

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah pengumpulan dan analisis data kuantitatif (*numeric*), menggunakan strategi survey dan eksperimen, mengadakan pengukuran serta melaksanakan pengujian teori dengan uji statistik.⁶³ Dalam penelitian ini pengukuran terhadap minat masyarakat Kecamatan Boyolangu menabung di Bank Syariah dilakukan dengan memberikan daftar pertanyaan berstruktur atau kuesioner yang disusun berdasarkan pengukuran terhadap variabel yang diteliti yang kemudian menghasilkan data kuantitatif. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner atau survey online melalui *Google Forms* yang disebar luaskan kepada masyarakat Kecamatan Boyolangu melalui link.

⁶³Zulfikar Budiman dan Nyoman Budiantara, *Manajemen Riset Komputasi dan Statistika*, (Yogyakarta : Deepublish, 2014) hal 40

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang dilakukan untuk menganalisis hubungan atau pengaruh antara dua atau lebih variabel.⁶⁴ Penelitian ini menganalisis pengaruh dari dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen yaitu antara variabel pengetahuan, gaya hidup, pendapatan, kepribadian dan promosi terhadap minat masyarakat Kecamatan Boyolangu menabung di Bank Syariah.

B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi merujuk pada sekumpulan orang atau objek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal yang membentuk masalah pokok dalam suatu penelitian.⁶⁵ Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.²⁹

Adapun populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah masyarakat Kecamatan Boyolangu yang berjumlah 73.747 jiwa.⁶⁶

⁶⁴Kris H. Timotius, *Pengantar Metodologi Penelitian Pendekatan Manajemen Pengetahuan untuk perkembangan pengetahuan*, (Yogyakarta :Andi, 2017), hal,16

⁶⁵Muhammad, *Metodelogi penelitian ekonomi islam pendekatan kuantitatif edisi 1*, (Depok : PT Raja Grafindo persada, 2017) hal 161

⁶⁶ <https://tulungagungkab.bps.go.id>, Diakses pada 2 Juni 2020, pukul 20.00 WIB

2. Teknik Sampling

Teknik Sampling adalah suatu cara mengambil sampel yang representatif dari populasi. Pengambilan sampel ini harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang benar-benar dapat mewakili dan dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya.³⁰ Teknik sampling dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan metode *Insidental Sampling*. Penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu masyarakat Kecamatan Boyolangu yang secara kebetulan mengakses link *Google Forms* dengan ketentuan memiliki tabungan di Bank Syariah dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang tersebut cocok sebagai sumber data.

3. Sampel Penelitian

Sampel merupakan bagian atau jumlah cuplikan tertentu yang diambil dari suatu populasi dan diteliti secara rinci.⁶⁷ Pada penelitian ini rumus yang digunakan oleh peneliti untuk menentukan besar jumlahnya sampel adalah rumus slovin dengan tingkat signifikan kesalahan 5%.⁶⁸

Untuk menentukan ukuran sampel dari suatu populasi, rumus yang digunakan adalah rumus Slovin:

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

⁶⁷Sugiyono, *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2015) hal 84

⁶⁸Setyo Tri Wahtudi, *statistik ekonomi konsep dan teori penerapan*, (Malang : UB Press, 2017), hal. 17

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Persentase kelonggaran ketidakteelitian karena

kesalahan pengambilan sampel yang masih di tolelir.

Rumus pengambilan sampel minat masyarakat Kecamatan Boyolangu menabung di Bank Syariah:

$$n = \frac{73.747}{1 + 73.747 (0,05)^2}$$

$$n = \frac{73.747}{185,3675} = 397,842 \text{ dibulatkan } 400$$

Maka, dapat ditarik kesimpulan bahwa sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 400 jiwa dengan teknik *insidental sampling*.

C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran

1. Sumber data

Sumber data adalah objek darimana data diperoleh. Sumber data diperlukan untuk menunjang terlaksananya penelitian dan sekaligus untuk menjamin keberhasilan. Bungin mendefinisikan sumber data sebagai bahan keterangan tentang suatu objek penelitian yang diperoleh dilokasi penelitian. Sumber data merupakan subjek dari mana data diperolehnya.⁶⁹ Adapun sumber data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

⁶⁹Nufian S. Febriani dan Wayan Weda Asmara Dewi, *Teori dan Praktis Riset Pemasaran Terpadu*, (Malang : UB Press, 2018), hal.49

a. Data primer

Data primer adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli atau pihak pertama.⁷⁰ Data primer peneliti dalam penelitian adalah data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner online kepada masyarakat Kecamatan Boyolangu yang memiliki tabungan di Bank Syariah.

b. Data sekunder

Data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung, melalui website resmi BPS yakni <https://tulungagungkab.bps.go.id> serta data yang berasal dari buku-buku ataupun jurnal yang mendukung teori dalam penelitian yang diangkat oleh peneliti.

2. Variabel

Variabel peneliti adalah segala hal yang berbentuk apa saja yang ditentukan peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.⁷¹ Adapun variabel bebas dalam penelitian ini adalah pengetahuan, gaya hidup, pendapatan, kepribadian dan promosi. Serta variabel terikat dalam penelitian ini adalah minat menabung di Bank Syariah.

⁷⁰R.A Supriyono, *Akuntansi Keperilakuan*, (Yogyakarta : Gadjah mada university Press, 2018), hal.48

⁷¹Sugiyono, *metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*, (Bandung :Alfabeta, 2015), hal 38

3. Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam satu alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Dengan skala pengukuran ini, maka nilai variabel yang diukur dengan instrumen tertentu dapat dinyatakan dalam bentuk angka, sehingga lebih akurat, efisien dan komunikatif.⁷²

Adapun skala pengukuran yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.⁷³

Untuk pemberian skor skala likert ini sebagai berikut :

- | | |
|--|----|
| a. Jawaban SS (Sangat Setuju) diberi skor | =5 |
| b. Jawaban S (Setuju) diberi skor | =4 |
| c. Jawabanab R (Ragu-ragu) diberi skor | =3 |
| d. Jawaban TS (Tidak Setuju) diberi skor | =2 |
| e. Jawaban STS (Sangat Tidak Setuju) diberi skor | =1 |

D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Perlu dijelaskan bahwa pengumpulan

⁷²Sugiyono, *Metode pannelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D....*, hal..92

⁷³Syafizal helmi sitimorrang et, all, *Analisis data untuk riset manajemen dan bisnis*, (Medan :USU Press, 2010), hal.05

data dapat dikerjakan berdasarkan pengamatan.⁷⁴ Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu :

a. Teknik Kepustakaan

Pengumpulan teori yang berhubungan dengan pembahasan penulisan ini dengan mempelajari dan mengutip teori dari berbagai buku dan literatur yang terdapat di perpustakaan maupun hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penulisan ini.⁷⁵

b. Angket (Kuisisioner)

Teknik angket (kuisisioner) merupakan suatu pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan atau pernyataan kepada responden dengan harapan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut. Daftar pertanyaan/pernyataan dapat bersifat terbuka jika jawaban tidak ditentukan sebelumnya, sedangkan bersifat tertutup jika alternatif jawabab-jawaban telah disediakan.⁷⁶ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan kuesioner tertutup, sehingga responden tinggal memilih yang sesuai dengan memberi tanda *check* (✓) pada kolom jawaban yang telah disediakan pada *Google Forms*. Kuesioner ini bisa disebut dengan kuesioner bentuk *check list*. Jadi kuesioner ini responden tidak diberi kesempatan untuk mengeluarkan pendapat.

⁷⁴Ahmad Tanzeh, *Metodelogi penelitian praktis*, (Yogyakarta: Teras, 2011), hal.83

⁷⁵

⁷⁶Husein Umar, *Metode penelitian untuk skripsi dan tesis bisnis*, (Jakarta : Rajawali pers, 2014), hal. 49-50

2. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

Kisi-kisi adalah sebuah tabel yang menunjukkan hubungan antara hal-hal yang disebutkan dalam baris dengan hal-hal yang disebutkan dalam kolom. Kisi-kisi penyusunan instrumen penelitian menunjukkan kaitan antara variabel yang diteliti dengan sumber data dari mana data akan diambil, metode yang digunakan dan instrumen yang disusun.⁷⁷ Adapun kisi-kisi instrumen penelitian ini adalah:

Tabel 3.1
Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	No Item	Jumlah Pertanyaan	Sumber
1	Pengetahuan	a. Pengetahuan Produk	1,2	6	Vinna Sri Yuniarti, <i>Perilaku Konsumen</i> (Bandung: Pustaka Setia, 2015)
		b. Pengetahuan Pembelian	3,4		
		c. Pengetahuan Pemakaian	5,6		
2	Gaya Hidup	a. Aktivitas atau sikap konsumen terhadap suatu objek tertentu	7,8	4	Ujang Sumarwan et.al., <i>Riset Pemasaran dan Konsumen: Panduan Riset dan Kajian: Kepuasan, Perilaku Pembelian, Gaya Hidup, Loyalitas, dan Persepsi Risiko</i> , (Bogor: IPB Press, 2011)
		b. Ketertarikan atau minat konsumen	9,10		

⁷⁷ Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), hal 183

3	Pendapatan	a. Pendapatan yang diterima perbulan	11,12	8	Reksoprayitno, Sistem Ekonomi dan Demokrasi Ekonomi, (Jakarta: Bina Grafika, 2004)
		b. Pekerjaan	13,14		
		c. Anggaran biaya sekolah	15,16		
		d. Beban keluarga yang ditanggung	17,18		
4.	Kepribadian dan Konsep Diri	a. Pengetahuan Diri	19,20	6	Rini Risnawita, Teori-Teori Psikologi, (Jakarta: A-Ruzz Media, 2016)
		b. Harapan	21,22		
		c. Penilaian	23,24		
5	Promosi	a. Periklanan (<i>Advertising</i>)	25,26	8	Vinna Sri Yuniarti, <i>Perilaku Konsumen</i> (Bandung: Pustaka Setia, 2015)
		b. Promosi penjualan (<i>Sales Promotion</i>)	27,28		
		c. Publisitas (<i>Publicity</i>),.	29,30		
		d. Penjualan Pribadi (<i>Personal Selling</i>),	31,32		
6	Minat Menabung	a. Dorongan dari dalam diri individu,	33,34	6	Abdul Rahman Saleh, Psikologi dalam Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam (Jakarta: Prenada Media 2004)
		b. Motif sosial	35,36		
		c. Faktor emosional	37,38		

Sumber: Data diolah 2021

E. Analisis Data

1. Uji Keabsahan Data

a. Uji Validitas

Menurut Arikunto, validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keabsahan (validitas) suatu alat ukur. Suatu alat ukur yang valid, mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya alat ukur yang kurang valid, berarti memiliki tingkat validitas yang rendah. Sebuah alat ukur dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Tinggi rendahnya validitas alat ukur menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud.⁷⁸ Untuk menguji kevalidan suatu data maka dilakukan uji validitas terhadap butir-butir kuesioner. Tinggi rendah validitas suatu angket atau kuesioner dihitung dengan menggunakan metode yang sering digunakan untuk memberikan penilaian terhadap validitas kuesioner adalah korelasi produk momen (*momen product correlation, pearson correlation*) antara skor setiap butir dengan skor total sehingga sering disebut sebagai *inter item-total correlation*.⁷⁹

Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis dengan bantuan program computer *SPSS 24 for windows*. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan ataupun pertanyaan pada kuesioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur

⁷⁸Freddy Rangkuti, *The Power Of Brands Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek plus Analisis Kasus dengan SPSS* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka, 2008), hal. 77

⁷⁹Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: Prestasi Pustakarya, 2009), hal. 95.

oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dilakukan pada setiap butir pertanyaan yang di uji validitasnya. Hasil r hitung dibandingkan dengan t tabel dimana $df = n-2$ dengan signifikansi 5%. Jika r tabel $<$ r hitung maka valid.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan ukuran konsistensi skor yang dicapai oleh orang yang sama pada kesempatan yang berbeda, yang ide pokoknya adalah sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya.⁸⁰ Reliabilitas instrumen diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach's* diukur berdasarkan skala *Alpha Cronbach's* 0 sampai dengan 1. Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai Cronbach's Alpha $>$ 0,60.⁸¹ Ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai Alpa Cronbach 0,00 – 0.20 berarti kurang reliabel
- 2) Nilai Alpa Cronbach 0,21 – 0.40 berarti agak reliabel
- 3) Nilai Alpa Cronbach 0,41 – 0.60 berarti cukup reliabel
- 4) Nilai Alpa Cronbach 0,61 – 0.80 berarti reliabel
- 5) Nilai Alpa Cronbach 0,81 – 1.00 berarti sangat reliable

Kuosioner dinyatakan reliable jika mempunyai nilai koefisien alpha yang lebih besar dari 0,6. Jadi pengujian reliabilitas instrumen dalam suatu penelitian dilakukan karena, keterandalan instrumen berkaitan

⁸⁰*Ibid.*,hal. 78-79

⁸¹Neuneung Ratna Hayati, dan Ivan Gumilar, *Modul Praktikum Metode Risetdan Bisnis Manajemen*, (Bandung :UniversitasWidyatama, 2012), hal. 24

dengan kejegan dan taraf kepercayaan terhadap instrumen penelitian tersebut.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Merupakan teknik untuk menilai sebaran data pada suatu kelompok data atau variabel apakah berdistribusi normal atau tidak. Uji distribusi normal adalah uji untuk mengukur apakah data kita memiliki distribusi normal, sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik. Berdasarkan definisi tersebut maka tujuan dari uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah suatu variabel normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal. Dalam melakukan uji normalitas data dapat menggunakan pendekatan *Kolmogorow-Smirnov*. Adapun kriteria pengambilan keputusan dengan pendekatan *Kolmogorov-Smirnov* adalah sebagai berikut:⁸²

- 1) Nilai Sig atau signifikansi atau probabilitas $0,05 < \alpha$ distribusi data adalah tidak normal.
- 2) Nilai Sig atau signifikansi atau probabilitas $0,05 < \alpha$ distribusi data adalah tidak normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui adanya korelasi antarvariabel independen pada model regresi.⁸³ Apabila

⁸²*Ibid.*, hal 78-80

⁸³Muhammad Nisfiannoor, *Pendekatan Statistika Modern untuk Ilmu Sosial*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2009) hal. 92

ditemukan korelasi, maka terdapat masalah multikolinieritas yang harus diatasi.⁸⁴ Model korelasi yang baik adalah bila tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas didalam model regresi, dilakukan pengujiannya sebagai berikut :

- 1) Nilai R² yang dihasilkan suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel bebas secara signifikan banyak tidak mempengaruhi variabel terikat (dependen)
- 2) Menganalisa matriks korelasi variabel-variabel bebas. Apabila antara variabel bebas terdapat korelasi yang cukup tinggi (umumnya diatas 0,90) maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolinieritas.
- 3) Multikolinieritas dapat dilihat dari ; (a) nilai *tolerance* dan lawannya (b) *variance inflation factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan variabel bebas lainnya. *Tolerance* menjelaskan mengukur variabelitas variabel bebas yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena $VIF = 1/Tolerance$). Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai *tolerance* < 0,10 atau sama dengan nilai VIF > 10. Apabila dalam model regresi tidak ditemukan asumsi deteksi seperti diatas, maka model regresi yang digunakan dalam penelitian bebas dari multikolinieritas, dan demikian pula sebaliknya.⁸⁵

⁸⁴Huseinumar, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*.....hal. 177

⁸⁵Djamil Hasim, *Pengaruh Kepemimpinan, Motivasi dan Iklim Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Dinas Kesejahteraan Sosial Kabupaten Biak Numfor*, (Pasuruan: QiaraMedika, 2019), hal. 81

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap disebut homoskedastisitas, sementara itu, untuk varians yang berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.⁸⁶

Uji yang digunakan untuk melihat ada atau tidaknya heterokedastisitas pada penelitian ini menggunakan uji glejser. Uji Glejser, yaitu meregresikan absolut residual dengan variabel bebas, dengan ketentuan. Bila nilai Sig. $\leq 0,05$ maka terjadi heterokedastisitas pada model regresi. Bila nilai Sig. $\geq 0,05$ tidak terjadi heterokedastisitas.⁸⁷

3. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dan memprediksi variabel terikat dengan menggunakan variabel bebas.⁸⁸ Jika variabel bebas lebih dari satu, maka analisis regresi disebut regresi linier berganda. Disebut berganda karena pengaruh beberapa variabel bebas akan dikenakan kepada variabel

⁸⁶Husein Umar, *Metode Penelitian*,... hal 179

⁸⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*, (Semarang: Badan Penerbit Diponegoro, 2013), hal 142

⁸⁸Nawari, *Analisis Regresi dengan Ms Excel 2007 dan SPSS 17*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2010), hal 1

terikat.⁸⁹ Dalam praktik bisnis, regresi berganda justru lebih banyak digunakan, selain karena banyaknya variabel dalam bisnis yang perlu dianalisis bersama, juga pada banyak kasus regresi berganda lebih relevan digunakan.⁹⁰ Dalam penelitian ini analisis *regresi linear* berganda dapat digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel bebas yaitu pengetahuan (X_1), gaya hidup (X_2), pendapatan (X_3), kepribadian (X_4), Promosi (X_5) terhadap minat masyarakat Kecamatan Boyolangu menabung di Bank Syariah (Y). Persamaan umum *regresi linear* berganda dalam penelitian ini adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Dimana :

Y = Variabel terikat (minat masyarakat Kecamatan Boyolangu menabung di Bank Syariah)

a = Konstanta

X_1 = Variabel bebas 1 (Pengetahuan)

X_2 = Variabel bebas 2 (Gaya Hidup)

X_3 = Variabel bebas 3 (Pendapatan)

X_4 = Variabel bebas 4 (Kepribadian)

X_5 = Variabel bebas 5 (Promosi)

⁸⁹Robert Kurniawandan Budi Yuniarto, *Analisis Regresi: Dasar dan Penerapannya dengan R*, (Jakarta:Kencana, 2016), hal 19

⁹⁰Muhamad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Depok :RajawaliPers, 2017), hal 224

4. Uji Hipotesis

a. Uji t (Persial)

Uji t atau sering diartikan sebagai uji parsial bertujuan untuk menguji secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika probabilitas nilai t atau signifikansi $< \alpha$ maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Namun, jika probabilitas nilai t atau signifikansi $> \alpha$ maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat.⁹¹

b. Uji F (Simultan)

Uji Statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Uji ini dilakukan dengan membandingkan nilai F menurut tabel. Bila nilai F hasil perhitungan lebih besar daripada nilai F menurut tabel, maka secara simultan variabel-variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Keputusan dalam melaksanakan uji F dapat dilihat dari signifikansinya, jika tingkat signifikansinya dibawah α maka secara simultan variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.⁹²

⁹¹Yusri, *Ilmu Pragmatik dalam Perspektif Kesopanan Bahasa*, (Yogyakarta:Deepublish, 2016), hal. 76

⁹²Linaasmarawati dan Mimit Primyastanto, *Ekonomi Produksi Perikanan dan Kelautan Teori dan Aplikasinya*, (Malang: UB Press, 2018), hal.196

5. Koefisien Determinasi

Nilai Koefisien determinasi merupakan suatu ukuran yang menunjukkan besar sumbangan dari variabel penjelas terhadap variabel respon. Dengan kata lain, koefisien determinasi menunjukkan ragam (variasi) naik turunnya Y yang diterangkan oleh pengaruh linier X (berapa bagian keragaman dalam variabel Y yang dijelaskan oleh beragamnya nilai-nilai variabel X). Dalam hal nilai koefisien determinasi sama dengan satu berarti ragam naik turunnya Y seluruhnya disebabkan oleh X. dengan demikian, bila nilai X diketahui, nilai Y dapat diramalkan secara sempurna. Jadi kegunaan koefisien determinasi adalah:⁹³

- a. Sebagai ukuran ketepatan atau kecocokan garis regresi yang dibentuk dari hasil pendugaan terhadap sekelompok data hasil penelitian. Makin besar nilai R^2 semakin bagus garis regresi yang terbentuk. Sebaliknya makin kecil nilai R^2 makin tidak tepat garis regresi tersebut dalam mewakili data hasil penelitian.
- b. Mengukur besar proporsi (presentase) dari jumlah ragam Y yang diterangkan oleh model regresi atau untuk mengukur besar sumbangan variabel penjelas X terhadap ragam variabel respon Y.

⁹³Dergibson Siagian dan Sugiarto, *Metode Statistika Untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka, 2006), hal. 259