

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Dalam penelitian proposal yang penulis ajukan adalah pendekatan kuantitatif. Alasan memilih metode ini karena telah memenuhi kaidah ilmiah yaitu, konkrit/empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis. Dengan demikian metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.¹Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian assosiatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variable atau lebih sehingga akan dapat dibangun suatu teori yang berfungsi untuk menjelaskan dan mengontrol suatu gejala.²

B. Populasi Sampling dan Sampel Penelitian

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.³ Jadi dalam penelitian ini di ambil populasi adalah Seluruh Mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)*, hal. 11

² Arikuto, *Prosedur Penelitian...*, hal:27

³ Ibid, hal. 119

Mulai dari semester II sampai semester XIII dengan jumlah mahasiswi 1119 orang.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pertanyaan yang seringkali diajukan dalam metode pengambilan sampel adalah berapa jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian. Sampel yang terlalu kecil dapat menyebabkan penelitian tidak dapat menggambarkan kondisi populasi yang sesungguhnya. Sebaliknya, sampel yang terlalu besar dapat mengakibatkan pemborosan biaya penelitian. Salah satu metode yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel adalah menggunakan rumus Slovin.⁴ Sebagai berikut:

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

Dimana :

n : Jumlah Sampel

N : Jumlah Populasi

e : Batas Toleransi Kesalahan (*error tolerance*)

Jumlah populasi adalah 1119, dan tingkat kesalahan yang dikehendaki adalah 10%, maka jumlah sampel yang digunakan adalah:

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

$$= 1119 : \{1 + 1119 \times (0,1)^2\}$$

$$= 1119 : 12,19$$

$$= 91,7 (92)$$

⁴Consuelo GSevilla. et. al. *Research Methods*. (Rex Printing Company.:Quezon City, 2007), th.

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Teknik sampling adalah suatu cara atau teknik yang dipergunakan untuk menentukan sampel penelitian.⁵ Dalam penelitian ini penulis menggunakan sampling purposive yaitu teknik menentukan sampel dengan pertimbangan tertentu.⁶ Proses dari teknik ini peneliti menentukan ciri – ciri konsumen yang dijadikan sampel penelitian dengan menggunakan angket/kuisioner.

C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran

1. Sumber Data

Dalam penelitian ini, digunakan 2 macam data, yaitu :

a. Data Primer

Menurut Sugiarto data primer merupakan data yang di dapat dari sumber pihak pertama baik dari individu maupun perseorangan. Pada penelitian ini, data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya, diamati, dan dicatat untuk pertama kalinya melalui wawancara atau hasil pengisian kuesioner kepada responden.

a) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang bukan di usahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti. Data sekunder diperoleh dari berbagai bahan pustaka, baik berupa buku, jurnal-jurnal dan dokumen lainnya yang ada hubungannya dengan materi kajian.

⁵Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta: UII Press Yogyakarta: 2005), hlm. 107

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)*, hal. 126

2. Variabel

a) Variabel Terikat (*Dependent Variabel*)

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan Konsumen (Y). Kepuasan Konsumen adalah tingkat perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibanding dengan harapannya. Umumnya harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya bila ia memakai produk Busana Syar'i, apakah mereka merasa senang dan puas atau sebaliknya.

Mengingat subyek yang diteliti lebih dari 100 orang, maka peneliti menggunakan penelitian sampel. Artinya yang menjadi obyek penelitian adalah sebagian dari Mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.

b) Variabel Tidak Terikat (*Independent Variabel*)

Variabel bebas dalam penelitian ini meliputi Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2), *TrendModel* (X3) dan Promosi (X4). Definisi operasional masing-masing variabel tersebut sebagai berikut :

1) Kualitas Pelayanan (X1)

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen.

2) Harga (X2)

Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas barang dan jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa.

3) *Trend Model* (X3)

Trend Model adalah suatu perkembangan model masa kini yang menjadi unggulan. Biasanya para masyarakat tertarik dengan suatu barang dilihat juga dari tren yang sedang ada dalam zaman sekarang, sehingga mereka merasa mengikuti perkembangan zaman.

4) Promosi(X4)

Promosi adalah suatu bidang pemasaran dan merupakan komunikasi yang dilaksanakan pihak perusahaan kepada pembeli atau konsumen yang memuat pemberitaan, membujuk dan mempengaruhi yang segala kegiatan itu bertujuan untuk meningkatkan penjualan.

5) Kepuasan Konsumen (Y)

Menurut Engel dalam bukunya Tjipjono, menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan.

3. Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Dalam penelitian ini penulis mengukur dengan pengukuran rasio. Rasio adalah perbandingan. Yaitu membandingkan dalam pemilihan kategori terhadap variabel atau obyek penelitian. Pada pengukuran ini telah mampu memberikan angka – angka pembeda yang bersifat absolut.

Angka – angka yang diberikan dalam pengukuran rasio ini bersifat absolut dan dapat menggambarkan secara perbandingan yang absolut pula.⁷Selain itu juga menggunakan skala likert yaitu untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item – item instrumen yang berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban dari setiap item berupa: Sangat Setuju (ST), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS). Untuk pemberian skor skala *Likert* ini sebagai berikut:⁸

- a. Jawaban SS diberi skor 5
- b. Jawaban S diberi skor 4
- c. Jawaban N diberi skor 3
- d. Jawaban TS diberi skor 2

⁷Supardi, M.d, *Metodologi Penelitian*, (Mataram: Yayasan Cerdas Press, 2006), hal. 146

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis....*, hlm. 135-136

- e. Jawaban STS diberi skor 1

D. Teknik Pengumpulan data dan Instrumen Penelitian

1. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah :

a. Observasi

Observasi adalah pengamatan yang dilakukan secara langsung kepada suatu objek yang diteliti. Observasi dalam penelitian ini yaitu dengan mengamati obbjek secara langsung. Objek yang diamati adalah konsumen busana syar;i

b. Kuesioner / Angket

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet.

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk menelusuri data historis. Sifat utama daridata ini tidak terbatas pada ruang dan waktu, sehingga memberi peluang kepada peneliti untuk hal-hal yang

telah silam. Dokumen ini dibagi menjadi dua yaitu dokumen resmi dan dokumen pribadi.⁹

2. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat bantu bagi peneliti dalam mengumpulkan data. Pembuatan instrumen penelitian diawali dari penyusunan konstruks, perumusan definisi operasional, penyusunan kisi – kisi dan akhirnya dibuat butir – butir pertanyaan atau pernyataan. Setelah itu dilakukan uji coba untuk mengetahui validitas dan reliabilitasnya. Instrumen dalam penelitian ini berupa angket yang diberikan langsung kepada responden untuk dijawab sesuai dengan karakteristik dirinya.

Dibawah ini adalah instrumen yang digunakan untuk penelitian:

No	Variabel	Indikator	Referensi
1.	Kepuasan Konsumen	<ul style="list-style-type: none"> • Kemampuan dan keramahan para petugas dalam memberikan pelayanan. • Daya tanggap dan kecekatan petugas dalam melayani setiap pelanggan mereka. • Perhatian/atensi petugas dalam menanggapi permintaan dan keluhan dari pelanggan. • Memberikan jaminan ganti rugi pada produk yang telah dibeli oleh pelanggan dengan 	FandyTjiptono. <i>Manajemen Jasa</i> . (Yogyakarta : Andi Offset,2004)

⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis.....*, hal. 21

		syarat dan ketentuan penggantian yang berlaku.	
2.	Harga	<ul style="list-style-type: none"> • Harga yang ditentukan sesuai dengan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan. • Kesesuaian tingkat harga yang terjangkau oleh daya beli masyarakat. • Perbandingan harga yang mampu bersaing dengan produk busana syar'i • Harga sesuai dengan manfaat dan nilai yang diperoleh pelanggan. • 	Kotler dan Keller, 2007. <i>Manajemen Pemasaran</i> , Edisi12, Jilid 1, PT.Indeks, Jakarta
3.	Trend Model	<ul style="list-style-type: none"> • Baju Muslim tidak sekedar busana yang tertutup • Baju Muslim juga bisa digunakan dengan bergaya stylish trendy • Baju Muslim juga bisa mencakup anak muda hingga bisa untuk baju pesta • Didesain dengan variasi yang menarik 	Http://www.Ziyata.com/tren-baju-muslim/ diakses tanggal 02/06/2017 pukul 11.04
4.	Promosi	<ul style="list-style-type: none"> • Iklan melalui brosur, pamflet maupun melalui media sosial mampu menginformasikan produk terbaru kepada masyarakat. 	Kotler dan Keller, 2007. <i>Manajemen Pemasaran</i> , Edisi12, Jilid 1, PT.Indeks, Jakarta

		<ul style="list-style-type: none"> • Promosi melalui iklan dapat mengingatkan konsumen terhadap sebuah produk dan menanamkan citra yang baik terhadap perusahaan. • Produk-produk yang diiklankan mampu menarik minat konsumen untuk membeli produk tersebut. 	
5.	Kepuasan Konsumen	<ul style="list-style-type: none"> • Kesesuaian harapan • Minat berkunjung kembali • Kesiediaan merekomendasi • Tidak ada keluhan dan nyaman 	Fandy Tjipjono, <i>Manajemen Jasa</i> . (Yogyakarta: Penerbit Andi Yogyakarta, 2000)

E. Analisis Data

Dalam menganalisa hasil penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode kuantitatif asosiatif. Analisis data merupakan kegiatan data dari seluruh responden yang terkumpul.¹⁰ Teknik analisis data merupakan cara untuk menganalisa data yang diperoleh dengan tujuan untuk menguji rumusan masalah. Peneliti harus memastikan pola analisis yang digunakan tergantung pada jenis data yang dikumpulkan. Analisa data bertujuan untuk menyusun data dalam cara yang bermakna sehingga dapat dipahami.¹¹

kuantitatif adalah suatu bentuk analisis yang menggunakan angka-angka dan perhitungan dengan metode statistik tertentu. Data kuantitatif harus

¹⁰ Sugiyono, *Metode penelitian bisnis*.....hlm. 142

¹¹ Syafizal Helmi Situmorang, *Analisis Data*, (Medan: USU Press, 2010), Hlm. 9

diklasifikasikan dalam kategori tertentu dengan menggunakan tabel-tabel tertentu untuk mempermudah analisis program SPSS. Untuk mengukur persepsi dari responden yang telah dikumpulkan digunakan Skala Likert.¹²Pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner dibuat dengan menggunakan skala 1-5 untuk mewakili pendapat para responden.

Tabel 3.1
Nilai Skala Likers

No.	Jawaban	Keterangan	Skor
1	A	Sangat Tidak Setuju	1
2	B	Tidak Setuju	2
3	C	Netral	3
4	D	Setuju	4
5	E	Sangat Setuju	5

Dalam penelitian ini, data bersifat kuantitatif yang berwujud angka-angka hasil perhitungan dan pengukuran dianalisis dengan menggunakan analisa statistic sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya satu kuesioner. Satu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada pertanyaan kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Tingkat validitas dapat diukur dengan cara membandingkan nilai *r hitung* (*correlation item total correlation*) dengan nilai *r tabel* dengan ketentuan untuk *defree of freedom* ($df = n - k$), dimana *n* adalah jumlah sampel yang digunakan dan *k* adalah jumlah variabel independennya .

¹² Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*. (Bandung:Alfabeta,2004).th

Dengan jumlah sampel (n) adalah 100 tingkat signifikansi 0,05 maka r_{tabel} pada penelitian ini adalah :

$$R(0,05; 100 - 4 = 96) > 0,198$$

Bila : $r_{hitung} > r_{tabel}$, berarti pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

$r_{hitung} < r_{tabel}$, berarti pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai $\alpha > 0,60$. Kuesioner dikatakan reliabel apabila hasil uji statistik Alpha $\alpha > 0,60$. Interpretasinya yaitu sebagai berikut:

- a. Nilai alpha cronbach 0,00 s.d. 0,20, berarti kurang reliabel
- b. Nilai alpha cronbach 0,21 s.d. 0,40, berarti agak reliabel
- c. Nilai alpha cronbach 0,42 s.d. 0,60, berarti cukup reliabel
- d. Nilai alpha cronbach 0,61 s.d. 0,80 berarti reliabel
- e. Nilai alpha cronbach 0,81 s.d. 1,00 berarti sangat reliabel

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas memiliki distribusi normal atau tidak, karena model regresi yang baik memiliki distribusi data yang normal. Pembuktian apakah data tersebut memiliki distribusi normal atau tidak, dapat dilihat pada bentuk distribusi datanya, yaitu pada histogram maupun *normal probability plot*.

Pada histogram, data dikatakan memiliki distribusi yang normal jika data tersebut berbentuk seperti lonceng. Sedangkan pada *normal probability plot*, data dikatakan normal jika ada penyebaran titik-titik disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. menyebutkan jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi atau hubungan yang signifikan antar variabel bebas. Dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas.¹³ Multikolonieritas akan menyebabkan koefisien regresi bernilai kecil dan standar error regresi

¹³Imam Ghozali, *Statistik Nonparametik*. (Semarang:Badan Penerbit UNDIP,2006).

bernilai besar sehingga pengujian variabel bebas secara individu akan menjadi tidak signifikan.

Untuk mengetahui ada tidaknya multikolonieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Apabila nilai $VIF < 10$ mengindikasikan bahwa model regresi bebas dari multikolonieritas, sedangkan untuk nilai *tolerance* $> 0,1$ (10%) menunjukkan bahwa model regresi bebas dari multikolonieritas.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Tujuan pengujian ini adalah untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas.

Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Salah satu cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antar prediksi variable. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola titik pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED, dimana sumbu Y adalah Y yang telah di

prediksi dan sumbu X adalah residual yang telah di-*standardized*. Dasar analisisnya sebagai berikut:

- Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola yang teratur (bergelombang melebar kemudian menyempit) maka terjadi heterokedastisitas.
- Jika tidak ada pola yang jelas seperti titik-titik menyebar diatas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka hal ini mengindikasikan tidak terjadi heterokedastisitas.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier adalah pengembangan analisis regresi sederhana terhadap aplikasi yang terdiri dari dua atau lebih variabel independen untuk menduga nilai dari variabel dependen.¹⁴ Analisis regresi linier dapat digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel bebas yaitu kualitas pelayanan (X1), harga (X2) dan promosi (X3) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Dyriana Bakery & Café Pandanaran Semarang. Dalam penelitian ini, digunakan model regresi linier berganda. Rumusnya adalah sebagai berikut :

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

¹⁴ J. Kazmier Leonard, *Statistik Untuk Bisnis*. (Jakarta:Erlangga,2005).

Dimana :

Y = Kepuasan Konsumen

b_1 = Koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan (X_1)

b_2 = Koefisien regresi variabel Harga (X_2)

b_3 = Koefisien regresi variabel Tren Model (X_3)

b_4 = Koefisien regresi variabel Promosi (X_4)

X_1 = Kualitas Pelayanan

X_2 = Harga

X_3 = Tren Model

X_4 = Promosi

e = Standard Error

5. Pengujian Hipotesis Penelitian

a. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji statistik t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh masing-masing variabel kualitas pelayanan, harga, dan promosi dalam menerangkan variabel kepuasan pelanggan. Dalam hal ini, apakah masing-masing variabel kualitas pelayanan, harga, dan promosi berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan. Penelitian ini dilakukan dengan melihat langsung pada hasil perhitungan koefisien regresi melalui SPSS pada bagian *Unstandardized Coefficients* dengan membandingkan *Unstandardized Coefficients B* dengan *Standard error of estimate* sehingga akan didapatkan hasil yang dinamakan *t* hitung.

Sebagai dasar pengambilan keputusan dapat digunakan kriteria pengujian sebagai berikut :

1. Apabila $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ dan tingkat signifikansi $< \alpha (0,05)$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Apabila $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ dan tingkat signifikansi $> \alpha (0,05)$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini berarti variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

b. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji F bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan ke dalam model secara simultan atau bersama – sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.¹⁵ Menentukan F tabel dan F hitung dengan kepercayaan sebesar 95% atau taraf signifikan sebesar 5% (0,05). Dalam penelitian ini menunjukkan apakah variabel independen yang terdiri dari variabel kualitas pelayanan, harga, dan promosi untuk menjelaskan variabel terikatnya, yaitu kepuasan pelanggan. Adapun kriteria pengujian uji F adalah sebagai berikut :

1. Dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel apabila $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$, maka H_1 diterima. Berarti masing-masing variabel

¹⁵Imam Ghozali, *Statistik Nonparametik*. (Semarang:Badan Penerbit UNDIP,2006).

independen secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

2. Dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_1 ditolak, Berarti masing-masing variabel independen secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

6. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi (R^2) antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Kelemahan mendasar dalam penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel independen ke dalam model, maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel independen tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai *adjusted* R^2 pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti R^2 , nilai

adjusted R² dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model.¹⁶

¹⁶Imam Ghozali, *Statistik Nonparametik*. (Semarang:Badan Penerbit UNDIP,2006).