

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan kuantitatif. Tujuan penelitian lebih diarahkan untuk menunjukkan hubungan antar variabel, memverifikasi teori, melakukan prediksi, dan generalisasi. Peneliti kuantitatif akan menggambarkan fenomena berdasar pada teori yang dimilikinya. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menekankan pada pengujian teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik.³¹

Pendekatan kuantitatif bertujuan untuk menguji teori, dan membangun fakta, menunjukkan gabungan antar variabel, memberikan deskripsi statistik, menaksir dan meramalkan hasilnya. Desain penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif harus terstruktur, baku, formal dan dirancang sematang mungkin sebelumnya.

2. Jenis penelitian

Penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan

³¹ Anita Rismawati, *Pengaruh Motivasi Berprestasi, Promosi Jabatan dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan di Lembaga Keuangan Syariah ASRI Tulungagung*, (Tulungagung: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2016), hlm. 63-64

untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini mempunyai tingkatan tertinggi dibandingkan dengan deskriptif dan komparatif karena dengan penelitian ini dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala.³² Jenis penelitian yang digunakan penulis ini untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel bebas yakni iklan televisi dan iklan media online terhadap variabel terikat yakni perilaku konsumen.

B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi adalah serumpun atau sekelompok objek yang menjadi sasaran penelitian. Oleh karenanya, populasi penelitian merupakan keseluruhan dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup dan sebagainya, sehingga obyek-obyek ini dapat menjadi sumber data penelitian.³³ Penelitian ini menggunakan mahasiswa Fakultas FEBI IAIN Tulungagung, sebagai populasi dalam penelitian.

³² Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm 11

³³ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta ilmu-ilmu sosial lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2005),.. hlm. 99

Data diperoleh dari bagian administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung. Adapun jumlah mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam tahun 2014-2017 ditunjukkan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3.1 Mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung

TAHUN	2014	2015	2016	2017
Jurusan				
Perbankan Syariah	374	424	486	520
Ekonomi Syariah	311	558	643	657
Akuntansi Syariah		64	201	241
Manajemen Zakat Wakaf	23	35	39	25
Manajemen Keuangan Syariah				116
Manajemen Bisnis Syariah				179
Jumlah	708	1081	1369	1738
Total				4896

Sumber: Bagian Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung

2. Sampling dan Sampel

Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan.³⁴ Dalam penelitian ini menggunakan *simple random sampling* karena *simple random sampling* ini memberikan kesempatan yang sama kepada setiap populasi untuk dipilih menjadi anggota sample. *Sample* merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Subset diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin kita meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu kita

³⁴ *Ibid...*, hlm 121

membentuk sebuah perwakilan populasi.³⁵ Jadi sampel merupakan sebagian populasi yang mewakili dari subjek dan objek penelitian. Sampel dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas ekonomi dan bisnis islam IAIN Tulungagung angkatan tahun 2014-2017 baik laki-laki maupun perempuan. Teknik pengukuran sampel dalam penelitian ini menggunakan dasar pengambilan sampel dari rumus Slovin, yaitu sebagai berikut:³⁶

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Prosentase tingkat kesalahan yang ditoleransi adalah 10% = 0,1

Penentuan sampel secara random semua anggota populasi secara individual atau kolektif diberi peluang yang sama untuk menjadi anggota sampel. Dengan demikian maka peneliti memberi hak yang sama kepada subjek untuk memperoleh kesempatan (chance) dipilih menjadi sampel³⁷.

³⁵ Agus Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen (Pedoman Penelitian untuk penulisan Skripsi Tesis dan Desertasi Ilmu Menejemen)*, (Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro, 2014), hlm. 171

³⁶ Siregar Syofian, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Prenamedia Group, 2013), hal. 34.

³⁷ Suahrsimi Arikunto, *Prosedur suatu Penelitian: Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010) hal 177

Dalam penelitian ini, digunakan presentase 10% sebagai batas kesalahan pengambilan sampel, sehingga dengan mengikuti perhitungan tersebut dapat diketahui hasil :

Dengan rumus Slovin selanjutnya dapat dihitung:

$$n = \frac{N}{1 + (10\%)^2}$$

$$n = \frac{4896}{1 + 4896(10\%)^2}$$

$$= \frac{4896}{49,96}$$

$$= 97,99$$

Dari data jumlah populasi mahasiswa sebanyak 4896 maka akan diambil sampel dengan tingkat kesalahan 10% maka diperoleh 97,99 namun karena subjek bilangan pecahan, maka dibulatkan menjadi 98 sampel.

C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran

1. Sumber data

Data merupakan keterangan yang menerangkan obyek-obyek dalam variabel tertentu. Untuk mengumpulkan data dan informasi yang diperoleh dalam penelitian ini, penulis menggunakan sumber data sebagai berikut :

- a. Sumber data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya diamati dan dicatat untuk pertama kalinya. Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari lokasi penelitian yaitu

wawancara kemada Mahasiswa IAIN Tulungagung. Melalui kuisisioner yang diberikan langsung kepada responden.

- b.** Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Data ini biasanya diperoleh dari perpustakaan atau dari laporan-laporan penelitian terdahulu. Contoh: Data yang sudah tersedia di tempat-tempat tertentu, seperti perpustakaan, BPS, kantor-kantor, dan sebagainya.³⁸

2. Variable Penelitian

Variabel merupakan sebagai atribut seseorang, atau obyek, yang mempunyai “variasi” antara satu orang dengan yang lain atau satu obyek dengan obyek yang lain. Dalam penelitian ini penulis membedakan variabel penelitian sebagai berikut :

- a.** Variabel Bebas / *Independent Variable* (X)

Variabel ini sering disebut dengan variabel stimulus, prediktor, antecedent. Menurut kamus bahasa indonesia biasa disebut dengan variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependent (terikat).³⁹ Dalam penelitian ini terdapat dua variabel bebas yaitu Iklan Televisi dan Iklan Media Online.

- b.** Variabel Terikat / *Dependent Variable* (Y)

³⁸ Misbahuddin dan Iqbal Hasan, Suryani (ed.), *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik Edisi Ke-2*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), hlm 21-22

³⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*..., hlm 38.

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut dengan variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.

Pada penelitian ini, obyek yang dipengaruhi adalah perilaku konsumen Mahasiswa. Perilaku konsumen Mahasiswa dalam penelitian ini merupakan pembelian yang terjadi pada saat konsumen melihat produk kemudian memutuskan untuk melakukan pembelian.

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.⁴⁰ Untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi dari responden adalah menggunakan skala pengukuran *likert*. *Skala Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Sehingga untuk mengetahui pengukuran jawaban responden pada penelitian ini yang mana menggunakan instrument penelitian berupa kuisisioner, penulis menggunakan metode skala Likert (*Likert's Summated Ratings*). Dalam pengukuran jawaban responden, pengisian kuesioner terhadap

⁴⁰ *Ibid...*, hal. 135

faktor-faktor yang mempengaruhi *impulse buying* diukur dengan menggunakan skala *likert*, dengan tingkatan sebagai berikut :

- a. Jawaban Sangat Setuju (SS) : 5
- b. Jawaban Setuju (S) : 4
- c. Jawaban Kurang Setuju (KS) : 3
- d. Jawaban Tidak Setuju (TS) : 2
- e. Jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) : 1

D. Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian

1. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang penulis gunakan dalam upaya memperoleh data yang dibutuhkan untuk pemecahan dan menganalisis permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini. Data-data tersebut dapat diperoleh dengan menggunakan teknik pengumpulan sebagai berikut :

a) Penelitian Pustaka (*Library Research*) : pengumpulan data teoritis dengan cara menelaah berbagai literature dan bahan pustaka lainnya yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

b) Penelitian Lapang (*Field Research*), yaitu dengan cara;

1) Metode wawancara

Penulis melakukan wawancara langsung dengan pihak-pihak yang bersangkutan, yaitu guna mendapatkan data-data yang diperlukan.

2) Metode Angket

Kuesioner disebut juga angket adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengirimkan suatu daftar pertanyaan kepada responden untuk diisi. Dalam penelitian ini kuesioner akan dibagikan secara langsung oleh penulis kepada responden yaitu Mahasiswa IAIN Tulungagung.

2. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian.⁴¹ Secara fungsional kegunaan instrumen penelitian adalah untuk memperoleh data yang diperlukan ketika peneliti sudah menginjak pada langkah pengumpulan informasi di lapangan”.⁴² Pada penelitian ini, peneliti menggunakan instrumen berupa angket atau kuesioner. Untuk mempermudah instrumen penelitian ini dapat dilihat dalam tabel di bawah ini:

Tabel 3.2

Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Sumber
1	Iklan Televisi	<ul style="list-style-type: none"> • Isi Berita/Pesan Iklan • Daya Tarik Iklan • Tema Iklan 	Muhammad Bashory Alwi <i>Pengaruh Periklanan Televisi Terhadap Citra Merek Produk Kecap ABC Black Gold</i>

⁴¹ Sugiyono, Sutopo (ed.), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif...*, hal. 148

⁴² Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kompetensi dan Praktiknya*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2007), hal. 75

			(Surabaya: Jurnal Ilmu Menejemen Jurusan Mananjemen Universitas Negri Surabaya Vol 1 No 4 2013)
2	Media Online	<ul style="list-style-type: none"> • Kemudahan Mendapatkan Informasi Produk • Digunakakn oleh Banyak Orang • Jangkauan Tidak Terbatas 	R. Agung Baktiono dan Putu Artaya <i>Memilih Media Sosial Sebagai Sarana Bisnis Online Melalui Pendekatan Uji Categorical</i> (Jurnal Menejemen Kinerja Vol 2 No 2 2016)
3	Perilaku Konsumen	<ul style="list-style-type: none"> • Mencari informasi • Membandingkan produk • Tertarik dan berkeinginan 	Abdul Ghoni dan Tri Bodroastuti <i>Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologi Terhadap Perilaku Konsumen, Studi Pada Pembelian Rumah di Perumahan Griya Utama Banjardowo Semarang</i> (Semarang: Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widiya Menggala

E. Analisis Data

Analisis data bertujuan untuk memecahkan masalah-masalah penelitian yang memperlihatkan hubungan antara fenomena yang terdapat dalam penelitian, memberikan jawaban terhadap hipotesis yang diajukan dalam penelitian, bahan untuk membuat kesimpulan serta implikasi dan saran-saran yang berguna untuk kebijakan penelitian selanjutnya.⁴³

Analisis data dalam penelitian kuantitatif disebut dengan analisis statistik karena menggunakan rumus-rumus statistika. Statistik dalam analisis dibedakan menjadi dua yaitu, statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu data dari hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas, sedangkan statistik inferensial digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. Analisis data penelitian bertujuan untuk menyederhanakan dan membatasi temuan-temuan hingga menjadi suatu data yang teratur, tersusun serta lebih sistematis.

Setelah data penelitian dari responden sudah terkumpul, setelah itu akan dilakukan analisis data dengan menggunakan:

1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrument

a. Uji Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi

⁴³ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, (Jakarta: PT Bumi Angkasa, 2004), hal. 30

ukurannya.⁴⁴ Uji validitas dimaksud untuk mengetahui seberapa cermat suatu test atau pengujian melakukan fungsi ukurannya. Sedangkan tes yang memiliki validitas rendah akan menghasilkan data yang tidak relevan dengan tujuan pengukuran. Validitas data penelitian ditentukan oleh proses pengukuran yang akurat. Maka esensi dari validitas adalah akurasi. Suatu instrumen pengukur dikatakan valid jika instrumen tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur. Ketentuan dalam validitas instrumen sah apabila dapat mengungkapkan data variabel yang diteliti secara tepat.

Teknik korelasi yang digunakan untuk menguji validitas butir pernyataan dalam penelitian ini adalah Pearson's Product Moment Correlation, yaitu dengan menghitung korelasi antara skor item pertanyaan dengan skor total. Dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika r hitung $>$ r tabel, maka instrumen atau item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- 2) Jika r hitung $<$ r tabel, maka instrumen atau item pernyataan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

Apabila nilai koefisien yang diuji lebih besar dari r tabel sebesar (0.5) atau taraf signifikan 5%, maka dapat disimpulkan bahwa item pernyataan tersebut valid.

⁴⁴Saifudin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007), hal. 89.

b. Uji Reabilitas

Reliabilitas instrument adalah hasil pengukuran yang dapat dipercaya. Reliabilitas instrumen diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Cara menghitung tingkat reliabilitas suatu data yaitu dengan menggunakan rumus Alpha Cronbach's diukur berdasarkan skala Alpha Cronbach's 0 sampai 1. Jika skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan rentang yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai alpha Cronbach 0,0 s.d 0,20, berarti kurang reliabel
- 2) Nilai alpha Cronbach 0,21 s.d 0,40, berarti agak reliabel
- 3) Nilai alpha Cronbach 0,41 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

Menurut Nugroho, reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *Alpha Cronbach's* > dari 0.60. Dan Sayuthi menyatakan, kuesioner yang dinyatakan reliabel jika mempunyai nilai koefisien alpha yang lebih besar dari 0.60. Jadi pengujian reliabilitas instrumen dalam suatu penelitian dilakukan karena keterandalan instrumen berkaitan dengan keajegan dan taraf kepercayaan terhadap instrumen penelitian tersebut.⁴⁵

⁴⁵ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher, 2009), hal. 96.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji ini diperlukan karena semua perhitungan statistic parametric memiliki asumsi normalitas sebaran. Jika data berdistribusi normal maka digunakan uji statistik parametric. Sedangkan bila data tidak berdistribusi normal maka digunakan uji statistik non parametik. Dalam mendeteksi normalitas data menggunakan pendekatan Kolmogorov-Smirnov. Pengambilan keputusan digunakan pedoman jika nilai Sig. < 0,05 maka data tidak berdistribusi normal. Sebaliknya jika nilai Sig. > 0,05 maka data berdistribusi normal.

b. Multikolinieritas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (*independent*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen.⁴⁶ Karena jika hal itu terjadi maka sulit sangat sulit untuk menentukan variabel bebas mana yang mempengaruhi variabel terikat. Diantara variabel independen terdapat korelasi mendekati +1 atau -1 maka diartikan persamaan regresi tidak akurat digunakan dalam persamaan. Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas, Nugroho

⁴⁶ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate...*, hal. 95

menyatakan jika *variance inflation factor* (VIF) tidak lebih dari 10 maka model terbebas dari multikolinieritas.⁴⁷

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian nilai residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan varian nilai residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Heteroskedastisitas pada umumnya sering terjadi pada pada model-model *cross section* daripada *time series*. Namun bukan berarti model-model yang menggunakan *time series* bebas dari heteroskedastisitas. Sedangkan untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model 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; serta (3) titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.⁴⁸

d. Uji Regresi Berganda

Model regresi adalah model yang digunakan untuk menganalisis pengaruh dari berbagai variabel independen terhadap satu variabel dependen.⁴⁹ Metode analisis data yang digunakan

⁴⁷ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik...*, hal. 79

⁴⁸ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate...*, hal. 36.

⁴⁹ Ferdinand Agusty, *Metode Penelitian Manajemen*, (Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro, 2006), hal. 198.

dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi berganda (*Multiple regresional analisis*). Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (*Independent*) yaitu: iklan Televisi (X1), Media *Online* (X2), terhadap variabel terikat (*Dependent*) Perilaku Konsumen (Y). Adapun bentuk persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Perilaku Konsumen

X1 = Iklan Televisi

X2 = Media *Online*

b1, b2= Koefisien regresi

e. Uji Hipotesis

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen digunakan uji anova atau F-test. Sedangkan pengaruh dari masing-masing variabel independen secara parsial (individu) diukur dengan menggunakan uji t-statistik.

a. Uji T (Parsial)

Untuk mengetahui bagaimanakah kontribusi iklan Televisi dan Media *Online* berpengaruh secara parsial terhadap Perilaku Konsumen Mahasiswa.

- 1) Apabila t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya masing-masing variabel Iklan Televisi dan Media *Online* berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumen Mahasiswa.
- 2) Apabila t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya masing-masing variabel Iklan Televisi dan Media *Online* berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumen Mahasiswa.

b. Uji F (Simultan)

Untuk mengetahui apakah semua variabel bebas mempunyai pengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel terikat.

- 1) Apabila F_{hitung} lebih kecil dari F_{tabel} maka H_0 diterima, artinya masing-masing variabel Iklan Televisi dan Media *Online* tidak berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumen mahasiswa.
- 2) Apabila F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya masing-masing variabel Iklan Televisi dan Media *Online* tidak berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumen mahasiswa.

c. Analisis Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas menjelaskan variabel

terikat yang dilihat melalui Adjust R. Semakin besar angka R² maka semakin baik model yang digunakan untuk menjelaskan hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika R² semakin kecil berarti semakin lemah model tersebut untuk menjelaskan dari variabel terikatnya.⁵⁰

⁵⁰ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Statistik Multivariant dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2007), hlm. 87.