

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif, menurut Sugiyono (2018:63) penelitian asosiatif adalah suatu pernyataan penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih.⁶⁷ Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk melihat bagaimana pengaruh antara *switching cost*, *customer management relationship*, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan wifi indihome.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif 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 atau statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Filsafat positivisme memandang realitas atau gejala atau fenomena itu dapat diklasifikasikan, relative tetap, konkrit, teramati terukur, dan hubungan gejala bersifat sebab akibat. Penelitian pada umumnya dilakukan pada populasi atau sampel tertentu yang representative. Proses penelitian bersifat deduktif, dimana untuk menjawab rumusan masalah digunakan konsep atau teori sehingga dapat dirumuskan hipotesis. Hipotesis tersebut selanjutnya diuji melalui pengumpulan data lapangan. Untuk mengumpulkan data digunakan instrument penelitian. Data yang telah

⁶⁷ Pricilia Lampengan dkk, *Jurnal EMBA: Pengaruh Motivasi, Kepercayaan Sikap Konsumen Terhadap Minat Beli Pengguna online Shop Zalora Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unsrat Manado*, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado, Vol. 7, No. 4, Oktober 2019, 5696.

terkumpul selanjutnya dianalisis secara kuantitatif dengan menggunakan statistic deskriptif atau terbukti atau tidak. Penelitian kuantitatif pada umumnya dilakukan pada sampel yang diambil secara random, sehingga kesimpulan hasil penelitian dapat digeneralisasikan pada populasi dimana sampel tersebut diambil.⁶⁸

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi yaitu generalisasi yang terdiri dari obyek, subyek, yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik suatu kesimpulan.⁶⁹ Populasi yang diambil dalam penelitian saya ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus angkatan 2017 yang berjumlah 642 Mahasiswa.

2. Sampel

Sampel yaitu komponen dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Jika populasi banyak, dan peneliti tidak memungkinkan untuk meneliti seluruh yang terdapat pada populasi, misalnya karena terbatasnya dana, tenaga serta waktu, maka peneliti bisa menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan bisa diberlakukan untuk populasi. Dengan demikian, sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar dapat mewakili.⁷⁰

Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *snowball sampling*,

⁶⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung:ALFABETA, 2019), 16-17.

⁶⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung:ALFABETA, 2017), 80.

⁷⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung:ALFABETA, 2019), 127.

yaitu teknik penentuan sampel yang awal mula jumlahnya kecil, kemudian membesar. Seperti bola salju yang menggelinding yang lama kelamaan menjadi besar. Dalam penentuan sampel, langkah pertama dipilih satu atau dua orang, tetapi karena dengan dua orang ini belum merasa lengkap terhadap yang diberikan, maka peneliti mencari orang lain yang dipandang lebih tahu dan bisa melengkapi data yang diberikan dua orang sebelumnya, demikian secara terus menerus hingga seluruh kebutuhan sampel peneliti terpenuhi.⁷¹ Sampel yang digunakan yaitu Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus angkatan 2017 berjumlah 40 Mahasiswa.

C. Tata Variabel Penelitian

Variabel penelitian yaitu suatu karakter atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang memiliki jenis tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.⁷²

1. Variabel Independen (Variabel Bebas)

Variabel independen atau variabel bebas yaitu variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen atau terikat. Dalam penelitian saya yang menjadi variabel independen yaitu:

- a. *Switching Cost* (X1)
- b. *Customer Relationship Management* (X2)
- c. Kualitas Produk (X3)

2. Variabel Dependen (variabel terikat)

Variabel dependen atau variabel terikat yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi

⁷¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung:ALFABETA, 2019), 134.

⁷² Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, (Bandung: ALFABETA, 2008), 38.

akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian saya yang menjadi yang menjadi variabel dependen yaitu Loyalitas Pelanggan (Y).⁷³

D. Definisi Operasional

Adapun konsep definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1.	<i>Switching Cost (X1)</i>	Sebagai biaya segera yang dikeluarkan oleh konsumen atas proses berpindah dari provider yang satu ke provider yang lainnya. ⁷⁴	a. <i>Economic risk cots</i> b. <i>Evaluation cots</i> c. <i>Learning cost</i> d. <i>Setup cost</i> e. <i>Benefit Loss Cost</i> f. <i>Monetary Loss Cost</i> g. <i>Personal Relationship Loss Cost</i> h. <i>Brand Relationship Lost Cost</i>	Likert
2.	<i>Customer Relationship Managem</i>	Suatu proses dalam mendapatkan, mempertahankan	a. Kepercayaan b. Komitmen perusahaan	Likert

⁷³ Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016), 109.

⁷⁴ Katrin Evalastri Hutapea dkk, *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen: Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Dengan Switching Cost Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan Provider Prepaid Telkomsel di Kota Medan*, Medan: Fakultas Ekonomi dan Bisnis USU, Volume. 3, No. 1, 2017, 86

	<p>ent (X2)</p>	<p>kan dan meningkatkan hubungan pelanggan yang menguntungkan dengan tujuan untuk menciptakan nilai pelanggan, sehingga pelanggan puas dan memaksimalkan keuntungan bagi perusahaan memperoleh dalam rangka memperoleh keunggulan bersaing (<i>comparative advantage</i>), memperhatikan mutu produk agar dapat memberikan kepuasan yang terbaik bagi pelanggan.⁷⁵</p>	<p>c. Komunikasi d. Penanganan Konflik</p>	
--	-----------------	---	--	--

⁷⁵ Rinny E. Kalalo, *Jurnal EMBA: Customer Relationship Management dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas*

<p>3.</p>	<p>Kualitas Pelayanan (X3)</p>	<p>Usaha untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan pelanggan, dan ketetapan penyampaiannya untuk menyesuaikan dengan keinginan konsumen. Pelayanan yang unggul diartikan sebagai suatu cara atau sikap dari karyawan untuk memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan. Kecepatan, ketetapan, keramahan dan kenyamanan secara umum merupakan 4</p>	<p>a.Bukti langsung (<i>Tangible</i>) b.Kehandalan (<i>Reliability</i>) c.Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>) d.Jaminan (<i>Assurance</i>) e.Empati (<i>Emphaty</i>)</p>	<p>Likert</p>
-----------	--------------------------------	--	--	---------------

Konsumen PT. Matahari Dept. Store, Manado, Manado: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado, Volume. 1, No. 4, Desember 2013, 1555.

		unsur pokok dari konsep kualitas. ⁷⁶		
4.	Loyalitas Pelanggan (Y)	Sebagai bentuk kesetiaan pelanggan yang berhubungan dengan bukti-bukti psikologis, biaya transaksi yang sangat mahal, aspek nominal, yang membuat pelanggan sulit untuk beralih atau berpindah ke merek lain. Pelanggan menjadi loyal disebabkan oleh kepuasan mereka terhadap merek tertentu, dan selanjutnya	a. Pembelian ulang b. Kebiasaan mengkonsumsi merek tersebut c. mengkonsumsi produk atau jasa perusahaan lebih dari satu kali dan selalu melakukan pembelian berulang-ulang d. Selalu menyukai merek tersebut e. Yakin bahwa merek tersebut adalah merek terbaik f. Merekomendasikan merek tersebut ke	Likert

⁷⁶ I wayan Sujana, *Jurnal Ilmiah Manajemen EMOR: Pengaruh Kualiatas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah di Kota Baubau, Sulawesi Tenggara: Universitas Muhammadiyah Buton, Volume. 3, No. 2, 190.*

		mereka akan menjalin hubungan jangka panjang lembaga tersebut. ⁷⁷	orang lain	
--	--	--	------------	--

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yaitu langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian ini yaitu memperoleh data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan memperoleh data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.⁷⁸ Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian saya ini berasal dari kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan suatu pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.⁷⁹ Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian saya yaitu skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi individu atau kelompok tentang fenomena sosial.⁸⁰ Responden akan mengisi angket dengan memilih salah satu jawaban dari pilihan jawaban yang sudah disediakan. Skor skala *Likert* yang digunakan dalam penelitian yaitu:

1. Sangat Setuju : 5 skor
2. Setuju : 4 skor

⁷⁷ Windy Kaligis, *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa: Pengaruh Perceived Risk Terhadap Customer Loyalty Melalui Switching Cost*, Universitas Trisakti, Volume. 9, No. 2, September 2016, 226.

⁷⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, (Bandung : ALFABETA, 2008), 224-225.

⁷⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Luanitatif R &D*, (Bandung: ALFABETA, 2019), 199.

⁸⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Luanitatif R &D*, (Bandung: ALFABETA, 2019), 146

- 3. Netral / Ragu-Ragu : 3 skor
- 4. Tidak Setuju : 2 skor
- 5. Sangat Tidak setuju : 1 skor

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Instrumen

Teknik uji instrument yang dipakai peneliti, diantaranya sebagai berikut:

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur valid atau tidaknya kuesioner. Kuesioner dinyatakan valid apabila pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner bisa menunjukkan sesuatu yang akan diukur kuesioner tersebut.⁸¹ Uji validitas dilaksanakan dengan menghitung korelasi skor pertanyaan atau pernyataan per-item dengan total skor variabel. Uji signifikansi bisa diketahui dengan cara membandingkan nilai r_{hitung} dan r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = $n - 2$, dimana n adalah jumlah sampel. pertanyaan atau pernyataan dinyatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai positif, namun apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka dinyatakan tidak valid dan nilai negatif.⁸²

b. Uji Reliabilitas (*reliability*)

Reliabilitas yaitu suatu alat ukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Butir pertanyaan dikatakan reliabel atau handal jika jawaban yang diberikan responden bersifat konsisten. Reliabilitas menunjukkan akurasi dan ketetapan dari pengukurannya adapun valid dan reliabel yaitu berbeda. Suatu pengukur yang akurat dan konsisten dapat dikatakan reliabel

⁸¹ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 19*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), 52

⁸² Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 19*, 53.

dikatakan sedangkan belum tentu mengukur mengukur dengan tujuan yang diinginkan (valid).⁸³ Pada uji reabilitas dapat digunakan dengan SPSS dengan menggunakan uji statistic *Cronbach Alpha* (α). Adapun kriteria dapat dikatakan reliabel yaitu jika nilai yang didapat dalam proses pengujian dengan uji statistic *Cronbach Alpha* $> 0,06$. Sedangkan sebaliknya jika *Cronbach Alpha* menemui angka lebih kecil ($<0,060$), maka dapat dikatakan tidak reliabel.⁸⁴

2. Uji Asumsi Klasik

Proses penelitian menyangkut berbagai prosedur yang harus dilalui oleh peneliti, baik pada saat sebelum penelitian, proses penelitian, pengalisan data penelitian, bahkan sampai kepembuatan laporan. Penganalisan data penelitian dengan menggunakan teknik analisis statistic inferensial memerlukan penguji terlebih dahulu terkait dengan uji asumsi klasik (uji prasyarat) pada data yang ada, yang bertujuan untuk mengetahui penyebaran data. Teknik pengujian yang bisa dipakai sebagai berikut:

a. Uji Data Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel tersebut tidak membentuk variabel

⁸³ Danang Sunyoto, *Metode Penelitian Akuntansi*, (Bandung: Refika Aditama, 2013), 81.

⁸⁴ Duwi Priyatno, *Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS*, (Yogyakarta: Mediakom, 2010), 98.

orthogonal. Variabel orthogonal yaitu variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol.

Untuk uji Multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel bebas manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Nilai *Cutoff* yang umum dipakai adalah nilai *tolerance* 0,10 atau sama dengan nilai VIF diatas 10. Sehingga sebuah penelitian yang baik dan dikatakan lulus uji multikolinieritas, jika hasil output SPSS pada kolom *Tolerance* menunjukkan nilai lebih dari 0,10 dan atau nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dibawah angka 10.⁸⁵

b. Uji Autokorelasi

Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Model regresi yang baik yaitu regresi yang bebas dari autokorelasi dalam penelitian ini autokorelasi menggunakan uji Durbin-Watson (DW test) yang menggunakan titik kritis, yaitu batas bawah (dl) dan batas atas (du). Uji Durbin-Watson hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu (*First Order Autocorrelation*) dan mensyaratkan adanya *intercept* (konstanta)

⁸⁵ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19 (Edisi5)*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), 105-106.

dalam model regresi, tidak ada variabel lagi diantara variabel bebas.

Kriteria pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai $du < DW < (4-du)$, maka koefisien autokorelasi $=0$ yang mempunyai arti bahwa tidak ada autokorelasi.
- 2) Jika nilai $DW < dl$, maka koefisien autokorelasi > 0 yang mempunyai arti bahwa terdapat autokorelasi positif.
- 3) jika nilai $DW > (4-dl)$, koefisien autokorelasi < 0 yang mempunyai arti bahwa terdapat autokorelasi negative.
- 4) jika nilai $du < DW < dl$ atau $(4-du) < DW < (4-dl)$, maka bisa diartikan bahwa hasilnya tidak bisa disimpulkan.⁸⁶

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas yaitu keadaan dimana terjadi ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Uji heteroskedastisitas ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual suatu pengamatan kepengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka dari itu disebut homoskedastisitas. Model regresi yang baik yaitu yang homoskedastisitas dan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan

⁸⁶ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 183-184.

residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas bisa dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Namun jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawa angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.⁸⁷

d. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah didalam model regresi variabel dependen serta independennya memiliki nilai normal atau tidak. Menurut Ghozali (2007), jika dilihat dari grafik histogram dan grafik normal P-P Plot dapat disimpulkan bahwa grafik histogram memberikan distribusi *skewness* ke kiri dan tidak normal. Selanjutnya, pada grafik normal P-P Plot data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Dan sebaliknya, jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau grafik histogram dan tidak menunjukkan pada distribusi normal maka tidak memenuhi asumsi normalitas.

Uji normalitas dapat dilakukan dengan melihat nilai *kurtosis* dan *skewness* dari residual dengan menggunakan uji statistic Non-Parametrik Kolmogorov-Smirnov dengan sampel besarnya ≥ 50 atau Shapiro wilk dengan sampel kecil ≤ 50 .⁸⁸

⁸⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, 139.

⁸⁸ Azuar Juliandi, dkk., *Mengolah Data Penelitian Bisnis dengan SPSS*, (Medan: Lemba Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli, 2016), 55.

3. Analisis Data

a. Analisis Regresi berganda

Analisis regresi digunakan dengan tujuan mengidentifikasi variabel-variabel bebas mana saja yang signifikan dalam mempengaruhi variabel terikat baik secara parsial maupun simultan.⁸⁹ Analisis Regresi berganda adalah regresi linier dimana sebuah variabel terikat (variabel Y) dihubungkan dua atau lebih variabel bebas (variabel X) Secara umum, bentuk persamaan garis regresinya adalah :

$$Y = a + b_1 + X_1 + b_2 + X_2 + b_3 + X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Loyalitas pelanggan

a = Konstanta

b₁ = Koefisien regresi variabel *switching cost*

b₂ = Koefisien regresi variabel *customer relationship management*

b₃ = Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan

X₁ = Variabel *switching cost*

X₂ = Variabel *customer relationship management*

X₃ = Variabel kualitas pelayanan

e = Standar error (faktor lain diluar penelitian)⁹⁰

b. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Uji t bertujuan untuk melihat secara parsial variabel bebas mempunyai pengaruh signifikan kepada variabel terikat. Pengambilan keputusan berdasarkan signifikan, jika <0,05 maka H₀ ditolak, dan

⁸⁹ Fridayana Yudiantmaja, Analisis Regresi dengan Menggunakan Aplikasi Komputer Statistik SPSS, (Jakarta: Gramedia, 2013), 2.

⁹⁰ Iqbal Hasan, Analisis Data Penelitian Dengan Statistic, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, Jakarta, 2004), 74.

signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima. Sebab, signifikansi uji t kurang dari $0,05$ ($0,000 < 0,05$) maka H_0 ditolak.⁹¹

c. Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-sama (Uji F)

Uji F bertujuan untuk mengerti secara bersamaan variabel independen mempunyai pengaruh signifikansi terhadap variabel dependen. Percobaan menggunakan taraf signifikan $0,005$. Sehingga H_0 ditolak, dan jika signifikansi $> 0,005$ maka H_0 diterima. Sebab signifikansi uji F kurang dari $0,05$ ($0,000 < 0,05$) maka H_0 ditolak.⁹²

d. Analisis *Determinasi* (R^2)

Menurut Ghozali (2016), penentuan suatu garis regresi ditentukan dengan besar kecilnya koefisien determinasi atau koefisien R^2 (*R Square*). Nilai koefisien R^2 pada analisis regresi berfungsi untuk menunjukkan ukuran kesamaan garis regresi yang dihasilkan. Jika semakin besar nilai R^2 maka semakin tinggi juga penguasaan model regresi yang didapat untuk mengungkapkan suatu keadaan yang sesungguhnya. Kemampuan pada garis regresi untuk menguraikan variasi yang timbul pada Y ditunjukkan pada besarnya koefisien determinasi. Besar koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel output *model summary*.

Kegunaan koefisien determinasi R^2 adalah berfungsi sebagai ketepatan garis regresi yang dibuat dari hasil dugaan terhadap kelompok informasi yang didapatkan saat penelitian dan mengukur besarnya perbandingan dari banyaknya jenis Y yang

⁹¹ Duwi Priyatno, *Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*, 139-142.

⁹² Duwi Priyatno, *Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*, 139-142.

dijabarkan pada bentuk regresi atau menaksir besar kontribusi dari besaran yang bisa diambil salah satu dari suatu yang dijelaskan variabel X terhadap macam besaran tanggapan Y.⁹³



⁹³ Gunawan Sudarmanto, *Analisis Regresi Ganda Dengan SPSS*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), 208.