

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang merupakan teknik penyajian dan analisis data kuantitatif yang dilakukan menggunakan teknik statistik.⁵³ Riset kuantitatif menggunakan data yang bukan dalam bentuk skala rasio, tetapi dalam bentuk skala yang lebih rendah yaitu skala nominal, ordinal, ataupun interval yang kesemuanya dapat dikategorikan, sehingga jelas apa yang dibandingkan dalam rangka menjawab permasalahan yang dirumuskan dalam riset, karena inilah bagian terpenting dalam riset jenis ini. Adapun tujuan dari pendekatan penelitian ini ini adalah untuk mengetahui pengaruh faktor sosial, budaya, pribadi, dan gaya hidup terhadap keputusan menjadi nasabah di BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung dan BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih.⁵⁴ Hipotesis asosiatif adalah hipotesis yang dirumuskan untuk

⁵³ Sofian Siregar, *Statistik Deskriptif untuk Penelitian dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hal. 209

⁵⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2005), hal. 11

memberikan jawaban pada permasalahan yang bersifat hubungan atau pengaruh. Sehingga dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel independent (variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependen (variabel yang dipengaruhi). Sehingga dalam penelitian ini terdapat dua variabel X (variabel bebas) dan variabel Y (variabel terikat). Variabel bebas pada penelitian ini adalah faktor sosial (X_1), faktor budaya (X_2), faktor pribadi (X_3), faktor gaya hidup (X_4), sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan menjadi nasabah di BMT Pahlawan Ngeplak dan BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung (Y).

B. Populasi, Sampling Dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya⁵⁵. Populasi juga disebut keseluruhan pengamatan yang menjadi perhatian kita. Di masa kini, statistikiawan menggunakan istilah ini sebagai sembarang pengamatan yang menarik perhatian kita apakah ini sekelompok orang, binatang, atau benda apa saja. Banyaknya pengamatan atau anggota suatu populasi disebut ukuran populasi.

Populasi ini diambil dari para nasabah yang bergabung di BMT Pahlawan Ngeplak dan BMT Istiqomah. BMT Pahlawan Ngeplak

⁵⁵ Sugiyono, *Metode Peneliiian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2015). Hlm. 19

Tulungagung dengan jumlah anggota 14.460 orang, sedangkan di BMT Istiqomah dengan jumlah anggota 6610 orang.

2. Sampling

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan Nonprobability Sampling. Nonprobability Sampling adalah teknik pengambilan sampel dengan tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan Nonprobability Sampling dengan metode purposive sampling dimana dalam pemilihan sampel berdasarkan pada karakteristik populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Dalam penelitian ini peneliti menentukan sampel di BMT Pahlawan Ngemplak dan BMT Istiqomah.

3. Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁵⁶ Sampel adalah bagian dari suatu objek atau subjek yang mewakili populasi. Sampel adalah bagian dari jumlah populasi yang diteliti sehingga hasil penelitian bisa di generalisasikan, generalisasi hasil penelitian oleh sampel berlaku juga bagi populasi penelitian tersebut.⁵⁷ Penelitian yang memiliki wilayah populasi

⁵⁶ Ibid..., hal. 133

⁵⁷ Asep Saepul Hamdi, *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi dalam Pendidikan*, (Yogyakarta: Deepublish, 2014), hal. 38

yang besar tentunya akan mempersulit peneliti dalam pengambilan data sehingga diperlukan teknik pengambilan sampel.

Dalam penelitian ini menggunakan pendapat slovin yang di hitung dengan rumus:

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

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = Presen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan

sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan misalnya 0,01 atau 10%

Dalam penelitian ini populasi (N) di BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung mempunyai anggota sebanyak 14.460. Sedangkan titik kelonggaran karena ketidaktelitian karena kesalahan penarikan sampel (n) yaitu 10% maka besarnya jumlah sampel adalah

$$n = \frac{14.460}{1 + 14.460(0,01)}$$

$$n = \frac{14.460}{1 + 144,6}$$

$$n = \frac{14.460}{145,6}$$

$$= 99,3 \longrightarrow 99 \text{ responden}$$

Sedangkan populasi (N) di BMT Istiqomah Tulungagung mempunyai anggota sebanyak 6610. Sedangkan titik kelonggaran karena ketidaktelitian

karena kesalahan penarikan sampel (n) yaitu 10% maka besarnya jumlah sampel adalah

$$n = \frac{6.610}{1 + 6.610(0,01)}$$

$$n = \frac{6.610}{1 + 66,1}$$

$$n = \frac{6.610}{67,1}$$

$$= 98,5 \text{ (dibulatkan 99 responden)}$$

Jadi, sampel penelitian yang digunakan adalah sebagian nasabah yang telah bergabung di BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung yaitu 99 responden dan BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung yaitu 99 responden

C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran

1. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh dari sumber pertama baik individu atau perseorangan seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti secara langsung.⁵⁸ Data primer diperoleh peneliti dengan pengisian kuesioner yang akan diisi oleh responden yaitu para nasabah BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung dan BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung.

⁵⁸ Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014). Hal. 42

b. Data Sekunder

Data Sekunder merupakan data primer yang telah diolah oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain misalnya dalam bentuk tabel-tabel atau diagram-diagram⁵⁹. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari buku pedoman dan RAT Lembaga di BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung dan BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung. Dalam penelitian ini data sekunder merupakan data pendukung.

2. Variabel

Variabel adalah karakteristik dari orang, objek, kejadian yang berbeda dalam nilai-nilai yang dijumpai pada orang, objek, atau kejadian itu. Variabel penelitian adalah sesuatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini terdiri dua variabel yaitu sebagai berikut:

a. Variabel Bebas

Variabel bebas (*independen*) yaitu variabel yang mempengaruhi atau variabel penyebab berubahnya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Sedangkan menurut Puguh Suharto, variabel bebas merupakan variabel yang dapat mempengaruhi perubahan dalam variabel terikat dan mempunyai hubungan yang positif dan negatif.⁶⁰ Dalam penelitian ini, yang termasuk dalam variabel bebas yaitu:

1) Faktor Sosial sebagai variabel (X1)

⁵⁹ Ibid..., hal. 42

⁶⁰ Puguh Suharto, *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis: Pendekatan Filosofi Dan Praktis*, (Jakarta: PT. Indeks, 2009), hlm. 38

- 2) Faktor Budaya sebagai variabel (X2)
- 3) Fakor Pribadi sebagai variabel (X3)
- 4) Faktor Gaya Hidup sebagai variabel (X4)

b. Variabel Terikat/*Dependent Variabel*

Variabel terikat (*dependent*) adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas yakni keputusan menjadi nasabah di BMT Pahlawan Ngemplak dan BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung (Y).

3. Skala Pengukuran

Menurut sugiyono skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk mennetukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif.⁶¹ Selain itu skala pengukuran diartikan juga acuan pengukuran yang akan digunakan peneliti untuk mengukur variabel penelitian. Skala pengukuran akan menghasilkan data yang akan dianalisis lebih lanjut guna menjawab tujuan penelitian.⁶² Untuk memudahkan peneliti dalam menganalisis data, maka variabel-variabel yang ada dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan *skala likert*.

Skala likert yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap seseorang dengan menempatkan kedudukan sikapnya pada kesatuan perasaan yang terjadi secara berurutan atau kontinum dari sikap ‘sangat

⁶¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif...*, hal. 151

⁶² Slamet Riyanto & Aglia Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Ekprerimen...*, hal. 23

positif” sampai sikap “sangat negative“ terhadap objek psikologis. *Skala likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tertentu tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.⁶³

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. Dalam penelitian ini skala penilaian yang digunakan adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Skala Pengukuran Likert

| No | Keterangan | Nilai |
|----|--------------------|-------|
| 1. | Sangat Setuju (SS) | 5 |
| 2. | Setuju (ST) | 4 |
| 3. | Ragu-ragu (RG) | 3 |
| 4. | Kurang Setuju (TS) | 2 |
| 5. | Tidak Setuju (TS) | 1 |

D. Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah teknik atau cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Untuk mempermudah pengumpulan data ini, dimana instrument pengumpulan data, dimana instrument pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan data agar kegiatan tersebut

⁶³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif...*, hal. 152

menjadi sistematis dan dipermudah olehnya. Berikut teknik yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan kuesioner. Kuesioner adalah pengumpulan data dengan cara membagikan sejumlah kuesioner kepada pihak-pihak yang bersangkutan dalam penelitian.⁶⁴

Dalam penelitian ini menggunakan metode kuesioner untuk memperoleh data dari nasabah BMT Pahlawan Ngemplak dan BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung. Angket atau kuesioner berupa daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk memperoleh keterangan dari sejumlah nasabah dengan menyebarkan daftar pertanyaan kepada sejumlah nasabah yang bergabung di BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung dan BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung, sehingga data-data yang diperoleh sesuai dengan keadaan yang sebenarnya pada saat penelitian berlangsung.

Kuesioner tersebut dituangkan secara rinci dalam butir-butir pertanyaan yang jawabannya sudah ditentukan oleh peneliti dan dibagikan kepada para nasabah dan kemudian akan dihitung total skor dari pengisian kuesioner oleh para nasabah. Bobot penilaian angka hasil kuesioner dalam penelitian ini sesuai dengan gambaran skala likert.

2. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk memperoleh, mengolah, dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh dari para konsumen yang dilakukan dengan menggunakan pola ukur sama.

⁶⁴ Ibid..., hlm. 124

Instrumen penelitian dapat dikatakan sebagai alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati.⁶⁵ Instrumen penelitian akan menghasilkan data empiris dengan baik, telah teruji validitas dan realibilitasnya. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Tabel 3.2
Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

| No | Variabel | Indikator | Deskripsi | Pernyataan | Sumber |
|----|---------------------------------|-------------|---|---|--|
| 1. | Faktor Sosial (x ¹) | a. Kelompok | Kelompok acuan digunakan oleh seseorang sebagai dasar untuk perbandingan atau sebuah referensi dalam membentuk respon afektif, kognitif dan perilaku seseorang. | Saya memilih bergabung menjadi nasabah di BMT ini karena saran dari tetangga saya | Philip Kotler. Kevin Lane Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga |
| | | | | Saya bergabung menjadi nasabah di BMT ini karena saran dan informasi yang diberikan dari teman saya | |
| | | b. Keluarga | Keluarga merupakan tempat pertama seseorang mengerti nilai, norma, peranan dan adat yang ada dalam masyarakat. | Saya memilih bergabung menjadi nasabah di BMT ini karena rekomendasi dari keluarga saya | |
| | | | | Saya memilih menggunakan produk pembiayaan syariah di BMT | |

⁶⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2015).
Hlm. 148

| | | | | | |
|----|---------------|---------------------|--|--|--|
| | | c. Peran dan Status | Orang-orang memilih produk yang dapat mengomunikasikan peran dan status mereka di masyarakat. Tiap peran membawa status yang mencerminkan penghargaan umum oleh masyarakat | ini karena kebiasaan keluarga kami menggunakan produk syariah Saya menjadi nasabah di BMT ini karena saya mempunyai pekerjaan dan penghasilan tetap | |
| 2. | Faktor Budaya | a. Budaya | Budaya adalah kumpulan nilai-nilai dasar, persepsi, keinginan dan tingkah laku yang dipelajari oleh seorang anggota masyarakat dari keluarga dan lembaga penting lainnya | Saya lebih memilih menggunakan jasa pembiayaan syariah karena mengandung nilai prinsip syar'i | |
| | | b. Sub Budaya | Sub-budaya terdiri dari kebangsaan, agama, kelompok ras dan wilayah geografis. | Saya lebih memilih jasa pembiayaan syariah karena persepsi saya dengan bunga bank yang haram Saya memilih BMT ini karena biaya bagi hasil yang masih terjangkau | Philip Kotler. Kevin Lane Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga |
| | | | | Saya memilih BMT ini karena menganut sesuai kepercayaan saya dan dari | |

| | | | | | |
|----|--------------------------|-------------------------------------|---|--|--|
| | | | | kelompok non muslim juga memilih produk di lembaga syariah | |
| | | c. Kelas Sosial | Kelas sosial adalah divisi masyarakat yang relatif permanen dan teratur dengan para anggotanya menganut nilai-nilai, minat dan tingkah laku serupa. | Saya berminat memilih BMT ini karena menganut prinsip syariah | |
| 3. | Faktor Pribadi (x^3) | a. Usia dan tahap siklus hidup | Orang membeli suatu barang dan jasa yang berubah-ubah selama hidupnya. bentuk tahap siklus hidup dan mengembangkan produk yang sesuai serta rencana pemasaran untuk setiap tahap. | Saya memilih produk di BMT ini karena produk yang ditawarkan cocok di segala umur. | |
| | | b. Pekerjaan dan lingkungan ekonomi | Pekerjaan dan keadaan ekonomi yaitu pekerjaan seseorang mempengaruhi barang dan jasa yang dibelinya. | Saya memilih BMT ini karena memberikan keuntungan kepada saya dalam aspek ekonomi terhadap usaha saya. | |
| | | c. Kepribadian dan konsep diri | Kepribadian dan konsep diri yaitu tiap orang mempunyai kepribadian yang khas dan ini mempengaruhi perilaku pembelinya, kepribadian dapat menjadi | Saya berpendapat bahwa produk di BMT itu bisa diterima oleh semua kalangan masyarakat | Philip Kotler. Kevin Lane Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga |

| | | | | | |
|----|-----------------------------|----------------|--|---|--|
| | | | variabel yang sangat berguna dalam menganalisis pilihan merek konsumen. | Saya memilih produk di BMT ini karena mencerminkan perilaku saya yang syar'i | |
| | | d. Gaya hidup | Gaya hidup yaitu seseorang menunjukkan pola kehidupan orang yang bersangkutan yang tercermin dalam kegiatan, minat, dan opininya | Saya memilih BMT ini karena berprinsip kejujuran dan transparan | |
| 4. | Faktor Gaya Hidup (x^4) | a. Sikap | Sikap yaitu suatu keadaan jiwa dan keadaan pikir yang dipersiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu objek yang diorganisasi melalui pengalaman dan memengaruhi secara langsung pada perilaku. | Saya senang melakukan transaksi di BMT ini karena sikap petugasnya yang ramah | |
| | | b. Pengalaman | Pengalaman dapat diperoleh dari semua tindakannya dimasa lalu, melalui belajar orang akan dapat memperoleh pengalaman. | Saya memiliki pengalaman yang baik dalam melakukan transaksi pembiayaan syariah | |
| | | c. Kepribadian | Kepribadian adalah konfigurasi karakteristik | Saya lebih menyukai bertransaksi dengan model | |

| | | | | | |
|----|---------------|------------------------|--|--|--|
| | | | individu dan cara berperilaku yang menentukan perbedaan perilaku dari setiap individu. | syariah. | |
| | | d. Motif | Perilaku individu muncul karena adanya motif kebutuhan untuk merasa aman dan kebutuhan terhadap prestise merupakan beberapa contoh tentang motif | Saya merasa aman dan nyaman ketika bertransaksi pembiayaan syariah di BMT ini | Philip Kotler. Kevin Lane Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga |
| | | e. Persepsi | Persepsi adalah proses dimana seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk karakteristik seseorang | Saya selalu memberikan informasi positif kepada orang atau kerabat saya tentang BMT ini | |
| 5. | Keputusan (y) | a. Pengenalan Masalah | Proses membeli dengan pengalaman masalah atau kebutuhan pembeli menyadari suatu perbedaan antara keadaan yang sebenarnya dan keadaan yang diinginkannya. | Saya memutuskan memilih menjadi nasabah di BMT ini karena saya lebih mengenal produk BMT yang ditawarkan | |
| | | b. Pencarian Informasi | Seberapa jauh orang tersebut mencari informasi tergantung pada kuat lemahnya dorongan kebutuhan, banyaknya informasi yang dimiliki | Saya mendapat informasi dari sosial media atau kerabat tentang BMT ini karena produk pembiayaan syariah yang ditawarkan sangat menarik | |
| | | c. Evaluasi Alternatif | Informasi yang didapat dari calon | Saya memutuskan | Philip Kotler. Kevin Lane |

| | | | | |
|--|---------------------------|--|--|--|
| | | pembeli digunakan untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai alternatif-alternatif yang dihadapinya serta daya tarik masing-masing. | memilih BMT ini karena produk-produknya merupakan pilihan alternatif | Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga |
| | d. Keputusan Pembeli | Produsen harus memahami bahwa konsumen mempunyai cara sendiri dalam menangani informasi yang diperolehnya dengan membatasi alternatif-alternatif yang harus dipilih atau dievaluasi untuk menentukan produk mana yang akan dibeli. | Saya memilih produk-produk di BMT ini karena sesuai dengan keinginan saya | |
| | e. Perilaku Paska Membeli | Produsen harus mengurangi perasaan tidak senang atau perasaan negatif terhadap suatu produk dengan cara membantu konsumen menemukan informasi yang membenarkan pilihan konsumen melalui komunikasi yang diarahkan pada orang-orang yang baru saja membeli produknya. | Saya memutuskan memilih produk-produk di BMT ini dan merekomendasikan ke kerabat atau teman saya | |

E. Analisis Data

Setelah teknik pengumpulan data dilanjutkan dengan analisis data dengan berbagai macam teknik yang telah digunakan. Metode yang digunakan untuk menguji data yaitu:

1. Uji Validitas

Menunjukkan hasil sejauh mana alat ukur yang telah dipakai dalam suatu mengukur apa yang diukur. Uji validitas ini menggunakan sebuah aplikasi yang bernama spss

2. Uji Realibilitas

Apabila alat sebuah pengukur telah dipakai lebih dari dua kali dalam mengukur sejauh mana gejala yang serupa dan hasil pengukuran yg konsisten maka alat pengukur tersebut reliable

3. Uji Asumsi Klasik

Penelitian ini dalam uji asumsi klasik adalah multikoliniritas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas. Beberapa penjelasan secara rinci yaitu sebagai berikut:

1) Uji Normalitas

2) Uji multikolinearitas

3) Uji Heteroskedastisitas

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini menggunakan analisis linear berganda. Analisis ini digunakan untuk menguji pengaruh lebih dari atau satu variabel independent

terhadap dependent⁶⁶. Persamaan regresi linier berganda dengan 2 variabel independen adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat (keputusan menjadi nasabah)

X1 = Variabel bebas 1 (faktor sosial)

X2 = Variabel bebas 2 (faktor budaya)

X3 = Variabel bebas 3 (faktor pribadi)

X4 = Variabel bebas 4 (faktor gaya hidup)

α = Nilai konstanta

b_1 = Koefisien 1

b_2 = Koefisien 2

e = nilai eror

5. Uji Hipotesis

1) Uji t (Parsial)

Uji t pada prinsipnya melihat seberapa jauh variabel independen secara individual menerangkan variabel terikat. Fokus mengambil keputusan:

- a) Jika probabilitas (signifikansi) $> 0,05$ (α) atau $f_{hitung} > f_{tabel}$ berarti hipotesis tidak terbukti maka H_0 diterima H_a ditolak bila melakukan secara parsial. Artinya x tidak berpengaruh ke y

⁶⁶ Sri Subanti dan Arif Rahman, *Ekonometry*, (Yogyakarta: Graha Ilmu 2014), hal. 6

b) Jika probabilitas (signifikansi) $< 0,05 (\alpha)$ atau $f \text{ hitung} > f_{\text{tabel}}$ berarti hipotesis tidak melihat bukti maka H_0 diterima dan H_a ditolak bila melakukan secara parsial. Artinya x mempengaruhi y

2) Uji F (Simultan)

Uji F dipakai apakah variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel independen⁶⁷. Dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:⁶⁸

a) Apabila probabilitas (signifikansi) $< 0,05 (\alpha)$ dan $f \text{ hitung} > f_{\text{tabel}}$ berarti hipotesis tidak menunjukkan bukti maka H_0 diterima H_a ditolak bila dilaksanakan secara simultan

b) Apabila probabilitas (signifikansi) $> 0,05 (\alpha)$ atau $f_{\text{hitung}} < f_{\text{tabel}}$ berarti hipotesis tidak menunjukkan bukti maka H_0 diterima H_a ditolak bila dilaksanakan secara simultan

6. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinan (R^2) dipakai untuk mengukur berapa baik garis regresi yang sama dengan aktual datanya (*goodnesfit*). Koefisien ini mengukur berapa presentase banyak model variabel dependen (Keputusan Menjadi Nasabah di BMT Pahlawan Ngemplak dan BMT Istiqomah) yang dijabarkan oleh variabel independen (Faktor Sosial, Faktor Budaya, dan Faktor Pribadi) di dalam regresi.⁶⁹

⁶⁷ Gujarati, Dasar-dasar Ekonometrika, (Jakarta: Salemba empat, 2001), hal. 82

⁶⁸ Sugiyono, Metode Penelitian, (Bandung: CV Alfabeta, 2004), Hal. 184

⁶⁹ Agus Widarjanto, Analisis Statistik Terapan, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2010), hal. 19