

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan di UIN Raden Fatah Palembang, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Penelitian ini dilakukan terhadap mahasiswa yang sudah menyelesaikan Mata Kuliah Teori Portofolio dan Analisis Investasi.

Selain melakukan penelitian terjun ke lapangan, peneliti juga melakukan penelitian dengan membagikan kuesioner/ angket melalui media online kepada Mahasiswa Angkatan 2017 dan 2018 atau semester 6 keatas dengan kriteria sudah menyelesaikan Mata Kuliah Teori Fortofolio dan Analisis Investasi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang. Ini dikarenakan saat ini masih dalam kondisi pandemi *Covid-19*, dan untuk mematuhi protokol kesehatan.

B. Desain Penelitian

Bentuk penelitian yang digunakan adalah penelitian kausalitas dengan pendekatan kuantitatif. Desain penelitian kausalitas adalah penelitian yang disusun untuk meneliti kemungkinan adanya

hubungan sebab-akibat antarvariabel.⁷² Dalam desain ini, umumnya hubungan sebab-akibat (tersebut) sudah dapat diprediksi oleh peneliti. Jadi, disini ada dua variabel yaitu variabel independen (mempengaruhi) dan variabel dependen (dipengaruhi).

C. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi ini yaitu metode penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif merupakan data yang diperoleh dalam bentuk angka yang bisa atau dapat dihitung. dan analisis menggunakan statistik.⁷³ Pada penelitian ini, data diperoleh langsung dari pengisian kuesioner sebagai instrumen penelitian.

2. Sumber Data

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer. Data primer ialah data yang diperoleh oleh peneliti secara langsung dari sumbernya atau dari tangan pertama. Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari hasil jawaban responden atas kuesioner/angket yang diberikan kepada Mahasiswa/I Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Kampus B yang

⁷² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2018, hlm. 6

⁷³ Ibid, hlm. 7

beralamat di Jl. Pangeran Ratu, 5 Ulu, Kecamatan Seberang Ulu I, Kota Palembang, Sumatera Selatan.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah suatu wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang dapat ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁷⁴

Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa/I Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Dalam penelitian ini penulis mengambil data Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang yang berjumlah **1.027** mahasiswa.⁷⁵

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristiknya populasi yang hendak diselidiki dan dianggap

⁷⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.....hlm. 80

⁷⁵ Rekap Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, diakses dari http://febi.radenfatah.ac.id/content_upload/files/rekap%20mhs%20febi%202013-2018.jpg pada tanggal 14 Juni 2021 pukul 23.00

dapat mewakili keseluruhan populasi yang jumlahnya lebih sedikit daripada jumlah populasinya.⁷⁶

a. Penentuan Ukuran Sampel

Ukuran sampel adalah banyak individu, subjek atau elemen-elemen dari suatu populasi yang diteliti untuk diambil sampelnya. Karena keterbatasan waktu, dana, tenaga dan besarnya jumlah populasi. Oleh karena itu, peneliti mereduksi objek penelitian dengan menggunakan sampel dalam penelitian ini berdasarkan rumus Slovin. Rumus Slovin adalah sebuah rumus atau formula untuk menghitung jumlah sampel dari sebuah populasi.⁷⁷

Berdasarkan populasi diatas, diperoleh sebanyak 1.027 Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang angkatan 2017 dan 2018 prodi Ekonomi Syariah dan S1 Perbankan Syariah, Untuk menentukan Jumlah Sampel yang akan diteliti, peneliti menggunakan rumus slovin dengan taraf signifiansi 5% atau 0,05 adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{1.027}{1 + 1.027 (0,05)^2}$$

⁷⁶ Pangestu Subagyo dan Djarwanto, *Statistik Induktif*, Yogyakarta: Bpfe. Yogyakarta: 2011, hlm. 93

⁷⁷ Muhajirin dan Maya Panorama, *Pendekatan Praktis Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*.....hlm. 123

$$n = \frac{1.027}{1 + 2,568}$$

$$n = \frac{1.027}{3,568}$$

$$n = 287,84 = 288$$

dari hasil diatas menunjukkan bahwa sampel dalam penelitian ini yaitu 288 responden.

b. Penentuan Penarikan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah metode *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel dalam pertimbangan khusus sehingga layak dijadikan sampel.⁷⁸ Adapun kriteria pemilihan sampel yang diambil oleh penelitian ini berdasarkan Mahasiswa Angkatan 2017 dan 2018 yang sudah selesai menyelesaikan Mata Kuliah Teori Fortofolio dan Analisis Investasi.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode *angket/ kuesioner*. Angket/ kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan-pertanyaan atau pernyataan secara tertulis

⁷⁸ Heri, *10 Teknik pengambilan Sampel dan Penjelasannya Lengkap (Sampling)*, diakses pada tanggal 14 Juni 2021 pukul 23.52 dari <https://salamadian.com/teknik-pengambilan-sampel-sampling/>

kepada orang yang dituju untuk menjadi responden yang kemudian untuk dijawabnya.⁷⁹ Kuesioner dibagikan pada Calon Investor Reksadana Syariah yaitu pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2017 dan 2018.

Dalam metode angket atau kuesioner didesain dengan menggunakan skala likert (*likert scale*). Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi dari seseorang atau sekelompok orang mengenai fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel penelitian yang akan diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Adapun pengukuran skala likert dalam penelitian ini sebagai berikut:⁸⁰

- | | | | | |
|----|---------------------|-------|-------------|---|
| 1. | Sangat Setuju | (SS) | diberi skor | 5 |
| 2. | Setuju | (S) | diberi skor | 4 |
| 3. | Cukup Setuju | (CS) | diberi skor | 3 |
| 4. | Tidak Setuju | (TS) | diberi skor | 2 |
| 5. | Sangat Tidak Setuju | (STS) | diberi skor | 1 |

⁷⁹ Muhajirin dan Maya Panorama, *Pendekatan Praktis Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*.....hlm. 227

⁸⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.....hlm. 93-94

F. Variabel Penelitian

Variabel dapat didefinisikan sebagai sebuah atribut seseorang atau obyek yang mempunyai variasi antara satu orang dengan yang lain atau dari satu obyek dengan obyek yang lain. Adapun macam-macam variabel dalam penelitian ini yaitu :

1. Variabel Bebas (Independen)

Variabel bebas (independen) merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel terikat (dependen). Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu Bauran Pemasaran (X_1) dan Kemampuan Finansial (X_2).

2. Variabel Terikat (Dependen)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (dependen).

Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu Minat Investasi (Y)⁸¹

G. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah definisi yang diberikan kepada suatu variabel/konstruk dengan cara memberi arti, atau menspesifikasikan kejelasan, ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur konstruk atau variabel tersebut.⁸²

⁸¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi Dilengkapi dengan Metode R&D*, Bandung: 2008, hlm.38-50

⁸² Nasir, Muhammad 1999. *Metode Penelitian*. Jakarta: PT Ghalia Indonesia, hlm 152.

1. Bauran Pemasaran

Menurut Elbert dan Griffin Bauran Pemasaran adalah Strategi Kombinasi yang dilakukan dalam bidang pemasaran yang terdiri dari Produk, Harga, Tempat, Promosi (Produk) dan Orang, Bukti Fisik, Proses (Produk dan Jasa).⁸³ Indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- a. Keragaman dan Kualitas Produk
- b. Daftar Harga
- c. Lokasi Pembelian
- d. Periklanan promosi penjualan dan hubungan masyarakat
- e. Bukti penerimaan produk

2. Kemampuan Finansial

Menurut Stephen P. Robbins Kemampuan Finansial adalah kemampuan seseorang dalam memecahkan masalah atau mengelola keuangannya, yang menunjuk pada *economic situation* dimana keadaan ekonomi seseorang akan mempengaruhi pemilihan produk.⁸⁴ Indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- a. Penghasilan atau pendapatan perbulan

⁸³ Nurul Huda, Khamim Hudori, Rizal Fahlevi, Badrusa'diyah, Dea Mazaya, dan Dian Sugiarti, *Pemasaran Syariah : Teori dan Aplikasi*, (Depok : Kencana, 2017), hlm. 16

⁸⁴ Stephen P. Robbins dan Tim Judge, *Organizational Behavior*, (Pearson/Prentice Hall, 2007), hlm. 57.

- b. Konsumsi atau pengeluaran perbulan
 - c. Tabungan perbulan
 - d. Pembayaran Investasi
3. Minat Investasi

Menurut sadirman minat investasi adalah keinginan meletakkan sejumlah dana di sekuritas / perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dimasa yang akan datang.⁸⁵

Indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- a. Pengenalan masalah
- b. Pencarian informasi
- c. Keinginan
- d. Ketertarikan
- e. Perilaku pasca berinvestasi

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Sumber
1	Bauran Pemasaran (X ₁)	Strategi Kombinasi yang dilakukan dalam bidang pemasaran yang terdiri dari Produk, Harga, Tempat, Promosi (Produk) dan Orang, Bukti	1. Keragaman dan Kualitas produk 2. Daftar Harga 3. Lokasi Pembelian 4. Periklanan Promosi Penjualan dan Hubungan Masyarakat	Kasmir, 2010

⁸⁵ M. Samsul Haidir, *Pengaruh Pemahaman Investasi, dengan modal minimal dan motivasi terhadap minat mahasiswa melakukan investasi di pasar modal syariah*, Jurnal Hukum islam, ekonomi dan bisnis, vol. 5 no. 2, 2019, hal. 202

		Fisik, Proses (Produk dan Jasa)	5. Bukti Penerimaan Produk	
2	Kemampuan Finansial	kemampuan seseorang dalam memecahkan masalah atau mengelola keuangannya, yang menunjuk pada <i>economic situation</i> dimana keadaan ekonomi seseorang akan mempengaruhi pemilihan produk	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penghasilan atau pendapatan perbulan 2. Konsumsi atau pengeluaran perbulan 3. Tabungan perbulan 4. Pembayaran Investasi 	Dwi Latifiana, 2016
3	Minat Investasi (Y)	aktifitas meletakkan sejumlah dana di sekuritas / perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dimasa yang akan datang.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keinginan untuk mencari tahu tentang investasi 2. Mau meluangkan waktu untuk mempelajari lebih jauh mengenai investasi 3. Mencoba melakukan investasi 4. Ketertarikan 5. Perilaku pasca berinvestasi 	Dewi Arina Rusda, Jurnal, 2020

H. Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang bisa menunjukkan tingkat keandalan atau keabsahan pada alat ukur. Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan dari butir-butir daftar pertanyaan dalam mendefinisikan variabel. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk tingkat signifikan 5 persen dari *degree of freedom* (df)= $n-2$, dimana n adalah jumlah sampel. Dan jika r hitung $>$ r tabel maka pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid, begitupun dengan sebaliknya.⁸⁶

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan indeks yang berfungsi untuk bisa menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan.⁸⁷ Uji reliabilitas dapat dilihat dari besarnya nilai *cronbach alpha* pada masing-masing variabel. *Cronbach alpha* berfungsi untuk menguji kekonsistensian responden dalam merespon seluruh item. Variabel dikatakan reliabel atau handal apabila memiliki *cronbach alpha* lebih dari 0,60. Ketidak konsistenan kemungkinan bisa terjadi karena adanya perbedaan

⁸⁶ Soeryanto Soegoto, Eddy. 2008. *Marketing Research: This Smart Way To Solve Problem*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, hlm 126

⁸⁷ Sugiono, *Statistik untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2010, hlm. 99

persepsi responden atau kurangnya pemahaman responden dalam menjawab pertanyaan.⁸⁸

Tabel 3.2
Pedoman untuk interpretasi terhadap koefisien korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

I. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif. Teknik analisis ini dilakukan terhadap data yang diperoleh dari hasil jawaban kuesioner dan digunakan untuk menganalisis data yang berbentuk angka-angka dan perhitungan dengan metode statistik. Pengujian dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. Sebelum dilakukan analisis regresi berganda, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji linieritas, uji multikolonieritas, dan uji

⁸⁸ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivarite dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2005, hlm. 129

heteroskedastisitas. Apabila uji klasik terpenuhi, maka analisis regresi bisa dilakukan.

1. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk menguji apakah nilai residual yang telah distandarisasi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak. Nilai residual dikatakan berdistribusi normal jika nilai residual terstandarisasi tersebut sebagian besar mendekati nilai rata-ratanya. Nilai residual terstandarisasi yang berdistribusi normal jika digambarkan dengan bentuk kurva akan membentuk gambar lonceng (bell-shaped curve) yang kedua sisinya melebar sampai tidak terhingga.⁸⁹

Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram dan *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal.⁹⁰

⁸⁹ Fernando Africano, 2020 *Ekonometrika : Teori dan Aplikasi Dengan SPSS*, Palembang: Rafah Press, hal. 91

⁹⁰ Dina Amanda, *Pengujian kepuasan sebagai variabel intervening antara pengaruh kepercayaan dan atribut produk tabungan batara ib terhadap loyalitas nasabah (studi pada pt. Bank tabungan negara (persero) tbk, kantor cabang syariah palembang)*, Skripsi, UIN Raden Fatah, hal. 60

Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya.

Dasar pengambilan keputusan :

- 1) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis menunjukkan pola distribusi normal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengubah arah garis diagonal maka tidak menunjukkan pola distribusi normal, sehingga model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Uji normalitas dengan grafik dapat menyesatkan kalau tidak hati-hati, secara visual kelihatan normal padahal secara statistik bisa sebaliknya. Oleh sebab itu dianjurkan untuk menguji normalitas data dengan uji statistik *Kolmogorov Smirnov* (K-S) yang dilakukan dengan membuat hipotesis nol (H_0) untuk data berdistribusi normal dan hipotesis alternatif (H_a) untuk data berdistribusi tidak

normal. Dengan uji statistik yaitu menggunakan uji statistik non-parametik Kolmogrov-Smirnov.⁹¹

Hipotesis yang dikemukakan:

Ho = data residual berdistribusi normal (Asymp. Sig > 0,05)

Ha = data residual berdistribusi tidak normal (Asymp. Sig < 0,05)

b) Uji Linearitas

Salah satu uji asumsi dari analisis regresi adalah linieritas. Hal ini dimaksudkan apakah garis regresi antara X dan Y membentuk garis linier atau tidak. Uji ini ditentukan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas sebagai prediktor mempunyai hubungan linier atau tidak dengan variabel terikat. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *Test for Linearity* dengan pada taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (Linearity) kurang dari 0,05.

c) Uji Multikolinieritas

Pengertian kolinieritas sering dibedakan dengan multikolinieritas. Kolinieritas berarti terjadi kolerasi linier yang mendekati sempurna antar dua variabel bebas.

⁹¹ Dina Amanda, *Pengujian kepuasan sebagai...* hal. 61

Sedangkan multikolinieritas berarti terjadi korelasi linier yang mendekati sempurna antar lebih dari dua variabel bebas.⁹²

Uji multikolinieritas digunakan dengan tujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinieritas yaitu adanya hubungan linear antar variabel bebas dalam suatu model regresi. Uji multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan varian variabel factor (VIF). Nilai yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai *tolerance* $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai VIF ≥ 10 dapat diartikan bahwa model terbebas dari multikolinieritas.⁹³

d) Uji Heteroskedastisitas

Heterokedastisitas berarti ada varian variabel pada model regresi yang tidak sama (konstan). Sebaliknya, jika varian variabel pada model regresi memiliki nilai yang sama (konstan), maka disebut dengan homokedastisitas. Yang diharapkan pada model regresi adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi gejala

⁹² Fernando Africano, hal. 107

⁹³ Duwi Priyanto, *Mandiri Belajar SPSS Statistik (Product and Service Solution) untuk Analisis Data dan Uji Statistik*, Yogyakarta: Mediakom, 2009, hlm. 39

heterokedestisitas.⁹⁴ Salah satu cara untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan uji gletser yang mengusulkan untuk meregresi nilai *absolut residual* terhadap variabel independen.⁹⁵

Dalam penelitian ini penulis menggunakan uji Heterokedastisitas menggunakan metode gletser yang dilakukan dengan meregresikan semua variabel bebas terhadap nilai mutlak residualnya. Jika terdapat pengaruh variabel bebas yang signifikan terhadap nilai mutlak residualnya, maka dalam model terdapat masalah heterokedastisitas.⁹⁶

2. Uji Persamaan Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda merupakan regresi di mana variabel terikat/ dependen (Y) dihubungkan lebih dari satu variabel bebas/ independen. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat. Pada penelitian ini, variabel bebas (independen) yaitu Bauran Pemasaran (X_1) dan

⁹⁴ Fernando Africano, hal. 125

⁹⁵ Sutrisno Hadi, *Seri Program Statistik-Versi 2000*....hlm. 134

⁹⁶ Fernando Africano, hal. 129

Kemampuan Finansial (X_2). Sedangkan yang menjadi variabel terikat (dependen) yaitu Minat Investasi (Y).

Persamaan umum regresi linear berganda yang digunakan adalah sebagai berikut :⁹⁷

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen (Minat Investasi)

X_1 = Variabel independen (Bauran Pemasaran)

X_2 = Variabel independen (Kemampuan Finansial)

a = Konstanta regresi

b_1 = Koefisien regresi variabel X_1 (Bauran Pemasaran)

b_2 = Koefisien regresi variabel X_2 (Kemampuan Finansial)

Koefisien b akan bernilai positif (+) jika menunjukkan hubungan yang searah antara variabel independen dengan variabel dependen, artinya kenaikan variabel independen akan mengakibatkan kenaikan variabel dependen, begitu pula sebaliknya jika variabel independen mengalami penurunan. Sedangkan nilai b akan negatif jika menunjukkan hubungan yang berlawanan, artinya kenaikan variabel independen akan mengakibatkan penurunan variabel dependen, demikian pula sebaliknya.

⁹⁷ Pangestu Subagyo dan Djarwanto, *Statistik Induktif*.....hlm. 270

3. Uji Hipotesis

a) Uji Korelasi (uji R)

Uji korelasi adalah analisis untuk mengetahui apakah diantara dua variabel terdapat hubungan atau tidak, dan jika ada hubungan bagaimanakah arah hubungan dan seberapa besar hubungan tersebut. Data pada analisis korelasi dapat berupa data kualitatif maupun kuantitatif, yang masing-masing mempunyai ukuran korelasi sendiri-sendiri. Uji korelasi dilakukan untuk mengetahui hubungan antara beberapa variabel indenpen, yaitu Bauran Pemasaran (X_1), dan Kemampuan Finansial (X_2) terhadap satu variabel yaitu Minat Investasi (Y) hubungan secara positif atau tidak.

b) Uji Determinasi (uji R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai R^2 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 memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data

silang (cross section) relatif mudah karena adanya variasi yang besar antar masing-masing pengamatan.⁹⁸

Nilai koefisien determinasi mempunyai interval 0-1 ($0 < R^2 < 1$), jika $R^2 = 1$, berarti besarnya persentase sumbangan X_1 , X_2 dan X_3 terhadap variasi (naik turunnya) Y secara bersama-sama adalah 100%. Hal ini menunjukkan bahwa apabila koefisien determinasi mendekati 1, maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya semakin kuat, maka semakin cocok pula garis regresi untuk meramalkan Y .⁹⁹

c) Uji Parsial (uji T)

Uji parsial (uji t) pada dasarnya digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat.¹⁰⁰ Ketentuan dalam uji t sebagai berikut:

- 1) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak
- 2) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- 3) Jika nilai signifikansi $< 0,1$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

⁹⁸ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, (Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006), hlm. 83

⁹⁹ Imam Ghozali, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Yogyakarta: Graham Ilmu, 2006), hlm. 125

¹⁰⁰ Mudrajat Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*, Jakarta: Erlangga, hlm. 244