

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Sebuah penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode kuantitatif digunakan untuk melakukan penelitian terhadap populasi atau sampel tertentu yang diambil secara acak. Pengumpulan data diperoleh dengan menggunakan sebuah instrumen penelitian, menganalisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik untuk pengujian hipotesis yang telah dipilih.³³ Metode kuantitatif ini sangat sesuai untuk menguji rumusan masalah yang tertera pada penelitian ini.

2. Jenis Penelitian

Peneliti menggunakan jenis penelitian *asosiatif*. Penelitian jenis *asosiatif* ini merupakan penelitian yang memiliki tujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih.³⁴ Dimana dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan konsumen ojek *online* Grab mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2018 IAIN Tulungagung yang dipengaruhi citra merek, kualitas jasa dan nilai pelanggan.

B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian

1. Populasi

³³ Untung Nugroho, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Pendidikan Jasmani*, (Jawa Tengah : CV. Sarnu Untung, 2015), Hal. 11

³⁴ P. Ratu Ile Tokan, *Manajemen Penelitian Guru*, (Jakarta : Grasindo, 2016), Hal. 10

Populasi berasal dari kata bahasa Inggris *population*, yang berarti jumlah penduduk. Dalam metode penelitian kata populasi sangat populer, digunakan untuk menyebutkan serumpun atau sekelompok objek yang menjadi sasaran penelitian.³⁵

Populasi adalah lingkungan dari suatu objek atau subjek yang didalamnya terdapat kapasitas dan karakteristik tertentu yang akan dipelajari dan ditarik kesimpulannya oleh peneliti.³⁶

Seluruh mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2018 IAIN Tulungagung dijadikan populasi dalam penelitian ini dengan jumlah 414 mahasiswa.

2. Sampling

Teknik sampling adalah pemilihan dari jumlah sampel sesuai sumber data yang sebenarnya, yang dimana dapat mewakili dari penyebaran populasi dan juga sifatnya.³⁷ Peneliti menggunakan teknik *Probability Sampling*. *Probability Sampling* adalah prosedur penarikan *sample* dimana peluang anggota populasi untuk menjadi anggota *sample* (contoh) diketahui. dalam teknik *probability sampling* anggota populasi memiliki nilai kemungkinan tertentu untuk dipilih. Pada prosedur ini sampel dipilih secara acak.³⁸

3. Sampel penelitian

³⁵ Burhan Bangin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta : Kencana, 2017), hlm. 109

³⁶ Dominikus Doler Unradjan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta : Grafindo, 2019), Hal. 110

³⁷ Dhian Tyas Untari, *Metodologi Penelitian*, (Jawa Tengah : Pena Persada, 2018), Hal. 36

³⁸ Jabal Tarik Ibrahim, *Metode Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian*, (Malang : Universitas Muhammadiyah Malang, 2020), Hal. 15

Sampel penelitian adalah sebagian dari populasi yang diambil untuk dijadikan sebagai sumber data dan juga dapat menjadi perwakilan dari seluruh populasi.³⁹

Pada sampel penelitian, peneliti menggunakan *Simple Random Sampling*. *Simple Random Sampling* adalah cara pengambilan sampel secara acak (*random*) dengan benar-benar memberikan peluang yang sama.⁴⁰

Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini sejumlah 45 sampel yang diambil secara acak. Sampel mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2018 IAIN Tulungagung yang pernah menggunakan ojek *online* Grab digunakan sebagai responden penelitian dengan tujuan untuk menganalisis kepuasan konsumen ojek *online* Grab yang dipengaruhi citra merek, kualitas jasa dan nilai pelanggan.

C. Sumber Data, Variabel, Dan Skala Pengukuran

1. Sumber data

a. Sumber data primer

Sumber data primer yaitu data yang dimana didapatkan dari sumber pertama oleh peneliti.⁴¹ Mahasiswa pada jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2018 IAIN Tulungagung dijadikan sumber data

³⁹ Dominikus Doler Unradjan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta : Grafindo, 2019), Hal. 112

⁴⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R & D*, (Bandung : Alfabeta, 2013), Hal. 214

⁴¹ Johni Dimiyati, *Metodologi Penelitian Dan Aplikasinya Pada Pendidikan Anak Usia Dini*, (Jakarta : Kencana, 2013), Hal. 39

primer, yang datanya berasal dari jumlah skor hasil pengisian kuesioner atau angket.

2. Variabel

Variabel merupakan sesuatu yang menjadi objek pengamatan penelitian, sering juga disebut sebagai faktor yang berperan dalam penelitian atau gejala yang akan diteliti.

Variabel penelitian adalah objek penelitian atau apa yang menjadi perhatian suatu titik perhatian suatu penelitian.⁴² Variabel yang akan digunakan pada penelitian ini yaitu:

a. Variabel bebas (*independen variable*)

Independen variable adalah objek penelitian yang memiliki pengaruh atau yang menjadi sebab terhadap munculnya *dependen variable*. Yang menjadi *independen variable* pada penelitian ini yaitu citra merek (X_1), kualitas jasa (X_2) dan nilai pelanggan (X_3).

b. Variabel terikat (*dependen variable*)

Dependen variable adalah objek penelitian yang mendapatkan pengaruh dari *independen variable*.⁴³ Yang menjadi *dependen variable* pada penelitian ini yaitu kepuasan konsumen (Y).

3. Skala pengukuran

Skala pengukuran adalah acuan pengukuran oleh peneliti untuk mengukur suatu variabel penelitian. Skala pengukuran akan

⁴² Sandu Siyoto, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Sleman : Literasi Media Publishing, 2015), Hal. 50

⁴³*Ibid.* Hal. 52

menghasilkan data yang akan dianalisis lebih lanjut guna menjawab tujuan penelitian.

Dalam penelitian ini menggunakan skala *likert*. Skala Likert merupakan model skala yang banyak digunakan peneliti dalam mengukur sikap, pendapat, persepsi atau fenomena sosial lainnya.⁴⁴

Penelitian ini memiliki skala pengukuran dalam 5 skala, diantaranya:

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

Jawaban yang diisi oleh responden akan menjadi jawaban yang paling tepat.

D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah suatu cara yang digunakan peneliti dalam menggali data dan fakta yang diperlukan dalam penelitian.⁴⁵ Kuesioner dan obesrvasi akan digunakan sebagai teknik pengumpulan data dalam penelitian ini.

a. Kuesioner

⁴⁴ Slamet Riyanto Dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*, (Sleman : CV Budi Utama, 2020), Hal. 23-24

⁴⁵ Asep Saepul Hamdi dan E. Bahruddin, *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan*, (Yogyakarta : Deepublish, 2014), Hal. 50

Kuesioner (angket) adalah informasi yang dikumpulkan melalui pertanyaan yang tertera pada lembar kertas untuk dijawab secara tertulis oleh responden.⁴⁶ Metode kuesioner terbuka akan digunakan untuk mendapatkan data bahan penelitian.

b. Observasi

Langkah awal untuk mendapatkan data awal pada penelitian adalah melakukan observasi. Observasi juga dilakukan untuk permintaan izin melakukan penelitian pada tempat yang akan diteliti. Menurut Kartono pengertian observasi diberi batasan yaitu “studi yang disengaja dan sistematis tentang fenomena sosial dan gejala-gejala psikis dengan jalan pengamatan dan pencatatan”.⁴⁷

c. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu catatan peristiwa yang telah berlalu baik dalam bentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumentasi yang digunakan pada penelitian ini yaitu gambar-gambar oleh peneliti serta arsip yang digunakan untuk mendukung penelitian.

2. Instrumen Penelitian

⁴⁶ Mamik, *Metodologi Kualitatif*, (Sidoarjo : Zifatama Publisher, 2015), Hal. 119

⁴⁷ Zulfikar, *Manajemen Riset dengan Pendekatan Kompetensi Statistika*, (Yogyakarta : Deepublish, 2014), Hal. 106

Instrumen penelitian adalah alat bantu yang digunakan dalam metode pengambilan data oleh peneliti untuk menganalisa hasil penelitian yang dilakukan pada langkah penelitian selanjutnya.⁴⁸

Tabel 3.1 Kisi-Kisi Soal Instrumen Penelitian

No.	Variabel	Indikator	Pernyataan	No. Item
1.	Citra Merek (X ₁) ⁴⁹	<i>Favorability of brand association</i> (keunggulan asosiasi merek)	Kualitas pelayanan ojek <i>online</i> Grab baik.	1
			Grab mampu memenuhi kebutuhan konsumen.	2
		<i>Strength of brand association</i> (kekuatan asosiasi merek)	Aplikasi Grab menarik dan mudah dipahami.	3
			Grab memiliki <i>image</i> merek yang baik.	4
		<i>Uniqueness of brand association</i> (keunikan asosiasi merek)	Logo Grab mudah diingat.	5
			Grab memiliki berbagai jenis layanan yang tersedia.	6
2.	Kualitas Jasa (X ₂) ⁵⁰	Keandalan (Reliability)	Penjemputan sesuai jadwal yang diminta.	7
		Daya tangkap (Responsiveness)	<i>Driver</i> Grab memberikan pelayanan yang cepat.	8
			<i>Driver</i> Grab memberikan tanggapan baik atas keluhan.	9
		Jaminan (Assurance)	Pemberian jaminan atas keselamatan konsumen.	10
		Empati (Empathy)	<i>Driver</i> Grab mudah berkomunikasi dengan konsumen.	11

⁴⁸ Dhian Tyas Untari, *Metodologi Penelitian : Penelitian Kontemporer Bidang Ekonomi dan Bisnis*, (Banyumas : CV. Pena Persada, 2018), Hal. 40

⁴⁹ Keller, *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*, (Surabaya : CV. Penerbit Qiara Media, 2019), Hal. 67

⁵⁰ Zeitam, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta : PT Elex Media Kompetindo), Hal.

		Bukti langsung (<i>Tangibles</i>)	Kendaraan Grab aman dan layak dikendarai.	12
3.	Nilai Pelanggan (X_3) ⁵¹	<i>Emotional value</i>	Konsumen senang menggunakan jasa Grab.	13
		<i>Social value</i>	Konsumen mengikuti trend yang sedang beredar ketika memakai jasa Grab.	14
		<i>Quality/performance value</i>	Kinerja layanan Grab sesuai ekspektasi.	15
			Layanan yang diberikan bermanfaat.	16
		<i>Price/value of money</i>	Pemberian promo berupa potongan harga.	17
Kemudahan sistem pembayaran dalam bertransaksi.	18			
4.	Kepuasan Konsumen (Y) ⁵²	Kesesuaian harapan	Kesesuaian pelayanan dengan harapan.	19
			Grab memberikan kemudahan bagi konsumen.	20
		Minat berkunjung kembali	Berminat untuk menggunakan Grab kembali karena pelayanan memuaskan.	21
			Berminat untuk menggunakan Grab kembali karena sangat bermanfaat.	22
		Kesediaan merekomendasikan	Merekomendasikan ke teman atau keluarga untuk menggunakan Grab karena memberikan manfaat setelah menggunakannya.	23
			Merekomendasikan ke teman atau keluarga untuk menggunakan Grab karena fasilitas yang diberikan sesuai.	24

Sumber : Tabel Diolah Peneliti, 2021

E. Analisis Data

Analisis data adalah rangkaian kegiatan penelaahan, pengelompokan, sistematisasi, penafsiran dan verifikasi data agar sebuah fenomena memiliki nilai sosial, akademis dan ilmiah. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dan seluruh responden,

⁵¹ Sweeny dan Soutar, *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan*, (Yogyakarta : Deepublish, 2016), Hal. 83

⁵² Hwakins dan Lonney, *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)*, (Yogyakarta : Andi, 2014), Hal. 101

menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis.⁵³ Data penelitian berupa jawaban responden atas angket yang telah dibagikan, dikumpulkan, selanjutnya analisis data menggunakan :

1. Uji validitas

Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan atau kesahihan suatu instrumen penelitian. Instrumen dikatakan valid jika instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Pengambilan keputusan pada uji ini yaitu:

- a. Apabila $R_{hitung} > R_{tabel}$ dan bernilai positif, maka indikator tersebut dinyatakan valid.
- b. Sebaliknya, apabila $R_{hitung} < R_{tabel}$ atau bernilai negatif, maka indikator tersebut dinyatakan tidak valid.⁵⁴

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas untuk mengetahui apakah alat pengumpulan data menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, kestabilan, atau konsistensi alat dalam mengungkap gejala tertentu pada waktu yang berbeda.⁵⁵ Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.⁵⁶

⁵³ Sandu Siyoto dan M. Alik Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta : Literasi Media Publishing, 2015), Hal. 109

⁵⁴ Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*, (Yogyakarta : Deepublish, 2020), Hal. 63-64

⁵⁵ Dahruji, *Statistik*, (Pamekasan : Data Media Publishing, 2017), Hal. 70

⁵⁶ Hironymus Ghodang dan Hantono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Konsep Dasar dan Aplikasi Analisis Regresi dan Jalur dengan SPSS)*, (Medan : PT. Penerbit Mitra Grup, 2020), Hal. 101

Untuk pengujian reliabilitas dapat mengacu pada nilai Cronbach Alpha (α), dimana suatu variabel dinyatakan reliable apabila memiliki Cronbach Alpha (α) > 0,60 (Ghozali, 2016).⁵⁷ Untuk mempermudah uji reliabilitas dapat menggunakan SPSS.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji untuk mengukur apakah data yang didapatkan memiliki distribusi normal atau tidak normal.⁵⁸ Uji normalitas digunakan untuk mengetahui normal atau tidaknya distribusi yang menjadi syarat untuk menentukan jenis statistik yang digunakan dalam analisis selanjutnya.⁵⁹

Uji normalitas data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Kolmogorov-Smirnov*. Uji ini membandingkan serangkaian data pada sampel terhadap distribusi normal serangkaian nilai dengan *meandan standard deviasi* yang sama.⁶⁰ Dalam uji ini untuk mengetahui data tersebut berdistribusi normal maka harus membandingkan nilai Sig. dengan taraf signifikan α ($5\%=0,05$), dengan keputusan :

- 1) Nilai Sig. > 0.05, maka data pada penelitian berdistribusi normal.

⁵⁷ Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif...*, Hal. 75

⁵⁸*Ibid.*, Hal. 81

⁵⁹ Tri Hidayati, dkk, *Statistik Dasar Panduan Bagi Dosen dan Mahasiswa*, (Banyumas : CV. Pena Persada, 2019), Hal. 77

⁶⁰ Sofyan Siregar, *Statistik Deskriptif Untuk Penelitian :Dilengkapi perhitungan Manual Dan Aplikasi SPSS Versi 17, Cet. 4*, (Jakarta : PT Grafindo Persada, 2014), Hal. 25

- 2) Nilai Sig. < 0.05, maka data pada penelitian berdistribusi tidak normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidak hubungan kuat (korelasi) antar variabel bebas dan variabel terikat. Untuk mendeteksi ada tidaknya gejala multikolinearitas dalam model regresi, maka dapat dilakukan dengan beberapa cara, salah satunya adalah dengan melihat nilai VIF (*variance inflation factor*). Dasar pengambilan uji multikolinearitas yaitu:

- 1) Jika nilai VIF < 10,00, maka tidak terjadi multikolinieritas.
- 2) Jika nilai VIF > 10,00, maka terjadi multikolinieritas.⁶¹

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu periode t- (sebelumnya).

Nilai statistik Durbin Watson (DW) paling banyak digunakan oleh para peneliti dalam pengujian autokorelasi. Dasar pengambilan uji autokorelasi yaitu :

- 1) Jika d (Durbin Watson) lebih kecil dari dL atau lebih besar dari (4-dL), maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.

⁶¹*Ibid.*, Hal. 55-56

- 2) Jika Durbin Watson terletak antara d_U dan $(4-d_U)$, maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi.
- 3) Jika d (durbin Watson) terletak antara d_L dan d_U atau diantara $(4-d_U)$ dan $(4-d_L)$, maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.⁶²

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji ketidaksamaan variasi dari nilai residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika variasi dari nilai residual satu pengamatan ke pengamatan lain bersifat tetap, maka disebut homokedastisitas. Namun, jika variasi dari nilai residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Dalam analisis statistik ada beberapa cara untuk mendeteksi ada tidaknya gejala heteroskedastisitas, salah satunya dengan Uji Glejser. Dasar pengambilan uji heteroskedastisitas yaitu:

- 1) Jika nilai Sig. $> 0,05$, maka tidak terjadi ketidaksamaan variasi pada pengamatan.
- 2) Jika nilai Sig. $< 0,05$, maka terjadi ketidaksamaan variasi pada pengamatan.⁶³

e. Analisis Regresi Linear Berganda

⁶² Firdaus, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Riau : DOTPLUS Publisher, 2021), Hal. 34-35

⁶³ Timotius Febry dan Teofilus, *SPSS : Aplikasi Pada Penelitian Manajemen Bisnis*, (Bandung : Media Sains Indonesia, 2020), Hal. 59-60

Regresi linier berganda adalah model regresi linear dengan melibatkan lebih dari satu variabel bebas atau *predictor*. Dikatakan regresi linear berganda jika terdapat lebih dari satu variabel independen, namun jika hanya satu variabel independen disebut regresi linier sederhana.

Analisis ini berguna untuk menguji pengaruh variable independen lebih dari satu terhadap variable dependen. Berikut persamaan regresi linear berganda:⁶⁴

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = variabel terikat yaitu kepuasan konsumen.

a = konstanta

$\beta_1 \beta_2 \beta_3$ = nilai koefisien regresi masing-masing variabel

X₁ = citra merek

X₂ = kualitas jasa

X₃ = nilai pelanggan

f. Pengujian Hipotesis

1) Uji signifikansi secara parsial (Uji t)

Uji ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh dari variabel bebas secara parsial (sendiri-sendiri) terhadap variabel terikat. Peneliti bisa melihat hasil uji ini

⁶⁴ Hironymus Ghodang dan Hantono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Konsep Dasar dan Aplikasi Analisis Regresi dan Jalur dengan SPSS)*, (Medan : PT. Penerbit Mitra Grup, 2020), Hal. 90

dengan memakai aplikasi SPSS pada kolom *significance* di tabel *coefficients*, dimana:

- a) Jika nilai Sig. $< 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen secara parsial, sehingga hipotesis diterima. Sebaliknya, jika nilai Sig. $> 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, sehingga hipotesis ditolak.
 - b) Jika nilai t hitung $> t$ tabel, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen secara parsial, sehingga hipotesis diterima. Sebaliknya, jika nilai t hitung $< t$ tabel, maka dapat dikatakan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, sehingga hipotesis ditolak.⁶⁵
- 2) Uji secara bersama-sama (Uji f)

Uji ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh secara bersama-sama (simultan) dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Dasar pengambilan uji f ini yaitu:

- a) Hipotesis diterima apabila nilai nilai Sig. $< 0,05$, yang berarti adanya pengaruh variabel bebas secara simultan

⁶⁵ Yusri, *Ilmu Pragmatik Dalam Perspektif Kesopanan Berbahasa*, (Yogyakarta : CV Budi Utama, 2012), Hal. 76

terhadap variabel terikat. Sebaliknya, hipotesis ditolak apabila nilai Sig. > 0,05, yang berarti pengaruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat tidak ada.

- b) Hipotesis diterima apabila nilai F hitung > F tabel, yang berarti adanya pengaruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat. Sebaliknya, hipotesis ditolak apabila nilai F hitung < F tabel, yang berarti pengaruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat tidak ada.⁶⁶

g. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi biasanya ditulis dengan symbol R^2 . Uji ini bertujuan untuk melihat seberapa besar pengaruh yang diberikan variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam regresi R^2 , nilai R^2 menunjukkan seberapa besar model regresi mampu menjelaskan variabel terikat. Hal tersebut dapat diketahui dari nilai *R Square*, yang kemudian dalam menginterpretasikannya disajikan dalam bentuk presentase (%).

Nilai determinasi secara umum antara 0-1. Nilai koefisien yang semakin kecil berarti semakin lemahnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebaliknya Nilai koefisien yang

⁶⁶*Ibid.*, Hal. 74-76

semakin mendekati angka 1 berarti pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat akan semakin kuat.⁶⁷

⁶⁷ Douglas A. Lind, dkk, *Teknik-Teknik Statistika dalam Bisnis dan Ekonomi Menggunakan Kelompok Data Global*, (Jakarta : Salemba Empat, 2007), Hal. 130