

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian (*research*) adalah cara memperoleh pengetahuan dengan menggunakan metode ilmiah secara terancang dan sistematis untuk menemukan pengetahuan baru. Metode ilmiah atau penelitian menghasilkan pengetahuan yang lebih dapat dipertanggungjawabkan. Sebagai penekatan ilmiah, penelitian dilakukan dengan serangkaian langkah yang sistematis serta teratur dan terkendali.¹

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data yang berupa angka. Kemudian data-data yang berupa angka tersebut diolah dan dianalisis guna mendapatkan suatu informasi ilmiah dibalik angka-angka tersebut. Angka-angka yang terkumpul sebagai hasil penelitian tersebut dianalisis menggunakan metode statistik.²

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen B.Creative *Event Organizer* Kediri. Oleh sebab itu penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh suatu variabel yang membuktikan ada atau tidaknya fungsional antar variabel bebas x yakni motivasi terhadap y yaitu kepuasan konsumen B.Creative Kediri.

¹ Purwanto, *Metodologi Penelitian Kuantitatif untuk Psikologi dan Pendidikan* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), 10.

² Margono, *Metodologi Penelitian Pendidikan* (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), 105.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi di jalan Kapten Piere Tendean No. 231-233, Desa Blabak , Kec. Pesantren , Kode Pos 64135 , Kota Kediri

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiono, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian di tarik kesimpulan.³ Populasi adalah seluruh objek atau subjek berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian atau keseluruhan unit atau individu dalam ruang lingkup yang akan diteliti.⁴ Adapun populasi dalam penelitian ini adalah konsumen B.Creative *Event Organizer* Kediri sebanyak 274.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi. Karena ia merupakan bagian dari populasi, tentulah ia harus memiliki ciri-ciri yang dimiliki oleh populasinya.⁵ Sampel harus respresentatif, artinya mewakili populasi agar dapat diambil kesimpulan berupa generalisasi. Kemudian untuk menentukan beberapa banyak sampel yang harus diambil dalam suatu populasi yang ada.

³ Sugiono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2005), 72.

⁴ Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif.*, 75.

⁵ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, 79

Arikunto mengemukakan bahwa dalam pengambilan sampel apabila jumlah subyek kurang dari 100 orang maka lebih baik jumlah itu diambil semua, akan tetapi apabila jumlah subyek lebih dari 100 orang maka dapat diambil antara 10%-15%, atau 20%-25%.

Adapun sampel yang diambil peneliti yaitu sebesar 25% dari 274 orang dan menghasilkan perhitungan sebanyak 68,5 sehingga peneliti mengambil sampel 68 karena dibulatkan ke bawah.

D. Variabel Penelitian

Setiap kegiatan penelitian tentu memusatkan perhatiannya pada beberapa fenomena atau gejala utama dan pada beberapa fenomena lain yang relevan. Dalam penelitian sosial dan psikologis, umumnya fenomena termaksud merupakan konsep mengenai atribut atau sifat yang terdapat pada subjek penelitian yang dapat bervariasi secara kuantitatif ataupun secara kualitatif. Konsep inilah yang disebut variabel. Variabel dibedakan menjadi dua, yaitu:

1. Variabel bebas (*Independent Variabel*) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (*Dependent Variabel*).⁶ Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah Kualitas Layanan (X)

⁶ Nasution, *Metode Research: Penelitian Ilmiah* (jakarta: Bumi Aksara, 2003), 31

2. Variabel terikat (*Dependent variabel*) merupakan variabel yang diduga sebagai akibat atau dipengaruhi oleh variabel yang didahuluinya.⁷
 Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah kepuasan konsumen B.Creative *Event Organizer* (Y)

E. Devinisi Operasional

Dalam penelitian ini terdapat variabel bebas yaitu Kualitas Layanan (X) serta variabel terikat yaitu Kepuasan Konsumen (Y). Definisi operasional dari masing-masing variabel tersebut adalah:

1. Menurut fandy Tjiptono dalam buku *Strategi Pemasatan* mendefinisikan bahwa “Kualitas Pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan, serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan”⁸
2. Menurut Day dalam buku *Total Quality Manajemen* sebagaimana yang dikutip Oleh Fandy Tjiptono menyatakan bahwa “kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya”.⁹

F. Pengumpulan Data

Data yang diperlukan yaitu data kuantitatif yang berupa penyebaran angket kepada pelanggan B.creative Event Organizer. Sumber data yang digunakan dalam penelitian yaitu :

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: CV Alfabet, 2006), 86

⁸Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andy. 2008), 247

⁹Fandy Tjiptono. Anastasia Diana, *Total Quality Manajemen*, (yogyakarta: Andy, 2003), 102

1. Data Primer (*Primary Data*)

Data Primer atau data tangan pertama, adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan mengenakan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari.¹⁰ Adapun yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini adalah pelanggan *B.Creative Event Organizer* Kediri. Dalam penelitian ini data primer yang digunakan adalah data hasil penyebaran kuesioner kepada responden. Kuesioner adalah instrumen pengumpulan data atau informasi yang sangat fleksibel yang relatif mudah digunakan yang pengoperasiannya kedalam bentuk pertanyaan.

Penyusunan kuesioner dilakukan dengan tujuan dapat mengetahui variabel-variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal yang penting. Untuk mendapatkan data primer ini, peneliti menyebarkan angket (*kuesioner*) kepada pelanggan *B.Creative Event Organizer* Kediri. Yang mana angket tersebut membahas mengenai kualitas layanan, dan kepuasan konsumen dalam memakai sebuah produk atau jasa.

G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam pengumpulan data agar pekerjaannya lebih mudah dan

¹⁰ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, 91

hasilnya lebih baik.¹¹ Instrumen penelitian sangat menentukan keberhasilan suatu penelitian. Dalam penelitian ini instrumen yang digunakan adalah:

1. Angket (*kuesioner*)

Angket atau kuesioner merupakan merupakan suatu bentuk instrumen pengumpulan data yang sangat fleksibel dan relatif mudah digunakan. Yang mana pengumpulan data meliputi pertanyaan tertulis yang di tujukan kepada responden untuk memberikan sebuah jawaban atas pertanyaan yang tertera. Responden diharapkan mampu dan bersedia untuk memberikan informasi serta dapat memahami pertanyaan yang dibuat oleh peneliti. Dengan indikator penelitian sebagai berikut:

Tabel 2.1

Indikator Kualitas Pelayanan

Variabel	Variabel Indikator	Deskripsi Indikator
Kualitas Pelayanan (X)	Bukti langsung (<i>Tangible</i>)	Bentuk pelayanan yang dapat dilihat secara langsung.
	Kehandalan (<i>Reliability</i>)	Kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, tepat, akurat, dan sarana komunikasi
	Daya Tanggap (<i>responsiveness</i>)	Memberikan pelayanan dengan tanggap
	Jaminan (<i>Assurance</i>)	Segala sesuatu yang mencakup kemampuan, kesopanan, dan sifat

¹¹ Arikunto. Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1993), 151

		dapat dipercaya yang dimiliki setiap driver bebas dari resiko yang berbahaya dan keragu-raguan.
	<i>Empathy</i>	Kemudahan dalam melakukan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dengan kebutuhan para konsumen

Sumber: Indikator Kualitas Layanan menurut Tri Ulfa Wardani (2017)

Gambar 2.2

Indikator Kepuasan Konsumen

Variabel	Variabel indikator	Deskripsi Indikator
Kepuasan Konsumen	Kesetiaan Konsumen	Memakai kembali dan merefrensikan kepada orang lain
	Keluhan (<i>Komplain</i>)	Tanggapan yang disebabkan oleh tidakpuasan yang dirasakan seseorang
	Partisipasi	Keterlibatan mental dan emosi

Sumber: Indikator Kepuasan menurut Tri Ulfa Wardani (2017)

H. Analisis Data

Analisis data merupakan proses pengukuran, penyajian, interpretasi, dan analisis data yang diperoleh dari lapangan dengan tujuan agar data yang disajikan memiliki makna, sehingga pembaca dapat mengetahui hasil dari penelitian.¹² Dalam analisis ini data yang telah terkumpul, baik yang berkaitan dengan kualitas layanan, dan kepuasan

¹² Nanang martono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (analisis isi data dan analisis Skunder), (Jakarta: Gravindo Persada, 2011), 191

konsumen B.Creative *Event Organizer* akan dianalisis. Adapun langkah-langkah analisis data yang dilakukan peneliti sebagai berikut:

a) Editing (memberikan data)

Data yang masuk (*raw data*) perlu diperiksa apakah terdapat kesalahan-kesalahan dalam pengisiannya. Mungkin ada yang tidak lengkap, palsu, tidak sesuai an sebagainya. Jawaban yang didapat dari responden perlu diadakan pembersihan atau pemeriksaan kembali

b) Coding dan Categorizing

Proses selanjutnya adalah *coding*, yaitu pemberian atau pembuatan kode-kode pada tiap-tiap data yang termasuk dalam kategori yang sama. Sedangkan *categorizing* adalah penggolongan data yang ada pada daftar pertanyaan kedalam kategori masing-masing variabel. Dalam penelitian ini *coding* dan *categorizing* adalah sebagai berikut:

a. Untuk variabel pertama yaitu kualitas layanan (X_1)

b. Untuk variabel ketiga yaitu (Y)

c) Scoring (memberi skor)

Scoring adalah memberikan skor terhadap soal-soal yang perlu diberi skor. Proses ini adalah pemberian skor atau angka pada lembar jawaban angket tiap subyek. Skor setiap item angket ditentukan sesuai dengan peringkat pilihan sebagai berikut:¹³

a. Jawaban SS (sangat setuju) diberi skor 5

b. Jawaban S (setuju) diberi skor 4

¹³ Bambang Prasetyo. Lina Mifhatul Jannah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), 171

- c. Jawaban KS (kurang setuju) diberi skor 3
 - d. Jawaban TS (tidak setuju) diberi skor 2
 - e. Jawaban STS (sangat tidak setuju) diberi skor 1
- d) Penyusunan tabel (tabulasi)

Setelah diberi skor, kemudian hasilnya di transfer menjadi data yang mudah dilihat dan difahami. Mencatat skor secara sistematis akan lebih memudahkan untuk menganalisis data yang telah ada. Dalam penelitian ini pemberian skor akan dijelaskan dalam pernyataan dibawah. Data yang telah terkumpul kemudian disajikan dalam bentuk tabel inilah yang dimaksud dengan tabulasi data.¹⁴

- e) *Processing*

Processing yaitu menghitung dan mengolah atau menganalisa data dengan statistik.¹⁵

- 1) Uji Validitas dan Reliabilitas

- a. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Sebuah instrumen memiliki validitas tinggi, apabila butir-butir yang membentuk instrumen tersebut tidak menyimpang dari fungsi instrumen tersebut. Validitas adalah seberapa jauh alat dapat diukur hal atau subjek yang ingin diukur.

¹⁴ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta:Rineka Cipta, 1991), 210

¹⁵ Bambang Prasetyo. Lina Mifhatul Jannah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 174

Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan yang diajukan. Hasil r hitung dibandingkan r tabel dimana $df = n-2$ dengan signifikan 5%. Apabila hasil yang diperoleh r hitung $>$ r tabel, maka instrumen tersebut valid.¹⁶ Dalam melakukan uji validitas ini, peneliti akan menggunakan metode komputerisasi SPSS 16.0.

b. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan butir pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuisioner. Uji ini menunjukkan pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik.

Jika nilai pada hasil reliabilitas $>$ 0,60 maka reliabilitas pernyataan dapat diterima, sebaliknya apabila nilai pada hasil reliabilitas $<$ 0,60 maka hasil tersebut tidak reliabilitas atau tidak diterima.¹⁷

2) Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah kedua model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Pada penelitian ini menggunakan regresi

¹⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis.*, 121.

¹⁷ Sujarweni, *Metodologi Penelitian.*, 110.

sederhana, maka asumsi yang digunakan adalah uji normalitas. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel pengganggu memiliki distribusi normal atau tidak. Dasar pengambilan keputusan untuk mendekati kenormalan adalah jika nilai mean dan median sama maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Cara melihat data terdistribusi normal dapat dilakukan dengan berbagai cara diantaranya dengan melihat nilai skewness. Pada data yang terdistribusi normal memiliki skewnesnya 0 (nol)¹⁸. Atau dengan menghitung dengan cara (skewness/standar error of skweness), dan rasio kurtosis dihitung dengan rumus (kurtosis/ standar error of kurtosis), dan hasil dari koefisien rasio skweness dan kurtosis tidak melebihi angka 2 dapat dikatakan distribusi normal.¹⁹

b. Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varians. Dasar analisis:

Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang) melebar kemudian menyempit, maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.

Jika tidak ada pola yang jelas serta titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.²⁰

¹⁸ Zuraidah, *Statistik Deskriptif*, (Kediri: STAIN Press, 2012), 244

¹⁹ Johar Arifin, *SPSS 24 Untuk penelitian dan Skripsi*, (Jakarta: Gramedia, 2017), 89.

²⁰ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS Edisi Kedua* (Yogyakarta: Universitas Diponegoro, 2006), 105.

3) Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah keadaan dimana terjadi korelasi dari residual untuk pengamatan satu dengan pengamatan lain yang disusun menurut runtut waktu. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah autokorelasi.²¹ Menurut Arum Janie,²² salah satu cara yang umum digunakan untuk mendeteksi adanya autokorelasi dalam regresi linier adalah dengan *uji Durbin Watson* (DW). Suatu model regresi dinyatakan tidak terdapat permasalahan autokorelasi apabila:

$$d_u < d < 4 - d_u$$

Dimana:

d = Nilai Durbin Watson hitung

d_u = Nilai batas atas / *upper* Durbin Watson tabel.

4) Pengujian Model Struktural

1. Analisis Korelasi Pearson (r)

Uji korelasi biasanya banyak digunakan dalam berbagai penelitian, mulai dari penelitian sederhana sampai yang cukup kompleks. Analisis korelasi PPM sering digunakan untuk mencari dan menguji hipotesis asosiatif/hubungan. Variabel

²¹ Albert Kurniawan, *Metode Riset Untuk Ekonomi Dan Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2014), 158.

²² Dyah Nirmala Arum Janie, *Statistik Deskriptif dan Regresi Linier Bergaanda dengan SPSS* (Semarang: Semarang University Press, 2012), 30.

dalam analisis korelasi yang dihubungkan adalah variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y).²³

Teknik korelasi pearson digunakan pada analisis korelasi sederhana untuk variabel interval/rasio dengan variabel interval/rasio.²⁴

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{\sum x^2 \sum y^2}}$$

Dimana:

r_{xy} = korelasi antara variabel x dengan y

X = variabel bebas ($x_i - \bar{x}$)

Y = variabel terikat ($y_i - \bar{y}$)

Rumus ini digunakan bila sekaligus akan menghitung persamaan regresi.

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{(n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2)(n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2)}}$$

²³ Santoso dan Ashari, *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel dan SPSS* (Yogyakarta: Andi Offset, 2005), 119.

²⁴ Iqbal, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2004), 61.

Tabel 3.3
Interprestasi korelasi product moment

Besarnya “r” Product moment	Interpretasi
0,00-0,199	Antara variabel X dan Y memang terdapat korelasi, tapi sangat rendah. Antara variabel X dan Y memang terdapat korelasi, tapi rendah. Antara variabel X dan Y memang terdapat korelasi yang cukup kuat Antara variabel X dan Y memang terdapat korelasi yang kuat. Antara variabel X dan Y memang terdapat korelasi yang sangat kuat.
0,20-0,399	
0,40-0,599	
0,60-0,799	
0,80-1,00	

Sumber :Arikunto, Riduwan & Kuncoro,2011.²⁵

2. Analisis Regresi Sederhana

Regresi adalah suatu proses memperkirakan secara sistematis tentang apa yang paling mungkin terjadi di masa yang akan datang berdasarkan informasi masa lalu dan sekarang yang dimiliki agar kesalahannya dapat diperkecil.²⁶ Analisis digunakan untuk memprediksikan seberapa jauh perubahan nilai variabel *dependent*, bila nilai variabel *independent* dimanipulasi/dirubah-rubah atau dinaik-turunkan.²⁷ Regresi yang memiliki

²⁵ Riduwan dan Sunarto, *Pengantar Statistika* ., 81.

²⁶ Sunarto, *Pengantar.*, 97.

²⁷ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian.*, 260.

satu variabel *dependent* dan satu variabel *independent*. Model persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut:²⁸

Persamaan regresi dirumuskan: $Y = a + bX$

Dimana:

Y = subjek variabel terikat yang diproyeksikan (keputusan pembelian)

X = variabel bebas yang mempunyai nilai tertentu untuk diprediksikan (kualitas produk)

a = nilai konstanta Y jika X = 0

b = nilai arah sebagai penentu ramalan (prediksi) yang menunjukkan nilai peningkatan (+) atau nilai penurunan (-) variabel Y.²⁹

3. Uji Hipotesis

a. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji apakah variabel *independent* secara bersama-sama signifikan berpengaruh terhadap variabel *dependent*. Atau untuk menguji apakah uji regresi tergolong baik/signifikan atau non signifikan. Jika model signifikan maka dapat digunakan untuk prediksi/peramalan dan sebaliknya jika tidak signifikan maka model regresi tidak dapat digunakan untuk peramalan.³⁰ Langkah-langkah sebagai berikut :

²⁸ Wiratna, *Belajar Mudah SPSS Untuk Penelitian .*, 137.

²⁹ Riduwan dan Sunarto, *Pengantar Statistika.*, 97.

³⁰ Sarman david, *uji F dan uji T*, <https://www.scribd.com/document/> diakses pada 01 oktober 2018.

1). Menentukan hipotesis

$H_0 : \beta = 0$, artinya variable *independent* secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap variable *dependent* $H_0 : \beta \neq 0$, artinya variable *independent* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variable *dependent*.

2). Menentukan tingkat signifikan

Tingkat signifikan pada penelitian ini adalah 5% artinya resiko kesalahan mengambil keputusan 5%.

3). Pengambilan keputusan

- a) Jika probabilitas (sig F) $> \alpha$ (0,05) maka H_0 diterima, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel *independent* dengan variabel *dependent*.
- b) Jika probabilitas (sig F) $< \alpha$ (0,05) maka H_0 ditolak, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel *independent* dengan variabel *dependent*.

b. Uji t

Uji t adalah pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel *independent* (X) secara individual mempengaruhi variabel *dependent*. Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel *dependent* (X) secara parsial. Kriteria pengujian tingkat signifikansi (α) = 0,05. Berdasarkan pengujian hipotesis dengan uji t dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a) Apabila $T_{hitung} > T_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, jadi variabel bebas secara parsial memiliki pengaruh nyata terhadap variabel terikat.
- b) Apabila $T_{hitung} < T_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, jadi variabel bebas secara parsial tidak memiliki pengaruh nyata terhadap variabel terikat.³¹

1) Kriteria pengujian

$t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} \geq -t_{tabel}$ jadi H_0 diterima

$t_{hitung} \geq t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} \leq -t_{tabel}$ jadi H_0 ditolak

2) Koefisien Determinasi parsial (r^2)

Uji ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar sumbangan variabel bebas (X) secara parsial terhadap variabel terikatnya (Y). Semakin besar nilai r^2 maka variabel bebas tersebut semakin berpengaruh terhadap variabel terikatnya dan koefisien determinasi parsial yang paling besar berarti variabel bebas tersebut mempunyai pengaruh yang dominan.

4. Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) merupakan besaran yang menunjukkan besarnya variasi variabel *dependent* yang dapat dijelaskan oleh variabel *independent*nya. Koefisien determinasi (R^2) merupakan ukuran untuk

³¹ Sujarweni, *Metodologi Penelitian* ., 162.

mengetahui kesesuaian atau ketepatan hubungan antara variabel *independent* dengan variabel *dependent* dalam suatu persamaan regresi.³²

Selanjutnya untuk menyatakan besar kecilnya sumbangan variabel X terhadap Y dapat ditentukan dengan rumus koefisien determinan sebagai berikut:

$$KP = r^2 \times 100\%$$

Dimana:

$$KP = \text{Nilai koefisien Diterminan}$$

$$r = \text{Nilai koefisien korelasi}$$

Pengujian lanjutan yaitu uji signifikansi yang berfungsi apabila peneliti ingin mencari makna hubungan variabel X terhadap Y, maka hasil korelasi PM (*product moment*) tersebut di uji dengan signifikansi dengan rumus:

$$t_{hitung} = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dimana:

$$t_{hitung} = \text{nilai } t$$

$$r = \text{nilai koefisien korelasi}$$

$$n = \text{jumlah sampel.}^{33}$$

dominan.

³² Purwanto dan SK Suharyanto, *Statistik untuk Ekonomi dan Keuangan Modern* (Jakarta: Salemba Empat, 2004), 514.

³³ *Ibid.*, 81.