

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian adalah suatu kegiatan ilmiah untuk memperoleh pengetahuan yang benar tentang suatu masalah. Pada hakekatnya merupakan suatu bagian pokok dari ilmu pengetahuan, yang bertujuan untuk lebih mengetahui dan lebih mendalami segala segi kehidupan.⁸⁴

Pendekatan penelitian ini merupakan pendekatan penelitian kuantitatif, diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.⁸⁵

Rancangan penelitian diartikan sebagai pengatur latar penelitian agar peneliti tersebut memperoleh data yang valid sesuai dengan karakteristik variabel dan tujuan penelitian. Jenis penelitian yang akan dipakai adalah penelitian asosiatif (hubungan) dengan metode analisis kuantitatif (data berbentuk angka). Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Yaitu antara

⁸⁴ Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta:Teras, 2009), hal. 2

⁸⁵ Sugiono, *metode penelitian kombinasi*, (Bandung:Alfabeta,2013), hal.11.

Bauran Pemasaran, Etika Bisnis Islam dan kualitas pelayanan yang berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih BMT Sahara Tulungagung.

B. Populasi dan Tehnik Sampling

1. Populasi

Populasi merupakan serumpun atau sekelompok objek yang menjadi sasaran penelitian. Oleh karenanya, populasi penelitian merupakan keseluruhan dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup dan sebagainya, sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian.⁸⁶ Populasi pada penelitian ini adalah seluruh nasabah BMT Sahara Tulungagung dan dari hasil penelitian yang telah peneliti lakukan jumlah nasabah BMT Sahara Tulungagung 1825 nasabah.

2. Sampel dan Teknik Sampling

Sampel adalah bagian dari suatu objek atau subjek yang mewakili populasi. Pengambilan sampel harus sesuai dengan kualitas dan karakteristik suatu populasi. Pengambilan sampel yang tidak sesuai dengan kualitas dan karakteristik populasi akan menyebabkan suatu penelitian menjadi biasa, tidak dapat dipercaya dan kesimpulannya pun bisa keliru. Hal ini karena tidak dapat mewakili populasi.⁸⁷

Yang mana dalam pengambilan sampel, digunakan teknik pengambilan sampel *Random Sampling* dengan menggunakan seluruh

⁸⁶ Burhan Bungin, *Metodelogi penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2005), hal.99

⁸⁷ Papundu Tika, *Metodologi Riset Bisnis*, (Jakarta:PT Bumi Aksara, 2006), hal.33

populasi yang ada secara acak. Sampel yang dipilih berdasarkan teori slovin adalah :

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

dimana :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan, misalnya 2%⁸⁸

Berdasarkan data jumlah nasabah pembiayaan di BMT Sahara menunjukkan bahwa jumlahnya sebesar 1825 pada akhir tahun 2016.

Jadi, dengan jumlah populasi 1825 orang, maka untuk ukuran sampel penelitian ini dengan menggunakan taraf kesalahan sebesar 10% adalah :

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1+N.e^2} \\ &= \frac{1825}{1+1825 \times 10\%^2} \\ &= \frac{1825}{1+1825 \times 0,01} \\ &= \frac{1825}{1+18,25} \end{aligned}$$

⁸⁸ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2013), hal.180

$$= \frac{1825}{19,25}$$

= 94,8 sampel dari total populasi

Dikarenakan responden bukanlah pecahan, maka 94,8 di bulatkan menjadi 95 responden.

C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran

1. Sumber data penelitian

Sumber data menurut Suharsimi Arikunto adalah subjek dari mana data itu diperoleh.⁸⁹ Maka sumber data adalah darimana data itu diperoleh dan didapatkan peneliti, baik melalui observasi, wawancara maupun dokumentasi. Sumber data dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi dua, yaitu:

a) Sumber Data primer

Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian angket yang biasa dilakukan oleh peneliti.⁹⁰

b) Sumber Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh selain dari data primer, atau dengan kata lain data yang diperoleh lewat pihak lain, misalnya dari buku-buku tentang perbankan, dokumen-dokumen berupa catatan, laporan tahunan, rekaman gambar atau foto dan hasil-hasil penelitian yang berhubunga

⁸⁹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), hal.129

⁹⁰ Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada), 2005, hal. 42

dengan fokus penelitian. Data sekunder lebih pada berupa bukti, catatan atau laporan yang telah tersusun dalam arsip yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan.

2. Variabel Penelitian

Dari judul penelitian “pengaruh bauran pemasaran, etika bisnis Islam dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah memilih di BMT Sahara Tulungagung”, Variabel data adalah variabel yang secara sederhana dapat diartikan ciri individu, obyek, gejala, peristiwa yang dapat diukur secara kuantitatif ataupun kualitatif. jenis variabel penelitian dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Variabel Bebas (X) :
 - Bauran pemasaran (X_1)
 - Etika Bisnis Islam (X_2)
 - Kualitas Pelayanan (X_3)
- b. Variabel Terikat (Y) : Keputusan nasabah (Y)

Variabel terikat (Y) adalah variabel yang timbul akibat variabel bebas atau respon dari variabel bebas. Dalam penelitian ini adalah keputusan nasabah BMT Sahara Tulungagung (Variabel Y).

3. Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan adalah dengan menggunakan skala nominal. Dan skala peringkat yang digunakan adalah skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dimana

fenomena ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.⁹¹

Berikut adalah skala likert yang digunakan oleh peneliti dari 1-5 :

1= Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (ST)

3 = Netral (N)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

1. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang akurat, peneliti menggunakan beberapa metode pengumpulan data, yaitu:

a) Angket

Angket (kuisisioner atau daftar pertanyaan) merupakan cara pengumpulan data dengan memberikan daftar kepada responden untuk diisi.⁹² Kuisisioner yang digunakan oleh peneliti sebagai instrumen penelitian, metode yang digunakan adalah dengan kuisisioner tertutup.

b) Observasi

Observasi sering disebut juga dengan metode pengamatan, yakni cara pengumpulan data dengan cara melakukan pencatatan

⁹¹ Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: CV Alfabeta, 2007), hal. 86

⁹² Soeratno dan Lincoln Arsyad, *Metode Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 1988), hal. 96

secara cermat dan sistematis terhadap gejala-gejala atau fenomena yang sedang diteliti.⁹³ Dalam penelitian ini peneliti bertindak sebagai *observer* dan objek yang diteliti atau *observe* adalah BMT Sahara Tulungagung.

c) Dokumentasi

Dokumentasi adalah cara mencari data atau informasi dari buku-buku, catatancatatan, transkrip, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, legger, agenda dan lainnya. Metode ini dianggap paling mudah dibanding dengan metode pengumpulan data yang lainnya seperti angket, observasi dan tes.

2. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang dipergunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap, dan sistematis sehingga lebih mudah diolah.⁹⁴

Instrument penelitian adalah alat yang digunakan untuk menangkap data penelitian dan menggali variabel yang diteliti. Sesudah itu barulah dipapaka prosedur pengembangan instrument pengumpulan atau pemilihan alat dan bahan yang digunakan dalam penelitian. Dengan cara ini akan terlihat apakah instrument-instrumen yang digunakan sesuai dengan

⁹³Soeratno dan Lincolin Arsyad, *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis. Ed. Revisi*, (Yogyakarta: (UPP) AMP YKPN, 1999), hal. 89

⁹⁴ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek. Edisi Revisi*, (Jakarta: Rineka Cipta.2002) Hal.,136

variabel yang diukur, paling tidak ditinjau dari segi isinya.⁹⁵ Instrumen-instrumen penelitian dalam bidang sosial umumnya dan bidang pendidikan khususnya yang sudah baku sulit ditemukan. Untuk itu maka peneliti harus membuat instrument yang akan digunakan untuk penelitian.

Untuk mempermudah penyusunan instrument penelitian, maka perlu digunakan “*matrik pengembangan instrumen*” atau “*kisi-kisi instrumen*”,⁹⁶ yaitu sebagai berikut:

Tabel : 3.1

Kisi-Kisi Instrument Penelitian

No .	Variabel	Indikator	Item pernyataan	Sumber	No. Item
1.	Bauran pemasaran ⁹⁷ (X ₁)	Produk (<i>Product</i>)	Produk-produk BMT Sahara Tulungagung beranekaragam sesuai dengan keinginan nasabah	Nasabah	1
			BMT Sahara memberikan kebebasan kepada nasabah untuk memilih produk yang diinginkan	Nasabah	2
		Harga (<i>Price</i>)	Penentuan besar bagi hasil atas kesepakatan nasabah dengan pihak lembaga	Nasabah	3
			Metode pembayaran angsuran sesuai dengan akad yang dipilih	Nasabah	4
		Promosi (<i>Promotion</i>)	Bidang pemasaran BMT Sahara membantu memperjelas Informasi yang dibutuhkan nasabah	Nasabah	5
			BMT selalu mempromosikan dan menyampaikan informasi terbaru di media seperti koran, radio, banner, dll.	Nasabah	6
		Lokasi (<i>Place</i>)	Lokasi BMT Sahara Tulungagung mudah di jangkau dan sangat srategis.	Nasabah	7

⁹⁵ Tim Penyusun, *Pedoman Penyusunan Skripsi*, (Tulungagung, IAIN, 2014), hal. 24-25

⁹⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan...*, hal. 149

⁹⁷ Phalilip Kotler, *Marketing Insighalt from A to Z...*, hal. 123

2.	Etika Bisnis Islam ⁹⁸ (X ₂)	Kesatuan	BMT Sahara Tulungagung tunduk atas Agama.	Nasabah	8
			BMT Sahara Tulungagung dalam transaksi sesuai syariah Islam.	Nasabah	9
		Keseimbangan	BMT Sahara Tulungagung selalu memperlakukan nasabah dengan adil.	Nasabah	10
			Jika saya membuhkan informasi karyawan selalu memberikan informasi yang akurat.	Nasabah	11
		Kehendak Bebas	BMT Sahara Tulungagung mengizinkan nasabah untuk memilih produk apa yang cocok untuk usahanya.	Nasabah	12
		Pertanggung jawaban	Saya ingin pihak lembaga merahasiakan informasi atas anggotanya.	Nasabah	13
		Kebenaran dan Kejujuran	Nasabah mengakui bahwa pihak lembaga menyalurkan sebagian dari hasil potongan pembiayaan untuk Infaq.	Nasabah	14
3.	Kualitas Pelayanan ⁹⁹ (X ₃)	Keandalan (<i>Reability</i>)	Kerapian dan ketelitian pegawai BMT Sahara Tulungagung dalam menangani nasabah.	Nasabah	15
			Karyawan BMT Sahara Tulungagung memberikan pelayanan yang handal dan bertanggung jawab.	Nasabah	16
		Ketanggapan (<i>Responsivnes</i>)	Karyawan BMT Sahara Tulungagung cepat, tepat, dan tanggap dalam melayani nasabah.	Nasabah	17
			Karyawan BMT Sahara Tulungagung memiliki kepekaan atau respon dalam menangani transaksi.	Nasabah	18
		Berwujud (<i>Tangible</i>)	Karyawan BMT Sahara Tulungagung berpakaian rapi, sopan dan sesuai syariat Islam dalam menangani nasabah.	Nasabah	19
		Jaminan (<i>Assurance</i>)	Karyawan BMT Sahara Tulungagung selalu bersikap profesional dan ramah dan menerapkan 3S (senyum, salam, dan sapa).	Nasabah	20
		Empati (<i>Emphaty</i>)	BMT Sahara Tulungagung memiliki Jam pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan.	Nasabah	21

⁹⁸ Lukman, Fauroni R, *Etika Bisnis dalam Al-Qur'an...*, hal. 144

⁹⁹ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi Pertama...*, hal.148

4.	Keputusan Nasabah ¹⁰⁰ (Y)	Pengenalan kebutuhan	Sebelum memilih BMT Sahara Tulungagung, saya meminta pendapat kepada nasabah lama tentang bagaimana BMT Sahara dalam menjalankan usaha.	Nasabah	22
			Sebelum mengambil produk di BMT Sahara Tulungagung saya meminta pendapat kepada orang-orang dekat saya tentang produk yang akan saya ambil.	Nasabah	23
		Pencarian Informas	Saya mendapat informasi mengenai BMT Sahara Tulungagung dari keluarga dan kerabat.	Nasabah	24
			Iklan BMT Sahara Tulungagung membuat nasabah tertarik menjadi anggotanya.	Nasabah	25
		Evaluasi Alternatif	Saya menjadi anggota di BMT Sahara Tulungagung karena produknya yang sesuai dengan harapan.	Nasabah	26
		Keputusan Pembelian	Sebelum saya menjadi anggota di BMT Sahara Tulungagung saya sudah membandingkan dengan BMT lain.	Nasabah	27
		Perilaku Setelah Pembelian	Saya menjadi anggota di BMT Sahara Tulungagung karena komunikasi yang baik antar karyawan terhadap saya.	Nasabah	28

E. Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.¹⁰¹

¹⁰⁰ Phalilip Kotler, *Manajemen Pemasaran...*, hal.258

¹⁰¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Jakarta: Alfabeta, 2005), hal.142

Setelah data penelitian berupa jawaban responden atas angka yang dibagikan telah dikumpulkan, selanjutnya dilakukan analisis data dengan menggunakan:

1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrument

a. Uji Validitas

Data dikatakan valid, jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Butir-butir pertanyaan yang ada dalam kuesioner diuji terhadap faktor terkait. Uji validitas dimaksud untuk mengetahui seberapa cermat suatu test atau pengujian melakukan fungsi ukurannya. Suatu instrumen pengukur dikatakan valid apabila instrument tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur atau dapat memberikan hasil sesuai dengan yang diharapkan peneliti.¹⁰²

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas instrumen adalah hasil pengukuran yang dapat dipercaya. 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 1.¹⁰³

¹⁰² Husein Umar, *Research Methods in Finance and Banking*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000), hal 135

¹⁰³ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher, 2009), hal. 97

Jika skala itu dikelompok ke dalam lima kelas dengan reng yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai alpha Cronbach 0,00 s.d. 0,20, berarti kurang reliabel
2. Nilai alpha Cronbach 0,21 s.d. 0,40, berarti agak reliabel
3. Nilai alpha Cronbach 0,42 s.d. 0,60, berarti cukup reliabel
4. Nilai alpha Cronbach 0,61 s.d. 0,80, berarti reliabel
5. Nilai alpha Cronbach 0,81 s.d. 1,00, berarti sangat reliabel.

Nugroho mengatakan, "reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *Alpha Cronbach's* > dari 0.60."

2. Uji Normalitas Data

Merupakan teknik membngun persamaan garis lurus untuk membuat penafsiran tersebut tepat maka persamaan yang digunakan untuk menafsirkan juga harus tepat.

Uji distribusi normal adalah uji untuk mengukur apakah data kita memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik *parametrik*.¹⁰⁴ Berdasarkan definisi tersebut maka tujuan dari uji normalitas tentu saja untuk mengetahui apakah suatu variabel normal atau tidak.

¹⁰⁴ Ibid., hal. 77

Dalam melakukan uji normalitas data dapat menggunakan pendekatan *kolmogrow-Smirnov*.¹⁰⁵ Kriteria dalam *kolmogrow-Smirnov* antara lain:

- a). Nilai Sig. Atau signifikansi atau nilai probabilitas $<0,05$, distribusi data adalah tidak normal.
- b). Nilai Sig. Atau signifikansi atau nilai probabilitas $>0,05$, distribusi data adalah normal.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Pengujian terhadap multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui apakah antar variabel bebas itu saling berkorelasi. Jika hal ini terjadi maka sangat sulit untuk menentukan variabel bebas mana yang mempengaruhi variabel terikat. Di antara variabel independen terdapat korelasi mendekati +1 atau -1 maka diartikan persamaan regresi tidak akurat digunakan dalam persamaan. Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas, Nugroho menyatakan jika *variance inflation factor* (VIF) tidak lebih dari 10 maka model terbebas dari multikolinieritas.¹⁰⁶

b. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan varian nilai residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Heteroskedastisitas, pada umumnya sering terjadi pada model-model yang menggunakan data *cross section* daripada *time series*.

¹⁰⁵ Ibid., hal. 78

¹⁰⁶ Ibid., hal. 79

Namun bukan berarti model-model yang menggunakan data *time series* bebas dari heteroskedastisitas.

Sedangkan untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar *Scatterplot* model tersebut. Tidak terdapat heteroskedastisitas jika:

- 1) penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola;
- 2) titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau disekitar angka 0
- 3) titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.

3. Uji Analisis Regresi Berganda

Regresi Bergandasering kali digunakan untuk mengatasi analisis regresi yang melibatkan hubungan dari dua atau lebih variabel bebas.¹⁰⁷ Setelah data penelitian berupa jawaban responden atas angket yang dibagikan dikumpulkan, selanjutnya dilakukan analisis data dengan berpedoman pada analisis regresi sebagai berikut:

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

Dimana: Y = Keputusan nasabah

a = Konstanta

b_1, b_2, b_3 = Koefisien korelasi ganda

X_1 = Bauran Pemasaran

X_2 = Etika Bisnis Islam

X_3 = Kualitas Pelayanan

e = *Error of term*

¹⁰⁷ Ibid., hal. 56

4. Uji Hipotesis

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen secara sama-sama (simultan) terhadap variabel dependen digunakan uji anova atau F-test. Sedangkan pengaruh dari masing-masing variabel independen secara parsial (individu) diukur dengan menggunakan uji t-statistik.

a. Uji t

Untuk mengetahui apakah pengaruh bauran pemasaran, etika bisnis islam dan kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah memilih BMT Sahara Tulungagung.

- 1) Apabila t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} maka H_0 diterima, artinya masing-masing variabel bauran pemasaran, etika bisnis islam dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih BMT Sahara Tulungagung.
- 2) Apabila t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya masing-masing variabel bauran pemasaran, etika bisnis islam dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih BMT Sahara Tulungagung.

b. Uji F

Untuk mengetahui apakah pengaruh bauran pemasaran, etika bisnis islam dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah memilih BMT Sahara Tulungagung.

- 1) Apabila F_{hitung} lebih kecil dari F_{tabel} maka keputusannya menerima hipotesis nol (H_0), artinya variabel diferensiasi produk dan promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih BMT Sahara Tulungagung.
- 2) Apabila F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} maka keputusannya menolak hipotesis nol (H_0) dan menerima hipotesis alternatif (H_a), artinya variabel bauran pemasaran, etika bisnis islam dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih BMT Sahara Tulungagung.

5. Uji Koefisien Determinasi

Nilai koefisien determinasi (*R Square*) digunakan untuk mengetahui besarnya variasi variabel independen dalam menerangkan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah di antara nol dan satu. Jika nilai R^2 kecil, berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Namun apabila nilai R^2 mendekati satu, berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi-variabel independen.¹⁰⁸

Selanjutnya untuk menganalisis data penelitian mulai uji validitas dan reliabilitas instrument sampai dengan uji koefisien determinasi maka peneliti menggunakan *software* pengolahan data dengan *SPSS 20.0*.

¹⁰⁸ Yudhi Wicaksono, *Aplikasi Excel dalam Menganalisis Data*, (Jakarta:PT Elex Media Komputindo, 2006), hal. 119-121