

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini termasuk dalam penelitian *field research* atau yang kerap disebut sebagai penelitian lapangan karena penulis terlibat langsung dipenelitian yang artinya penelitian ini merupakan investigasi sistematis mengenai sebuah fenomena dengan mengumpulkan data yang ada pada lapangan<sup>60</sup>. Penelitian ini diarahkan untuk mendapatkan bukti yang tepat, dan guna menampakkan apakah didapati pengaruh gaya hidup hedonis dan citra merek pada keputusan pembelian. Selain itu penelitian ini penulis menjalankan penelitian di kampus IAIN Kudus dengan objek mahasiswa jurusan Manajemen Bisnis Syariah Angkatan 2019-2020 yang pernah menerapkan produk Erigo atau saat ini telah menerapkan produk tersebut.

Penelitian ini menerapkan teknik kuantitatif, yakni metode menjalankan analisis data dengan menerapkan nilai numerik. Fokus metode ini ialah pada analisis data numerik (angka). Mengembangkan dan menerapkan model matematika, ide, atau hipotesis yang berkaitan akan topik yang diteliti ialah tujuan dari penelitian kuantitatif ini.<sup>61</sup>

### B. Setting Penelitian

Dalam penelitian ini diarahkan pada halaman IAIN Kudus yang berlokasi di Dukuh Ngetuk, Desa Ngembal Rejo, Kecamatan Bae, Kabupaten Kudus. Responden yang akan ditunjuk dipenelitian ini ialah mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah angkatan 2019 – 2020 IAIN Kudus.

### C. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi merupakan sekelompok pada suatu tempat, dan kejadian atau segala sesuatu yang didalamnya didapati karakteristik yang memenuhi syarat tertentu dan berkaitan akan

---

<sup>60</sup> Muhammad Ramdhan, *Metode Penelitian*, ed. by Aidil Amin Effendy (Surabaya: Cipta Media Nusantara, 2021), 6.

<sup>61</sup> Suryani and Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam*, ed. by Suwito (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2015). 107.

masalah yang telah ditetapkan oleh peneliti.<sup>62</sup> Adapun yang menjadi populasi pada penelitian ini ialah mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah IAIN Kudus yang pernah menerapkan produk Erigo atau saat ini telah menerapkan produk Erigo.

Didasarkan atas hasil observasi yang telah dijalankan oleh peneliti diketahui bahwasanya populasi mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah IAIN Kudus pada angkatan 2019 didapati 218 mahasiswa, pada angkatan 2020 didapati 127 mahasiswa, angkatan 2021 didapati 135 mahasiswa, dan angkatan 2022 didapati 140 mahasiswa. Jadi jumlah populasi pada penelitian ini didapati sekitar 620 mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah IAIN Kudus.

## 2. Sampel

Sampel merupakan suatu bagian dari jumlah dan karakteristik sekelompok orang dalam suatu populasi yang dijadikan sebagai objek dipenelitian.<sup>63</sup> Sampel dari populasi yang benar-benar representatif sebaiknya dipilih jika populasinya besar dan peneliti tidak mampu meneliti setiap anggota masyarakat.

Jika jumlah populasi diketahui, dapat menerapkan rumus Slovin untuk menghitung sampel minimal yang diperlukan, sebagai berikut :

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

Dimana :

n = Ukuran sampel

N = Populasi

E = Persentase kelonggaran ketidaktelitian sebab kecacatan pemilihan sampel yang dapat dimaklumi, misalnya 10%.<sup>64</sup>

Didasarkan atas rumus yang ada diatas, maka bisa dimasukkan besarnya sampel mahasiswa pada prodi Manajemen Bisnis Syariah di IAIN Kudus ialah:

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

$$n = 620$$

---

<sup>62</sup> Eddy Roflin, Iche Andriyani Liberty, and Pariyana, *Populasi, Sampel, Variabel Dipenelitian Kedokteran*, ed. by Moh. Nasrudin (Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management, 2021), 4.

<sup>63</sup> Restu Kartiko Widi, *Menerapkan Penelitian; Pengenalan Dan Penuntun Pelaksanaan Penelitian*, ed. by Cinthia Morris Sartono (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2018), 115.

<sup>64</sup> Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, ed. by Pagut Lubis (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2002), 141-142.

$$1+620 (0,01)$$

$$n = 86,11$$

Maka dari itu, sampel penelitian ini memiliki tingkat toleransi sejumlah 10% ialah 86,11 dan dibulatkan menjadi 86 responden untuk mewakili seluruh sampel.

Strategi yang diterapkan dalam penentuan pengambilan sampel dipenelitian ini yakni dengan *probability sampling* atau (*random sampling* / sampel acak), yang artinya teknik pengambilan sampel yang dimana dalam suatu populasi berpeluang yang sama untuk terpilih menjadi sampel. Sampel yang dihasilkan yakni *random sampling* atau yang sering diambil sampel secara acak.<sup>65</sup> Sampel yang akan dipilih merupakan konsumen yang telah menjalankan transaksi pembelian produk Erigo.

#### D. Desain dan Definisi Variabel

Desain penelitian merupakan salah satu strategi guna mencapai sebuah tujuan penelitian yang telah ditetapkan yang bertindak untuk menjadi patokan saat menjalankan suatu kajian. Dalam hal ini variabel ialah suatu konsep yang bervariasi nilai.<sup>66</sup> Selain itu variabel penelitian merupakan segala sesuatu yang mempunyai bentuk yang telah dipilih oleh peneliti untuk diterapkan dan dipelajari hingga nantinya memperoleh suatu informasi mengenai hal tersebut dan kemudian akan ditarik sebuah kesimpulan.

Berikut ialah macam-macam variabel yang didapati dipenelitian ini bisa dibedakan menjadi :<sup>67</sup>

1. **Variabel Independen** : Dalam variabel ini juga dapat disebut sebagai variabel stimulus, penyebab, masukan, predictor, *antecedent*. Dan dalam bahasa indonesia variabel ini kerap disebut variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang dapat menjadi penyebab atau dapat memengaruhi perubahan dalam variabel *dependen* (terikat). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel *Independen* merupakan gaya hidup hedonis (X1) dan citra merek (X2).
2. **Variabel Dependen** : Dalam konteks ini, variabel ini juga dapat disebut sebagai variabel *output*, kriteria, konsekuensi, atau

---

<sup>65</sup> I Ketut Swarjana, *Populasi-Sampel, Teknik Sampling & Bias Dipenelitian*, ed. by Erang Risanto (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2022), 92.

<sup>66</sup> Sandu Siyoto and M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, ed. by Ayup (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 15.

<sup>67</sup> Mukhid, *Metodologi Penelitian Pendekatan Kuantitatif*, ed. by Sri Rizqi Wahyuningrum (Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2021), 62.

respon. Dalam bahasa Indonesia, variabel ini kerap disebut sebagai variabel terikat, yang berarti variabel yang akan dipengaruhi atau mengalami akibat karena variabel independen (bebas). Dipenelitian ini, variabel dependen ialah keputusan pembelian (Y).

Variabel operasional merupakan suatu penjelasan atau uraian tentang suatu teks cara menghitung dan mengukur suatu konsep dalam sebuah variabel yang telah dipilih dan nantinya akan bersangkutan.<sup>68</sup> Variabel yang dimaksud merupakan suatu indikator variabel yang telah ditetapkan. Pada penelitian ini menerapkan beberapa variabel operasional antara lain yakni

**Tabel 3. 1. Definisi Variabel Operasional**

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Gaya hidup hedonis (X1)	Menurut Amstrong yang dikutip dalam buku yang dikarang oleh Ichsanudin dan Hery Purnomo menjelaskan bahwasanya gaya hidup hedonis ialah semua aktivitas diarahkan untuk mengejar kesenangan hidup dengan bermain di luar rumah dan membeli barang-barang mahal untuk kepuasan <sup>69</sup>	1. <i>Adventure shopping</i> 2. <i>Social shopping</i> 3. <i>Gratification shopping</i> 4. <i>Idea shopping</i> 5. <i>Role shopping</i> 6. <i>Value shopping</i> <sup>70</sup>	Likert
Citra merek (X2)	Menurut nursaimatussaddiya mengungkapkan bahwasanya, citra merek ( <i>brand image</i> ) ialah persepsi dan keyakinan yang dimiliki konsumen, yang tercermin dalam pikiran dan ingatan mereka.	1. <i>Recognition</i> (reputasi) 2. <i>Reputation</i> (reputasi) 3. <i>Affinity</i> (afinitas) 4. <i>Domain</i> <sup>71</sup>	Likert

<sup>68</sup> Sirilius Seran, *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Sosial*, ed. by Titis Yuliyanti (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2020), 60.

<sup>69</sup> Ichsanudin and Hery Purnomo, *Monograf Analisis Gaya Hedonis, Status Sosial, Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek*, ed. by Rintho R. Rerung (Bandung: Media Sains Indonesia, 2021), 107.

<sup>70</sup> Vivian.

<sup>71</sup> Dedeh Kurniasih, *Keputusan Konsumen Studi Terhadap Word Of Mounth, Kualitas Layanan Dan Citra Merek*, ed. by Achmad Rozi (Banten: Penerbit Bintang Sembilan Visitama, 2021), 21.

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
	Informasi atau pengalaman konsumen sebelumnya dapat membentuk persepsi terhadap merek tersebut.		
Keputusan pembelian (Y)	Menurut sangadji dan sopiah dalam pengambilan keputusan konsumen ialah proses pemecahan masalah yang ditargetkan. <sup>72</sup> Dan inti dari pengambilan keputusan konsumen ( <i>consumer decision making</i> ) ialah menggabungkan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih tindakan alternatif dan memilih salah satu inti dari pengambilan keputusan konsumen	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pilihan produk atau jasa</li> <li>2. Pilihan merek</li> <li>3. Pilihan penyalur</li> <li>4. Waktu pembelian.<sup>73</sup></li> </ol>	Likert

### E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Uji Validitas ialah sebuah pengukuran yang bertujuan menampakkan kebenaran dan kevalidan sebuah instrumen penelitian. Hal ini mengacu pada seberapa jauh instrumen sedang menjalankan fungsi.<sup>74</sup> Dalam pengujian validitas, instrumen yang akan diuji akan melalui perhitungan *Korelasi Product Moment Pearson*, hal ini diterapkan guna mengukur koefisien korelasi antara nilai item dan total skornya pada taraf signifikan 0,05. Selain itu skor akan diklaim valid apabila didapati nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  pada tingkat signifikan korelasi dengan dibawah  $<0.05$ .<sup>75</sup>

<sup>72</sup> Sopiah and E. M. Sangaji, *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian. Edisi Pertama*, ed. by Nikoemus WK (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2015).

<sup>73</sup> Sawlani.

<sup>74</sup> Slamet Riyanto and Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*, ed. by Slamet Riyanto and Aglis Andhita Hatmawan (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2020), 63.

<sup>75</sup> M. Askari Zakariah and Vivi Afriani, *Analisis Statistik Dengan SPSS Untuk Penelitian Kuantitatif*, ed. by M. Askari Zakariah (Yayasan Pondok Pesantren Al Mawaddah Warrahmah, 2021), 34.

Reliabilitas instrumen merupakan suatu tingkat pengukuran yang *reliabel*. Selain itu hal reliabilitas instrumen juga diterapkan guna menampakkan tingkat ketepatan, kestabilan atau yang kerap disebut sebagai konsistensi, dan keakuratan alat untuk menjelaskan permasalahan yang terjadi dalam waktu yang berbeda. Uji reliabilitas instrumen diklaim reliabel jika bisa diterapkan guna mengukur variabel secara terus menerus dan dapat menghasilkan yang sama ataupun dengan sedikit bervariasi. Dalam hal ini guna menguji konsistensi instrument menerapkan koefisien *alpha cronbach* yang mempunyai tingkat kehandalan untuk bisa diterima (*reliabel*), Skor koefisien reliabilitas yang terukur yakni 0,6.<sup>76</sup>

#### F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang diterapkan dipenelitian ini yakni ialah jenis kuesioner. Menurut Sutarno, Kuesioner merupakan suatu instrumen dan alat pengukur sebuah data yang berguna untuk memberi informasi atau sebuah pertanyaan kepada responden, yakni dengan bentuk tulisan maupun gambar yang nantinya responden akan memberi jawabannya yakni dengan bentuk tulisan, memberi tanda centang, bahkan juga bisa melingkari jawaban pada pertanyaan yang diberikan kepada responden.<sup>77</sup>

Teknik dalam pengumpulan data yang dapat memuat serangkaian pertanyaan yang nantinya harus dijawab oleh para responden. Hal ini diterapkan guna mengetahui karakteristik para responden antara lain seperti perilaku, sikap, karakter, dan keyakinan dari responden tersebut dari variabel gaya hidup hedonis (X1), citra merek (X2) terhadap keputusan pembelian (Y). Maksud dari dibuatnya kuesioner penelitian ini yakni guna mendapatkan data yang validitas dan reliabilitas yang tinggi.

Dipenelitian ini skala yang diterapkan dalam kuesioner ini yakni skala likert, skala ini dapat diterapkan karena bisa untuk sebagai alat ukur sikap, pendapat, dan persepsi responden akan masalah yang didapati pada masyarakat sekitar atau yang sedang dialaminya.<sup>78</sup> Selain itu dengan menerapkan skala ini maka variabel

---

<sup>76</sup> Zakariah and Afriani, *Analisis Statistik Dengan SPSS Untuk Penelitian Kuantitatif*, ed. by M. Askari Zakariah (Yayasan Pondok Pesantren Al Mawaddah Warrahmah, 2021), 39.

<sup>77</sup> Sutarno, *Uji Kuesioner Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia (Aplikasi SPSS Dan AMOS)*, ed. by Andri Astuti Itasari (Surakarta: UNISRI Press, 2021), 19.

<sup>78</sup> Aziz Alimul Hidayat, *Menyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas-Reabilitas*, ed. by N. Aulia Aziz (Surabaya: Health Books Publishing, 2021), 7.

dapat dijabarkan menjadi indikator-indikator variabel, yang nantinya akan dibuat pertanyaan-pertanyaan untuk item instrument. Untuk kategori skala likert didapati jawaban yang mempunyai skor data subjektif antara lain:

1. Sangat Setuju (SS) mendapatkan skor 5
2. Setuju (S) mendapatkan skor 4
3. Netral (N) mendapatkan skor 3
4. Tidak Setuju (TS) mendapatkan skor 2
5. Sangat Tidak Setuju (STS) mendapatkan skor 1

## G. Teknik Analisis Data

### 1. Deskripsi Statistik

Statistika deskriptif merupakan suatu alat yang diterapkan guna seorang peneliti menjalankan suatu penelitian-penelitian yang diterapkan pada semua objek untuk peneliti atau yang kerap disebut (populasi). Dalam hal ini bertujuan guna menjelaskan atau memaparkan suatu informasi yang didapati pada hasil penelitian (penarikan kesimpulan) hal ini didapati didasarkan atas data populasi.<sup>79</sup>

### 2. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Dalam uji normalitas bertujuan yang dapat mengetahui bagaimana distribusi sebuah data mengikuti bahkan dapat mendekati distribusi normal, yakni pendistribusian data dengan bentuk lonceng (*bell shaped*).<sup>80</sup> Jika residu analisis regresi berdistribusi normal maka datanya baik. Dalam hal ini didapati dua uji normalitas yang dapat dipilih yakni Kolmogorov-Smirnov nilai signifikan  $> 0,05$  menampakkan distribusi data normal, dan Kolmogorov-Smirnov nilai signifikan  $< 0,05$  menampakkan data yang tidak terdistribusi secara normal. Data yang berdistribusi dapat diklaim normal jika nilai Sig uji normalitas  $\geq 0,05$ .<sup>81</sup>

#### b. Uji Multikolinieritas

Maksud dari uji multikolinieritas merupakan untuk bisa membuktikan yakni antara pada variabel independen atau yang kerap disebut dengan variabel bebas mempunyai

---

<sup>79</sup> Laurentius Saptono, *Statistika Deskriptif Untuk Pendidikan Ekonomi*, ed. by Yohanes Harsoyo (Yogyakarta: Sanata Dharma University Press, 2022), 7.

<sup>80</sup> Singgih Santoso, *Statistik Multivariat*, ed. by Singgih Santoso (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2017), 43.

<sup>81</sup> Joko Subando, *Teknik Analisis Data Kuantitatif Teori Dan Aplikasi Dengan SPSS*, ed. by Laila Hidayatul Amin (Klaten: Lakeisha, 2021), 28.

korelasi dari model regresi tersebut.<sup>82</sup> Model regresi bisa diklaim benar jika sesama variabel independen atau variabel bebas tidak diklaim memiliki kesesuaian. Dalam hal ini jika sesama variabel bebas diklaim sesuai, maka nantinya variabel tidak memperoleh variabel ortogral. Uji multikolinieritas ini bisa didapatkan dengan melihat dari nilai *variance inflation factor* (VIF). Yakni apabila  $VIF > 10$ , yang artinya didapati hubungan yang kuat pada variabel independen atau yang disebut multikolinieritas, sedangkan jika nilai  $VIF < 10$ , yang artinya tidak terjadi multikolinieritas.<sup>83</sup>

c. Uji Heteroskedastisitas

Maksud dari uji heteroskedastisitas merupakan uji yang dipergunakan untuk mengetahui bagaimana dalam model regresi apakah memiliki perbedaan variasi dari pengamatan satu dengan yang lain didapati *residual*. Regresi yang benar yakni jika tidak terjadinya heteroskedastisitas, dalam hal ini uji yang dipakai yakni memakai uji *glejser*. Hal ini yang dimaksud yakni apabila nilai probabilitas signifikan dengan variabel independen maka rangking kepercayaan yakni 5% (0,05). Maka dapat ditarik kesimpulan bahwasanya model regresi ini tidak dipengaruhi oleh heteroskedastisitas.<sup>84</sup>

### 3. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Berganda

Regresi berganda ialah untuk memengaruhi dari 2 variabel yakni didapati 2 variabel independen (bebas) bahkan lebih serta 1 variabel dependen (terikat). Selain itu juga untuk dapat menghitung kondisi (tinggi rendahnya) variabel terikat (*dependen*), apabila didapati 2 bahkan lebih variabel bebas (*independen*), hal ini diterapkan guna mengukur dan memprediksi suatu ketidakadilan (kenaikan skornya).<sup>85</sup>

**RUMUS :  $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$**

---

<sup>82</sup> Muhammad Nisfiannoor, *Pendekatan Statistika Modern Untuk Ilmu Sosial*, ed. by Aulia Nur Dini (Jakarta: Salemba Humanika, 2009), 92.

<sup>83</sup> Gustita Arnawati Putri and Aruma Nur Rahmini, *Monograf Pengaruh Leverage Terhadap Manajemen Laba Dengan Corporate Governance Pada Perusahaan Pertambangan*, ed. by Andriyanto (Klaten: Lakeihsa, 2021), 29.

<sup>84</sup> Putri and Rahmini, *Monograf Pengaruh Leverage Terhadap Manajemen Laba Dengan Corporate Governance Pada Perusahaan Pertambangan*, ed. by Andriyanto (Klaten: Lakeihsa, 2021), 30.

<sup>85</sup> Albert Kurniawan, *Belajar Mudah SPSS Untuk Pemula*, ed. by Ucak (Yogyakarta: MediaKom, 2010), 52.

Dimana :

Y = Keputusan Pembelian

a = Ketetapan (Konstanta)

X1 = Gaya Hidup Hedonis

X2 = Citra Merek

b1 = Koefisien gaya hidup hedonis

b2 = Koefisien citra merek

b. Uji T (Persial)

Pada uji T (Persial) mempunyai tujuan yakni guna mengetahui diantara variabel bebas (*independen*) apakah secara parsial memengaruhi signifikan atau bahkan tidak memengaruhi variabel terikat (*dependen*). Dalam hal ini Probabilita (signifikansi) yang diterapkan ialah 0,05. Apabila nilai signifikansi lebih rendah dari nilai yang diyakinkan maka mendapatkan dugaan penggantian, yang jika variabel bebas (*independen*) menurut parsial dapat berpengaruh pada variabel terikat (*dependen*).<sup>86</sup>

Pengambilan Keputusan :

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

Atau dengan melihat nilai probabilita (Signifikan) :

- Jika probabilita  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  tidak diterima (Tidak signifikan)
- Jika probabilita  $< 0,05$  maka  $H_0$  tidak diterima dan  $H_a$  diterima (signifikan)

c. Uji F (Uji simultan)

Pada uji F (Simultan) menerapkan teknik ANOVA untuk menentukan variabel mana yang berubah secara independen dan simultan yang mempunyai dampak yang sangat signifikan untuk variabel terikat (*dependen*). Dalam hal ini Probabilita (signifikan) yang diterapkan ialah 0,05. Apabila nilai  $f_{hitung} > f_{tabel}$ , maka dapat diklaim hipotesis

---

<sup>86</sup> Ita Rahmati, Lailatus Sa'adah, and Devi Aprillia, *Faktor Kompensasi, Motivasi Dan Disiplin Kerja Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan (Studi Pada Dinas Kesehatan Kabupaten Jombang)*, ed. by Zulfikar, Pertama (Jombang: Lppm Universitas KH. A. Wahab Hasbullah, 2020), 65-66.

pengganti mengungkapkan tetap jika pada variabel terikat (*dependen*).<sup>87</sup>

Pengambilan Keputusan :

- Jika  $f_{hitung} < f_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  tidak diterima (Tidak dapat memengaruhi signifikan)
- Jika  $f_{hitung} > f_{tabel}$  maka  $H_0$  tidak diterima dan  $H_a$  diterima (memengaruhi signifikan)

Atau dengan melihat nilai probabilita (signifikan)

- Jika Probabilita  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  tidak diterima (Tidak Signifikan)
- Jika Probabilita  $< 0,05$  maka  $H_0$  tidak diterima dan  $H_a$  diterima (Signifikan)

d. Koefisien Determinan ( $R^2$ )

Tujuan dari Determinasi Koefisien yakni guna mengukur, menampakkan hubungan diantara variabel penjelas terhadap variabel respon. Menyelaraskan antara garis regresi yang sudah dibuat kepada data hasil observasi. Yang artinya semakin banyak skor  $R^2$  maka semakin bagus pula garis regresi yang terbentuk, dan sebaliknya jika skor  $R^2$  semakin kecil maka semakin tidak tepat garis regresi dan mewakili pada data hasil observasi. Selanjutnya menghitung besar kecilnya proporsi atau persentase antara total ragam Y yang diterapkan pada model regresi dan juga guna menghitung besar kecilnya sumbangan diantara variabel X (*independen*) dan variabel Y (*dependen*).<sup>88</sup>

---

<sup>87</sup> Rahmati, Sa'adah, and Aprillia, *Faktor Kompensasi, Motivasi Dan Disiplin Kerja Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan (Studi Pada Dinas Kesehatan Kabupaten Jombang)*, ed. by Zulfikar, Pertama (Jombang: Lppm Universitas KH. A. Wahab Hasbullah, 2020), 64-65.

<sup>88</sup> Dergibson Siagian and Sugiarto, *Metode Statistika Untuk Bisnis Dan Ekonomi*, ed. by Sofnir Ali (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006), 259.