

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Pendekatan penelitian adalah kerangka kerja yang dirancang untuk melaksanakan penelitian, berfungsi sebagai panduan untuk memperoleh jawaban atas pertanyaan penelitian yang telah ditetapkan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu metode penelitian yang mengandalkan data dalam bentuk angka untuk menguji hipotesis, mengidentifikasi pola melalui uji statistik.<sup>55</sup>

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif kausal suatu pendekatan dalam penelitian yang bertujuan untuk mengenali dan menganalisis hubungan sebab dan akibat di antara variabel-variabel yang sedang diteliti.. Penelitian ini berfokus pada pengujian pengaruh *lifestyle* dan *Fear Of Missing Out* terhadap perilaku *Online Impulsive Buying* pada produk fashion dengan studi pada Gen Z pengguna Shopee di Desa Jugo, Kecamatan Mojo, Kabupaten Kediri.

#### **B. Lokasi Penelitian**

Lokasi pada penelitian ini dilakukan pada Generasi Z Pengguna Shopee di Desa Jugo Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri.

#### **C. Populasi dan Sampel**

##### **a. Populasi**

Populasi dalam penelitian merujuk pada keseluruhan anggota dari sebuah kelompok yang menjadi objek studi dan memiliki karakteristik

---

<sup>55</sup> Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan* (Prenada Media, 2016), 17.

tertentu.<sup>56</sup>. Awalnya, populasi target mencakup seluruh individu Gen Z di Desa Jugo yang berusia 12 hingga 27 tahun dengan jumlah total 1.031 orang. Namun, setelah penyesuaian Populasi yang diteliti adalah perempuan Gen Z yang berusia antara 18 hingga 25 tahun dan berdomisili di Desa Jugo, Kecamatan Mojo, Kabupaten Kediri

Pemilihan kelompok ini didasarkan pada pertimbangan bahwa rentang usia 18–25 tahun merupakan usia dewasa awal, di mana individu cenderung memiliki tingkat kemandirian ekonomi yang lebih tinggi serta akses terhadap platform belanja online seperti Shopee. Selain itu, perempuan dalam kelompok usia tersebut cenderung lebih aktif dalam kegiatan konsumtif, terutama dalam pembelian produk fashion secara online dengan rincian jumlah sebagai berikut:

**Tabel 3. 1**  
**Jumlah Populasi Gen Z Perempuan Usia 18-25 Tahun**

<b>Usia</b>	<b>Jumlah</b>
18 tahun	29 orang
19 tahun	21 orang
20 tahun	33 orang
21 tahun	41 orang
22 tahun	45 orang
23 tahun	25 orang
24 tahun	25 orang
25 tahun	21 orang
<b>Total</b>	<b>240 orang</b>

Sumber: Data diolah Peneliti (2025)

---

<sup>56</sup> Sri Anjarwati, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (CV Rey Media Grafika, 2024), 97.

## b. Sampel

Sampling adalah proses pemilihan sebagian dari populasi yang mewakili keseluruhan untuk digunakan sampel dalam penelitian dengan tujuan mengumpulkan data yang digunakan untuk menghasilkan kesimpulan tentang populasi yang lebih luas.<sup>57</sup> Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *Non-Probability Sampling* yaitu metode pengambilan sampel di mana tidak semua anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih. Jenis teknik *non-probability sampling* yang digunakan adalah *Purposive Sampling* yaitu metode pengambilan sampel dari populasi berdasarkan pertimbangan dan kriteria khusus yang ditetapkan oleh peneliti.<sup>58</sup> Penelitian ini difokuskan pada perempuan usia 18-25 tahun yang termasuk dalam kategori Generasi Z di Desa Jugo, Kecamatan Mojo, Kabupaten Kediri.

Jumlah anggota sampel dalam penelitian ini dihitung menggunakan rumus Slovin dengan tingkat error sebesar 5%. Adapun rumus Slovin yang digunakan untuk menghitung ukuran sampel adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

$n$  = Jumlah responden

$N$  = Ukuran populasi

$e$  = Tingkat eror yang ditoleransi sebesar 5%

---

<sup>57</sup> Ibid., 100.

<sup>58</sup> Muhammad Subhan Iswahyudi, *Buku Ajar Metodologi Penelitian* (PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023), 83.

Dari total populasi sebanyak 240 individu Perempuan Usia 18-25 tahun Generasi Z yang berada di Desa Jugo, Kecamatan Mojo, Kabupaten Kediri, sampel yang diperoleh adalah:

$$n = \frac{240}{1 + 240 \times (0.05)^2}$$

$$n = \frac{240}{1 + 240 \times 0.0025}$$

$$n = \frac{240}{1,6}$$

$$n = 150$$

Jumlah sampel yang didapatkan dalam penelitian ini yaitu sebesar 150.

#### D. Variabel Penelitian

Variabel merupakan elemen yang menjadi perhatian dalam suatu penelitian. Peneliti menetapkan variabel untuk dipelajari guna memperoleh data atau informasi mengenai objek tertentu, yang selanjutnya digunakan sebagai dasar dalam menarik kesimpulan.<sup>59</sup>

##### a. Variabel Bebas X (Independen)

Variabel bebas, yang juga disebut sebagai *Independent Variable*, merupakan variabel yang memberikan pengaruh baik secara positif maupun negative terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini, variabel bebas yang digunakan meliputi *Lifestyle X<sub>1</sub>* dan *Fear Of Missing Out X<sub>2</sub>*.

---

<sup>59</sup> Siti Fadjarajani et al., "Metodologi Penelitian: Pendekatan Multidisipliner," ed. Abdul Rahmat, *Metodologi Penelitian* (2020): 140.

b. Variabel Terikat Y (Dependen)

Variabel dependen adalah variabel yang keberadaannya dipengaruhi oleh *Independent variable*. Dengan demikian, variabel terikat bergantung pada variabel bebas<sup>60</sup>. Adapun *dependent variable* dalam penelitian ini adalah *Online Impulsive Buying* (Y)

**E. Definisi Operasional**

Definisi operasional adalah petunjuk yang menjelaskan bagaimana suatu variabel diukur dalam sebuah penelitian. Definisi operasional bertujuan untuk menggambarkan setiap variabel penelitian secara jelas, sehingga mempermudah proses pengumpulan data penelitian. Dalam penelitian ini, definisi operasional difokuskan pada variabel-variabel yang terlibat untuk mencapai tujuan penelitian, yakni untuk mengkaji pengaruh *lifestyle* dan *fear of missing out* terhadap *Online Impulsive Buying* produk fashion di Desa Jugo.

a. Variabel Bebas X (Independen)

*Independent variable* adalah variabel yang dapat memengaruhi atau menyebabkan perubahan pada variabel terikat. Dalam penelitian ini, *lifestyle*  $X_1$  dan *fear of missing out*  $X_2$  merupakan variabel bebas.

---

<sup>60</sup> Ade Ismayani, "Metodologi Penelitian," *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (2021): 21.

**Tabel 3. 2**  
**Definisi Operasional Variabel X<sub>1</sub> Lifestyle**

<b>Variabel</b>	<b>Indikator Variabel</b>	<b>Deskripsi Variabel</b>
<i>Lifestyle</i>	Aktivitas	Identifikasi atas hal-hal yang dilakukan oleh konsumen, barang yang mereka beli, serta cara mereka menghabiskan waktu seperti: Kegiatan yang dilakukan terkait fashion, seperti mencari dan memilih produk di Shopee.
	Minat	Merujuk pada fokus terhadap referensi dan prioritas konsumen dan merupakan faktor internal yang memengaruhi proses pengambilan keputusan. seperti: Ketertarikan pada merek, model, atau tren fashion tertentu
	Opini	Pendapat konsumen yang bersumber dari pandangan pribadi masing-masing individu. Seperti: Pandangan atau sikap terhadap pentingnya fashion dalam kehidupan sehari-hari.

Sumber: Kotler& Keller (2012)

**Tabel 3. 3**  
**Definisi Operasional X<sub>2</sub> Fear Of Missing Out**

<b>Variabel</b>	<b>Indikator Variabel</b>	<b>Deskripsi Variabel</b>
<i>Fear Of Missing Out</i>	Ketakutan	Kondisi emosional yang muncul saat seseorang merasa terancam oleh ketidakhadiran atau ketidakikutsertaan dalam peristiwa atau pengalaman tertentu yang melibatkan orang lain.
	Kekhawatiran	Kekhawatiran muncul saat seseorang menyadari bahwa orang lain sedang menikmati momen menyenangkan tanpa kehadirannya, yang menyebabkan rasa kehilangan kesempatan untuk terlibat

	Kecemasan	reaksi emosional individu terhadap situasi yang dianggap tidak menyenangkan, baik saat ia terlibat langsung maupun tidak dalam suatu peristiwa, pengalaman, atau interaksi sosial.
--	-----------	--

Sumber: Przybylski (2013)

b. Variabel Terikat Y (Dependen)

*Dependent Variable* adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi konsekuensi dari adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini, *Online Impulsive Buying* menjadi *Dependent Variable*.

**Tabel 3. 4**  
**Definisi Operasional Y *Online Impulsive Buying***

Variabel	Indikator Variabel	Deskripsi Variabel
<i>Online Impulsive Buying</i>	Spontanitas	Pembelian impulsif sering kali bersifat spontan, artinya pembelian tersebut tidak direncanakan dan muncul secara mendadak. Konsumen termotivasi untuk membeli barang saat itu juga.
	Kompulsi dan Intensitas	Ada kompulsi kuat yang terkait dengan pembelian impulsif, di mana konsumen merasakan motivasi yang kuat untuk bertindak cepat. Intensitas ini membuat mereka mengabaikan pertimbangan lain, yang mengakibatkan keputusan pembelian langsung.
	Kegembiraan dan Stimulasi	Pembelian impulsif disertai dengan rasa kegembiraan atau keinginan untuk membeli barang secara tiba-tiba. Respons emosional ini dapat terwujud sebagai kegembiraan, sensasi, atau bahkan dorongan liar, yang mendorong individu untuk melakukan pembelian yang mungkin tidak pernah mereka pertimbangkan sebelumnya.

	Ketidakpedulian akan Konsekuensi	Konsumen yang terlibat dalam pembelian impulsif sering kali menunjukkan kurangnya perhatian terhadap potensi hasil negatif dari pembelian mereka. Keinginan untuk membeli menjadi sangat besar, sehingga sulit bagi mereka untuk menolak godaan, yang dapat menyebabkan konsekuensi buruk yang sering kali diabaikan.
--	----------------------------------	---

Sumber: Rook (1987)

## F. Teknik Pengumpulan Data

### a. Sumber Data

Penelitian ini menggunakan dua sumber data, yaitu:

- a) Data primer: informasi yang dihimpun langsung oleh peneliti dari sumber asli untuk menjawab kebutuhan penelitian tertentu. Tahapan pengumpulan data primer sering melibatkan partisipasi aktif peneliti melalui metode seperti wawancara, survei, atau observasi langsung.
- b) Data sekunder: informasi yang telah tersedia dan dihimpun oleh pihak lain., seperti laporan resmi, artikel, atau basis data yang telah diterbitkan. Data sekunder biasanya digunakan untuk melengkapi analisis tanpa melibatkan proses pengumpulan langsung oleh peneliti.<sup>61</sup>

### b. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yaitu berbagai teknik dan langkah langkah yang digunakan peneliti untuk memperoleh data.<sup>62</sup> Dalam penelitian ini, Kuesioner merupakan salah satu metode yang digunakan

<sup>61</sup> Sintha Wahjusaputri and Anim Purwanto, "Statistika Pendidikan: Teori Dan Aplikasi," *Bintang Semesta Media* (2022): 33.

<sup>62</sup> Zainal Efendi Hasibuan, *Metodologi Penelitian Pendidikan* (AE Publishing, 2024), 200.

dalam pengumpulan data yang berisi sejumlah pernyataan terkait variabel penelitian untuk diajukan pada Anggota sampel dengan tujuan mendapatkan data yang sesuai dan relevan.

### **G. Instrumen Penelitian**

Untuk memperoleh data yang dibutuhkan dari lapangan, peneliti menggunakan instrumen penelitian. Instrumen ini berfungsi untuk mengukur nilai variabel yang diukur agar didapatkan data kuantitatif yang tepat. Dalam penelitian ini, kuesioner digunakan sebagai instrumen utama. Kuesioner merupakan alat penting dalam pengumpulan data, berupa berbagai pertanyaan yang diajukan kepada responden.<sup>63</sup>

### **H. Teknik Analisis Data**

Analisis data adalah tahapan yang dilakukan setelah semua data responden dan informasi lainnya berhasil dikumpulkan.<sup>64</sup> Proses ini bertujuan untuk menyederhanakan data penelitian ke dalam bentuk informasi yang lebih terstruktur dan mudah dipahami. Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan dengan aplikasi SPSS versi 27. Adapun tahapan-tahapan analisis data yang dilakukan meliputi:

#### *a. Editing*

Pengeditan data merupakan langkah untuk memeriksa dan memperbaiki data yang telah diperoleh. Proses ini bertujuan untuk mengatasi kesalahan pencatatan yang terjadi selama pengumpulan data, sehingga data menjadi

---

63 F H Wada et al., *Buku Ajar Metodologi Penelitian* (PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024), 118.

64 Mundhori and Faizatur Rohmah, "Pengaruh Kepercayaan Dan Tingkat Pendapatan Terhadap Minat Menabung Di KSPPS BMT Mandiri Artha Syariah Sumberrejo," *Al-Muhasib: Journal of Islamic Accounting and Finance* 2, no. 1 (2022): 36.

lebih siap untuk diolah dan dianalisis.

b. *Coding*

Pengkodean data adalah proses memberikan tanda atau simbol, seperti angka atau huruf, pada data untuk mengelompokkan informasi berdasarkan karakteristik tertentu. Proses ini bertujuan untuk menyederhanakan nama kolom saat data dimasukkan atau ditabulasi serta mempermudah proses pengolahan data secara keseluruhan.

c. *Scoring*

Pemberian skor adalah metode yang digunakan untuk memasukkan jawaban responden. Dalam penelitian ini, proses pemberian skor dilakukan dengan berpedoman pada skala Likert berikut:

- a) STS = 1 (Sangat Tidak Setuju)
- b) TS = 2 (Tidak Setuju)
- c) N = 3 (Netral)
- d) S = 4 (Setuju)
- e) SS = 5 (Sangat Setuju)

d. *Tabulating*

Tabulasi kuantitatif adalah proses menyusun data yang telah dikelompokkan ke dalam tabel agar lebih ringkas dan mudah dipahami. Tahapan ini dilakukan setelah pemeriksaan dan pemberian kode pada data.

e. *Processing*

Processing mencakup penghitungan, pengolahan, serta analisis data yang dilakukan melalui penerapan analisis statistik.

## 1) Uji Instrumen

### a) Uji Validitas

Validitas merupakan sejauh mana suatu alat ukur menunjukkan tingkat keabsahan atau kesesuaian suatu instrumen. Oleh karena itu, uji validitas digunakan untuk menentukan seberapa akurat kuesioner atau alat pengukuran tertentu dapat menyampaikan informasi yang ingin diukur. Suatu alat ukur dikatakan valid jika dapat mengungkapkan variabel yang diinginkan. Uji Validitas dalam penelitian ini memanfaatkan SPSS 27 Pengujian validitas suatu instrumen dapat dilakukan menggunakan rumus yang dikenal sebagai *Corrected Item-Total Correlation*. Rumus tersebut dinyatakan sebagai berikut:<sup>65</sup>

$$r_{hitung} = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{(n \sum X^2 - (\sum X)^2)(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

a) valid = Hasil  $r_{hitung} > r_{tabel}$

b) tidak valid = Hasil  $r_{hitung} < r_{tabel}$

### b) Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan metode untuk menilai konsistensi suatu kuesioner yang berfungsi sebagai indikator dari suatu variabel. Sebuah kuesioner dikatakan reliabel apabila jawaban yang diberikan tetap stabil atau konsisten dalam pengukuran berulang pada waktu yang berbeda. Dengan kata lain, bahwa reliabilitas

---

<sup>65</sup> Aziz Alimul Hidayat, *Menyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas-Reliabilitas* (Health Books Publishing, 2021), 12.

memperlihatkan tingkat konsistensi suatu alat ukur dalam memberikan hasil yang serupa pada kondisi yang sama.<sup>66</sup>

c) Analisis Statistik Deskriptif

Menurut Wiyono, statistik deskriptif berperan sebagai alat analisis untuk mendeskripsikan, meringkas, mengatur, dan menyajikan data secara terstruktur, sehingga lebih mudah dibaca, dipahami, dan digunakan. Sementara itu, analisis deskriptif ialah Analisis bentuk yang paling mendasar yang bertujuan untuk memaparkan kondisi umum dari angka yang didapatkan. Analisis ini mencakup beberapa aspek, seperti: distribusi frekuensi, ukuran tendensi sentral, dan ukuran variasi.<sup>67</sup>

2) Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas adalah metode statistik yang digunakan untuk menentukan apakah suatu sampel data atau distribusinya mendekati distribusi normal. Tujuan utama dari uji ini adalah untuk mengetahui apakah data yang dianalisis berasal dari populasi yang terdistribusi normal. Data yang terdistribusi normal dianggap sebagai data ideal dalam analisis statistik. Dalam pengambilan keputusan uji normalitas, terdapat kriteria tertentu, yaitu:

a. Suatu data dinyatakan memiliki distribusi normal apabila nilai

---

66 Ovan Andika Saputra, *CAMI: Aplikasi Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Berbasis Web* (Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia, 2020), 4.

67 Leroy Holman Siahaan, *Analisis Data Penelitian* (Karya Bakti Makmur, 2021), 94.

signifikansi uji lebih besar daripada tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 0,05.

- b. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi uji berada di bawah atau sama dengan  $\alpha$  0,05, maka data tersebut tidak memenuhi asumsi distribusi normal.<sup>68</sup>

b) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan mengidentifikasi adanya hubungan yang signifikan antara variabel independen dalam model regresi linear berganda. Hubungan yang kuat di antara variabel bebas dapat mengurangi validitas hasil analisis, karena menyulitkan penilaian terhadap pengaruh masing-masing variabel terhadap variabel dependen. terdapat pendekatan yang digunakan dalam pengambilan keputusan, yaitu:<sup>69</sup>

a. Melalui nilai VIF Variance Inflation Factor

- Tidak terdapat indikasi multikolinieritas dalam data apabila nilai (VIF) berada di bawah 10,00.
- Sebaliknya, apabila nilai VIF melebihi angka 10,00, maka data menunjukkan adanya gejala multikolinieritas.

c) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dengan maksud mengidentifikasi apakah terdapat ketimpangan varians antara residual satu pengamatan

---

68 Henry Kurniawan et al., *Buku Ajar Statistika Dasar* (PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024), 65.

69 Asep Mulyana, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Tohar Media, 2024), 76.

dengan pengamatan lainnya Heteroskedastisitas dapat dideteksi dengan menggunakan metode *scatter plot*, yaitu dengan memplot ZPRED terhadap SRESID.<sup>70</sup>

d) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mendeteksi apakah terdapat korelasi antara nilai residual pada suatu periode dengan nilai residual pada periode sebelumnya. Jika autokorelasi terjadi, hal ini menyebabkan bias dalam estimasi parameter. Durbin-Watson adalah salah satu metode yang digunakan untuk mendeteksi autokorelasi, terutama pada tingkat pertama, dan memerlukan adanya konstanta dalam model regresi.<sup>71</sup>

3) Uji Korelasi

Uji Korelasi adalah metode yang digunakan untuk mengukur tingkat keeratan hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat yang memiliki skala numerik interval atau rasio.

4) Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linear berganda adalah suatu metode analisis statistik yang melibatkan lebih dari satu variabel independen sebagai prediktor. Dalam terminologi bahasa Inggris, pendekatan ini dikenal sebagai multiple linear regression. Tujuan utama dari analisis ini adalah untuk

---

70 Fitri April Yanti and Syukri Hamzah, *Statistik Parametrik (Untuk Penelitian Pendidikan Dilengkapi Praktik)* (Deepublish, 2024), 2.

71 Siska Yulia Weny, "Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2019 – 2022)," *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Perpajakan (Bijak)* 5, no. 1 (2023): 108.

memprediksi nilai variabel dependen (kriterium) berdasarkan variasi yang terjadi pada dua atau lebih variabel independen, yang dianggap memiliki pengaruh terhadap variabel tersebut.

## 5) Uji Hipotesis

### a) Uji T

Uji-t merupakan teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis perbedaan rata-rata antara dua kelompok data. Metode ini memungkinkan peneliti mengevaluasi apakah perbedaan yang ditemukan bersifat signifikan secara statistik atau sekedar hasil dari variasi acak.<sup>72</sup> Adapun kriteria dari uji T adalah :

- a. Apabila nilai signifikansi pada uji t melebihi 0,05, maka keputusan yang diambil adalah menerima ( $H_0$ ) dan menolak ( $H_a$ ).
- b. Sebaliknya, jika nilai signifikansi uji t berada di bawah 0,05, maka ( $H_0$ ) ditolak dan ( $H_a$ ) diterima.

### b) Uji F

Uji F digunakan untuk menentukan apakah variabel X memberikan pengaruh yang signifikan terhadap terhadap variabel Y. Kriteria pengujian Uji F adalah sebagai berikut:<sup>73</sup>

- a. Apabila nilai signifikansi uji F berada di bawah 0,05, maka ( $H_0$ ) ditolak dan ( $H_a$ ) diterima.

---

<sup>72</sup> Dudi Badruzaman, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Yayasan Tri Edukasi Ilmiah, 2024), 57.

<sup>73</sup> Dyah Nirmala Arum Janie, *Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda Dengan SPSS* (Semarang University Press, 2021), 116.

b. Sebaliknya, jika nilai signifikansi F melebihi 0,05, maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  tidak dapat diterima.

c) Koefisien Determinasi  $R^2$

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah parameter yang krusial dalam analisis regresi, yang berfungsi untuk mengukur proporsi variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan secara kolektif oleh variabel-variabel independen. Nilai  $R^2$  berada dalam rentang 0 hingga 1, di mana nilai yang mendekati 1 menunjukkan bahwa model regresi memiliki kemampuan yang lebih baik dalam memprediksi variabel dependen.<sup>74</sup>

Namun, dalam konteks model yang melibatkan lebih dari satu variabel independen, *Adjusted R-Squared* ( $R^2$  yang disesuaikan) dianggap sebagai indikator yang lebih tepat. *Adjusted R-Squared* mengoreksi nilai  $R^2$  dengan mempertimbangkan jumlah variabel independen dalam model, sehingga memberikan representasi yang lebih akurat mengenai kemampuan prediksi model dan mencegah kesalahpahaman bahwa penambahan variabel selalu secara signifikan meningkatkan kualitas model..<sup>75</sup>

---

<sup>74</sup> Mahfudhotin, "Forecasting Plafond Dengan Time Series Pada Kredit Multiguna Di Pt. Bank Jatim Cabang Rsu Dr. Soetomo Surabaya," *Fraction: Jurnal Teori dan Terapan Matematika* (2023): 14–22.

<sup>75</sup> Mulyana, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 82.