

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

##### 4. Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini pendekatan yang digunakan peneliti adalah jenis pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif memerlukan penggunaan angka yang ekspansif, dimulai dengan pengumpulan data, interpretasi data data hasilnya. Pendekatan kuantitatif dalam penelitian dapat menggunakan kuesioner atau survei.

Sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Nasution, kuesioner adalah *“an instrument, that he or she uses to measures variables”*. Penelitian kuantitatif spesifik menitikberatkan pada subjek yang diprioritaskan dan seringkali memberi gambaran hubungan antara variabel atau menunjukkan perspektif yang lebih jelas tentang situasi sosial untuk menggambarannya.<sup>79</sup>

##### 5. Jenis Penelitian

Apabila ditinjau dari metodenya, penelitian survei menjadi poin utama dalam jenis penelitian berikut ini. Studi penelitian dengan jenis penelitian yang dilakukan pada jumlah populasi yang cukup besar dan umumnya dilakukan untuk menggeneralisasi pengamatan yang tidak

---

<sup>79</sup> Yoyo S., dkk., *Metode Penelitian Survei Dengan Google Form*, (Yogyakarta: Andi, 2019), hal. 53

terperinci. Data atau informasi utama yang disurvei adalah data yang diperoleh dari responden sebagai sampel penelitian yang dijadikan sumber data primer dengan menyusun instrumen penelitian yang selanjutnya dijadikan kuesioner atau angket sehingga diperoleh data dan ditemukan keadaan yang realistis, distribusi, terorganisir, dan terdapat hubungan yang sosiologis dan psikologis antar variabel.<sup>80</sup>

## **B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian**

### **1. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas seluruh objek atau subjek penelitian di mana setiap individu atau peristiwa mempunyai kriteria spesifik, kualitas dan karakteristik relatif dominan sama untuk dijadikan sumber penelitian yang dapat dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.<sup>81</sup> Jadi, populasi bukan hanya individu atau orang melainkan juga objek dan benda-benda alam lain yang berhubungan dengan objek tersebut. Populasi yang dimaksudkan dalam hal tidak hanya berbicara tentang jumlah yang dijadikan subjek ataupun objek melainkan seluruh aspek yang dapat dijadikan karakteristik sehingga dapat diidentifikasi.<sup>82</sup>

Dalam penelitian ini ada kriteria sebagai penentu populasi yaitu seluruh konsumen yang aktif menggunakan sosial media khususnya *platform Instagram* dan pernah melakukan pembelian produk *Scarlett Whitening* minimal satu kali pembelian.

---

<sup>80</sup> Muslich Anshori dan Sri Iswati, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Surabaya: Airlangga University Press, 2009), hal. 11

<sup>81</sup> Asep Saepul Hamdi, *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan*, (Yogyakarta: Deepublish, 2014), hal. 38

<sup>82</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: CV Alfabeta, 2013), hal 115

## 2. Sampling

Pengambilan sampel harus dilakukan dengan tepat sedemikian rupa sehingga nantinya akan didapatkan hasil sampel yang benar-benar dapat memberikan gambaran serta penjelasan keadaan populasi yang sebenarnya atau yang realistis.<sup>83</sup> Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu menggunakan teknik *non-probability sampling* dimana tidak seluruh populasi dapat dijadikan sampel penelitian karena tidak memberikan kesempatan atau peluang yang sama kepada setiap anggota populasi.<sup>84</sup> Teknik pengambilan sampel penelitian dengan pertimbangan-pertimbangan yang telah ditentukan dengan jenis sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* yang bertujuan untuk memperoleh data yang lebih representatif.<sup>85</sup>

## 3. Sampel Penelitian

Ketika populasi dapat memberikan pandangan secara umum dari sampel yang digunakan dapat mewakili populasi tersebut dan biasanya memiliki karakteristik yang dominan sama sehingga disebut sebagai sampel penelitian.<sup>86</sup>

---

<sup>83</sup> Dominikus Dolet Unaradjan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Grafindo, 2019), hal. 113

<sup>84</sup> *Ibid.*, hal. 118

<sup>85</sup> Burhan Bungin, “*Metodologi Penelitian Kuantitatif*”, (Jakarta: Kencana, 2005), hal. 109

<sup>86</sup> Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*, (Yogyakarta: Deepublish, 2014), hal. 12

Sehubungan dengan jumlah populasi dalam penelitian ini tidak dapat diketahui secara terperinci jumlahnya maka digunakan rumus Lemeshow untuk menghitung jumlah sampel, sebagai berikut:<sup>87</sup>

$$n = \frac{Z^2 \times P(1 - P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

Z = Skor Z pada tingkat kepercayaan 90% = 1,90

P = Maksimal estimasi = 50% = 0,5

d = Tingkat kesalahan = 10% = 0,1

Dari rumus di atas, maka jumlah sampel yang akan digunakan sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 \times P(1 - P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,90^2 \times 0,5(1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,61 \times 0,5(0,5)}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9025}{0,01}$$

$$n = 90,25 = 90$$

Dengan perhitungan menggunakan rumus Lemeshow dan berdasarkan pertimbangan yang sudah ditentukan, maka sebanyak 90 orang dinyatakan sebagai jumlah responden dalam penelitian ini. Jumlah responden yang diperoleh telah ditentukan berdasarkan karakteristik yaitu

---

<sup>87</sup> Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian .....*, hal. 13

konsumen yang aktif menggunakan sosial media khususnya *platform Instagram* dan pernah melakukan pembelian produk *Scarlett Whitening* minimal satu kali pembelian.

### C. Sumber Data, Variabel Penelitian, dan Skala Pengukuran

#### 1. Sumber Data

Data primer dan data sekunder menjadi sumber data utama yang digunakan dalam penelitian ini:

- a. Data primer yang dijadikan rujukan penelitian didapatkan dari objek yang diteliti secara langsung yaitu dengan menyebarkan kuesioner *online* kepada konsumen yang aktif menggunakan sosial media khususnya *platform Instagram* dan pernah melakukan pembelian produk *Scarlett Whitening* minimal satu kali pembelian.
- b. Data sekunder yaitu kumpulan data yang dikumpulkan oleh peneliti dari beberapa sumber tertulis maupun tidak tertulis seperti buku, catatan, website, literatur, jurnal yang ada kaitannya dengan permasalahan yang timbul dalam penelitian ini yang diperoleh melalui internet.

#### 2. Variabel Penelitian

Variabel penelitian termasuk dalam suatu komponen, karakteristik, objek atau faktor yang berperan dalam penelitian guna dianalisa dan kemudian didapatkan hasil informasi mengenai hal tersebut.<sup>88</sup> Variabel dapat dikelompokkan menurut beragam cara, namun dalam penelitian ini

---

<sup>88</sup> Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), hal. 50

variabel dibedakan menjadi dua macam, yaitu variabel *independent* dan variabel *dependent*:

- a. Variabel *independent* atau variabel bebas (X) merupakan suatu kondisi yang dikenakan atau dikontrol sehingga menimbulkan efek pada objek penelitian. Variabel bebas pada penelitian ini yaitu variasi produk (X<sub>1</sub>) dan strategi promosi (X<sub>2</sub>).
  - b. Variabel *dependent* atau variabel terikat (Y) adalah suatu kondisi yang muncul sebagai respon dari adanya variabel bebas. Variabel terikat pada penelitian ini yaitu keputusan pembelian pada produk *Scarlett Whitening* (Y).
3. Skala Pengukuran

Skala pengukuran digunakan untuk menganalisa keadaan variabel penelitian yang dipelajari sehingga dihasilkan data statistik dan kemudian akan dianalisis guna menjawab tujuan penelitian. Pemilihan alat uji statistik harus disesuaikan dengan jenis data, apabila terjadi perbedaan jenis data maka akan memberikan dampak yang signifikan pada proses pengambilan data.

Jenis skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala *Likert's* atau skala ordinal yang merupakan skala berjenjang yang terdapat lambang-lambang bilangan di dalamnya guna menyatakan perbedaan, urutan atau tingkatan objek dan peringkat namun peringkat tersebut tidak menunjukkan jarak antar peringkat.<sup>89</sup>

---

<sup>89</sup> Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset ...*, hal. 23

Skala *Likert's* dengan bentuk *checklist* digunakan dalam pengukuran jawaban kuesioner dari responden dalam penelitian ini, dimana setiap pertanyaan mempunyai 5 opsi yaitu:

**Tabel 3.1 Skala *Likert's***

Pertanyaan	Bobot
- Sangat Setuju	5
- Setuju	4
- Kurang Setuju	3
- Tidak Setuju	2
- Sangat Tidak Setuju	1

#### **D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian**

##### 1. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang tepat dan akurat harus dilakukan dengan metode yang telah ditentukan sehingga hal tersebut dinamakan teknik pengumpulan data. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan angket atau kuesioner.<sup>90</sup>

Angket atau kuesioner menurut Suharsimi Arikunto adalah

Suatu penyelidikan mengenai masalah yang berhubungan dengan kepentingan umum dengan cara menyebarluaskan serangkaian pertanyaan yang disajikan secara tertulis dan terstruktur kemudian diajukan kepada objek penelitian guna mendapat jawaban yang sesuai.<sup>91</sup>

Metode untuk memperoleh data dalam penelitian ini melalui penyebaran kuesioner *online* yang dikirim kepada responden secara acak dengan membagikan link kuesioner yang telah ditentukan melalui pesan

<sup>90</sup> Asep Saepul Hamdi, *Metode Penelitian ...*, hal. 47

<sup>91</sup> *Ibid.*, hal. 49

langsung yang dikirim. Dalam kuesioner tersebut terdapat daftar pertanyaan yang berpedoman pada indikator-indikator variabel dan setiap pertanyaan disertai dengan beberapa pilihan jawaban yang mana responden cukup menentukan jawaban sesuai skala pengukuran yang sesuai dengan kondisinya. Pembuatan angket menggunakan aplikasi *googleform* dimuat dalam bentuk alamat url yang mana para responden yang bersedia mengisi dapat mengakses kuesioner dengan mudah.

## 2. Instrumen Penelitian

Suharsimi Srikunto menyatakan bahwa instrumen pengumpulan data merupakan sebuah alat yang mampu mengumpulkan berbagai informasi yang dapat mendukung proses penelitian dan telah disusun secara sistematis.<sup>92</sup> Untuk memudahkan penyusunan instrumen perlu adanya indikator yang diukur kemudian dijabarkan menjadi butir pertanyaan yang dikembangkan dengan kisi-kisi instrumen yang menjadi pertanyaan dari penelitian ini yaitu:

**Tabel 3.2 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian**

Variabel	Indikator	Sub Indikator
Variasi produk	Kemasan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Scarlett Whitening</i> merupakan produk lokal</li> <li>- Terdapat ciri khas hologram pada kemasan</li> <li>- Desain produk yang modern dan elegan</li> <li>- Produk telah terdaftar dalam BPOMRI</li> </ul>

<sup>92</sup> Mamik, *Metodologi Kualitatif*, (Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2015), hal. 76

	Ketersediaan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Terdapat berbagai macam variasi produk sesuai kebutuhan konsumen</li> <li>- Melakukan inovasi pada varian produk baru</li> </ul>
	Kualitas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menggunakan bahan yang aman untuk kulit</li> <li>- Memberikan manfaat untuk kesehatan kulit tubuh</li> <li>- Memberikan tanggapan baik jika terdapat pertanyaan atau keluhan konsumen</li> </ul>
	Harga	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Memiliki harga terjangkau sesuai dengan manfaat yang diberikan</li> </ul>
Strategi promosi melalui <i>Instagram</i>	Frekuensi informasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Promosi dengan menggunakan <i>celebrity endorser</i></li> <li>- Iklan produk selalu muncul di beranda <i>Instagram</i></li> <li>- Tayangan iklan menunjukkan manfaat dan kualitas produk</li> <li>- Tayangan iklan menunjukkan cara mengaplikasikan produk</li> </ul>
	Daya tarik informasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Memiliki desain <i>feed Instagram</i> yang menarik</li> <li>- Kualitas pengambilan foto yang baik</li> <li>- Kesesuaian <i>caption</i> dengan postingan</li> </ul>
	Kejelasan informasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kejelasan informasi lokasi <i>reseller</i> resmi</li> <li>- Kejelasan informasi cara pembelian produk</li> <li>- Kejelasan informasi promosi penjualan (diskon, kupon, <i>giveaway</i>, dsb)</li> </ul>
Keputusan pembelian	Mencari informasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mencari informasi di media sosial atau menghubungi pihak <i>Scarlett Whitening</i> untuk menanyakan harga produk</li> <li>- Mencari informasi di media sosial atau menghubungi pihak <i>Scarlett Whitening</i> untuk menanyakan informasi promosi penjualan (diskon, kupon dsb)</li> <li>- Mencari informasi di media sosial atau menghubungi pihak <i>Scarlett Whitening</i> untuk menanyakan varian produk yang tersedia</li> <li>- Mencari informasi di media sosial atau menghubungi pihak <i>Scarlett Whitening</i> untuk menanyakan cara pembelian <i>online</i></li> </ul>

	Tindakan pembelian	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membaca <i>caption</i> postingan dengan teliti</li> <li>- Tertarik untuk membeli produk setelah melihat iklan <i>Scarlett Whitening</i> di <i>Instagram</i></li> <li>- Melakukan pembelian kembali (<i>Repeat Order</i>) dengan varian produk yang sama ataupun berbeda</li> <li>- Merasakan manfaat sesuai klaim yang tertera pada produk</li> </ul>
	Membagikan informasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengajak orang lain untuk mengunjungi akun <i>Instagram Scarlett Whitening</i></li> <li>- Mengajak orang lain untuk membeli produk <i>Scarlett Whitening</i></li> </ul>

## E. Teknik Analisis Data

Setelah data terkumpul maka selanjutnya akan dilakukan analisis data. Analisis data merupakan kegiatan pemaknaan, pengelompokan, perhitungan data secara akurat berdasarkan variabel dan responden yang kemudian dilakukan pengolahan data menggunakan metode statistik untuk melakukan penyederhanaan data menjadi format yang lebih mudah dimakani dan diinterpretasi.<sup>93</sup> Metode yang digunakan ialah dengan menggunakan *software* statistik SPSS (*Statistical Package for Social Science*) V.28 (2021). Pengelolaan data penelitian ini menggunakan teknik analisis yang meliputi:

### 1. Uji Instrumen

#### a. Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan kinerja instrumen yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana kelayakan suatu kuesioner dapat diukur dan dijelaskan secara akurat. Sebuah kuesioner dikatakan valid

<sup>93</sup> S. Siyoto dan A. Sodik, *Dasar Metodologi ...*, hal. 109

apabila setiap butir pertanyaan memiliki keterkaitan yang tinggi yang diinterpretasikan melalui hubungan jawaban yang ada pada setiap pertanyaan. Pernyataan yang tidak valid dapat dinyatakan dengan korelasi butir pertanyaan yang rendah.<sup>94</sup> Pengukuran uji validitas dapat diukur dengan pernyataan berikut:

- 1) Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka pernyataan dinyatakan valid.
- 2) Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka pernyataan dinyatakan tidak valid.

#### b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan data yang digunakan dalam penelitian bebas dari bias (*error free*) dan memastikan bahwa pengukuran yang sama akan memberikan hasil yang konsisten sama untuk pengujian yang kedua kalinya. Dalam penelitian ini menggunakan metode Alpha Cronbach's dengan kriteria berikut:<sup>95</sup>

- 1) Jika nilai Cronbach's Alpha 0,81 - 1,00 berarti reliabilitas baik.
- 2) Jika nilai Cronbach's Alpha 0,61 - 0,80 berarti reliabilitas diterima.
- 3) Jika nilai Cronbach's Alpha  $\leq 0,60$  berarti reliabilitas kurang baik.

## 2. Uji Asumsi Klasik

Sebelum data tersebut dianalisis terdapat beberapa ketentuan yang harus diuji dalam model regresi berganda yaitu:

---

<sup>94</sup> Ovan dan Andika Saputra, *CAMI: Aplikasi Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Berbasis Web*, (Sulawesi Selatan: Yayasan Ahmar Cendekian Indonesia, 2020), hal. 3

<sup>95</sup> Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik SPSS 16.0*, (Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher, 2009), hal. 97

a. Uji Normalitas

Untuk menentukan apakah model distribusi data normal atau tidak dengan melihat penyebaran data dari histogram residual berbentuk lonceng atau tidak disebut sebagai uji normalitas digunakan. Jika posisi data menyebar di sekitar garis diagonal atau grafik histogram maka model regresi dikatakan memenuhi asumsi normalitas. Metode Kolmogrov-Smirnov digunakan sebagai uji normalitas dalam penelitian ini dengan keputusan yaitu jika nilai Sig.  $> 0,05$  maka berdistribusi normal dan jika nilai Sig.  $< 0,05$  maka dinyatakan pendistribusian tidak normal.<sup>96</sup>

b. Uji Multikolinearitas

Alat uji model regresi guna menemukan adanya hubungn antar variabel bebas (independent) disebut sebagai uji multikolinearitas. Model regresi dikatakan baik apabila terjadi korelasi di antara variabel independent. Untuk mengetahui hasil ji multikolinearitas dapat diinterpretasikan melalui nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan nilai Tolerance. Berikut adalah kriteria yang digunakan:<sup>97</sup>

- 1) Apabila nilai Tolerance  $> 0,10$  maka dikatakan tidak teridentifikasi multikolinearitas.s
- 2) Apabila nilai VIF di antara angka 1-10 maka dikatakan tidak teridentifikasi multikolinearitas.

---

<sup>96</sup> Rochmad Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*, (Ponorogo: CV. Wade Group, 2017), hal. 83

<sup>97</sup> Echo Perdana, *Olah Data Skripsi Dengan SPSS 22*, (Banka Belitung: Laboratorium Komunikasi FE UBB, 2016), hal. 47

### c. Uji Heterokedastisitas

Alat uji yang digunakan untuk mengetahui perbedaan signifikan pada varians dari residual dengan melihat pada grafik plot apakah memiliki pola tertentu atau tidak disebut sebagai uji heterokedastisitas. Varians dinyatakan heterokedastisitas apabila nilai residual pengamatan berbeda sedangkan Varians dinyatakan homokedastisitas apabila residual pengamatan tetap. Model regresi yang baik yaitu homo kedastisitas dan tidak terjadi heterokedastisitas.<sup>98</sup> Metode korelasi spearman's rho dipilih untuk menguji heteroskedstisitas dalam penelitian ini dengan keputusan apabila nilai Sig. > 0,05 artinya tidak teridentifikasi heteroskedastisitas dan apabila nilai Sig. < 0,05 artinya teridentifikasi heteroskedastisitas.<sup>99</sup>

### 3. Uji Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda dimaksudkan untuk mengetahui keberadaan pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen secara keseluruhan. Maka berikut ini persamaan regresi linier berganda:<sup>100</sup>

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Dimana:

Y = variabel dependen

a = konstanta (nilai Y apabila  $X_1, X_2, \dots, X_n = 0$ )

---

<sup>98</sup> Echo Perdana, *Olah Data Skripsi* ....., hal. 48

<sup>99</sup> Ce Gunawan, *Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), hal. 128

<sup>100</sup> Robert Kurniawan dan Budi Yuniarto, *Analisis Regresi: Dasar dan Penerapannya Dengan R*, (Jakarta: KENCANA, 2016), hal. 93

$b$  = koefisien regresi pada masing-masing variabel

$X$  = variabel independen

#### 4. Uji Hipotesis

##### a. Uji Parsial (Uji T)

Untuk mengetahui pengaruh signifikan individu secara parsial dari tiap-tiap variabel independen terhadap variabel dependen menggunakan uji-t. Maka diperoleh perbandingan yang telah ditentukan dengan nilai  $t_{hitung}$  masing-masing koefisien regresi dengan nilai  $t_{tabel}$  sesuai dengan tingkat signifikansi yang digunakan sebesar 5% (0,05) untuk nilai signifikansi  $\alpha$ . Bentuk pengujiannya sebagai berikut:<sup>101</sup>

- 1) Apabila nilai signifikansi  $\alpha > 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Apabila nilai signifikansi  $\alpha < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

##### b. Uji Simultan (Uji F)

Untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebas memiliki pengaruh secara serentak secara simultan terhadap variabel terikat menggunakan uji-F. Kriteria adalah sebagai berikut:<sup>102</sup>

---

<sup>101</sup> Sri Wahyuni, *Kinerja Sharia Conformity and Profitability Index dan Faktor Determinan*, (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2020), hal. 80

<sup>102</sup> *Ibid.*, hal. 81

- 1) Apabila nilai signifikansi  $\leq 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dengan kata lain variabel independent dan variabel dependen secara simultan berpengaruh.
- 2) Apabila nilai signifikansi  $\geq 0,05$  maka  $H_0$  diterima dengan kata lain variabel independent dan variabel dependen secara simultan tidak berpengaruh.

#### 5. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel bebas dalam memberikan penjelasan pada variabel terikat dapat menggunakan uji koefisien determinasi. Nilai koefisien determinasi berkisar antara nol sampai dengan satu ( $0 \leq R^2 \leq 1$ ). Ketika variabel bebas memberikan hampir seluruh informasi untuk menjelaskan variabel terikat maka nilai  $R^2$  semakin besar atau mendekati 1 (satu). Tingkat pengaruh variabel bebas dapat dikatakan relatif rendah terhadap variabel terikat apabila nilai  $R^2$  semakin kecil atau mendekati 0 (nol).<sup>103</sup>

---

<sup>103</sup> Sri Wahyuni, *Kinerja Sharia Conformity...*, hal. 79