

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

1. Jenis Penelitian

Jenis peneliti menggunakan riset lapangan (*Fied Reseach*) dalam metode ini, penulis memakai informasi dan data yang di kumpulkan langsung bersumber dari lapangan.¹ Maka sebab itu, di riset ini informasi dan data dikumpulkan langsung dari responden melalui kuesioner yang berkaitan dengan “Pengaruh *Islamic Financial Literacy, Digital Marketing* dan *Word of Mouth* terhadap minat mahasiswa Fakultas Tarbiyah IAIN Kudus Angkatan 2020 untuk menabung di Bank Syariah”.

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan riset adalah rencana yang menjabarkan metodologi untuk menjalankan riset. Strategi ini digunakan untuk memperoleh tanggapan terhadap pertanyaan penelitian yang diajukan.² Penelitian ini memakai pendekatan penelitian kuantitatif. Pendekatan kuantitatif yaitu ialah cara yang digunakan dalam usulan penelitian, prosedur, pengujian hipotesis, kerja lapangan, analisis data, dan penarikan kesimpulan data sampai pada titik dimana pengukuran, komputasi, rumus, dan kepastian data numerik digunakan dalam penulisan. Pendekatan kuantitatif berkonsentrasi pada gejala-gejala yang ada saat ini. Aspek-aspek tertentu dari keberadaan manusia disebut sebagai variabel. Saat menerapkan teori analisis objektif untuk menganalisis hubungan antar variabel secara kuantitatif.³

B. Setting Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi riset merupakan tempat dilakukannya sebuah penelitian. Adapun lokasi riset yang digunakan untuk mendapat informasi atau data- data yaitu di Kampus Institut Agama Islam Negeri kudus lebih tepatnya Fakultas tarbiyah

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Dan R&D*” (Bandung: Alfabeta, 2017). 14-15.

² V. Wiratna Sujarweni, *Statistik Untuk Ekonomi Dan Bisnis, Ed. Mona* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2022).39.

³ Nurlina Tarmizi Muhyidin, M.irafan Tarmizi, and Anna Yuliana, *Metodologi Penelitian Ekonomi & Sosial : Teori, Konsep, Dan Rencana Proposal* (Jakrta: Salemba Empat, 2017). 28.

IAIN Kudus yang beralamatkan di Jl. Conge Ngembalrejo, Kecamatan Bae, Kabupaten Kudus.

2. Waktu Penelitian

Waktu riset adalah jangka waktu yang diperlukan untuk menjalankan penelitian. Waktu pelaksanaan penelitian ini dilakukan tanggal 25 Desember 2023 sampai dengan tanggal 11 Februari 2024.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi ialah suatu wilayah secara keseluruhan, atau dapat dikatakan peneliti telah memilih batas-batas sampelnya.⁴ Peneliti mempelajari objek atau subjek tersebut dan kemudian mengambil kesimpulan dari temuan penelitian. Sehingga mahasiswa Fakultas Tarbiyah IAIN Kudus menjadi populasi yang diteliti dalam riset ini. Mahasiswa IAIN Kudus Fakultas Tarbiyah Angkatan 2020 dengan jumlah mahasiswanya 927 yang terdiri dari 10 prodi

2. Sampel

Sampel ialah sebagian kecil populasi yang didapat dari rumus yang sudah ditentukan atau jumlah individu yang bisa dijadikan sebagai perwakilan populasi.⁵ Prosedur pengambilan sampel yang dipakai di riset yaitu teknik pengambilan sampel probabilitas. Dan teknik pengambilan sampel riset ini antara lain dengan metode *Random sampling*, yakni metode memperoleh sampel dari populasi dengan cara pengacakan, tanpa memandang strata yang ada dalam populasi tersebut.⁶

Sugiono berpendapat jika ukuran sampel yang layak antara 30 hingga 500 responden. Penulis menghitung besar sampel dengan menerapkan rumus Slovin yaitu:⁷

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Ket :

⁴ V. Wiratna Sujarweni, *Statistik Untuk Ekonomi Dan Bisnis*, (Yogyakarta: Pustaka baru Press, 2022), 80.

⁵ Sandu Siyoto and Muhammad Ali Sodik, “*Dasar Metodologi Penelitian*” (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 64-65 https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=QPhFDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR3&dq=info:jGF7Wz2n5JkJ:scholar.google.com/&ots=IcZwuJ67f&sig=WVnJQNrYn5d4ADIQg50OKk1Ig7M&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

⁶ V. Wiratna Sujarweni, (*Statistik Untuk Ekonomi Dan Bisnis*), 69.

⁷ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2011).36.

- n : Ukuran sampel
- N : Ukuran sopulasi
- e : Presentasi eror atau ketidak telitian (0,1 atau 10%)

Dengan memasukkan nilai-nilai tersebut ke dalam rumus, maka sampel yang ada saat ini dapat direpresentasikan dengan perhitungan:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

$$n = \frac{927}{1+927(0,1)^2}$$

$$n = \frac{927}{1+9,27}$$

$$n = \frac{927}{10,27}$$

$$n = 90,26$$

Hasil dari perhitungan sampel yang berjumlah 90 ini akan dipilih menjadi bagian dari sampel penelitian yang mewakili jumlah populasi untuk mendapatkan tugas mengisi kuesioner.

D. Identifikasi Variabel

Variabel mengacu pada sejauh mana seorang peneliti dapat memeriksa dan mengambil kesimpulan temuan dari variabel. Menurut Sugiono, variabel riset ialah beberapa hal yang sudah ditetapkan sebelumnya oleh seorang peneliti dan dihubungkan dengan kajian dan pengumpulan informasi tentang semua topik tersebut sehingga pada akhirnya dapat diambil kesimpulan. Variabel berikut yang terlibat dalam riset ini:

1. Variabel Independen (Bebas)
 - Variabel yang mengubah atau menimbulkan variabel terikat disebut dengan variable Independen.⁸ Variabel independen yang disebut juga dengan variabel bebas yakni:
 - a. *Islamic Financial Literacy* (X₁)
 - b. *Digital Marketing* (X₂)
 - c. *Word of Mouth* (X₃)
2. Variabel dependen (Terikat)
 - Variabel yang dipengaruhi atau diakibatkan oleh adanya variabel bebas disebut variabel dependen. Variabel dependen riset ini yaitu minat menabung mahasiswa (Y).

⁸ Nanang Martono, *Metode Penelitian. Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder* (Jakarta: Rajawali Press, 2014). 61.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data mengacu pada metode untuk mendapat data yang berkaitan dengan riset. Jika peneliti tidak mengetahui teknik pengumpulan data, maka tidak akan dapat memperoleh data sesuai dengan ketentuan penentuan data.⁹ Metode kuesioner atau angket digunakan untuk mengumpulkan data dalam riset ini. Kuesioner adalah alat yang dipakai untuk menghimpun data dengan mengajukan serangkaian pertanyaan kepada responden dan memberikan jawaban dalam bentuk penjelasan tertulis.

Dalam penelitian ini, kuesioner diberikan secara acak pada responden baik offline ataupun online. Dari masing-masing tingkat variable *Islamic financial literarcy*, *Digital marketing* dan *Word of mouth* pada riset ini diukur dengan skala likert. Skala Likert ialah alat yang dipakai untuk mengukur sikap, keyakinan, dan persepsi individu ataupun kelompok mengenai sebuah fenomena sosial. Variabel yang diukur diubah menjadi variabel indikator dengan memakai skala likert. Butir-butir pertanyaan kemudian disusun dengan menggunakan indikator-indikator tersebut sebagai patokan.¹⁰ Untuk memudahkan responden, skala likert memiliki lima skor atau tingkatan penilaian, yakni:

Tabel 3.1
Skala Likert

Skor	Opsi
1	Sangat Tidak Setuju (STS)
2	Tidak Setuju (TS)
3	Netral (N)
4	Setuju (S)
5	Sangat Setuju (SS)

Pemberian bobot pada lima alternatif pilihan jawaban memungkinkan setiap kategori pernyataan tes diberi skor, seperti dijelaskan di atas.

⁹ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. 224.

¹⁰ V. Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 104.

Pengumpulan data penelitian ini menggunakan kuesioner yang dilakukan dengan metode online dan offline. Dari hasil pengumpulan data sebanyak 110 responden. Jumlah kuesioner yang dibagikan secara langsung sebanyak 60 responden sedangkan secara online sebanyak 50 responden. Namun 90 kuesioner yang diolah menggunakan *software* SPSS 25 untuk sampel penelitian sedangkan yang 20 kuesioner digunakan untuk uji validitas dan reliabilitas non responden.

F. Desain dan Definisi Operasional Variabel

1. Desain penelitian

Desain riset adalah sebuah rencana yang digunakan untuk mengarahkan pelaksanaan penelitian secara terorganisir dan mudah dipahami. Desain ini menganut pola yang dinyatakan atau tertulis dalam rumusan masalah yang akan diteliti.¹¹ Mengenai desain penelitian ini adalah:

a. Variabel bebas (*Independent*)

Variabel bebas ialah variabel yang keberadaannya tidak dipengaruhi oleh variabel lain dan tidak mengharuskan variabel tersebut ada dengan sendirinya. Di riset ini yang menjadi variabel independen terdiri atas *Islamic financial literacy* (X_1), *Digital marketing* (X_2), dan *Word of Mouth* (X_3).

b. Variable terikat (*Dependen*)

Variabel terikat, ataupun dengan kata lain variabel yang dipengaruhi oleh satu atau lebih variabel bebas.¹² Variabel terikat riset ini yakni minat menabung mahasiswa (Y).

2. Definisi Operasional Variabel

Operasional variabel ialah sebuah ciri atau ciri dengan variasi tertentu yang sudah diidentifikasi oleh peneliti untuk diselidiki dan ditarik simpulannya. Variabel operasional didefinisikan sedemikian rupa sehingga memungkinkan peneliti untuk mengkarakterisasi makna variabel yang akan diteliti. Variabel operasional harus dijelaskan untuk memudahkan penelitian. Adapun variabel operasionalnya adalah sebagai berikut:

¹¹ Albert Kurniawan, *Metodologi Riset Untuk Ekonomi & Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2014). 67.

¹² Maman Sulaeman, "Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Pada Industri Tahu Di Sentra Industri Tahu Kota Banjar)," *JPNM (Jurnal Pustaka Nusantara Multidisiplin) Vol.1No.2, Juli2023p-ISSN 2987-2731e-ISSN 2987-2731 2*, no. 1 (2023): 153–65.

Tabel 3.2
Variabel Operasional

Variabel	Definisi	Indikator	Pengukuran
Minat menabung (Y)	Minat menabung adalah perilaku mengungkapkan keinginan seseorang untuk membeli sesuatu dengan bertindak dengan cara tertentu terhadapnya. Niat nasabah untuk menjadi nasabah bank tercermin dari minatnya untuk menabung. Masyarakat ingin menabung dan melakukan investasi bank yang menguntungkan untuk memenuhi kebutuhan masa depan mereka. ¹³	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tertarik untuk mencari informasi mengenai produk 2. Mempertimbangkan untuk membeli (menabung) 3. Tertarik untuk mencoba 4. Ingin mengetahui produk 5. Keinginan dalam merekomendasikan produk 	Skala <i>Likert</i>
<i>Islamic financial literacy</i> (X1)	Literasi keuangan adalah pengetahuan, pemahaman, dan kemampuan, dan keyakinan pribadi untuk memenuhi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengetahuan keuangan syariah 2. Memiliki perencanaan keuangan 3. Mampu mengendalikan pengeluaran 	Skala <i>Likert</i>

¹³ Muhammad Syafii Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Dan Praktik* (Jakarta: Gema Insani, 2009), 153.

	<p>kebutuhan keuangan.¹⁴ Literasi keuangan nasional adalah proses meningkatkan keterampilan, pengetahuan, dan sikap yang berdampak pada perilaku yang diperlukan untuk mengambil keputusan manajemen keuangan dengan bijak.¹⁵</p>		
<p><i>Digital marketing</i> (X2)</p>	<p><i>Digital marketing</i> adalah proses memanfaatkan konten digital untuk memperkuat merek atau barang dagangan perusahaan. Maksud di baliknya tujuan pemasaran digital adalah untuk menyebarkan pengetahuan dan mendorong pelanggan untuk membeli produk</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperingkat waktu transaksi 2. Memudahkan berkomunikasi 3. Membantu complain 4. Memeberikan informasi yang jelas 	<p>Skala <i>Likert</i></p>

¹⁴ Batubara, Pulungan, and Yenty, “Analisis Determinan Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Lembaga Keuangan Syariah.”

¹⁵ Yusuf and Asyuti, “Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Kinerja Pemasaran Bank Umum Syariah Guna Optimalisasi Kepercayaan Nasabah.”

	perusahaan meningkatkan penjualan suatu perusahaan. ¹⁶		
<i>Word of mouth</i> (X3)	<i>Word of mouth</i> ialah menyebarkan pesan ke seseorang lain tentang kualitas barang atau jasa yang diberikan oleh suatu lembaga tertentu. Pesan tersebut dapat berupa review kinerja, rekomendasi produk berkualitas, layanan pelanggan yang positif dan jujur, pelayanan yang cepat, dan pengalaman pribadi lainnya. ¹⁷	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mempunyai informasi yang kuat dan jelas 2. <i>Topic</i> mengenai informasi produk 3. Memberikan rekomendasi produk 4. <i>Topic</i> mengenai tempat strategis serta layanan yang baik 5. Sarana komunikasi 	Skala <i>Likert</i>

G. Teknik Analisis Data

Riset ini akan memberikan penjelasan mengenai data-data terkait, termasuk alat ukur data, kualitas data, dan korelasi antara variabel bebas dan variabel terikat yang akan diteliti dengan memakai alat statistik khususnya SPSS Versi 25. Berikut metode analisis riset ini:

¹⁶ Krisnawati, “Peran Perkembangan Teknologi Digital Pada Strategi Pemasaran Dan Jalur Distribusi Umkm Di Indonesia.”

¹⁷ Philip Kotler and Lane Kotler Kevin, *Mamajemen Pemasaran*, Edisi 13, Jilid 2 (Jakarta: Erlangga, 2008).254.

1. Uji Instrumen

Dalam menyebarkan kuisisioner dengan pertanyaan-pertanyaan yang terstruktur guna mengumpulkan data-data penelitian ini, hal ini menandakan bahwa kuisisioner merupakan alat untuk mengumpulkan informasi dari responden dan berfungsi sebagai instrumen penelitian. Sebelum kuisisioner digunakan, harus diverifikasi validitasnya dan konsisten dengan instrumen penelitian lainnya. Alasannya adalah sebagai berikut:

a. Uji Validitas

Validitas ialah kemampuan alat ukur dalam mengukur sasaran. Tujuan uji validitas adalah untuk menilai seberapa baik sebuah tes memenuhi tujuannya. Tes ini pada dasarnya bertujuan untuk menentukan validitas suatu kuisisioner dan mengukurnya apakah pertanyaan tersebut digunakan dalam penelitian.

Uji validitas adalah untuk mengevaluasi keakuratan suatu instrumen untuk digunakan dalam penelitian. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ (dengan taraf signifikansi 0,05) suatu instrumen menunjukkan valid dan layak untuk diuji lebih lanjut, maka instrumen tersebut dianggap valid.¹⁸ Kriteria pengujian validitas yaitu:¹⁹

- 1) Bila $r_{hitung} > r_{table}$ maka hasilnya signifikan (signifikan 0,05).
- 2) Bila $r_{hitung} < r_{table}$ maka hasilnya tidak signifikan (signifikan 0,05).

Sampel sebanyak 20 kuisisioner disebar untuk non responden digunakan untuk memperoleh data dan mengevaluasi validitas instrument kuisisioner.

Rumus ($df = n-2$) dapat digunakan untuk mendapatkan r tabel pada taraf signifikan 5% yaitu ($df = 20 - 2 = 18$) yaitu 0,444. Berikut hasil instrumen kuisisioner non responden :

¹⁸ Agustina Heryati, "Pengaruh Kompensasi Dan Beban Kerja Terhadap Loyalitas Karyawan Di Departemen Operasi Pt. Pupuk Sriwidjaja Palembang," *Jurnal Ecoment Global* 1, no. 2 (2016): 56–75, <https://doi.org/10.35908/jeg.v1i2.204>.

¹⁹ Ce Gunawan, *Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian* (Yogyakarta: Budi Utama, 2020). 88.

Tabel 3.3
Uji Validitas Non Responen

Variabel	Item	R_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
<i>Islamic Financial Literacy (X1)</i>	X1.1	0,590	0,444	Valid
	X1.2	0,489	0,444	
	X1.3	0,740	0,444	
	X1.4	0,734	0,444	
	X1.5	0,819	0,444	
	X1.6	0,807	0,444	
	X1.7	0,798	0,444	
<i>Digital Marketing (X2)</i>	X2.1	0,656	0,444	Valid
	X2.2	0,748	0,444	
	X2.3	0,880	0,444	
	X2.4	0,680	0,444	
	X2.5	0,538	0,444	
<i>Word of Mouth (X3)</i>	X3.1	0,459	0,444	Valid
	X3.2	0,502	0,444	
	X3.3	0,537	0,444	
	X3.4	0,585	0,444	
	X3.5	0,680	0,444	
	X3.6	0,627	0,444	
	X3.7	0,693	0,444	
	X3.8	0,499	0,444	
Minat menabung	Y1	0,583	0,444	Valid

(Y)	Y2	0,702	0,444
	Y3	0,717	0,444
	Y4	0,544	0,444
	Y5	0,589	0,444

Berdasarkan tabel diketahui bahwa semua item hasil uji validitas menghasilkan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan pada X_1, X_2, X_3 dan Y dalam penelitian ini adalah valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ialah guna melihat kekonsistenan sebuah instrumen memberikan hasil. Idealnya, bisa jika nilai *Cronbach's alpha* suatu instrumen melebihi r_{tabel} (dengan tingkat signifikansi 0,05), maka dianggap reliabel untuk digunakan dalam pengambilan keputusan.²⁰ Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai hasil *Cronbach Alpha* $> 0,60$.²¹

Sampel sebanyak 20 kuesioner disebar untuk non responden digunakan untuk memperoleh data dan mengevaluasi Reliabilitas instrument kuesioner.

Tabel 3.4
Uji Reliabilitas Non Responden

No	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Batas reabilitas	Keterangan
1	<i>Islamic Financial Literacy (X₁)</i>	0,754	0,60	Reliabel
2	<i>Digital Marketing (X₂)</i>	0,748	0,60	
3	<i>Word of Mouth (X₃)</i>	0,610	0,60	
4	Minat menabung (Y)	0,606	0,60	

²⁰ Nilda Miftahul Janna and Herianto, "Artikel Statistik Yang Benar," *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, no. 18210047 (2021): 1–12.

²¹ Duwi Prayitno, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2014).

Berdasarkan tabel diketahui bahwa semua item hasil uji reliabilitas menghasilkan nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan pada X_1 , X_2 , X_3 dan Y dalam penelitian ini adalah reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

Untuk memenuhi persyaratan statistik dan menjamin bahwa hasil uji regresi yang dilakukan akurat atau tidak menyimpang, uji asumsi klasik sangat membantu. Terdapat 3 cara yang dipakai untuk uji ini, diantaranya:

a. Uji Normalitas

Untuk melihat apakah sebaran data berdistribusi normal ataupun tidak. Selain pengambilan keputusan berdasarkan tabel P-P Plot, uji dasar Kolomgrov-Smirbov dapat digunakan untuk melihat normal/tidak normalnya data. Hal ini bisa dilakukan dengan mengamati sebaran titik plot P-P jika titik-titik tersebut tetap berada pada garis diagonal maka data dianggap normal. Jika terdapat spread yang lebih besar dari nilai signifikan $0,05$ maka keputusan tersebut dianggap wajar.²²

b. Uji Multikolinearitas

Mencari korelasi antara variabel bebas dan regresi berganda merupakan tujuan dari uji multikolinearitas gejala muncul jika korelasinya terlalu tinggi. Apabila nilai toleransi $> 0,01$ dan faktor inflasi varians (VIF) < 10 , maka dianggap tidak menunjukkan gejala multikolinearitas. Multikolinearitas ini dapat diamati bila nilai toleransinya kurang dari $0,01$ jika tidak, secara umum instrumen ini dianggap sebagai instrumen yang baik.²³

c. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas, yaitu ketidaksamaan varians sisa yang dapat diuji secara grafis, untuk mengamati penyimpangan yang timbul dari asumsi persyaratan pengujian. Menurut statistik, model yang baik terdistribusi secara visual pada area atas dan bawah atau

²² Agustina Heryati, "Pengaruh Kompensasi Dan Beban Kerja Terhadap Loyalitas Karyawan Di Departemen Operasi PT. Pupuk Sriwidjaja Palembang", 65

²³ Dyah Nirmala Arum Janie, "*Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda Dengan SPSS*" (Semarang: Semarang University Press, 2012). 36-38.

angka 0 dan titik-titiknya tidak membentuk pola. Hal ini ditentukan secara statistik menggunakan uji Glejser berdasarkan pengambilan. Penyimpangan heteroskedastisitas tidak terjadi jika nilai signya lebih kecil dari variabel yang bebas dari residu absolut ($\text{sig} > 0,05$), namun terjadi bila nilai signya kurang dari 0,05.²⁴

3. Uji Hipoteses

a. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda yaitu bertujuan agar mengetahui apakah variabel bebas mempunyai pengaruh pada variabel terikat.

Sasaran analisis regresi berganda dengan jumlah minimal dua variabel independen. Dengan demikian, analisis regresi hubungan “pengaruh variabel (X) literasi keuangan syariah, *digital marketing*, dan *word of mouth* terhadap variabel (Y) Minat Menabung” diketahui dengan menggunakan regresi linier berganda.

Persamaan regresi berikut digunakan untuk menghitung kelipatan regresi linier:²⁵

$$Y = a + \beta_1 + X_1 + \beta_2 + X_2 + \beta_3 + X_3 + e$$

Dimana:

X_1 = *Islamic Financial Literacy*

X_2 = *Digital Marketing*

X_3 = *Word Of Mouth*

Y = Minat Menabung

a = Konstanta

β_1 = Koefisien Regresi antara *Islamic Financial Literacy* dengan minat menabung

β_2 = Koefisien Regresi antara *Digital Marketing* dengan minat menabung

β_3 = Koefisien Regresi antara *Word Of Mouth* dengan minat menabung

e = Residual/ eror

b. Uji T (Signifikan Parmeter Parsial)

Uji T (Signifikan Parmeter Parsial) ialah apabila nilai $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ dan signifikansi $< 0,05$ maka uji t disebut juga uji parsial dikatakan mempunyai pengaruh

²⁴ Dyah Nirmala Arum Janie, “Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda Dengan SPSS”,24.

²⁵ Agustina Heryati, “Pengaruh Kompensasi Dan Beban Kerja Terhadap Loyalitas Karyawan Di Departemen Operasi PT. Pupuk Sriwidjaja Palembang”, 65.

signifikan secara parsial. Uji parsial ini melibatkan pengujian setiap variabel bebas dalam hubungannya dengan variabel terikat dengan tetap menjaga variabel lain tetap konstan dan dengan kesalahan sebesar 0,05 atau 5%.

c. Uji Koefisien Determinan (Adjusted R Square)

Koefisien determinasi dipakai untuk melihat presentase pengaruh variabel terikat terhadap variabel bebas. Kontribusi variabel dependen tinggi meningkat seiring dengan kedekatannya dengan angka satu dalam rentang nilai R yang disesuaikan, yang dimulai dari 0 hingga 1.²⁶



²⁶ Imam Ghozali, "Aplikasi Analisis Multivariate Denga Program SPSS 19 (edisi 5)" (Semarang : UNDIP), Dikutip dalam Agustina Heryati, "Pengaruh Kompensasi Dan Beban Kerja Terhadap Loyalitas Karyawan Di Departemen Operasi PT. Pupuk Sriwidjaja Pelembang" Jurnal Ecoment Global 1, no 2 (2016), 6.