

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan, mengolah, menganalisis, dan menyajikan data secara objektif berdasarkan banyaknya data yang kemudian akan digunakan untuk memecahkan permasalahan ataupun menguji suatu hipotesis guna mengembangkan prinsip-prinsip umum.<sup>41</sup> Dengan menggunakan penelitian kuantitatif, peneliti akan melihat keefektifan dari dakwah langsung dan dakwah digital dalam bentuk data yang sudah pasti.

Pendekatan Deskriptif Komparatif merupakan metodologi penelitian yang digunakan. Metode ini bertujuan untuk membandingkan dua atau lebih kelompok penelitian. Dengan menggunakan metode ini, peneliti akan menemukan perbedaan antara variabel X1 dan X2, yang merupakan variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

---

<sup>41</sup> Nikoalus Duli, "*Metodologi Penelitian Kuantitatif*". Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019, h. 3.

## **B. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini bertempat di Majelis Ta'lim Nuril Amin Desa Gunung Raja, yang beralamat di Jalan A. Yani Rt.01 Rw.02 Desa Gunung Raja, Kecamatan Tambang Ulang, Kabupaten Tanah Laut, Provinsi Kalimantan Selatan. Dan kanal Youtube resmi dari Majelis Ta'lim Nuril Amin.

## **C. Populasi dan Sampel Penelitian**

### **1. Populasi Penelitian**

Populasi penelitian adalah keseluruhan elemen atau individu yang menjadi objek penelitian.<sup>42</sup> Populasi pada penelitian ini meliputi seluruh jamaah Majelis Ta'lim Nuril Amin Desa Gunung Raja yang mengikuti dakwah langsung maupun dakwah digital.

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan peneliti, jamaah yang hadir di Majelis Ta'lim Nuril Amin pada dakwah langsung berkisar 80-90 orang. Dari 80-90 jamaah tersebut, jamaah yang masuk kategori Gen Z hanya berkisar 35-40 orang. Adapun jumlah jamaah pada dakwah digital tidak diketahui secara pasti karena sifat media yang terbuka untuk umum.

---

<sup>42</sup> Sugiyono. "*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*", Bandung: Alfabeta, 2017, h. 80.

## 2. Sampel Penelitian

Dalam penelitian, seluruh populasi akan diwakili oleh sampel, yang merupakan bagian dari populasi.<sup>43</sup> Karena jumlah populasi untuk jamaah Gen Z pada dakwah digital tidak diketahui secara pasti, maka perhitungan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus Cochran sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}{e^2}$$

Penjelasan Variabel:

- $n$  = ukuran sampel yang dibutuhkan.
- $Z$  = skor Z yang menunjukkan tingkat kepercayaan (misalnya 1,96 untuk 95% tingkat kepercayaan).
- $p$  = proporsi populasi yang diharapkan (diasumsikan 0,5 jika tidak diketahui).
- $e$  = margin of error (ditetapkan 5% atau 0,05).

Perhitungan:

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,05^2} = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,0025} = \frac{0,9604}{0,0025} = 384,16$$

Dengan demikian, jumlah sampel ideal untuk populasi jamaah dakwah digital yang tidak diketahui secara pasti adalah 384 responden. Namun, karena keterbatasan kondisi lapangan dan ketersediaan responden

---

<sup>43</sup> Sugiyono. “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*”, Bandung: Alfabeta, 2017, h. 81.

yang sesuai dengan kriteria, jumlah sampel akan disesuaikan dengan kondisi di lapangan.

### 3. Teknik Pengambilan Sampel

*Purposive sampling* merupakan strategi pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini untuk pemilihan responden dakwah langsung dan dakwah digital. Pemilihan sampel dilakukan secara sengaja berdasarkan karakteristik tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Teknik pengambilan sampel ini digunakan karena fokus utamanya adalah efektivitas. Adapun kriterianya adalah sebagai berikut:

- a. Responden adalah jamaah Majelis Ta'lim Nuril Amin Desa Gunung Raja.
- b. Responden berada di rentang usia 12-27 tahun (generasi Z).
- c. Responden pernah mengikuti setidaknya salah satu media dakwah (dakwah langsung atau dakwah digital).

Berdasarkan kondisi di lapangan, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini akan disesuaikan dengan ketersediaan responden yang memenuhi kriteria penelitian, yaitu jamaah gen Z Majelis Ta'lim Nuril Amin Desa Gunung Raja yang pernah mengikuti dakwah langsung maupun dakwah digital. Adapun jumlah sampel yang didapat dalam penelitian ini terdiri dari 48 responden untuk dakwah langsung dengan populasi yang diketahui dan 12 responden untuk dakwah digital dengan populasi yang

tidak diketahui secara pasti, sehingga total sampel penelitian berjumlah 60 responden.

#### **D. Data dan Sumber Data**

##### **1. Data**

Data ialah kumpulan informasi yang telah dikumpulkan peneliti melalui proses pengukuran dan pencatatan.<sup>44</sup> Data dibagi menjadi dua macam yaitu:

- a. Data primer adalah data yang didapatkan dari suatu objek penelitian secara langsung. Pada penelitian ini, diperoleh data primer dari kuesioner yang telah dibuat dan dibagikan kepada para jamaah Gen Z di Majelis Ta'lim Nuril Amin yang pernah mengikuti dakwah langsung di majelis ataupun dakwah digital di Youtube.
- b. Data sekunder adalah data yang didapatkan secara tidak langsung yakni diperoleh melalui media perantara. Pada penelitian ini, diperoleh data sekunder dari beberapa objek pendukung seperti foto-foto pada Instagram majelis, buku-buku yang relevan, penelitian terdahulu, dan informasi lainnya.

---

<sup>44</sup> Dameria Sinaga, "*Buku Ajar Statistik Dasar*", Jakarta Timur: UKI PRESS, 2014, h. 17.

## 2. Sumber Data

Sumber data merupakan asal mula informasi yang digunakan sebagai dasar dalam proses pengumpulan data.<sup>45</sup> Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari tiga macam yaitu:

- a. Responden, yakni jamaah Majelis Ta'lim Nuril Amin yang tergolong dalam kelompok Gen Z atau berada di rentang usia 12-27 tahun.
- b. Informan, yakni individu yang memberikan informasi tambahan terkait data yang sedang diteliti oleh peneliti, seperti Guru Muhammad Hanafi dan jajaran pengurus majelis.
- c. Dokumen, seperti rekaman atau materi yang memuat data maupun informasi yang berkaitan dengan topik yang sedang diteliti.

## E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data peneliti gunakan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan untuk sebuah penelitian. Masalah dalam penelitian kemudian diselesaikan menggunakan teknik pengumpulan data ini.<sup>46</sup> Berikut ini adalah teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini:

### 1. Kuesioner

Kuesioner, sering dikenal sebagai angket, merupakan metode pengumpulan data di mana serangkaian pertanyaan tertulis diberikan

---

<sup>45</sup> Agung Widhi Kurniawan dan Zarah Puspitaningtyas, "*Metode Penelitian Kuantitatif*", Yogyakarta: PANDIVA BUKU, 2016, h. 80.

<sup>46</sup> Sugiyono, "*Metode Penelitian Kuantitatif*", Bandung: Alfabeta, 2019, h. 213.

kepada responden, yang kemudian diminta untuk menjawab.<sup>47</sup> Dalam penelitian ini, kuesioner disebarakan secara online menggunakan Google Form, sehingga memudahkan responden untuk mengisi secara fleksibel. Kuesioner ini digunakan untuk mengumpulkan data primer terkait persepsi, pengalaman, dan penilaian responden terhadap efektivitas dakwah langsung dan dakwah digital oleh Guru Muhammad Hanafi pada Majelis Ta'lim Nuril Amin di era gen Z. Data yang diperoleh dari kuesioner ini digunakan untuk mengukur variabel X1 (efektivitas dakwah langsung), variabel X2 (efektivitas dakwah digital), dan variabel Y (penerimaan pesan dakwah pada gen Z) berdasarkan indikator-indikator yang telah ditetapkan. Hasil pengisian kuesioner dari para responden kemudian diolah dan dianalisis untuk menjawab rumusan masalah serta menguji hipotesis dalam penelitian ini.

Kemudian, skala *Likert* peneliti gunakan sebagai pengukuran dari hasil kuesioner tersebut.<sup>48</sup> Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, persepsi, dan pendapat seseorang mengenai fenomena tertentu. Skala *Likert* pada penelitian ini dibedakan menjadi dua kategori pernyataan, yaitu positif dan negatif.<sup>49</sup> Kemudian, skala *Likert* juga disertai dengan lima alternatif

---

<sup>47</sup> Sugiyono. “*Metode Penelitian Kuantitatif*”, Bandung: Alfabeta, 2019, h. 219.

<sup>48</sup> Surya Eka priyatna, “*Analisis Statistik Sosial Rangkaian Penelitian Kuantitatif Menggunakan SPSS*”, Yayasan Kita Menulis, 2020, h. 9.

<sup>49</sup> Wahyunisa. “*Efektivitas Penerimaan Pesan Dakwah Konvensional dan Dakwah Online Jamaah Teras Dakwah*”, Skripsi Universitas Muhammdiyah Yogyakarta, 2019, h. 36.

jawaban, yaitu SS (Sangat Setuju), S (Setuju), N (Netral), TS (Tidak Setuju) dan STS (Sangat Tidak Setuju).<sup>50</sup>

Tabel 3. 1 Skor Instrumen Kuesioner

|         | Sangat Tidak Setuju (STS) | Tidak Setuju (TS) | Netral (N) | Setuju (S) | Sangat Setuju (SS) |
|---------|---------------------------|-------------------|------------|------------|--------------------|
| Positif | 1                         | 2                 | 3          | 4          | 5                  |
| Negatif | 5                         | 4                 | 3          | 2          | 1                  |

## 2. Observasi

Observasi adalah suatu metode pengumpulan data yang melibatkan pengamatan terhadap sesuatu secara langsung, meliputi tanggapan responden, proses kerja, kejadian alam, dan perilaku manusia.<sup>51</sup> Dalam penelitian ini, observasi dilakukan secara langsung di lokasi Majelis Ta'lim Nuril Amin untuk memperoleh fakta-fakta terkait pelaksanaan dakwah langsung dan dakwah digital oleh Guru Muhammad Hanafi di era gen Z. Melalui observasi ini, peneliti dapat memperoleh data pendukung terkait situasi, kondisi jamaah, media yang digunakan dalam dakwah, serta interaksi yang terjadi selama kegiatan dakwah berlangsung, sehingga dapat memperkuat hasil data dari kuesioner yang telah dikumpulkan.

<sup>50</sup> Surya Eka Priyatna. "Analisis Statistik Sosial Rangkaian Penelitian Kuantitatif Menggunakan SPSS", Yayasan Kita Menulis, 2020, h. 10.

<sup>51</sup> Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif", Bandung: Alfabeta, 2019, h. 223.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang bertujuan untuk mendapatkan informasi dalam berbagai format, seperti teks tertulis, buku, gambar, dan rekaman.<sup>52</sup> Adapun dalam penelitian ini, informasi yang diperoleh yaitu mengenai Majelis Ta'lim Nuril Amin meliputi berbagai dokumen tertulis serta gambar yang memuat data tentang sejarah pendirian majelis, biografi Guru Muhammad Hanafi, serta dokumentasi kegiatan selama proses dakwah berlangsung.

### F. Desain Pengukuran

Desain pengukuran dalam penelitian ini digunakan untuk menentukan bagaimana variabel-variabel penelitian akan diukur secara sistematis menggunakan kuesioner yang telah disusun berdasarkan teori yang relevan. Kuesioner inilah yang berfungsi sebagai instrumen penelitian pada penelitian ini. Kuesioner dari efektivitas dakwah langsung dan dakwah digital berasal dari indikator pada artikel jurnal penelitian Faizah dan Effendi yaitu, pemahaman, kesenangan, pengaruh, tindakan dan hubungan.<sup>53</sup> Adapun kuesioner dari Gen Z sebagai penerima pesan dakwah adalah adaptasi faktor yang mempengaruhi proses penerimaan pesan dari pendapat Nurudin yaitu, *selective attention*,

---

<sup>52</sup> Hardani dkk., “*Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*”, Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta, 2020, h. 149.

<sup>53</sup> Faizah Dan Effendi, “*Psikologi Dakwah*”, Jakarta: Prenada Media, 2006. h. 15.

*selective percepcion, selective retention*, motivasi dan pengetahuan, kepercayaan, pembujukan, kepribadian dan Penyesuaian Diri.<sup>54</sup>

Dengan begitu, dapat diketahui kisi-kisi kuesioner yang nantinya akan dibagikan kepada para responden adalah sebagai berikut.

Tabel 3. 2 Kisi-kisi Efektivitas Dakwah Langsung dan Dakwah Digital

| Variabel   | Dimensi    | Indikator   | Instrumen Pertanyaan |
|--|------------|---|----------------------|
| Efektivitas Dakwah Langsung (X1) dan Efektivitas Dakwah Digital (X2) | Pemahaman  | Pemahaman terhadap materi dakwah                    | 1, 2, 11, 12         |
|  | Kesenangan | Perasaan senang dalam mengikuti dakwah              | 3, 4, 13, 14         |
|  | Pengaruh   | Pengaruh dakwah terhadap diri                       | 5, 6, 15, 16         |
|  | Tindakan   | Tindakan setelah mengikuti dakwah                   | 7, 8, 17, 18         |
|  | Hubungan   | Hubungan dengan orang lain setelah mengikuti dakwah | 9, 10, 19, 20        |

<sup>54</sup> Wahyunisa. “Efektivitas Penerimaan Pesan Dakwah Konvensional dan Dakwah Online Jamaah Teras Dakwah”, Skripsi Universitas Muhammdiyah Yogyakarta, 2019, h. 33-35.

Tabel 3. 3 Kisi-kisi Penerimaan Pesan Dakwah oleh Gen Z

| Variabel  | Dimensi           | Indikator                   | Instrumen<br>Pertanyaan |
|---|-------------------|-----------------------------|-------------------------|
| Penerimaan Pesan<br>Dakwah oleh<br>Generasi Z (Y) | Persepsi Selektif | <i>Selective Attention</i>  | 21, 22                  |
|   | Persepsi Selektif | <i>Selective Perception</i> | 23, 24                  |
|   | Persepsi Selektif | <i>Selective Retention</i>  | 25, 26                  |
|   | Kognitif          | Motivasi dan Pengetahuan    | 27, 28                  |
|   | Kognitif          | Kepercayaan                 | 29, 30                  |
|   | Afektif           | Pembujukan                  | 31, 32                  |
|   | Afektif           | Kepribadian                 | 33, 34                  |
|   | Konatif           | Penyesuaian Diri            | 35, 36                  |

### G. Teknik Analisis Data

Karena penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, diperlukan teknik analisis data tambahan untuk mendapatkan hasil penelitian yang sesuai.<sup>55</sup> *Software* statistik yang dikenal sebagai *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 22 digunakan dalam teknik analisis data penelitian ini. Ada beberapa tahapan dalam melakukan analisis data ini, yaitu:

---

<sup>55</sup> Sugiyono. “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*”, Bandung: Alfabeta, 2017, h. 145.

## 1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas bertujuan untuk memastikan apakah kuesioner merupakan teknik yang andal untuk mengumpulkan informasi dari responden.<sup>56</sup> Dari tabel hasil korelasi, terlihat jelas bahwa pernyataan dari kuesioner tersebut valid jika nilai  $r$  yang dihitung lebih tinggi dari  $r$  tabel dan nilai signifikansinya kurang dari 0,05. Sebaliknya, pernyataan tersebut tidak valid jika nilai signifikansinya lebih tinggi dari 0,05 dan nilai  $r$  yang dihitung lebih kecil dari  $r$  tabel.

Uji reliabilitas bertujuan untuk memastikan apakah instrumen penelitian yaitu kuesioner, dapat diandalkan dan konsisten sebagai sarana pengumpulan data dan tidak diragukan lagi dapat menghasilkan informasi yang akurat di lapangan.<sup>57</sup> *Alpha cronbach* digunakan untuk mengevaluasi reliabilitas dalam penelitian ini. Jika skor total kuesioner lebih tinggi dari 0,60, kuesioner tersebut dianggap reliabel.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Untuk memastikan apakah nilai residual terdistribusi secara normal atau tidak, digunakan uji normalitas. Model regresi dengan nilai residual yang terdistribusi secara normal dianggap baik.<sup>58</sup>

---

<sup>56</sup> Surya Eka Priyatna. “*Analisis Statistik Sosial Rangkaian Penelitian Kuantitatif Menggunakan SPSS*”, Yayasan Kita Menulis, 2020, h. 35-37.

<sup>57</sup> Surya Eka Priyatna. “*Analisis Statistik Sosial Rangkaian Penelitian Kuantitatif Menggunakan SPSS*”, Yayasan Kita Menulis, 2020, h. 40.

<sup>58</sup> Surya Eka Priyatna. “*Analisis Statistik Sosial Rangkaian Penelitian Kuantitatif Menggunakan SPSS*”, Yayasan Kita Menulis, 2020, h. 47

Uji normalitas *kolmogorov smirnov*, yang membandingkan satu variabel independen dengan satu variabel dependen, digunakan untuk melakukan uji normalitas. Nilai residual terdistribusi normal jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, tetapi tidak terdistribusi normal jika nilai signifikansi kurang dari 0,05.

b. Uji Multikolinearitas

Untuk memastikan ada atau tidaknya korelasi antara variabel independen dalam model regresi, digunakan uji multikolinearitas. Model regresi tanpa multikolinearitas dianggap baik.<sup>59</sup>

Nilai *tolerance* dan *variance inflating factor* (VIF) diperiksa dalam pengujian ini. Tidak ada multikolinearitas jika nilai *tolerance* lebih tinggi dari 0,10. Di sisi lain, multikolinearitas terjadi jika nilai *tolerance* lebih rendah dari 0,10. Jika VIF kurang dari 10, multikolinearitas tidak terjadi, dan jika VIF lebih besar dari 10, multikolinearitas terjadi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk memastikan apakah varians residual dalam observasi model regresi tidak sama, yang merupakan penyimpangan dari asumsi regresi. Tidak ada gangguan terhadap asumsi heteroskedastisitas dalam model regresi yang baik.<sup>60</sup>

---

<sup>59</sup> Surya Eka Priyatna. “*Analisis Statistik Sosial Rangkaian Penelitian Kuantitatif Menggunakan SPSS*”, Yayasan Kita Menulis, 2020, h. 53.

<sup>60</sup> Surya Eka Priyatna. “*Analisis Statistik Sosial Rangkaian Penelitian Kuantitatif Menggunakan SPSS*”, Yayasan Kita Menulis, 2020, h. 57.

Karena residual dalam kasus ini tidak diketahui, maka diasumsikan bersifat acak. Dengan demikian, uji *Glejser* akan digunakan untuk melakukan regresi antara variabel independen dan variabel residual. Tidak terdapat tanda heteroskedastisitas jika nilai signifikansi lebih tinggi dari 0,05, tetapi jika lebih rendah dari 0,05, maka terdapat gejala heteroskedastisitas.

### 3. Analisis Deskriptif dan Analisis Komparatif

Tujuan analisis deskriptif adalah untuk menggambarkan atau mengilustrasikan data yang telah dikumpulkan dalam bentuk aslinya tanpa mencoba membuat kesimpulan yang dapat digeneralisasi. Analisis ini dilakukan untuk melihat kecenderungan nilai-nilai data, seperti nilai rata-rata (mean), standar deviasi, minimum, dan maksimum.<sup>61</sup>

Mean merupakan nilai rata-rata dari seluruh skor responden. Nilai ini menunjukkan kecenderungan umum dari jawaban responden terhadap suatu variabel. Jika nilai mean tinggi, maka secara umum responden memberikan penilaian positif terhadap objek yang diteliti.<sup>62</sup> Derajat keragaman atau penyebaran data relatif terhadap nilai rata-ratanya ditunjukkan oleh standar deviasi. Nilai standar deviasi yang tinggi menunjukkan bahwa data lebih beragam, sedangkan nilai standar deviasi

---

<sup>61</sup> Sugiyono. “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*”, Bandung: Alfabeta, 2017, h. 115.

<sup>62</sup> Sugiyono. “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*”, Bandung: Alfabeta, 2017, h. 147.

yang kecil menunjukkan bahwa data secara umum homogen.<sup>63</sup> Kemudian, skor terendah merupakan nilai minimum, dan skor tertinggi merupakan nilai maksimum yang diberikan responden. Nilai ini menunjukkan rentang distribusi skor, apakah ada responden yang menilai sangat rendah atau sangat tinggi.<sup>64</sup>

Adapun analisis komparatif adalah analisis yang digunakan untuk membandingkan dua atau lebih kelompok data guna mengetahui apakah kelompok-kelompok tersebut berbeda secara signifikan satu sama lain. Uji Independent Sample t-Test yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan asumsi bahwa varians antar kelompok relatif homogen dan data berdistribusi normal. Dapat dikatakan terdapat perbedaan signifikan antara kedua kelompok jika nilai signifikansi (Sig. 2-tailed) kurang dari 0,05.<sup>65</sup>

#### 4. Uji Hipotesis Perbandingan

##### a. Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk mengetahui sejauh mana variabel efektivitas dakwah langsung (X1) dan efektivitas dakwah digital (X2) mempengaruhi penerimaan pesan dakwah secara parsial dan simultan oleh gen Z (Y), digunakanlah analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linear berganda dilakukan pada penelitian ini untuk menguji apakah dakwah

---

<sup>63</sup> Sugiyono. *“Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D”*, Bandung: Alfabeta, 2017, h. 148.

<sup>64</sup> Sugiyono. *“Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D”*, Bandung: Alfabeta, 2017, h. 149.

<sup>65</sup> Sugiyono. *“Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D”*, Bandung: Alfabeta, 2017, h. 54.

langsung dan dakwah digital berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat penerimaan pesan pada generasi Z.<sup>66</sup>

b. Uji F

Untuk mengetahui apakah variabel independen dalam model regresi memiliki dampak substansial pada variabel dependen pada saat yang sama, uji F digunakan. Dengan kata lain, uji ini berupaya menentukan apakah model regresi yang dibangun sesuai untuk digunakan dalam prediksi dengan mengevaluasi signifikansi keseluruhan model. Menurut hasil uji F, semua faktor independen bersama-sama memiliki dampak pada variabel dependen jika nilai signifikansi kurang dari 0,05.<sup>67</sup>

Jadi, untuk menguji signifikansi model regresi secara simultan maka digunakanlah uji F, artinya untuk mengetahui apakah variabel X1 dan X2 secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y.

c. Uji Koefisien Determinasi

Untuk memastikan sejauh mana variabel X1 dan X2 dapat menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel Y, uji koefisien determinasi digunakan. Dalam uji hipotesis, nilai koefisien determinasi

---

<sup>66</sup> Ghozali, I. “*Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*”, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018, h. 97.

<sup>67</sup> Sugiyono. “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*”, Bandung: Alfabeta, 2017, h. 183.

dinyatakan dengan simbol  $R^2$  (R squared). Nilai  $R^2$  digunakan untuk mengukur seberapa besar variasi perubahan pada variabel dependen (Y) dapat dijelaskan oleh variabel independen (X). Nilai  $R^2$  adalah angka antara 0 dan 1, dan semakin mendekati 1, semakin besar proporsi variasi Y yang dapat diperhitungkan oleh model. Tingkat di mana model regresi dapat menjelaskan hubungan antara variabel yang diteliti ditunjukkan oleh koefisien determinasi.<sup>68</sup>

---

<sup>68</sup> Sugiyono. “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*”, Bandung: Alfabeta, 2017, h. 184.