

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, disebut sebagai pendekatan kuantitatif karena data-data yang digunakan dalam penelitian ini berupa angka-angka dan menganalisis data tersebut dengan menggunakan bantuan aplikasi statistik. Pendekatan kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sample tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.¹

Dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif, penelitian yang akan dilakukan penulis akan terfokus untuk mengetahui pengaruh strategi pemasaran, penetapan harga, dan juga etika bisnis islam dalam pengambilan keputusan pembelian para konsumen mebel kayu di Kecamatan Pagerwojo.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 8.

bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini variabel yang digunakan yaitu strategi pemasaran, penetapan harga, dan etika bisnis islam sebagai variabel independent, dan keputusan pembelian sebagai variabel dependennya.

B. Populasi, Sampling, dan Sample Penelitian

1. Populasi Penelitian

Populasi penelitian merupakan keseluruhan (*universum*) dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya, sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian.² Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.³ Adapun populasi dalam penelitian ini adalah konsumen mebel kayu di Desa Mulyosari Kecamatan Pagerwojo yang melakukan pembelian produk mebel kayu pada awal tahun 2020 sampai dilaksanakannya penelitian, dengan jumlah konsumen sebanyak 140 orang.

2. Sampling dan Sample Penelitian

Di dalam suatu penelitian ada yang namanya teknik sampling, yaitu teknik yang digunakan peneliti dalam mengambil sample penelitian. Adapun teknik sampling yang digunakan yaitu *non*

² Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2017), hlm. 99

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D...*, hlm.80.

probability sampling dengan teknik *sampling purposive*, yaitu teknik penentuan sample dengan pertimbangan tertentu. Pemilihan sekelompok subjek dalam *purposive sample* didasarkan atas ciri-ciri tertentu yang dipandang mempunyai sangkut paut yang erat dengan ciri-ciri populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Maka dengan kata lain unit sample yang dihubungi disesuaikan dengan kriteria-kriteria tertentu yang diterapkan berdasarkan tujuan penelitian atau permasalahan penelitian.⁴

Sample adalah bagian dari populasi. Sample yang diambil dari populasi penelitian harus bersifat representative.⁵ Sample dalam penelitian ini adalah konsumen mebel kayu yang melakukan pembelian 7 bulan terakhir ini, yang ada di Desa Mulyosari Kecamatan Pagerwojo. Adapun rumus dari sample yaitu:

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

Dimana:

n : ukuran sampel

N : ukuran populasi

⁴ I Putu Ade A.P dan I Gusti Agung N.T.J, Panduan Penelitian Eksperimen Beserta Analisis Statistik dengan SPSS, (Yogyakarta: Deepublish, 2012), hlm. 26.

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 121.

e : persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan (*margin error*) misalnya 10%

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, bahwa jumlah konsumen mebel di Desa Mulyosari sebanyak 140 orang. Dan dalam hal ini, penulis menentukan tingkat kesalahan pengambilan sampel (*margin error*) sebesar 10%. Maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$n = \frac{140}{1 + 140 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{140}{1 + 140 (0,01)}$$

$$n = \frac{140}{1 + 1,4}$$

$$n = \frac{140}{2,4} = 58,33 = 58$$

Dengan demikian, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian berdasarkan perhitungan di atas adalah 58 orang

C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran

1. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian.⁶ Data primer merupakan data yang digunakan untuk kebutuhan riset penelitian yang sedang berjalan.⁷ Untuk memperoleh data ini penelitian dilakukan dengan cara pemberian angket kepada para konsumen mebel kayu di Desa Mulyosari Kecamatan Pagerwojo

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan jenis data yang dikumpulkan untuk keperluan penelitian.⁸ Data sekunder diperoleh dari sumber kedua, data sekunder ini bisa berupa dokumen tertulis dan literatur yang didapat dari perpustakaan. Data sekunder diperoleh dari sumber data kedua sesudah sumber data primer. Karena sesuatu dan hal lain, penelitian tidak atau sukar memperoleh data dari sumber data primer, dan mungkin juga karena menyangkut hal-hal yang sangat pribadi sehingga sukar data itu didapat langsung dari data primer. Sumber data sekunder diharapkan dapat berperan membantu mengungkap data yang diharapkan. Begitu pula pada keadaan semestinya yaitu sumber data primer dapat berfungsi sebagaimana

⁶ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya...*, hlm. 132

⁷ Nur Achmad Budi Yulianto, dkk, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Malang: Polinema Press, 2018), hlm. 37

⁸ *Ibid*, hlm. 37.

diharapkan, sumber data sekunder dapat membantu memberi keterangan atau data pelengkap sebagai bahan pembanding.⁹

2. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu sifat atau atribut atau nilai dari obyek orang atau kegiatan yang memiliki keragaman atau variasi tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.¹⁰ Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu variabel bebas (variabel independent), yaitu variabel yang dapat mempengaruhi variabel lain. Adapun variabel bebas dalam penelitian ini yaitu strategi pemasaran, penetapan harga, dan etika bisnis Islam. Dan variabel terikat (variabel dependen), yaitu variabel yang dapat mempengaruhi variabel lain, variabel dependen dalam penelitian ini yaitu keputusan pembelian.

3. Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya suatu interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut dapat menghasilkan data kuantitatif.¹¹ Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert, yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Untuk penyekoran yang digunakan adalah skala likert

⁹ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya...*, hlm. 132-133

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D...*, hal.39

¹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D...*, hal.92

dengan 5 alternatif jawaban. Responden hanya akan memberikan tanda *checklist* (√). Penilaian skornya adalah 5-4-3-2-1 dan untuk alternatif jawabannya adalah sangat setuju (ss), setuju (s), kurang setuju (ks), tidak setuju (st), dan sangat tidak setuju (sts). Berikut tabel dalam pemberian skor pada penelitian.

Tabel 3.1
Skor Penilaian

| No. | Keterangan | Nilai |
|-----|---------------------------|-------|
| 1. | Sangat Setuju (SS) | 5 |
| 2. | Setuju (S) | 4 |
| 3. | Netral (N) | 3 |
| 4. | Tidak Setuju (TS) | 2 |
| 5. | Sangat Tidak Setuju (STS) | 1 |

D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

1. Teknik Pengumpulan Data

a. Angket

Angket merupakan serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis kemudian dikirim untuk diisi oleh responden. Penelitian ini menggunakan angket terstruktur yang menyediakan beberapa kemungkinan jawaban. Adapun bentuk yang digunakan yaitu angket tertutup. Angket bentuk ini dirancang untuk

merekam data tentang keadaan yang dialami oleh responden sendiri.¹²

b. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya monumental dari seseorang.¹³ Dalam penelitian ini teknik dokumentasi digunakan untuk memaparkan mengenai pengkajian data yang dapat berupa kegiatan-kegiatan yang dilakukan dalam proses pengerjaan kerajinan mebel kayu yang dibutuhkan untuk menunjang penelitian ini.

2. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan oleh peneliti untuk mengukur fenomena alam atau fenomena sosial yang menjadi fokus dari sebuah penelitian. Instrumen penelitian menggunakan angket yang disusun sesuai dengan indikator dari variabel penelitian.¹⁴ Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan angket, yang mana disusun berdasarkan indikator dari variabel-variabel penelitian.

¹² Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana, 2017), hlm. 134.

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 240

¹⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)...*, hlm. 305.

Tabel 3.2

Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

| No | Variabel | Indikator | Pertanyaan |
|-----------|--|--|---|
| 1 | Strategi Pemasaran (Kotler, Keller, Rangkyu) | Produk | Produk mebel yang dijual berkualitas |
| | | Produk mebel yang dihasilkan oleh para pengrajin di Desa Mulyosari memiliki kualitas yang baik dan tidak kalah dengan tempat lain. Selain itu konsumen bisa memilih dan meminta pengrajin untuk membuat produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka. | Produk mebel yang dijual sesuai dengan kebutuhan saya |
| | | | Produk mebel yang dijual tidak kalah dengan tempat lain |
| | | | Produk mebel yang dijual memiliki bentuk serta pilihan yang menarik |
| | | Harga | Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk |
| | Harga produk mebel disesuaikan dengan bahan-bahan yang digunakan dalam | Harga yang ditawarkan masih terbilang wajar | |

| | |
|--|---|
| produksi | Harga yang ditawarkan relatif lebih murah dibandingkan dengan tempat lain |
| <p>Promosi</p> <p>Media promosi yang digunakan oleh para pengrajin mebel hanya sebatas lewat <i>story whatsapp</i>, belum terlalu luas dengan menggunakan media lain atau sosial media lain</p> | Produk mebel ini melakukan promosi melalui media sosial (web, instagram, facebook, whatsapp, dll) |
| <p>Tempat</p> <p>Tempat usaha para pengrajin kebanyakan tepat disamping rumah tempat tinggal mereka, yang mana rumah mereka berada dipinggir jalan yang mudah diakses bagi</p> | <p>Lokasi menuju tempat mudah diakses dan dijangkau</p> <p>Tempatnya strategis</p> <p>Lokasi dekat dengan tempat tinggal saya</p> |

| | | | |
|---|---------------------------------------|--|---|
| | | kendaraan jenis apapun | |
| 2 | Penetapan Harga (Kotler dan Amstrong) | <p>Keterjangkauan harga</p> <p>Harga terjangkau bagi semua kalangan, kebanyakan konsumen bekerja sebagai petani</p> | <p>Harga yang ditawarkan terjangkau bagi saya</p> <p>Harga yang ditawarkan tidak kemahalan, masih terbilang wajar</p> |
| | | <p>Daya saing</p> <p>Meskipun banyak pengrajin mebel di Desa Mulyosari, namun masing-masing dari mereka memiliki keunikan, kelebihan, serta kekurangannya sendiri</p> | <p>Harga yang diwarkan mampu bersaing dengan tempat lain</p> <p>Harga yang diwarkan lebih murah dari tempat lain</p> |
| | | <p>Kesesuaian harga</p> <p>Harga yang ditetapkan para pengrajin disesuaikan dengan bahan-bahan yang digunakan dalam proses produksi</p> | <p>Harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat produk</p> <p>Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk</p> |

| | | | |
|---|---|--|---|
| 3 | Etika Bisnis Islam (Sasnita <i>et al</i>) | <p>Niat ikhlas</p> <p>Para pengrajin mebel yakin bahwa rezeki yang mengalir kepada mereka telah diatur oleh Allah, mereka dengan tulus dan ikhlas menjalankan usaha mereka. Para pengrajin mebel juga tidak pernah memaksa para konsumen untuk membeli produk mereka, konsumen dengan sendirinya berdatangan sendiri.</p> | <p>Saya membeli produk mebel di tempat ini dengan niat ikhlas tanpa paksaan dari siapapun</p> |
| | | <p>Profesional</p> <p>Pengrajin mebel selalu menyelesaikan pesanan dari konsumen tepat waktu, sesuai waktu kesepakatan antara pengrajin dan</p> | <p>Produk yang dihasilkan sesuai harapan dan tidak mengewakan</p> |
| | | <p>dan</p> | <p>Pengrajin/penjual mebel menyelesaikan produknya dengan tepat waktu</p> |

| | |
|--|---|
| <p>konsumen di awal transaksi.</p> | |
| <p>Jujur dan Amanah Dalam menjalankan usahanya pengrajin mengutamakan kejujuran, mereka ingin para konsumen puas dan mendapatkan kepercayaan yang lebih dari konsumen. Para pengrajin mebel juga merasa lebih tenang karena menjalankan bisnisnya dengan jujur</p> | <p>Penjual memberikan informasi mengenai produk dengan jujur</p> <p>Mebel yang dijual sesuai dengan informasi yang diberikan, tidak dilebih-lebihkan</p> <p>Pengrajin/penjual dapat dipercaya</p> |
| <p>Tidak melanggar prinsip syariah Para pengrajin mebel yakin bahwa usaha yang dijalankan sesuai dengan ajaran islam akan mendapatkan</p> | <p>Transaksi dilakukan secara adil, dan saya tidak merasa dirugikan</p> <p>Produk yang dihasilkan berasal dari bahan-bahan yang halal</p> |

| | | |
|--|--|---|
| | <p>keberkahan, oleh karena itu mereka selalu berusaha menjauhi godaan-godaan yang akan membawa bisnis mereka melanggar syariat islam. Misalnya saja mereka tidak ingin konsumen merasa dirugikan oleh mereka, sebisa mungkin mereka akan memberikan yang terbaik bagi konsumen</p> | |
| | <p>Ukhuwah islamiyah Disini para pengrajin mebel tidak menganggap konsumen hanya sekedar relasi bisnis saja, mereka menganggap konsumen adalah saudara mereka yang</p> | <p>Pengrajin/penjual tidak membeda-bedakan konsumennya, semua dianggap sama Timbulnya rasa persaudaraan setelah melakukan transaksi Tidak ada perlakuan khusus terhadap konsumen tertentu</p> |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | mana diantara mereka saling membutuhkan dan saling membantu | |
| 4 | Keputusan Pembelian (Kotler dan Keller) | <p>Kemantapan pada sebuah produk</p> <p>Kebanyakan konsumen akan datang ke pengrajin langsung untuk mendapatkan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka</p> <p>Kebiasaan dalam membeli produk</p> <p>Konsumen biasanya memesan produk sesuai keinginan mereka, jadi para pengrajin akan membuatkan produk sesuai apa yang diinginkan konsumen</p> <p>Memberikan rekomendasi</p> | <p>Saya tertarik dengan produknya dan langsung memutuskan untuk membelinya karena sesuai dengan kebutuhan</p> <p>Saya memutuskan untuk membeli produk ini karena cocok dengan harganya</p> <p>Saya membelinya karena itu produk yang saya cari selama ini</p> <p>Saya membelinya karena saya suka model yang seperti itu</p> <p>Saya akan memberikan rekomendasi produk ini</p> |

| | | | |
|--|--|--|---|
| | | Kebanyakan dari konsumen baru mengatakan bahwa mereka mendapatkan rekomendasi dari teman atau tetangga yang sebelumnya telah pesan produk mebel di pengrajin tersebut. | kepada orang lain |
| | | Pembelian Ulang Umumnya konsumen memesan mebel ke para pengrajin tersebut lebih dari satu kali | Jika saya membutuhkan produk mebel lagi, saya akan membeli di tempat ini lagi |

E. Teknik Analisis Data

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Digunakan untuk menunjukkan seberapa cermat suatu alat tes melakukan fungsi ukurnya atau suatu alat ukur yang dapat mengukur apa yang ingin diukur.¹⁵

b. Uji Reliabilitas

¹⁵ Agus Eko sujianto, *Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher, 2009), hlm. 96

Uji reliabilitas menunjukkan hasil pengukuran yang dapat dipercaya. Reliabilitas instrumen diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran.¹⁶ Untuk mencapai hal tersebut, maka dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach's* diukur berdasarkan skala *Alpha Cronbach's* 0 sampai dengan 1. Ukuran kemantapan *alpha* dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai *alpha* 0,00 – 0,20 berarti kurang reliabel.
- 2) Nilai *alpha* 0,21 – 0,40 berarti agak reliabel.
- 3) Nilai *alpha* 0,41 – 0,60 berarti cukup reliabel.
- 4) Nilai *alpha* 0,61 – 0,80 berarti reliabel.
- 5) Nilai *alpha* 0,81 – 1,00 berarti sangat reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Digunakan untuk mengukur apakah data yang diperoleh memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik. Kriteria pengambilan keputusan yaitu jika signifikan $> 0,05$ maka data berdistribusi normal dan jika signifikansi $< 0,05$ maka data berdistribusi tidak normal.¹⁷

b. Multikolinearitas

Multikolinearitas timbul sebagai akibat adanya hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih atau adanya kenyataan

¹⁶ *Ibid*, hlm. 97

¹⁷ *Ibid*, hlm. 77-78.

bahwa dua variabel penjelas atau lebih bersama-sama dipengaruhi oleh variabel ketiga yang berada diluar model.¹⁸ Multikolinearitas yaitu adanya hubungan linear yang pasti antara peubah-peubah bebasnya. Untuk mengetahui ada tidaknya masalah multikolinearitas dapat menggunakan nilai VIF (*variance inflation factory*), jika nilai VIF kurang dari 10, multikolinearitasnya tidak terjadi.

Dengan terpenuhi semua asumsi regresi linear diatas, model yang dihasilkan dianggap baik untuk melihat pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel tak bebas. Selanjutnya model dapat digunakan sebagai alat peramal. Kemudian, lakukan pengujian terhadap keandalan model secara keseluruhan (uji simultan) dan pengujian terhadap keandalan sebagai variabel (uji parsial).¹⁹

c. Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana terjadinya ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas maka dapat diketahui dengan cara melihat pola pada titik scatterplots regresi. Apabila titik-titik menyebar dengan pola yang tidak jelas diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas atau dapat dikatan dengan homokedastisitas.²⁰

3. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

¹⁸ *Ibid*, hlm. 79.

¹⁹ Agus Purwoto, *Panduan Laboratorium Statistik Inferensial*, (Jakarta: Grasindo, 2007), hlm. 97

²⁰ Agus Eko sujianto, *Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16.0...*, hlm. 90.

Untuk mengetahui nilai keeratan hubungan antara variabel strategi pemasaran (X_1), penetapan harga (X_2) dan etika bisnis islam (X_3) terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Analisis regresi linear berganda dapat menunjukkan suatu arah hubungan baik yang positif maupun negatif antara variabel dependen dan independen. Adapun bentuk persamaannya adalah sebagai berikut:

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

Dimana:

Y : Variabel Keputusan Pembelian

a : Konstanta

b : Koefisien regresi

X_1 : Variabel Strategi Pemasaran

X_2 : Variabel Penetapan Harga

X_3 : Variabel Etika Bisnis Islam

E : Standar Error

4. Uji Hepotesis

a. Uji t (Uji Parsial)

Untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas secara individu berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.²¹ Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $> 0,05$, maka H_1 ditolak

²¹ Agus Eko sujianto, *Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: Prestasi Pustaka Publisser, 2009), hlm. 58.

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $< 0,05$, maka H_1 diterima

b. Uji F (Simultan)

Untuk menunjukkan apakah seluruh variabel bebas mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

Dasar pengambilan keputusan yaitu:

Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka H_1 ditolak

Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka H_1 diterima

c. Koefisien Determinasi

Untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependent. Nilai dari koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu. Jika nilai R^2 mendekati nol, artinya kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Sebaliknya, apabila nilai R^2 mendekati satu, artinya variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel independen.