BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian berjenis kuantitatif kausal komparatif yaitu penelitian yang diarahkan untuk menyelidiki hubungan sebab-akibat berdasarkan pengamatan terhadap akibat yang terjadi dan mencari faktor yang menjadi penyebab melalui data yang dikumpulakan. Dalam penelitian ini pendekatan dasarnya adalah dimulai dengan adanya perbedaan dua kelompok dan kemudian mencari faktor yang mungkin menjadi penyebab atau akibat dari perbedaan tersebut. Dalam hal ini ada unsur yang membandingkan antara dua atau lebih variabel. Masalah penelitian dalam hubungan kausal termasuk dalam rumusan asosiatif, bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab-akibat. Jadi disini ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (variabel yang dipengaruhi).[1]

Dalam penelitian ini yang termasuk variabel independen (variabel yang mempengaruhi) adalah simbol agama Islam verbal dan simbol agama Islam non verbal, sedangkan variabel dependen (variabel yang dipengaruhi) adalah loyalitas konsumen.

[1] Sugiyono, *Metode penelitian pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, (Bandung: Alfabeta, 2008), 57-59.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian merupakan daerah pengamatan tempat diadakannya penelitian untuk mengumpulkan data. Pada penyusunan skripsi ini lokasi penelitian yang dilakukan penulis pada Waroeng Steak and Shake yang terletak di jl. Flores no. 31 Surabaya. Adapun waktu penelitian dilaksanakan selama 5 hari pada hari sabtu sampai dengan hari rabu, tanggal 4 – 8 Juni 2016.

C. Popoulasi dan Sampel Penelitian

Sebelum menentukan sampel, maka terlebih dahulu peneliti harus menentukan populasi. Populasi adalah kumpulan dari keseluruhan pengukuran, objek, atau individu yang sedang dikaji. Populasi juga dapat diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas : objek atau subjek yang memiliki kualitas atau karekteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.[2] Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen muslim yang datang di Waroeng Steak and Shake Surabaya.

Sedangkan sampel adalah bagian kecil dari anggota populasi yang diambil berdasarkan teknik tertentu sehingga dapat mewakili populasinya.[3] Dengan kata lain bahwa sampel adalah bagian dari populasi. Penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *non probability sampling* yakni dengan teknik *accidental sampling* atau *convinience sampling*, yaitu

[2] Sugiyono, *Metode penelitian pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, (Bandung: Alfabeta, 2008), 69
[3] Hendri Tanjung dan Abrista Devi, *Metode Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gramata Publishing, 2013), 113.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

teknik penarikan sampel dari populasi berdasarkan apa adanya, dengan alasan untuk kemudahan mendapatkan data, dengan tanpa memperhitungkan derajat kepresentativitasnya.[4] Alasan penggunaan teknik *accidental sampling* atau *convinience sampling* ini karena populasinya adalah individu-individu yang sukar ditemui dengan alasan sibuk, tidak mau diganggu, tidak bersedia menjadi responden, atau alasan lainnya.[5] Oleh karena itu dalam penelitian ini siapa saja yang ditemui oleh peneliti dan masuk dalam kategori populasi akan dijadikan sebagai sampel atau responden.

Sedangkan dalam penentuan jumlah sampel yang populasinya besar dan jumlahnya tidak diketahui (*infinite population*) dimana pada penelitian ini adalah pelanggan Waroeng Steak and Shake yang datangnya tidak pasti sehingga jumlahnya pun tidak diketahui, maka menurut Rao Purba dapat menggunakan rumus:[6]

$$n = \frac{Z^2}{4(moe)^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

Z = Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam penentuan sampel 95% = 1,96

Moe = *Margin of error* atau kesalahan maksimum yang bisa ditoleransi, biasanya 10%

Maka dari perhitungan rumus di atas diperoleh:

---

[4] Jusuf Soewadji, *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012), 140.
[5] Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta:Kencana Media Grup, 2009), 126.
[6] Marhadi, Lilis Sulistyowati, dan Aida Nursanti, "Analisis Pengaruh Kreativitas Iklan, Daya tarik Iklan, dan Kredibilitas Endorser Terhadap *Brand Attitude* pada Produk Handphone Android di Kota Pekanbaru", *Jurnal Ekonomi*, Vol.22, No. 1 (Maret 2014), 9.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

$$n = \frac{1{,}96^2}{4(0{,}1)^2} = 96 \approx 100$$

Jadi jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 100.

D. Variabel Penelitian

Variabel adalah sesuatu yang berubah-ubah atau tidak tetap. Variabel dapat juga diartikan sebagai konsep dalam bentuk konkrit atau bentuk operasional. Guna mengoperasionalkannya, maka variabel harus dijelaskan parameter atau indikator-indikatornya.[7] Variabel penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang atau kegiatan yang mempunyai varian tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Pada umumnya variabel dibedakan menjadi dua jenis, yakni variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependen*t). Berdasarkan pendahuluan dan landasan teori yang telah dipaparkan, variabel dependen dan independen yang dipakai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Variabel bebas (*independence variable*)

Variabel bebas merupakan sebab yang diperkirakan dari beberapa perubahan dalam variabel terikat, biasanya dinotasikan dengan simbol X. dengan kata lain variabel bebas merupakan variabel yang memengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel terikat. Dalam penelitian ini yang merupakan variabel bebas adalah simbol agama Islam verbal dan simbol agama Islam non verbal.

[7] Zainuddin Masyhuri, *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dan Aplikatif*, (Bandung:PT Rafika Aditama, 2009), 122.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Variabel terikat (*dependent variable*)

Variabel terikat merupakan faktor utama yang ingin dijelaskan atau diprediksi dan dipengaruhi oleh beberapa faktor lain, biasa dinotasikan dengan Y. Dalam penelitian ini yang merupakan variabel terikat adalah loyalitas konsumen.

E. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan bagian yang mendefinisikan sebuah konsep atau variabel agar dapat diukur, dengan cara melihat pada dimensi (indikator) dari suatu konsep /variabel. Dimensi (indikator) dapat berupa: perilaku, aspek, atau sifat/karakteristik.[8]

Berikut ini akan dijelaskan mengenai definisi operasional variabel yang akan digunakan dalam penelitian, yaitu:

1. Variabel bebas: Simbol-simbol Keagamaan (X)
   a. Simbol Agama Islam verbal (X_1) merupakan simbol-simbol yang berupa bahasa yang dituturkan oleh para pelaku di suatu objek.[9] Sesuai dengan pendapat Noth dalam Dharmojo Indikator simbol Agama Islam verbal diukur melalui 4 item terdiri atas:
      - Memperdengarkan lantunan adzan ketika waktu sholat sebagai pengingat untuk melaksanakan sholat
      - Memperdengarkan lagu-lagu Islami setelah adzan berkumandang
      - Para pelayan yang ramah dalam menyapa konsumen

[8] Noor Juliansyah, *Metodologi penelitian*, (Jakarta:Prenadamedia group, 2011), 98.
[9] Dharmojo, *Sistem Simbol*…, 23.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

- Mengucapkan salam "*Assalamualaikum*" kepada konsumen yang datang

b. Simbol Agama Islam non verbal (X_2) adalah suatu sistem yang berasal dari komponen-komponen selain komponen verbal yang berupa bahasa yang dipergunakan sebagai komunikasi, yang berupa fisik dan tindakan.[10] Sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Both dalam Dharmojo, indikator ini diukur melalui 9 item sebagai berikut:

- Makanan yang disajikan terjamin kehalalannya karena ada label halal dari MUI
- Makanan yang disajikan terjamin kebersihannya
- Terdapat fasilitas musholla yang nyaman
- Peralatan sholat yang tersedia di musholla lengkap
- Terdapat ornamen Islam di dinding-dinding restoran
- Ajakan untuk bersedekah dari pemimpin restoran
- Pengajian rutin sebagai wujud dakwah dari Waroeng Steak and Shake kepada para konsumen
- Larangan merokok bagi seluruh karyawan di Waroeng Steak and Shake
- Hadiah umrah atau haji kepada karyawan yang memiliki kinerja yang bagus

[10] Ibid., 25.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Variabel terikat (Y)

Loyalitas Konsumen, merupakan komitmen pelanggan terhadap Waroeng Steak and Shake yang didasarkan atas sikap positif yang tercermin dalam bentuk pembelian berulang secara konsisten. Sesuai dengan teori Griffin, loyalitas konsumen diukur dengan empat indikator yaitu:

1. Melakukan pembelian ulang, merupakan niat pelanggan untuk melakukan pembelian ulang terhadap produk/jasa. Indikator ini diukur melalui 2 item:
   a. Kesediaan pelanggan untuk mengunjungi Waroeng Steak and Shake.
   b. Kesediaan pelanggan untuk seterusnya mengunjungi dan mengkonsumsi aneka menu makanan di Waroeng Steak and Shake.
2. Mengatakan hal-hal positif tentang perusahaan kepada orang lain, merupakan niat pelanggan untuk memberikan informasi yang baik kepada orang lain. Indikator ini diukur melalui 1 item sebagai berikut:
   a. Mengatakan hal-hal positif tentang perusahaan kepada orang lain.
3. Merekomendasikan perusahaan kepada orang lain, merupakan niat pelanggan untuk merekomendasikan. Indikator ini diukur melalui 2 item sebagai berikut:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Merekomendasikan kepada seseorang yang membutuhkan informasi.

b. Mengajak keluarga atau teman untuk memilih Waroeng Steak and Shake sebagai tempat makan favorit.

4. Memberikan informasi personal kepada perusahaan (giving personal information), merupakan niat memberikan informasi personal kepada Waroeng Steak and Shake. Indikator ini diukur melalui 3 item sebagai berikut:

a. Memberikan umpan balik mengenai produk/jasa baru dan memberitahukan apa saja yang mereka inginkan.

b. Pelanggan untuk memberikan informasi personal tentang kinerja produk atau jasa.

c. Pelanggan untuk memberikan saran-saran untuk perbaikan produk/jasa.

F. Data dan Sumber Data

1. Jenis Data

Berdasarkan sifatnya, data dibedakan menjadi dua yaitu data kualitatif dan kuantitatif, berikut penjelasannya:

a. Data kuantitatif

Yaitu data berupa angka sebagai alat untuk menemukan keterangan mengenai apa yang ingin diketahui peneliti. Dalam

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penelitian ini, data kuantitatif berupa data yang diperoleh dari penyebaran hasil angket dan hasil wawancara dengan pelanggan.

b. Data Kualitatif

Data kualitatif dalam penelitian ini meliputi sejarah berdirinya Waroeng Steak and Shake, visi dan misi serta produk yang ditawarkan.

2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu:

a. Sumber Primer, adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Dalam penelitian ini data primer bersumber dari responden yaitu konsumen Waroeng Steak and Shake Surabaya.

b. Sumber Sekunder, adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahannya. Dalam penelitian ini sumber data sekunder didapat dari buku literatur, jurnal, skripsi, dan internet.

G. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah suatu proses pengumpulan data primer dan sekunder, dimana langkah ini amat penting dalam penelitian karena data yang dikumpulkan akan digunakan untuk pemecahan masalah yang sedang diteliti atau untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Angket dan kuesioner

   Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang terstruktur yang terdiri dari sekumpulan pertanyaan tertulis yang ditujukan kepada konsumen.

   Pertanyaan yang ada merupakan kombinasi dengan pilihan dengan skala sikap yang berpedoman pada skala likert. Skala ini seperangkat pertanyaan yang merupakan pendapat responden mengenai sikap objek, setiap jenis pendapat nilai sesuai arah pertanyaan, yaitu pertanyaan positif dengan skala likert.

2. Wawancara

   Penelitian ini dilakukan dengan mengadakan wawancara-wawancara langsung dengan sumbernya yaitu supervisor dan karyawan Waroeng Steak and Shake di Surabaya.

3. Studi kepustakaan (library research)

   Penelitian ini dilakukan dengan cara mencari dan mengumpulkan berbagai bahan bacaan dan menggali berbagai teori yang didapat dari buku pegangan, jurnal, media masa, internet yang berkaitan dengan topik penelitian. Untuk kemudian dipilih beberapa yang ada relevansinya dengan analisa yang dilakukan.

4. Teknik dokumentasi

   Adalah suatu teknik pengumpulan data dengan cara mengutip langsung dengan data-data yang diperoleh dari perusahaan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

H. Teknik Analisis Data

1. Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan adalah metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif ini adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih.

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh simbol-simbol keagamaan terhadap loyalitas konsumen, dilakukan dengan menggunakan skala likert yaitu digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.[11] Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang berupa kata-kata antara lain:

Tabel 3.1
Skala Likert

Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Ragu-ragu	Setuju	Sangat setuju
STS	TS	R	S	ST
1	2	3	4	5

Sumber:Sugiyono, metode penelitian bisnis ,2005, hlm 87

Selanjutnya data diperoleh dengan menggunakan kuesioner, dimana hasil analisisnya akan dipresentasikan dalam bentuk tabel. Hasil dalam bentuk tabel dianalisis berdasarkan variabel simbol-simbol

[11] Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: CV Alfabeta, 2005), 85.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

keagamaan terhadap loyalitas konsumen pada Waroeng Steak and Shake di Surabaya.

Setelah dilakukan hasil perhitungan atas hasil kuesioner pengolehan data kualitatif yang didapat mengenai simbol-simbol keagamaan dan loyalitas konsumen, dilakukan pengujian statistik regresi berganda linier dan analisis koefisien korelasi.

2. Uji Validitas dan Reliabilitas

A. Uji Validitas

Validitas adalah indeks yang menunjukkan tingkat kekuatan suatu alat pengukuran. Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel.

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur itu mampu mengukur apa yang ingin diukur. Instrument yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid.[12]

Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikansi 0,05. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:[13]

[12] Budi Santosa, Purbayu, dan Ashari, *Analisis Statistik dengan Microsoft Excell dan SPSS*, (Yoryakarta:Andi, 2005), 248.
[13] Dwi priyatno, *Mandiri Belajar SPSS*, (Yogyakarta: MediaKom, 2008), 18.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Jika r hitung ≥ r tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
b. Jika r hitung < r tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

B. Uji Reliabilitas

Pengujian reabilitas adalah indeks yang menunjukkan terhadap tingkat kekuatan suatu alat pengukur dapat dipercaya dan diandalkan. Reabilitas menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama, dengan alat pengukur yang sama.[14]

Uji reabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan untuk lebih dari satu variabel, namun sebaiknya uji reabilitas sebaliknya dilakukan pada masing-masing variabel pada lembar kerja yang berbeda sehingga dapat diketahui konstruk variabel mana yang tidak reliabel. Reabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *cronbach alpha* >0,60.[15]

Pengujian reabilitas instrument dapat dilakukan secara eksternal maupun internal. Secara eksternal pengujian dapat dilakukan dengan test retest, equivalent, dan gabungan keduanya.

[14] Agung Nugraha Bhuono, *Strategi Jitu Memilih Strategi Statistik Penelitian dengan SPSS*, (Yogyakarta: Andi, 2005), 68.
[15] Ibid; 72.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Secara internal reabilitas instrument dapat diuji dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada pada instrument dengan teknik tertentu.[16]

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini teknik yang digunakan untuk menganalisis data adalah analisis regresi linier berganda (*multiple linier regression method*) yang bertujuan untuk menguji pengaruh dan hubungan lebih dari satu variabel bebas terhadap variabel terikat. Pada awalnya analisis regresi berganda dikembangkan oleh para ahli ekonometri untuk membantu meramal akibat dari aktivitas-aktivitas ekonomi pada berbagai segmen ekonomi. Fenomena ekonomi dan bisnis bersifat kompleks sehingga perubahan suatu variabel tidak hanya dapat dijelaskan hanya dengan menggunakan satu variabel bebas saja.[17]

Prinsip-prinsip yang mendasari regresi linier berganda tidak berbeda dengan regresi linier sederhana. Akan tetapi dalam regresi linier berganda akan dijumpai beberapa permasalahan seperti normalitas, multikoliniearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi.[18] Bentuk umum persamaan regresi linier berganda yang digunakan adalah sebagai berikut:

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

[16] Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: CV Alfabeta, 2005), 122
[17] Suliyanto, *Ekonometrika Terapan Teori dan Aplikasi dengan SPSS*, (Yogyakarta:CV Andi Offset, 2011), 53.
[18] Djalal Nachrowi, Hardius Usman, *Penggunaan teknik ekonometri*, (Jakarta:PT Raja Grafindo, 2008), 118.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Keterangan

Y = Loyalitas Konsumen

a = konstanta merupakan nilai terikat yang dalam hal ini adalah Y pada saat variabel bebasnya adalah 0 (X_1, X_2 = 0)

β_1-β_2 = koefisien regresi masing-masing variabel bebas

X_1 = simbol Agama Islam verbal

X_2 = simbol Agama Islam non verbal

e = Konstanta

4. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ini dilakukan agar memperoleh model regresi yang bisa dipertanggungjawabkan dan mempunyai hasil yang tidak bias atau disebut BLUE (*Blue Linear Unbiased Estimator*).[19] Model regresi berganda dapat disebut sebagai model yang baik, jika tersebut memenuhi asumsi normalitas data yang terbatas dari asumsi klasik statistik, baik itu normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi.[20]

A. Uji Normalitas

Uji asumsi normalitas bertujuan untuk menguji sebuah model regresi, variabel independen, variabel dependen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi normal atau mendekati normal. Dasar pengambilan keputusan memenuhi normalitas atau tidak, sebagai berikut:

[19] Imam Gozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit UNDIP,2007), 98.
[20] Agung Nugraha Bhuono, *Strategi Jitu Memilih Strategi Statistik Penelitian dengan SPSS*, (Yogyakarta: Andi, 2005), 57.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi normalitas.
b. Jika data yang menyebar jauh dari garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka regresi tidak memenuhi normalitas.

Uji normalitas dilakukan dengan menguji nilai residual dari persamaan regresi dengan menggunakan uji kolmogorov-smirnov. Jika signifikansi pada nilai kolmogrov smirnov < 0,05 maka Ho ditolak, jadi data residual berdistribusi tidak normal. Jika signifikansi pada nilai K-S > 0,05 maka Ho diterima, jadi data residual berdistribusi normal.[21]

B. Uji Multikoliniearitas

Multikoliniearitas diartikan sebagai hubungan linier yang sempurna antara beberapa atau semua variabel bebas.[22] Tujuan dilakukan pengujian multikoliniearitas adalah mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Dengan kata lain, uji multikoliniearitas dilakukan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukannya korelasi antar variabel-variabel independen yaitu simbol agama Islam verbal dan simbol agama Islam non

[21] Ibid., 109
[22] Mudrajad kuncoro, *Metode riset untuk bisnis dan ekonomi. Bagaimana meneliti dan menulis tesis?*, (Jakarta: Erlangga, 2001), 78.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

verbal. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat masalah multikoliniearitas.

Cara yang digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya masalah multikoliniearitas didalam model dengan melakukan korelasi antar variabel-variabel independen.[23] Jika koefisien korelasi diantar masing-masing variabel bebas lebih besar dari 0,8 maka terjadi multikoliniearitas.

Jadi, multikoliniearitas dapat dideteksi dengan ketentuan sebagai berikut:

- Nilai korelasi < 0,8 artinya tidak terdapat multikoliniearitas.
- Nilai korelasi > 0,8 artinya terdapat multikoliniearitas.

Ada beberapa cara untuk mengatasi masalah adanya multikoliniearitas, antara lain: melihat informasi sejenis yang ada, mengeluarkan variabel, mencari tambahan data.[24]

C. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas merupakan keadaan dimana semua gangguan yang muncul dalam fungsi regresi populasi tidak memiliki varians yang sama.[25] Tujuan pengujian heteroskedastisitas adalah untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu ke pengamatan yang lain dan variance dari residual satu ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut

[23] Ajija, Shochrul Rohmatul, *Cara cerdas menguasai eviews*. (Jakarta:Salemba Empat, 2011), 35.
[24] Nachrowi D, Hardius Usman, *Pendekatan Populer dan Praktis Ekonometrikal Untuk Analisis Ekonomi dan Keuangan*, (Jakarta: FEUI, 2006), 104.
[25] Shochrul Rohmatul, Ajija dkk, *Cara Cerdas Menguasai Eviews*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011) 36.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Kebanyakan data *cross section* mengandung situasi heteroskedastisitas, karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, besar). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat menggunakan metode grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen (ZPRED) dan residualnya (SRESID) kemudian deteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas.[26]

Dengan melihat ada atau tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara (ZPRED) dan (SRESID) dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residual (Y prediksi Y sesungguhnya) yang telah diolah.

Dari analisis grafik dapat diketahui dengan mengacu pada ketentuan sebagai berikut:

a. Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur bergelombang, melebar kemudian menyempit maka mengindikasikan telah terjadi homoskedastisitas.
b. Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dn di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi homoskedastisitas.

[26] Imam gozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit UNDIP,2007), 125.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

D. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan pengujian asumsi dalam regresi dimana variabel dependen tidak berkorelasi dengan dirinya sendiri. artinya bahwa nilai dari variabel dependen tidak berhubungan dengan nilai dari variabel itu sendiri, baik nilai periode sebelumnya, atau nilai periode sesudahnya. Syarat yang harus dipenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya autokorelasi.

Metode pengujian yang digunakan adalah dengan uji Durbin-watson (D-W) dengan ketentuan sebagai berikut:

1) Jika d lebih kecil dari dLatau lebih besar dari (4-dL) maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.
2) Jika d terletak antara dU dan (4-dU), maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi.
3) Jika d terletak antara dL dan dU atau diantara (4-dU) dan (4-dL), maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

Nilai dU dan dL dapat diperoleh dari tabel statistik Durbin Watson yang bergantung banyaknya observasi dan banyaknya variabel yang menjelaskan. Rumus uji Durbin Watson sebagai berikut:

$$d = \frac{\Sigma\,(en - en-1)2}{\Sigma ex2}$$

keterangan:

d = nilai Durbin Watson

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

e = residual

5. Uji Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan atau dugaan yang bersifat sementara terhadap suatu masalah penelitian yang kebenarannya masih lemah sehingga harus di uji secara empiris. Pengujian hipotesis, merupakan prosedur yang akan menghasilkan suatu keputusan yaitu menolak atau menerima hipotesis tersebut, uji hipotesis statistik dilakukan dengan cara:

1. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi ini menunjukkan kemampuan garis regresi menerangkan variasi variabel terikat proporsi (persen) variasi variabel terikat yang dapat dijelaskan oleh variabel bebas. Nilai R^2 atau (R^2 *Adjusted*) berkisar antara 0 sampai 1, semakin mendekati 1 semakin baik.[27]

Adapun yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai *Adjusted* R^2 pada saat mengevaluasi model regresi terbaik. Tidak seperti R^2, nilai *Adjusted* R^2 dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model.

2. Uji Signifikansi Simultan (uji statistik F)

Uji statistik F digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebas (independen) secara bersama-sama berpengaruh

[27] Shochrul Rohmatul, Ajija dkk, *Cara Cerdas Menguasai Eviews*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), 34

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

terhadap variabel terikat (dependen) pada tingkat signifikansi 0,05 (5%). Pengujian semua koefisien regresi secara bersama-sama dilakukan dengan uji-F dengan pengujian yaitu:[28]

Hipotesis:

H_0 : $\beta i = 0$, artinya secara bersama-sama tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

H_1 : $\beta i \neq 0$, artinya secara bersama-sama ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Pengambilan keputusan dilakukan dengan kriteria:

- Bila probabilitas > α 5% maka variabel bebas tidak signifikan atau tidak memunyai pengaruh terhadap variabel terikat (H_0 diterima, H_1 ditolak)
- Bila probabilitas < α 5% maka variabel bebas signifikan atau mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat (H_0 ditolak, H_1 diterima)

3. Uji Signifikan Parameter Individual (uji statistik t)

Uji t digunakan untuk menguji apakah setiap variabel bebas (independen) secara masing-masing parsial atau individu memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (dependen) pada tingkat signifikansi 0,05 (5%) dengan menganggap variabel bebas

[28] Nachrowi D, Hardius Usman, *Pendekatan Populer dan Praktis Ekonometrikal Untuk Analisis Ekonomi dan Keuangan*, (Jakarta: FEUI, 2006), 16.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bernilai konstan. Langkah-langkah yang harus dilakukan dengan uji t yaitu dengan pengujian, yaitu:[29]

Hipotesis :

H_0 : $\beta_1 = 0$ artinya masing-masing variabel bebas tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel terikat.

H_1 : $\beta_1 \neq 0$ artinya masing-masing variabel bebas ada pengaruh yang signifikan dari variabel terikat.

Pengambilan keputusan dilakukan dengan kriteria:

- Bila probabilitas > α 5 % maka variabel bebas tidak signifikan atau tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat (H_0 diterima, H_1 ditolak)
- Bila probabilitas < α 5% maka variabel bebas signifikan atau mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat (H_0 ditolak, H_1 diterima)

[29] Ibid., 17.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id