

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Berdasarkan metodenya, jenis penelitian ini adalah penelitian *Ex Post Facto* yaitu dimana peneliti melakukan penelitian secara sistematis tanpa memiliki kontrol langsung terhadap variabel independen, karena fenomenanya sulit untuk diubah. Penelitian ini yaitu dengan pengamatan terhadap akibat yang ada dengan mencari faktor-faktor penyebabnya.

Berdasarkan hubungan antarvariabel (eksplanasi), jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif yaitu bertujuan untuk mengidentifikasi dan menguji hubungan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih. Penelitian asosiatif biasa digunakan untuk mengembangkan suatu teori yang dapat digunakan untuk menjelaskan, meramalkan dan mengendalikan suatu fenomena.¹

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan kuantitatif digunakan dalam penelitian ini untuk meneliti sebuah populasi atau sampel. Metode pengambilan sampel biasanya dilakukan secara acak, dan analisis datanya bersifat kuantitatif (statistik) yang bertujuan untuk menguji hipotesis.² Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melakukan pengolahan data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada konsumen Ruangopi Tastyco Colo Dawe Kudus dengan hasil penyajian dalam bentuk angka dan interpretasinya.

B. Setting Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan sebuah tempat di mana suatu penelitian dilaksanakan. Adapun lokasi penelitian yang digunakan untuk mendapatkan data-data atau sumber informasi yaitu kedai Ruangopi Tastyco, yang beralamat di Jalan Raya Colo-Kudus Km 1 RT 03 RW 03 Kecamatan Dawe Kabupaten Kudus.

¹ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2013), 4-5.

² Nurlina T. Muhyiddin dkk., *Metodologi Penelitian Ekonomi & Sosial Teori, Konsep, Dan Rencana Proposal*, 27.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian merupakan jangka waktu yang ditempuh dalam meneliti objek yang dijadikan sasaran. Waktu penelitian ini yaitu pada 04 Februari 2022 – 28 Februari 2022. Untuk memudahkan peneliti dalam memperoleh data penelitian, maka peneliti menyebarkan kuesioner pada hari Sabtu dalam jangka waktu satu bulan tersebut, dikarenakan pada hari Sabtu malam Minggu lebih banyak konsumen berdatangan untuk menikmati hari *weekend* dibanding dengan hari yang lain.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Dalam sebuah penelitian, populasi sering digunakan untuk menggambarkan suatu kesatuan individu atau subjek pada wilayah dan waktu serta dengan kualitas tertentu yang akan diamati/diteliti.³ Dengan kata lain populasi adalah semua item terpilih untuk distudikan.⁴ Populasi dalam penelitian mengambil pada konsumen di Ruangopi Tastyco Colo Dawe Kudus yang jumlahnya 1.531 transaksi yang diambil dari data pada aplikasi pembayaran digital yang dipakai Ruangopi Tastyco (aplikasi Qasir) bulan September 2021 – Januari 2022.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang akan diteliti dan telah dianggap mewakili suatu populasi. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini melibatkan metode *Non-Probability Sampling* dengan teknik *Accidental Sampling* yaitu teknik penentuan sampel secara tidak sengaja. Peneliti mengambilnya karena dianggap cocok dengan karakteristik sampel penelitian yang akan dilakukan.⁵

Dapat diartikan jika peneliti ingin menentukan sampel konsumen kedai Ruangopi Tastyco Colo tersebut, maka peneliti mendatangi setiap konsumen kedai kopi tersebut. Siapa saja yang masuk kedai sebagai konsumen maka akan dijadikan sampel penelitian. Pada teknik ini tidak memilah-milah apakah yang masuk kedai tersebut pria atau wanita, tua

³ Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis* (Yogyakarta: UII Press, 2005), 101.

⁴ Fred L. Benu dan Agus S. Benu, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana, 2019), 115.

⁵ Nurlina T. Muhyiddin dkk., *Metodologi Penelitian Ekonomi & Sosial Teori, Konsep, Dan Rencana Proposal*, 70.

atau muda, dan lain sebagainya. Jadi sampel penelitian ini ditentukan berdasarkan kejadian bertemunya peneliti dengan responden penelitian (sampel).⁶

Pengambilan sampel dalam penelitian ini berdasarkan populasi transaksi pada Ruangopi Tastyco Colo Dawe Kudus dengan menggunakan pendekatan rumus Slovin yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

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

Penjelasan:

N = Jumlah Populasi

n = Jumlah Sampel

e = Prakiraan tingkat kesalahan yaitu 0,1 atau 10%

Jika angka-angka ini dimasukkan dalam perhitungan, hasilnya akan mewakili sampel penuh dengan perhitungan sampel sebagai berikut:

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

$$n = \frac{1.531}{1 + 1.531(0,1)^2}$$

$$n = \frac{1.532}{1 + 15,31}$$

$$n = \frac{1.531}{16,31} = 93,87$$

$$n = \frac{1.531}{16,31} = 93,87$$

Dari angka ini akan dibulatkan ke atas ke bilangan bulat terdekat dari belakang, menghasilkan total 94 tanggapan. Orang-orang berikut ditugaskan atau dipilih untuk menjadi bagian dari sampel penelitian yang dapat mewakili jumlah populasi.

D. Desain dan Definisi Operasional Variabel

1. Desain Penelitian

Merupakan rancangan penelitian yang digunakan sebagai pedoman supaya sebuah penelitian dapat berjalan secara terstruktur dan jelas. Desain ini mengikuti pola yang digambarkan/ditulis pada rumusan masalah serta hipotesis yang akan dilakukan pengujian.⁷ Adapun desain variabel pada penelitian ini meliputi:

⁶ Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 115.

⁷ Albert Kurniawan, *Metodologi Riset Untuk Ekonomi & Bisnis*, 67.

a. Variabel bebas (*Independent*)

Yaitu variabel yang menjadi penyebab perubahan serta adanya variabel terikat (variabel yang mempengaruhi variabel lain).⁸ Variabel bebas dalam penelitian ini meliputi kualitas pelayanan (X1), harga (X2), lokasi (X3).

b. Variabel terikat (*Dependent*)

Yaitu variabel yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen (Y).

2. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional menjelaskan bagaimana melakukan suatu kegiatan untuk mengumpulkan data atau indikator yang menunjukkan indikator yang dimaksud. Dengan kata lain, definisi operasional adalah bagaimana mengidentifikasi dan mengukur variabel-variabel (kasus) di dunia nyata atau di lapangan, dengan merumuskannya secara ringkas dan jelas tanpa menghasilkan berbagai interpretasi.⁹ Definisi operasional variabel dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Tabel 3. 1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
Kualitas Pelayanan (X1)	Kualitas pelayanan adalah kemampuan suatu layanan/jasa untuk memberikan output yang sebanding dengan	1. <i>Reliability</i> (Keandalan) 2. <i>Responsivines</i> (Daya Tanggap) 3. <i>Assurance</i> (Jaminan) 4. <i>Empaty</i> (Empati) 5. <i>Tangible</i> (Bukti Fisik) ¹¹	<i>Likert</i>

⁸ Nurlina T. Muhyiddin dkk., *Metodologi Penelitian Ekonomi & Sosial Teori, Konsep, Dan Rencana Proposal*, 57-58.

⁹ Sigit Hermawan dan Amirullah, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif Dan Kualitatif* (Malang: Media Nusa Creative, 2016), 101.

	keinginan konsumen. ¹⁰		
Harga (X2)	Harga adalah suatu nilai atas produk/jasa yang dinyatakan dalam satuan moneter. ¹²	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan Harga 2. Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk 3. Daya Saing Harga 4. Kesesuaian Harga dengan Manfaat¹³ 	Likert
Lokasi (X3)	Lokasi adalah suatu tempat usaha untuk memaksimalkan laba. ¹⁴	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akses 2. Visibilitas 3. Lalu Lintas (<i>traffic</i>) 4. Lingkungan¹⁵ 5. Kriteria¹⁵ 	Likert
Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang pasca konsumsi apakah sesuai dengan harapannya atau tidak. ¹⁶	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian Harapan 2. Niat Beli Ulang 3. Kesiediaan untuk merekomendasikan¹⁷ 	Likert

¹¹ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*, 100-101.

¹⁰ Salim Al Idrus, *Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Konsep Dan Teori*, 2.

¹² Suyadi Prawirosentono, *Filosofi Baru Tentang Manajemen Mutu Terpadu Total Quality Management Abad 21 Studi Kasus Dan Analisis*, 157.

¹³ Miguna Astuti dan Nurhafifah Matondang, *Manajemen Pemasaran: UMKM Dan Digital Sosial Media*, 33-34.

¹⁴ Yudi Pramudiana dkk., *Business Plan Bagaimana Memulai Dan Menjalankan Bisnis Baru*, 85.

¹⁵ Heny Gustiani dan Irwan Septayuda, "Kualitas Pelayanan dan Lokasi Pemasangan dan Media Outdoor Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan.", 202.

¹⁶ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, 387.

Berdasarkan indikator-indikator dari masing-masing variabel kualitas pelayanan (X1), harga (X2), lokasi (X3) dan kepuasan konsumen (Y) tersebut apabila diterapkan pada bisnis secara syariah cenderung akan menilai hal-hal normatif karena bisnis syariah memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan dengan bisnis secara konvensional yaitu menerapkan prinsip syariah dalam bisnisnya. Menurut Parasuraman untuk menutupi kelemahan yang ada ditambahkan satu indikator lagi yaitu *Compliance Of Islamic Law* (kepatuhan terhadap hukum Islam) pada masing-masing indikator variabel kualitas pelayanan, harga, lokasi dan kepuasan konsumen. *Compliance Of Islamic Law* (kepatuhan terhadap hukum Islam) merupakan kemampuan perusahaan agar sesuai dengan hukum Islam dan prinsip-prinsip dalam ekonomi Islam.¹⁸

E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah percobaan yang dilakukan untuk membuktikan seberapa jauh sebuah alat ukur dapat mengukur apa yang akan diukur. Validitas mengacu pada tujuan pengukuran; suatu pengukuran dianggap valid jika secara akurat mengukur tujuannya sesuai dengan kenyataan.¹⁹ Dan juga hasil penelitian dapat dikatakan valid jika tidak terdapat perbedaan antara data yang telah dikumpulkan dengan data yang nyata pada objek penelitian.²⁰ Uji validitas dipakai untuk memperkirakan valid atau tidaknya suatu pertanyaan dengan menggunakan kuesioner.

Uji Korelasi Product Moment/Pearson (Analisis Butir) digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur validitas dengan cara membandingkan skor pada item dengan skor itemnya. Jika skor item mempunyai hubungan positif yang signifikan, dapat diartikan item tersebut bisa dipakai sebagai

¹⁷ Kadek Iin Listyana Dewi dkk., "Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Bpjs Kesehatan Di Kota Singaraja.", 85-86.

¹⁸ Kholifatun Nisa, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah di BRI Syari'ah Kc Semarang" (Skripsi FEBI UIN Walisongo, 2019).

¹⁹ Jogiyanto, *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah Dan Pengalaman-Pengalaman* (Yogyakarta: BPFE, 2004), 120.

²⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2004), 109.

indikator untuk mengukur variabel tersebut.²¹ Langkah-langkah pengujian validitas yaitu:

- a) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dinyatakan signifikan (signifikansi 0,05)
- b) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka dinyatakan tidak signifikan (signifikansi 0,05).²²

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dipakai ketika akan memperkirakan konsistensi dan kemandirian responden ketika menjawab pertanyaan yang disediakan dalam kuesioner. Hasil pengukuran harus akurat dan konsisten. Dengan kata lain, alat pengukurannya sama dan digunakan pada waktu yang berbeda, tetapi memperoleh hasil yang konsisten (tidak berbeda).²³ Metode untuk menghitung nilai koefisien reliabilitas konsistensi antar-item dapat menggunakan *Cronbach's Alpha*, rumus K-R 21, atau formula Moiser.²⁴ Penelitian ini memanfaatkan *Cronbach's Alpha* untuk memeriksa reliabilitas yaitu dengan asumsi nilai alpha adalah 0,60 dapat dikatakan bahwa item tersebut memberikan tingkat kualitas yang tidak tergoyahkan, kemudian jika nilai alpha dibawah 0,60 maka dikatakan tidak reliabilitas.

F. Uji Asumsi Klasik

Model regresi linear yang baik yaitu jika data residual terdistribusi normal, tidak adanya multikolinearitas, tidak adanya autokorelasi, dan tidak adanya heteroskedastisitas. Pengujian dapat dipercaya jika keempat syarat tersebut dapat terpenuhi.²⁵

1. Uji Normalitas

Uji normalitas secara efektif melihat setiap faktor dalam tinjauan apakah alat ukur wajar atau tidak.²⁶ Untuk menguji faktor-faktor ini penting untuk memiliki uji normalitas, dimana memakai pendekatan histogram, grafik normal *P-P Plot of Regression Standardized Residual*, dan uji

²¹ Albert Kurniawan, *Metodologi Riset Untuk Ekonomi & Bisnis*, 93-102.

²² V. Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 192.

²³ Jogiyanto, *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah Dan Pengalaman-Pengalaman*, 120.

²⁴ Nurlina T. Muhyiddin dkk., *Metodologi Penelitian Ekonomi & Sosial Teori, Konsep, Dan Rencana Proposal*, 102.

²⁵ Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS* (Ponorogo: CV Wade Group, 2017), 107.

²⁶ Ce Gunawan, *Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian* (Sleman: Deepublish, 2020), 109.

One Sample Kolmogorov-Smirnov. Kriteria keputusan dalam uji normalitas pada SPSS adalah jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka data terdistribusi normal, sedangkan jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka data tidak terdistribusi normal.²⁷

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah ada hubungan linear yang pasti antara variabel-variabel bebasnya. Jika terdapat korelasi, maka dinamakan terdapat problem multikolinearitas (Multiko).²⁸ Uji dinyatakan lulus jika model regresi tidak terlaak multikolinearitas jika TOL (*Tolerance*) bernilai $> 0,1$ dan nilai VIF (*Variance Inflation Factory*) < 10 .²⁹

Dalam tabel *collinearity statistics* dalam uji statistik yang ditunjukkan oleh nilai ketahanan lebih dari 0,1 dan nilai *Variance Inflation Factory* (VIF) menunjukkan dibawah dari 10 itu menyiratkan bahwa informasi telah berlalu dan dinyatakan bahwa tidak ada multikolinearitas dalam informasi tersebut di dalamnya.

3. Uji Autokorelasi

Uji ini digunakan untuk melihat apakah ada hubungan antara kesalahan pengganggu pada periode t dan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya) dalam model regresi linier. Dapat dikatakan bahwa nilai residu yang ada tidak berkorelasi satu dengan yang lain. Model regresi yang baik adalah model yang terbebas dari autokorelasi, jika ada korelasi maka terindikasi ada problem *autokorelasi*.³⁰ Uji autokorelasi dengan Durbin Watson (DW) akan digunakan dalam penelitian ini. Dengan ketentuan atau kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Jika $DU < DW < 4-DU$ maka H_0 diterima, hal ini menunjukkan autokorelasi tidak terjadi.
- b. Jika $DW < DL$ atau $DW > 4-DL$ maka H_0 ditolak, hal ini menunjukkan autokorelasi terjadi.

²⁷ Sufren dan Yonathan Natanael, *Mahir Menggunakan SPSS Secara Otodidak* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2013), 68.

²⁸ Agus Purwoto, *Panduan Laboratorium Statistik Inferensial* (Jakarta: Grasindo, 2007), 87.

²⁹ Duwi Priyatno, *SPSS 22: Pengolah Data Terpraktis* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014), 165.

³⁰ Singgih Santoso, *Mahir Statistik Parametrik Konsep Dasar Dan Aplikasi Dengan SPSS* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2019), 205.

- c. Jika $DL < DW < DU$ atau $4-DU < DW < 4-DL$ maka tidak ada kepastian atau kesimpulan yang pasti.³¹

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas secara efektif menentukan perubahan pada nilai residual antara pengamatan dalam analisis regresi apakah terdapat disparisasi. Model regresi dapat dikatakan lulus melalui uji heteroskedastisitas dengan asumsi model regresi tersebut bersifat homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Deteksi *heteroskedastisitas* dapat dilakukan dengan metode *scatter plot* dengan memlotkan nilai ZPRED (*Standardized Predicted Value*) dengan SRESID (*Studentized Residual*).³² Regresi yang tidak terjadi *heteroskedastisitas* yaitu jika penyebaran titik-titik data tidak berpola dan titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.³³

G. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner atau yang sering disebut dengan angket dan kajian studi pustaka yang diperoleh melalui buku-buku, dokumen, dan lainnya. Metode angket atau kuesioner yaitu teknik mengumpulkan informasi dengan memberikan beberapa pernyataan atau menjawab pertanyaan yang dirasa tepat dengan fokus dari penelitian.³⁴ Metode penelitian ini menggunakan skala *likert*. Melalui skala *likert*, indikator tiap variabel dapat dijadikan sebagai item instrumen pertanyaan yang akan dijawab oleh responden.

Tabel 3. 2
Skala Likert

Simbol	Kriteria	Poin
STS	Sangat Tidak Setuju	1
TS	Tidak Setuju	2
S	Setuju	3
SS	Sangat Setuju	4

³¹ Duwi Priyatno, *SPSS 22: Pengolah Data Terpraktis*, 106.

³² Nikolaus Duli, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS* (Sleman: CV Budi Utama, 2019), 122.

³³ V. Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian*, 187.

³⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 135.

H. Teknik Analisis Data

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen. Analisis ini digunakan untuk memprediksi naik turunnya variabel dependen.³⁵ Pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan (X1), harga (X2), dan lokasi (X3) terhadap kepuasan konsumen (Y). Adapun persamaan regresi linear berganda dapat dicari dengan rumus:

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

Keterangan:

Y , yaitu Kepuasan Konsumen

a , yaitu Konstanta

b_1 , yaitu Koefisien regresi untuk kualitas pelayanan

b_2 , yaitu Koefisien regresi untuk harga

b_3 , yaitu Koefisien regresi untuk lokasi

X_1 , yaitu Variabel Kualitas Pelayanan

X_2 , yaitu Variabel Harga

X_3 , yaitu Variabel Lokasi

2. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji-t)

Uji parsial digunakan untuk mengamati seberapa besar variabel independen secara eksklusif dapat mempengaruhi variabel dependen.³⁶ Pengujian yang akan dilakukan dengan cara membandingkan t hitung dengan t tabel yang memiliki ketentuan sebagai berikut:

Jika $t \text{ tabel} \leq t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$, maka H_0 diterima.

Jika $t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, maka H_0 ditolak.

Berdasarkan signifikansi:

Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima.

Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak.³⁷

3. Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji-F)

Uji F analisis regresi berganda diharapkan dapat memahami dampak variabel independen secara simultan terhadap tabel Anova (*analysis of variance*). Dapat diketahui dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

Jika $F \text{ hitung} \leq F \text{ tabel}$ maka H_0 diterima.

³⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 210.

³⁶ Agus Tri Basuki dan Nano Prawoto, *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), 34.

³⁷ Duwi Priyatno, *SPSS 22: Pengolah Data Terpraktis*, 162-163.

Jika F hitung $>$ F tabel maka H_0 ditolak.

Berdasarkan signifikansi:

Jika nilai signifikansi $>$ 0,05, maka H_a ditolak dan H_0 diterima.

Jika nilai signifikansi $<$ 0,05, maka H_a diterima dan H_0 ditolak.³⁸

4. Analisis Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) atau *R Square* difokuskan untuk memperkirakan seberapa jauh tingkat kapabilitas variabel independen (X) dalam mempengaruhi variabel dependen (Y). Jika R^2 mendekati angka 1 berarti variabel bebas berpengaruh secara sempurna terhadap variabel terikat, begitu juga sebaliknya jika R^2 mendekati angka 0 berarti variabel bebas tidak berpengaruh secara sempurna terhadap variabel terikat.³⁹



³⁸ Agus Tri Basuki dan Nano Prawoto, *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis*, 52.

³⁹ Dergibson Siagian dan Sugiarto, *Metode Statistika Untuk Bisnis Dan Ekonomi* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006), 259.