

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif yaitu pendekatan yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik.¹ Pendekatan kuantitatif ini bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Dalam penelitian ini peneliti mengarahkan pada realita yang berkaitan dengan harga, citra merek, gaya hidup dan kualitas produk yang mempengaruhi keputusan pembelian pada mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini termasuk dalam penelitian asosiatif. Analisis asosiatif merupakan bentuk analisis data penelitian untuk menguji ada tidaknya hubungan keberadaan variabel dari dua kelompok data atau lebih. Hubungan variabel dalam penelitian ini adalah hubungan kausal (sebab akibat). Hasil analisisnya adalah apakah hipotesis penelitian

¹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.(Bandung: Alfabeta,2013),hlm. 8

dapat tergeneralisasi atau tidak, apabila hipotesis (H_a) diterima, berarti hasil penelitian menyatakan ada hubungan antarvariabel.²

B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Menurut Sugiono populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.³ Sedangkan menurut Burhan Bungin populasi penelitian merupakan keseluruhan (*universum*) dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, sikap hidup sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian.⁴ Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah para mahasiswa jurusan ekonomi syariah IAIN Tungungagung.

2. Sampling

Menurut Nanang Martono teknik sampling merupakan metode atau cara menentukan sampel dan besar sampel. Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* yaitu teknik sampling yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama lagi bagi setiap unsur atau anggota populasi yang dipilih

² Sofian Siregar, *Statistik Deskriptif untuk Penelitian: Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hlm. 213

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm 80

⁴ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif (komunikasi, ekonomi, dan kebijakan public serta ilmu-ilmu social lainnya)*, Cetakan ke 2, (Jakarta: Kencana, 2006), hlm. 99

menjadi sampel.⁵ Dalam teknik ini pengambilan sampelnya tidak menggunakan teknik-teknik statistik (non statistik), berarti setiap calon anggota populasi karena tidak diketahui sebelumnya memiliki peluang yang sama untuk terpilih menjadi sampel penelitian.

Di dalam penelitian ini peneliti menggunakan non probability sampling dengan teknik purposive sampling. Purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.⁶ Pertimbangan untuk sampel dalam penelitian ini adalah responden dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Merupakan mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah karena jurusan Ekonomi Syariah adalah jurusan yang paling banyak peminatnya jadi sesuai untuk dijadikan obyek penelitian.
- b. Merupakan mahasiswa semester lima jurusan ekonomi syariah IAIN Tulungagung. Alasan memilih mahasiswa semester lima karena mahasiswa semester lima yang paling sesuai tidak terlalu muda dan tidak terlalu tua, yang paling mungkin untuk diteliti karena belum sibuk dengan kegiatan lain seperti PPL dan KKN.
- c. Pengguna atau pernah menggunakan paket internet Telkomsel.
- d. Telah melakukan pembelian paket internet Telkomsel.

⁵ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, Cetakan ke 2, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), hlm. 75-78

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 126

3. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi tersebut, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).⁷

Dalam penelitian ini sampel yang digunakan adalah mahasiswa semester lima jurusan ekonomi syariah IAIN Tulungagung yaitu sebanyak 627 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin yaitu:

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

Dimana:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e^2 = Perkiraan tingkat kesalahan (10% atau 0,01)⁸

Dalam penelitian ini, jumlah sampel mahasiswa jurusan ekonomi syariah semester 5 IAIN Tulungagung dari rumus Slovin adalah sebagai berikut :

⁷ *Ibid.*....hal. 81

⁸Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual Dan Spss Edisi Pertama*, (Jakarta:PT Fajar Interpratama Mandiri,2013),hlm.34

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

$$n = \frac{627}{1 + 627 \cdot (10)^2}$$

$$n = \frac{627}{1 + 627 \cdot (0,01)}$$

$$n = \frac{627}{1 + 6,27}$$

$$n = \frac{627}{7,27}$$

$$n = 86,244$$

Jadi jumlah sampel di fakultas ekonomi dan bisnis islam jurusan ekonomi syariah IAIN Tulungagung sebanyak 86 Responden.

C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran

1. Sumber Data

Sumber data adalah subyek dari mana asalnya data dapat diperoleh. Pada penelitian ini sumber data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Yakni data yang diperoleh langsung dari mahasiswa semester lima jurusan Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung dengan menyebarkan angket atau kuesioner.

- a. Data Primer adalah data asli yang dikumpulkan oleh periset untuk menjawab masalah riset secara khusus.⁹ Dapat juga diartikan sebagai sumber data yang langsung memberikan data kepada

⁹ Danang Sunyoto, *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*, Cetakan ke 1, (Yogyakarta: Cempaka Putih, 2012), hlm. 28

pengumpul data.¹⁰ Pengumpulan data primer dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden.

- b. Data Sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain, bukan oleh periset sendiri, untuk tujuan yang lain, hal ini mengandung arti bahwa periset hanya memanfaatkan data yang sudah ada untuk risetya.¹¹ Dalam artian lain sumber data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.¹² Pengumpulan Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah data mahasiswa jurusan ekonomi syariah IAIN Tulungagung.

2. Variabel

Menurut Sugiyono variabel penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu sebagai berikut:

- a. Variabel Bebas (*Independent*) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel independen yang

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 137

¹¹ Danang Sunyoto, *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*, Cetakan ke 1, (Yogyakarta: Cempaka Putih, 2012), hal. 28

¹² Ibid ...hal 137

digunakan dalam penelitian ini adalah Harga (X_1), Citra Merek (X_2), Gaya Hidup (X_3), dan Kualitas Produk (X_4).

- b. Variabel Terikat (*Dependent*) merupakan variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah keputusan pembeli Voucher internet Telkomsel pada mahasiswa ekonomi syariah IAIN Tulungagung. (Y).¹³

3. Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif.¹⁴ Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi, seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor, misalnya:

- a. Sangat Setuju/selalu/sangat positif diberi skor 5

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm 38-39

¹⁴*Ibid.*, hlm. 135

- b. Setuju/sering/positif diberi skor 4
- c. Ragu-ragu/kadang-kadang/netral diberi skor 3
- d. Tidak setuju/hampir tidak pernah/negatif diberi skor 2
- e. Sangat tidak setuju/tidak pernah/diberi skor 1

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan skala likert dengan ukuran:

SS = Sangat Setuju diberi skor 5

S = Setuju diberi skor 4

N = Netral/Ragu-ragu diberi skor 3

TS = Tidak Setuju diberi skor 2

STS = Sangat Tidak Setuju diberi skor 1

D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

1. Teknik pengumpulan data

Metode pengumpulan data adalah cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting, berbagai sumber dan berbagai cara. Pada penelitian ini pengumpulan data melalui kuesioner observasi, (angket), dan dokumentasi.

1. Metode Observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian, data-data penelitian tersebut dapat diamati oleh peneliti. Langkah awal yang dilakukan peneliti sebelum penelitian yaitu melakukan

observasi di lokasi penelitian di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung. Peneliti melakukan pengamatan sistematis, pelaksanaannya fokus pada yang ingin diteliti melalui pengamatan yang telah disusun secara rinci berdasarkan kategori masalah yang ingin diteliti.

2. Kuesioner (angket), merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Menurut pengertian angket merupakan kumpulan dari pertanyaan yang diajukan secara tertulis kepada seseorang (yang dalam hal ini disebut responden) dan cara menjawabnya juga dilakukan secara tertulis.
3. Dokumentasi merupakan pengumpulan data dengan mencatat suatu laporan yang sudah tersedia, seperti halnya hasil jawaban responden mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Iain Tulungagung.

2. Instrument penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat bantu untuk mendapatkan data di lapangan sehingga efektif dan efisien. Instrument penelitian harus dapat menghasilkan data yang bisa dipertanggungjawabkan dari sisi validitas maupun reliabilitas. Supaya memperoleh data tersebut maka instrumen penelitian harus merupakan instrumen pengukuran variabel yang tepat.

Tabel 3.1
Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Item Pertanyaan	Referensi
Harga	- Keterjangkauan harga	1-2	William Stanton, <i>Manajemen Pemasaran</i> , (PT. Gramedia Pustaka Utama : Jakarta,2010), Hal. 24
	- Kesesuaian harga dengan kualitas produk	3-4	
	- Daya saing harga		
Citra Merek	- Citra pembuat	7-8	Sopiah dan Sangadji, <i>Salesmanship (Kepenjualan)</i> ..., hal. 76
	- Citra produk	9-10	
	- Citra pemakai	11-12	
Gaya Hidup	- <i>Activity</i> (Aktivitas)	13-14	Nugraho, Setiadi, <i>Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran</i> , (Jakarta: Prenada Media, 2003), hal 152-153
	- <i>Interest</i> (Minat)	15-16	
	- <i>Opinion</i> (Opini)	17-18	
Kualitas produk	- Kinerja (performance)	19	Fandy Tjiptono. <i>Strategi Pemasaran</i> . (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2008), hlm 25
	- Keistimewaan (features)	20	
	- Kesesuaian dengan spesifikasi (conformance to specification)	21	
	- Keadaan (reability)	22	
	- Daya tahan (durability)	23	
	- Estetika (esthetica)	24	
Keputusan Pembelian	- Pengenalan Masalah	25	Bilson Simamora, <i>Panduan Riset Perilaku Konsumen</i> , (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001), hlm 15-17
	- Pencarian Informasi	26	
	- Evaluasi Alternatif	27	
	- Keputusan Pembelian	28-29	
	- Pasca Pembelian	30	

Sumber: diolah oleh peneliti

E. Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah atau untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Menurut Supardi, validitas merupakan tingkat dimana suatu alat pengukur mengukur apa yang seharusnya diukur dan data penelitian tidak berguna apabila instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian tidak memiliki validitas dan reliabilitas yang tinggi.¹⁵ Penelitian kuantitatif ini harus menghasilkan data yang valid. Uji validitas dilakukan dengan membuat korelasi skor item dengan skor total.

Korelasi *Rank Spearman* digunakan jika data yang diperoleh adalah data ordinal, sedangkan korelasi *Product Moment* bisa digunakan jika data yang diperoleh adalah data interval.¹⁶ Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ dinyatakan valid dan nilai positif, namun jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka dinyatakan tidak valid dan nilai negatif.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauhmana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih.¹⁷ Reliabilitas pada dasarnya adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat

¹⁵ *Ibid.*, hlm. 155

¹⁶ Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2009), hlm. 152

¹⁷ Supardi, *Metode Penelitian Ekonomi & Bisnis*,, hlm. 159

dipercaya. Reliabilitas instrument adalah hasil pengukuran yang dapat dipercaya dan diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran.¹⁸ Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach's* diukur berdasarkan skala *Alpha Cronbach's* 0 sampai 1. Reliabilitas dapat dikatakan baik jika memiliki nilai *Alpha Cronbach's* lebih dari 0,60.

2. Uji normalitas

Uji distribusi normal adalah uji untuk mengukur apakah data kita memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik. Berdasar definisi di atas, tujuan dari dilakukannya uji normalitas tentu saja untuk mengetahui apakah suatu variabel normal atau tidak.¹⁹ Dalam mendeteksi normalitas data menggunakan pendekatan *Kolmogorov-Smirnov* yang dipadukan dengan kurva *Normal Q-Q Plots*. Kriteria untuk pengambilan keputusan dengan pendekatan *Kolmogorov Smirnov* adalah sebagai berikut :

- 1) Nilai Sig. atau signifikansi atau nilai probabilitas < 0.05 , distribusi data adalah tidak normal.
- 2) Nilai Sig. atau signifikansi atau nilai probabilitas > 0.05 , distribusi data adalah normal.

¹⁸ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: PT. prestasi Pustakaraya, 2009), hlm. 97

¹⁹ Ibid....77

3. Pengujian Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model. Kemiripan antar variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Selain itu untuk uji ini juga untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika VIF yang dihasilkan diantara 1-10 maka tidak terjadi multikolinieritas.²⁰

VIF adalah suatu estimasi betapa besar multikolinearitas meningkatkan varian pada suatu koefisien estimasi sebuah variabel penjelas. Variabel yang tinggi menunjukkan bahwa multikolinearitas telah menaikkan sedikit varian pada koefisien estimasi, akibatnya menurunkan nilai t.

b. Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas, pada umumnya sering terjadi pada model- model yang menggunakan data *cross section* daripada *time series*. Namun bukan berarti model-model yang menggunakan data *time series* bebas dari heteroskedastisitas. Sedangkan untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model

²⁰ V. Wiratna Sujarweni, *SPSS untuk Penelitian*, (Yogyakarta:Pustaka Baru Press, 2014), hlm. 185

dapat dilihat dari pola gambar *Scatterplot* model tersebut. Tidak terdapat heteroskedastisitas jika:

- 1) Penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola
- 2) Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau disekitar angka 0 dan
- 3) Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.²¹

4. Uji Regresi Linear Berganda

Uji ini digunakan untuk meramalkan suatu keadaan atas naik turunnya variabel dependen apabila dua atau lebih variabel independen sebagai *factor predictor* yang dimanipulasi.²² Dimana model persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Dimana:

Y = keputusan pembelian (dependen)

a = konstanta dari keputusan regresi

b₁ = koefisien regresi dari variabel X1

b₂ = koefisien regresi dari variabel X2

b₃ = koefisien regresi dari variabel X3

²¹ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: PT. prestasi Pustakaraya, 2009), hlm. 79-80

²² Singgih Santoso, *Latihan SPSS Statistik Parametrik*, (Jakarta: Elekmedia Komputindo, 2002), hlm. 168

b_4 = koefisien regresi dari variabel X4

X_1 = harga (independen)

X_2 = citra merek (independen)

X_3 = gaya hidup (independen)

X_4 = kualitas produk (independena)

e = tingkat error, tingkat kesalahan

5. Uji Hipotesis

a. Uji secara parsial (uji t)

Uji t adalah pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara individual mempengaruhi variabel dependen (Y).²³

Dasar pengambilan dengan menggunakan cara pertama adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai sig $\alpha < (5\%)$ maka H_0 ditolak yang berarti bahwa ada pengaruh secara parsial variabel independen terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai sig $\alpha < (5\%)$ maka H_0 diterima yang berarti bahwa tidak ada pengaruh secara parsial variabel independen terhadap variabel dependen.

Kemudian cara yang kedua sebagai berikut:

²³ Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis...*, hlm. 161

1. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 ditolak artinya variabel independen berpengaruh dan signifikan secara statistik pada α 5% terhadap variabel dependen.
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima artinya variabel independen berpengaruh tetapi tidak signifikan secara statistik pada α 5% terhadap variabel dependen.²⁴

b. Uji secara bersama-sama (Uji F)

Uji F adalah pengujian signifikansi persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (X) secara bersama-sama terhadap variabel tidak bebas (Y).²⁵ Dalam hal ini untuk mengetahui apakah variabel harga, citra merek, gaya hidup dan kualitas produk berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap keputusan pembelian voucher internet Telkomsel pada mahasiswa ekonomi syariah IAIN Tulungagung. Pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05.²⁶ Dapat menggunakan pedoman pertama sebagai berikut:

- 1) Jika nilai $\text{sig } \alpha < (5\%)$ maka H_0 ditolak yang berarti bahwa ada pengaruh secara simultan variabel independen terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai $\text{sig } \alpha < (5\%)$ maka H_0 diterima yang berarti bahwa tidak ada pengaruh secara simultan variabel independen terhadap variabel dependen.

²⁴ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16...*, hlm. 74

²⁵ Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis...*, hlm. 162

²⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D...*, hlm. 192

Kemudian cara kedua sebagai berikut:

- 1) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak yang artinya variabel independen berpengaruh dan signifikan secara statistik pada $\alpha(5\%)$ terhadap variabel dependen.
- 2) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 ditolak yang artinya variabel independen berpengaruh tetapi tidak signifikan secara statistik pada $\alpha(5\%)$ terhadap variabel dependen.

6. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model ini menjelaskan variabel dependen yang dihitung. Nilai R^2 yang kecil/ mendekati nol berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas atau kecil. Nilai R^2 yang besar mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen.