

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian

4.1.1. Sejarah dan Perkembangan PT Bina Artha.

PT. Bina Artha Ventura adalah perusahaan ventura yang berdiri pada tanggal 18 Juli 2011. Pendirian PT. Bina Artha Ventura adalah salah satu inisiatif yang dilakukan oleh microventures yang merupakan perusahaan investasi dari luxembourg. Microventures mengkhususkan diri dalam investasi pembiayaan micro sejak tahun 2006. Investasi yang telah dilakukan oleh microventures ada di India, Amerika Selatan dan saat ini Indonesia.

PT. BinaArtha Ventura (BAV) adalah Modal Ventura Perusahaan terdaftar aktif terlibat dalam sektor keuangan mikro sejak Desember 2011. BinaArtha menawarkan modal kerja melalui versi modifikasi dari metodologi keuangan mikro Grameen tradisional kelompok secara eksklusif untuk wanita yang tidak memiliki atau hanya memiliki akses parsial ke sektor keuangan formal. PT. Bina Artha terinspirasi dari ideal yang availing akses keuangan bagi rumah tangga kurang terlibat dalam usaha mikro dan kecil di Jawa memberikan mereka alat penting untuk mencapai upliftment ekonomi dan sosial. PT. Bina Artha berkembang untuk bekerja dengan cara yang adil transparan, efisien dan berkelanjutan dan memiliki mimpi cukup ambisius: dijangkau dengan jasa keuangan 1.000.000 rumah tangga di Indonesia pada tahun 2020.

4.1.2. Organisasi

PT Bina Artha Ventura mempunyai beberapa pegawai yang masing-masing mempunyai tugas pokok dan fungsi yang harus dilaksanakan dengan baik. Tugas pokok dan fungsi itu antara lain :

4. Regional Manager (RM)

Tugas dan tanggung jawab:

- a. Melakukan koordinasi dengan bagian bisnis support dan operasional di Kantor pusat, terkait dengan target dan budget yang telah ditetapkan.
- b. Bertanggung jawab atas pertumbuhan bisnis di wilayah kerjanya,
- c. Memenuhi seluruh kebutuhan SDM di kantor wilayah, area, serta cabang, melalui proses rekrutmen serta pelatihan yang terordinasi dengan bagian bisnis support di kantor pusat.
- d. Menyiapkan laporan tertulis atas hasil pengawasan dan monitoring area serta cabang- cabang dibawah kelolanya.

5. Area Manager (AM)

Tugas dan tanggung jawab:

- a. Membuat perencanaan dan eksekusi upaya pencapaian target yang ditetapkan untuk jumlah pembiayaan, jumlah nasabah/ mitra, kinerja portofolio, NPL/PAR.
- b. Menjamin SOP dilaksanakan sesuai ketentuan.
- c. Melakukan pengawasan dan monitoring reguler untuk semua cabang dibawah kelolanya.
- d. Bertanggung jawab untuk memanager S-7 Kantor cabang.

6. Branch Manager (BM)

Tugas dan tanggung jawab:

- a. Membantu kinerja RO, SO, Administrasi/kasir, serta mengevaluasi kinerja RO, SO, Administrasi/kasir.
- b. Memberikan informasi perkiraan realisasi per hari satu minggu ke depan kepada Kantor pusat (KP) pada hari jum'at pagi (tergantung sistem MIS).
- c. Melakukan survey ditingkat kecamatan dan desa.
- d. Mengecek dan menandatangani Uji Kelayakan Mitra (UKM), Pemeriksaan Usaha (PU) dan formulir aplikasi pengajuan pembiayaan.

7. Administrasi/ Kasir (Admin/Kasir)

Tugas dan tanggung jawab:

- a. Menyetorkan dan mengambil uang ke dan dari Bank.
- b. Mengajukan kebutuhan kas harian dan mingguan.
- c. Melakukan pencatatan setoran dan uang setoran setiap hari dari mitra melalui RO.
- d. Melakukan pencatatan uang tunai untuk pembiayaan kepada mitra uang tanggung jawab dan asuransi.
- e. Mengirim dan menerima dokumen/memo/surat dari Kantor area/pusat.
- f. Menghadiri dan menyampaikan lapotan dalam rapat konsolidasi mingguan.

8. Sales Officer (SO)

Tugas dan tanggung jawab:

- a. Melakukan sosialisasi kepada calon mitra per RT/RW disetiap desa.

- b. Melakukan Uji Kelayakan Mitra (UKM) kesetiap calon mitra.
- c. Memberikan penjelasan kepada calon mitra melalui proses Latihan Kedisiplinan Kelompok Mitra (LKKM).
- d. Mengisikan formulir UKM, LKKM lalu diserahkan pada admin/kasir untuk dikirimkan ke Kantor pos (KP).

9. Relationship Officer (RO)

Tugas dan tanggung jawab:

- a. Melakukan pengambilan angsuran/setoran kepada nasabah/mitra setiap harinya.
- b. Mencatat dan menghitung jumlah uang angsuran/setoran yang telah diterimanya.
- c. Melakukan Pemeriksaan Usaha (PU) ke setiap rumah mitra/nasabah.
Menjaga hubungan antara RO dengan nasabah/mitra.

4.1.3. Pelayanan

Bina Artha Ventura menawarkan jaminan bebas modal kerja untuk wanita dari rumah tangga miskin dan berpenghasilan rendah menurut versi modifikasi dari metodologi Grameen tradisional. Modal kerja pertama siklus sebesar Rp 1,2 juta (sekitar Rp 130), yang dapat meningkat selama siklus berikut jika klien menunjukkan kemampuan membayar yang memadai dan sejarah kredit. Frekuensi pembayaran bisa dilakukan setiap minggu atau setiap dua minggu dan masa jabatan dari 50 hingga 75 minggu. Bina Artha juga

menyediakan klien dengan asuransi jiwa dalam kemitraan dengan Allianz untuk kedua klien dan pasangan.

1. Mengapa klien menyukai Bina Artha:
2. PT Bina Artha Pecangan menjamin proses pencairan cepat (rata-rata 7 hari kerja),
3. Koleksi pertemuan pusat mengambil maksimal 20 menit,
4. PT Bina Artha Pecangan menawarkan asuransi jiwa untuk klien dan pasangan,
5. PT Bina Artha Pecangan mengadopsi tingkat tertinggi transparansi terhadap klien PT Bina Artha Pecangan dengan pengungkapan penuh syarat dan kondisi,
6. PT Bina Artha Pecangan menjaga saluran terbuka konstan dengan klien PT Bina Artha Pecangan, dengan hotline mereka dapat menelepon dalam kasus keluhan dan saran,

Sebagai keuangan mikro adalah sektor hanya PT Bina Artha Pecangan beroperasi dan roti dan mentega, PT Bina Artha Pecangan sangat berkomitmen untuk terlibat dengan klien berpenghasilan rendah yang membutuhkan untuk keuangan dalam jangka panjang.

4.1.4. PERLINDUNGAN KLIEN

Bina Artha mengadopsi prinsip-prinsip internasional yang diakui perlindungan terhadap klien untuk memastikan kita dapat membangun dengan

mereka Loyalitas Mitra yang konstruktif. Pilar utama hubungan kita dengan klien adalah sebagai berikut:

1. **Sesuai desain dan pengiriman produk:** PT Bina Artha Pecangaan telah merancang produk PT Bina Artha Pecangaan setelah mempelajari panjangnya populasi target PT Bina Artha Pecangaan untuk memastikan produk yang baik disesuaikan dengan kebutuhan mereka. Metodologi pengiriman disesuaikan untuk memastikan bahwa angsuran modal kerja dapat dengan mudah dibayar oleh klien, baik dari segi dampaknya terhadap pendapatan bulanan dan lokasi koleksi fisik.
2. **Pencegahan over-hutang:** PT Bina Artha Pecangaan menganalisis arus kas bulanan dari klien PT Bina Artha Pecangaan untuk memastikan bahwa mereka mampu untuk membayar kembali modal kerja yang diterima. PT Bina Artha Pecangaan termasuk dalam analisis angsuran dibayar oleh klien untuk pendanaan yang ada dengan lembaga keuangan lainnya. PT Bina Artha Pecangaan akhirnya memastikan, pencairan melalui cek pos, bahwa klien menggunakan modal kerja sebagaimana dimaksud dalam formulir aplikasi.
3. **Harga:** kita mendefinisikan harga PT Bina Artha Pecangaan, syarat dan kondisi dengan memperhatikan keberlanjutan Artha Bina dalam jangka panjang dan keterjangkauan untuk klien.
4. **Transparansi:** PT Bina Artha Pecangaan jelas mengungkapkan kepada klien di seluruh syarat dan kondisi dari produk keuangan yang PT Bina Artha Pecangaan tawarkan mereka, melalui penjelasan selama pelatihan

kelompok wajib, dalam perjanjian formal dengan klien dan dalam buku tabungan yang diberikan kepada mereka setelah pencairan. Bahkan, pada saat pencairan Artha Bina masalah klien buku tabungan dalam bahasa lokal termasuk informasi berikut:

- a. Identitas Nasabah dan informasi yang relevan tentang kelompok dan pusat
 - b. Penting syarat dan kondisi dari perjanjian dengan Bina Artha· Modal kerja jadwal pembayaran
 - c. Tingkat bunga yang dikenakan (bulanan dan tahunan, datar dan menurun), agunan tunai dan biaya asuransi.
 - d. Bina Artha hotline nomor untuk masukan dan keluhan selain dari alamat Cabang dan nomor telepon cabang.
5. **Perlakuan yang adil dan menghormati klien:** Bina Artha memastikan staf lapangannya berinteraksi dengan klien secara adil dan hormat, dengan tujuan mengadopsi 'klien rasa percaya diri dan Loyalitas Mitra mereka dengan PT Bina Artha Pecangaan. Untuk menghindari perilaku terhadap klien Bina Artha tidak menawarkan insentif bulanan ke lapangan staf untuk agresif klien sumber atau untuk menegakkan koleksi di biaya apapun. Pada saat yang sama, PT Bina Artha Pecangaan menyediakan klien dengan saluran untuk mendapatkan kontak dengan PT Bina Artha Pecangaan untuk mengeluh atau saran.

Meskipun itu adalah penting untuk memulihkan lebih iuran dari klien, di Bina Artha mitra staf tidak boleh menggunakan salah satu teknik pengumpulan berikut tidak tepat:

- a. Perpanjangan berlebihan pertemuan pusat sampai pembayaran dilakukan
- b. Psikologis atau fisik tekanan
- c. Menggunakan menghormati bahasa
- d. Menjadi peka terhadap perasaan-perasaan klien

Menghubungi pelanggan pada jam-jam yang tidak tepat hari (hanya staf dapat mengunjungi atau menghubungi klien untuk tindak lanjut kunjungan antara 9 pagi sampai 7 AM)

Tidak Sah kejang dan memegang aset dan dokumen penting Selain itu, dalam kasus alasan asli kenakalan, modal klien kerja dapat dijadwal ulang untuk memungkinkan klien mengatasi masalah sementara dan menstabilkan arus kas. Persetujuan penjadwalan ulang berikut sebagaimana tercantum dalam Prosedur Kredit Standard Operation. Bina Artha tidak terlibat / outsourcing agen pemulihan apapun untuk pemulihan.

6. **Privasi data klien:** kita memperlakukan data klien individu sesuai dengan hukum dan peraturan hukum Indonesia. Data klien hanya digunakan untuk tujuan yang ditentukan pada saat informasi tersebut dikumpulkan atau sebagaimana diizinkan oleh hukum Indonesia, kecuali disepakati dengan klien.
7. **Mekanisme resolusi pengaduan:** Bina Artha menghargai setiap komunikasi yang berasal dari klien. Karena itu PT Bina Artha Pecangaan

menyediakan klien dengan beberapa titik kontak di mana mereka dapat mengekspresikan masukan atau keluhan. PT Bina Artha Pecangaan menghubungi klien dari tim yang berdedikasi di Kantor Pusat tepat sebelum dan setelah menyalurkan modal kerja, untuk memastikan mereka tentang semua ketentuan dan persyaratan dan mengumpulkan umpan balik berharga. PT Bina Artha Pecangaan juga menyediakan klien dengan hotline langsung dengan kantor pusat PT Bina Artha Pecangaan yang dapat mereka gunakan untuk menghubungi PT Bina Artha Pecangaan selama jam kerja operasional untuk mengekspresikan kesedihan atau hanya untuk meminta informasi lebih lanjut. Semua permintaan dari klien tidak ditindaklanjuti dan ditutup dalam waktu lima hari diperluas kepada manajemen puncak dan akhirnya Direksi dan Komite Audit.

8. **Pelaksanaan prinsip:** Bina Artha mencolok menampilkan nilai-nilai inti dan kode etik di papan pengumuman dari kantor pusat dan seluruh cabang, dan menempatkan sistem untuk memastikan kepatuhan. Bina Artha juga memastikan bahwa staf PT Bina Artha Pecangaan aretrained atau berorientasi untuk menempatkan nilai-nilai ini ke dalam praktek. Bina Artha akan memulai tindakan disiplin yang diperlukan terhadap staf yang menyalahgunakan salah satu prinsip-prinsip perlindungan klien.

4.2. Deskripsi Responden

4.2.1. Jenis kelamin

Dari berdasarkan jenis kelamin dapat ditunjukkan pada Tabel 4.1.

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah
1.	Perempuan	93
2.	Laki-laki	0
	Jumlah	93

Sumber: Data primer yang diolah, 2017.

Dari Tabel 4.1 dapat diketahui bahwa jenis kelamin responden semuanya adalah responden perempuan. Mitra di PT Bina Artha Pecangaan merupakan pekerja yang secara rutin berusaha mengembalikan hutang walau dengan gaji yang sedikit.

4.2.2. Usia

Data mengenai usia responden bisa dilihat pada Tabel 4.2.

Tabel 4.2.

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia (tahun)	Jumlah
1.	Kurang dari 20	10
2.	20 – 30	60
3.	30 – 40	17
4.	Lebih dari 50	6
	Jumlah	93

Sumber: Data primer yang diolah, 2017.

Berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa yang terbanyak yang menjadi mitra PT Bina Artha Pecangaan adalah berusia antara 20 – 30 tahun yaitu 60, dan hal ini menunjukkan bahwa PT Bina Artha Pecangaan harus

memperhatikan mitra muda karena mereka pada usia muda pernikahan untuk menyiapkan pendidikan anak, atau membangun rumah sehingga mereka banyak menabung di PT Bina Artha Pecangaan Jepara.

4.2.3. Pendidikan Terakhir

Klasifikasi terhadap 100 responden yang diambil sebagai sampel berdasarkan tingkat pendidikan terakhir bisa dilihat pada Tabel 4.3.

Tabel 4.3.

Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Pendidikan terakhir	Jumlah
1.	SD	12
2.	SLTP	60
3.	SLTA	21
4.	Perguruan Tinggi	0
	Jumlah	93

Sumber: Data primer yang diolah, 2017.

Dari tabel tersebut pendidikan responden yang menjadi mitra di PT Bina Artha Pecangaan adalah yang tingkat pendidikannya SLTP yaitu sebesar 60, Hal ini juga menunjukkan bahwa masyarakat di desa kebanyakan berpendidikan di tingkat SLTP, hal ini dikarenakan masyarakatnya yang kurang perhatian terhadap pendidikan dan yang lebih diutamakan adalah mendapat pekerjaan yang cepat menghasilkan uang.

4.2.4. Pendapatan

Klasifikasi terhadap 100 responden yang diambil sebagai sampel berdasarkan tingkat pendapatan bisa dilihat pada Tabel 4.4.

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan perbulan

No	Pendapatan	Jumlah
1.	Kurang dari Rp. 500.000	18
2.	Rp.500.000-Rp.1.000.000	61
3.	Rp.1.000.000-Rp.3.000.000	14
4.	Lebih dari Rp. 3.000.000	0
	Jumlah	93

Sumber: Data primer yang diolah, 2017.

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa sebagian besar pendapatan responden adalah yang pendapatannya antara Rp. 500.000 - Rp.1.000.000 sebesar 53. Masyarakat desa kebanyakan perpenghasilan rendah akan tetapi mereka cukup giat berusaha, sehingga banyak pengusaha yang sukses berawal dari modal sendiri tumbuh dari lingkungan kecamatan Pecangaan.

4.3. Analisis Data

4.3.1. Uji Kualitas Data

Uji kualitas data yang dilakukan adalah dengan uji validitas dan reliabilitas.

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Sedangkan kriteria untuk menyimpulkan data bersifat valid atau tidak adalah:

- a. Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item pertanyaan bersifat valid.
- b. Jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item pertanyaan tidak valid dan pertanyaan tersebut harus dikeluarkan dari analisis.

Nilai r_{tabel} dengan n sampel 93 responden dan tingkat kesalahan 5% adalah 0,202. Berikut ini hasil uji validitas:

Tabel 4.5
Pengujian Validitas Indikator-Indikator Penelitian

Indikator	Nilai r hitung	Keterangan
Loyalitas Mitra		
Y1	0,823	Valid
Y2	0,727	Valid
Y3	0,760	Valid
Y4	0,856	Valid
Kepercayaan		
X11	0,747	Valid
X12	0,728	Valid
X13	0,739	Valid
Emphaty		
X21	0,582	Valid
X22	0,759	Valid
X22	0,753	Valid
Komunikasi		
X31	0,691	Valid
X32	0,772	Valid
X32	0,718	Valid
X34	0,797	Valid
X35	0,712	Valid

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 18 tahun 2014

Berdasarkan Tabel 4.5 dapat dilihat bahwa nilai r_{hitung} indikator-indikator variabel penelitian yang ditanyakan kepada responden memiliki nilai yang lebih besar dibandingkan nilai r_{tabel} (0,202) sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator pada penelitian ini bersifat valid.

2. Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai alpha lebih besar dari 0,60. Berikut ini hasil pengujian reliabilitas.

Tabel 4.6
Pengujian Reliabilitas

Variabel	Nilai alpha	Keterangan
Loyalitas Mitra (Y)	0,845	Reliabel
Kepercayaan	0,808	Reliabel
Emphaty	0,782	Reliabel
Komunikasi	0,782	Reliabel

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 18, Tahun 2012

Berdasarkan Tabel 4.7 dapat dilihat bahwa nilai alpha masing-masing variabel penelitian memiliki nilai yang lebih besar dibandingkan 0,6 sehingga disimpulkan semua variabel penelitian bersifat reliabel.

4.3.2. Uji Asumsi Klasik

4.3.2.1. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Suatu model regresi bebas dari problem ini apabila memiliki nilai *tolerance* lebih dari 0,10 atau sama dengan VIF kurang dari 10.

Tabel 4.7
Uji VIF

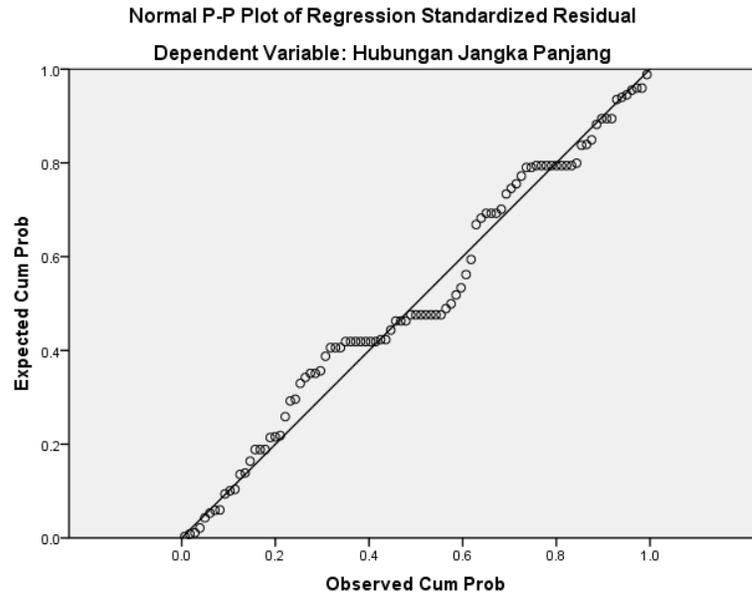
Model	Correlations			Collinearity Statistics	
	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)					
Kepercayaan	.905	.713	.347	.361	2.771
Emphaty	.818	.487	.190	.426	2.350
Komunikasi	.784	.282	.100	.405	2.467

Sumber: Data primer yang diolah, 2017.

Bahwa semua variabel memiliki nilai *Tolerance* lebih dari 0,1 sedangkan VIF lebih kecil dari 10. berdasarkan angka-angka ini dapat diambil kesimpulan bahwa model regresi penelitian ini lolos dari problem multikolinieritas.

4.3.1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas ketiganya mempunyai distribusi normal atau mendekati normal (Imam Ghozali, 2002). Dasar pengambilan keputusan adalah jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis *histogram* menuju pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Berikut ini hasil pengujiannya.



Gambar 4.1.

Uji Normalitas

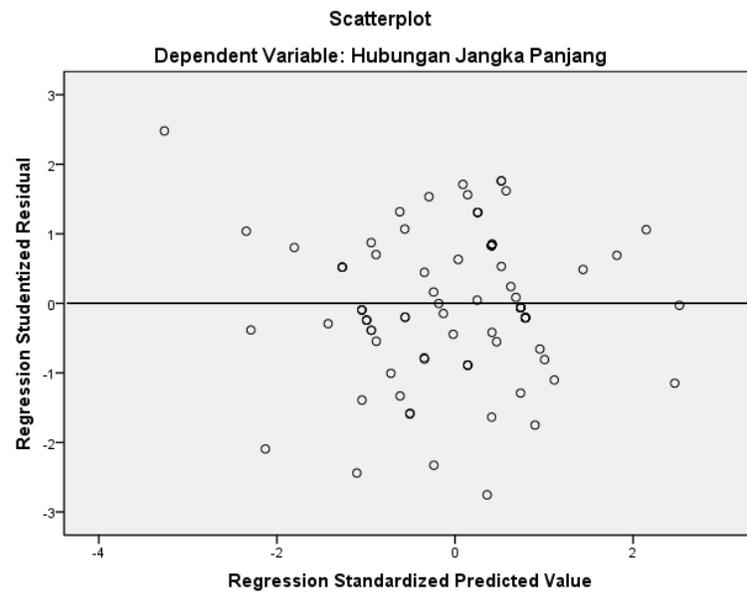
Sumber : Data Primer diolah dengan SPSS 18

Berdasarkan Gambar 4.1 dapat dilihat bahwa pola data mengikuti garis diagonal sehingga disimpulkan model regresi ini memenuhi asumsi normalitas.

4.3.2. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas muncul apabila kesalahan atau residual dari model yang diamati tidak memiliki varian yang konstan dari satu observasi ke observasi lainnya. Pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat diagram *scatterplot* yaitu apabila data membentuk suatu pola tertentu maka terjadi heteroskedastisitas yang serius. Sedangkan model regresi bebas heteroskedastisitas apabila pola pada *scatter plot* tidak teratur atau

menyebar di atas dan di bawah nilai nol. Berikut ini hasil pengujian heteroskedastisitas.



Gambar 4.2

Uji Heteroskedastisitas Dengan Scatter Plot

Sumber : Data Primer diolah dengan SPSS 18.0

4.3.3. Analisis Kuantitatif

1. Analisis Regresi Berganda

Digunakan untuk mengetahui adanya hubungan antara variabel X dan Y. Dalam hal ini adalah pengaruh antara variabel pengaruh kepercayaan, empathy dan komunikasi terhadap loyalitas mitra Bina Artha Cabang Pecangaan Jepara. Berikut ini hasil persamaan regresi, yang disajikan pada Tabel 4.7.

Tabel 4.8.
Hasil Analisis Regresi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.752	.536		1.403	.164
Kepercayaan	.724	.075	.577	9.603	.000
Emphaty	.363	.069	.291	5.255	.000
Komunikasi	.119	.043	.157	2.776	.007

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 18. Tahun 2012

Bentuk persamaan regresi diatas berdasarkan nilai *Unstandardized Coefficients* sebagai berikut:

$$Y = 0,752 + 0,724X_1 + 0,363X_2 + 0,119X_3$$

Interpretasi persamaan regresi tersebut adalah sebagai berikut:

- $\alpha = 0,752$ artinya jika kepercayaan (X_1), Emphaty (X_2) dan Komunikasi (X_3) sama dengan nol, maka nilai luyalitas sebesar 0,752 poin.
- $\beta_1 = 0,724$ koefisien regresi kepercayaan sebesar 0,724, menyatakan setiap ada kenaikan kepercayaan seseorang (X_1), maka akan menambah Loyalitas Mitra (Y).
- $\beta_2 = 0,363$ koefisien regresi emphaty sebesar 0,363, menyatakan setiap ada kenaikan nilai emphaty seseorang (X_2), maka akan menambah Loyalitas Mitra.
- $\beta_3 = 0,119$ koefisien regresi komunikasi sebesar 0,119, menyatakan setiap ada kenaikan komunikasi seseorang (X_1), maka akan menambah Loyalitas Mitra (Y).

2. Pengujian Hipotesis

a. Uji F

Uji F digunakan untuk mengukur dan mengetahui seberapa besar variabel independen kepercayaan (X_1), Emphaty (X_2) dan Komunikasi (X_3) secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel terikat. Loyalitas Mitra dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dan F_{tabel} dan probabilitas signifikansi (Sign.) dengan tingkat kesalahan (α). Nilai F_{tabel} dengan $df = 90$ ($n-k-1 = 93-3-1$) sebesar = 2,71. Hasil perhitungan nilai F disajikan pada Tabel 4.9.

Tabel 4.9
Nilai F_{hitung}
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	456.514	3	152.171	225.876	.000 ^a
	Residual	59.959	89	.674		
	Total	516.473	92			

a. Predictors: (Constant), Komunikasi, Emphaty, Kepercayaan

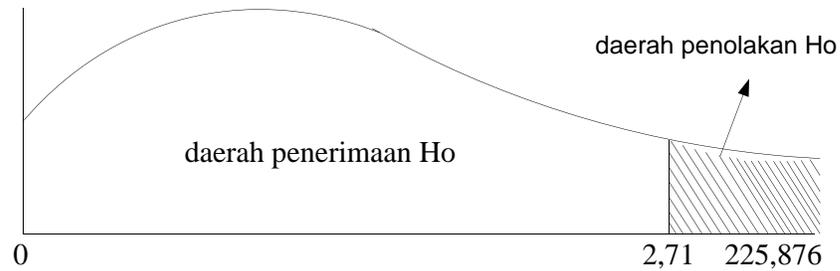
b. Dependent Variable: Hubungan Jangka Panjang

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 18. Tahun 2014

Berdasarkan Tabel 4.9. tersebut ditunjukkan nilai $F_{hitung} = 225,876 > F_{tabel} = 2,71$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$.

Nilai-nilai tersebut berarti kepercayaan (X_1), Emphaty (X_2) dan Komunikasi (X_3) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Loyalitas Mitra di PT Bina Artha Pecangan Jepara.

Gambar untuk uji hipotesis F adalah:



Gambar 4.3
Uji hipotesis F

b. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel independen (X) secara parsial terhadap variabel dependen (Y), dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} dan probabilitas signifikansi (sign.) dengan tingkat kesalahan (α). Nilai t_{tabel} dengan $df = 90$ ($n-k-1 = 93-3-1$) dan tingkat kesalahan 5% adalah $t_{tabel} = 1,661$.

1). Kepercayaan

Berdasarkan perhitungan dengan program SPSS diperoleh $t_{hitung} = 9,603 > t_{tabel} = 1,661$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Nilai-nilai tersebut berarti variabel kepercayaan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keinginan membangun Loyalitas Mitra di PT Bina Artha Pecangaan Jepara.

Gambar untuk uji hipotesis t variabel kepercayaan adalah:



Gambar 4.4
Uji Hipotesis t Variabel Kepercayaan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelayanan PT Bina Artha Pecangaan dapat dipercaya kehandalannya. PT Bina Artha Pecangaan selalu menjaga kepercayaan dengan mitra serta selalu menjaga kejujuran baik oleh pimpinan maupun seluruh karyawan setiap berinteraksi dengan mitra

2). Emphaty

Berdasarkan perhitungan dengan program SPSS diperoleh $t_{hitung} = 5,255 > t_{tabel} = 1,661$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Nilai-nilai tersebut berarti variabel kepercayaan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keinginan membangun Loyalitas Mitra di PT Bina Artha Pecangaan Jepara.

Gambar untuk uji hipotesis t variabel emphaty adalah:



Gambar 4.5
Uji Hipotesis t Variabel Emphaty

Hasil penelitian ini meunjukkan bahwa karyawan PT Bina Artha Pecangaan cepat dan tanggap dalam menyelesaikan keluhan mitra. PT Bina Artha Pecangaan memberikan perhatian secara khusus kepada setiap mitra serta semua karyawan PT Bina Artha Pecangaan dapat berkomunikasi yang baik dengan mitra

3). Komunikasi

Berdasarkan perhitungan dengan program SPSS diperoleh $t_{hitung} = 2,776 > t_{tabel} = 1,661$ dan nilai signifikan $0,007 < 0,05$. Nilai-nilai tersebut berarti variabel komunikasi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keinginan membangun Loyalitas Mitra di PT Bina Artha Pecangaan Jepara.

Gambar untuk uji hipotesis t variabel komunikasi adalah:



Gambar 4.6
Uji Hipotesis t Variabel komunikasi

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa karyawan PT Bina Artha Pecangaan dapat memahami keinginan mitra dengan baik. karyawan PT Bina Artha Pecangaan ketika berkomunikasi menyenangkan. Karyawan PT Bina Artha Pecangaan bersikap baik kepada setiap mitra. Hubungan yang makin baik terjalin antara mitra dengan karyawan PT Bina Artha Pecangaan . Tindakan karyawan PT Bina Artha Pecangaan dalam berkomunikasi ditujukan untuk melayani mitra dengan baik

3. Uji R (Koefisien Determinasi).

Koefisien determinasi (r^2) digunakan untuk mengukur presentase pengaruh variabel-variabel bebas (kepercayaan, empathy dan komunikasi) terhadap perubahan variabel tidak bebas (Loyalitas Mitra mitra).

Nilai koefisien determinasi untuk kepercayaan, empathy dan komunikasi terhadap Loyalitas Mitra di PT Bina Artha Pecangaan Jepara dapat dilihat pada Tabel 4.10 sebagai berikut:

Tabel 4.10
Nilai Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.940 ^a	.884	.880	.821

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 18. Tahun 2014

Nilai koefisien determinasi dapat dihitung dari nilai *Adjust R Square* (r^2) = $0,880 \times 100\% = 79,0\%$, ini berarti bahwa ketiga variabel independen (kepercayaan, empathy dan komunikasi) mempunyai pengaruh sebesar 88% terhadap variabel dependen (Loyalitas Mitra) di PT Bina Artha Pecangaan Jepara dan yang 12% dipengaruhi oleh variabel lain seperti promosi dan lokasi.

