

### BAB III METODE PENELITIAN

#### A. Jenis dan Pendekatan

Menurut sumber data atau informasi yang diperoleh dalam kegiatan penelitian, maka jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan atau penelitian kanchah (*field research*). Dengan kata lain peneliti turun atau berada lapangan, atau langsung berada di lingkungan yang mengalami masalah atau yang akan diperbaiki atau disempurnakan.<sup>1</sup>

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, yaitu jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Pendekatan kuantitatif memusatkan perhatian pada gejala-gejala yang mempunyai karakteristik tertentu di dalam kehidupan manusia yang dinamakannya sebagai variabel. Dalam pendekatan kuantitatif hakikat hubungan di antara variabel-variabel dianalisis dengan menggunakan teori yang objektif. Bryman (2005) mendefinisikan proses penelitian kuantitatif dimulai dari teori, hipotesis, disain penelitian, memilih subjek, mengumpulkan data, memproses data, menganalisa data dan menuliskan kesimpulan.<sup>2</sup>

#### B. *Setting* penelitian

Lokasi yang dijadikan penelitian adalah daerah Kota Kudus. Hal ini dikarenakan peneliti akan meneliti seberapa banyak pengusaha mikro, kecil dan menengah yang menggunakan produk *Murabahah* di BMT Mitra Muamalat Kota Kudus, mengingat bahwa Kota Kudus adalah salah satu Kota yang cukup luas dan sebagian besar dari masyarakatnya merupakan pengusaha mikro, kecil dan menengah.

---

<sup>1</sup>Hadari Nawawi dan Mimi Martini, *Penelitian Terapan*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2005), 24.

<sup>2</sup>V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 39.

## C. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Menurut Sugiyono (2007), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek yang diteliti itu.<sup>3</sup>

Dalam penelitian ini populasi yang diambil adalah seluruh masyarakat Kota Kudus, kemudian masyarakat Kota Kudus yang merupakan pengusaha mikro, kecil dan menengah yang memang menggunakan produk *Murabahah* di BMT Mitra Muamalat Kota Kudus.

### 2. Sampel

Sugiyono (2007) berpendapat bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).<sup>4</sup>

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik *purposive random sampling*. Dimana *purposive random sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.<sup>5</sup> Dalam memilih teknik ini, peneliti mencoba untuk mempertimbangkan adanya kemungkinan bahwa tidak semua pengusaha mikro, kecil dan menengah menggunakan produk *Murabahah* di BMT

---

<sup>3</sup>Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2007), 61.

<sup>4</sup>Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, 62.

<sup>5</sup>Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, 68.

Mitra Muamalat Kota Kudus. Besarnya sampel yang diambil berdasarkan rumus slovin adalah:

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

Dimana:

n = Jumlah Sampel

N = Ukuran Populasi

e =Prosentasi kelonggaran ketidakterikatan karena kesalahan pengambilan sampel yang masih diinginkan (batas toleransi kesalahan)<sup>6</sup>

Dari data yang telah diketahui jumlah populasi pengusaha mikro, kecil dan menengah di Kota Kudus adalah 1908, maka jumlah sampel yang yang dibutuhkan adalah:

$$n = \frac{1908}{1 + 1908 (0,1^2)}$$

$$n = \frac{1908}{20,08} = 95,01$$

n = 95,01 dibulatkan menjadi 95.

Beberapa karakteristik tertentu yang nantinya dijadikan sebagai acuan memilih calon responden, yaitu:

1. Responden merupakan masyarakat yang bertempat tinggal di Kota Kudus.
2. Responden merupakan pengusaha mikro, kecil dan menengah.
3. Responden yang sedang atau pernah menggunakan produk *Murabahah* di BMT Mitra Muamalat Kota Kudus.

#### D. Desain dan Definisi Operasional Variabel

Sugiyono (2015), variabel adalah atribut seseorang atau objek yang mempunyai variasi satu orang dengan yang lain atau satu objek dengan objek yang lain. Dinamakan variabel karena ada variasinya. Variabel yang tidak ada variasinya bukan dikatan sebagai variabel. Untuk dapat bervariasi maka penelitian harus didasarkan pada sekelompok sumber data atau

---

<sup>6</sup>V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 82.

obyek yang bervariasi. Adapun variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah: faktor pribadi, kualitas layanan dan *word of mouth*.
2. Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau akibat, karena adanya variabel bebas.<sup>7</sup> Variabel dependen dalam penelitian ini adalah: keputusan menggunakan.

Definisi operasional variabel adalah suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel tersebut yang dapat diamati.<sup>8</sup> Dalam penelitian ini definisi operasionalnya adalah:

**Tabel 3.1**  
**Definisi Operasional Variabel**

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
1.	Faktor Pribadi (X1)	Manusia merupakan pribadi yang utuh, khas, dan memiliki sifat-sifat sebagai makhluk individu. Dalam kehidupannya, seorang	a. Usia. b. Keadaan ekonomi atau daya beli. c. Gaya hidup. <sup>9</sup>	Skala Likert

<sup>7</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* cet. 22, (Bandung: CV. Alfabeta, 2015), 60-61.

<sup>8</sup>Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Kudus: STAIN Kudus, 2009), 138.

<sup>9</sup>Daniel T. T. S. dan Endang Purwanti, Pengaruh *Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi Dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Memilih Produk Operator Selluler Indosat-M3 Di Kecamatan Pringapus Kabupaten Semarang, Jurnal Among Makarti*, Vol. 6, No. 12, (2013): 127.

		<p>manusia memiliki kebutuhan yang diperuntukkan untuk kebutuhannya bagi kepentingan pribadinya.</p>		
2.	<p>Kualitas Layanan (X2)</p>	<p>Kualitas jasa pelayanan lebih menekankan pada kata pelanggan, pelayanan, kualitas, level atau tingkat. Pelayanan terbaik pada pelanggan dan tingkat kualitas pelayanan merupakan cara terbaik yang konsisten untuk dapat mempertemukan harapan konsumen dan sistem</p>	<p>a. <i>Tangibles</i> ( Bukti fisik)                  b. <i>Reliability</i> (Keandalan)                  c. <i>Assurance</i> (Jamina n)                  d. <i>Empathy</i> (Empati)                  e. <i>Responsiveness</i> (Daya tanggap)<sup>10</sup></p>	<p>Skala Likert</p>

<sup>10</sup>Amrullah, dkk, *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda, Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, Vol. 13, No. 2, (2016): 116.

		kinerja pelayanan.		
3.	<i>Word Of Mouth</i> (X3)	<i>Word of mouth</i> merupakan strategi promosi dalam pemasaran yang menggunakan "orang ke orang" yang puas untuk meningkatkan kesadaran produk dan menghasilkan kesadaran tertentu. Komunikasi dari mulut ke mulut menyebar melalui jaringan bisnis, sosial dan masyarakat yang dianggap sangat berpengaruh.	a. Mendapatkan informasi b. Menumbuhkan motivasi c. Mendapatkan rekomendasi dari orang lain <sup>11</sup>	Skala Likert

<sup>11</sup>Fanny Puspita Saridan TriYuniati, *Pengaruh Harga Citra Merek Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumem, Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, Vol. 5, No. 6, (2016): 14.

4.	Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah keputusan konsumen mengenai preferensi atas merek-merek yang ada di dalam kumpulan pilihan.	a. Pengenalan kebutuhan b. Pencarian informasi c. Pengenalan alternatif d. Keputusan pembelian e. Perilaku pasca pembelian <sup>12</sup>	Skala Likert
----	-------------------------	--	--	--------------

### E. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data disesuaikan dengan keadaan dan kondisi objek yang diteliti, kemampuan menggunakan waktu dan tenaga.<sup>13</sup> Dalam penelitian kuantitatif, teknik pengumpulan data yang utama adalah angket, sedangkan wawancara dan dokumenter adalah teknik penunjang data saja.<sup>14</sup> Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah meliputi:

#### 1. Metode Angket

Angket atau kuesioner merupakan serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, untuk diisi oleh responden. Setelah diisi, angket dikembalikan

<sup>12</sup>Bagas Aji Pamungkas dan SitiZuhroh, *Pengaruh Promosi Di Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kedai Bontacos, Jombang)*, *Jurnal Komunikasi*, Vol. 10, No. 2, (2016): 157.

<sup>13</sup>V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 156.

<sup>14</sup>Elvinaro Ardianto, *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif Dan Kualitatif*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016), 162.

ke peneliti.<sup>15</sup> Dalam metode angket didesain dengan menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut dengan variabel penelitian. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata dan diberi skor sebagai berikut:

SS	: Sangat setuju diberi skor 5,
S	: Setuju diberi skor 4,
N	: Netral diberi skor 3,
TS	: Tidak setuju diberi skor 2, dan
STS	: Sangat tidak setuju diberi skor 1. <sup>16</sup>

Dalam penelitian ini angket atau kuesioner diberikan kepada seluruh masyarakat Kota Kudus yang merupakan pengusaha mikro, kecil dan menengah untuk dijawab.

## 2. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi (metode pustaka Pen) adalah salah satu teknik pengumpulan data yang digunakan dalam metodologi penelitian sosial untuk menelusuri data historis. Sebagian besar data yang tersedia berbentuk surat, catatan harian, kenang-kenangan, dan laporan. Sifat utama dari bentuk data-data tersebut tidak terbatas pada ruang waktu sehingga memberi peluang kepada peneliti untuk mengetahui hal-hal yang lalu. Dibandingkan dengan instrumen pengumpulan data lainnya, menyusun format dokumentasi relatif mudah sebab peneliti tinggal membuat blanko yang sesuai guna memasukkan atau

---

<sup>15</sup>Elvinaro Ardianto, *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif Dan Kualitatif*, 162.

<sup>16</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2018), 168-169.

memindahkan data relevan dari sumber atau dokumen. Data relevan tersebut, lazimnya telah demikian konkret dan spesifik.<sup>17</sup>

Dalam penelitian ini data dokumentasi yang dibutuhkan adalah berupa gambaran umum seluruh jumlah pengusaha mikro, kecil dan menengah di Kota Kudus yang menggunakan produk *Murabahah* di BMT Mitra Muamalat Kota Kudus dan lainnya.

### 3. Metode Wawancara

Pengumpulan data dilakukan dengan cara melakukan wawancara langsung dengan responden secara sistematis sesuai dengan tujuan penelitian. Selain itu juga bisa mewawancarai langsung terhadap pihak yang berkepentingan di perusahaan. Informasi diperoleh melalui permintaan keterangan terhadap pihak perusahaan atau teknik komunikasi secara *interview* yang merupakan cara sepihak yang dikerjakan secara sistematis dan berlandaskan kepada tujuan penelitian.<sup>18</sup>

## F. Teknik Analisis Data

### 1. Uji Validitas dan Reliabilitas 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 signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung (nilai *Corrected item-Total Correlation* pada *output Cronbach alpha*) dengan nilai  $r$  tabel untuk *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n - 2$  ( $n$  adalah jumlah sampel). Jika  $r$  hitung lebih besar daripada  $r$  tabel dan berkorelasi positif maka butir atau pertanyaan tersebut valid. Item pertanyaan dikatakan valid apabila skor item

---

<sup>17</sup>Elvinaro Ardianto, *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif Dan Kualitatif*, 167.

<sup>18</sup>V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 157.

pertanyaan memiliki korelasi yang positif dan signifikan dengan skor total variabel.<sup>19</sup>

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pada SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha*  $> 0.70$ .<sup>20</sup>

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik tentu tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel tersebut tidak membentuk variabel ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol.<sup>21</sup>

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas didalam model regresi adalah dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor (VIF)*. Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel variabel independen lainnya. Dalam pengertian sederhana setiap variabel independen menjadi variabel dependet (terikat) dan diregres terhadap variabel independen lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen yang

---

<sup>19</sup>Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19 Edisi 5*, 52-53.

<sup>20</sup>Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19 Edisi 5*, 47-48.

<sup>21</sup>Masrukhin, *Statistik I Untuk Ekonomi Islam*, (Kudus: Media Ilmu Press, 2015), 92.

terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai *VIF* tinggi (karena  $VIF = 1/\text{Tolerance}$ ). Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai  $\text{Tolerance} \leq 0.10$  atau sama dengan nilai  $VIF \geq 10$ . Setiap peneliti harus menentukan tingkat kolonieritas yang masih dapat ditolerir.<sup>22</sup>

b. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam suatu model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pada periode  $t - 1$  (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya.<sup>23</sup>

Cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi adalah dengan melakukan uji Durbin-Watson (DW test). Uji Durbin-Watson hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu (*first order autocorrelation*) dan mensyaratkan adanya *intercept* (konstanta) dalam model regresi dan tidak ada variabel lagi diantara variabel independen. Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi:<sup>24</sup>

Hipotesis nol	Keputusan	Jika
Tdk ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < d_1$
Tdk ada autokorelasi positif	No desicison	$d_1 \leq d \leq d_u$

<sup>22</sup>Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*, 107-108.

<sup>23</sup>Masrukhin, *Statistik I Untuk Ekonomi Islam*, 93.

<sup>24</sup>Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*, 112.

Tdk ada korelasi negatif	Tolak	$4 - d1 < d < 4$
Tdk ada korelasi negatif	No decision	$4 - du \leq d \leq 4 - d1$
Tdk ada autokorelasi, positif atau negatif	Tdk ditolak	$du < d < 4 - du$

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah di-*studentized*. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Dan jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.<sup>25</sup>

---

<sup>25</sup>Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*, 137-138.

d. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Untuk menguji apakah distribusi data itu normal atau tidak dapat dengan menggunakan 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. Namun demikian hanya dengan melihat histogram hal ini dapat menyesatkan khususnya untuk jumlah sampel yang kecil. Metode yang lebih handal adalah dengan melihat normal *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dan dari distribusi normal. Dikatakan lulus uji normalitas atau data terdistribusi dengan normal jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Dan jika data menyebar jauh dari diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.<sup>26</sup>

### 3. Hasil Analisis Statistik

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen ( $X_1, X_2, \dots, X_n$ ) dengan variabel dependen ( $Y$ ). Analisis ini untuk memprediksikan nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah

---

<sup>26</sup>Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*, 161-163.

masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif.

Pada penelitian ini yaitu digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor pribadi ( $X_1$ ), kualitas layanan ( $X_2$ ) dan *word of mouth* ( $X_3$ ) terhadap keputusan menggunakan produk *Murabahah* ( $Y$ ). Adapun persamaan regresi linear berganda dapat dicari dengan rumus:

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

Keterangan:

Y: keputusan menggunakan produk

a: konstanta

$b_1$ : koefisien regresi faktor pribadi dengan keputusan menggunakan produk *Murabahah*

$b_2$ : koefisien regresi kualitas layanan dengan keputusan menggunakan produk *Murabahah*

$b_3$ : koefisien regresi *word of mouth* dengan keputusan menggunakan produk *Murabahah*

$X_1$ : faktor pribadi

$X_2$ : kualitas layanan

$X_3$ : *word of mouth*

e: Variabel independen lain di luar model regresi<sup>27</sup>

b. Uji t Parsial

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen ( $X_1, X_2, \dots, X_n$ ) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen ( $Y$ ). Rumus t hitung pada analisis regresi adalah:

$$t \text{ hitung} = \frac{b_i}{Sb_i}$$

Keterangan:

$b_i$  : koefisien regresi variabel i

$Sb_i$  : standar error variabel i

Langkah-langkah uji t sebagai berikut:

1) Menentukan hipotesis

$H_0$ : secara parsial tidak ada pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen

<sup>27</sup>Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, 61.

- $H_a$ : secara parsial ada pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen
- 2) Menentukan tingkat signifikansi  
Tingkat signifikansi menggunakan 0.05 ( $\alpha = 5\%$ )
  - 3) Kriteria pengujian  
 $H_0$  diterima jika  $-t \text{ tabel} \leq t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$   
 $H_0$  ditolak jika  $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$  atau  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ <sup>28</sup>

c. Uji 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). Rumus F hitung adalah:

$$F \text{ hitung} = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Keterangan:

$R^2$  : koefisien determinasi

$n$  : jumlah data atau kasus

$k$  : jumlah variabel independen

Tahap-tahap untuk melakukan uji F adalah:

- 1) Menentukan hipotesis  
 $H_0$ : Tidak ada pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen secara bersama-sama  
 $H_a$ : Ada pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen secara bersama-sama
  - 2) Menentukan tingkat signifikansi  
Tingkat signifikansi menggunakan 0.05 ( $\alpha = 5\%$ )
  - 3) Kriteria pengujian  
 $H_0$  diterima bila  $F \text{ hitung} \leq F \text{ tabel}$   
 $H_0$  ditolak bila  $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ <sup>29</sup>
- d. Analisis Determinasi ( $R^2$ )

Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui prosentase sumbangan pengaruh variabel independen ( $X_1, X_2, \dots, X_n$ ) secara serentak terhadap variabel dependen (Y). Koefisien ini menunjukkan seberapa besar prosentase variasi

<sup>28</sup>Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, 68-69.

<sup>29</sup>Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik D ata dengan SPSS*, 67.

variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi variabel dependen  $R^2$  sama dengan 0, maka tidak ada sedikitpun prosentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen, atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikitpun variasi variabel dependen. Sebaliknya, jika  $R^2$  sama dengan 1 maka prosentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen adalah sempurna, atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model menjelaskan 100% variasi variabel dependen. Rumus mencari koefisien determinasi dengan dua variabel independen adalah:

$$R^2 = \frac{(ryx_1)^2 + (ryx_2)^2 - 2(ryx_1)(ryx_2)(rx_1x_2)}{1 - (rx_1x_2)^2}$$

Keterangan:

- $R^2$  : koefisien determinasi  
 $ryx_1$  : korelasi sederhana antara  $X_1$  dengan Y  
 $ryx_2$  : korelasi sederhana antara  $X_2$  dengan Y  
 $rx_1x_2$  : korelasi sederhana antara  $X_1$  dengan  $X_2$ <sup>30</sup>

---

<sup>30</sup>Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, 66.