

### BAB III

#### METODE PENELITIAN

##### A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian lapangan (*field research*), karena penulis terlibat langsung dalam penelitian. *Field research* yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara langsung mencari data di lapangan yang menjadi objek penelitian.<sup>1</sup> Dalam hal ini penelitian mengungkapkan pengaruh antara potensi dan preferensi terhadap minat menjadi marketing di perbankan syariah.

Penelitian yang peneliti lakukan pada mahasiswa ekonomi di Kudus ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yakni prosedur penelitian yang menghasilkan data-data perhitungan yang diamati dan diolah dengan data statistik. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel independen dan satu variabel dependen sebagai akibat dari adanya variabel independen.

Kelebihan dan kekurangan pendekatan kuantitatif sebagai berikut:<sup>2</sup>

1. Kelebihan pendekatan kuantitatif, antara lain:
  - a. Dapat digunakan untuk menduga atau meramal.
  - b. Hasil analisis dapat diperoleh dengan akurat bila digunakan sesuai aturan.
  - c. Dapat digunakan untuk mengukur interaksi hubungan antara dua atau lebih variabel.
  - d. Dapat menyederhanakan realitas permasalahan yang kompleks dan rumit dalam sebuah model.
2. Kekurangan pendekatan kuantitatif, antara lain:
  - a. Berdasarkan pada anggapan-anggapan (asumsi).
  - b. Asumsi tidak sesuai dengan realitas yang terjadi atau menyimpang jauh maka kemampuannya tidak dapat dijamin bahkan menyesatkan.

---

<sup>1</sup> Suharsimi Arikonto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Rineka Cipta, Jakarta, 1998, hlm. 11.

<sup>2</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D)*, Alfabeta, Bandung, 2014, hlm. 16.

- c. Data harus berdistribusi normal dan hanya dapat digunakan untuk menganalisis data yang populasi atau sampelnya sama.
- d. Tidak dapat dipergunakan untuk menganalisis dengan cuplikan (sampel) yang jumlahnya sedikit ( $< 30$ ).

## B. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1. Data Primer

Data primer atau data tangan pertama adalah data yang diperoleh langsung dari subyek penelitian dengan menggunakan alat pengukur atau pengambilan data langsung pada sumber objek sebagai sumber informasi yang dicari.<sup>3</sup> Dalam penelitian ini data yang diperoleh dari jawaban para responden terhadap rangkaian pertanyaan yang digunakan oleh peneliti. Responden yang menjawab daftar kuisisioner tersebut adalah mahasiswa ekonomi di Kudus.

### 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak lain tidak langsung diperoleh peneliti dari subyek penelitiannya.<sup>4</sup> Data sekunder dalam penelitian ini berupa data-data mengenai jumlah mahasiswa ekonomi di Kudus yaitu mahasiswa ekonomi syariah STAIN Kudus dan mahasiswa ekonomi UMK, yaitu dengan melihat dokumen yang telah dimiliki oleh kedua lembaga tersebut.

## C. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah kumpulan elemen yang terdiri dari objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik yang dapat diambil kesimpulannya.<sup>5</sup> Jadi, kumpulan elemen itu menunjukkan jumlah, sedangkan ciri-ciri tertentu menunjukkan karakteristik dari kumpulan itu

---

<sup>3</sup> Saifudin Azwar, *Metode Penelitian*, Pustaka Belajar, Yogyakarta, 1997, hlm. 91.

<sup>4</sup> *Loc. Cit.*,

<sup>5</sup> Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, STAIN Kudus, Kudus, 2009, hlm. 141.

Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan jumlah mahasiswa reguler ekonomi di Kudus yang telah melakukan PPL maupun KKL angkatan 2011 dan 2012 berjumlah 843 orang.<sup>6</sup> Mengingat jumlah populasi cukup banyak, maka dalam rangka efisiensi dan keefektifan penelitian, dilakukan *sampling* (pengambilan sampel).

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.<sup>7</sup> Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik pengambilan sampel *non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dengan metode *Purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria tertentu. Kriteria pada sampel penelitian ini adalah (a) Mahasiswa Program Studi Ekonomi angkatan 2011 dan 2012 yang terdaftar di Program Studi Ekonomi STAIN Kudus dan UMK (b) Mahasiswa Program Studi Ekonomi angkatan 2011 dan 2012 yang masih aktif, tidak cuti dan bukan yang telah lulus (c) Mahasiswa Program Studi Ekonomi angkatan 2011 dan 2012 yang sudah PPL dan KKL serta telah mendapat mata kuliah manajemen pemasaran.

Berdasarkan data diatas, populasi yang memenuhi kriteria sebanyak 732 mahasiswa. Agar sampel yang diambil dalam penelitian ini dapat mewakili populasi, maka dapat ditentukan jumlah sampel yang dihitung dengan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut :<sup>8</sup>

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

$$n = \frac{732}{1+732 \cdot 0,1^2}$$

$$= 87,98$$

<sup>6</sup> Dokumentasi Akademik STAIN Kudus dan Akademik UMK tahun 2015.

<sup>7</sup> Masrukhin, *Op. Cit.*, hlm. 142.

<sup>8</sup> Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2002, hlm. 141.

Di mana :

n : jumlah sampel

N : jumlah Populasi

E : batas toleransi kesalahan (*error tolerance*), sebesar 10%.

Berdasarkan rumus Slovin, ukuran sampel minimum adalah 87,98 responden. Selanjutnya peneliti menentukan jumlah sampel menjadi 90 responden.

#### D. Tata Variabel Penelitian

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.<sup>9</sup>

Macam-macam variabel dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi :

1. Variabel Independen : variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus, predictor, antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah Potensi (X1) dan preferensi (X2).
2. Variabel Dependen : variabel ini 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.<sup>10</sup> Variabel independen dalam penelitian ini adalah minat menjadi marketing (Y).

#### E. Definisi Operasional

Untuk mempermudah dan memperjelas apa yang dimaksud dengan variabel-variabel dalam penelitian ini maka perlu diberikan definisi operasional. Definisi operasional adalah alat untuk mengukur suatu variabel

---

<sup>9</sup> Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, Alfabeta, Bandung, 2014, hlm. 2.

<sup>10</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung, 2004, hlm. 33.



atau dapat dikatakan petunjuk pelaksanaan bagaimana mengukur variabel. Definisi operasional berisi indikator-indikator suatu variabel penelitian. Definisi operasional dalam penelitian adalah sebagai berikut :

Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Skala
Potensi (X <sub>1</sub> )	Kemampuan atau kapasitas pengaruh atau mempengaruhi pemikiran atau perasaan. <sup>11</sup>	1. Kemampuan	1. Pengetahuan 2. Motivasi 3. Keterlibatan 4. Kepribadian	<i>Likert</i>
		2. Kapasitas	1. Nilai 2. Gaya Hidup	
Preferensi (X <sub>2</sub> )	Sikap atau tanggapan responden. Sikap ( <i>attitude</i> ) adalah suatu hal yang mempelajari mengenai seluruh tendensi tindakan, baik yang menguntungkan maupun yang kurang menguntungkan, tujuan manusia, objek, gagasan, atau situasi. <sup>12</sup>	1. Selera	1. Memilih minat menjadi marketing 2. Memilih minat menjadi selain marketing 3. Memilih berpindah menjadi marketing	<i>Likert</i>
		2. Sikap	1. Komponen Kognitif 2. Komponen Afektif 3. Komponen Perilaku	

<sup>11</sup> Ari Pradhanawati "Potensi dan Preferensi terhadap Perilaku Memilih Pegadaian Syariah", Jurnal Bisnis dan Manajemen, hlm. 3.

<sup>12</sup> Catur Ragil Sutrisno, *Potensi, Preferensi dan Perilaku Mahasiswa terhadap Profesi Auditor*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Volume 12, Nomor 01, 2013, hlm.70.

Minat Menjadi Marketing (Y)	Kecenderungan, keyakinan, serta kesediaan dari dalam diri individu untuk menjadi marketing. <sup>13</sup>	1. Minat Menjadi Marketing	1. Faktor dorongan dari dalam diri 2. Faktor motif sosial 3. Faktor emosional	Likert
		2. Manfaat Menjadi Marketing	1. Aplikasi Ilmu 2. Tantangan 3. <i>Salary</i> 4. <i>Prestise</i>	

#### F. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

##### 1. Metode Kuesioner (angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden dalam arti laporan pribadinya, atau hal-hal lain yang dia ketahui.<sup>14</sup> Dalam hal ini berupa sejumlah pertanyaan atau pernyataan yang diajukan oleh peneliti untuk mendapatkan informasi berdasarkan dari laporan tentang diri sendiri (*self report*) atau pada pengetahuan dan keyakinan dari pribadi subyek. Dalam penelitian ini angket didesain dengan pertanyaan atau pernyataan yang sifatnya terbuka dan tertutup.<sup>15</sup>

Angket dengan pertanyaan terbuka digunakan untuk mengetahui identitas responden seperti tahun angkatan, jenis kelamin, usia, pendidikan, dan pendapatan responden. Pertanyaan ini digunakan untuk

<sup>13</sup> Hermawan Kertajaya, Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, Mizan Pustaka, Bandung, 2006, hlm. 26.

<sup>14</sup> Suharsimi Arikunto, *Op. Cit*, hlm. 131.

<sup>15</sup> Riduwan, *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*, Cetakan ketiga, Alfabeta, Bandung, 2005, hlm. 2.

menganalisa jawaban yang diberikan responden pada pertanyaan tertutup karena taraf kognisi akan menjadi faktor penting dalam menjawab pertanyaan tertutup.

Angket dengan pertanyaan tertutup digunakan untuk mengetahui jawaban atas pertanyaan yang telah disediakan pada kuesioner. Angket yang bersifat tertutup didesain menggunakan skala likert (*likert scale*), dimana masing-masing dibuat dengan menggunakan pilihan agar mendapatkan data yang bersifat subyektif dan diberikan skor sebagai berikut: sangat setuju (skor 5), setuju (skor 4), ragu-ragu (skor 3), tidak setuju (skor 2), sangat tidak setuju (skor 1).

## 2. Metode Wawancara (*Interview*)

Wawancara merupakan proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara si penanya dengan responden dengan menggunakan *Interview Guide* (panduan wawancara).<sup>16</sup> Metode ini digunakan sebagai pelengkap guna memperoleh data sebagai bahan informasi yang berupa pendapat responden terhadap minat menjadi marketing di perbankan syariah.

## 3. Metode Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata dokumen yang artinya barang-barang tertulis. Di dalam melaksanakan metode dokumentasi, penulis menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah dokumen, dan sebagainya.<sup>17</sup> Metode ini digunakan sebagai pelengkap guna memperoleh data sebagai bahan informasi yang berupa profil STAIN Kudus dan UMK, jumlah mahasiswa Prodi Ekonomi, serta data lain yang mendukung.

---

<sup>16</sup> Moh Nazir, *Metodologi Penelitian*, Ghalia, Cet. III, Jakarta, 1988, hlm. 234.

<sup>17</sup> Suharsimi Arikonto, *Op.cit.*, hlm. 131.

## G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

### 1. Uji Validitas

Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrument dalam pengukuran.<sup>18</sup> 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. Sedangkan untuk mengetahui tingkat validitas instrumen dari masing-masing variabel, maka dengan *degree of freedom* (df) = n-k, dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah konstruk dengan alpha 5%. Apabila nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan bernilai positif, maka variabel tersebut valid.<sup>19</sup>

### 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal, jika jawaban seseorang terhadap kenyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Pengukuran reliabilitas dapat diukur dengan dua cara yaitu :

- a. *Repeated Measure* atau pengukuran ulang. Disini seseorang akan diberikan pertanyaan yang sama pada waktu yang berbeda, dan dilihat apakah ia tetap konsisten dengan jawabannya.
- b. *One Shot* atau pengukuran sekali saja. Pengukuran dilakukan sekali saja dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pernyataan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan.

Untuk melakukan uji reliabilitas dapat digunakan program SPSS dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha*. Kriteria instrument dikatakan reliabel, apabila nilai yang didapat dalam proses pengujian

---

<sup>18</sup> Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, MediaKom, Yogyakarta, 2010, hlm. 90.

<sup>19</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Undip, Semarang, 2001, hlm. 135.



dengan uji statistik *Cronbach Alpha*  $> 0,60$ , maka dikatakan tidak reliabel.<sup>20</sup> Suatu alat ukur dikatakan reliabel bila alat itu dalam mengukur suatu gejala pada waktu yang berlainan senantiasa menunjukkan hasil yang sama.<sup>21</sup>

## H. Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Variabel orthogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi adalah dengan nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai *Tolerance*  $< 0,10$  atau sama dengan VIF (*Variance Inflation Factor*)  $> 10$ .<sup>22</sup>

### 2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam suatu model regresi linier ada korelasi antara kesalahan penggunaan 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. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari 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

---

<sup>20</sup> Masrukhin, *Statistik Inferensial Aplikasi Program SPSS*, Media Ilmu Press, Kudus, 2008, hlm. 65.

<sup>21</sup> Nasution, *Metode Research Penelitian Ilmiah*, Bumi Aksara, Jakarta, 2003, Cet. Ke-6, hlm. 77.

<sup>22</sup> Masrukhin, *Op. Cit.*, hlm. 41.

autokorelasi tingkat satu (*first order autocorrelation*) dan mensyaratkan adanya *intercept* (konstanta) dalam model regresi dan tidak ada variabel lagi antara variabel bebas. Hipotesis yang akan diuji adalah :<sup>23</sup>

Ho : tidak ada autokorelasi ( $r = 0$ )

Ha : ada autokorelasi ( $r \neq 0$ )

Kriteria pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai DW terletak antara batas atas atau *Upper bound* ( $du$ ) dan  $(4-du)$ , maka koefisien autokorelasi sama dengan nol, berarti tidak ada autokorelasi.
- b. Bila nilai DW lebih rendah dari pada batas bawah atau *Lower Bound* ( $dl$ ), maka koefisien autokorelasi lebih besar dari pada nol, berarti ada autokorelasi positif.
- c. Bila nilai DW lebih besar dari  $(4-dl)$ , maka koefisien autokorelasi lebih kecil dari pada nol, berarti ada autokorelasi negatif.
- d. Bila nilai DW terletak di antara atas ( $du$ ) dan batas bawah ( $dl$ ) atau DW terletak antara  $(4-du)$  dan  $(4-dl)$ , maka hasilnya tidak dapat disimpulkan.<sup>24</sup>

### 3. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal.

Beberapa cara termudah untuk melihat normalitas antara lain :

- a. Dengan melihat histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal.

<sup>23</sup> Imam Ghozali, *Op. Cit.*, hlm. 111.

<sup>24</sup> *Ibid.*, hlm. 61.

- b. Metode yang handal adalah dengan melihat *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal.

Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal dan plotting data akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data adalah normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.<sup>25</sup>

#### 4. 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 satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas.

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED di mana sumbu Y adalah Y yang diprediksi, dan sumbu X adalah residual ( $Y$  prediksi –  $Y$  sesungguhnya) yang telah di-*studentized*. Sedangkan dasar pengambilan keputusan untuk uji heteroskedastisitas adalah :

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.<sup>26</sup>

Uji homoskedastisitas pada prinsipnya ingin menguji apakah sebuah grup (data kategori) mempunyai varians yang sama di antara anggota grup tersebut.<sup>27</sup>

---

<sup>25</sup> *Ibid.*, hlm.74.

<sup>26</sup> Imam Ghazali, *Op. Cit.*, hlm. 69.

<sup>27</sup> Masrukhin, *Op. Cit.*, hlm. 90.

## I. Analisis Data

Beberapa analisis data yang digunakan antara lain :

### 1. Analisis Regresi Ganda

Analisis regresi ganda digunakan untuk menguji hipotesa dari penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel potensi dan preferensi terhadap minat menjadi marketing. Dalam penelitian ini menggunakan rumus persamaan regresi ganda sebagai berikut :

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

Dimana :

Y : Minat menjadi marketing

a : Konstanta

X<sub>1</sub> : Potensi

X<sub>2</sub> : Preferensi

b<sub>1</sub> : Koefisien regresi variabel potensi

b<sub>2</sub> : Koefisien regresi variabel preferensi

e : Standart eror<sup>28</sup>

### 2. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Uji signifikansi parameter parsial bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel independen. Uji signifikansi parameter individual dilakukan dengan uji statistic t.<sup>29</sup>

Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai T<sub>hitung</sub> dengan T<sub>tabel</sub> dengan ketentuan sebagai berikut :

- a. Jika T<sub>hitung</sub> > T<sub>tabel</sub> maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima
- b. Jika T<sub>hitung</sub> < T<sub>tabel</sub> maka H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>a</sub> ditolak

<sup>28</sup> Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, Bandung, Alfabeta, 2014, hlm. 276.

<sup>29</sup> Imam Ghozali, *Op. Cit.*, hlm. 44.



### 3. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji signifikansi parameter simultan bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen yang terdapat dalam persamaan regresi secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai variabel dependen.<sup>30</sup> Uji F digunakan untuk menentukan apakah masing-masing variabel bebas sebagai *predictor* mempunyai hubungan linieritas atau tidak dengan variabel terikat.<sup>31</sup>

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

- a. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima
- b. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

### 4. 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 di antara nol dan satu. Nilai R yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memproduksi variasi variabel dependen.

Secara umum koefisien determinasi untuk data silang relative rendah karena adanya variasi yang besar antar masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data tuntun waktu biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi.<sup>32</sup>

---

<sup>30</sup> *Ibid.*, hlm. 44.

<sup>31</sup> Masrukin, *Op. Cit.*, hlm.77.

<sup>32</sup> Imam Ghozali, *Op. Cit.*, hlm. 45.