

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*Field Research*), dimana penelitian tersebut merupakan penelitian yang langsung dilakukan di lapangan, sehingga diperoleh kondisi secara nyata yang sesungguhnya di lapangan.¹ Oleh sebab itu, peneliti langsung ke lapangan tempat penelitian untuk melakukan penelitian agar memperoleh data dan informasi pendukung yang akurat, dimana data tersebut akan menjadi bukti empiric yang digunakan untuk menguji serta menjelaskan mengenai pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Konveksi Orarie di Desa Wedarijaksa Pati.

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Dimana jawaban atas kasus yang diteliti akan diperoleh melalui hasil dari analisis data-data statistik yang diolah. Pendekatan kuantitatif adalah metode penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data dalam bentuk angka, kata-kata atau suatu kalimat dan kemudian mengubahnya menjadi angka, yang kemudian diolah dan dianalisis untuk mengekstrak suatu informasi ilmiah dari angka-angka tersebut.²

Penelitian ini akan meneliti tentang bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Konveksi Orarie di Desa Wedarijaksa Pati.

¹ M.M. Prof. Dr. Suliyanto, S.E., *Metode Penelitian Bisnis Untuk Skripsi, Tesis, Dan Disertasi*, ed. Aditya Cristian (Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET, 2018).

² Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder*.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah area generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas dan sifat tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian membuat kesimpulan tentangnya. Populasi juga bukan hanya jumlah orang yang dipelajari, tetapi juga meliputi semua sifat yang dimiliki oleh objek atau subjek yang dipelajari.³

Populasi pada penelitian ini yaitu menggunakan pelanggan atau konsumen yang pernah melakukan pembelian selama 3 bulan awal pada tahun 2023 di Konveksi Orarie yang berjumlah 406 order masuk. Yang masing-masing pada bulan Januari berjumlah 124 order, bulan Februari berjumlah 125 order, dan Maret berjumlah 157 order.

2. Sampel

Sampel adalah anggota dari populasi yang memiliki karakteristik atau kondisi tertentu yang akan diteliti. Atau sampel dapat didefinisikan sebagai anggota populasi yang memiliki karakteristik atau kondisi tertentu yang akan diteliti.⁴ Pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling* (sampel bertujuan) yang merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Kita dapat memilih orang sebagai sampel dengan memilih orang yang benar-benar mengetahui atau memiliki kompetensi dengan topik penelitian kita.⁵

Jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian sebaiknya 30 sampai 500 responden. Rumus slovin digunakan dalam penelitian ini untuk menghitung jumlah responden.

Rumus Slovin sebagai berikut :

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

³ Prof. Dr. Suliyanto, S.E., *Metode Penelitian Bisnis Untuk Skripsi, Tesis, Dan Disertasi*.

⁴ Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder*.

⁵ Martono.

Keterangan :

n = ukuran sampel minimal

N = ukuran populasi

d = toleransi kesalahan (10%)

Perhitungan untuk menentukan besarnya sampel pada konsumen Konveksi Orarie adalah dengan jumlah konsumen yang telah melakukan pembelian selama 3 bulan pada 2023 sebanyak 406 order. Setelah itu dapat dihitung menggunakan rumus slovin berikut ini :

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{N}{1+Nd^2} \\
 n &= \frac{406}{1+406(0,1)^2} \\
 n &= \frac{406}{1+4,06} \\
 &= \frac{406}{5,06} \\
 &= 80
 \end{aligned}$$

C. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini yang dimaksud adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder, yaitu sebagai berikut :

1. Data primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti dari sumber pertama. Data primer dalam penelitian ini didapatkan secara langsung melalui jawaban responden terhadap kuesioner atau angket yang diberikan oleh peneliti.⁶ Mereka berasal dari jawaban responden terhadap kuesioner atau angket yang disebarakan kepada mereka. Dimana responden tersebut adalah konsumen atau pelanggan yang pernah melakukan pembelian pada Konveksi Orarie.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari subjek penelitian. Data sekunder sudah dikumpulkan dan disajikan oleh pihak lain, baik dengan tujuan komersial maupun nonkomersial. Data sekunder biasanya berupa data statistik hasil penelitian dari buku

⁶ Prof. Dr. Suliyanto, S.E., *Metode Penelitian Bisnis Untuk Skripsi, Tesis, Dan Disertasi.*

laporan survei, majalah atau surat kabar, dokumentasi maupun arsip-arsip resmi.⁷

Data sekunder yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah buku dan jurnal yang berhubungan dengan pembahasan pada penelitian ini.

D. Identifikasi Variabel

Menurut (Hatch dan Farhady, 1981) variabel dapat didefinisikan sebagai sifat seseorang atau obyek yang “bervariasi” antara satu orang dengan yang lain atau satu objek dengan objek yang lain.⁸ Variabel dalam penelitian ini ada dua, yaitu :

1. Variabel Bebas (Independen)

Variabel bebas (*independent variable*) adalah variabel yang memiliki kemampuan untuk mempengaruhi variabel lain atau berdampak pada variabel yang lain, biasanya dalam urutan tata waktu yang terjadi terlebih dahulu. Dalam penelitian kuantitatif, variabel ini dapat membantu menjelaskan topik atau fokus penelitian. Kualitas Pelayanan (X1), Kualitas Produk (X2), dan Harga (X3) adalah tiga variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini, yang biasanya diwakilkan dengan variabel “x”.⁹

2. Variabel Terikat (Dependen)

Variabel terikat (*dependen variable*) merupakan variabel yang diakibatkan atau dipengaruhi oleh variabel bebas. Dalam penelitian kuantitatif, variabel ini ada karena fokus atau topik penelitian. Variabel dependen penelitian ini yaitu Kepuasan Konsumen (Y), yang biasanya digambarkan sebagai variabel “y”.¹⁰

E. Variabel Operasional

Definisi operasional merupakan pengertian tentang variabel yang didasarkan dengan ciri-ciri khusus variabel yang akan diteliti, yang berisi rincian indikator operasional yang

⁷ Prof. Dr. Suliyanto, S.E.

⁸ Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Tindakan Komprehensif*, ed. Safitri Yosita Ratri (Bandung: Alfabeta, 2015).

⁹ Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder*.

¹⁰ Martono.

menjadi alat ukur dari masing-masing variabel. Berikut merupakan tabel operasionalisasi variabel yang berisi tentang berbagai rincian indikator operasional dari variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu :

Tabel 3. 1
Variabel Operasional

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Kualitas Pelayanan (X1)	Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan seseorang terhadap suatu produk, yang diharapkan dapat membandingkan keinginan dan kinerja yang dirasakan oleh konsumen setelah membeli produk atau jasa tersebut.	1) Keandalan (<i>reliability</i>) 2) Daya tanggap (<i>responsiviness</i>) 3) Jaminan (<i>assurance</i>) 4) Bukti fisik (<i>tangible</i>) 5) Empati (<i>empathy</i>)	Skala likert 1-5
Kualitas Produk (X2)	Kualitas produk adalah keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa yang berkaitan dengan apa yang diharapkan oleh konsumen.	1) Bentuk (<i>form</i>) 2) Fitur (<i>feature</i>) 3) Kinerja (<i>performance</i>) 4) Kesesuaian (<i>conformance</i>) 5) Ketahanan (<i>durability</i>) 6) Keandalan (<i>reliability</i>) 7) Kemudahan perbaikan (<i>repairability</i>) 8) Gaya (<i>style</i>) 9) Desain (<i>design</i>)	Skala likert 1-5
Harga (X3)	Harga adalah jumlah nilai yang dapat ditukarkan oleh konsumen	1) Keterjangkauan harga 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Skala likert 1-5

	untuk mendapatkan keuntungan menggunakan suatu barang atau jasa yang nilainya telah ditetapkan oleh pembeli atau penjual.	3) Daya saing harga 4) Kesesuaian harga dengan manfaat	
Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil dari produk yang diharapkan.	1) Harapan (<i>expectations</i>) 2) Kinerja (<i>performance</i>) 3) Perbandingan (<i>comparison</i>) 4) Pengalaman (<i>experience</i>) 5) Konfirmasi (<i>confirmation</i>) dan diskonfirmasi (<i>disconfirmation</i>)	Skala likert 1-5

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini ada beberapa cara sebagai berikut :

1. Observasi

Sutrisno Hadi (1986) menyatakan bahwa observasi adalah proses yang kompleks yang melibatkan banyak fungsi biologis dan psikologis. Dua proses terpenting adalah ingatan dan pengamatan. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan jika penelitian tidak terlalu mencakup perilaku manusia, proses kerja, gejala alam, atau responden yang diamati.¹¹

Teknik ini dilakukan oleh peneliti dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan kepada konsumen yang pernah melakukan pembelian di Konveksi Orarie Wedarijaksa Pati. Melalui pengamatan ini, peneliti dapat

¹¹ M.Si. Dr. H. Rahmat, *Statistika Penelitian*, ed. Tim Redaksi Pustaka Setia, cetakan 1 (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2013).

memperoleh gambaran umum tentang kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga di Konveksi Orarie Wedarijaksa Pati.

2. Kuesioner atau Angket

Kuesioner (angket) digunakan untuk mengumpulkan data dengan menggunakan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner juga digunakan untuk jumlah responden yang cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan yang tertutup atau terbuka, yang diberikan secara langsung kepada responden atau bisa dikirim melalui pos ataupun internet.¹²

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner yang terdiri dari beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan variabel kualitas pelayanan (X1), kualitas produk (X2), harga (X3), dan kepuasan konsumen (Y) dengan alternatif masing-masing lima opsi. Dalam setiap alternatif opsi tersebut menggunakan pengukuran yaitu skala *likert*. Skala *Likert* merupakan skala yang dapat digunakan untuk mengukur pendapat, sikap, dan persepsi seseorang tentang suatu fenomena atau objek tertentu.

Skala *Likert* terdiri dari dua jenis pernyataan, yaitu pernyataan positif dan pernyataan negatif. Dalam menggunakan Skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan dari variabel menjadi dimensi, kemudian menjadi indikator, dan kemudian menjadi sub-indikator yang dapat diukur. Pada akhirnya, sub-indikator ini dapat digunakan sebagai tolak ukur untuk menciptakan pertanyaan atau pernyataan yang harus dijawab oleh peserta.¹³

Skala Likert yang digunakan dengan kriteria 1-5 berdasarkan jawaban dari para responden yaitu sebagai berikut :

¹² Dr. H. Rahmat.

¹³ M.M. Ir. Syofian Siregar, *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian: Dilengkapi Perhitungan Manual Dan Aplikasi SPSS Versi 17*, ed. Reka Studio Grafis (Jakarta: Rajawali Pers, 2012).

Tabel 3. 2
Skala Likert untuk kuesioner

Keterangan	Likert
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3. Dokumentasi

Salah satu metode pengumpulan data yang dapat digunakan dalam metodologi penelitian social adalah metode dokumenter. Yang pada dasarnya metode ini yang digunakan untuk menelusuri data historis.¹⁴

Dokumen merupakan sebuah catatan peristiwa yang telah berlalu. Dokumen dapat berupa tulisan, gambar, atau karya-karya monumental, laporan, dan sebagainya. Sifat utama data adalah tidak terbatas pada ruang dan waktu, yang memungkinkan peneliti untuk melihat apa yang telah terjadi. Dalam penelitian kuantitatif, metode dokumenter membantu observasi dan wawancara. Peneliti menggunakan teknik ini untuk mengumpulkan informasi tambahan yang berhubungan dengan kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Konveksi Orarie Wedarijaksa Pati.

G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu tes atau instrument pengukur dapat dikatakan mempunyai hasil validitas yang tinggi apabila alat tersebut dapat melakukan fungsi ukurnya dengan benar, atau memberikan hasil ukur yang

¹⁴ Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2009).

sesuai dengan apa yang dilakukan oleh alat tersebut. Suatu tes yang menghasilkan data yang tidak relevan, dapat dikatakan sebagai tes yang memiliki validitas yang rendah.¹⁵

Salah satu uji validitas yang paling umum digunakan untuk mengevaluasi ketetapan suatu item dalam kuesioner atau skala tertentu adalah uji validitas item, yang menunjukkan bahwa ada korelasi atau dukungan terhadap item total, juga dikenal sebagai skor total. Hasil perhitungan korelasi akan menghasilkan koefisien korelasi, yang digunakan untuk mengevaluasi tingkat validitas suatu item dan untuk menenangkan item.¹⁶

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas atau *reliability* yang berasal dari kata *rely* dan *ability*. Pengukuran yang memiliki reliabilitas yang tinggi dapat dikatakan sebagai pengukuran yang reliabel (*reliable*). Walaupun reliabilitas mempunyai berbagai arti nama lain seperti keterpercayaan, keterandalan, keajegan, kestabilan, konsisten dan sebagainya, namun ide pokok yang terkandung dalam konsep reliabilitas adalah sejauhmana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya.¹⁷

Salah satu cara untuk mengetahui konsistensi suatu alat ukur adalah dengan menjalankan uji reliabilitas, yang menentukan apakah alat ukur tersebut dapat diandalkan dan tetap konsisten selama pengukuran yang diulang.¹⁸

H. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menentukan apakah variabel terikat dan variabel bebas dalam model regresi memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi data yang normal atau mendekati normal. Selain itu, uji normalitas

¹⁵ Drs. Saifuddin Azwar, *Reliabilitas Dan Validitas* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset, 2000), 5-6.

¹⁶ MA Drs. Saifuddin Azwar, *Reliabilitas Dan Validitas*, ed. Pustaka Pelajar Offset, ke-3 (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2000).

¹⁷ Drs. Saifuddin Azwar.

¹⁸ Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS*, ed. Destyan, pertama (Yogyakarta: Mediakom, 2010).

data juga dapat menentukan apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yaitu distribusi yang berbentuk lonceng. Distribusi data yang baik adalah data yang mempunyai pola seperti distribusi normal, yakni distribusi data tersebut tidak mempunyai juling ke kiri atau ke kanan dan keruncingan ke kiri atau ke kanan.

Dalam analisis regresi, uji normalitas dilakukan pada semua variabel secara bersama-sama, yang membuatnya sangat sulit untuk dilakukan. Namun, uji ini dapat dilakukan pada setiap variabel, dengan logika bahwa jika setiap variabel dapat memenuhi asumsi normalitas secara individual, maka secara keseluruhan, atau multivariate, variabel-variabel tersebut juga dapat dianggap memenuhi asumsi normalitas.¹⁹

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya hubungan linier antar variabel independen dalam model regresi. Ini disebut sebagai keadaan di mana ada hubungan linier yang sempurna atau hampir sempurna antar variabel independen.²⁰ Model regresi yang baik tentu tidak akan menemukan korelasi di antara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel tersebut tidak membentuk variabel ortogol. Variabel ortogol adalah variabel bebas di mana nilai korelasi mereka sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi adalah dapat dilihat dari nilai R^2 , matrik korelasi variabel-variabel bebas, dan nilai tolerance dan lawannya, dan *variance inflation factor* (VIF).²¹

Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah dengan tidak adanya multikolinieritas. Ada beberapa metode pengujian yang bisa digunakan yaitu sebagai berikut :

- a) Dengan melihat nilai *Inflation Factor* (VIF) pada model regresi.

¹⁹ M.Pd Masrukin, S. Ag., *Metodologi Penelittain Kuantitatif*, ed. Stain Kudus (Kudus, 2009).

²⁰ Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS*.

²¹ Masrukin, S. Ag., *Metodologi Penelittain Kuantitatif*.

- b) Dengan membandingkan nilai koefisien determinasi individual (r^2) dengan nilai determinasi secara serentak (R^2).
- c) Dengan melihat nilai *Eigenvalue* dan *Condition Index*.

Menurut (Santoso, 2001), pada umumnya jika VIF lebih besar dari 5, maka variabel tersebut mempunyai persoalan multikolinieritas dengan variabel bebas lainnya.²²

3. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana telah terjadi ketidaksamaan varian dari residual untuk setiap pengamatan pada model regresi. Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah ada ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi. Dalam kasus ini, model regresi harus memenuhi syarat bahwa tidak ada masalah heteroskedastisitas. Ada beberapa model pengujian yang bisa digunakan di antaranya yaitu Uji Spearman's rho, Uji Glejser, Uji Park, dan analisis pola grafik regresi.²³

I. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data kuantitatif adalah proses menginput, mengategorikan, dan menghitung data yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis suatu penelitian. Teknik ini kemudian disajikan dengan berbagai teknik penyajian data sehingga dapat mudah dipahami.²⁴

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menentukan hubungan secara *linier* antara dua ataupun lebih variabel independen dengan variabel dependen. Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk melakukan prediksi nilai dari variabel dependen. Apabila nilai variabel independen mengalami penurunan atau kenaikan, serta untuk menentukan arah hubungan antar variabel independen dan variabel dependen, apakah hubungannya memiliki nilai positif atau negatif.

²² Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS*.

²³ Priyatno.

²⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Tindakan Komprehensif*.

Di dalam penelitian ini, yakni digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan (X1), kualitas produk (X2), dan harga (X3), terhadap kepuasan konsumen (Y).

Adapun rumus persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Keterangan :

Y = Variabel dependen (nilai yang diprediksikan)

X₁ X₂ X_n = Variabel Independen

a = Konstanta

b₁ b₂ b_n = Koefisien regresi (nilai peningkatan atau penurunan)²⁵

2. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen (kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga) secara parsial mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen). Berikut merupakan rumus t hitung pada analisis regresi yaitu sebagai berikut :

$$t \text{ hitung} = \frac{b_i}{S_{b_i}}$$

Keterangan :

b_i = Koefisien regresi variabel i

S_{b_i} = Standar error variabel i²⁶

3. Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F)

Pengujian ini dapat digunakan untuk mengetahui apakah dalam variabel independen (kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga) secara bersamaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen). Berikut rumus F hitung adalah sebagai berikut :

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

²⁵ Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS*.

²⁶ Priyatno.

Keterangan :

R^2 = Koefisien determinasi

N = Jumlah data atau kasus

K = Jumlah variabel independen²⁷

4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis determinasi ini digunakan untuk menentukan presentase pengaruh dua variabel yaitu variabel independen (kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga) secara bersamaan terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen). Koefisien ini dapat menunjukkan seberapa besar presentase variasi variabel independen yang digunakan dalam model tersebut mampu menjelaskan dari variasi variabel dependen. Jika R^2 sama dengan 0, maka variabel independen tidak memiliki pengaruh apa pun terhadap variabel dependen, atau variabel independen tidak menjelaskan tentang variabel dependen sama sekali. Sebaliknya, jika R^2 sama dengan 1, maka presentase pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah sempurna, atau variabel independen yang digunakan dapat menjelaskan variabel dependen sebesar 100%.

Berikut rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut :

$$R^2 = \frac{(ryx^1)^2 + (ryx^2)^2 - 2.(ryx^1).(ryx^2).(rx_1x_2)}{1 - (rx_1x_2)^2}$$

Keterangan :

R^2 = Koefisien determinasi

ryx_1 = Korelasi sederhana antara X1 dan Y

ryx_2 = Korelasi sederhana antara X2 dan Y

rx_1x_2 = Korelasi sederhana antara X1 dan X2²⁸

²⁷ Priyatno.

²⁸ Priyatno.