

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Setiap penelitian tentunya tidak akan pernah lepas dari apa yang menjadi Objek penelitiannya, baik yang berupa manusia maupun berupa peristiwa-peristiwa yang terjadi. Objek penelitian ini merupakan kenyataan dimana suatu masalah timbul, yang kemudian menjadi sumber utama dalam mendapatkan data.

Daerah yang akan dijadikan penelitian yaitu Kecamatan Cililin Kab. Bandung Barat. Objek penelitian adalah variabel penelitian ini meliputi keberhasilan usaha dengan indikator laba, strategi penetapan harga, differensiasi produk dan biaya differensiasi produk, kemampuan manajerial, serta promosi dan biaya promosi. Dengan subjek penelitian adalah pengusaha wajit Cililin

#### **3.2 Metode Penelitian**

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu. (Sugiono 1999: 1). Metode penelitian adalah tata cara bagaimana suatu penelitian dilaksanakan, dalam penelitiannya seorang peneliti harus menentukan metode yang akan digunakan dalam penelitiannya, karena Untuk memperoleh hasil yang baik dan memuaskan, maka penelitian yang sifatnya ilmiah harus menggunakan seperangkat metode yang tepat. Metode ini harus sesuai dengan tujuan penelitian dan sifat masalah yang diselidiki. dalam penelitian, karena hal itu akan berpengaruh terhadap berhasil tidaknya suatu penelitian.

Bertolak dari masalah-masalah dan tujuan yang telah dirumuskan, maka metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Survey Verifikatif. Yaitu metode penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok (Singarimbun, 1995:3). Dan metode Eksplanatory, yaitu penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel - variabel melalui pengujian hipotesis. (Singarimbun,1995;5). Sedangkan menurut Sugiyono (2007:10) Metode Explanatory Survey merupakan metode penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta pengaruh antara satu variabel dengan variabel yang lain.

### **3.3 Operaionalisasi Variabel**

Operasional variabel merupakan penjabaran dari variabel – variabel yang di teliti. Penjabaran variabel – variabel penelitian ini akan menjadi pedoman penelitian pada saat melakukan penelitian di lapangan. Pada dasarnya variabel yang akan diteliti dikelompokkan dalam konsep teoritis, empiris, dan analitis.

Konsep teoritis merupakan variabel utama yang bersifat umum. Konsep empiris merupakan konsep yang bersifat operasional dan terjabar dari konsep teoritis.konsep analitis adalah penjabaran yang lebih khusus dan terperinci dari variabel-variabel empiris. Adapun bentuk operasionalisasinya adalah sebagai berikut :

**Tabel 3.1**  
**Operasionalisasi Variabel**

<b>Variabel</b>	<b>Konsep teoritis</b>	<b>Konsep empiris</b>	<b>Konsep analitis</b>	<b>Jenis penyusunan data</b>
Keberhasilan usaha (Y)	Keberhasilan usaha yang dilihat dari perkembangan perolehan laba perusahaan	Keberhasilan usaha yang terjadi dilihat dari laba yang di peroleh	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perkembangan laba dalam presentase</li> <li>• Perkembangan skala usaha/volume penjualan dalam presentase</li> </ul>	Interval
Strategi penetapan Harga ( $X_1$ )	Keleluasaan perusahaan untuk menentukan produknya di atas atau di bawah harga umum di pasar yang di pengaruhi oleh biaya	Rencana penentuan harga produk untuk suatu pasar sasaran yang terdiri dari: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penetapan harga jual</li> <li>2. Penyesuaian harga</li> <li>3. Perubahan harga</li> </ol>	jawaban responden tentang: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penetapan harga jual yang berdasarkan biaya, permintaan dan pesaing.</li> <li>2. Penyesuaian harga berdasarkan potongan harga,</li> <li>3. perubahan harga berdasarkan harga pesaing.</li> </ol>	Ordinal
Diferensiasi Produk ( $X_2$ )	Upaya sebuah perusahaan untuk membedakan produknya dari produk pesaing dalam suatu	Suatu tindakan untuk merancang satu set perbedaan yang berarti membedakan penawaran	Jawaban responden tentang: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Banyaknya merk yang dimiliki perusahaan.</li> <li>2. Banyaknya jenis produk yang</li> </ol>	Interval

	sifat yang membuatnya lebih diinginkan, baik dari segi fisik, maupun kualitas barang.	perusahaan dari perusahaan pesaing.	dihasilkan perusahaan. 3. Banyaknya jenis kemasan yang digunakan. 4. Ukuran produk yang dibedakan	
Kemampuan manajerial (X <sub>3</sub> )	<p>Kemampuan Pengusaha Yang Meliputi :</p> <p>1. Keterampilan Teknis (<i>Technical Skill</i>)</p> <p>2. Keterampilan Manusiawi (<i>Human skill</i>)</p> <p>3. Keterampilan Konseptual (<i>conceptual skill</i>)</p>	<p>a. kemampuan teknik dalam proses operasaional</p> <p>a. pemberian motivasi</p> <p>b. komuikasi</p> <p>c. memimpin dan bertanggung jawab</p> <p>a. pembuatan keputusan</p> <p>b. penetapan tujuan</p>	<p>Jawaban responden tentang :</p> <p>a. Kemampuan Penggunaan alat</p> <p>b. Kemampuan menentukan jenis bunbu yang digunakan</p> <p>c. kemampuan cara membungkus yang baik.</p> <p>a. tingkat pemberian motivasi kepada karyawan</p> <p>b. tingkat kemampuan berkomunikasi</p> <p>c. tehnik kemampuan dalam memimpin dan bertanggung jawab.</p> <p>a. kemampuan dalam menentukan kebijakan dan pngambilan keputusan</p> <p>b. kemampuan dalam menetapkan dan merumuskan tujuan</p>	Ordinal
Promosi	semua jenis kegiatan	Keampuan perusahaan	Jawaban responden tentang :	Interval

(X <sub>4</sub> )	pemasaran yang digunakan untuk mendorong permintaan	untuk melakukan suatu kegiatan untuk menarik konsumen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Berapa banyak jumlah Brosur yang telah disebarakan</li> <li>• Diskon yang telah di berikan kepada konsumen</li> <li>• Kegiatan mengadakan pameran atau ikut serta dalam pameran</li> <li>• Kemampuan untuk melakukan kegiatan menarik konsumen</li> <li>• Biaya promosi yang di keluarkan</li> </ul>	
-------------------	---	---	---	--

### 3.4 Populasi Dan Sampel Penelitian

#### 3.4.1 Populasi

Populasi merupakan keseluruhan karakteristik objek penelitian. Hal ini sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh Sudjana, yaitu : “ Populasi adalah totalitas semua nilai yang mungkin, baik hasil menghitung maupun pengukuran kuantitatif atau kualitatif, daripada karakteristik tertentu mengenai sekumpulan subjek yang lengkap dan jelas (Sudjana,1992:161). Menurut Sugiono (1998:51) populasi adalah “ Wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya“. Dalam penelitian ini yang dijadikan populasi adalah seluruh pengusaha wajit cililin di Kecamatan Cililin Kab.Bandung barat sebanyak 23 orang.

### 3.4.2 Sampel

Menurut **Sugiyono** dalam bukunya “**Statistika Untuk Penelitian**” menyatakan bahwa: “Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi”.(2005;56) Sedangkan menurut Sudjana (1992:162) secara sederhana dapat dikatakan bahwa sampel adalah “ bagian dari populasi yang diambil dengan menggunakan cara tertentu“.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa sampel merupakan sebagian jumlah yang dimiliki oleh populasi yaitu orang yang mengisi kuesioner. Terkait dengan sampel penelitian ini, diketahui bahwa sentra usaha industri kecil waji cililin di Kabupaten Bandung Barat terdapat di daerah kecamatan cililin. Sehingga berdasarkan hal itu maka yang jadi sampel penelitian penulis adalah para pengusaha industri kecil waji cililin di Kecamatan Cililin Kab. Bandung Barat.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini untuk tahun terkhir menurut laporan tahun 2007 yang didasarkan pada pengusaha industri kecil waji cililin yang terdapat di daerah Kecamatan Cililin adalah sekitar 23 pengusaha Waji Cililin.

Mengenai ukuran sampel yang harus diambil, Suharsimi Arikunto (1998:17) mengatakan bahwa “Untuk sekedar ancer-ancer maka apabila subjeknya kurang dari 100, lebih baik diambil semuanya sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Selanjutnya jika jumlah subjeknya besar dapat diambil antara 10-15% atau 20-25% atau lebih.

Hal ini sesuai dengan pendapat Menurut Sugiono, apabila jumlah sampel sama dengan jumlah populasi dinamakan sensus adalah teknik penentuan sampel

bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel, hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil, kurang dari 30 orang (Sugiono, 1998:62). Jadi dalam penelitian ini tidak ada sampel, Karena yang diteliti dalam penelitian ini tidak ada sampel karena yang diteliti semua unit populasi yang diteliti yaitu sebanyak 23 pengusaha wajit cililin.

### **3.5 Teknik dan Alat Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian yaitu data primer dan sekunder. Untuk data primer pengumpulan datanya adalah sebagai berikut :

1. Angket (kuisioner) yaitu teknik pengambilan data melalui penyebaran seperangkat daftar pertanyaan tertulis kepada responden yang menjadi anggota sampel
2. Wawancara yaitu kegiatan pengumpulan data dan fakta dengan cara mengadakan Tanya jawab yang berkaitan dengan penelitian
3. Studi dokumenter yaitu studi yang digunakan untuk mencari dan memperoleh hal-hal atau variabel berupa catatan-catatan, laporan-laporan serta dokumen yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

#### **3.5.1 Instrumen Penelitian**

Dalam suatu penelitian alat pengumpul data atau instrumen penelitian akan menentukan data yang dikumpulkan dan kualitas itu menentukan kualitas penelitian. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket tentang pengaruh strategi penetapan harga, diferensiasi produk dan biaya diferensiasi, kemampuan manajerial serta, promosi dan biaya promosi terhadap

keberhasilan usaha dengan indikator laba pengusaha industri kecil wajit cililin di Kecamatan Cililin.

Adapun langkah-langkah penyusunan angket adalah sebagai berikut :

1. Menentukan tujuan pembuatan angket yaitu mengetahui pengaruh strategi penetapan harga, diferensiasi produk dan biaya diferensiasi, kemampuan manajerial serta, promosi dan biaya promosi terhadap keberhasilan usaha dengan indikator laba
2. Menjadikan objek yang menjadi responden yaitu para pengrajin rumah tangga makanan wajit cililin
3. Menyusun kisi-kisi angket
4. Menyusun pertanyaan-pertanyaan yang harus dijawab oleh responden
5. Menyusun pertanyaan-pertanyaan dan alternatif jawabannya
6. Memperbanyak angket
7. Menyebarkan angket
8. Mengelola dan menganalisis hasil angket

### **3.6 Pengujian Instrumen**

- Test of validity

Suatu tes dikatakan memiliki validitas tinggi apabila tes tersebut menjalankan fungsi atau memberikan hasil dengan maksud digunakannya tes tersebut. Dalam uji validitas ini digunakan rumus tehnik *Korelasi Product Moment* sebagai berikut :



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

Setelah diketahui besarnya koefisien korelasi ( r ),kemudian diperbandingkan dengan nilai dari r table dengan derajat kebebasan (n-2) dimana jikar hitung> r table maka valid sebaliknya jika r hitung < r tabel maka tidak valid.

Atau menggunakan pengujian taraf signifikansi koefisien korelasi dengan menggunakan rumus uji t sebagai berikut :

$$t = \frac{r_{xy} \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

(Suharsimi,Arikunto,1988:283)

Jika t hitung lebih besar dari t tabel, maka item pertanyaan tersebut signifikan atau valid. Sebaliknya jika t hitung lebih kecil dari t tabel, maka item pertanyaan tersebut tiadak signifikan atau tidak valid. Hasil uji validias dilampirkan pada Lampiran C

- Tes Reliability

“Tes Reliabilitas yaitu tes yang menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran relatife konsisten apabila pengukuran dilakukan secara berulang pada objek penelitian yang lain dengan karakteristik yang sama”. (Masri Singarimbun,1995:122)

Untuk menguji reliabilitas dalam penelitian ini digunakan tehnik alpha atau metode alpha, dimana metode ini mencari nilai reliabilitas internal yaitu menganalisis reliabilitas alat ukur dari satu kali pengukuran, rumus yang dugunakan adalah alpha sebagai berikut :

$$r_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

$r_{11}$  = reliabilitas instrumen

$k$  = banyaknya butir pertanyaan

$\sigma_b^2$  = jumlah varians butir / item

$\sigma_t^2$  = varians total

Varian dari kedua skor tes total dan untuk jawaban butir individual adalah indeks sebenarnya. Rumusnya adalah :

$$\sigma_b^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{k}}{k}$$

Sedangkan untuk mencari jawaban varians total adalah indeks sebenarnya.

Rumusnya sebagai berikut :

$$\sigma_t^2 = \frac{\sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{k}}{k}$$

*(Suharsimi Arikunto 1998 : 193)*

Untuk menghitung reliabilitas penulis juga menggunakan cara atau program SPSS 17. *for windows* yang kemudian di interpretasikan. Untuk mengetahui interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi. Menurut Suharsimi Arikunto (2002:245) interpretasi besarnya koefisien korelasi adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.2**  
**Interpretasi Besarnya Koefisien Korelasi**

<b>Interval Koefisien Korelasi</b>	<b>Tingkat Hubungan</b>
Antara 0,800 – 1,00	Reliabilitas Sangat Tinggi
Antara 0,600 – 0,800	Reliabilitas Tinggi
Antara 0,400 – 0,600	Reliabilitas Cukup
Antara 0,200 – 0,400	Reliabilitas Rendah
Antara 0,00 – 0,200	Reliabilitas Sangat Rendah

Sumber : Suharsimi Arikunto (2002:245)

Selanjutnya dengan menggunakan taraf signifikan  $\alpha = 0,05$ , nilai reliabilitas yang diperoleh dari hasil perhitungan diperbandingkan dengan nilai dari tabel.

Jika  $r_i > r_{tabel} \rightarrow$  Reliabel

Jika  $r_i < r_{tabel} \rightarrow$  Tidak Reliabel

Perhitungan reliabilitas instrument dengan menggunakan Microsoft exell 2007, Strategi Penetapan Harga di peroleh 0,643 artinya memiliki korelasi yang Cukup, sedangkan Kemampuan Manajerial diperoleh 0,912 artinya memiliki korelasi yang Sangat Tinggi. Hasil pengujian reliabilitas terlampir dalam Lampiran C

### 3.7 Teknik Analisis Data

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis Regresi Linier Berganda. Seperti yang diungkapkan oleh Suharsimi bahwa”.....ada tiga rukun dasar yang harus dicari dalam analisis regresi baik sederhana maupun berganda, yaitu adanya garis regresi, standar error of estimate, dan koefisien korelasi”. (Suharsimi Arikunto, 1998 : 286).

Dalam penelitian ini data yang diperoleh berbentuk data interval dan ordinal karena menggunakan analisis skala ordinal *Likert Summated rating*. Oleh karena semua variabel data yang diperlukan dalam penelitian ini diukur dalam skala interval, maka variabel yang berbentuk skala ordinal diubah menjadi skala interval dengan menggunakan *Methods of Succesive Interval* (MSI). Adapun langkah kerjanya adalah sebagai berikut :

1. Dicari frekuensi jawaban responden pada variabel yang diteliti untuk setiap kategori jawaban mulai dari yang sangat setuju sampai yang setuju (Skala 1-5)
2. Mencari kumulatif proporsi untuk setiap kategori.
3. Berdasarkan nilai kumulatif ini dicari nilai-nilai untuk setiap kategori dengan menggunakan total distribusi normal.
4. Diasumsikan proporsi kumulatif (PK) mengikuti distribusi normal baku, maka untuk setiap nilai PK (untuk masing-masing kategori respon) akan didapat nilai Z (dari normal baku). Hitung nilai distribusi f (Z) untuk masing-masing nilai Z.
5. Hasil di atas digunakan sebagai bobot pada setiap kategori respon rumus yang digunakan untuk mengitung skala adalah sebagai berikut:

$$\text{Nilai Skala} = \frac{\text{Densitas batas bawah} - \text{densitas batas}}{\text{Luasan batas atas} - \text{luasan batas bawah}}$$

6. Untuk memudahkan interprensi posisi awal diberi nilai skala (satu) kemudian bobot pada kategori respon lainnya di sesuaikan (*adjusted*).

Selanjutnya data interval tersebut dapat langsung diuji signifikansinya melalui pengujian hipotesis dengan melalui tahapan-tahapan sebagai berikut :

### 3.8 Analisis Korelasi

Analisis korelasi dilakukan untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antara variabel yang satu dengan variabel yang lain. Keeratan hubungan itu dinyatakan dengan nama koefisien korelasi. Adapun klasifikasi koefisien korelasi adalah sebagai berikut :

Klasifikasi Koefisien Korelasi	
Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

(Riduwan, 2005:138)

Analisis regresi digunakan untuk tujuan peramalan (memprediksi), dimana dalam analisis ini ada sebuah variabel independent yaitu Strategi Penetapan Harga, Diferensiasi Produk, Kemampuan Manajerial, Promosi dan variabel dependen yaitu keberhasilan usaha. Dalam penelitian ini digunakan analisis regresi linear berganda yang menggambarkan model hubungan antara variabel independent dan dependent, adapun persamaan umum regresi linear

### 3.9 Menentukan Persamaan Regresi

Regresi Linier Berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh langsung antara strategi penetapan harga (X1), diferensiasi produk (X2), kemampuan manajerial (X3), promosi (X4) sebagai variabel *independent* terhadap keberhasilan usaha dengan indikator laba (Y) sebagai variabel *dependent*. Pengolahan data tersebut dibantu dengan menggunakan Komputer melalui program SPSS. Adapun bentuk persamaan dari variabel diatas adalah sebagai berikut:

$$Y = a_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Gujarati ( 2001:91)

Adapun model persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini

adalah :

$$Y = a_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan:

Y = Keberhasilan Usaha

a = Konstanta regresi

$\beta$  = Koefisien regresi

X<sub>1</sub> = Strategi Penetapan Harga

X<sub>2</sub> = Diferensiasi Produk

X<sub>3</sub> = Kemampuan Manajerial

X<sub>4</sub> = Promosi

Dalam analisis regresi ada beberapa langkah yang harus dilakukan diantaranya sebagai berikut :

- 1) Mengadakan estimasi (penaksiran) terhadap parameter berdasarkan data empiris.
- 2) Menguji berapa besar variasi variabel terikat (*dependent*) dapat diterangkan oleh variasi variabel bebas (*independent*).
- 3) Menguji apakah penaksiran atau estimasi parameter tersebut signifikan atau tidak.
- 4) Menguji apakah tanda atau maghitung dari estimasi sesuai dengan teori atau tidak.

### **3.10 Rancangan Pengujian Hipotesis**

Hipotesis adalah alternatif dugaan jawaban yang dibuat oleh peneliti bagi problematika yang diajukan dalam penelitiannya. Dugaan jawaban tersebut merupakan kebenaran yang sifatnya sementara, yang akan diuji kebenarannya dengan data yang dikumpulkan melalui penelitian. Dengan kedudukannya itu maka hipotesis akan berubah menjadi kebenaran, akan tetapi juga dapat tumbang sebagai kebenaran.

Tujuan peneliti mengajukan hipotesis adalah agar dalam kegiatan penelitiannya, perhatian peneliti terfokus hanya pada informasi atau data yang diperlukan bagi pengujian hipotesis. Untuk pengujian hipotesis, penelitian dilakukan dengan mengambil nilai-nilai statistik yang perlu dihitung kemudian di bandingkan dengan kriteria tertentu.

#### **1. Penetapan Tingkat Signifikansi**

Tingkat signifikansi yang digunakan adalah 95% ( $\alpha = 0,05$ ) dan merupakan tingkat signifikansi yang sering dipakai dalam ilmu-ilmu sosial untuk menunjukkan korelasi antara variabel yang cukup nyata  $\alpha = 0,05$  artinya hasil penelitian bisa dipertanggungjawabkan bila kekeliruan dalam proses penelitian besarnya tidak lebih dari 5%, dengan kata lain kira-kira 95% peneliti yakin bahwa kesimpulan yang dibuat adalah benar.

#### **2. Pengujian Hipotesis**

- Uji F atau Pengujian Hipotesis secara Stimulant (analisis varian, Tabel Anova)

$$F = \frac{R^2 / K}{(1-R^2) / (n-k-1)}$$

- Jika F hitung > F tabel maka  $H_0$  di tolak  $H_a$  diterima
- Jika F hitung < F tabel maka  $H_0$  di terima  $H_a$  ditolak

Artinya apabila F statistik < F tabel maka koefisien ganda yang diuji tidak signifikan, tetapi sebaliknya F statistik > F tabel maka koefisien ganda yang diuji signifikan dan dapat dijadikan sebagai dasar prediksi serta menunjukkan adanya pengaruh secara simultan, dan ini dapat dilakukan untuk seluruh populasi.

- uji t atau Pengujian Hipotesis secara Parsial

$$t_{hitung} = \frac{bk}{sbk}$$

Dengan ketentuan :

- Jika t hitung > t tabel maka  $H_0$  di tolak  $H_a$  diterima
- Jika t hitung < t tabel maka  $H_0$  di terima  $H_a$  ditolak

Kriteria pengujian t:

Pengujian hipotesis dengan uji t di dasarkan pada tingkat kepercayaan  $\alpha = 0,05$ :

$H_0$  diterima jika t statistik < t tabel, df [k;(n-k)]

$H_0$  ditolak jika t statistik > t tabel, df [k;(n-k)]

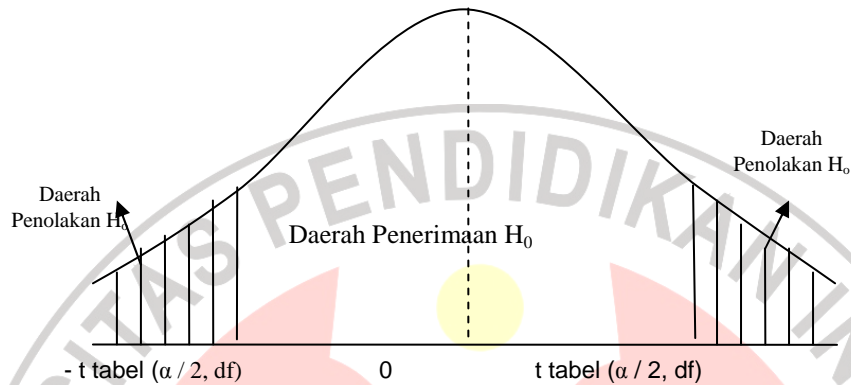
(Damodar Gujarati, 1997:73)

Artinya apabila t statistik > t tabel maka koefisien korelasi parsial tersebut signifikan sehingga dapat dijadikan sebagai dasar prediksi dan menunjukkan adanya pengaruh secara parsial antara variabel terikat (dependent) dengan variabel bebas (independent), atau sebaliknya t statistik < t tabel maka koefisien korelasi parsial



tersebut tidak signifikan antara variabel terikat (dependent) dengan variabel bebas (independent).

**Gambar 3.1**  
**Daerah Penerimaan dan Penolakan  $H_0$  (uji t)**



**3. Menguji koefisien korelasi dan determinasi ( $R^2$ )**

$$R^2 = \frac{\text{Jumlah kuadrat regresi (JKR)}}{\text{Jumlah kuadrat total (JKT)}}$$

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) yaitu angka yang menunjukkan besarnya derajat kemampuan menerangkan variabel bebas terhadap variabel terikat dari fungsi tersebut. Dengan cara simultan variabel bebas terhadap variabel terikat dari fungsi tersebut. Dengan cara simultan variabel X dan Y dapat dihitung dengan koefisien determinasi secara simultan melalui rumus :

Besarnya nilai  $R^2$  diantara nol dan satu ( $0 < R^2 < 1$ ), dengan ketentuan sebagai berikut :

- Jika  $R^2$  semakin mendekati angka 1, maka hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat semakin erat/dekat, atau dengan kata lain model tersebut dapat nilai baik.
- Jika  $R^2$  semakin menjauhi angka 1, maka hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat jauh atau tidak erat, dengan kata lain model tersebut dapat dinilai kurang baik.

