

BAB III

OBJEK PENELITIAN DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Tempat penelitian akan dilakukan penelitian dalam melihat kondisi yang sebenarnya terjadi pada objek yang diteliti yang bertujuan untuk mendapatkan data penelitian yang benar adanya ataupun yang akurat. Pada penelitian ini peneliti akan melihat bagaimana pengaruh *digital marketing* terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan Kredit Guna Bhakti di Bank BJB Kantor Cabang Pembantu Sindangkasih. Sehingga Penelitian ini dilakukan pada Kantor Cabang Pembantu Sindangkasih untuk memperoleh data yang tepat dan akurat untuk pembenaran atau hasil pada penelitian ini.

3.1.1 Sejarah dan Profil Perusahaan

Bank BJB Kantor Cabang Pembantu Sindangkasih merupakan salah satu unit kerja operasional dari PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk (Bank BJB) yang didirikan sebagai bagian dari upaya perluasan jaringan layanan perbankan di wilayah Kabupaten Ciamis dan sekitarnya. Pembentukan KCP Sindangkasih bertujuan untuk mendekatkan layanan perbankan kepada masyarakat, khususnya dalam mendukung aktivitas ekonomi lokal dan meningkatkan inklusi keuangan di daerah.

Sebagai kantor cabang pembantu, Bank BJB KCP Sindangkasih berada di bawah koordinasi kantor cabang induk Bank BJB di wilayah Kabupaten Ciamis. Keberadaan KCP ini merupakan wujud komitmen Bank BJB dalam

menjalankan fungsinya sebagai bank pembangunan daerah, yaitu menghimpun dana masyarakat dan menyalurkannya kembali dalam bentuk pembiayaan atau kredit yang produktif, khususnya bagi pegawai yang berpenghasilan tetap, pensiunan, pelaku usaha kecil, menengah, serta masyarakat umum di wilayah Sindangkasih. Dalam perjalanannya, Bank BJB KCP Sindangkasih terus berupaya meningkatkan kualitas layanan dengan menyediakan berbagai produk dan jasa perbankan, seperti pembukaan rekening tabungan dan deposito, pelayanan transaksi melalui *teller*, layanan *Customer Service* (CS), serta pelayanan kredit termasuk proses administrasi kredit. Seluruh kegiatan operasional tersebut dilaksanakan sesuai dengan kebijakan dan standar operasional prosedur yang ditetapkan oleh Bank BJB.

Seiring dengan perkembangan kebutuhan masyarakat dan kemajuan teknologi perbankan, Bank BJB KCP Sindangkasih juga berperan dalam mendukung layanan perbankan digital serta memberikan edukasi kepada nasabah mengenai produk dan layanan Bank BJB. Dengan demikian, KCP Sindangkasih tidak hanya berfungsi sebagai unit pelayanan transaksi, tetapi juga sebagai mitra masyarakat dalam mendukung pertumbuhan ekonomi dan pembangunan daerah.

Melalui keberadaan Bank BJB KCP Sindangkasih, diharapkan pelayanan perbankan dapat semakin mudah diakses oleh masyarakat sekitar, sekaligus memperkuat peran Bank BJB sebagai bank daerah yang

berorientasi pada pelayanan, kepercayaan, dan pembangunan ekonomi lokal.

3.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

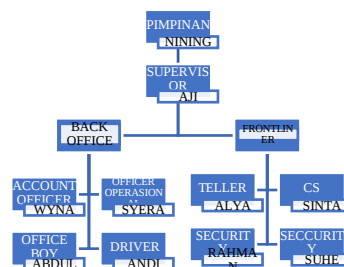
a. Visi

Menjadi bank pilihan utama anda

b. Misi

1. Memberikan kontribusi dan berpartisipasi sebagai penggerak dan pendorong laju perekonomian daerah
2. Menjadi partner utama pemerintah daerah dalam pengelolaan keuangan
3. Memberikan layanan terbaik kepada nasabah
4. Memberikan manfaat terbaik dan keberlanjutan kepada stakeholders
5. Meningkatkan inklusi keuangan kepada masyarakat melalui digitalisasi perbankan

3.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 3.1 Struktur Organisasi BJB KCP Sindangkasih

Sumber: PT Bank BJB KCP Sindangkasih, 2026

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei verifikatif. Metode eksplanatori merupakan penelitian yang bertujuan menjelaskan hubungan antar variable melalui pengujian hipotesis dan analisis data kuantitatif (John W. Creswell & J. David Creswell, 2024). Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk mengukur hubungan antara *digital marketing* dengan keputusan nasabah dalam menggunakan Kredit Guna Bhakti di Bank BJB Kantor Cabang Pembantu Sindangkasih. Menurut Sugiyono (2023:15), penelitian kuantitatif berfokus pada pengumpulan dan analisis data numerik untuk menguji hubungan antarvariabel secara objektif.

Metode eksplanatori digunakan karena penelitian ini tidak hanya menggambarkan fenomena yang terjadi tetapi juga menjelaskan pengaruh *digital marketing* terhadap keputusan nasabah. Metode eksplanatori bertujuan untuk menguji hubungan sebab-akibat antara dua variabel. Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur yang diisi oleh nasabah Bank Jawa Barat dan Banten (BJB) dan dianalisis menggunakan teknik statistik guna memperoleh hasil yang akurat dan terukur.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Variabel Independen (X)

Berdasarkan uraian sebelumnya maka dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah pengaruh *digital marketing* (X) karena variabel ini akan mempengaruhi variabel terikat (Y) yaitu keputusan menggunakan produk Kredit Guna Bhakti.

b. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah keputusan menggunakan produk Kredit Guna Bhakti karena variabel ini dipengaruhi oleh variabel independen (X) yaitu *digital marketing*.

Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
<i>Digital Marketing</i> (X) kegiatan pemasaran yang	<i>Accessibility</i> (aksebilitas)	1) <i>Website</i> BJB mudah diakses kapan saja 2) Informasi KGB mudah ditemukan pada <i>website</i>	Ordinal

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
memanfaatkan media digital seperti <i>website</i> untuk menyampaikan informasi produk, berinteraksi dengan konsumen, serta membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan (Philip Kotler & Gary Armstrong, 2021)	<i>Interactivity</i> (interaktivitas)	1) <i>Website</i> BJB mudah memperoleh informasi yang dibutuhkan 2) <i>Website</i> BJB menyediakan sarana untuk memperoleh informasi lanjutan 3) <i>Website</i> BJB membantu berinteraksi dengan layanan BJB	Ordinal
	<i>Informativeness</i> (informatif)	1) Informasi KGB pada <i>website</i> lengkap 2) Informasi yang disajikan pada <i>website</i> BJB jelas dan mudah dipahami 3) Informasi pada <i>website</i> BJB sesuai dengan kebutuhan	Ordinal

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
	<i>Entertainment</i> (hiburan)	1) Tampilan <i>website</i> BJB menarik untuk dilihat 2) Tata letak informasi pada <i>website</i> BJB tersusun dengan baik 3) Penyajian informasi pada <i>website</i> BJB tidak membosankan	Ordinal
	<i>Credibility</i> (kredibilitas)	1) Informasi pada <i>website</i> BJB dapat dipercaya 2) <i>Website</i> BJB memberikan informasi akurat 3) <i>Website</i> BJB merupakan sumber informasi yang resmi dan terpercaya	Ordinal
	<i>Irritation</i> (gangguan)	1) Tidak mengalami kesulitan saat	Ordinal

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
		mencari informasi pada <i>website</i> BJB 2) Tampilan <i>website</i> BJB tidak membingungkan 3) Informasi pada <i>website</i> BJB tidak mengganggu proses pencarian informasi	
Keputusan Nasabah (Y) proses yang dilalui konsumen mulai dari pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi	Pengenalan Kebutuhan	1) Kesadaran akan kebutuhan produk 2) Dorongan untuk menggunakan kredit	Ordinal
	Pencarian Informasi	1) Nasabah mencari informasi melalui <i>website</i> BJB 2) Nasabah memperoleh informasi dari <i>website</i> BJB	Ordinal

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
alternatif, hingga keputusan untuk membeli serta perilaku setelah pembelian (Kotler et al., 2022)		3) Informasi yang diperoleh dari <i>website</i> membantu memahami KGB	
	Evaluasi Alternatif	1) Nasabah membandingkan produk dengan bank lain 2) Nasabah mempertimbangkan manfaat produk 3) Nasabah menilai kelebihan dan kekurangan produk	Ordinal
	Keputusan Menggunakan Produk	1) Keyakinan dalam menggunakan produk 2) Keputusan menggunakan produk	Ordinal

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
		3) Kesesuaian dengan kebutuhan	
	Perilaku Pasca Penggunaan	1) Kepuasan terhadap produk 2) Keinginan menggunakan Kembali 3) Rekomendasi kepada orang lain	Ordinal

Sumber: Diolah penulis, 2026

3.2.3 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ilmiah bertujuan untuk mendapatkan informasi yang relevan, tepat, dan dapat dipercaya. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Observasi Langsung

Menurut Sugiyono (2023:203), observasi adalah teknik pengumpulan data yang memiliki ciri khas yang berbeda dengan teknik lainnya. Observasi dilakukan mengamati langsung situasi di lapangan untuk memperoleh pemahaman tentang kondisi yang sebenarnya. Observasi

merupakan kegiatan pencarian data yang digunakan untuk membuat kesimpulan.

2. Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam merupakan teknik pengumpulan data melalui tanya jawab secara langsung dengan informan untuk memperoleh informasi yang lebih detail dan mendalam terkait objek penelitian (Sugiyono, 2023:195)

3. Kuisioner (angket)

Menurut Sugiyono (2023:199), angket merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Responden yang mengisi kuesioner ini adalah nasabah pengguna Kredit Guna Bhakti Bank Jawa Barat dan Banten kantor cabang pembantu Sindangkasih. Dalam penelitian ini, angket digunakan untuk mengumpulkan data mengenai pengaruh *digital marketing* terhadap keputusan nasabah Kredit Guna Bhakti di Bank Jawa Barat dan Banten KCP Sindangkasih.

4. Kajian Pustaka

Menurut Sugiyono (2023:84) kajian pustaka merupakan kegiatan mengumpulkan berbagai informasi dari buku, jurnal, dan sumber lain yang relevan dengan masalah penelitian untuk digunakan sebagai landasan dalam menyusun kerangka berpikir dan mengembangkan hipotesis penelitian.

3.2.3.1 Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Dalam penelitian ini, data yang digunakan merupakan data primer, yang diperoleh atau dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumbernya. Data primer juga dikenal sebagai data asli atau data yang terbaru. Untuk memperoleh data primer tersebut, peneliti harus mengumpulkannya secara langsung. Pada penelitian ini, data primer didapatkan melalui wawancara dan distribusi angket kepada nasabah pengguna Kredit Guna Bhakti Bank BJB Kantor Cabang Pembantu Sindangkasih.

2. Sumber Data

Untuk mengolah data dan mencari solusi atas permasalahan yang ada, penulis melakukan proses pengumpulan data. Dalam penelitian ini, data dikumpulkan dari data primer. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari pemilik data kepada pengumpul data. Data primer ini dikumpulkan melalui pembuatan kuesioner yang dirancang untuk mengukur persepsi minat nasabah dalam menggunakan produk Kredit Guna Bhakti Bank BJB KCP Sindangksih. Dalam penelitian ini, digunakan kuesioner tertutup yang menyediakan pilihan jawaban yang sudah ditentukan, memungkinkan responden untuk memilih dengan mudah (Sugiyono, 2023:201)

3.2.3.2 Populasi Sasaran

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang

ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2023:126). Dalam penelitian ini, populasi yang akan diambil itu adalah nasabah Bank BJB KCP Sindangkasih yang menggunakan produk Kredit Guna Bhakti yaitu terdiri dari 480 nasabah.

3.2.3.3 Penentuan Sampel

Sampel didefinisikan menjadi bagian asal populasi yang sebagai sumber data dalam penelitian, pada populasi merujuk pada keseluruhan karakteristik yang dimiliki oleh suatu kelompok yang diteliti. Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel (Sugiyono, 2023:127)

Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik *sampling* yang digunakan. Dalam penelitian ini, teknik *sampling* yang digunakan adalah *nonprobability sampling* dengan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang dilakukan berdasarkan pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan, untuk menentukan jumlah sampel yang akan diteliti (Sugiyono, 2023:133)

Dalam penelitian ini, pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus untuk menghitung jumlah sampel yang akan digunakan, yaitu rumus Slovin. Berikut adalah langkah-langkah yang digunakan untuk menentukan anggota sampel dari populasi dengan menggunakan rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana: n = Jumlah Sampel
 N = Jumlah Populasi
 e = Error level (Tingkat kesalahan) 10%

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, ukuran sampel dapat dihitung dengan menggunakan rumus slovin sebagai berikut:

$$N = 480 \text{ Nasabah}$$

$$e = 10\%$$

$$\begin{aligned} n &= \frac{480}{1 + 480(10\%)^2} \\ &= 82,76 \\ &= 83 \end{aligned}$$

Dalam penelitian ini, jumlah nasabah Bank BJB KCP Sindangkasih yang menggunakan produk Kredit Guna Bhakti yaitu sebanyak 480 nasabah. Berdasarkan jumlah tersebut, sampel penelitian ditentukan sebanyak 83 responden.

Adapun kriteria nasabah yang dijadikan responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Nasabah Bank Jawa Barat dan Banten KCP Sindangkasih
- b. Nasabah yang menggunakan produk Kredit Guna Bhakti pada tahun 2024-2025
- c. Nasabah yang pernah mengakses dan memperoleh informasi mengenai Kredit Guna Bhakti melalui *website* BJB

Kriteria ini diterapkan untuk memastikan bahwa responden yang dipilih memiliki pengalaman langsung dalam menggunakan produk Kredit Guna Bhakti sehingga dapat memberikan data yang relevan bagi penelitian ini.

3.2.4 Teknik Analisis Data

Dalam mengukur atau menilai di masing-masing pernyataan dan variabel diperlukan klasifikasi penilaian untuk mengukur sejauh mana tingkat atau nilai dari setiap indikator dan variabel. Menurut (Sugiyono, 2023:208), klasifikasi untuk penilaian variabel yaitu :

Tabel 3. 2 Kriteria Persentase Skor Jawaban Responden Tiap Indikator dan Variabel

Baik	76% - 100%
Cukup	56% - 75%
Kurang baik	40% - 55%
Tidak baik	Kurang dari 40%

Apabila dalam hasil perhitungan diperoleh nilai diantara 76% - 100% maka tiap indikator atau variabel dikatakan “Baik”, apabila nilai perolehan diatas 56% - 75% maka tiap indikator atau variabel yang memperoleh nilai tersebut dapat dikatakan “Cukup”, apabila nilai perolehan daiatas 40% - 55% maka tiap indikator atau variabel yang memperoleh nilai tersebut dapat dikatakan “Kurang baik”, dan apabila nilai perolehan kurang dari 40% maka tiap indikator atau variabel yang memperoleh nilai tersebut dapat dikatakan “Tidak baik”.

1. Nilai Jenjang Interval

Nilai jenjang interval merupakan nilai yang digunakan untuk menentukan rentang atau interval kategori dalam analisis data penelitian, khususnya data yang diperoleh melalui skala Likert. NJI berfungsi untuk mengelompokkan skor hasil penelitian ke dalam kategori tertentu, seperti sangat rendah, rendah, sedang, tinggi, dan sangat tinggi, sehingga memudahkan peneliti dalam mengimplementasikan hasil penelitian.

2. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menentukan sejauh mana instrumen atau alat pengukuran dalam penelitian dapat secara tepat mengukur variabel yang dimaksud. Dalam konteks ini, uji validitas membantu memastikan bahwa pertanyaan atau item yang digunakan untuk mengukur *digital marketing* dan keputusan nasabah benar-benar mencerminkan aspek-aspek yang ingin diukur, sehingga data yang dikumpulkan dapat diandalkan untuk dianalisa lebih lanjut.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengevaluasi seberapa konsisten dan dapat diandalkannya instrumen pengukuran dalam menghasilkan hasil yang seragam dan dapat dipercaya. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan metode seperti uji alpha cronbach untuk mengukur konsistensi antar

item pada kuesioner. Hasil yang tinggi dalam uji reliabilitas menunjukkan bahwa alat pengukuran tersebut dapat memberikan hasil yang stabil dan dapat dipercaya.

Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach's* diukur berdasarkan skala *Alpha Cronbach's* 0 sampai 1. Jika alat instrumen tersebut reliabel, maka dapat dilihat kriteria penafsiran mengenai indeks korelasi (r) sebagai berikut:

1. Apabila nilai koefisien *cronbach alpha* $>0,7$ maka data yang akan diteliti memiliki keandalan yang cukup kuat.
2. Apabila nilai koefisien *cronbach alpha* $>0,6$ dapat disimpulkan maka data yang akan diteliti memiliki keandalan suatu data telah mencukupi.
3. Apabila nilai koefisien *cronbach alpha* $<0,6$ dapat disimpulkan bahwa data yang akan diteliti belum dapat diandalkan untuk menjelaskan hasil penelitian.

Berdasarkan nilai *Alpha Cronbach's* tersebut dapat dilihat tingkat reliabel suatu instrumen yang akan digunakan dalam penelitian. Semakin reliabel suatu instrumen maka semakin baik instrumen tersebut untuk digunakan peneliti dalam penelitian. Dalam uji reliabilitas pada peneliti ini akan dibantu dengan menggunakan program komputer SPSS.

3. Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2023) statistik deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Uji ini dilakukan untuk peneliti memahami karakteristik data yang diolahnya.

4. *Method of Successive Intervals* (MSI)

Method of Successive Intervals (MSI) merupakan metode yang digunakan untuk mentransformasikan data yang berskala ordinal menjadi data berskala interval. Data yang diperoleh melalui kuesioner dengan skala likert pada dasarnya merupakan data ordinal, sehingga perlu dilakukan transformasi agar memenuhi persyaratan penggunaan analisis statistik parametrik.

5. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan syarat utama dalam statistik parametrik karena untuk menghasilkan data tersebut valid. Menurut Ghazali (2018:161) uji normalitas bertujuan untuk menguji pada model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Mengingat syarat utama statistik parametrik memerlukan data yang berskala interval, maka data asli dalam penelitian ini yang awalnya berskala ordinal kemudian ditransformasikan menjadi skala interval menggunakan *Method of Successive Intervals* (MSI).

Selanjutnya uji normalitas dilakukan terhadap nilai residual dari data hasil transformasi MSI dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan dibantu menggunakan IBM SPSS 27 *for windows*.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan salah satu uji asumsi klasik yang wajib dipenuhi dalam statistik parametrik. Menurut Ghozali (2018:137) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Model regresi yang baik itu yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Pada pengujian ini disyaratkan data berskala interval, maka data penelitian yang awalnya berskala ordinal kemudian ditransformasikan menggunakan *Method of Successive Intervals* (MSI). Setelah data telah ditransformasikan ke MSI maka model regresi akan diolah dalam menggunakan metode Uji *Scatterplot* dan Uji Glejser dengan bantuan menggunakan IBM SPSS 27 *for windows*.

6. Analisis Regresi Linier Sederhana

Menurut Sugiyono (2019:270) analisis regresi linier sederhana dapat dilanjutkan dengan menghitung persamaan regresinya, persamaan regresi dapat digunakan untuk melakukan prediksi seberapa tinggi nilai variabel dependen jika nilai variabel independen yang diubah. Teknik

analisis regresi linier sederhana ini digunakan pada penelitian ini karena untuk menguji serta mengetahui hubungan pengaruh kedua variabel yaitu *digital marketing* (X) dan keputusan nasabah (Y). Mengingat analisis regresi linear sederhana merupakan bagian dari statistik parametrik, maka mensyaratkan skala pengukuran data interval, maka data penelitian yang diperoleh dari kuesioner yang berskala ordinal harus ditransformasikan menggunakan *Method of Successive Intervals* (MSI). Setelah data ditransformasikan menjadi skala interval, kemudian data data akan diolah menggunakan bantuan IBM SPSS 27 *for windows*. Untuk menguji hubungan pengaruh kedua variabel tersebut terdapat persamaan umum dari teknis analisis regresi linier sederhana, yaitu:

$$Y' = a + bX$$

Keterangan:

Y' = Variabel dependen yang diprediksikan nilainya

a = Konstanta (nilai Y ketika $X=0$)

b = Koefisien regresi, menunjukkan besarnya peningkatan atau penurunan variabel dependen (Y) yang didasarkan pada variabel independen (X)

X = Variabel independen

Persamaan ini dapat memperkirakan nilai variabel dependen (Y) jika nilai variabel independen (X) telah diketahui

7. Uji Hipotesis

Uji T/ Hipotesis digunakan untuk menguji signifikan masing-masing koefisien regresi dalam model. Tujuannya adalah untuk mengetahui apakah setiap variabel independen memberikan pengaruh yang signifikan secara individu terhadap variabel dependen dalam model regresi. Pengujian dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS. Dasar pengambilan keputusan pada uji t berdasarkan nilai signifikan yang diperoleh dari output SPSS, yaitu jika nilai signifikan $<0,05$, maka variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai signifikan $>0,05$, maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Selain itu, jika nilai t hitung lebih besar dari t tabel, maka terdapat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

8. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi memberikan informasi tentang sejauh mana model regresi linear dapat menjelaskan variasi pada variabel dependen. Koefisien determinasi menunjukkan proporsi variasi total pada variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model regresi. Nilai yang tinggi menunjukkan bahwa model tersebut mampu menjelaskan sebagian besar variasi dalam variabel dependen, yang menunjukkan bahwa model tersebut memiliki kualitas yang baik.