

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Rancangan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Seperti yang dijelaskan oleh Sugiyono, pendekatan kuantitatif adalah penelitian yang berlandaskan filsafat positivisme. Pendekatan ini diterapkan untuk mengkaji populasi atau sampel tertentu dengan menggunakan instrumen penelitian untuk pengumpulan data.<sup>64</sup>

Menurut Arikunto dalam penelitian Buana, penelitian kuantitatif sangat mengandalkan angka dalam setiap tahapannya mulai dari pengumpulan data, penafsiran data, hingga penyajian hasil penelitian.<sup>65</sup> Penelitian ini menggunakan jenis penelitian eksplanatori (*explanatory research*). Menurut Mulyadi, penelitian eksplanatori adalah untuk menguji hubungan atau pengaruh antar-variabel yang dihipotesiskan.<sup>66</sup>

Sementara itu, Mahendra mendefinisikan penelitian eksplanatori sebagai jenis penelitian yang berfokus pada penjelasan hubungan dan pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya melalui pengujian

---

<sup>64</sup> Sugiyono, *Metode Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, 4th ed. (Penerbit Alfabeta Bandung, 2008).

<sup>65</sup> Dannar Aprilia Buana, “Pengaruh Financial Technology, Dan Indeks Predikat Komulatif (IPK) Terhadap Tingkat Literasi Keuangan Mahasiswa Stie Dewantara Jombang,” 2021, <https://repository.stiedewantara.ac.id/1780/>.

<sup>66</sup> Mohammad Mulyadi, “Riset Desain Dalam Metodologi Penelitian,” *Studi Komunikasi Dan Media* 16, no. 1 (2012): 71–80.

hipotesis.<sup>67</sup> Penelitian ini akan mengkaji populasi atau sampel tertentu dengan menggunakan instrumen penelitian untuk pengumpulan data. Pengumpulan dan penafsiran data, hingga penyajian hasil penelitian ini menggunakan angka dalam setiap tahapannya. Oleh karena itu, penelitian ini merupakan penelitian dengan pendekatan kuantitatif.

Penelitian ini akan melakukan pengujian terhadap variabel yang dihipotesiskan yaitu *live streaming* dan *online customer review* terhadap perilaku *impulsive buying* produk kosmetik di *platform* TikTok pada Mahasiswa Aktif FEBI UIN Syekh Wasil Kediri tahun 2024.

## **B. Lokasi Penelitian**

Dalam penelitian menetapkan populasi sangat penting agar data yang diperoleh sesuai dengan kebutuhan dan tujuan penelitian. Menurut Sugiyono, lokasi penelitian merujuk pada tempat di mana penelitian atau observasi akan dilakukan, dengan tujuan untuk mendapatkan data yang tepat dan akurat bagi penelitian tersebut.<sup>68</sup> Lokasi penelitian ini berada di UIN Syekh Wasil Kediri Jl. Sunan Ampel No. 7, Ngronggro, Kecamatan Kota, Kota Kediri, Jawa Timur, 64127.

## **C. Populasi dan Sampel**

### **1. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan

---

<sup>67</sup> Fauzan Zaki Mahendra, “Pengaruh Content Marketing Terhadap Purchase Intention Pada Fan Apparel Dengan Customer Engagement Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Akun Instagram @Authenticssid)” (Universitas Brawijaya, 2020), <https://repository.ub.ac.id/id/eprint/188507/>.

<sup>68</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, Penerbit Alfabeta Bandung, 19th ed. (Penerbit Alfabeta Bandung, 2013).

oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>69</sup>

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Wasil Kediri Tahun 2024, yang pernah melakukan *impulsive buying* produk kosmetik melalui aplikasi TikTok.

Jumlah populasi mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Wasil Kediri Tahun 2024 yang pernah melakukan *impulsive buying* produk kosmetik melalui aplikasi TikTok tidak pernah dilakukan pengukuran atau jumlahnya belum diketahui.

## 2. Sampel

Menurut Sugiyono, sampel yaitu sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel harus bersifat mewakili populasi yang ada di dalam sebuah penelitian.<sup>70</sup> Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *purposive random sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan menentukan kriteria sampel yang diinginkan, kemudian memilih secara acak dari kriteria tersebut.<sup>71</sup>

Adapun kriteria pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pernah melakukan pembelian impulsif
2. Pembelian impulsif pada produk kosmetik
3. Pembelian impulsif di *platform* TikTok

---

<sup>69</sup> Sandu Siyoto and M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, ed. Ayup, *Dasar Metodologi Penelitian*, 1st ed. (Literasi Media Publishing, 2015), <https://www.digilib.unibba.ac.id/index.php?p=fstream-pdf&fid=276&bid=1908>.

<sup>70</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*.

<sup>71</sup> Anggi Fatmayati Rizka Zulfikar, Fifian Permata Sari et al., *Metode Penelitian Kuantitatif (Teori, Metode Dan Praktik)*, ed. Evi Damayanti, *Penerbit Widina Media Utama*, 1st ed. (Penerbit Widina Media Utama, 2024).

Untuk menentukan jumlah sampel, penelitian ini menggunakan rumus Roscoe. Roscoe dalam buku *Research Methods for Business* memberikan pedoman penentuan jumlah sampel sebagai berikut :

1. Sebaiknya ukuran sampel antara 30 sampai dengan 500.
2. Jika sampel dipecah lagi ke dalam subsampel, jumlah minimum subsampel adalah 30 untuk setiap kategori.
3. Pada penelitian *multivariate* (termasuk analisis regresi berganda) ukuran sampel harus beberapa kali (sebaiknya sepuluh kali atau lebih) lebih besar dari jumlah variabel penelitian.
4. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, dengan pengendalian yang ketat, ukuran sampel minimal 10.<sup>72</sup>

Berdasarkan keterangan diatas, maka dapat dihitung sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 R &= \text{Jumlah Variabel} \times 35 \\
 &= 3 \times 35 \\
 &= 105
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan tersebut diperoleh jumlah sampel sebanyak 105 responden, maka peneliti menggunakan 105 mahasiswa aktif FEBI UIN Syekh Wasil Kediri tahun 2024 yang memenuhi kriteria sebagai responden penelitian.

---

<sup>72</sup> Uma Sekaran and Roger Bougie, *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*, 7th ed. (Wiley, 2016).

## D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner. Menurut Sugiyono, angket atau kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.<sup>73</sup>

Jenis angket ada dua, yaitu terbuka dan tertutup. Angket atau kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup. Menurut Sugiyono, kuesioner tertutup yaitu kuesioner yang sudah disediakan jawabannya, sehingga responden tinggal memilih dan menjawab secara langsung.<sup>74</sup>

## E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk memperoleh, mengolah, dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh dari responden yang dilakukan dengan menggunakan pola ukur yang sama.<sup>75</sup>

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan skala Likert sebagai metode pengukuran. Sugiyono menjelaskan bahwa skala Likert merupakan instrumen yang digunakan untuk mengukur berbagai aspek sosial, termasuk sikap, opini, dan bagaimana individu atau kelompok memandang suatu fenomena sosial. Setiap item dalam instrumen memiliki tingkatan respon yang berjenjang, dimulai dari respon yang paling positif hingga respon yang paling

---

<sup>73</sup> Sugiyono, *Metode Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D.*, 142.

<sup>74</sup> Ibid.

<sup>75</sup> Syofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*, ed. Fandy Hutari, 4th ed. (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2017)., 75.

negatif.<sup>76</sup>

**Tabel 3.1 Skala Likert**

Skala	Keterangan
5	Sangat Setuju (SS)
4	Setuju (S)
3	Netral (N)
2	Tidak Setuju (TS)
1	Sangat Tidak Setuju (STS)

(Sumber : Sugiyono, 2008)

## F. Variabel Penelitian

Pada penelitian ini, terdapat dua jenis variabel yang digunakan, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Penelitian ini mengumpulkan data dengan variabel berikut, antara lain:

### 1. Variabel *independen* (X)

Variabel *independen* sering disebut sebagai variabel bebas.

Variabel ini merupakan varaiabel yang memperngaruhi atau menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel *dependen*.<sup>77</sup> Dalam penelitian ini, variabel *independen* yang digunakan adalah *live streaming* (X1) dan *online customer review* (X2).

### 2. Variabel *dependent* (Y)

Variabel *dependent* atau terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.<sup>78</sup> Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah perilaku *impulsive buying* (Y).

---

<sup>76</sup> Sugiyono, *Metode Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, 4th ed. (Penerbit Alfabeta Bandung, 2008)., 93.

<sup>77</sup> Ibid., 39.

<sup>78</sup> Ibid.

## G. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah suatu metode untuk mengkaji data yang telah diperoleh dengan tujuan menguji rumusan masalah yang ada. Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan melibatkan pengumpulan dan analisis data dengan pendekatan deskriptif kuantitatif, yaitu metode yang dirancang untuk memahami pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.<sup>79</sup>

Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan menggunakan bantuan program SPSS. Selama proses analisis, berbagai teknik analisis data yang diterapkan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

### ***I. Editing (Pemeriksaan Data)***

Pengeditan merupakan proses pemeriksaan atau perbaikan terhadap data yang telah dikumpulkan. Langkah ini dilakukan karena ada kemungkinan data yang masuk (data mentah) tidak memenuhi kriteria atau tidak sesuai dengan tujuan. Pengeditan bertujuan untuk memperbaiki kekurangan atau mengoreksi kesalahan yang ada pada data mentah. Kekurangan dapat di atasi dengan mengulang pengumpulan data atau menggunakan metode penyisipan (interpolasi) data. Sedangkan kesalahan data dapat dihapus dengan mengeliminasi data yang tidak memenuhi standar untuk dianalisis.<sup>80</sup>

---

<sup>79</sup> Vivi Alfinah, “Pengaruh Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Kedai Ice Cream Varian Campur : Studi Pada Konsumen Kedai Ice Cream Gubuk Bambu Brenggolo Di Kediri” (UIN Syekh Wasil Kediri, 2023), <https://etheses.iainkediri.ac.id/10307/>.

<sup>80</sup> Muhamad Afifuddin Nur and Made Saihu, “Pengolahan Data,” *Scientica Jurnal Ilmiah Sain dan Teknologi* 11, no. 2 (2024): 172, file:///C:/Users/USER/Downloads/scientica+PENGOLAHAN+DATA...pdf.

## 2. *Coding (Kode)*

Proses pengkodean adalah langkah untuk memberi tanda pada setiap jawaban yang ada dalam kuesioner dengan angka atau simbol. Setiap kuesioner yang serupa diberi kode, sehingga setiap tanggapan dapat dikelompokkan ke dalam kategori tertentu. Dengan cara ini, tanggapan yang ada dapat dikelompokkan ke dalam beberapa kategori yang telah dipilih secara cermat, yang bertujuan untuk meningkatkan efisiensi dalam analisis data.<sup>81</sup>

## 3. *Scoring (Skor)*

*Scoring* adalah proses pemberian nilai pada item-item jawaban yang terdapat dalam angket atau kuesioner. Hal ini bertujuan untuk mengukur atau menyatakan jawaban yang diberikan responden pada kuesioner yang telah disebarluaskan.<sup>82</sup>

Pemberian skor pada penelitian ini yaitu sebagai berikut :

- a. Sangat Setuju = 5
- b. Setuju = 4
- c. Netral = 3
- d. Tidak Setuju = 2
- e. Sangat Tidak Setuju = 1

## 4. *Tabulating*

*Tabulating* merupakan suatu kegiatan mengelompokkan dan juga menyusun data yang sudah di *coding* ke dalam bentuk master data.

---

<sup>81</sup> Ibid.

<sup>82</sup> Ibid.

Kegiatan ini dilakukan dengan memasukkan data hasil pengkodean atau data asli yang berbentuk numerik ke dalam program komputer, sehingga data tersebut dapat dianalisis dan dihitung statistiknya.<sup>83</sup>

## 5. *Processing*

*Processing* adalah proses menghitung, mengolah, atau menganalisis data menggunakan statistik.<sup>84</sup> Teknik analisis yang digunakan dalam tahap *processing* antara lain sebagai berikut:

### a. Uji Instrumen

#### 1) Uji Validitas

Menurut Sugiyono, Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk memastikan kebenaran atau keabsahan dari kuesioner yang telah disebarluaskan. Validitas mengacu pada tingkat kecocokan antara data yang diperoleh dari subjek penelitian dengan data yang dapat disampaikan oleh peneliti.<sup>85</sup> Kuesioner dianggap valid jika pernyataan yang ada mampu menggambarkan apa yang sebenarnya diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan perangkat SPSS. Data pada uji validitas dikatakan valid jika nilai signifikansi  $< 0,05$ , sementara jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka

---

<sup>83</sup> Musdalifah Musdalifah et al., “Efektivitas Penggunaan Aplikasi Microsoft Excel Terhadap Pengolahan Data Penelitian Mahasiswa Uin Alauddin Makassar,” *Educational Leadership: Jurnal Manajemen Pendidikan* 1, no. 2 (2022): 191–199.

<sup>84</sup> Alfinah, “Pengaruh Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Kedai Ice Cream Varian Campur : Studi Pada Konsumen Kedai Ice Cream Gubuk Bambu Brenggolo Di Kediri.”

<sup>85</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D.*

data tersebut dianggap tidak valid.<sup>86</sup>

## 2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur sejauh mana kuesioner yang digunakan dapat menghasilkan temuan yang konsisten jika subjek diukur kembali dengan prosedur yang sama pada waktu yang berbeda.

Reliabilitas sendiri merujuk pada sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya dan dipertanggungjawabkan. Suatu instrumen dapat dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari nilai alpha yang ditentukan, yaitu lebih besar dari 0,60.<sup>87</sup>

## b. Uji Asumsi Klasik

### 1) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah variabel independen dan variabel dependen berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas data dalam penelitian ini menggunakan analisis grafik dan analisis statistik. Analisis grafik yaitu berupa grafik histogram dan grafik P-P Plot.

Grafik histogram dikatakan normal jika distribusi data membentuk lonceng (*bell shaped*), tidak condong ke kiri atau

---

<sup>86</sup> Silvia Dewi Pratama, "Pengaruh Online Customer Review, Harga, Dan Affiliate Marketing Terhadap Pembelian Impulsif Konsumen Fashion Pada Pengguna Tiktok Di Banyumas," *UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto*, 2023.

<sup>87</sup> Azizah, "Pengaruh Online Customer Review Dan Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Survei Pada Generasi Z Pengguna Shopee Di Purwokerto)."

tidak condong ke kanan. Grafik P-P Plot dikatakan tidak memenuhi syarat asumsi normalitas apabila item menyebar jauh di garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal.

Uji normalitas dengan grafik histogram dan grafik P-P Plot perlu diperkuat dengan uji statistik. Uji statistik menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05.

- a) Apabila nilai signifikansi atau nilai signifikansi  $> 0,05$  maka, data tersebut terdistribusi secara normal.
- b) Apabila nilai signifikansi  $< 0,05$  maka data tidak terdistribusi secara normal.<sup>88</sup>

### 2) Uji Multikolinearitas

Uji *Multikolinieritas* digunakan untuk melihat ada atau tidaknya hubungan yang tinggi antara variabel bebas. Salah satu cara untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinearitas pada suatu regresi adalah dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflating Factor* (VIF). Jika nilai tolerance  $> 0,10$  dan nilai VIF  $< 10$ , maka tidak terjadi multikolinearitas.<sup>89</sup>

### 3) Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidakaksamaan varian dari residual pada satu

---

<sup>88</sup> Syafrida Hafni Sahrir, *Metodologi Penelitian*, ed. M.Si. Dr. Ir. Try Koryati, 1st ed. (Penerbit KBM Indonesia, 2021)., 69.

<sup>89</sup> Ibid., 70-71.

pengamatan ke pengamatan lainnya dalam model regresi. Jika varian residual antar pengamatan bersifat konstan, maka disebut homoskedastisitas, sedangkan jika varian tersebut berbeda-beda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model yang tidak mengalami heteroskedastisitas, karena hal tersebut menunjukkan bahwa model memiliki kesalahan yang acak dan tidak berpola.

Dalam penelitian ini, pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan dua metode, yaitu :

(a) Uji *Glejser*

Selain menggunakan grafik, penelitian ini juga menggunakan uji Glejser untuk memperkuat hasil. Uji *Glejser* dilakukan dengan cara meregresikan nilai absolut residual (Abs\_Res) sebagai variabel dependen terhadap variabel independen dalam model regresi.

Jika nilai signifikansi (Sig.)  $> 0,05$ , maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Jika nilai signifikansi (Sig.)  $< 0,05$ , maka terjadi heteroskedastisitas.

(b) Analisis *Scatterplot*

Selain uji Glejser, deteksi heteroskedastisitas juga dilakukan dengan analisis *Scatterplot*, yaitu dengan cara melihat pola penyebaran titik-titik. Jika titik-titik menyebar secara acak di atas dan di bawah sumbu horizontal (tanpa membentuk pola

tertentu), maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Jika titik-titik membentuk pola tertentu (misalnya bergelombang, menyempit, atau melebar), maka terjadi heteroskedastisitas.

Analisis *Scatterplot* memberikan gambaran visual mengenai kestabilan varians residual, sehingga dapat membantu memperkuat hasil dari uji *Glejser*.<sup>90</sup>

### c. Analisis Regresi Berganda

Analisis Regresi Berganda digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel *dependent* (kriteria), apabila dua atau lebih variabel *independent* sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi, persamaan regresi untuk dua prediktor dibawah ini :<sup>91</sup>

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

Keterangan :

Y = Variabel terikat (*impulsive buying*)

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

X<sub>1</sub> = Variabel bebas (*live streaming*)

X<sub>2</sub> = Variabel bebas (*online customer review*)

e = Variabel *error* yang berdistribusi normal baku

---

<sup>90</sup> Ibid.,70.

<sup>91</sup> Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, ed. M.Pd Dra. Endang Mulyatiningsih (Alfabeta Bandung, 2007)., h. 275.

d. Uji Hipotesis

1) Uji T

Uji parsial atau Uji T merupakan pengujian kepada koefisien regresi secara parsial, untuk mengetahui signifikansi secara parsial atau masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Hipotesis yang digunakan dalam pengujian ini adalah:

$H_0$  : Variabel bebas (*Live Streaming/Online Customer Review*) tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel terikat (*Impulsive Buying*).

$H_a$  : Variabel bebas (*Live Streaming/Online Customer Review*) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel terikat (*Impulsive Buying*).

Penelitian ini menggunakan uji dua arah (*two tailed test*) karena hipotesis yang diajukan bersifat dua arah, yang hanya menyatakan adanya pengaruh tanpa menentukan arah pengaruhnya (positif atau negatif). Oleh karena itu, tingkat signifikansi yang digunakan adalah 0,05, yang berarti peneliti memberikan toleransi kesalahan sebesar 5% dalam pengambilan keputusan. Berikut dasar pengambilan keputusan yang digunakan :

- a) Jika nilai  $\text{Sig.} > 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
- b) Jika nilai  $\text{Sig.} < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.<sup>92</sup>

---

<sup>92</sup> Ibid, 80.

## 2) Uji F

Uji F ini digunakan untuk mengenali terdapat atau tidaknya pengaruh dengan cara bersama-sama (simultan) variabel bebas terhadap variabel terikat.

$H_0$  : Variabel-variabel bebas (*Live Streaming* dan *Online Customer Review*) tidak berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikat (*Impulsive Buying*).

$H_a$  : Variabel-variabel bebas (*Live Streaming* dan *Online Customer Review*) mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikat (*Impulsive Buying*).

Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  diterima ( $H_a$  ditolak) dan jika  $> 0,05$  maka  $H_0$  ditolak ( $H_a$  diterima).<sup>93</sup>

## 3) Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi sering disimbolkan dengan  $R^2$  pada prinsipnya melihat besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika angka koefisien determinasi dalam model regresi semakin kecil atau semakin dekat dengan nol berarti semakin kecil pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat, dan apabila nilai  $R^2$  semakin mendekati 100% berarti semakin besar pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun

---

<sup>93</sup> Sahir, *Metodologi Penelitian.*, 53.

rumus koefisien determinasi yaitu sebagai berikut :<sup>94</sup>

$$KP = R^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KP = Nilai Koefisien Determinasi

$R^2$  = Nilai Koefisien Korelasi

---

<sup>94</sup> Ibid, 54.