

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### A. Pendekatan Penelitian

Desain penelitian berfungsi sebagai alat untuk memudahkan pelaksanaan penelitian. Desain penelitian menggambarkan metodologi yang akan digunakan dan jenis penelitian yang akan dilakukan. Pada hakekatnya penelitian adalah suatu kegiatan ilmiah yang bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang cukup tentang masalah yang memuat fakta, konsep, generalisasi, dan teori yang bisa dipahami untuk memecahkan fenomena dan masalah yang muncul.<sup>42</sup>

Pada penelitian ini, metode kuantitatif digunakan sebagai metode penelitian. Metodologi kuantitatif adalah metode penelitian objektif yang melibatkan pengumpulan dan analisis data kuantitatif yang divalidasi dengan menggunakan metode statistik.<sup>43</sup> Dalam penelitian ini digunakan metode analitik berupa penelitian hubungan sebab akibat (riset kausal) yang sesuai dengan tujuan penelitian. Studi kausal adalah studi yang tujuan utamanya adalah untuk membangun hubungan sebab akibat yang dipengaruhi dan mempengaruhi oleh variabel-variabel yang diteliti.<sup>44</sup>

---

<sup>42</sup> Dini Silvia dan Tuti Alawiyah, *Metode Penelitian: Strategi Menyusun Tugas Akhir*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2020), 15.

<sup>43</sup> Asep Hermawan dan Husna Leila Yusran, *Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif*, (Depok : Kencana, 2017), 5.

<sup>44</sup> Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabet, 2012), 37.

## B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini bertempat di BMT Beringharjo Nganjuk, yang beralamatkan di Jl. DR. Soetomo N0. 66, Bogo Kidul, Kauman, Kec. Nganjuk, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur.

## C. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Menurut Sugiyono,<sup>45</sup> populasi adalah suatu kelompok umum yang terdiri dari subjek dan objek yang mempunyai mutu dan karakteristik yang telah peneliti jadikan sebagai pengetahuan untuk digunakan dalam kesimpulan penelitian. Populasi penelitian ini terdiri dari nasabah BMT Beringharjo Nganjuk yang menggunakan produk simpanan mudharabah sebanyak 2.283 nasabah.

### 2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang dipilih untuk penelitian dengan menggunakan teknik atau metode tertentu, dan hasil survei digunakan sebagai perwakilan dari populasi secara keseluruhan. Metode pengambilan sampel yang digunakan oleh penelitian ini adalah *probability sampling*. *Probability sampling* merupakan metode pemilihan data atau *sampling* sedemikian rupa sehingga semua data mempunyai peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel.

---

<sup>45</sup> Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 61.

Jadi, jika suatu elemen kemudian dipilih sebagai sampel, tidak ada penghalang untuk menguji kemungkinan dan probabilitasnya. Jika menginginkan hasil yang mewakili seluruh populasi, maka *probability sampling* adalah metode *sampling* yang tepat. Strategi ini dapat menghilangkan bias populasi dengan memberikan kesempatan yang sama kepada semua partisipan untuk berpartisipasi dalam sampel.<sup>46</sup> Penelitian ini menggunakan rumus Slovin, yaitu:

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah total populasi

e = Tingkat kesalahan atau batas eror (5%)

Dari rumus diatas, berikut ini merupakan jumlah sampel yang akan digunakan pada penelitian ini:

$$n = \frac{2.283}{1 + 2.283(0,05)^2}$$

$$n = \frac{2.283}{6,7}$$

$$n = 340 \text{ sampel}$$

Hasil dari perhitungan berdasarkan rumus yang digunakan oleh peneliti maka jumlah sampelnya sebanyak 340 responden.

---

<sup>46</sup> Garaika dan Darmanah, *Metodologi Penelitian*, (Lampung Selatan: CV. Hira Tech, 2019), 54.

#### D. Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono,<sup>47</sup> pada dasarnya variabel penelitian adalah segala sesuatu yang didefinisikan dalam bentuk apapun oleh seorang peneliti yang sedang mempelajari untuk mendapatkan informasi tentang hal tersebut dan kemudian menarik kesimpulannya. Variabel penelitian ada 2 yaitu:

1. Variabel bebas (*independent variabel*) yang digunakan dalam penelitian ini yaitu produk ( $X_1$ ) dan promosi ( $X_2$ ).
2. Variabel terikat (*dependent variabel*) yang digunakan dalam penelitian ini yaitu keputusan memilih simpanan mudharabah di BMT Beringharjo Nganjuk (Y).

#### E. Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono,<sup>48</sup> definisi fungsional variabel penelitian adalah atribut, sifat, atau nilai dari suatu objek atau aktivitas yang memiliki varian tertentu yang diidentifikasi oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian menarik kesimpulan dari hal tersebut. Selanjutnya, menurut Sugiyono,<sup>49</sup> variabel penelitian adalah nilai suatu objek atau kegiatan yang menunjukkan beberapa variabilitas yang ingin peneliti pelajari dan menarik kesimpulan darinya. Variabel operasional penelitian dijelaskan di bawah ini:

---

<sup>47</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2007), 52.

<sup>48</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi, (Mix Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2015), 38.

<sup>49</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi dengan Metode R&D*, (Bandung: Penerbit CV. Alfabeta, 2016), 59.

## 1. Variabel Bebas: Produk ( $X_1$ ) dan Promosi ( $X_2$ )

### a. Produk ( $X_1$ )

Produk merupakan segala hal yang dapat memberi manfaat dalam pemenuhan kebutuhan konsumen. Indikator produk ada 8 (delapan), diantaranya adalah: (a) Kinerja, (b) Fitur, (c) Keandalan, (d) Kesesuaian, (e) Ketahanan atau daya tahan, (f) Estetika, (g) Kualitas yang di prepsikan, dan (h) Kemudahan.<sup>50</sup> Dari teori Rambat Lupiyoadi dan Dedy A. Hamdani mengenai kedelapan indikator tersebut, maka peneliti memilih beberapa indikator yang memang sesuai dengan variabel dalam penelitian ini. Kemudian beberapa indikator yang tidak dipilih dikarenakan indikator tersebut kurang sesuai dengan variabel dalam penelitian ini. Dimana produk yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu produk suatu lembaga keuangan. Maka dalam pendekatan ini indikator yang akan digunakan oleh peneliti diantaranya, yaitu:

**Tabel 3.1**  
**Definisi Operasional Produk**

Variabel	Indikator Variabel
Produk ( $X_1$ )	Kinerja
	Fitur
	Kesesuaian
	Kemudahan

Sumber : Data diolah peneliti (2022)

### b. Promosi ( $X_2$ )

Promosi mengacu pada aktivitas yang menggunakan metode berbeda-beda, seperti periklanan, promosi penjualan dan promosi pribadi,

<sup>50</sup> Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi*, Edidi 3, 43.

distribusi produk, dan kepuasan pelanggan. Dari teori Kotler dan Keller mengatakan bahwa indikator promosi ada 4 (empat), dalam pendekatan ini semua indikator tersebut akan digunakan oleh peneliti karena memang sudah sesuai dengan variabel promosi. 4 (empat) indikator menurut Kotler dan Keller,<sup>51</sup> diantaranya adalah:

**Tabel 3.2**  
**Definisi Operasional Promosi**

Variabel	Indikator Variabel
Promosi (X <sub>2</sub> )	Periklanan
	Promosi Penjualan
	Hubungan Masyarakat
	Penjualan Pribadi

Sumber Data : Kotler dan Keller, 2016.

- c. Variabel Terikat Y: Keputusan Memilih Simpanan Mudharabah di BMT Beringharjo Nganjuk

Pengambilan keputusan adalah proses mengidentifikasi masalah dan mengkomunikasikan keputusan untuk menjadi nasabah lembaga keuangan yang dirasakan sebagai solusi kebutuhan dan keinginan nasabah. Dari teori Kotler dan Keller mengatakan bahwa indikator keputusan ada 5 (lima), dalam pendekatan ini semua indikator tersebut akan digunakan oleh peneliti karena memang sudah sesuai dengan variabel keputusan nasabah. 5 (lima) indikator dari keputusan menurut Kotler dan Keller, yaitu:<sup>52</sup>

<sup>51</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, 272.

<sup>52</sup> Ibid., 195.

**Tabel 3.3**  
**Definisi Operasional Variabel Keputusan Memilih Simpanan**  
**Mudharabah Pada BMT Beringharjo Nganjuk**

Variabel	Indikator Variabel
Keputusan Nasabah (Y)	Pengenalan Kebutuhan
	Pencarian Informasi
	Evaluasi Alternatif
	Keputusan Membeli
	Perilaku Pasca Membeli

Sumber Data : Kotler dan Keller, 2016.

## F. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah subjek dari mana data tersebut dapat diperoleh. Sumber data dalam penelitian dibagi menjadi dua bagian diantaranya sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh langsung dari sumber asli dengan menggunakan alat ukur yaitu kuesioner.<sup>53</sup> Sedangkan sumber data sekunder adalah sumber data yang dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain dan telah di publikasikan.<sup>54</sup> Sumber data dalam penelitian ini adalah nasabah pengguna produk simpanan mudharabah di BMT Beringharjo Nganjuk.

<sup>53</sup> Eko P. Widoyoko, *Teknik Menyusun Instrumens Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), 33.

<sup>54</sup> Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Upfe Umy, 2003), 61.

## **G. Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yaitu langkah-langkah yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data.<sup>55</sup> Penelitian kuantitatif memiliki beragam metode pengumpulan data, antara lain metode survei, wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data berupa kuesioner yang dibagikan kepada responden dan diajukan serangkaian pertanyaan untuk diisi tertulis oleh responden.<sup>56</sup>

## **H. Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian merupakan langkah penting pada prosedur penelitian. Langkah tersebut berfungsi sebagai sarana untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan guna penentuan keberhasilan penelitian yang ditargetkan. Penelitian ini menggunakan alat survei berupa kuesioner dengan pertanyaan untuk dijawab sebagai alat untuk menilai pengaruh produk dan promosi terhadap keputusan nasabah untuk memilih simpanan mudarabah di BMT Beringharjo Nganjuk.

---

<sup>55</sup> Syofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2017), 39.

<sup>56</sup> Sarmanu, *Dasar Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Statistika*, (Surabaya: Airlangga University Press, 2017), 57.



## J. Teknik Analisis Data

Dalam melakukan analisis data ada beberapa langkah-langkah sebagai berikut:

### 1. *Editing*

Pada langkah ini, data yang dimasukkan terlebih dahulu diperiksa untuk mengetahui ada tidaknya kesalahan input.

### 2. *Coding*

Tahap *coding* atau pengkodean ini berarti mengkodekan pertanyaan-pertanyaan yang diajukan agar data dapat dengan mudah dianalisis. Pada langkah ini, data yang tepat dikodekan dengan kode yang memiliki nilai tertentu, yang membuatnya lebih mudah untuk melakukan analisis data. Penelitian ini menganalisis variabel dengan menggunakan metode pengkodean pada variabel produk, promosi dan keputusan nasabah sebagai berikut:<sup>57</sup>

- a) Variabel bebas dengan pengkodean tanda X yaitu pada produk ( $X_1$ ) dan promosi ( $X_2$ ).
- b) Variabel terikat dengan pengkodean tanda Y yaitu pada keputusan memilih simpanan mudharabah di BMT Beringharjo Nganjuk.

### 3. *Scoring*

*Scoring* adalah evaluasi data sekunder dan primer yang telah dikodekan dan kemudian memberikan nilai dan bobot pada data tersebut dan proses *scoring* harus sama dengan jawaban yang diberikan.

---

<sup>57</sup> Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011), 174.

- a) Sangat Setuju = 5
- b) Setuju = 4
- c) Netral = 3
- d) Tidak Setuju = 2
- e) Sangat Tidak Setuju = 1

#### 4. *Tabulating*

Tabulasi adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan dengan menempatkannya dalam tabel-tabel tersendiri, menyusun angka-angka dan menghitungnya.

#### 5. *Processing*

*Processing* adalah proses mengelola, menghitung dan menganalisis data statistik melalui analisis data. Analisis statistik yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### a) Uji Instrumen

##### 1) Uji Validitas

Uji validasi adalah uji yang dapat mengukur keabsahan atau ketetapan suatu hasil kuesioner dalam suatu penelitian. Untuk mendapatkan hasil yang benar-benar valid maka perlu mengukur penelitian lebih dari sekali. Teknik analisa korelasi *pearson product moment* merupakan rumus yang akan digunakan untuk mengetahui valid tidaknya hasil penelitian.<sup>58</sup>

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n\sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

<sup>58</sup> M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Pustaka Media, 2005), 168.

Keterangan :

$r$  = Koefisien validitas dari pertanyaan

$x$  = Skor setiap pertanyaan atau pernyataan

$y$  = Skor total pertanyaan atau pernyataan

$n$  = Jumlah responden

## 2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk memverifikasi apakah instrumen yang digunakan reliabel. Metode pengujian reliabilitas ini menggunakan teknik analisis yang dikembangkan oleh Alpha Cronbach. Menurut Robert M. Kaplan dan Dennis P. Saccuzzo,<sup>59</sup> mengatakan bahwa perkiraan reliabilitas dalam cakupan nilai antara 0,70 dan 0,80 dianggap reliabel.

### b) Uji Asumsi Klasik

#### 1) Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, faktor bebas atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Apabila nilai *mean* dan *median* dari suatu variabel mempunyai nilai yang sama variabel dikatakan memenuhi asumsi normalitas. Berdasarkan pengamatan nilai skewness peneliti dapat melihat data terdistribusi normal jika memiliki nilai skewness = 0 (nol). Atau menghitung dengan cara (*skewness/ standar error of skewness*), dan rasio kurtosis dihitung dengan rumus (*kurtosis/*

---

<sup>59</sup> Robert M. Kaplan dan Dennis P. Saccuzzo, *Psychological Testing: Principles, Applications, & Issues*, Edisi 8, (), 104.

*standar error of kurtosis*), dan hasil dari koefisien rasio skewness dan kurtosis tidak melebihi angka 2 dapat dikatakan distribusi normal.<sup>60</sup>

## 2) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas diperlukan untuk mengetahui apakah suatu model regresi memiliki korelasi antar variabel bebas. Kriteria model regresi yang baik adalah tidak adanya hubungan atau korelasi antar variabel bebas. Jika variabel bebas dikorelasikan, maka tidak ortogonal. Variabel Orthogol merupakan variabel bebas tanpa adanya korelasi antar variabel bebas. Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearitas dalam analisis regresi, dapat diketahui nilai simpangan bakunya dan sebaliknya, atau menggunakan VIF (*Variance Inflation Factor*).<sup>61</sup> Kriteria pengambilan keputusan terkait uji multikolinearitas adalah sebagai berikut.<sup>62</sup>

- a. Jika nilai VIF < 10 atau nilai tolerance > 0,1 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.
- b. Jika nilai VIF > 10 atau nilai tolerance < 0,1 maka dinyatakan terjadi multikolinearitas.

## 3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya variasi dari satu pengamatan ke pengamatan lain dalam

<sup>60</sup> Johar Arifin, *SPSS 24 Untuk Penelitian dan Skripsi*, (Jakarta: Gramedia, 2017), 89.

<sup>61</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi dan Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2005), 105.

<sup>62</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23 Edisi 8*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016), 65.

suatu model regresi dan ketidaksamaan pada residual. Dasar pengambilan keputusan dalam penelitian ini menggunakan grafik *scatter plot* sebagai berikut:<sup>63</sup>

- a. Jika suatu grafik diketahui memiliki himpunan titik-titik yang membentuk pola normal, maka terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas pada gambar, maka tidak ada terjadi heteroskedastisitas.

#### 4) Uji Autokorelasi

Pengecekan apakah terdapat korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel periode sebelumnya ( $t-1$ ) dalam model regresi dapat dilakukan dengan uji autokorelasi, jika model regresi tidak memiliki autokorelasi, maka model regresi baik-baik saja. Pengujian autokorelasi menggunakan Uji Durbin-Watson yang berdasarkan nilai Durbin Watson:<sup>64</sup>

- a. Nilai pada DW menunjukkan lebih kecil daripada  $dL$  atau lebih besar daripada  $(4-dL)$  maka  $h_0$  ditolak, maka dikatakan terdapat autokorelasi.
- b. Nilai pada DW jika terletak antara  $dU$  dan  $(4-dU)$ , maka  $h_0$  diterima, bisa dikatakan tidak ada auto korelasi.

---

<sup>63</sup> Wiratman Sujarweni, *Belajar Mudah SPSS untuk Penelitian Mahasiswa dan Umum*, (Yogyakarta: Ardana Media, 2008), 180.

<sup>64</sup> Trihendari, *7 Langkah Melakukan Analisis Statistik Menggunakan SPSS 21*, (Yogyakarta: Andi Ofset, 2009), 197-198.

c. Nilai pada DW jika terletak antara dL dan dU atau antara (4-dU) dan (4-dL), bisa dikatakan tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

#### c) Uji Korelasi Berganda

Untuk mengetahui besarnya pengaruh antara 2 variabel atau lebih bisa menggunakan rumus sebagai berikut:<sup>65</sup>

$$r_{x_1x_2y} = \sqrt{\frac{r^2_{x_1y} + r^2_{x_2y} - 2 \cdot r_{x_1y} \cdot r_{x_2y} \cdot r_{x_1x_2}}{1 - r^2_{x_1x_2}}}$$

Keterangan :

$r_{x_1x_2y}$  = korelasi berganda

$r_{x_1y}$  = korelasi *product moment* antara  $x_1$  dan  $y$

$r_{x_2y}$  = korelasi *product moment* antara  $x_2$  dan  $y$

$r_{x_1x_2}$  = korelasi *product moment* antara  $x_1$  dan  $x_2$

$x_1$  = variabel bebas (produk)

$x_2$  = variabel bebas (promosi)

$y$  = variabel terikat (keputusan memilih simpanan mudharabah pada BMT Beringharjo Nganjuk)

#### d) Uji Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda merupakan model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel bebas yang dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Berikut ini merupakan persamaannya:

---

<sup>65</sup> Riduwan, *Dasar-Dasar Statistika*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 238.

$$y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

Keterangan :

Y = variabel terikat (keputusan memilih simpanan mudharabah pada BMT Beringharjo Nganjuk)

a = konstanta

b = koefisien regresi

X<sub>1</sub> = variabel bebas (produk)

X<sub>2</sub> = variabel bebas (promosi)

e) Uji Hipotesis

1) Uji F

Menurut Sunyoto,<sup>66</sup> uji F digunakan untuk menguji pengaruh semua variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat dalam penelitian. Beberapa langkah pengujiannya sebagai berikut:<sup>67</sup>

a. Menentukan Hipotesis

Ha = diterima jika  $f_{hitung} >$  dari  $f_{tabel}$ , artinya model regresi signifikan

Ho = ditolak jika  $f_{hitung} <$  dari  $f_{tabel}$ , artinya model regresi tidak signifikan

b. Tingkat signifikan ( $\alpha$ ) adalah 0,05 atau 5%

c. Menentukan  $F_{hitung}$

<sup>66</sup> Danang Sunyoto, *Metodologi Penelitian Akuntansi*, (Bandung: PT Refika Aditama Anggota Ikapi, 2016), 179.

<sup>67</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018), 97.

d. Menentukan  $F_{\text{tabel}}$ 

Dengan menggunakan tingkat keyakinan 95%,  $\alpha = 5\%$ , df

df pembilang  $k - 1 = 3 - 1 = 2$  dan penyebut  $n - k$

## e. Kriteria dan aturan pengujian

$H_0$  = diterima jika  $f_{\text{hitung}} >$  dari  $f_{\text{tabel}}$

$H_0$  = ditolak jika  $f_{\text{hitung}} <$  dari  $f_{\text{tabel}}$

f. Melakukan perbandingan  $F_{\text{hitung}}$  dengan  $F_{\text{tabel}}$ 

Penentuan nilai kritis dari  $F_{\text{hitung}}$  dilanjutkan dengan membandingkan dengan  $F_{\text{tabel}}$ , setelah diketahui nilai kritis maka dapat disimpulkan apakah  $H_0$  diterima atau ditolak.

## 2) Uji t

Uji t (parsial) dilakukan pada penelitian ini untuk menguji besarnya nilai koefisien regresi secara parsial atau masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat.

a. Jika  $t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$  atau  $-t_{\text{hitung}} \geq -t_{\text{tabel}}$ , maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima.

b. Jika  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  atau  $-t_{\text{hitung}} > -t_{\text{tabel}}$ , maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak.<sup>68</sup>

## 3) Koefisien Determinasi

Kemampuan model regresi dalam menjelaskan variabel *dependent* dapat diukur dengan menggunakan koefisien determinasi ( $R^2$ ). Dalam penelitian ini koefisien determinasi digunakan untuk

---

<sup>68</sup> Damondar Gurajati, *Dasar-Dasar Ekonometrika*, (Jakarta: Erlangga, 2006), 193.



mengetahui sejauh mana kemampuan variabel X dalam menjelaskan variabel terikat Y (keputusan memilih simpanan mudharabah di BMT Beringharjo Nganjuk) dengan produk ( $X_1$ ) dan promosi ( $X_2$ ). Titik acuan  $R^2 = 0$ , yang berarti dapat diketahui bahwa variabel bebas sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel terikat. Ketika  $R^2$  mendekati 1 yang berarti 100% berarti terdapat pengaruh yang kuat antara variabel bebas terhadap variabel terikat.<sup>69</sup>

---

<sup>69</sup> Dwi Prayitno, *Belajar Mandiri SPSS*, (Yogyakarta: Mediakom, 2008), 79