

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Berdasarkan pada judul yang telah ditulis, pada penelitian yang dilakukan ini menggunakan metode pendekatan penelitian kuantitatif yaitu suatu penelitian yang hasil penelitiannya dijelaskan dalam bentuk angka atau statistik.²⁶ Penelitian kuantitatif ini digunakan oleh peneliti untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan instrument penelitian, dan suatu analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan diawal.²⁷

Jenis penelitian ini adalah penelitian korelasi, yaitu suatu penelitian yang digunakan untuk menemukan ada atau tidaknya suatu hubungan serta berarti atau tidaknya hubungan tersebut.²⁸ Penelitian ini berguna untuk menentukan seberapa kuat hubungan antara variabel X dan variabel Y, yaitu ada tidaknya hubungan dan pengaruh antar variabel (X) Pengetahuan konsumen dengan (Y) variabel keputusan menjadi nasabah/ keputusan pembelian.

²⁶ Ibnu Hajar, *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian Kuantitatif Dalam Pendidikan* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1996), 30.

²⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 8

²⁸ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), 251.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi pada penelitian ini adalah Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah BMT Harapan Umat Tulungagung, yang berlokasi di Jl. Letjend Suprpto No. 24, Kepatihan, Kec. Tulungagung, Kab. Tulungagung, provinsi Jawa Timur. Kode pos 66219.

C. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah segala nilai baik hasil perhitungan dan pengukuran, baik kuantitatif atau kualitatif, serta karakteristik tertentu mengenai sekelompok objek yang jelas dan lengkap.²⁹

Menurut pendapat Sugiono, populasi adalah wilayah generaslisasi yang terdiri atas obyek dan subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dapat dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan yang diperoleh.³⁰ Dalam penelitian ini, penulis mengambil populasi yaitu seluruh nasabah BMT KSPPS HARUM Tulungagung untuk jenis Pembiayaan Murabahah yang masih aktif pada periode 2019 dengan jumlah 18,954 nasabah.

²⁹ Husaini Usman, *Pengantar Statistika* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), 181.

³⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung : Alfabeta, 2010), 80.

b. Sampel

Sampel adalah sebagian dari suatu jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.³¹ Teknik untuk pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling*. Teknik ini memberikan peluang yang sama bagi seluruh populasi untuk dipilih menjadi sampel.³² Selanjutnya, ditentukan jumlah sampel dengan menggunakan perhitungan sampel menurut rumus *Slovin*.³³ yaitu:

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

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

d = tingkat kesalahan yang dipilih (1%, 5%, dan 10%)

Berdasarkan rumus diatas, maka jumlah sampel yang akan diambil adalah:

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

$$n = \frac{18954}{1 + 18954 (0,10)^2}$$

$$\frac{18954}{1 + 18954(0,01)}$$

$$n = \frac{18954}{1 + 189,54}$$

$$n = \frac{18954}{190,54}$$

$$n = 99,47$$

³¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, 81

³² Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, (Jakarta:PT.Raja Grafindo Persada, 2011), 76.

³³ Husein Umar, *Metode Riset Bisnis* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003), 141.

$$n = 99$$

adapun hasil perhitungan sampling menurut rumus solvin, diperoleh hasil 99 responden yang akan menjadi sampel penelitian.

D. Definisi Operasional

Adapun Variabel suatu penelitian adalah suatu hal yang berbentuk segala hal yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian akan diperoleh suatu informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun variabel yang diuji dalam penelitian ini ada 2 variabel. Sesuai dengan paradigma yang ada terdapat satu *variabel independent* (bebas) dan satu *variabel dependent* (terikat), seperti:

1. Variabel X (bebas atau *independent*)

Variabel bebas yaitu suatu variabel yang diduga memiliki pengaruh terhadap variabel terikat.³⁴ Variabel ini disimbolkan dengan “X”. Adapun variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengetahuan konsumen. Menurut Sumarwan bahwa pengetahuan konsumen adalah segala sumber informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa dan pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen.³⁵ Pengetahuan konsumen dapat diukur melalui dimensi

³⁴ Safuddin Azwar, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998), 62.

³⁵ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Cet. 1, Ed. 2. (Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2011), 147

indikator-indikator yaitu, pengetahuan produk, pengetahuan pembelian, pengetahuan pemakaian.³⁶

Tabel 3.1
Indikator Penelitian Variabel X

Variabel	Variabel Indikator	Deskripsi Variabel
Pengetahuan Konsmen (X)	Pengetahuan suatu Produk	Pengetahuan mengenai atribut produk dan manfaat yang dihasilkan dari produk
	Pengetahuan Pembelian	Pengetahuan mengenai tempat membeli, kapan dan dimana membeli suatu produk
	Pengetahuan pemakaian	Pengetahuan tentang cara menggunakan suatu produk

Sumber: Ujang Sumarwan (2002) dalam skripsi Adenia Mustika Fahmi (2017)

2. Variabel Terikat (Y) (Dependent)

Variabel terikat adalah suatu variabel penelitian yang diukur untuk mengetahui besarnya efek atau pengaruh variabel lain-lain.³⁷ Variabel ini biasanya disimbolkan dengan “Y”. Adapun variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian. Keputusan pembelian yaitu suatu tahap dalam proses pengambilan keputusan dimana konsumen benar-benar melakukan suatu pembelian.³⁸ Ada lima tahapan pada saat proses keputusan pembelian, diantaranya

³⁶ Ibid., 120

³⁷ Safuddin Azwar, *Metodologi Penelitian*, 62.

³⁸ Kotler Dan Armstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran, Edisi Ke 9 Jilid 1*, (Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia,2003) 179

pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian³⁹

Tabel 3.2
Indikator Penelitian Variable Y

Variabel	Indikator	Deskripsi Indikator
Keputusan Pembelian (Y)	Pengenalan Kebutuhan	Kesadaran kebutuhan akan produk.
	Pencarian Informasi	Pencarian informasi produk dari orang lain.
	Evaluasi alternative	Membandingkan produk dengan produk <i>competitor</i> .
	Keputusan Pembelian	Melakukan pembelian terhadap produk.
	Perilaku konsumen <i>pasca</i> beli	Perilaku kepuasan atau ketidak puasan konsumen terhadap produk.

Sumber: Kotler dan Amstrong (2008) dalam skripsi Bella Desy Andriani (2019)

E. Sumber Data Penelitian

Suharsimi Arikunto sebagaimana dikutip oleh Kuntjojo berpendapat bahwa data merupakan suatu fakta dan angka yang bisa digunakan sebagai bahan untuk menyusun suatu informasi.⁴⁰ Pada penelitian ini data yang akan digunakan adalah data kuantitatif, yang dinyatakan dalam bentuk angka atau numerik, yaitu data jumlah nasabah, sektor pembiayaan KSPPS BMT Harapan Umat Tulungagung dan data-data statistik. Adapun sumber data yang diperoleh berupa data primer dan sekunder:

³⁹ Philip Kotler Dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Kedua Belas*, (Jakarta: Erlangga, 2008) 179

⁴⁰ Kuntjojo, *Metodologi Penelitian* (Kediri: Universitas Nusantara PGRI Kediri, 2010), 33.

1. Data primer

Data primer adalah suatu data yang diperoleh langsung dari pihak yang diperlukan datanya.⁴¹ Data primer dapat diperoleh dengan alat pengukuran berupa kuesioner maupun angket.⁴² Dengan melakukan pengisian kuesioner diperoleh gambaran pernyataan responden mengenai variabel X (pengetahuan Konsumen) dan variabel Y terhadap produk pembiayaan murabahah KSPPS BMT Harapan Umat Tulungagung.

2. Data sekunder

Adalah suatu data yang di peroleh dalam bentuk jadi, sudah di kumpulkan kemudian akan di olah oleh orang lain, pada umumnya dalam bentuk publikasi.⁴³ Data sekunder berasal dari berbagai dokumen, surat-surat, dan arsip sebagai pelengkap dari data primer. Dalam penelitian ini peneliti memperoleh data dari pihak KSPPS BMT Harapan Umat Tulungagung, berupa data jumlah nasabah terkini, produk yang dimiliki KSPPS dan juga literature tentang profil lembaga yang berguna membantu dalam proses penelitian yang dilakukan peneliti.

⁴¹ Kuntjojo, *Metodologi Penelitian*, 34

⁴² Eko Putro Widoyoko, *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), 33

⁴³ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam* (Jakarta: UPFE UMY, 2003), 61.

F. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan suatu data adalah salah satu prosedur sistematis dan standar untuk mendapatkan data yang diperlukan. Pengumpulan data dapat dikerjakan berdasarkan pengamatan yang telah dilakukan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, yaitu:

1. Kuesioner (angket)

Dalam pengumpulan data, peneliti menggunakan metode kuesioner. Metode angket digunakan untuk melakukan penyelidikan mengenai suatu masalah yang menyangkut suatu kepentingan umum yang akan dilakukan dengan mengeluarkan suatu daftar pertanyaan berupa formulir yang diajukan secara tertulis kepada sejumlah subjek untuk mendapatkan jawaban serta tanggapan secara tertulis seperlunya.⁴⁴

Melalui angket yang ditujukan kepada nasabah sektor pembiayaan di KSPPS BMT Harapan Umat Tulungagung untuk mengetahui beberapa tanggapan dan jawaban yang berkaitan dengan penelitian secara objektif terkait pengaruh pengetahuan konsumen terhadap keputusan menjadi nasabah di KSPPS BMT Harapan Umat Tulungagung.

⁴⁴ Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Sosial* (Bandung: Mandar Maju, 1996), 57.

G. Analisis Data

Adalah suatu proses mengatur urutan data, kategori dan satuan uraian dasar serta mengorganisasikannya ke dalam suatu pola.⁴⁵ Metode analisis data digunakan untuk menganalisis data yang telah diperoleh yang terkumpul dan tersusun secara runtut.

Adapun tujuan analisis data yaitu supaya mendapatkan data yang objektif melalui analisis statistik untuk melakukan uji hipotesis, yaitu ada atau tidaknya serta seberapa besar pengaruh pengetahuan konsumen terhadap keputusan memilih produk pembiayaan murabahah di KSPPS Harapan Umat Tulungagung. Adapun langkah-langkah dalam mengolah data setelah data terkumpul adalah:

1. Membersihkan Data atau *Editing*

Data yang masuk (*raw data*) perlu dilakukan pemeriksaan apakah terdapat kekeliruan-kekeliruan dalam melakukan pengisiannya, mungkin ada yang tidak lengkap, palsu, tidak sesuai, dan lainnya. Pekerjaan mengoreksi atau kegiatan pengecekan ini disebut *editing*.⁴⁶

2. *Categorizing and Coding*

Langkah selanjutnya yaitu melakukan *coding*. dimana langkah ini akan melakukan pemberian atau pembuatan data kode-kode dalam tiap-tiap data yang termasuk dalam kategori yang sama. Pengkodean ini menggunakan dua cara, pengkodean frekuensi dan

⁴⁵ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2004), 29.

⁴⁶ Marzuki, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Bagian Penerbitan Fakultas Ekonomi UI, 1996), 81.

lambang. Pengkodean frekuensi ini digunakan jika ada jawaban pada poin tertentu memiliki bobot tertentu. Sedangkan pengkodean lambang akan digunakan pada poin yang tidak memiliki bobot tertentu.⁴⁷ pada penelitian yang dilakukan ini *coding* dan *categorizingnya* adalah:

- a. Untuk variabel X = pengetahuan konsumen
- b. Untuk variabel Y = keputusan memilih produk BMT

3. *Scoring (memberi skor)*

Memberi skor atau scoring pada item-item yang akan diberikan skor.⁴⁸ Memberikan skor atau nilai pada lembar jawaban angket pada setiap subjek atau pertanyaan, dengan memberikan skor pada setiap subjek akan lebih mudah mengetahui peringkat pada setiap pilihan jawaban, yaitu:

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

4. *Tabulating*

Adalah membuat tabel-tabel yang berisi data-data yang telah diberi kode sesuai dengan analisis yang dibutuhkan penelitian. Jawaban yang sama akan dikelompokkan dengan cara yang teliti dan

⁴⁷ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana, 1995), 166.

⁴⁸ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, 206.

tepat, lalu dihitung dan dijumlahkan berapa besar peristiwa atau gejala atau item yang masuk didalam satu kategori tersebut.⁴⁹

5. *Processing*

Adalah menghitung serta mengolah dan menganalisis data secara statistik.⁵⁰ Teknik yang digunakan untuk menganalisis dan menguji pengaruh pengetahuan konsumen terhadap pengambilan keputusan konsumen dalam memilih produk pembiayaan murabahan di BMT KSPPS Harapan Umat Tulungagung. adalah sebagai berikut:

a. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

1) Uji Validitas

Validitas adalah suatu bentuk ukuran yang menunjukkan sejauh mana suatu instrument pengukur dapat mengukur apa yang ingin diukur.⁵¹ Adapun terdapat cara mengukur validitas konstruk yaitu dengan mencari korelasi antara satu pertanyaan dengan skor total menggunakan analisis korelasi *product moment* dengan bantuan aplikasi spss 21.

2) Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas berhubungan dengan suatu masalah dengan adanya kepercayaan pada suatu instrumen.

⁴⁹ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, 24.

⁵⁰ Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010) 171-175.

⁵¹ Purbaya Budi dan Ahari, *Analisis Dengan Microsoft Excel dan SPSS* (Yogyakarta: Andi, 2005), 247-248.

instrument memiliki tingkat kepercayaan yang sangat tinggi atau konsisten jika hasil dari pengujian instrument tersebut menghasilkan data yang tetap. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui seberapa tingkat kestabilan suatu alat ukur.⁵² Perhitungan reliabilitas pada penelitian ini menggunakan *Alpha* dengan bantuan SPSS Version 21.0 For Windows. Ukuran Kemantaban *Alpha* dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a) Nilai *alpha* 0,00-0,2 berarti kurang reliabel
- b) Nilai *alpha* 0,21-0,4 berarti agak reliabel
- c) Nilai *alpha* 0,41-0,6 berarti cukup reliabel
- d) Nilai *alpha* 0,61-0,8 berarti reliabel
- e) Nilai *alpha* 0,81-1,00 berarti sangat reliabel.⁵³

b. Analisis Deskriptif

Dengan melakukan analisis deskriptif, data yang akan diperoleh kemudian di deskripsikan agar pembaca bisa mudah dalam memahaminya, data ini berguna untuk mengetahui tingkat pengetahuan konsumen terhadap keputusan memilih produk pembiayaan di KSPPS BMT Harapan Umat Tulungagung.

c. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

⁵² Tony Wijaya, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis Teori dan Praktik*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013),

⁵³ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik Dengan SPSS* (Jakarta: Prestasi Pustaka Karya, 2009), 97.

Adalah suatu uji yang digunakan untuk mengukur apakah data kita terdistribusi normal atau tidak. Pada penelitian ini uji normalitas data menggunakan pendekatan *One Sample Kolmogrov-Smirnov* yang diperoleh angka probabilitas atau *Asym.Sig.* (2-tailed). Nilai tersebut dibandingkan dengan 0,05 pada kasus ini menggunakan tarad signifikansi atau $\alpha = 5\%$, digunakan untuk pengambilan keputusan dengan pedoman. Dengan menggunakan asumsi ketika hasilnya $>0,05$ maka data tersebut berdistribusi normal.

a) Nilai Sig. atau signifikansi yaitu nilai probabilitas < 0,05. distribusi data tersebut adalah tidak normal.

b) Nilai Sig. atau signifikansi atau nilai probabilitas > 0,05, distribusi data adalah normal.⁵⁴

2) Uji Heteroskedastisitas

Dalam persamaan regresi berganda perlu diuji mengenai sama atau tidak varians dari residual dari observasi yang satu dengan observasi lainnya. Jika residual mempunyai varians yang sama disebut homoskedastisitas dan jika variansnya tidak sama disebut terjadi heteroskedastisitas. Persamaan regresi yang baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas.

3) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan suatu hubungan yang terjadi diantara residual dari pengamatan satu dengan pengamatan yang lainnya.⁵⁵ Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi, metode pengujian dalam penelitian ini

⁵⁴ Marzuki, *Metodologi Penelitian*, 83.

⁵⁵ Dwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS (Yogyakarta:Mediakom,2008)*, 68

digunakan uji *Durbin-Watson* (uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Apabila d lebih kecil dari dL , atau lebih besar dari $(4-dL)$ maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.
2. Apabila d terletak antara dU dan $(4-dU)$, maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak autokorelasi
3. apabila d terletak diantara dL dan dU atau diantara $(4-dU)$ dan $(4-dL)$, maka tidak memberikan hasil kesimpulan yang pasti. Nilai dU dan dL diperoleh tabel statistic Durbin Watson yang bergantung banyaknya obeservasi dan banyaknya variabel yang menjelaskan

d. Uji Korelasi

Analisis korelasi menggunakan teknik *Person Product Moment* digunakan untuk menentukan arah dan kekuatan suatu hubungan antara variabel X dengan variabel Y dan data berbentuk interval dan rasio.⁵⁶

Adapun rumusnya sebagai berikut:

$$r = \frac{\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\left(\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}\right)\left(\sum y^2 - \frac{(\sum y)^2}{n}\right)}}$$

Keterangan :

r = Korelasi Pearson *Product Moment*

n = Jumlah sampel

x = Skor setiap pertanyaan/item

⁵⁶ Hussaini Usman Dan Purnomo Setiadi, *Pengantar Statistik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2006),197

y: Skor total⁵⁷

Tabel 3.3
Interpretasi nilai r Product Moment

Besarnya "r" Product Moment	Interpretasi
0,00 – 0,20.	Antara variabel X dan Y memang terdapat pengaruh, tetapi sangat lemah sekali sehingga korelasi ini diabaikan dan dianggap tidak ada korelasinya
0,20 – 0,40.	Antara variabel X dan Y memang terdapat pengaruh yang lemah atau rendah
0,40 – 0,70.	Antara variabel X dan Y memang terdapat pengaruh yang sedang atau cukup
0,70 – 0,90.	Antara variabel X dan Y memang terdapat pengaruh yang tinggi
0,90 – 1,00.	Antara variabel X dan Y memang terdapat pengaruh yang sangat tinggi.

e. Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana dapat digunakan untuk meneliti bagaimana pengetahuan konsumen (x) terhadap keputusan memilih produk pembiayaan murabahah (y) di KSPPS BMT Harapan Umat Tulungagung. Secara umum persamaan regresi sederhana dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + bx$$

Keterangan :

Y = variabel kriterium (keputusan memilih)

X = variabel predicator (pengetahuan konsumen)

a = konstanta

b = koefisien arah regresi linier.⁵⁸

f. Uji *T-test*

⁵⁷ Misbahudin Dan Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2013), 304.

⁵⁸ Hussaini Usman dan Purnomo Setiadi, *Pengantar Statistik*, 219.

Penelitian Uji-T dilakukan untuk menguji apakah suatu variabel independen berpengaruh secara pastial terhadap variabel dependen kriteria pengujian.

- 1) Apabila nilai sig. > 0,05 berarti Ho diterima artinya Ha ditolak.
- 2) Apabila nilai sig. < 0,05 berarti Ho ditolak artinya Ha diterima.

g. Uji Koefisiensi Determinasi

Uji determinasi (uji R²), yang digunakan untuk mengukur seberapa dekat garis regresi yang terestimasi dengan data sesungguhnya. Nilai R² mencerminkan seberapa besar variabel yang terikat dengan variabel Y dapat diterangkan oleh variabel bebas X.⁵⁹

- 1) Apabila nilai koefisien determinasi sama dengan 0 (R² = 0) artinya variasi dari Y tidak dapat diterangkan oleh X
- 2) Apabila nilai koefisien determinasi sama dengan 1 (R² = 1) artinya variabel Y secara keseluruhan dapat diterangkan oleh X.

Uji Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui prosentase besarnya perubahan variabel independen yang disebabkan oleh variabel dependen. Pada penelitian ini akan menggunakan aplikasi SPSS 21.

⁵⁹ Akhmad Fauzi, *Statistik Industri* (Jakarta: Erlangga, 2008), 286.

