

## **BAB III**

### **METODELOGI PENELITIAN**

#### **A. Waktu dan Wilayah Penelitian**

Waktu yang digunakan dimulai dari penyusunan proposal sampai tersusunnya laporan penelitian hingga data benar-benar selesai. Penelitian ini dilakukan pada konsumen *Marketplace* Shopee di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SMH Banten.

#### **B. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh antara variabel X dan Y, oleh sebab itu jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.<sup>1</sup> Adapun pendekatan yang digunakan adalah pendekatan deskriptif, yaitu suatu rumusan masalah yang berkenaan dengan pertanyaan terhadap satu variabel atau lebih<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Sugiono, *Metodologi Penelitian kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Jakarta : CV Alfabeta, 2016), h. 8

<sup>2</sup> Sugiono, *Metode...*, h. 53

## C. Populasi dan sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah semua nilai hasil perhitungan maupun pengukuran, baik kuantitatif maupun kualitatif, dari karakteristik tertentu mengenai sekelompok obyek yang lengkap dan jelas<sup>3</sup>. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten yang berjumlah 2667 orang .

### 2. Sampel

Sampel adalah objek pengamatan yang dipilih dari populasi, sehingga sampel merupakan bagian dari populasi dan mencerminkan karakteristik polulasinya. Oleh karena itu, meskipun penelitian menggunakan data sampel dan bukannya semua populasi, namun hasilnya dapat digeneralisasikan pada populasi. Banyaknya objek penelitian dalam sampel disebut ukuran sampel. penarikan sampel diperlukan jika populasi yang diambil sangat besar atau banyak, dan peneliti memiliki keterbatasan untuk menjangkau keseluruhan dari populasi yang ada.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Husaini Usman dan Purnomo Setiady Akbar, *Pengantar Statistik*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006), h.181

<sup>4</sup> Setyo Tri wahyudi, *Statistika*, (Malang: Universitas Brawijaya Press, 2017), h. 15

#### D. Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yang merupakan bagian dari *Nonprobability Sampling*. Teknik *purposive sampling* ini merupakan cara penentuan sampel dengan melakukan pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria.<sup>5</sup> Kriteria responden yang akan dipilih oleh peneliti adalah :

- a. Mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
- b. Pernah berbelanja di *marketplace* Shopee.

Rumus sampel yang digunakan yaitu rumus *Slovin* dengan formula :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:  $n$  = Jumlah sampel yang diperlukan

$N$  = Jumlah Populasi

$e$  = Tingkat kesalahan pengambilan sampel  
( $e=10\%$ )<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup>Sugiono, *Metodelogi...*,h. 118

<sup>6</sup> Jonathan Sarwono, *Mixed Method : Cara Menggabung Riset Kuantitatif dan Riset Kualitatif Secara Benar*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2011), h. 88

Melalui rumus di atas maka jumlah sampel yang diambil adalah :

$$n = \frac{2667}{1 + 2667(0,1)^2}$$

$$n = 96,89$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 96,89 dan disesuaikan menjadi 100 responden.

### **E. Data Penelitian**

Data adalah hasil pencatatan oleh peneliti yang berupa fakta ataupun angka, sedangkan sumber data adalah subjek darimana data diperoleh.<sup>7</sup> Penelitian ini menggunakan sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data pada pengumpul data.<sup>8</sup> Data primer dalam penelitian ini berupa kuisisioner yang diisi oleh para responden yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, yang memenuhi kriteria penelitian.

### **F. Teknik Pengumpulan Data**

Data dalam penelitian ini dikumpulkan menggunakan metode kuisisioner. Teknik pengumpulan data dengan metode ini dikatakan sebagai teknik pengumpulan data secara tidak langsung, hal ini dikarenakan dalam metode ini peneliti membutuhkan

---

<sup>7</sup> Arikunto, "Prosedur Penelitian : suatu pendekatan praktek", (Jakarta : Rineka Cipta Revisi, 2007, h. 21

<sup>8</sup> Bungin, *Analisis Penelitian Data Kualitatif*, (Jakarta : Raja Grafindo, 2009) h.122

perantara atau alat pengumpul data penelitian untuk mendapatkan jawaban dari responden.<sup>9</sup> Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan tertulis kepada responden, kuisisioner digunakan sebagai alat bantu dalam pengumpulan data yang diatur sedemikian rupa untuk mendapatkan data yang baik.<sup>10</sup> Kuisisioner ini dibuat oleh peneliti memakai *google form* dan dibagikan melalui aplikasi *Whatsapp*.

Metode pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert*. Skala ini digunakan pada penelitian untuk mengukur sikap responden, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial yang sudah ditetapkan secara spesifik. Dengan menggunakan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi dimensi, dimensi kemudian dijabarkan lagi menjadi indikator-indikator yang dapat diukur. Akhirnya indikator-indikator yang terukur ini dapat dijadikan titik tolak untuk membuat item instrumen yang berupa pertanyaan atau pernyataan yang perlu dijawab konsumen. Setiap jawaban dihubungkan dalam bentuk pernyataan dukungan sikap yang diungkapkan dengan kata-kata sebagai berikut<sup>11</sup>:

---

<sup>9</sup> Uhar Suharsaputra, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Tindakan*, (Bandung : PT. Refika Aditama, 2014), h.271

<sup>10</sup> Sugiono, *metodelogi...* h. 193

<sup>11</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, (semarang: Universitas Diponegoro, 2011), h. 20

**Tabel 3. 1 Skala Likert**

Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Imam Ghazali, 2011

## G. Operasional Penelitian

### 1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau juga nilai dari suatu obyek, orang, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>12</sup> Dalam penelitian ini menggunakan tiga jenis variabel, diantaranya :

#### a. Variabel Independen (X)

Variabel ini sering disebut dengan variabel stimulus, prediktor, dan antecedent. Dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel bebas. Variabel bebas (variabel tidak terikat) merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).<sup>13</sup> Dalam penelitian ini yang merupakan variabel bebas adalah

---

<sup>12</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Administrasi*, (Bandung: Alfabeta, 2013). h.39

<sup>13</sup> Sugiono, *Metode Penelitian*,...h.39

*hedonic shopping motivation* ( $X_1$ ) dan *shopping lifestyle* ( $X_2$ ).

#### b. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel *output*, kriteria, dan konsikue, dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (X).<sup>14</sup> Dalam penelitian ini merupakan variabel terikat adalah *impluse buying* (Y).

## 2. Operasional Variabel

**Tabel 3. 2 Operasional Variabel**

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	No. Butir
<i>Hedonic Shopping Motivation</i> ( $X_1$ )	Motivasi belanja hedonis adalah motivasi berbelanja yang muncul akibat adanya kebutuhan yang bersifat psikologis seperti rasa ingin puas, memenuhi gengsi, mengikuti emosi dan perasaan subjektif lainnya. <sup>15</sup>	1. <i>Adventure Shopping</i> 2. <i>Gratification Shopping</i> 3. <i>Role shopping</i> 4. <i>Social Shopping</i> 5. <i>Idea Shopping</i> 6. <i>Value Shopping</i> . <sup>16</sup>	1,2 3,4 5 6,7 8 9,10

<sup>14</sup> Sugiono, *Metode Penelitian*,...h.40

<sup>15</sup> Ujang Sumarwan, dkk., *Riset Pemasaran dan Konsumen*...,h.194

<sup>16</sup> Christina Whidya Utami, *Manajemen ritel*...h. 61

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	No. Butir
<i>Shopping Lifestyle (X<sub>2</sub>)</i>	<i>Shopping lifestyle</i> adalah cara seseorang dalam mengalokasikan pendapatan, baik dari segi alokasi dana untuk berbagai produk dan layanan, serta alternatif-alternatif tertentu dalam pembedaan kategori serupa. <sup>17</sup>	1. Aktivitas ( <i>aktivitas</i> ) 2. Minat ( <i>interst</i> ) 3. Opini ( <i>opinion</i> ). <sup>18</sup>	1,2 3,4,5 6,7,8
<i>Impluse Buying (Y)</i>	Perilaku berbelanja yang terjadi secara tidak terencana, tertarik secara emosional, dimana proses pembuatan keputusan dilakukan dengan cepat tanpa berfikir secara bijak dan pertimbangan terhadap keseluruhan informasi dan alternatif yang ada. <sup>19</sup>	1. Spontanitas 2. Kekuatan komplusif 3. Kegairahan dan stimulus 4. Ketidakpedulian akan akibat. <sup>20</sup>	1,2 3 4,5 6,7

## H. Teknik Pengolahan dan Analisis data

### 1. Uji Instrumen

#### a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuisisioner. Suatu kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan

<sup>17</sup> Mayla Surveyandini, *Analisi Faktor-Faktor*,...h. 278

<sup>18</sup> Eny Setyariningsih, *Pengaruh Gaya Hidup*..., h.157

<sup>19</sup> Ni Nyonya Manik Yistiana, dkk., *Pengaruh*....h. 144.

<sup>20</sup> Edwin Japarianto dan Sugiono Sugiharto, *Pengaruh*....,h. 34



diukur (relevan dengan indikator-indikator penelitian) oleh kuisisioner tersebut. suatu instrumen yang valid mempunyai validitas yang tinggi dan sebaliknya.<sup>21</sup> Pengujian validitas dilakukan dengan teknik korelasi *product moment* dengan mengkorelasikan setiap kuisisioner dengan total skor indikator variabel. Suatu kuisisioner dikatakan valid apabila  $r$  hitung  $> 0,361$  (dengan jumlah responden minimal 30 dan  $\alpha = 0,05$ ) maka dapat disimpulkan semua item valid.<sup>22</sup>

#### **b. Uji Relialibitas**

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuisisioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten dari waktu ke waktu. Dikatakan reliabel jika *crombach's alpha*  $> 0,60$  dan dikatakan tidak reliabel jika  $< 0,60$ .<sup>23</sup>

### **2. Uji Asumsi Klasik**

Alat uji yang digunakan adalah uji asumsi klasik yaitu untuk mengetahui apakah terdapat masalah di dalam data regresi. Uji asumsi klasik yang digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel bebas (X)

---

<sup>21</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate...*,h.60

<sup>22</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate...*,h. 51

<sup>23</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate...*,h. 45

terhadap variabel terikat (Y), maka peneliti menggunakan analisis regresi untuk membandingkan dua variabel atau lebih yang berbeda. Pada analisis regresi untuk memperoleh model regresi yang bisa dipertanggung jawabkan, maka asumsi-asumsi berikut harus dipenuhi. Apabila data regresi sudah melewati empat masalah dalam uji asumsi klasik maka data dapat dikatakan lulus uji asumsi. Ada empat pengujian dalam uji asumsi klasik, yaitu:

**a. Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian dan sebaliknya dilakukan sebelum data diolah berdasarkan model-model penelitian. Uji Normalitas berguna untuk menggunakan data yang telah dikumpulkan normal atau diambil dari populasi normal. Bila data berdistribusi normal, maka dapat menggunakan uji statistik berjenis parametik. Sedangkan bila data yang tidak berdistribusi normal, maka digunakan uji statistik nonparametik.<sup>24</sup>

Metode yang baik yang layak digunakan dalam penelitian ini adalah metode *kolmogrovsmirnov* untuk mengetahui normal atau tidaknya data yang digunakan. Uji *kolmogrovsmirnov*

---

<sup>24</sup> Syofian Siregar, “*Statistik Parametik Untuk Penelitian Kuantitatif*”, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), h. 153

adalah uji beda antara data yang di uji normalitasnya dengan data normal baku.

1. Jika  $\text{Sig} > 0,05$  maka data berdistribusi normal.
2. Jika  $\text{Sig} < 0,05$  maka data tidak berdistribusi normal.<sup>25</sup>

#### b. Uji Multikolineritas

Uji multikolineritas dimaksudkan apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antara variabel bebas (independen). Apabila terjadi kolerasi antara variabel bebas, maka terdapat problem multikolineritas (multiko) pada model regresi tersebut. Pedoman suatu model regresi yang bebas multikolineritas adalah koefisien korelasi antar variabel *independent* haruslah lemah dibawah 0,05 Jika korelasi kuat maka terjadi problem multikolineritas. Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinierita adalah nilai *Tolerance*  $< 0.10$  atau sama dengan nilai *VIF*  $> 10$ .<sup>26</sup> Untuk mendeteksi multikolinieritas adalah dengan melihat nilai *tolerance* dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan rumus sebagai berikut.<sup>27</sup>

---

<sup>25</sup> V. Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk penelitian*, (Yogyakarta : Pustaka Baru Pers, 2015), h. 52-56

<sup>26</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate...*,h.148

<sup>27</sup> Agung Abdul Rasul, *Praktikum Statistika Ekonomi Dan Bisnis*, (Jakarta : Mitra Wacana Media, 2010), h. 134

VIF

Tolerance

$$VIF_i = \frac{1}{1 - R_i^2}$$

$$(\beta) = 1/VIF$$

### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dan residual satu pengamatan yang lain. Jika *variance* dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.<sup>28</sup>

Metode pengujian yang bisa digunakan yaitu uji Park, uji Glejser dan Scatter plot (nilai prediksi ZPRED dengan residual ZRESID). Penelitian ini menggunakan uji Glejser, cara melakukan uji Glejser yaitu dengan menstransformasikan nilai residual menjadi absolut residual dan meregresikan dengan variabel independen dalam model. Jika diperoleh nilai signifikan variabel independen  $< 0,05$ , maka dapat

---

<sup>28</sup> Sudjana, *Metode Statistik*, (Bandung : PT. Tarsito,2009), h.373.

disimpulkan tidak terdapat masalah heteroskedasitas.<sup>29</sup>

#### d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah model regresi linier ada distrurbansi atau gangguan yang berhubungan dengan pengamatan lain yang manapun.<sup>30</sup> Terdapat beberapa cara dalam menghitung autokorelasi dalam regresi antara lain metode grafik dan uji Durbin-Watson. Penelitian ini menggunakan uji Durbin-Watson, dengan hipotesis yang akan diuji adalah  $h_0$  tidak terjadi autokorelasi dan  $h_a$  terjadi autokorelasi. Kriteria pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:<sup>31</sup>

- $DU < DW < 4 - DU$  maka  $h_0$  diterima, artinya tidak terjadi autokorelasi
- $DW < DL$  atau  $DW > 4 - DL$  maka  $h_0$  ditolak, artinya terjadi autokorelasi
- $4 - DL < DW < 4$  maka  $h_0$  ditolak, artinya terjadi autokorelasi negatif
- $DL < DW < DU$  artinya tidak ada autokorelasi positif (tidak ada keputusan)

---

<sup>29</sup> Gujarati dan Poter, Dasar-Dasar Ekonometrika, (Jakarta: Salemba Empat, 2012), h. 187.

<sup>30</sup> Damodar Gujarati Sumarno Z., *Ekonometrika...*, h.101.

<sup>31</sup> Rohmat Aldi Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS* (Ponorogo: Wade Group, 2017), h.123.

- $4-DU < DW < 4-DL$  artinya tidak ada autokorelasi negatif (tidak ada keputusan).

### 3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan apabila terdapat hipotesis yang akan diuji dengan menggunakan analisis statistik dan berakhir pada kesimpulan untuk menerima atau menolak  $H_0$  dan menerima atau menolahkan  $H_a$ .<sup>32</sup> Adapun dalam uji hipotesis terdiri dari :

#### a. Analisis Regresi Linear Berganda

Alat analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda yang bertujuan untuk menguji pengaruh lebih dari satu variabel independen terhadap variabel dependen. persamaan regresi linear berganda dapat ditulis sebagai berikut :<sup>33</sup>

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

$Y = Impulse\ Buying$

$a = Bilangan\ Konstanta$

$e = Error$

$b_1X_1 = Hedonic\ shopping\ Motivation$

$b_2X_2 = Shopping\ Lifestyle$

---

<sup>32</sup> Husaini Usman dan R.Purnomo Setiady Akbar, *Pengantar Statistika*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), h.128

<sup>33</sup> Damodar Gujarati S.Z., *Ekonometrika Dasar*, (Jakarta: Erlangga, 2003), h.28

### **b. Uji Hipotesis F (Uji Simultan)**

Uji hipotesis F digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen dari suatu persamaan regresi dengan menggunakan hipotesis statistik.<sup>34</sup> Nilai  $f_{hitung}$  dirumuskan sebagai berikut :

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

Keterangan :

R = Korelasi

K = variable independent

n = Jumlah sampel

Pengambilan keputusan didasarkan pada nilai probabilitas yang didapatkan dari hasil pengolahan uji berikut:

- 1) Jika probabilitas  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak
- 2) Jika probabilitas  $> 0,05$  maka  $H_a$  diterima

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah :

- 1) Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima (signifikan)
- 2) Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak (tidak signifikan)<sup>35</sup>

---

<sup>34</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis...*,h.99

<sup>35</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis...*,h.100

### c. Hipotesis T (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen (*hedonic shopping motivation* dan *shopping lifestyle*) secara parsial atau masing-masing terhadap variabel dependen (*impluse buying*). Seperti halnya dengan uji hipotesis secara simultan, pengambilan keputusan uji hipotesis secara parsial juga didasarkan pada nilai probabilitas/nilai signifikan yang didapatkan dari hasil pengolahan data melalui program spss sebagai berikut:<sup>36</sup>

- 1) Jika probabilitas  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima
- 2) Jika probabilitas  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah:<sup>37</sup>

- 1) Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima (signifikan)
- 2) Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak (tidak signifikan)

### d. Koefesien Korelasi

Koefesien korelasi yang dinyatakan dengan  $r$  merupakan alat untuk menjelaskan kuat atau lemahnya hubungan antara variabel independen dan

---

<sup>36</sup> Caroline, *Metode Kuantitatif* (Surabaya: Media Sahabat Cendikia, 2019), h. 43

<sup>37</sup> Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, (Jakarta : Bumi Aksara,2012) , h.89



dependen.<sup>38</sup> Oleh karena itu, untuk mempermudah pemberian kategori koefisien korelasi maka dibuat kriteria pengukuran sebagai berikut :

**Tabel 3.3 Kriteria Pengukuran Koefisien Korelasi**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Lemah
0,20-0,399	Lemah
0,40-0,599	Cukup
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat kuat

Sumber: Sugiono, 2017

#### e. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $r^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pada model linier berganda ini akan dilihat besarnya kontribusi untuk variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya dengan melihat besarnya koefisien determinasi totalnya ( $r^2$ ). Jika  $r^2$  yang di peroleh mendekati 1 (satu) maka dapat dikatakan semakin kuat model tersebut menerangkan hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat, variabel-variabel

---

<sup>38</sup> Dwi Priyanto, *Paham Analisa Data dengan SPSS*, (Yogyakarta: MediaKom, 2010), h.16

independen memberikan hampir semua yang dibutuhkan. Sebaliknya jika  $r^2$  semakin mendekati 0 (nol) maka semakin lemah variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat.<sup>39</sup>

---

<sup>39</sup> Sudjana, *Metode Statistic*, (Bandung : PT.Tarsito, 2009), h.373