

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang dilakukan pada penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif yaitu penelitian yang menekankan pada pembuktian hipotesis yang disusun dari rumusan masalah yang dikemukakan, kemudian menggunakan data yang terukur, dan menghasilkan kesimpulan yang dapat digeneralisasikan. Dikatakan kuantitatif karena terdapat data penelitian berhubungan dengan angka-angka dan analisis menggunakan statistik⁴². Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, karena data yang diperoleh akan diwujudkan dalam bentuk angka dan dianalisis berdasarkan statistik.

2. Jenis Penelitian

Penelitian ini bersifat asosiatif kausal yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat, dimana penelitian ini mencari pengaruh variabel bebas pengetahuan produk (X_1), religiusitas (X_2), dan gaya hidup islami (X_3) terhadap variabel terikat keputusan pembelian kosmetik halal (Y) studi pada mahasiswi S1 IAIN Tulungagung.

B. Populasi dan Sample penelitian

1. Populasi Penelitian

Populasi yaitu wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan dipelajari². Populasi pada penelitian ini adalah Mahasiswi S1 IAIN Tulungagung yang berjumlah 10.369 mahasiswi.⁴³

⁴² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. (Bandung:Alfabeta, 2010), hal.13.

⁴³<https://tulungagungkab.bps.go.id/statictable/2019/09/20/4762/jumlah-mahasiswa-dan-lulusan-menurut-jurusan-dan-jenis-kelamin-di-iain-tulungagung-tahun-ajaran-2020-2021.html>. Diakses pada tanggal 24 Mei 2021

2. Sampel Penelitian

Sampel penelitian yaitu bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Apabila populasi berjumlah besar, peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Untuk menentukan jumlah sampel, peneliti menggunakan rumus Slovin, yaitu sebagai berikut :⁴⁴

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

Ket.

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = batas toleransi kesalahan $\alpha = 5\%$

Maka :

$$\begin{aligned} U &= 10.369 / 1 + 10.369 (0,05)^2 \\ &= 10.369 / 1 + (10.369 \times 0,0025) \\ &= 10.369 / 1 + (25.9925) \\ &= 10.369 / 26.9925 \\ &= 384,91 \end{aligned}$$

Jadi, jumlah sampel yang diambil untuk responden mahasiswa S1 IAIN Tulungagung sebanyak 385 responden.

Dalam pengambilan sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah angka yang tepat untuk kebanyakan penelitian. Untuk penelitian dengan ukuran sampel kecil $N < 30$ sementara sampel dengan ukuran $N > 30$ disebut sampel besar.⁴⁵ Hal tersebut dapat menjadi acuan dalam menentukan besaran sampel secara general dalam suatu populasi.

⁴⁴ Riduwan, *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru, Karyawan, dan Peneliti Pemula*, (Bandung: Alfabeta, 2005), hal.65.

⁴⁵ Murray. R. Spiegel, *Schaum's Easy Outlines Statistik*, (Jakarta: Erlangga, 2004), hal. 59

C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukurannya

1. Sumber data

a. Sumber data primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti dengan cara terjun langsung ke tempat penelitian. Dalam penelitian ini sumber data primer menggunakan data yang didapatkan melalui penyebaran kuisioner melalui *google formulir* kepada responden konsumen kosmetik halal pada mahasiswi S1 IAIN Tulungagung.

b. Sumber data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber-sumber kedua, biasanya diperoleh dari buku-buku di perpustakaan atau dari laporan-laporan penelitian terdahulu.

2. Variabel Data

Variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian dapat ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian eksperimen, variabel dibedakan menjadi dua kelompok yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*). Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Variabel bebas (*Independen Variable*)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel *dependen* (terikat). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah (X₁) Pengetahuan produk, (X₂) Religiusitas, (X₃) Gaya hidup Islami.

b. Variabel terikat (*Dependen Variabel*)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (*independet*) akibat, Variabel terikat yaitu (Y) Keputusan pembelian kosmetik halal.

3. Skala Pengukuran Variabel

Menurut Sugiyono skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang dan pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif.⁴⁶ Skala pengukuran variabel dari item instrumen dalam penelitian ini adalah skala *Likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Pada penelitian ini menggunakan skor pernyataan positif dan negatif dalam penyusunan kuesioner pada tabel 3.1 sebagaimana berikut:

Tabel 3.1
Instrumen Skala Likert

No	Alternatif Jawaban	Skor (+)	Skor (-)
1	Sangat Setuju	5	1
2	Setuju	4	2
3	Kurang Setuju	3	3
4	Tidak Setuju	2	4
5	Sangat Tidak Setuju	1	5

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Dalam usaha memperoleh data- data yang peneliti perlukan dalam penelitian ini, maka peneliti menggunakan beberapa metode dalam pengumpulan data. Metode pengumpulan data tersebut yaitu.

a. Metode Observasi.

Observasi adalah alat pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis gejala-gejala yang

⁴⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. (Bandung:Alfabeta, 2010), hal.13

diselidiki.⁴⁷ Observasi bukanlah sekedar mencatat tetapi juga mengadakan pertimbangan kemudian mengadakan penilaian kepada skala bertingkat. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik wawancara kepada mahasiswi IAIN Tulungagung yang memakai produk kosmetik sesuai dengan kriteria penelitian.

b. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada responden untuk dijawabnya. Dalam penelitian ini menggunakan kuisoner tertutup yaitu kuisoner yang jawabannya sudah disediakan oleh peneliti sehingga responden tinggal memilih. Metode kuisoner digunakan untuk memperoleh data yang akan diteliti.⁴⁸ Kuisoner akan dibuat dalam bentuk google form yang mana responden diminta untuk mengisi seluruh pertanyaan diantaranya mengenai pengetahuan tentang produk kosmetik berupa atribut, manfaat, harga, serta kepuasan konsumen.

Dalam kuisoner juga mengenai pertanyaan tentang sejauh mana tingkat religiusitas yang ada pada setiap individu seperti aspek keimanan, ibadah, penghayatan, keilmuan, serta pengalaman. Mengetahui gaya hidup secara islami juga akan ada dalam kuisoner ini untuk mengetahui apakah konsumen telah menerapkan gaya hidup islami dalam kehidupan sehari-hari. Daftar pertanyaan yang akan ada dalam angket juga terdiri dari apakah ada beberapa faktor yang memengaruhi konsumen dalam menetapkan atau akhirnya memutuskan membeli produk.

2. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian.⁴⁹ Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini

⁴⁷ Abu achmadi dan Cholid Narbuko, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009), hal.70.

⁴⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta. 2013), hal. 199

⁴⁹ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi*, (Bandung : Alfabeta, 2016), hal. 148

berupa angket. Angket dalam penelitian ini adalah angket tertutup dimana dalam angket tersebut tersusun dalam bentuk pertanyaan atau pernyataan sehingga responden tinggal memberikan tanda *checklist* (√) pada salah satu jawaban alternatif yang dianggap benar atau sesuai.

Angket disusun dan dikembangkan sendiri berdasarkan uraian yang ada dalam kajian teori, kemudian atas kajian teori tersebut dikembangkan indikator-indikator variabel yang selanjutnya dijabarkan ke dalam butir-butir pertanyaan atau pernyataan. Kisi-kisi angket instrumen penelitian, dapat dijabarkan pada tabel di bawah ini.

Tabel 3.2

Kisi-kisi Instrumen Penelitian Indikator Variabel

No	Variabel	Indikator	Deskriptor	No Item
1.	Pengetahuan produk	a. Atribut	a. Atribut produk meliputi merek, kualitas produk, sifat produk, kemasan, dan label dari produk tersebut.	1,2
		b. Manfaat	b. Manfaat yang dirasakan berupa kecantikan, kesehatan maupun keamanan suatu produk yang akan didapatkan konsumen setelah membeli produk tersebut.	3,4,5,
		c. Kepuasan	d. Suatu ukuran seseorang yang merasa puas apabila apa yang ia rasakan atau didapatkan adalah sama atau melebihi dari apa yang di harapkan.	6,7,
		c. Harga	e. Pengetahuan tentang harga meliputi kesan konsumen terhadap harga baik itu mahal, murah maupun standar, daya saing harga, kesesuaian dengan kualitas, dan kesesuaian harga dengan manfaat.	8,9,10
2	Religiusitas	a. Keimanan (Ideologis)	a. Sejauh mana keyakinan seseorang tentang hal-hal yang dogmatis dalam ajaran agama yang dianutnya. Seperti meyakini adanya Tuhan, malaikat, takdir dan lainnya.	11, 12

		b. Ibadah (Ritualistik)	b. Sejauh mana seseorang taat terhadap aktivitas-aktivitas tertentu dalam agama yang diwajibkan dan dianjurkan untuk dilakukan oleh penganutnya seperti sholat, zakat, puasa dan lain-lain.	13, 14
		c. Penghayatan (Eksperensial)	c. Pengalaman religius seseorang sebagai suatu komunikasi dengan hakikat ketuhanan atau Tuhan seperti perasaan tenang ketika melakukan ibadah.	15, 16
		d. Keilmuan (Intelektual)	d. Bentuk pengamalan seseorang untuk senantiasa berhubungan dengan orang lain atau alam semesta seperti, menolong, mudah memaafkan, dan menjaga lingkungan	17, 18
		e. Pengalaman (Konsekuensial)	e. Tingkat pemahaman seseorang tentang ajaran-ajaran dasar agama dan kitab sucinya maupun hukum, dan sejarah islam.	19, 20
3	Gaya Hidup Islami	a. Berniat untuk ibadah	a. Segala sesuatu yang dilakukan seorang muslim harus diniatkan dengan ibadah.	21
		b. Baik dan pantas	b. Segala gaya dalam kehidupan harus berlandaskan pada dasar yang baik dan pantas, yang artinya harus sesuai dengan syariat, akal sehat, serta adat istiadat.	22, 23,24
		c. Halal dan Tayyib	c. Segala hal yang digunakan untuk menunjang gaya hidup harus bersifat halal secara hukum islam, serta thayyib atau tidak akan merugikan ataupun menyakiti orang lain.	25,26
		d. Jujur	d. Seorang muslim harus memiliki sifat jujur sebagai dasar utama dalam menjalankan kehidupan di dunia.	27
		e. Tidak berlebihan	e. Gaya hidup di dalam islam juga melarang seseorang untuk bersikap berlebihan, karena hal tersebut hanya merugikan diri sendiri maupun orang-orang yang berada di sekitarnya.	28,29,30
4	Keputusan Pembelian	a. Pilihan Produk	a. Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli produk apapun sesuai apa yang dibutuhkannya serta	31,32

			alternatif yang mereka pertimbangkan.	
		b. Pilihan Merek	b. Pembeli akan mengambil keputusan tentang merek mana yang akan dibeli.	33,34,
		c. Pilihan Penyalur	c. Pertimbangan konsumen dipengaruhi oleh lokasi pembelian produk seperti kemudahan mendapatkan produk dan ketersediaan produk.	35, 36,
		d. Waktu Pembelian	d. Seberapa sering konsumen membeli produk misalnya sebulan sekali, tiga bulan sekali, enam bulan sekali atau enam tahun sekali.	37, 38
		e. Jumlah Pembelian	e. Berapa banyak konsumen membeli produk kosmetik misalnya satu produk, dua produk, atau bahkan lebih.	39,4

E. Teknik Analisis Data

Pengolahan data kuesioner ini menggunakan *software SPSS 20* Teknik analisa yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan uji instrument data, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji hipotesis, uji koefisien determinasi, dan uji variabel dominan yang dijelaskan sebagai berikut:

1. Uji Instrumen Data

a. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat- tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Uji validitas menggunakan analisis korelasi pearson dengan cara mengkolerasikan skor item dengan skor totalnya. Skor total adalah penjumlahan seluruh item pada satu variabel. Kemudian pengujian signifikansi dilakukan dengan kriteria menggunakan r tabel pada tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi. Jika nilai positif dan $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item dapat dinyatakan valid, jika $< r_{tabel}$ maka item dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Sujianto, reliabilitas instrumen adalah hasil pengukuran yang dapat dipercaya.⁵⁰ Reliabilitas instrumen diperlukan untuk

⁵⁰ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*. (Jakarta : PT. Prestasi Pustaka, 2019), hal 23

mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach's* yang diukur berdasarkan skala *Alpha Cronbach's* 0 sampai dengan Skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan reng yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai *Alpha Cronbach* 0,00 s.d 0,20 berarti kurang reliabel.
2. Nilai *Alpha Cronbach* 0,21 s.d 0,40 berarti agak reliabel.
3. Nilai *Alpha Cronbach* 0,42 s.d 0,60 berarti cukup reliabel.
4. Nilai *Alpha Cronbach* 0,61 s.d 0,80 berarti reliabel.
5. Nilai *Alpha Cronbach* 0,81 s.d 1,00 berarti sangat reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan dengan melakukan uji normalitas, uji multikolonieritas, dan uji heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Uji distribusi normal adalah uji untuk mengukur apakah data kita memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik. Berdasarkan definisi tersebut maka tujuan dari uji normalitas tentu saja untuk mengetahui apakah suatu variabel normal atau tidak. Dalam melakukan uji normalitas data dapat menggunakan pendekatan *Kolmogorow-Smirnov* dengan ketentuan sebagaimana berikut:

1. Jika nilai Sig. > 0,05 maka data berdistribusi normal
2. Jika nilai Sig. < 0,05 maka data berdistribusi normal

Selanjutnya uji tersebut dipadukan dengan kurva *P-P Plots*. Untuk menguji suatu data berdistribusi normal atau tidak, dapat diketahui dengan menggunakan grafik normal plot. Pada grafik normal plot, dengan asumsi

1. Apabila data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Apabila data menyebar jauh dari diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak memenuhi uji asumsi

normalitas.

b. Uji Multikolonieritas

Uji Multikolinieritas merupakan model yang regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independen*). Apabila dapat berkorelasi variabel independen, maka variabel-variabel tersebut tidak ortogonal. Adapun yang dimaksud variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Multikolonieritas bisa dilihat dari *tolerance* dan lawannya, dan *variance inflation factor* (VIF). Nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi. Maka langkah pertama yang dilakukan bisa mencari koefisien korelasi antara X_1 , X_2 , atau X_3 . Selanjutnya, dicari nilai VIFnya. Nilai yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas yaitu nilai *tolerance* $< 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF > 10$.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Apabila varian tersebut tetap, maka disebut homoskedastisitas, dan apabila berbeda disebut heteroskedastisitas.

Gejala heteroskedastisitas dalam penelitian ini dapat diketahui dengan Uji *Glejser* yang bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance residual* satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dasar pengambilan keputusan dapat dilihat sebagaimana berikut:

1. Jika Sig. $> 0,05$; maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas
2. Jika Sig. $< 0,05$; maka terjadi gejala heteroskedastisitas

Cara kedua yakni grafik *scatterplot*. Pendeteksian mengenai ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu terhadap grafik *scatterplot* antara SRESID dan

ZPRED dimana sumbu Y yang telah diprediksi, dan sumbu X merupakan residual yang telah di-*studentized*. Adapun dasar analisisnya yaitu sebagai berikut:

1. Apabila terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka mengindikasikan bahwa telah terjadi heteroskedastisitas.
 2. Apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, maka mengindikasikan tidak terjadi heteroskedastisitas.
3. Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah alat analisis untuk menganalisis dan mengetahui tingkat signifikan dan variabel mana yang sangat berpengaruh terhadap variabel terikat. Korelasi berganda adalah alat ukur untuk mengetahui pertautan antara variabel terikat (Y) dengan beberapa variabel bebas (X) secara serempak dengan menggunakan melalui program *software SPSS 20.0*.

Adapun perhitungan menggunakan rumus regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = b_0 + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + \square$$

Dimana:

b_0	= Konstanta
b_1, b_2, b_3	= Koefisien regresi
Y	= Keputusan pembelian
X_1	= sikap
X_2	= Norma Subjektif
X_3	= Persepsi kontrol perilaku
ε	= <i>Error</i>

4. Uji Hipotesis

- a. Uji parsial t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (terikat).

Rumus yang akan digunakan dalam perhitungan adalah:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t = Distribusi t

r = Koefisien korelasi parsial

r² = Koefisien determinasi

n = jumlah data

hasil perhitungan ini selanjutnya dibandingkan dengan t tabel dengan menggunakan tingkat kesalahan 0,05. Kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. H₀ diterima H₁ ditolak jika nilai t_{hitung} ≤ t_{tabel} atau nilai sig ≥ 0.05
2. H₀ ditolak H₁ diterima jika nilai t_{hitung} > t_{tabel} atau nilai sig < 0.05

Bila terjadi penerimaan H₀ maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan, sedangkan bila H₀ ditolak artinya terdapat pengaruh yang signifikan.

Rancangan pengujian hipotesis ini digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh antara variabel independent (X) yaitu Pengetahuan produk (X₁), Religiusitas (X₂), Gaya hidup islami (X₃), terhadap Keputusan Pembelian (Y).

b. Uji simultan F

Uji simultan F menunjukkan apakah semua variabel bebas mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Uji F dalam penelitian ini digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh Pengetahuan produk, Religiusitas, dan Gaya hidup islami terhadap Keputusan Pembelian secara simultan. Rumus yang digunakan dalam uji F ini adalah:

$$F = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Keterangan:

R^2 = Koefisien determinasi

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah anggota data atau kasus

F hasil perhitungan ini dibandingkan dengan yang diperoleh dengan menggunakan tingkat resiko atau signifikan level 5% atau dengan *degree freedom* = k (n-k-1) dengan kriteria sebagai berikut :

1. H_0 diterima H_1 ditolak jika nilai $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ atau nilai $sig \geq 0.05$
2. H_0 ditolak H_1 diterima jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai $sig < 0.05$

Jika terjadi penerimaan, maka dapat diartikan tidak berpengaruh signifikan model regresi berganda yang diperoleh sehingga mengakibatkan tidak signifikan pula pengaruh dari variabel-variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

5. Uji Koefisien Determinasi

Uji Koefisien determinasi adalah uji yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. angka *Adjusted R Square*.

6. Uji Variabel Dominan.

Pengujian hipotesis ini dilakukan untuk mengetahui manakah variabel yang paling dominan berpengaruh antara Pengetahuan produk (X_1) Religiusitas (X_2) dan Gaya Hidup Islami (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Untuk menguji variabel dominan, terlebih dahulu diketahui kontribusi masing-masing variabel dari koefisien determinasi regresi terhadap variabel terikat atau diketahui dari kuadrat korelasi variabel bebas dan terikat.