

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

Jenis dan pendekatan penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu *field research* atau penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian lapangan dapat dikatakan penelitian yang langsung dilakukan di lapangan atau langsung pada responden yang dimaksud.¹ Lokasi penelitian ini yaitu pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam program studi Ekonomi Syariah IAIN Kudus angkatan 2017 yang dilakukan dengan kuesioner *online*.

Penelitian kuantitatif merupakan metode untuk menguji teori-teori tertentu melalui penelitian pada hubungan antar variabel. Variabel-variabel tersebut diukur berdasarkan instrumen penelitian sehingga menghasilkan angka-angka yang dapat dianalisis berdasarkan prosedur statistik.²

Data kuantitatif merupakan data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan, seperti suatu pertanyaan atau pertanyaan yang memerlukan jawaban alternatif sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju dimana masing-masing diberi angka sangat setuju diberi angka 5, setuju diberi angka 4, netral diberi angka 3, tidak setuju diberi angka 2, dan sangat tidak setuju diberi angka 1.³

B. Setting Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner ke seluruh sampel dan waktu yang dibutuhkan untuk melakukan penelitian adalah kurang lebih sebanyak 2 (dua) bulan.

¹ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2004), 5.

² John W. Creswell, *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014), 5.

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2004), 13.

C. Populasi dan Sampel

Populasi yaitu seluruh unit penelitian.⁴ Populasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah angkatan 2017 IAIN Kudus karena mahasiswa tersebut telah menerima mata kuliah yang berkaitan dengan investasi serta pasar modal. Populasi pada penelitian ini memiliki jumlah yang pasti. Sampel yaitu bagian dari populasi pada unit penelitian.⁵

Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti.⁶ Sampel yang diambil pada penelitian ini adalah mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan 2017 IAIN Kudus sejumlah kebutuhan penelitian. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu. Maka peneliti dapat menggunakan sampel yang dapat diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).⁷

Karena jumlah data yang akan diteliti terlalu banyak, maka dalam melakukan penelitian ini penulis menggunakan teknik *sampling* dilakukan secara *Probability Sampling* dengan pengambilan sampel memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Metode pengambilan sampelnya menggunakan *Simple Random Sampling*. *Simple Random Sampling* dipilih karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.⁸ Penentuan sampel yang

⁴ Nurul Huda dan Hardius Usman, *Teori dan Aplikasi Statistik: Pendekatan Analisis Ekonomi Islam*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2016), 23.

⁵ Nurul Huda dan Hardius Usman, *Teori dan Aplikasi Statistik: Pendekatan Analisis Ekonomi Islam*, 23.

⁶ Suharsimi Anjanto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), 174.

⁷ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 62

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hal. 82.

dianalisa pada penelitian ini berdasarkan rumus Slovin berikut:

$$\begin{aligned}
 N &= \frac{N}{\frac{1+Nd^2}{224}} \\
 &= \frac{1+224(0,1)^2}{224} \\
 &= \frac{1+(224+10\%)}{224} \\
 &= \frac{1+2,24}{224} \\
 &= \frac{3,24}{224} \\
 &= 14,464285714285714 \\
 &= 14,46 \Rightarrow 15
 \end{aligned}$$

Keterangan:

n = Banyak Sampel

N = Banyak Populasi

d =Persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir 10%.⁹

Berdasarkan dari hasil perhitungan di atas menggunakan rumus Slovin, maka dapat diperoleh sampel dengan jumlah sebanyak 14,46 sehingga hasil tersebut dibulatkan menjadi 15. Jadi, dalam penelitian ini mengambil sampel sebanyak 15 responden dengan batas kesalahan 10% memiliki tingkat akurasi 90%.

D. Identifikasi Variabel

Berdasarkan pada kerangka pemikiran, maka identifikasi variabel pada penelitian ini terdapat dua jenis yaitu:

1. Variabel dependen, sering disebut variabel output, kriteria, konsekuen atau variabel terikat adalah variabel yang menjadi akibat atau yang dipengaruhi oleh variabel bebas, yaitu minat investasi *islamic capital market*.
2. Variabel independen, sering disebut variabel stimulus, predictor, antecedent atau variabel bebas adalah variabel yang menjadi sebab atau variabel yang mempengaruhi variabel terikat, yaitu *Investmentt Perception, Investmentt*

⁹ Setyo Tri Wahyudi, *Statistika Ekonomi: Konsep, Teori dan Penerapan*, (Malang: UB Press, 2017), 17.

*Motivation, Investment Knowledge Dan Financial Literacy.*¹⁰

E. Definisi Operasional

Definisi Operasional merupakan penentuan *construct* yang menjadi variable dapat diukur. Definisi operasional menjelaskan cara-cara tertentu yang digunakan oleh peneliti dalam pengoperasionalkan *construct*, sehingga mungkin bagi peneliti lain untuk melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama atau dapat mengembangkan pengukuran yang lebih baik.¹¹

Untuk mengukur variabel yang digunakan dalam penelitian agar tidak terjadi kesalahan dan perbedaan dalam mendefinisikan variabel yang dianalisis maka diperlukan variabel operasional. Berikut penjelasan tiap variabel operasional yang digunakan dalam penelitian:

Tabel 3.1
Devisini Operasional

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator
<i>Investment Perception</i> (X1)	<i>Investment Perception</i> adalah proses seseorang memberikan gambaran tentang penanaman modal. ¹²	1. Mencari informasi tentang investasi. ¹³	1. Penilaian proses investasi yang mudah 2. Penilaian tingkat keuntungan investasi 3. Penilaian tingkat resiko investasi

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2004), 33.

¹¹ Nur Indriantoro, Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi & Manajemen*, (Yogyakarta: BPFE, 2002), 69.

¹² Dadang husen Sobana, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Bandung: Pustaka Setia, 2018), 43.

¹³ Kusmawati, "Pengaruh Motivasi terhadap Minat Berinvestasi di Pasar Modal dengan Pemahaman Investasi dan Usia Sebagai Variabel Moderat", *Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi*, (2011), 4.

<p><i>Investment Motivation</i> (X2)</p>	<p><i>Investment Motivation</i> adalah suatu perangsang atau pendorong pada diri seseorang untuk meningkatkan semangat berinvestasi untuk memperoleh keuntungan.¹⁴</p>	<p>1. Dorongan Perubahan dari diri untuk berinvestasi.¹⁵</p>	<p>1. Tekad mendapatkan Keuntungan dan keberkahan 2. Mempunyai orang dekat seorang investor 3. Mempunyai tekad mengembangkan keuangan syariah</p>
<p><i>Investment Knowledge</i> (X3)</p>	<p><i>Investment Knowledge</i> atau Pengetahuan investasi adalah ilmu yang telah diberikan, baik kepada mahasiswa melalui universitas atau dari pihak eksternal mengenai investasi di pasar modal.¹⁶</p>	<p>1. Tahu akan investasi.¹⁷</p>	<p>1. Pengetahuan dasar tentang investasi 2. Pengetahuan jenis-jenis instrument investasi 3. Pengetahuan tingkat resiko berinvestasi 4. Pengetahuan tingkat keuntungan berinvestasi</p>

¹⁴ Asep Muhamad Ikbal Dan Dikdik Tandika, “Pengaruh Motivasi Investasi dan Literasi Keuangan terhadap Minat Investasi Syariah”, *Jurnal Prosiding Manajemen*, vol. 5, No. 2, (2019), 2.

¹⁵ Rusli Amrul Dan Sofiatwardah, “pengaruh modal minimal, pengetahuan investasi dan motivasi terhadap minat berinvestasi mahasiswa di pasar Modal”, *JMMA*, Vol. 7, No. 1, (2020), 62.

¹⁶ Theresia Tyas Listyani, Muhammad Rois dan Slamet Prihati, “Analisis Pengaruh Pengetahuan Investasi, Pelatihan Pasar Modal, Modal Investasi Minimal Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Di Pasar Modal”, *Jurnal Aktual Akuntansi Keuangan Bisnis Terapan*, VOL. 2, 1, (2019), 53.

<p><i>Financial Literacy</i> (X4)</p>	<p><i>Financial literacy</i> merupakan rangkaian proses atau aktivitas untuk meningkatkan pengetahuan keyakinan dan keterampilan konsumen dan masyarakat luas sehingga mereka mampu mengelolah keuangan dengan baik (OJK, 2017).¹⁸</p>	<p>1. Tahu tentang Pengelolaan uang.¹⁹</p>	<p>1. Mengetahui konsep dan pengelolaan keuangan 2. Kecerdasan mengelola keuangan pribadi 3. Keahlian membuat keputusan keuangan yang tepat 4. Menyisihkan uang untuk berinvestasi</p>
<p>Minat investasi <i>islamic capital market</i> (Y)</p>	<p>Minat investasi merupakan hasrat atau keinginan yang kuat pada seseorang untuk mempelajari segala hal yang berkaitan dengan investasi hingga pada tahap mempraktikannya.²⁰</p>	<p>1. Pemusatan perhatian dan senang 2. Dorongan</p>	<p>1. Bersedia meluangkan waktu untuk mempelajari lebih jauh tentang investasi 2. Keinginan mencari tahu jenis-jenis investasi 3. Mengikuti</p>

¹⁷ Rusli Amrul Dan Sofiatwardah, “pengaruh modal minimal, pengetahuan investasi dan motivasi terhadap minat berinvestasi mahasiswa di pasar Modal”, *JMMA*, Vol. 7, No. 1, (2020), 62.

¹⁸ Ellen Pradikasari dan yuyun Isbanah, “Pengaruh Financial Literacy, Illusion Of Control, Overconfidence, Risk Tolerance, Dan Risk Perception Terhadap Keputusan Investasi Pada Mahasiswa Di Kota Surabaya”, *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 6, No. 4, (2018), 427.

¹⁹ Mega Mutiara Pertiwi, “Pengaruh Finance Literacy Dan Faktor Demografi Terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa”, (2018), 28.

²⁰ Theresia Tyas Listyani, Muhammad Rois dan Slamet Prihati, “Analisis Pengaruh Pengetahuan Investasi, Pelatihan Pasar Modal, Modal

		n memulai investasi. ²¹	pelatihan maupun seminar tentang investasi 4. Menerima baik penawaran invetasi
--	--	---	--

F. Teknik Pengumpulan Data

Data-data dalam penelitian ini bersumber dari data primer. Sumber data primer yaitu data pertama yang berasal dari lapangan yang diteliti.²² Sehingga data primer pada penelitian ini yaitu kuesioner atau angket. Pengukuran dalam kuesioner menggunakan skala likert yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan pendapat seseorang atau kelompok orang mengenai suatu fenomena sosial untuk mendapatkan data interval. Skor yang diberikan yaitu sangat setuju (skor 5), setuju (skor 4), netral (skor 3), tidak setuju (skor 2), dan sangat tidak setuju (skor 1).²³ Pengumpulan data dilakukan dengan memberikan kuesioner kepada responden secara sistematis. Kuesioner merupakan teknik pengambilan data yang dilakukan dengan memberi rangkaian pertanyaan yang disusun secara sistematis kepada responden untuk dijawab. Bentuk angket ini menggunakan pertanyaan dan

Investasi Minimal Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Di Pasar Modal”, *Jurnal Aktual Akuntansi Keuangan Bisnis Terapan*, VOL. 2, 1, (2019), 5

²¹ Syaeful Bakhri, Abdul Aziz, dan Ririn Sarinah, “Pengetahuan dan Motivasi untuk Menumbuhkan Minat Berinvestasi pada Mahasiswa”, *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, Vol. 15, 2, (2020), 62.

²² Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi: Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen, dan pemasaran*, (Jakarta: Prenadamedia Grup, 2013), 128.

²³ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2017) 86-87.

pernyataan terbuka yang digunakan untuk mengetahui identitas dan pendapat responden.²⁴

G. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

a) Uji Validitas Instrumen

Validitas merupakan istilah yang menjelaskan keakuratan satu instrumen pengukur. Validitas digunakan sebagai rambu-rambu bagi peneliti agar mendapatkan data yang tepat dari pertanyaan yang diresponnya. Jika suatu alat ukur tidak tepat untuk mengukur sesuatu yang harusnya diukur, maka hasil pengukuran menghasilkan hasil yang error atau tidak valid. Jika satu alat ukur menghasilkan validitas tinggi, maka kesalahannya rendah dan sebaliknya.²⁵ Pada penelitian kuantitatif yang diuji validitasnya yaitu instrument penelitian (kuesioner) yang memiliki skor. Dalam ilmiah, ada 4 cara untuk mendapatkan validitas yaitu:

- 1) *Face validity*, yaitu mendapatkan kesepakatan dari para ahli. Suatu pertanyaan tertentu yang hanya bisa dijawab oleh ahlinya. Misalnya pertanyaan “seberapa mampu Anda menghasilkan produk dalam satu tahun” hanya bisa dijawab oleh manajer operasional.
- 2) *Content validity*, menguji hasil pengukuran sesuai atau tidak dengan konsep yang dikehendaki. Contoh: untuk mengukur kualitas suatu jasa setidaknya hal yang diperlukan yaitu kendalan, keakuratan, ketanggapan, kepedulian, dan kualitas lingkungan fisik dan jasa.
- 3) *Criterion validity*, yaitu membandingkan indikator pengukuran yang ada atau mengukur pendapat dari responden yang berbeda. Contoh: sebuah

²⁴ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi: Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen, dan Pemasaran*, 131.

²⁵ Fred L. Benu dan Agus S. Benu, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Ekonomi, Sosiologi, Komunikasi, Administrasi, Pertanian, dan Lainnya*, (Jakarta: Prendamedia Group, 2019), 185.

pertanyaan diberikan kepada dua responden yang berprestasi tinggi dan rendah.

- 4) *Construct validity*, kemampuan satu atau beberapa pertanyaan dalam mengukur sebuah konstruk tertentu. Contoh: apakah item pertanyaan a, b, c, d mampu menjawab sebuah konstruk Y.²⁶

Sedangkan pada penelitian ini menggunakan *content validity*, karena dirasa paling tepat untuk sampel penelitian ini.

b) Uji Reliabilitas Instrumen

Reliabilitas diartikan bahwa suatu indikator cukup dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data.²⁷ Reliabilitas diartikan sebagai bebas dari error pengukuran atau acak. Jika dilakukan pengukuran yang berulang pada hal yang sama oleh orang yang berbeda dan memberikan hasil yang stabil, maka instrumennya bersifat reliabel atau terhandal. Reliabilitas dipengaruhi oleh dua faktor yaitu:

- 1) Penggunaan alat ukur yang tidak tepat untuk mengukur satu karakter objek pengukuran
- 2) Sekalipun alat ukurnya cukup reliabel, tetapi proses dan hasil dari pengukuran mungkin berbeda, maka disebabkan oleh faktor suasana batin dalam bentuk kecurigaan, kebosanan, kelelahan, sikap dan motivasi responden, suasana ruang, dll.²⁸

2. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan pengujian untuk melihat nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model yang baik yaitu yang memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Uji normalitas dapat dilakukan dengan uji histogram, uji normal P Plot, atau uji Kolmogorov Smirnov. Menurut Ghazali untuk

²⁶ Rambat Lupiyoadi dan Ridho Bramulya Ikhsan, *Praktikum Metode Riset Bisnis*, (Jakarta: Salemba Empat, 2015), 36-38.

²⁷ Rambat Lupiyoadi dan Ridho Bramulya Ikhsan, *Praktikum Metode Riset Bisnis*, 54.

²⁸ Fred L. Benu dan Agus S. Benu, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Ekonomi, Sosiologi, Komunikasi, Administrasi, Pertanian, dan Lainnya*, 175.

mengetahui normalitas data dapat juga dengan uji Kolmogorov Smirnov dilihat dari nilai residualnya. Disebut normal bila nilai residualnya diatas nilai signifikansi yang ditetapkan.²⁹ Dan pada penelitian ini menggunakan uji normal P Plot.

b) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas memiliki tujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antar variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Jika terdapat korelasi tinggi antar variabel bebas, maka hubungan antar variabel bebas dengan variabel terikat menjadi terganggu. Kriteria untuk mendeteksi uji multikolinieritas yaitu:

- 1) Jika nilai Variance Inflation Factor (VIF) tidak lebih dari 10 dan nilai tolerance tidak kurang dari 0,1, maka dapat dikatakan bebas dari multikolinieritas. Semakin tinggi VIF, maka semakin rendah tolerance.
- 2) Model terbebas dari multikolinieritas bila nilai koefisien kolerasi antar variabel independen kurang dari 0,70. Jika nilai lebih tinggi maka terjadi korelasi (interaksi hubungan) yang sangat kuat antar variabel independen sehingga dikatakan terjadi multikolinieritas.
- 3) Bila nilai koefisien determinasi R^2 maupun adjusted R^2 diatas 0,60 namun tidak terdapat variabel independen yang berpengaruh terhadap variabel dependen maka diasumsikan terkenal multikolinieritas.³⁰

Pada penelitian ini menggunakan metode nilsi variance inflation factor (VIF).

c) Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas merupakan uji untuk mengetahui ketidaksamaan varian dari residual satu

²⁹ Albert Kurniawan, *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis (Dilengkapi Perhitungan Pengolahan Data dengan IBM SPSS 22.0)*, 156-157.

³⁰ Albert Kurniawan, *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis (Dilengkapi Perhitungan Pengolahan Data dengan IBM SPSS 22.0)*, 157.

pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik yaitu terdapat kesamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap atau disebut homoskedastisitas.

Pengujian dapat dilakukan dengan metode scatter plot dengan memplotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residual). Model yang baik yaitu jika tidak terdapat pola tertentu pada grafik, seperti menggumpal di tengah, menyempit kemudian melbar atau sebaliknya.³¹

3. Uji Statistik

a) Analisis Regresi Berganda

Uji regresi berganda digunakan apabila terdapat beberapa variabel bebas (X) sebagai prediktor dengan satu variabel terikat (Y) sebagai kriterium. Bentuk umum persamaannya yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Kerangan:

Y = nilai dari variabel bebas (minat investasi)

a = koefisien konstanta

X_1 = nilai dari variabel pertama (*Investmentt perception*)

X_2 = nilai dari variabel kedua (*Investmentt motivation*)

X_3 = nilai dari variabel ketiga (*Investmentt knowledge*)

X_4 = nilai dari variabel keempat (*financial literacy*)

e = error³²

b) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi adalah salah satu nilai statistik yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel yaitu variabel dependen dengan variabel independen. Nilai koefisien determinasi menunjukkan presentase variasi nilai variabel dependen

³¹ Albert Kurniawan, *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis (Dilengkapi Perhitungan Pengolahan Data dengan IBM SPSS 22.0)*, 158.

³² Albert Kurniawan, *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis (Dilengkapi Perhitungan Pengolahan Data dengan IBM SPSS 22.0)*, 179.

yang dapat dijelaskan oleh persamaan regresi yang dihasilkan.³³

c) **Uji t**

Uji t adalah uji yang digunakan untuk menguji beda mean dari dua kelompok sampel. Tujuannya yaitu untuk membandingkan rata-rata dua kelompok sampel berhubungan atau tidak.³⁴ Uji t dapat diketahui jika nilai t_{hitung} lebih besar daripada t_{tabel} maka keputusannya adalah menolak hipotesis nol (H_0) dan menerima hipotesis alternatif (H_A). Artinya koefisien regresi variabel independen tersebut berbeda dengan nol. Atau variabel independen tersebut berpengaruh terhadap variabel dependen dan berlaku sebaliknya.³⁵

d) **Uji F**

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen memiliki pengaruh yang sama terhadap variabel dependen. Caranya yaitu dengan membandingkan antara nilai kritis F (F_{tabel}) dengan nilai F_{hitung} (F ratio) yang terdapat pada tabel *Analysis Of Variance* dari hasil perhitungan. Jika F_{hitung} lebih kecil daripada F_{tabel} maka keputusannya yaitu menerima hipotesis nol (H_0). Artinya secara statistik dapat dibuktikan bahwa semua variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen, begitu juga sebaliknya.³⁶

³³ Algifari, *Analisis Regresi: Teori, Kasus, dan Solusi*, (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2000), 45.

³⁴ Rambat Lupiyoadi dan Ridho Bramulya Ikhsan, *Praktikum Metode Riset Bisnis*, 122.

³⁵ Algifari, *Analisis Regresi: Teori, Kasus, dan Solusi*, 70-71.

³⁶ Algifari, *Analisis Regresi: Teori, Kasus, dan Solusi*, 72-73.