A.Md

Pemandu Anggota :Betik Murdiastuti, A.Md

Suranto

Suradiono

Topan Saputra

## **7. Jaringan Kantor KSPPS Haniva**

- a. Kantor pusat KSPPS Haniva : Komplek Pondok Pesantren At Ta'abbud, Jl. Imogiri Timur Km. 11,1 No. 42 Wonokromo Pleret Bantul DI. Yogyakarta.

## **8. Jenis Simpanan KSPPS Haniva**

- a. Haniva Aktif
- b. Haniva Emas
- c. Anak Shaleh Haniva (ASHA)
- d. Berjangka Produktif.

## **B. PEMBAHASAN**

### **1. Karakteristik Responden**

**Tabel 4.1**  
**Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, Pekerjaan,**  
**Sumber Dana Dan Nominal Uang Sekali Ditung**

KARAKTERISTIK RESPONDEN	KETERANGAN	TOTAL RESPONDEN	PERSENTASE
JENIS KELAMIN	Perempuan	63	63%
	Laki-Laki	37	37 %
	Total	100	100%
PEKERJAAN	Wiraswasta	39	39%
	Guru/PNS	31	31%
	Lainnya	30	30%
	Total	100	100%
SUMBER DANA	Orang tua	55	55%
	Uang saku	45	45%
	Total	100	100%
NOMINAL UANG SEKALI DITABUNG	5.000-30.000	76	76%
	40.000-60.000	17	17%
	70.000-1000.000	7	7%
	Total	100	100%

**Sumber:** Hasil olah data kuesioner

Berdasarkan karakteristik wali anggota SI ASHA pada tabel 4.1 diatas, dapat di ketahui dari total sampel responden yang diambil untuk melakukan penelitian ini, sebanyak 100 wali anggota SI ASHA 63 diantaranya lebih dominan yang berjenis kelamin perempuan dan 37 diantaranya yang berjenis kelamin laki-laki.

Berdasarkan pekerjaan wali siswa yang menjadi anggota SI ASHA pada tabel 4.1 diatas, didominasi wali siswa yang menjadi anggota SI ASHA yang berprofesi wiraswasta sebanyak 39 diantaranya berprofesi Guru/ PNS 31 dan 30 diantaranya butir pertanyaan lainnya seperti buruh dan serabutan.

Berdasarkan sumber dana tabungan pada tabel 4.1 diatas, menunjukkan bahwa dari 100 responden wali siswa yang menjadi anggota SI ASHA 55

siswa bahwa sumber uang untuk ditabung yaitu dari orang tua, 45 diantaranya sumber dana tabungan dari uang saku anak itu sendiri.

Berdasarkan jumlah nominal uang sekali ditabung pada tabel 4.1 diatas, menunjukkan bahwa dari 100 responden didominasi jumlah nominal uang sekali ditabung sebesar 5.000-30.000 yaitu sebanyak 76, 17 lebih memilih nominal 40.000-60.000 dan 7 diantaranya 70.000-100.000.

## 2. Uji Instrumen

### a) Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas menggunakan batasan r tabel dengan signifikan 0,05, untuk batasan r tabel maka dengan  $n= 50$  maka di dapat r tabel sebesar 0,195. Artinya jika nilai korelasi lebih dari batasan yang ditentukan maka item dianggap valid, sedangkan kurang dari batasan yang ditentukan maka item dianggap tidak valid (Ghazali, 2011:52).

**Tabel 4.2**  
**Uji Validitas**

Variabel	Corrected Item-Total Correlation	R tabel	Keterangan
Motivasi	0,620	0,195	Valid
	0,610	0,195	Valid
	0,653	0,195	Valid
	0,605	0,195	Valid
Promosi	0,614	0,195	Valid
	0,669	0,195	Valid
	0,699	0,195	Valid
	0,643	0,195	Valid

Keputusan	0,726	0,195	Valid
	0,650	0,195	Valid
	0,583	0,195	Valid
	0,598	0,195	Valid

Sumber: Data primer yang diolah pada 2017 menggunakan spss

Untuk mengetahui apakah item di atas valid atau tidak, cukup dilihat pada nilai *CorrectedItem-Total Correlation*, jika nilainya *Corrected Item-Total Correlation* > r tabel maka item valid, tetapi jika nilainya *Corrected Item-Total Correlation* < r tabel maka item tidak valid. Dari output diatas dapat dilihat bahwa nilai *CorrectedItem-Total Correlation* > 0,195 maka item dikatakan **VALID**.

#### b) Uji Reliabilitas

Reliabilitas sebenarnya adalah adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah untuk mengukur dengan uji statistik *Cronbach Alpha ( $\alpha$ )* Suatu konstruk atau variable dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,70 (Ghozali. 2011:47-48).

**Tabel 4.3**  
**Uji Reliabilitas**

Variabel	Cranbach's Alpha	Keterangan
Motivasi	0,806	Reliabel
Promosi	0,828	Reliabel
Keputusan	0,814	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah pada 2017 menggunakan spss

Dari data diatas diketahui bahwa dari tiga variabel pada tabel 4.3 mempunyai nilai *Cranbach's Alpha* > 0,70 yaitu nilai *cranbach's Alpha* motivasi sebesar  $0,806 > 0,70$  , dan promosi nilai *cranbach's Alpha*  $0,828 > 0,70$  sedangkan keputusan nilai *cranbach's Alpha*  $0,814 > 0,70$  maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir pertanyaan diatas **RELIABEL**.

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a) Uji Multikolinearitas

Uji multikolonearitas bertujuan untuk meguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (*Independen*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Multikolonearitas dapat di lihat dari nilai *tolerance* dan nilai *variance inflation factor (VIF)*. Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen yang di jelaskan oleh variabel independen lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya.

Jadi *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena  $VIF = 1/Tolerance$ ). Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance*  $\leq 0,10$  atau sama dengan nilai VIF  $\geq 10$  (Ghozali 2011:105-106).

**Tabel 4.4**  
**Uji Multikolinearitas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	3.448	1.063		3.243	.002		
MOTIVASI	.414	.083	.426	4.988	.000	.845	1.183
PROMOSI	.292	.075	.333	3.901	.000	.845	1.183

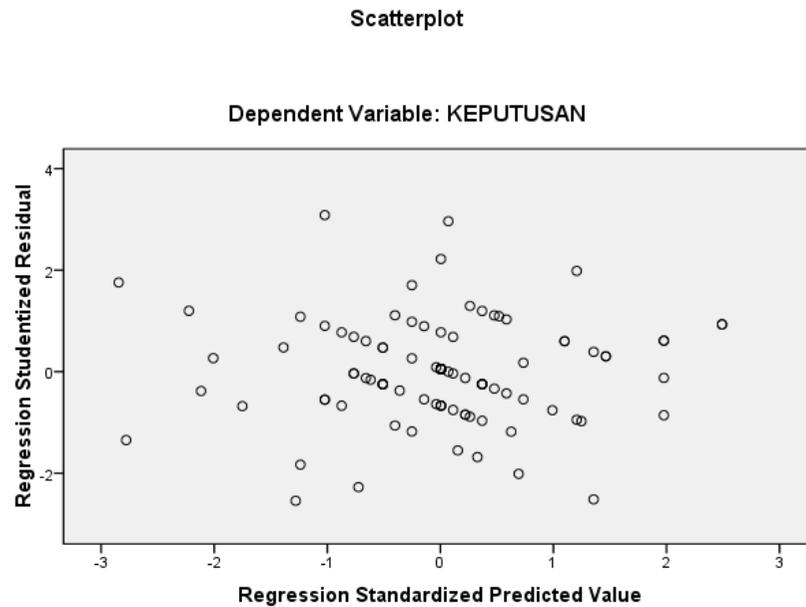
A. Dependent Variable: KEPUTUSAN

Berdasarkan pada tabel 4.4 dapat kita lihat nilai *tolerance* pada model regresi. Dari output diatas dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* sebesar  $0,845 \geq 0,10$  dan nilai VIF sebesar  $1,183 \leq 10$ . Jadi dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi masalah Multikolinearitas antara variabel bebas.

#### **b) Heteroskedastisitas**

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menuji apakah dalam model regresi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lainnya. Jika *variance* dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lainnya tetap, maka disebut Heteroskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas.

**Tabel 4.5**  
**Uji Heteroskeastisitas**



Sumber: Data primer yang diolah pada 2017 menggunakan spss

Untuk mendukung hasil output diatas pada tabel 4.5Peneliti menggunakan analisis grafik *Scatterplot*. Berdasarkan grafik *Scatterplot* terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak, dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar dengan pola yang tidak jelas di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi. Sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi keputusan anggota

### c) Uji Normalitas

**Tabel 4.6**  
**Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.38311031
Most Extreme Differences	Absolute	.099
	Positive	.099
	Negative	-.063
Kolmogorov-Smirnov Z		.985
Asymp. Sig. (2-tailed)		.286

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Data primer yang diolah pada 2017 menggunakan spss

Uji Normalitas Bertujuan menguji apakah model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. (Ghozali 2011:160). Dari output diatas dapat diketahui bahwa besarnya nilai *Kolmogorov-Smirnov Z* sebesar 0,985 dan nilai *Asymp.sig.(2-tailed)* sebesar 0,286 , sehingga dapat disimpulkan dari tabel 4.6 diatas bahwa data tersebut terdistribusi dengan normal karena lebih besar dari 0,05.

**d) Uji Linieritas**

Uji ini digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak dilihat apakah variabel mempunyai hubungan yang linier secara signifikan atau tidak dengan melihat nilai *Linierity* pada *Anova Table* jika nilai sig < 0,05 maka terdapat hubungan linier, sebaliknya jika nilai sig > 0,05 maka tidak terdapat hubungan linier atau variabel.

**Tabel 4.7**  
**Uji Linieritas**

Variabel	Sig	Keterangan
Keputusan motivasi	0.000	Linier
Keputusan promosi	0.000	Linier

Sumber: Data primer yang diolah pada 2017 menggunakan spss

Dari output pada tabel 4.7 dari hasil linieritas pada keputusan terhadap motivasi dapat diketahui signifikansi pada linieritas sebesar  $0.000 \leq 0,05$  sedangkan keputusan terhadap promosi nilai linieritas sebesar  $0.000 \leq 0,05$  dapat disimpulkan bahwa penelitian ini telah lolos dalam uji asumsi klasik yang meliputi: uji normalitas, uji multikolinearitas, uji linearitas dan uji heteroskedastisitas.

#### 4. Metode Analisis

##### a) Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil persamaan linear berganda pada tabel 4.8 Sebaai berikut

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Rergesi**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.448	1.063		3.243	.002
	MOTIVASI	.414	.083	.426	4.988	.000
	PROMOSI	.292	.075	.333	3.901	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN

Sumber: Data primer yang diolah pada 2017 menggunakan spss

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh dari beberapa variabel bebas dalam mempengaruhi

variabel terkait (Juliansyah Noor.2011:179), dalam penelitian ini pada tabel 4.8 dapat disimpulkan persamaan regresi linier berganda dilakukan untuk menjelaskan motivasi dan promosi secara persial maupun simultan terhadap keputusan anggota untuk menabung yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang diajukan oleh penulis.

Berdasarkan data analisis dan persamaan regresi linier berganda dapat diketahui sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 3,448 + (0,414) X_1 + (0,292) X_2.$$

Dari tabel 4.8 persamaan regresi linier berganda diatas, dapat disimpulkan bahwa semua varabel independen mempunyai pengaruh yang signifikasi dalam mendorong keputusan anggota untuk menabung di KSPPS Haniva (SI ASHA). Dari hasil regresi dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Nilai konstan sebesar 3,448 dapat dinyatakan bahwa jika variabel independen nilainya 0 (nol), maka keputusan anggota untuk menabung di KSPPS Haniva nilainya sebesar 3,448.
- b. Koefisien regresi  $X_1$  variabel motivasi sebesar 0,414 bernilai positif, maka terjadi hubungan positif antara variabel motivasi dengan kepuasan anggota artinya jika variabel motivasi mengalami kenaikan satu satuan, maka kepuasan anggota (Y) untuk menabung di KSPPS Haniva akan mengalami peningkatan sebesar 0,414, kenaikan variabel motivasi akan mengakibatkan kenaikan pada kepuasan anggota,

Semakin besar nilai motivasi yang diberikan oleh orang tua dan guru terhadap anak (siswa) maka anak tersebut termotivasi untuk menabung sejak dini.

- c. Koefisien regresi  $X_2$  variabel promosi sebesar 0,292 bernilai positif maka terjadi hubungan antara variabel promosi dengan kepuasan anggota, artinya jika variabel promosi mengalami kenaikan satu satuan, kepuasan anggota (Y) untuk menabung di KSPPS Haniva akan mengalami peningkatan sebesar 0,292 kenaikan variabel promosi akan mengakibatkan kenaikan pada kepuasan anggota untuk menabung di KSPPS Haniva.

## 5. Pengujian Hipotesis

### a) Uji Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah nol sampai satu. Nilai  $R^2$  kecil maka kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2011:97).

**Tabel 4.9**  
**Hasil Analisis Determinasi Ganda**

Model Summary <sup>p</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.635 <sup>a</sup>	.403	.391	1.397

a. Predictors: (Constant), PROMOSI, MOTIVASI

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN

Sumber: Data primer yang diolah pada 2017 menggunakan spss

Dari tabel 4.9 hasil pengujian dari data diatas, dapat diketahui besarnya nilai koefisien determinasi adalah 0,403 atau 40,3% yang berarti variabel dependen (keputusan untuk menabung) dijelaskan atau memprediksi oleh variabel independen (motivasi dan promosi). Sehingga dapat disimpulkan dari variabel-variabel tersebut bahwa variabel independen terpengaruh terhadap keputusan menabung yaitu sebesar 40,3% , dan sisanya ( $100-40,3\% =$  sebesar 59,7%) diduga dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel penelitian ini.

Anggota SI ASHA KSPPS Haniva, kemungkinan besar banyak faktor lain yang mempengaruhi keputusan anggota tersebut. Diantaranya adalah faktor ekonomi, lokasi, pengaruh sosiologis eksternal konsumen (keluarga, teman-teman, tetangga). Hal ini dapat disimpulkan bahwa semua faktor diluar variabel tersebut merupakan masukan yang mungkin mempengaruhi keputusan anggota untuk menabung di KSPPS Haniva.

#### **b) Uji F (Simultan)**

Uji statistik pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan kedalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terkait.

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji F**

**ANOVA**

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	127.974	2	63.987	32.773	.000 <sup>a</sup>
	Residual	189.386	97	1.952		
	Total	317.360	99			

. Predictors: (Constant), PROMOSI, MOTIVASI

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN

Sumber: Data primer yang diolah pada 2017 menggunakan spss

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen yang ditunjukkan dalam tabel anova pada tabel 4.10 diatas. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka keputusannya  $H_0$  atau variabel independen secara simultan tidak berpengaruh signifikansi terhadap variabel dependen sedangkan nilai signifikansi  $< 0,05$  maka keputusannya adalah  $H_0$  ditolak atau variabel independen secara simultan berpengaruh signifikansi terhadap variabel independen.

Bersarakan tabel 4.10 diatas dapat diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak artinya nilai ini menunjukkan bahwa variabel motivasi dan promosi secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap keputusan anggota untuk menabung di KSPPS Haniva.

### c) Uji t (Parsial)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen, ditunjukkan dengan nilai *coefficients*.

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji t**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.448	1.063		3.243	.002
MOTIVASI	.414	.083	.426	4.988	.000
PROMOSI	.292	.075	.333	3.901	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN

Sumber: Data primer yang diolah pada 2017 menggunakan spss

Dari tabel 4.11 *coefficients* diatas terlihat nilai signifikansi motivasi  $0,000 < 0,05$ , sedangkan nilai signifikansi promosi  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat simpulkan bahwa  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak.

## 6. Pembahasan Hipotesis

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh motivasi dan promosi terhadap keputusan anggota untuk menabung di KSPPS Haniva. Berikut adalah pembahasan masing-masing setiap variabel.

### 1) Pengaruh motivasi terhadap keputusan anggota untuk menabung di KSPPS Haniva.

Motivasi merupakan dorongan yang timbul oleh adanya rangsangan dari dalam maupun dari luar sehingga seseorang berkeinginan untuk mengadakan perubahan tingkah laku/aktifitas tertentu lebih baik dari keadaan sebelumnya.

Berdasarkan pengujian secara parsial (Uji t) antara motivasi dengan keputusan menabung atau menjadi anggota SI ASHA menunjukkan nilai signifikansi yaitu sebesar  $0,000 < 0,05$  dan  $t_{hitung}$  4,988 lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  1,9840. Hal ini berarti bahwa secara parsial variabel motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota untuk menabung di KSPPS Haniva atau menjadi anggota SI ASHA. Sesuai dengan hasil pengumpulan data melalui observasi yang dilakukan oleh penulis, bahwa motivasi yang diberikan pihak KSPPS Haniva yaitu berupa:

- a. Sosialisasi terhadap wali siswa untuk menabung guna memberi kemudahan bertransaksi pada para wali siswa dengan sistem antar jemput kesekolah dan pengambilannya tidak dibatasi, sehingga para wali siswa tidak harus datang ke KSPPS Haniva guna untuk menabung.

Dengan adanya KSPPS Haniva bisa menjembatani wali siswa untuk menabung meskipun dengan nominal yang sedikit (Rp 1000). Hal ini juga diperkuat dari penjelasan responden wali siswa dari anggota simpanan SI ASHA, yang menyatakan bahwa adanya tabungan SI ASHA terbukti telah memenuhi kebutuhan anak, seperti: mempersiapkan biaya pendidikan, memenuhi kebutuhan sehari-hari dan memberikan edukasi untuk menabung sejak dini.

Berdasarkan nilai signifikansi variabel motivasi sebesar  $0,000 < 0,05$  atau mendekati nilai tidak berpengaruh, maka berdasarkan hasil

pengamatan penulis saat melakukan penelitian, KSPPS Haniva dapat mempertahankan serta meningkatkan kualitas motivasi yang telah diterapkan kepada wali siswa yang menjadi anggota SI ASHA agar kepuasan anggota/ wali siswa akan semakin meningkat.

Penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Anggita Novita Gampu, Lotje Kawet dan Yantje Uhing (2015) hasil penelitiannya menyatakan bahwa motivasi terhadap keputusan nasabah tidak berpengaruh positif dan signifikan.

## **2) Pengaruh promosi produk terhadap keputusan anggota untuk menabung**

Promosi merupakan kegiatan marketing mix yang terakhir. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sangat penting dalam kegiatan memasarkan baik produk, harga, dan lokasi. (McCarthy, 1985:349). Tujuan promosi adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru.

Berdasarkan pengujian secara parsial (Uji t) antara promosi dengan keputusan menabung/menjadi anggota SI ASHA menunjukkan nilai signifikansi yaitu sebesar  $0,000 < 0,05$  hal ini dinyatakan bahwa secara parsial variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota untuk menabung di KSPPS Haniva atau menjadi anggota SI ASHA.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota. Sesuai

dengan hasil pengumpulan data melalui observasi yang dilakukan oleh penulis, bahwa promosi yang diberikan oleh pihak KSPPS Haniva seperti:

- a. Brosur, menyajikan informasi yang lebih lengkap terkait produk yang ditawarkan, salah satunya adalah produk SI ASHA. Merupakan media utama dalam mempromosikan produk SI ASHA, KSPPS Haniva belum terkenal seperti BMT Brigharjo dan BMT Tamziz. karena KSPPS Haniva masih menggapai masyarakat kalangan bawah, kebanyakan dari mereka masih minim mengakses informasi melalui media internet, jadi brosur merupakan media efektif untuk mempromosikan produk SI ASHA.
- b. Banner, merupakan salah satu media informasi yang dipasang disekolah-sekolah dan pasar oleh KSPPS Haniva, sehingga dapat menarik perhatian anggota baru untuk bergabung di KSPPS Haniva.
- c. Pemberian hadiah pada akhir tahun ajaran terhadap responden, berupa perlengkapan sekolah seperti bulpoin, pensil, penggaris, buku, al-qur'an, binder, tas sekolah, peralatan rumah seperti panci, dan botol minuman.

Hadiah ini diberikan berdasarkan dengan kategori nominal tabungan wali siswa, KSPPS Haniva dapat mempertahankan serta meningkatkan kualitas promosi yang sudah diterapkan agar kepuasan anggota pada SI ASHA akan semakin meningkat kedepannya.

Dari hasil variabel promosi menunjukkan bahwa alat promosi yang dilakukan oleh KSPPS Haniva selama ini masih sangat efektif dalam mempengaruhi keputusan anggota untuk menabung.

Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Gesang (2016) yang menyebutkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membeli menjadi nasabah simpanan dengan nilai signifikansinya sebesar 0,027 dan penelitian Susanto, Muhammad Dewi Ari, Waluyo, Handoyo Djoko (2012), mengatakan bahwa hasil penelitiannya bahwa variabel produk tabungan (X1) mempunyai pengaruh positif terhadap variabel keputusan menabung (Y) sehingga hipotesis diterima.

### **3) Pengaruh motivasi dan promosi secara simultan terhadap keputusan anggota untuk menabung.**

Bersarakan simultan uji F diatas dapat diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak yang artinya nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel motivasi dan promosi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota untuk menabung di KSPPS Haniva karena nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dari hasil penelitian memberikan bukti bahwa variabel motivasi dan promosi memberi pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota untuk menabung di KSPPS Haniva, sehingga hal ini harus dipertahankan atau ditingkatkan dalam memotivasi dan mempromosikan produk SI ASHA.

Dari variabel motivasi dan variabel promosi SI ASHA merupakan variabel yang saling berpengaruh terhadap keputusan anggota untuk menabung di KSPPS Haniva. Namun yang paling dominan adalah variabel motivasi, dimana variabel tersebut memiliki nilai signifikansi (P Value) sebesar 0,000 paling kecil serta nilai koefisien regresi paling yaitu besar 0,426 dibandingkan variabel lain.