

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian *field research* (penelitian lapangan) karena penulis terlibat langsung dalam penelitian. *Field reseach* adalah satu penelitian dimana peneliti langsung terjun kelapangan untuk memperoleh data atau informasi secara langsung dengan mendatangi responden.¹ Penelitian ini ditunjukkan untuk memperoleh bukti data yang empirik, menjelaskan tentang pengaruh “pelayanan, bagi hasil, dan promosi” terhadap minat nasabah.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, metode kuantitatif yaitu penelitian yang bekerja dengan angka, yang datanya berwujud bilangan (skor atau nilai, peringkat, dan frekuensi) yang dianalisis dengan menggunakan statistik untuk menjawab pertanyaan atau hipotesis penelitian yang sifatnya spesifik, dan untuk melakukan prediksi bahwa suatu variabel tertentu mempengaruhi variabel yang lain dengan syarat utamanya adalah sampel yang diambil harus represensitif. Pada umumnya penelitian kuantitatif merupakan penelitian sampel besar.²

Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel independent dan satu variabel dependen. Dan yang diteliti dalam penelitian ini adalah Pengaruh Pelayanan, Bagi Hasil, dan promosi terhadap minat nasabah mengambil produk pembiayaan mudharabah di KSPPS BMT Bina Umat Sejahtera (BUS) Cabang Nambuhan-Purwodadi.

B. Setting Penelitian

Peneliti meneliti BMT Bina Umat Sejahtera (BUS) Cabang-Nambuhan Purwodadi. Dimana BMT BUS terletak di jalan raya danyang-kuwu 12 km tepatnya di Dusun Pulogendol, Desa Nambuhan, Kecamatan Purwodadi dan Kabupaten Grobogan. BMT ini terletak di depan Pasar Nambuhan. BMT Bina Umat Sejahtera, merupakan BMT Cabang dari BMT Bina Umat Sejahtera Lasem. BMT Bina Umat Sejahtera Cabang Nambuhan-Purwodadi merupakan cabang yang ke 30.

¹ Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003), 32.

²Masrukin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Kudus: Media Ilmu Press, 2009), 7.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.³ Populasi pada penelitian ini adalah nasabah dalam memilih produk pembiayaan mudharabah di BMT Bina Umat Sejahtera (BUS) Cabang Nambuhan-Purwodadi pada tahun 2019, yang berjumlah 339 nasabah. Jumlah populasi nasabah cukup banyak, maka dalam rangka efisiensi dan keefektifan penelitian, dilakukan sampling (pengambilan sampel) sebagai representasi populasi.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti akan menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.⁴

Dalam penelitian ini penulis menggunakan probability sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dalam hal ini teknik sampelnya menggunakan sample random sampling. Dikatakan simple (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.⁵ Untuk mengetahui seberapa banyak sampel minimal yang mewakili populasi dari nasabah BMT Bina Umat Sejahtera (BUS) Cabang Nambuhan-Purwodadi. Berdasarkan rumus slovin:

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

³ Sugiyono, *Metodelogi Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2018 cetakan ke 6), 148.

⁴ Sugiyono, *Metodelogi Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2018 cetakan ke 6), 149.

⁵ Sugiyono, *Metodelogi Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2018 cetakan ke 6), 151-152.

keterangan:

n = jumlah sampel minimal

N = jumlah populasi

e = presentasi kelonggran ketelitian karena kesalahan pengambilan sampel.⁶

Dengan menggunakan tingkat error (e) sebesar 10% maka diperoleh jumlah sampel sebanyak:

$$\begin{aligned} n &= \frac{399}{1 + 399(0,1)^2} \\ &= \frac{399}{1 + 399(0,01)} \\ &= \frac{399}{1 + 3,99} \\ &= \frac{399}{4,99} \\ &= 79,95 \end{aligned}$$

Dengan demikian, maka jumlah populasi 399 diperoleh ukuran sampel sebesar 79,95 sampel penelitian. dari hasil tersebut, maka dibulatkan menjadi 80 responden.

D. Identifikasi Variabel

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Macam-macam variabel dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel Independen

Variabel independen ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *predictor*, *antacendent*. Dalam bahasa Indonesia variabel independen diartikan sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang mnejadi sebab perubahannya. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah Pelayanan (X1), Bagi Hasil (X2), dan Promosi (X3).

⁶ Sulyanto, *Metode Riset Binis*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2006), 100.

2. Variabel Dependen.

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.⁷ Variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat nasabah.

E. Variabel Operasional

Definisi operasional merupakan konsep sosial yang telah diterjemahkan kedalam satuan yang lebih operasional yakni variabel dan konstruk biasanya belum sepenuhnya siap untuk diukur. Hal ini karena variabel mempunyai beberapa dimensi yang dapat diukur secara berbeda.⁸

Tabel 3.1
Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Aspek Dimensi	Indikator	Skala
Pelayanan (X ₁)	suatu aktivitas yang serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan	1. Kepastian 2. Daya Tanggap 3. Kendala	a. Kemampuan karyawan menimbulkan keyakinan dan kepercayaan b. Pengetahuan dan kesopanan karyawan. c. Kemauan membantu pelanggan dan melaksanakan dengan cepat. d. Kemampuan melaksanakan jasa dengan	Skala <i>Likert</i>

⁷ Sugiyono, *Metodelogi Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2018), 96-97.

⁸ Masrukin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Kudus:Media Ilmu Press, 2009), 7.

	oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan ⁹	4. Berwujud 5. Empati	akurat. e. Penampilan personil f. Penampilan fasilitas fisik. g. Kesiadaan untuk peduli pada pelanggan	
Bagi Hasil (X_2)	perjanjian atau ikatan bersama di dalam melakukan kegiatan usaha, Di dalam usaha tersebut diperjanjikan adanya pembagian hasil atas keuntungan yang akan di dapat antara kedua belah pihak atau lebih. ¹⁰	1. Kesesuaian 2. Keuntungan	a. Kejelasan besaran nisbah bagi hasil. b. Bagi hasil yang kompetitif. c. Manfaat dari bagi hasil. d. Memberi kemudahan sesuai syariah	Skala Likert
Promosi (X_3)	usaha yang dilakukan oleh marketing, berkomunikasi dengan calon	1. Promosi Penjualan 2. Iklan	a. Hadiah yang diberikan. b. Iklan menarik. c. Keterjangkauan.	Skala Likert

⁹ Ratminto dan Atik Septia Winarsih, *Manajemen Pelayanan*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005), 2-3.

¹⁰ Wirdayani Wahab, "Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah" 1, no .2, (2016): 168-169.

	nasabah baru. Komunikasi adalah proses pembagian ide, informasi atau perasaan kepada nasabah. Dapat disimpulkan pula bahwa promosi adalah sejenis komunikasi yang memberikan penjelasan kepada calon nasabah baru tentang barang dan jasa yang ditawarkan.¹¹	3. Personal Selling	d. Tenaga penjual tanggap. e. Keramahan tenaga penjual.	
Minat Nasabah (Y)	sebuah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu yang merupakan kekuatan didalam dan tampak diluar sebagai gerak-gerik. Minat berhubungan erat dengan fikiran dan perasaan.	1. Pengenalan kebutuhan 2. Pencarian informasi 3. Evaluasi berbagai alternatif	a. keseuaian Produk b. ketersediaan produk. c. Informasi mengenai produk yang ditawarkan. d. Kepuasan setelah membeli produk.	Skala Likert

¹¹ M. Kadarisman, *Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), 124-125.

	Minat dapat diartikan sebagai suatu perangkat mental yang terdiri dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka, atau kecendrungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu. Minat merupakan motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa saja yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. ¹²	4. Kebutuhan pembelian 5. Perilaku pasca pembelian	e. Kelengkapan produk. f. Mengajak orang lain. g. Berlangganan.	
--	--	---	---	--

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Angket (Kuesioner)

Angket merupakan teknik pengumpulan data dimana partisipan atau responden mengisi pertanyaan atau pernyataan kemudian setelah diisi dengan lengkap mengembalikan kepada penelitian. Peneliti dapat menggunakan kuesioner untuk memperoleh data yang terkait dengan pemikiran, perasaan, sikap, kepercayaan, nilai, persepsi, kepribadian dari perilaku dari

¹² Abdul Rahman Shaleh, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam* (Jakarta: Prenada Media Grup (Kencana), 2004), 267.

responden.¹³Metode ini digunakan untuk memperoleh data responden nasabah mengenai pengaruh pelayanan, bagi hasil, dan promosi terhadap minat nasabah menggunakan produk pembiayaan mudharabah (studi pada BMT Bina Umat Sejahtera (BUS) Cabang Nambuhan-Purwodadi).

Kuesioner disusun dengan menggunakan skala *likert* (*likert scale*), dimana masing-masing dibuat dengan menggunakan pilihan agar mendapatkan data yang bersifat subyektif dan diberikan skor sebagai berikut:

Tabel 3.2
Skala Likert.¹⁴

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

2. Observasi

Teknik ini menuntut adanya pengamatan dari peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap objek penelitian. Instrument yang digunakan yaitu lembar pengamatan, panduan pengamatan.

Beberapa informasi diperoleh dari observasi antara lain : tempat, pelaku, kegiatan, objek, perbuatan, kejadian atau peristiwa, waktu dan perasaan. Alasan peneliti melakukan observasi yaitu untuk menyajikan gambaran realistik perilaku atau kejadian, menjawab pertanyaan, membantu mengerti perilaku manusia dan evaluasi yaitu melakukan pengukuran terhadap aspek tertentu melakukan umpan balik terhadap pengukuran tersebut.¹⁵

Peneliti melakukan observasi langsung pada BMT Bina Umat Sejahtera (BUS) Cabang Nambuhan-Purwodadi.

¹³ Sugiyono, *Metodelogi Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2018 cetakan ke 6), 230.

¹⁴ Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2006), 83.

¹⁵ Juliansyah Noor, *Metodelogi Penelitian*, (Jakarta: Prenada Media, 2016), 140.

3. Dokumentasi.

Sejumlah besar fakta dan data tersimpan dalam bahan yang berbentuk dokumentasi. Sebagian besar data yang tersedia yang berbentuk surat, catatan harian, cinderamata, laporan, artefak dan foto.¹⁶ Peneliti menggunakan metode ini untuk mendapatkan informasi dan data tentang kondisi atau gambaran umum tentang pelayanan, bagi hasil dan promosi terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan mudharabah.

G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.

1. 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. Untuk mengukur validitas dapat dilakukan dengan melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Uji signifikan dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r table untuk *degree of freedom* (df) = $n-k$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah konstruk dengan α 0,05. Apabila nilai r hitung $>$ r tabel dan bernilai positif, maka variabel tersebut valid.¹⁷

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner yang dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk mengukur reliabilitas menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60 ($\alpha > 0,60$).¹⁸

H. Uji Asumsi Klasik

Proses penelitian menyangkut beberapa yang harus dilalui oleh peneliti, baik pada saat pra, proses, penganalisaan data penelitian bahkan sampai pembuatan laporan. Penganalisaan data

¹⁶ Juliansyah Noor, *Metodelogi Penelitian*, (Jakarta: Prenada Media, 2016), 141.

¹⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Undip, 2009), 49.

¹⁸ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Undip, 2009), 45-46.

penelitian dengan memakai teknik analisis statistik inferensial memerlukan pengujian terlebih dahulu terkait dengan uji asumsi klasik pada data yang ada, yang bertujuan untuk mengetahui kebenaran data. Teknik pengujian ini yang dapat dipakai adalah uji multikolinieritas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas, uji normalitas dan linieritas data. Dengan menggunakan uji asumsi klasik, maka peneliti dapat menetapkan apakah penelitian ini menggunakan parametris atau statistik non parametris.¹⁹

1. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas (independen). Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Cara mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolinieritas antara lain dengan melihat nilai Variance Inflation Factor (VIP) dan Tolerance, apabila nilai VIP kurang dari 10 dan Tolerance lebih dari 0,1 maka dinyatakan tidak terjadi multikolonieritas.²⁰

2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu periode t dengan kesalahan periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas autokorelasi.

Dalam penelitian ini autokorelasi menggunakan uji Durbin-Watson (DW test) yang menggunakan titik kritis yaitu batas bawah (dl) dan batas atas (du). Uji Durbin-Watson hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu (First Order Autocorrelation) dan mensyaratkan adanya intercept (konstanta) dalam model regresi, serta tidak ada variabel lagi diantara variabel independen. Hipotesis yang akan diuji adalah:

¹⁹ Masrukhin, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Kudus: Mirbanda dan Media Ilmu Pres, 2015), 102.

²⁰ Duwi Priyatno, *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis*, (Yogyakarta: ANDI, 2014), 103.

H0 : tidak ada autokorelasi ($r = 0$)
HA : ada autokorelasi ($r \neq 0$).²¹

Tabel 3.3
Kriteria Pengambilan Keputusan Ada Tidaknya
Autokorelasi

Hipotesis nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi Positif	Tolak	$0 < d < dl$
Tidak ada autokorelasi positif	No desicison	$dl \leq d \leq du$
Tidak ada korelasi negatif	Tolak	$4 - dl < d < 4$
Tidak ada korelasi negatif	No desicison	$4 - du \leq d \leq 4 - dl$
Tidak ada autokorelasi positif atau negatif	Tidak ditolak	$du < d < 4 - du$

3. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana tidak terjadi ketidak samaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Uji heteroskedasitas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi.²² Jika varian dari residual satu ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

Untuk mendeteksi ada tau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat dari grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID, dimana sumbu Y adalah Y yang diprediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ Prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di-studentized. Jika pada grafik tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah sumbu 0 (nol) pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas dalam satu model regresi.²³

²¹ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Undip, 2009), 99-100.

²² Duwi Priyatno, *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis*, (Yogyakarta: ANDI, 2014), 108.

²³ Duwi Priyatno, *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis*, (Yogyakarta: ANDI, 2014), 125-126.

4. Uji Normalitas

Uji normalitas data adalah untuk menguji apakah model regresi variabel independen dan variabel dependen memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik.

a. Analisis grafik

Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Metode yang lebih handal dengan melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal. Jika data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.²⁴

b. Uji Statistik

Uji statistik sederhana dapat dilakukan dengan melihat nilai kurtosis dan skewness dari residual. Nilai z statistik untuk skewness dapat dihitung dengan rumus;

$$Z_{skewness} = \frac{z_{skewness}}{\sqrt{6/N}}$$

Sedangkan nilai z kurtosis dapat dihitung dengan cara:

$$Z_{kurtosis} = \frac{kurtosis}{\sqrt{24/N}}$$

Dimana N adalah jumlah sampel, jika nilai Z hitung > Z tabel, maka distribusi tidak normal. Misalkan nilai Z hitung > 2,58 menunjukkan nilai penolakan asumsi normalitas pada tingkat signifikansi 0,01 dan pada tingkat signifikansi 0,05 nilai Z tabel = 1,96.²⁵

²⁴ Duwi Priyatno, *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis*, (Yogyakarta: ANDI, 2014), 147.

²⁵ Duwi Priyatno, *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis*, (Yogyakarta: ANDI, 2014), 149-150.

I. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel independen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor predictor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Untuk menguji hipotesa dari penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel pelayanan, bagi hasil, dan promosi terhadap minat nasabah menggunakan produk pembiayaan mudharabah. Dalam penelitian ini menggunakan rumus persamaan regresi ganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana:

- Y : Minat nasabah menggunakan produk pembiayaan mudharabah
- a : konstanta
- X₁ : Pelayanan
- X₂ : Bagi Hasil
- X₃ : Promosi
- b₁ : Koefisien regresi variabel pelayanan
- b₂ : Koefisien regresi variabel bagi hasil
- b₃ : koefisien regresi variabel promosi
- e : Pengganggu (error).²⁶

1. Uji signifikan Parameter Individual (Uji statistik t).

Uji signifikan parameter parsial bertujuan untuk menguji hipotesis dalam satu sampel, apakah satu nilai yang merupakan hipotesis yang kita ajukan berbeda secara nyata dengan nilai rata-rata dalam sebuah sampel. Uji signifikan parameter individual dilakukan dengan uji statistik t. pengujian ini dilakukan untuk membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika t_{hitung} > t_{tabel} maka H₀ Ditolak dan H₁ diterima.
- b. Jika t_{hitung} < t_{tabel} maka H₀ diterima dan H₁ ditolak.²⁷

²⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2008), 277.

²⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 1999), 187.

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol; dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memproduksi variasi variabel dependen.²⁸

3. Signifikansi Simultan (F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen ($X_1, X_2, \dots, X_n$) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y).

Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut:

Jika $F_{hitung} < F_{tabel} = H_0$ diterima (tidak ada pengaruh).

Jika $F_{hitung} > F_{tabel} = H_0$ ditolak (ada pengaruh).²⁹

²⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 1999), 97-99.

²⁹ Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistika Data Dengan SPSS*, (Yogyakarta: Mediakom, 2010), 67.