

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah *field research*, di mana sang peneliti akan terjun langsung ke obyek penelitian untuk memperoleh informasi terkait.¹ Peneliti melakukan *field research* dengan membagikan kuesioner penelitian kepada responden secara *offline* ataupun secara *online* melalui *google form*. Penelitian ini juga termasuk dalam penelitian kausal, yaitu peneliti dapat melihat apakah suatu variabel bebas dapat atau tidak mempengaruhi variabel lain yang menjadi variabel terikat.²

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini ialah pendekatan kuantitatif, dimana pendekatan ini memandang tingkah laku manusia yang dapat diramal dan realitas sosial, objektif, dan dapat diukur. Pendekatan ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data angka dan setelah itu akan dianalisis menggunakan alat uji statistik serta menggunakan teori yang obyektif.³ Peneliti akan mengumpulkan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam IAIN Kudus angkatan 2018 yang menggunakan tabungan *wadiah* di Bank Syariah Indonesia KCP Kudus. Setelah peneliti mendapatkan data dari hasil kuesioner tersebut, peneliti akan mengolah data tersebut menggunakan SPSS versi 23.

B. Setting Penelitian

Setting penelitian ini berisi tentang lokasi dan waktu penelitian yang dilaksanakan. Adapun lokasi penelitian ini berada di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kudus. Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam

¹ Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations Dan Komunikasi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), 32.

² Azuar Juliandi, dkk, *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep dan Aplikasi* (Medan: UMSU PREES, 2014), 13.

³ I Made Laut Mertha Jaya, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Teori, Penerapan, dan Riset Nyata* (Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2020), 12.

IAIN Kudus ini terdiri dari 5 program studi, di antaranya Bimbingan Konseling Islam (BKI), Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), Manajemen Dakwah dan Komunikasi Islam (MD), Pengembangan Masyarakat Islam (PMI), serta Pemikiran Politik Islam (PPI). Dalam penelitian ini berfokus pada mahasiswa Dakwah dan Komunikasi Islam angkatan 2018. Penelitian ini akan dilaksanakan pada 10Februari 2022 sampai dengan 10Maret 2022.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan suatu wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek dengan karakteristik tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti atas penelitiannya, untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek ataupun subyek yang diteliti, akan tetapi meliputi seluruh karakteristik yang dimiliki oleh subyek atau obyek tersebut.⁴Dalam hal ini, populasi yang ditetapkan oleh peneliti adalah seluruh mahasiswa aktif Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam angkatan 2018.

Tabel 3. 1 Data Jumlah Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam Angkatan 2018

Program Studi	Jumlah Mahasiswa
Bimbingan Konseling Islam (BKI)	141
Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)	143
Manajemen Dakwah dan Komunikasi Islam (MD)	103
Pengembangan Masyarakat Islam (PMI)	107
Pemikiran Politik Islam (PPI)	84
Total Mahasiswa	578

2. Sampel

Sampel merupakan sebagiandari jumlah populasi. Sampel diartikan sebagai sebagian dari keseluruhan unsur yang diteliti oleh peneliti yang secara representatif dapat

⁴ Amri Amir, dkk, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Penerapannya* (Jambi: IPB Press, 2009), 182.

mewakili populasi dalam penelitian.⁵ Sampel dipilih berdasarkan penilaian peneliti terhadap masalah, tujuan, hipotesis, metode, dan instrumen penelitian, serta pertimbangan waktu, tenaga, dan pembiayaan.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan menggunakan *non probability sampling*. *Non probability sampling* berarti tidak memberikan peluang dan kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi yang dipilih untuk dijadikan sampel.⁶ Sedangkan metode yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu menggunakan metode *purposive sampling*. Metode *purposive sampling* berarti dalam pengambilan sampelnya dilakukan dengan cara menetapkan ciri ataupun kriteria tertentu yang sesuai dengan penelitian yang dilakukan. Dalam hal ini, peneliti menetapkan ciri/kriteria khusus bagi responden.⁷ Ciri/kriteria khususnya yaitu mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam angkatan 2018 yang memiliki rekening *wadiah* dan ATM di Bank Syariah Indonesia KCP Kudus. Kriteria yang kedua yaitu mahasiswa yang menggunakan tabungan *wadiah* di Bank Syariah minimal 1 tahun.

Pada penelitian ini, peneliti akan mengambil sampel berdasarkan rumus Slovin dengan taraf signifikansi 10%.

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

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Persen kelonggaran 10% atau 0,01

Berdasarkan dari data populasi mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam angkatan 2018 adalah 490 mahasiswa, maka jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah:

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

⁵ J. Supranto dan Nandan Limakrisna, *Petunjuk Praktis Penelitian Ilmiah untuk Menyusun Skripsi, Tesis, dan Disertasi* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013), 57.

⁶ Imam Machali, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Program Studi Manajemen Pendidikan Islam (MPI), 2016), 56.

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2012), 122.

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{578}{1 + 578(0,1^2)} \\
 &= \frac{578}{6,78} \\
 n &= 85
 \end{aligned}$$

Dari hasil diatas dapat di simpulkan bahwa jumlah sampel pada penelitian ini adalah 85 responden.

D. Identifikasi Variabel

Variabel penelitian juga bisa diartikan sebagai suatu atribut atau nilai maupun sifat dari obyek/orang ataupun kegiatan yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipahami, dipelajari dan nantinya akan ditarik kesimpulan. Variabel dalam suatu penelitian ditentukan oleh landasan teoritisnya, serta pula ditegaskan oleh hipotesis penelitiannya.⁸

Berikut merupakan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian oleh peneliti:⁹

a. Variabel Terikat (Variabel Dependen)

Variabel Terikat (Variabel Dependen) biasa disebut variabel ini sering disebut variabel *output*, kriteria, dan konsekuen. Variabel terikat berartivariabel yang dipengaruhi oleh variabel independen (variabel bebas) atau dapat juga diartikan sebagai variabel yang menjadi akibat dari adanya variabel independen.¹⁰ Variabel terikat biasanya dilambangkan dengan huruf Y. Penelitian ini menggunakan variabel minat menabung sebagai variabel terikatnya (variabel dependennya).

b. Variabel Bebas (Variabel Independen)

Variabel Bebas (Variabel Independen) atau biasa disebut variabel stimulus, prediktor, *antecedent* yaitu variabel yang mempengaruhi variabel dependen atau dapat juga diartikan sebagai variabel yang menjadi penyebab timbulnya variabel dependen (variabel terikat). Variabel bebas biasa dilambangkan dengan huruf X. Variabel bebas pada penelitian ini ada 3, yaitu variabel preferensi (X_1), persepsi (X_2) dan *brand image* (X_3).

⁸ Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), 25-26.

⁹ Imam Machali, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Program Studi Manajemen Pendidikan Islam (MPI), 2016), 48-49.

¹⁰ Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen* (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 22.

E. Variabel Operasional

Definisi operasional variabel yaitu suatu definisi konkrit yang didasarkan pada karakteristik yang dapat diobservasikan atau menerjemahkan sebuah variabel ke dalam instrumen pengukuran atau indikator derajat nilai dan ukurannya.¹¹ Definisi operasional variabel ini bertujuan untuk menerangkan arti dari variabel yang akan diteliti dalam perspektif peneliti yang didasarkan oleh teori yang telah di pahami oleh peneliti.

Penelitian ini menggunakan 2 variabel diantaranya variabel terikat (dependen) dan variabel bebas (independen). Variabel terikat (dependen) penelitian ini yaitu variabel minat menabung (Y) dan variabel bebas (independennya) yaitu variabel preferensi (X_1), variabel persepsi (X_2) dan variabel *brand image* (X_3). Berikut merupakan *detail* definisi operasional masing-masing variabel dalam penelitian:

Tabel 3. 2 Tabel Variabel Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Preferensi (X_1)	Preferensi adalah langkah pertama untuk menjelaskan alasan seseorang yang lebih suka suatu jenis produk dari pada jenis produk yang lain. ¹²	Indikator preferensi konsumen menurut Rianto (2010:109), sebagai berikut: 1. Kelengkapan (<i>completeness</i>) 2. Transivitas (<i>transitivity</i>) 3. Kesenambungan (<i>continuity</i>) 4. Lebih banyak lebih baik (<i>the more is the better</i>)	<i>Likert</i>
Persepsi (X_2)	Persepsi adalah proses pengenalan	Indikator persepsi bank syariah	<i>Likert</i>

¹¹ Agung Widhi Kurniawan, dan Zarah Puspitaningtyas, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Pandiva Buku, 2016), 90.

¹² Al Arief Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung, Alfabeta, 2010), 109.

	<p>seseorang untuk mengetahui beberapa hal melalui panca inderanya sehingga panca indera akan mengevaluasi sensasi yang dirasakan dan terbentuk sebuah persepsi.¹³</p>	<p>menurut Ricardo Baba dan Ricky Lang yaitu :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengetahuan tentang perbankan syariah 2. Kepercayaan terhadap bank syariah 3. Produk dan layanan bank syariah 	
<p><i>Brand image</i> (X₃)</p>	<p><i>Brand image</i> adalah penilaian konsumen terhadap merek tersebut dalam sebuah pasar. Penciptaan tersebut tercipta berdasarkan pengalaman pribadi maupun mendengar reputasinya dari orang lain ataupun media.¹⁴</p>	<p>Indikator yang membentuk <i>brand image</i> menurut Aaker dan Biel, yaitu:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Citra pembuat (<i>corporate image</i>) 2. Citra produk/konsumen (<i>product image</i>) 3. Citra pemakai (<i>user image</i>) 	<p><i>Likert</i></p>
<p>Minat Menabung (Y)</p>	<p>Minat menabung ialah suatu keinginan seseorang yang disertai rasa senang untuk</p>	<p>Menurut Crow and Crow 2009 berpendapat ada tiga indikator dalam minat:</p>	<p><i>Likert</i></p>

¹³ Ricardo Baba dan Ricky Lang, "Perceptions of Non-Muslims Towards Islamic Banking" *Banker's Journal Malaysia* Vol 10, No 138 (2012), 12.

¹⁴ David Aaker dan L. Biel Alexander, *Brand Equity and Advertising: Advertising Role In Building Strong Brand*, Lawrence Erlbaum Associates: Hillsdale, 2009, 71.

	menggunakan sebuah produk yang timbul karena adanya dorongan dari diri ataupun atas motif sosial. ¹⁵	<ol style="list-style-type: none">1. Dorongan dari dalam individu2. Motif sosial3. Emosional atau perasaan	
--	---	--	--



¹⁵ Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam* (Jakarta: Kencana, 2004): 264.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu proses yang berkaitan dengan upaya untuk memperoleh suatu data yang nantinya akan diolah lebih lanjut. Dalam artian teknik atau cara yang dilakukan untuk mengumpulkan data, menghimpun dan mengambil data penelitian. Teknik pengumpulan data dapat melalui kuesioner, wawancara, observasi, dan dokumentasi.¹⁶ Pada penelitian ini menggunakan 2 teknik pengumpulan data, diantaranya:

1. Kuesioner/Angket

Kuesioner atau angket ini merupakan suatu teknik pengumpulan dengan obyek penelitian dengan cara membuat dan menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden untuk dijawab dengan penetapan skor nilai-nilai pada tiap-tiap pertanyaan.¹⁷ Dalam penelitian ini, kuesioner/angket akan diberikan kepada beberapa mahasiswa mahasiswi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam angkatan 2018 IAIN Kudus yang memiliki tabungan *wadiah* di Bank Syariah Indonesia KCP Kudus. Angket/kuesioner tersebut berisi pertanyaan tentang seputar preferensi, persepsi, *brand image* dan minat menabung mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam angkatan 2018 IAIN Kudus.

Pemberian skor dalam angket ini menggunakan skala *likert* dimana pengukuran jawaban responden terhadap suatu pertanyaan dilakukan dengan memberikan nilai numerik pada setiap pilihan jawaban dalam angket/kuesioner. Pilihan jawaban yang digunakan dalam skala *likert* tercantum di bawah ini:

Tabel 3. 3 Skala Likert

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-Ragu (RR)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

¹⁶ Suwartono, *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014), 41.

¹⁷ Anak Agung Putu Agung, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Malang: UB Press, 2012), 63.

2. Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan pengumpulan data teknis dengan cara mempelajari atau mengumpulkan data tentang objek atau variabel berupa catatan, transkrip, buku, artikel/karya ilmiah, jurnal atau dokumen yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Metode dokumentasi adalah teknik untuk mengumpulkan data yang diperoleh tidak langsung dari subjek dalam penelitian ini. Teknik ini digunakan untuk mengumpulkan informasi tentang latar belakang dan profil Bank Umum Syariah Indonesia, profil Universitas dan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam IAIN Kudus serta data pendukung lainnya.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik analisis kuantitatif. Setelah mendapatkan data mentah dari hasil kuesioner, tahap selanjutnya dalam penelitian kuantitatif ini adalah tahap olah data. Dalam hal ini, ada beberapa tahap yang harus dilakukan agar data tersebut dapat dipahami oleh pembaca. Berikut merupakan teknik analisis datanya:

1. Uji Non Responden

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan cara untuk memeriksa keakuratan suatu instrumen penelitian. Instrumen dikatakan valid jika dapat mengukur apa yang diinginkan dan mengungkapkan variabel yang relevan.¹⁸

Penelitian ini menggunakan uji validitas *correlate bivariate*, yang berarti mengkorelasikan skor item pertanyaan dengan skor total item pertanyaan pada suatu variabel. Kriteria dari validitas setiap item pertanyaan yaitu instrumen dikatakan tepat dan valid apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan tingkat taraf signifikan sebesar 5%. Dan sebaliknya, apabila nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen yang digunakan dikatakan tidak valid. Selanjutnya apabila terdapat item-item pertanyaan yang tidak valid, maka item tersebut akan digugurkan dengan cara dikeluarkan dari angket. Nilai r tabel

¹⁸ Imam Machali, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Program Studi Manajemen Pendidikan Islam (MPI), 2016), 69.

diperoleh dengan melihat pada tabel nilai r *product moment* dengan taraf signifikan $\alpha = 5\%$.¹⁹

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji instrumen yang digunakan peneliti untuk mengetahui konsistensi alat ukur. Reliabilitas merupakan indikasi bahwa suatu instrumen dapat diandalkan untuk memberikan data yang akurat. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode *cronbach's alpha* dengan taraf signifikansi 5%. Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel apabila nilai dari *cronbach's alpha* $> 0,6$, dan sebaliknya jika nilai dari *cronbach's alpha* $< 0,6$ maka instrumen tersebut dikatakan tidak reliabel.²⁰

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel *dependent* serta variabel *independent* keduanya memiliki distribusi normal/wajar ataupun tidak.²¹ Model regresi dikatakan baik jika variabel memiliki distribusi yang mendekati normal.

Uji normalitas ini bisa dilakukan menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* dan uji P-Plot. Pengambilan keputusan dalam uji *Kolmogorov Smirnov* yaitu data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai dari *Asym Significant* $> 0,05$. Dan sebaliknya, jika nilai dari *Asym Significant* $< 0,05$ maka model regresi tidak berdistribusi normal.²² Sedangkan pengambilan keputusan pada uji P-Plot yaitu data dikatakan berdistribusi normal jika titik-titik mengelilingi garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Dan sebaliknya, jika titik-titik menjauhi garis

¹⁹ Danang Sunyoto, *Praktek SPSS Untuk Kasus* (Yogyakarta: Nuha Medika, 2011), 110-114.

²⁰ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), 221.

²¹ Wiratna Sujerweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 225.

²² Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Kudus: Media Ilmu, 2015), 195.

diagonal, maka data tersebut dikatakan tidak berdistribusi normal.

b. Uji Linearitas

Uji linieritas merupakan uji yang digunakan untuk melihat hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat yang akan diteliti, apakah terdapat hubungan yang linier dan signifikan atau tidak.

Pengambilan keputusan pada uji linearitas ini dapat diketahui dengan melihat nilai dari *Deviation from Linearity Significant*. Apabila nilai dari *Deviation from Linearity Significant* $> 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa terdapat hubungan yang linear antara variabel independendengan variabel dependen. Dan sebaliknya, apabila nilai dari *Deviation from Linearity Significant* $< 0,05$, maka tidak terjadi hubungan yang linear antara variabel independendengan variabel dependen.

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara dua variabel bebas dalam suatu model regresi. Jika terdapat hubungan antar variabel bebas maka hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat akan terganggu.

Untuk menentukan hasil uji multikolonearitas ini itu bisa dilihat melalui nilai dari toleransi dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Berikut merupakan kriteria pengambilan keputusan dalam uji multikolinieritas:

- 1) Apabila nilai *tolerance* bernilai $\geq 0,10$ atau nilai VIF ≤ 10 , berarti tidak terdapat gejala multikolinieritas.
- 2) Apabila nilai *tolerance* bernilai $\leq 0,10$ atau nilai VIF ≥ 10 , berartiterdapat gejala multikolinieritas.²³

d. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan model yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pertidaksamaan variasi antar pengamatan. Jika variasi antara pengamatan yang berbeda relatif konstan, hal ini disebut homoskedastisitas. Jika variasi antar pengamatan berbeda, hal ini disebut heteroskedastisitas. Untuk

²³ Imam Ghozali, *Ekonometrika: Teori, Konsep dan Aplikasi dengan SPSS 17*, 28.

mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas dalam penelitian, digunakan uji *scatter plot*.

Kriteria pengambilan keputusan dalam pengujian *Scatter Plot* yaitu, apabila titik-titik pada gambar tidak memiliki bentuk yang jelas dan menyebar diatas ataupun dibawah angka 0 sumbu Y, maka dapat dikatakan tidak ada gejala heteroskedastisitas. Dan sebaliknya, apabila titik-titik membentuk pola tertentu seperti membentuk gelombang, maka dalam variabel penelitian tersebut terdapat masalah heteroskedastisitas.²⁴

3. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda dilakukan untuk melihat apakah ada hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya (variabel bebas dan variabel terikat). Analisis regresi linier berganda menggunakan variabel *multiple* yaitu pengaruh dua atau lebih variabel bebas (X) terhadap variabel (Y). Rumus untuk menentukan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Variabel dependen yang diprediksikan

a = Nilai konstan

b_1 = Koefisien regresi 1

b_2 = Koefisien regresi 2

b_3 = Koefisien regresi 3

X_1 = Variabel independen 1

X_2 = Variabel independen 2

X_3 = Variabel independen 3

b. Uji-T

Uji-T merupakan uji yang dilakukan untuk melihat apakah secara parsial variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen ataukah tidak berpengaruh. Standar pengujian yang dapat diukur yakni sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi $< 0,05$, dan nilai $t_{hitung} > \text{nilai } t_{tabel}$, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

²⁴ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* 19, 139.

- 2) Jika nilai signifikansi $> 0,05$, dan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.²⁵

c. Uji F

Uji F ini digunakan untuk mengetahui bahwa apakah semua variabel independen mempunyai pengaruh yang sama terhadap variabel dependen ataukah tidak. Pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan perbandingan antara nilai F_{hitung} dengan nilai F_{tabel} sesuai dengan tingkat signifikansi yang digunakan, dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Apabila nilai dari signifikansi $< 0,05$ dan nilai dari $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen (X) berpengaruh simultan terhadap variabel dependen (Y).
- 2) Apabila nilai dari signifikansi $> 0,05$ dan nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen (X) tidak berpengaruh simultan terhadap variabel dependen (Y).²⁶

d. Koefisien Determinansi

Koefisien determinasi merupakan ukuran yang digunakan untuk mengetahui persentase kemampuan model dalam menjelaskan variabel terikat. Koefisien determinan ini dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$R \text{ Square} \times 100\%$$

Jika nilai koefisien mendekati 0, maka kemampuan variabel bebas sangat terbatas dalam menginterpretasikan variabel terikat. Dan, jika nilai koefisiennya mendekati 1, maka variabel bebas secara keseluruhan dapat dijelaskan oleh variabel terikat.

²⁵ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*, 99.

²⁶ Algifari, *Analisis Regresi Teori, Kasus, dan Solusi* (Yogyakarta: BPFE, 2011), 72-73.