

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian

Waktu yang digunakan peneliti untuk melakukan penelitian ini dilaksanakan mulai dari penulisan proposal sampai skripsi selesai. Sedangkan tempat yang dijadikan sebagai latar penelitian yaitu di Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten yang beralamatkan di Jl. Jendral Sudirman No. 30 Ciceri Serang-Banten, tepatnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Sumber data yang didapat dalam penelitian ini bersumber dari data primer yang mana data ini didapatkan secara langsung dari sumber objek pertama atau tempat penelitian, dengan cara membagikan angket kepada sumber objek.

B. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah cara yang dilakukan oleh peneliti untuk mendapatkan data dan informasi mengenai hal yang berkaitan

dengan masalah yang diteliti.¹ Metode penelitian yang digunakan penulis adalah metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang tidak mementingkan kedalaman data, yang penting dapat merekam data sebanyak-banyaknya dari populasi yang luas. Penelitian kuantitatif juga dapat didefinisikan sebagai analisis data yang berbentuk numeric atau angka.²

Metode penelitian kuantitatif bisa juga disebut sebagai penelitian yang terstruktur dan mengkuantifikasikan data untuk dapat digeneralisasikan. Dalam penelitian kuantitatif, tehnik analisa data yang digunakan adalah untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam proses penelitian.³

¹ Deni Darmawan, "*Metode Penelitian Kuantitatif*", (Bandung, PT. Remaja Rosda Karya, 2013), h. 127

² Hendriyani dan Suryani, *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, (Jakarta: Pranada Media, 2015), h. 109

³ Fathor Rachman Utsman, *Panduan Statistika Pendidikan*, (Yogyakarta: Difa Press, 2012), h. 111

C. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian. Populasi dapat juga didefinisikan sebagai keseluruhan atau unit individu dalam ruang lingkup yang akan diteliti.⁴

Pengertian populasi yang lebih kompleks adalah bahwa populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek itu. Tujuan diadakannya populasi adalah agar kita dapat menentukan besarnya anggota sampel yang diambil dari anggota populasi. Adapun Populasi yang menjadi fokus unit pengamatan dalam penelitian ini adalah dari Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SMH Banten angkatan 2015-2016, yang terdiri dari Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah, Perbankan Syariah, dan Asuransi Syariah yang seluruhnya berjumlah 770 mahasiswa.

⁴ Nanang Martono, *Metode Penelitian*, h. 76

Tabel 3.1**Populasi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

Angkatan	Jurusan			Jumlah
	Ekonomi syariah	Perbankan syariah	Asuransi syariah	
2015	114	141	51	106
2016	209	165	90	464
	323	306	141	770

Sumber: Akademik FEBI

b. Sampel

Metode selanjutnya yaitu dengan menggunakan sampel yang artinya hanya sebagian dari anggota populasi.⁵ Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Atau, sampel dapat didefinisikan sebagai anggota populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasi.

Menurut Arikunto, sampel adalah bagian atau wakil populasi yang diteliti. Apabila populasi penelitian berjumlah

⁵ Burhan Nurgiantoro, Gunawan, Marzuki, *Statistic Terapan Untuk Ilmu –Ilmu Sosial*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2004), h. 21

kurang dari 100 maka sampel yang diambil adalah semuanya, namun apabila populasi penelitian berjumlah lebih dari 100 maka sampel dapat diambil antara 10-15% atau 20-25% bahkan lebih.⁶ Berdasarkan hal tersebut, sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 10% dari jumlah populasi, sehingga jumlah sampel yang didapatkan adalah $0,10 \times 770 = 77$ mahasiswa.

Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling* dilakukan dengan menggunakan model *accidental sampling*. Teknik *accidental sampling* yaitu teknik pengambilan sampel secara kebetulan. Dikatakan secara kebetulan karena siapa saja yang bertemu dengan peneliti pada tempat, waktu dan cara yang ditentukannya dapat dipilih sebagai sampel serta dipandang orang tersebut mampu dan cocok sebagai sumber data.⁷

⁶ Uswatun Hasanah Husen “*Pengaruh Pendapatan dan Potongan Harga Terhadap Perilaku Konsumen Menurut Perspektif Ekonomi Islam, (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah)*” (Skripsi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SMH Banten, 2017), h. 46

⁷ Mikha Agus Widiyanto, *Statistika Terapan*, (Jakarta: Elex Media Komutindo, 2013), h. 117

D. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah Proses memperoleh dan mengukur berbagai informasi tentang variabel yang akan diteliti dengan suatu cara yang sistematis. Cara sistematis ini memungkinkan peneliti untuk dapat menjawab atau mendapatkan jalan keluar dari pertanyaan-pertanyaan yang sedang diteliti, kemudian menguji hipotesis dan mengevaluasi hasil-hasil kajiannya berdasarkan data yang dikumpulkan tersebut.⁸

Adapun data yang akan didapatkan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan Instrumen-instrumen penelitian, Instrumen-instrumen penelitian yang akan digunakan antara lain:

a. Observasi

Teknik ini menuntut adanya pengamatan dari si peneliti terhadap objek yang ditelitinya, misalnya dalam melakukan eksperimen. Instrumen yang dipakai dapat berupa lembar pengamatan, panduan pengamatan, dan lainnya.⁹

⁸ Abuzar Asra, Puguh Bodro Irawan dan Agus Purwoto, *Metode Penelitian*, h. 97

⁹ Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003), h. 94

b. Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan atau data untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab, sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden, dengan menggunakan alat yang dinamakan panduan wawancara. Secara garis besar ada dua macam pedoman wawancara:

- 1) Pedoman wawancara tidak terstruktur, yaitu pedoman wawancara yang hanya memuat garis besar yang akan ditanyakan.
- 2) Pedoman wawancara terstruktur, yaitu pedoman wawancara yang disusun secara terperinci sehingga menyerupai *chek list*. Pewawancara tinggal membubuhkan tanda (*chek*) pada nomor yang sesuai.

Wawancara yang dimaksud di sini adalah teknik untuk mengumpulkan data yang akurat untuk keperluan

proses pemecahan permasalahan tertentu, yang sesuai dengan data.¹⁰

c. Angket/kuesioner

Angket/kuesioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang diberikan untuk mengetahui tanggapan responden terhadap suatu penelitian dengan jawaban tertulis pula. Dilihat dari bentuk pertanyaannya, kuesioner dapat dibedakan menjadi tiga macam, yaitu:¹¹

- 1) Pertanyaan terbuka (*opened cvquestion*) atau kuesioner tak terstruktur,
- 2) Pertanyaan tertutup (*closed question*) atau kuesioner terstruktur,
- 3) Pertanyaan tertutup dan terbuka (kombinasi), yaitu bentuk pertanyaan yang memberikan kesempatan kepada responden untuk memilih jawaban yang telah tersedia atau membuatnya sendiri.

¹⁰ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), h. 150

¹¹ Toto Syatori Nasehudin dan Nanang Gozali, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung, CV Pustaka Setia, 2012), h. 114

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup dengan alternatif jawaban responden telah disediakan oleh peneliti, berdasarkan skala likert 5 titik versi asli dari Dr. Rensist Likert.¹²

- a) Sangat Tidak Setuju (STS) : skor/bobot 1
- b) Tidak Setuju (TS) : skor/bobot 2
- c) Netral (N) : skor/bobot 3
- d) Setuju (S) : skor/bobot 4
- e) Sangat Setuju (SS) : skor/bobot 5

Kuesioner dalam penelitian ini akan disebarakan kepada para pengguna smartphone di kalangan mahasiswa FEBI UIN Banten. Kuesioner penelitian ini dibuat menggunakan *Google Formulir*, dan disebarakan melalui link <https://forms.gle/CfFdMtrvNGq2UtPk9>.

d. Dokumentasi

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dokumentasi, yang dimaksud dokumentasi disini berupa beberapa foto.

¹² Hendriyani dan Suryani, *Metode Riset*, h. 132.

e. Studi pustaka

Studi pustaka yaitu dengan mengumpulkan referensi baik dari buku-buku, jurnal, ataupun hasil temuan para peneliti terdahulu.

E. Jenis dan Sumber Data

Dalam sebuah penelitian terdapat dua sumber data yang bisa digunakan oleh para peneliti yaitu, sumber data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber datanya oleh peneliti untuk tujuan khusus, dengan kata lain data primer adalah data asli dari sumber tangan pertama (narasumber atau responden). Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh melalui studi literatur, baik data yang diperoleh dari perusahaan, internet, studi pustaka, dan sumber lainnya.

Pendekatan penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan Data Primer, yaitu peneliti mengumpulkan sendiri data yang diperoleh dengan menyebar

angket/kuisisioner kepada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sebagai pengguna *smartphone*.

F. Identifikasi Variabel

1. Variabel Bebas

Variabel bebas atau *independence variable* merupakan sebab yang diperkirakan dari beberapa perubahan dalam variabel terikat, biasanya dinotasikan dengan simbol X. Variabel bebas dalam penelitian ini sebagai berikut:

a. Kepribadian

Kepribadian adalah organisasi yang dinamis dari sistem psikofisis individu yang menentukan penyesuaian dirinya terhadap lingkungannya secara unik.¹³ Adapun faktor yang mempengaruhi kepribadian antara lain:

1. Faktor Genetik (keturunan)
2. Faktor Lingkungan
3. Faktor Situasi

¹³ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, Edisi Revisi (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2010), h. 60

4. Lingkungan

b. Gaya Hidup (X_2)

Gaya hidup secara luas didefinisikan sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana seseorang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungan (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia di sekitarnya (pendapat).¹⁴ Sedangkan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi gaya hidup yaitu:

1. *Activity* (aktivitas)

2. *Interest* (minat)

3. *Opinion* (opini)

c. Perilaku Konsumen (Y)

Variabel terikat atau *dependent variable* merupakan faktor utama yang ingin dijelaskan atau diprediksi dan dipengaruhi oleh beberapa faktor lain, bisa dinotasikan dengan Y. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah perilaku

¹⁴ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, h. 77

konsumen (Y). Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini.¹⁵

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen antara lain, yaitu:

1. Faktor-faktor Kebudayaan

- a) Kebudayaan
- b) Subbudaya
- c) Kelas sosial

2. Faktor-faktor Sosial

- a) Kelompok referensi
- b) Keluarga
- c) Peran dan status

3. Faktor-faktor pribadi

- a) Umur dan tahapan dalam siklus hidup
- b) Pekerjaan
- c) Keadaan ekonomi

¹⁵ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, h. 2

d) Gaya hidup

e) Kepribadian dan konsep diri

4. Faktor-faktor Psikologis

a) Motivasi

b) Persepsi

c) Proses belajar

d) Kepercayaan dan sikap

G. Definisi Operasional Variabel

Operasional ialah suatu definisi yang didasarkan pada karakteristik yang dapat diobservasi dari apa yang sedang didefinisikan atau mengubah konsep-konsep yang berupa konstruk dengan kata-kata yang menggambarkan perilaku atau gejala yang dapat diamati dan yang dapat diuji dan ditentukan kebenarannya oleh orang lain.¹⁶

¹⁶ Zulfikar, dan Nyoman Budiantara, *Manajemen Riset dengan Pendekatan Komputasi Statistika*, (Yogyakarta: Deepublish, 2014), h. 146

Tabel 3. 2
Konsep Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
1.	Kepribadian (X ₁)	Kepribadian adalah organisasi yang dinamis dari sistem psikofisis individu yang menentukan penyesuaian dirinya terhadap lingkungannya secara unik. ¹⁷	a. Lingkungan Pengguna <i>smartphone</i> b. Situasi/keadaan untuk menggunakan <i>smartphone</i> c. Kebiasaan/budaya menggunakan <i>smartphone</i>	Skala Likert
2.	Gaya Hidup (X ₂)	Gaya hidup secara luas didefinisikan sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana seseorang menghabiskan waktu mereka	a. Aktivitas menggunakan <i>smartphone</i> b. Minat dalam menggunakan <i>smartphone</i> c. Opini/pandangan terhadap <i>smartphone</i>	Skala Likert

¹⁷ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, h. 60

		(aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungan (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia di sekitarnya (pendapat). ¹⁸		
3.	Perilaku Konsumen (Y)	Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan	<ul style="list-style-type: none"> a. Kelas sosial pengguna <i>smartphone</i> b. Keadaan ekonomi saat membeli/menggunakan <i>smartphone</i> c. Motivasi untuk membeli <i>smartphone</i> 	Skala Likert

¹⁸ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, h. 77

		menyusuli tindakan ini. ¹⁹	d. Referensi saat hendak membeli <i>smartphone</i>	
--	--	---------------------------------------	--	--

H. Teknik Analisis Data

1. Uji Kelayakan Data

a. Uji Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu tes atau instrumen pengukur dapat dikatakan mempunyai validitas tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur, yang sesuai dengan maksud dilukukannya pengukuran tersebut. Tes yang menghasilkan data yang tidak relevan dengan tujuan

¹⁹ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, h. 2

pengukuran dikatakan sebagai tes yang memiliki validitas rendah.²⁰

Uji Validitas atau kesahihan adalah menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur (*valid measure if it successfully measure the phenomenon*). Dalam pengujian validitas ini peneliti menggunakan program *computer statistic* seperti SPSS.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas berkaitan dengan pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data (juga mengukur variabel) karena instrumen tersebut sudah baik.²¹ Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data (ukuran) yang sama.

Hal-hal pokok uji reliabilitas ini dapat disampaikan sebagai berikut:

²⁰ Saifuddin Azwar, *Reliabilitas Dan Validitas*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1997), h. 6

²¹ Muslich Anshori Dan Sri Iswati, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Surabaya: UNAIR (AUP), 2009), h. 75

- 1) Untuk menilai kestabilan ukuran dan konsistensi responden dalam menjawab kuesioner. Kuesioner tersebut mencerminkan konstruk sebagai variabel yang disusun dalam bentuk pertanyaan.
- 2) Uji reliabilitas dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh pertanyaan.
- 3) Uji reliabilitas diukur dengan menggunakan uji statistik *Cronbach's Alfa* (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alfa* $> 0,60$, sebaliknya jika *Cronbach's Alfa* $< 0,60$ maka data tersebut dikatakan tidak reliabel.²²

2. Pengujian Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas adalah suatu cara untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel independen keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*, jika nilai

²² Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik Dengan SPSS 15.0*, (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2009), h. 97

signifikansi (Sig.) $> 0,05$ maka data terdistribusi normal, tetapi apabila yang terjadi adalah sebaliknya, nilai signifikansi (Sig.) $< 0,05$ maka data tidak terdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas yaitu adanya hubungan linear yang pasti antara peubah-peubah bebasnya. Untuk mengetahui ada tidaknya masalah multikolinearitas dapat menggunakan nilai VIF (*Variance Inflation Factory*). Jika nilai VIF masih kurang dari 10, maka multikolinearitas tidak terjadi. Multikolinearitas terjadi pada model regresi dengan lebih dari satu variabel independen (regresi berganda) dimana terjadi korelasi yang kuat antar variabel independen. Kolinearitas terjadi pada model regresi dengan variabel bebas lebih dari satu (berganda). Gejala kolinearitas adalah jika semua variabel bebas dimasukkan dalam model persamaan regresi.²³

²³ Nawari, *Analisis Regresi dengan Ms Excel 2007 dan SPSS 17*, (Jakarta: Gramedia, 2010), h. 233

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan uji untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi dalam penelitian, terjadi ketidaksamaan varian dari residual yang diamati. Apabila varian yang diamati bersifat tetap, keadaan ini disebut sebagai homoskedastisitas. Sebaliknya jika varian yang diamati berubah dari satu pengamatan dengan pengamatan lain, kondisi data disebut heteroskedastisitas.²⁴

3. Model Analisis Data

Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah model analisis regresi berganda. Prinsip-prinsip dasar permodelan regresi majemuk tidak berbeda dengan regresi sederhana. Hanya saja jika pada regresi sederhana, hanya digunakan sebuah variabel bebas yang mempengaruhi variabel terikat, maka pada regresi majemuk digunakan lebih dari sebuah variabel bebas. Dengan semakin banyaknya variabel bebas berarti semakin tinggi pula kemampuan regresi

²⁴ Fajri Ismail, *Statistika untuk Penelitian Pendidikan dan Ilmu-ilmu Sosial*, (Jakarta: Prenada Media Grup, 2018), h. 220

yang dibuat untuk menerangkan variabel terikat, dengan demikian semakin banyak variabel independen yang digunakan maka semakin tinggi pula koefisien determinasinya (R^2).²⁵ Bentuk umum model regresi linear berganda variabel independen adalah:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Perilaku Konsumen

a = Konstanta

β = Koefisien Regresi

X_1 = Kepribadian

X_2 = Gaya Hidup

4. Pengujian Hipotesis

a. Uji T (Uji Parsial)

Pada dasarnya uji T (Parsial) digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial (per variabel *independent* atau bebas) terhadap variabel *dependent* atau terikat.

²⁵ Nachrowi D Nachrowi, dkk, *Pendekatan Populer dan Praktis Ekonometrika Untuk Analisis Ekonomi dan Keuangan*, (Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2006), h. 92

Apakah variabel tersebut memiliki pengaruh yang berarti atau signifikan terhadap variabel terikat (*dependent*) atau tidak. Pengujian ini dilakukan dua arah dengan hipotesis.

$$H_0 : \beta_1 = 0$$

Artinya tidak ada pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen.

$$H_a : \beta_1 < 0 \text{ atau } \beta_1 > 0$$

Artinya ada pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen.

b. Uji F (Simultan)

Uji F diperuntukkan guna melakukan uji hipotesis koefisien (slope) regresi secara bersamaan. Jika variabel bebas memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat maka model persamaan regresi masuk untuk kriteria cocok atau *fit*. Sebaliknya, jika tidak terdapat pengaruh secara simultan maka masuk dalam kategori tidak cocok atau non *fit*.²⁶ Derajat kepercayaan yang digunakan adalah 0,05. Apabila nilai F hasil perhitungan lebih besar dari

²⁶ Nachrowi D Nachrowi, dkk, *Pendekatan Populer*, h. 17

nilai F menurut tabel maka hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

H_0 diterima, bila $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau nilai sig $> 0,05$

H_0 ditolak, bila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai sig $< 0,05$

Jika terjadi penerimaan H_0 maka dapat diartikan sebagai tidak signifikannya model regresi multiple yang diperoleh sehingga mengakibatkan tidak signifikan pula pengaruh dari variabel-variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat.²⁷

c. Koefisien Korelasi (R)

Koefisien korelasi yang dinyatakan dengan r merupakan alat untuk menjelaskan hubungan antara variabel X dan Y . Koefisien korelasi pada dasarnya menunjukkan kemampuan hubungan antara variabel

²⁷ Mulyono, *Berprestasi melalui JFP ayo kumpulkan angka kreditmu*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), h. 113

independen (X_1, X_2, X_3, \dots) dengan variabel dependen yaitu (Y). Oleh karena itu untuk mempermudah pemberian kategori koefisien korelasi maka akan dibuat kriteria pengukuran sebagai berikut:²⁸

Tabel 3.3
Interval Koefisien Korelasi

Interval koefisien	Tingkat hubungan
0.000 – 0.199	Sangat rendah
0.200 – 0.399	Rendah
0.400 – 0.599	Sedang
0.600 – 0.799	Kuat
0.800 – 1.000	Sangat kuat

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (Goodness of Fit), yang dinotasikan dengan R^2 , merupakan suatu ukuran yang penting dalam regresi, karena dapat menginformasikan baik atau tidaknya model regresi yang terestimasi. Atau

²⁸ Duwi Priyatno, Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS, (Yogyakarta: MediaKom, 2010)., h. 16

dengan kata lain, angka tersebut dapat mengukur seberapa dekatkah garis regresi yang terestimasi dengan data sesungguhnya.²⁹

²⁹ Nachrowi D Nachrowi, dkk, *Pendekatan Populer*, h. 18-20