

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Penelitian (*research*) adalah cara memperoleh pengetahuan dengan menggunakan metode ilmiah secara terancang dan sistematis untuk menemukan pengetahuan baru. Metode ilmiah atau penelitian menghasilkan pengetahuan yang lebih dapat dipertanggungjawabkan. Sebagai pendekatan ilmiah, penelitian dilakukan dengan serangkaian langkah yang sistematis serta teratur dan terkendali.³¹

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yaitu suatu pendekatan yang hasil penelitiannya disajikan dalam bentuk data diskripsi dengan menggunakan angka statistik.³² Kemudian data-data yang berupa angka tersebut diolah dan dianalisis guna mendapatkan suatu informasi ilmiah dibalik angka-angka tersebut. Angka-angka yang terkumpul sebagai hasil penelitian tersebut dianalisis menggunakan metode statistik.

Berdasarkan pendekatan penelitian tersebut jenis penelitian yang akan digunakan yaitu jenis penelitian *causalitas*. Penelitian *causalitas* digunakan untuk meneliti hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih.³³

³¹ Purwanto, *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Psikologis dan Pendidikan* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), 10.

³² Ibnu Hajar, *Dasar-Dasar Penelitian Kuantitatif dalam Pendidikan Metodologi* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1996), 30.

³³ Uber Silahi, *Metode Penelitian Sosial*, (Bandung: Rafika Aditama, 2009), 73.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi objek penelitian adalah di Brisa Parfum Tanjunganom Nganjuk, yang beralamat di Jalan Ahmad Yani No. 210 Kecamatan Tanjunganom Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur 64483.

C. Populasi dan Sampel

4. Populasi

Populasi adalah kelompok subyek yang akan dikenai generalisasi hasil penelitian, yang memiliki karakteristik/ciri (tidak terbatas) yang membedakan dengan kelompok lain.³⁴ Jadi populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan parfum *refill* Luzi Tiruan D&G Sisi. Dasar penentuan populasi tersebut adalah sebagaimana pendapat Sutrisno Hadi, menegaskan bahwa populasi dibatasi sebagai jumlah penduduk atau individu, yang paling sedikit mempunyai sifat sama.³⁵ Jumlah konsumen yang menjadi *member* Brisa Parfum Tanjunganom Nganjuk adalah sebanyak 425 konsumen.

5. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Sampel juga dapat didefinisikan sebagai sebagian anggota populasi yang dipilih menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasi.³⁶

³⁴Masri Singarimbun, *Metodologi Penelitian Survei* (Jakarta: New Aqua, 1989), 152.

³⁵Sutrisno Hadi, *Metodologi Research Jilid 2* (Yogyakarta: Andi Offset, 1987), 200.

³⁶Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2011), 74.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling*. Teknik ini merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan *Random Sampling*, yaitu sampel yang diambil secara acak.

Oleh karena itu, peneliti dapat memilih siapapun responden dimana dan kapan saja ditemui agar bisa dijadikan sebagai elemen-elemen sampel penelitian. Pertimbangan sampel didasarkan pada pertimbangan bahwa responden adalah *member* Brisa Parfum Tanjunganom Nganjuk.³⁷

Untuk menentukan berapa banyak sampel yang harus diambil dalam suatu populasi, menurut Suharsimi Arikunto dalam Sugiono, bila subjek populasi kurang dari 100 maka dapat diambil semua. Bila subjek populasi lebih dari 100 maka dapat diambil antara 10%-15% atau 20%-25%.³⁸ Berdasarkan survey diketahui jumlah populasi *member* Brisa Parfum Tanjunganom Nganjuk ($N = 425$). Dengan mengacu pada ketentuan tersebut, maka dalam penelitian ini sampel diambil sebesar 25% dari jumlah populasi sehingga diperoleh 106 responden.

D. Definisi Operasional Variabel

Variabel adalah suatu sifat yang dapat memiliki bermacam-macam nilai, atau sering kali diartikan sebagai simbol yang padanya kita dapat

³⁷ Riduwan, *Dasar-Dasar Statistika* (Bandung: Alfabeta, 2011), 255.

³⁸ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 116.

meletakkan bilangan atau nilai.³⁹ Sugiyono menjelaskan, variabel penelitian adalah atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁴⁰ Variabel-variabel yang hendak diteliti dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel *independent* (variabel bebas)

Variabel bebas adalah suatu variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel *dependent* (terikat).⁴¹ Adapun variabel *independent* dalam penelitian ini adalah kondisi ekonomi (X). Penjelasan sebagai berikut:

Keadaan ekonomi adalah suatu keadaan ekonomi keluarga yang bisa dirasakan atau diukur oleh indera manusia. Kondisi ekonomi setiap orang itu berbeda-beda dan bertingkat, ada yang keadaan ekonominya tinggi, sedang, dan rendah.⁴² Terdapat beberapa indikator kondisi ekonomi diantaranya pekerjaan, pendidikan, pendapatan, jumlah tanggungan orang tua, status kepemilikan, dan jenis tempat tinggal.⁴³ Demi menyesuaikan indikator kondisi ekonomi dengan parfum *refill* Luzi Tiruan D&G Sisi, maka peneliti tidak memasukkan semua indikator ke dalam penelitian. Indikator-indikator yang digunakan peneliti sebagai berikut:

³⁹Kerlinger, *Asas-Asas Penelitian Behavioral* (Jakarta: Gajah Mada University Press, 1990), 49.

⁴⁰Ibid., 38.

⁴¹Sugiyono, *Metode.*, 61.

⁴²Poerwadarminto, *Kamus Umum Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2002), 159.

⁴³Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar* (Jakarta: RajaGrafindo, 2007), 87.

Tabel 3.1
Indikator Penelitian Variabel X

Variabel	Indikator
Kondisi Ekonomi (X)	Pekerjaan
	Pendapatan
	Status kepemilikan

Sumber: Data diolah oleh peneliti.

2. Variabel *dependent* (variabel terikat)

Variabel *dependent* atau biasa disebut dengan variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.⁴⁴ Adapun variabel *dependent* dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y) di Brisa Parfum Tanjunganom Nganjuk.

Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan dimana konsumen benar-benar melakukan suatu pembelian. Pengambilan keputusan dapat pula diartikan sebagai suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan.⁴⁵ Terdapat lima tahapan dalam proses keputusan pembelian, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.⁴⁶

⁴⁴Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi Edisi 3* (Jakarta:Salemba Empat, 2013), 178.

⁴⁵Kotler dan Armstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran Edisi Ke 9 Jilid 1* (Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia, 2003), 227.

⁴⁶Kotler dan Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Kedua Belas* (Jakarta:Erlangga, 2008), 179.

Tabel 3.2
Indikator Penelitian Variabel Y

Variabel	Indikator
Keputusan Pembelian (Y)	Pengenalan kebutuhan
	Pencarian informasi
	Evaluasi alternatif
	Keputusan pembelian
	Perilaku pasca pembelian

Sumber: Data diolah oleh peneliti.

E. Data dan Sumber Data Penelitian

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari responden penelitian dengan menggunakan alat pengukuran berupa kuisisioner atau angket.⁴⁷ Data primer diperoleh peneliti secara langsung dari objek penelitian melalui kuisisioner yang disebarkan kepada *member* Brisa Parfum Tanjunganom Nganjuk.

F. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data ialah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk megumpulkan data. Metode (cara atau teknik) menunjuk suatu kata yang abstrak dan tidak diwujudkan dalam benda, tetapi hanya dapat dilihatkan penggunaannya melalui: angket, wawancara, pengamatan, ujian (tes), dokumentasi dan lainnya.⁴⁸ Menurut pengertiannya kuisisioner adalah kumpulan dari pertanyaan yang diajukan secara tertulis

⁴⁷Eko Putro Widoyoko, *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), 33.

⁴⁸Riduwan, *Dasar-dasar Statistika*, 51

kepada seseorang (yang dalam hal ini disebut responden), dan cara menjawab juga dilakukan dengan tertulis.⁴⁹

G. Instrumen Penelitian

Sedangkan instrumen pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya. Selanjutnya instrumen yang diartikan sebagai alat bantu merupakan saran yang dapat diwujudkan dalam benda, contohnya: angket (*questionnaire*), daftar cocok (*checklist*), skala (*scala*), pedoman wawancara (*interview schedule*), lembar pengamatan atau panduan pengamatan (*observation sheet* atau *observation schedule*), soal ujian (soal tes atau [test] inventori [*inventory*]).⁵⁰ Instrumen dalam penelitian ini adalah angket. Angket merupakan lembaran yang berupa pertanyaan maupun pernyataan yang akan dijawab oleh responden, dengan memberikan tanda silang atau centang pada jawaban yang dipilih.

H. Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul.⁵¹ Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS 21.0. Adapun langkah-langkah yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:⁵²

⁴⁹ Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1995), hlm. 135

⁵⁰ Ibid., 134.

⁵¹ Sugiyono, *Cara Mudah Menyusun Skripsi* (Bandung: Alfabeta, 2006), 76.

⁵² M. Katsiran, *Metodologi Penelitian* (Malang: UIN-Malang Press, 2008), 128.

1. *Editing*

Sebelum pengumpulan data dilakukan, pewawancara sudah memberikan penjelasan tentang data yang diperlukan dalam praktiknya, hasil kuesioner yang masuk dari responden masih banyak mendapatkan kesalahan. Oleh karena itu, *editing* diperlukan untuk memeriksa kesalahan atau kekurangan.

2. *Coding and Categorizing*

Proses pembuatan kode merupakan proses pemberian tanda menggunakan angka atau simbol pada semua jawaban yang terdapat dalam kuesioner. Kode diberikan untuk semua koesioner yang sama sehingga semua jawaban dapat dimasukkan dalam sejumlah kategori atau kelompok. Di sini efisiensi analisis akan tercipta sebab semua jawaban dapat diturunkan menjadi beberapa kategori yang dipilih secara seksama.

3. *Scoring*

Scoring adalah memberikan skor terhadap item-item yang perlu diberi skor. Proses ini adalah pemberian skor atau angka pada lembar jawaban angket tiap subjek, tiap skor dari item pernyataan dari angket ditentukan sesuai dengan peringkat *option* (pilihan) sebagai berikut:

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

4. *Tabulating data*

Tabulasi adalah memasukkan data pada tabel-tabel tertentu dan mengatur angka-angka serta menghitungnya.⁵³ Data-data dikelompokkan dengan teliti dan teratur kemudian dihitung dan dijumlahkan berapa banyak item yang termasuk dalam satu kategori.

5. *Processing*

Processing adalah menghitung dan mengolah atau menganalisis data dengan statistik.⁵⁴ Pada tahap ini peneliti menggunakan program SPSS versi 21 dengan menggunakan analisis statistik sebagai berikut:

1) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.⁵⁵ Uji validitas dilakukan dengan membandingkan r_{tabel} untuk tingkat signifikansi 5% dari *degree of freedom* ($df = n-2$), dalam hal ini n adalah jumlah sampel dalam uji validitas. Jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ maka pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid, demikian sebaliknya.⁵⁶

⁵³M. Burhin Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Pustaka Media, 2005), 168.

⁵⁴Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), 171.

⁵⁵Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS Cetakan IV* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006), 45.

⁵⁶Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 1999), 135.

2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Pengujian reabilitas dibantu dengan menggunakan koefisien *Croanbach Alpha*.⁵⁷

Untuk menghitung reliabilitas dilakukan dengan bantuan aplikasi SPSS

21. Kriteria yang digunakan untuk menafsirkan hasil uji reliabilitas, adalah:⁵⁸

- a. Jika nilai_{hitung} lebih besar dari taraf signifikan (α) = 0,6 maka angket dinyatakan reliabel.
- b. Jika nilai_{hitung} lebih kecil dari taraf signifikan (α) = 0,6 maka angket dinyatakan tidak reliabel.

3) Analisis Deskriptif

Data yang diperoleh kemudian di deskripsikan agar pembaca bisa mudah dalam memahaminya. Data ini berguna untuk mengetahui pengaruh kondisi ekonomi terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap produk parfum *refill* Luzi Tiruan D&G Sisi.

4) Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi yang normal atau tidak. Untuk menguji apakah distribusi normal atau tidak dapat dilakukan dengan beberapa cara. Cara yang pertama

⁵⁷Ibid., 136.

⁵⁸Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate.*, 129.

membuat tabel deskriptif dengan melihat nilai mean dan median. Cara yang kedua adalah analisis data dengan melakukan pengujian secara statistik dengan cara menghitung nilai *kurtosis* dan *skewness*nya.

Kurtosis (keruncingan), secara umum ukuran keruncingan suatu data dapat dibedakan dalam 3 kriteria:

- a. Jika nilai α_4 kurang dari 3 (< 3) maka distribusinya adalah distribusi *platikurtik* = sangat dasar.
- b. Jika nilai α_4 lebih dari 3 (> 3) maka distribusinya adalah distribusi *leptokurtik* = sangat runcing.
- c. Jika nilai α_4 sama dengan 3 ($= 3$) maka distribusinya adalah distribusi *mesokurtik* = sangat sedang.⁵⁹

Skewness (kemencengan) secara umum besarnya koefisien *skewness* mempunyai ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika koefisien *skewness* positif, berarti distribusi frekuensinya menceng positif, yaitu ekor kurjanya panjang (menjulang) ke kanan.
- b. Jika koefisien *skewness* sama dengan nol, berarti distribusi frekuensinya simetris.
- c. Jika koefisien *skewness* negatif, berarti distribusi frekuensinya menceng negatif, yaitu ekor kurjanya panjang (menjulang) ke kiri.⁶⁰

b. Uji Multikolonieritas

⁵⁹ Zuraidah, *Statistik Deskriptif* (Kediri: STAIN Kediri Press, 2011), 256.

⁶⁰ *Ibid.*, 227.

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel *independent*.⁶¹ Cara umum yang digunakan oleh peneliti untuk mendeteksi ada tidaknya problem multikolinearitas pada model regresi adalah dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai yang direkomendasikan untuk menunjukkan tidak adanya multikolinearitas adalah nilai *Tolerance* harus $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 .⁶²

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas dapat diketahui dengan cara melihat pola grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (*dependent*) yaitu ZPRED dengan residualnya SREID pada grafik *scatter plot*.⁶³ Dasar analisis heterokedastisitas yaitu:

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik yang membentuk pola yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heterokedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Uji ini dimaksud untuk mengetahui apakah dalam model regresi atau korelasi kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya) dengan menggunakan metode *Durbin-*

⁶¹ Ibid., 250.

⁶² Sulisyanto, *Ekonomi Terapan Teori dan Aplikasi dengan SPSS*, (Yogyakarta: CV. Andi Offsrt, 2011), 82.

⁶³ Duwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS* (Jakarta: PT Buku Kita, 2009), 42.

Watson (DW test). Jika terjadi korelasi maka diidentifikasi terjadi masalah autokorelasi. Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

- a) Jika $DU < DW < 4 - DU$ maka H_0 diterima, artinya tidak terjadi autokorelasi
- b) Jika $DW < DL$ atau $DW > 4 - DL$ maka H_0 ditolak, artinya terjadi autokorelasi
- c) $DL < DW < DU$ atau $4 - DU < DW < 4 - DL$, artinya tidak ada kepastian atau kesimpulan yang pasti.⁶⁴

5) Regresi Sederhana

Penelitian ini menggunakan rumus regresi sederhana yang bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Berikut rumus yang digunakan:⁶⁵

$$Y = a + Bx$$

Keterangan:

Y : Variabel Terikat (Keputusan Pembelian)

A : Konstanta

X : Variabel Bebas (Kondisi Ekonomi)

B : Koefisien Regresi

6) Uji t

⁶⁴Duwi Priyatno, *SPSS 22: Pengolah Data Terpraktis* (Yogyakarta: Andi, 2014), 165.

⁶⁵Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2012), 275.

Uji t adalah pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel *independent* (X) secara individual mempengaruhi variabel *dependent*. Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel *dependent* (X) secara parsial. Kriteria pengujian tingkat signifikansi (α) = 0,05. Berdasarkan pengujian hipotesis dengan uji t dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a) Apabila $T_{hitung} > T_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, jadi variabel bebas secara parsial memiliki pengaruh nyata terhadap variabel terikat.
- b) Apabila $T_{hitung} < T_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, jadi variabel bebas secara parsial tidak memiliki pengaruh nyata terhadap variabel terikat.⁶⁶

7) Uji F

Uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat. Langkah-langkah sebagai berikut :

- a) Menentukan hipotesis

$H_0 : \beta = 0$, artinya variabel *independent* secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependent* $H_0 : \beta \neq 0$, artinya variabel *independent* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependent*.

- b) Menentukan tingkat signifikan

⁶⁶ Sujarweni, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014),162.

Tingkat signifikan pada penelitian ini adalah 5% artinya resiko kesalahan mengambil keputusan 5%.

c) Pengambilan keputusan

1. Jika probabilitas (sig F) $> \alpha$ (0,05) maka H_0 diterima, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel *independent* dengan variabel *dependent*.
2. Jika probabilitas (sig F) $< \alpha$ (0,05) maka H_0 ditolak, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel *independent* dengan variabel *dependent*.⁶⁷

8) Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan kuadrat dari koefisien korelasi (R^2) yang berkaitan dengan variabel bebas dan variabel terikat. Secara umum dikatakan bahwa R^2 merupakan kuadrat korelasi antara variabel yang digunakan sebagai *predictor* dan variabel yang memberikan *respponse*. Koefisien determinasi dalam analisis regresi biasanya dijadikan dasar dalam menentukan besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.⁶⁸

Koefisien determinasi bertujuan mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat. Dalam penelitian ini perhitungan *korelasi* determinasi untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel bebas X (kondisi ekonomi) dalam menjelaskan variabel terikat (keputusan pembelian). Kriteria

⁶⁷ Damondar Gujarati, *Dasar-Dasar Ekonometrika* (Jakarta: Erlangga, 2006), 193.

⁶⁸ Maman Abdurrahman, dkk. *Dasar-Dasar Metode Statistika*, (Bandung: Pustaka Setia, 2011), 218-219.

pengujian $R^2 = 0$, artinya variabel bebas sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel terikat. Jika R^2 semakin mendekati 1, yang berarti mendekati 100% artinya variabel bebas berpengaruh kuat terhadap variabel terikat.⁶⁹

⁶⁹ Dwi Prayetno, *Mandiri Belajar SPSS*, (Yogyakarta: Mediakom, 2008), 79.