

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah para pengusaha industri opak di Kabupaten Sumedang dan ruang lingkup penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi pengaruh variabel bebas (X) yaitu terdiri diferensiasi produk (X1), lingkungan persaingan (X2), dan promosi (X3) terhadap variabel terikat (Y) yaitu pendapatan.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian lebih menekankan pada strategi. proses pendekatan dalam memilih jenis, karakteristik serta dimensi ruang dan waktu dari data yang diperlukan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif analitik.

Penelitian deskriptif menurut Sugiyono (2003:11) yaitu merupakan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan antara variabel satu dengan variabel lain. Sedangkan deskriptif analitik yaitu metode penelitian yang menggambarkan dan membahas objek yang diteliti kemudian dianalisis berdasarkan faktor yang ada, kegiatannya meliputi pengumpulan data, pengolahan data dan informasi serta menarik kesimpulan.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Suharsimi Arikunto (2006:108) populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi. Studi atau penelitian juga disebut studi populasi atau studi sensus.

Populasi dalam penelitian ini adalah para pengusaha opak ketan di Kabupaten Sumedang yang berjumlah 178 orang (laporan Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Sumedang Tahun 2010).

3.3.2 Sampel

Menurut Suharsimi Arikunto (2006), sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Sedangkan sampel menurut Sugiyono (2003:11) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Karena keterbatasan dana, waktu, tenaga, maka peneliti mengambil sampel dari populasi yang ada di Kecamatan Buahdua dan Kecamatan Conggeang, Kabupaten Sumedang untuk diteliti, dan untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini digunakan rumus sebagai berikut :

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

(Riduwan, 2004: 65)

Dimana: n = ukuran sampel
 N = ukuran populasi
 e = tingkat kesalahan yang ditolelir

Sehingga, jumlah sampel yang diambil berdasarkan rumus tersebut adalah:

$$n = \frac{178}{1 + (178)(0,1^2)}$$

$$n = \frac{178}{2,78}$$

$$n = 64,02 \quad \text{dibulatkan menjadi } n = 64$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka jumlah sampel yang diambil dari populasi pengusaha industri opak ketan di Kabupaten Sumedang yang berjumlah 178 pengusaha adalah diambil 64 pengusaha sebagai sampel. Akan tetapi, setelah dilakukan penelaahan lebih lanjut, ternyata dari semua populasi yang berjumlah 178, tidak semuanya merupakan usaha home industri, beberapa perusahaan diantaranya sudah termasuk industri menengah dilihat dari jumlah pekerja dan pendapatan perbulannya. Oleh karena penelitian ini adalah bagi pengusaha home industri, dan supaya tidak ada hasil pendapatan yang merusak sampel dan berimpas pada hasil penelitian, maka 2 buah sampel yang diteliti pada penelitian ini, kita asumsikan merupakan perwakilan dari pengusaha opak ketan industri menengah tersebut, sehingga sampel yang diambil adalah $64 - 2 = 62$ buah sampel.

3.4 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Sumber data primer yaitu berasal dari data yang langsung diperoleh dari para pengusaha *home industry* opak ketan di Kabupaten Sumedang sebagai responden melalui kuisisioner atau angket.

3.5 Operasional Variabel

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analisis	Skala
Pendapatan (Y)	Pendapatan adalah total uang yang diterima atau terkumpul dalam suatu periode. Pendapatan merupakan jumlah seluruh penerimaan yang diterima oleh perusahaan yang belum dikurangi oleh biaya-biaya. (Samuelson & Nordhous, 1997:258)	jumlah keseluruhan pendapatan yang diterima oleh pengusaha opak ketan.	Data diperoleh dari responden pengusaha opak ketan mengenai jumlah keseluruhan pendapatan yang diperoleh melalui rumus: $TR = P \times Q$ selama satu bulan terakhir, dimana: TR = Pendapatan (<i>Total Revenue</i>) P = Harga (<i>Price</i>) Q = Kuantitas (<i>Quantity</i>)	Rasio
Diferensiasi Produk (X1)	Usaha membedakan produk untuk memberikan daya tarik baik langsung maupun tidak langsung kepada konsumen dibandingkan perusahaan lain yang menghasilkan produk yang sama/sejenis ataupun yang berbeda. (Eeng Ahman dan Yana Rohmana, 2009:251)	Analisa tentang jenis produk (variasi produk) dilihat dari rasa, bahan, corak/bentuk, kemasan serta kualitas produk yang diproduksi.	Data diperoleh dari responden mengenai: jenis produk (variasi produk) dilihat dari rasa, bahan, corak/bentuk, kemasan serta kualitas produk yang diproduksi selama satu bulan terakhir.	Ordinal
Lokasi Usaha (X3)	Lokasi adalah tempat untuk menjalankan kegiatan usaha, sebagai tempat perencanaan, pengambilan keputusan, pengendalian, proses produksi, penjualan,	Lokasi yang mendukung jalannya usaha, dapat dilihat dari : • Kestrategisan tempat usaha • Infrastruktur dan	Data diperoleh dari responden selama satu bulan terakhir mengenai: • Kestrategisan tempat usaha • Infrastruktur dan fasilitas usaha yang	Ordinal

	atau sebagai tempat penyimpanan. (Kasmir, 2006:169)	fasilitas usaha yang mendukung <ul style="list-style-type: none"> • Kedekatan dengan konsumen • Kondisi ekonomi masyarakat • Faktor sosial dan budaya di lingkungan sekitar 	mendukung <ul style="list-style-type: none"> • Kedekatan dengan konsumen • Kondisi ekonomi masyarakat • Faktor sosial dan budaya di lingkungan sekitar 	
Promosi (X4)	Komunikasi yang memberi informasi kepada calon konsumen mengenai suatu produk, yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dan mendorong mereka untuk membeli. (Buchari Alma, 2002:292)	Usaha yang dilakukan perusahaan untuk memperkenalkan dan menginformasikan produknya kepada masyarakat baik itu melalui pamflet, brosur, spanduk, sales, iklan di media radio, internet, maupun melalui pameran dan membuat even atau penawaran khusus.	Data diperoleh dari responden mengenai: usaha yang dilakukan perusahaan untuk memperkenalkan dan menginformasikan produknya kepada masyarakat baik itu melalui pamflet, brosur, spanduk, sales, iklan di media radio, internet, maupun melalui pameran dan membuat even atau penawaran khusus selama satu bulan terakhir.	Ordinal

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, diantaranya dengan :

1. Studi Dokumentasi

Yaitu studi yang digunakan untuk mencari dan memperoleh hal-hal atau variabel-variabel berupa catatan-catatan, laporan-laporan serta dokumen yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti.

2. Studi Literatur

Yaitu studi atau teknik pengumpulan data dengan cara mengumpulkan. memperoleh data-data dari buku-buku. laporan-laporan. majalah dan media cetak lainnya yang berhubungan dengan konsep dan permasalahan yang diteliti.

3. Observasi

Kegiatan peninjauan dan pengamatan langsung terhadap pengusaha opak ketan di Kabupaten Sumedang dengan wawancara dan kuesioner. Wawancara yaitu kegiatan tanya jawab langsung kepada para pengusaha opak ketan. Sedangkan angket (kuesioner) yaitu teknik pengumpulan data melalui penyebaran seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden yang menjadi anggota sample penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pendapat atau tanggapan responden.

Jenis data yang diperlukan dalam penelitian ini terdiri data primer dan data sekunder. Sumber data primer diperoleh dari hasil penelitian melalui penyebaran kuesioner kepada para pengusaha opak ketan di Kabupaten Sumedang. Sedangkan data sekunder diperoleh dari laporan-laporan atau catatan-catatan yang berhubungan dengan penelitian ini.

3.7 Teknik Analisis Data Dan Pengujian Hipotesis

3.7.1 Teknik Analisis Data

Untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan, maka dilakukan pengolahan data. Jenis data yang terkumpul dalam penelitian ini adalah data rasio dan ordinal.

Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis regresi berganda (*multiple regression*). Sedangkan alat analisis yang digunakan yaitu software *e-views 7*. Dengan demikian, maka data yang bersifat ordinal pada penelitian ini yaitu variabel diferensiasi, lokasi usaha, promosi dan variabel pendapatan harus diubah dan ditingkatkan menjadi data interval melalui MSI (*Methods of Succesive Interval*). Kegunaan dari MSI dalam pengukuran adalah untuk menaikkan pengukuran dari ordinal ke interval. Langkah kerja *Methods of Succesive Interval* (MSI) adalah sebagai berikut :

- a. Perhatikan tiap butir pernyataan, misalnya dalam angket.
- b. Untuk butir tersebut, tentukan berapa banyak orang yang mendapatkan (menjawab) skor 1,2,3,4,5 yang disebut frekuensi.
- c. Setiap frekuensi dibagi dengan banyaknya responden dan hasilnya disebut Proporsi (P).
- d. Tentukan Proporsi Kumulatif (PK) dengan cara menjumlah antara proporsi yang ada dengan proporsi sebelumnya.
- e. Dengan menggunakan tabel distribusi normal baku, tentukan nilai Z untuk setiap kategori.
- f. Tentukan nilai densitas untuk setiap nilai Z yang diperoleh dengan menggunakan tabel ordinat distribusi normal baku.
- g. Hitung SV (Scale Value) = Nilai Skala dengan rumus sebagai berikut:

$$SV = \frac{(DensityofLowerLimit) - (DensityofUpperLimit)}{(AreaBelowUpperLimit)(AreaBelowLowerLimit)}$$

- h. Menghitung skor hasil tranformasi untuk setiap pilihan jawaban dengan rumus:

$$Y = SV + [1 + (SVMin)]$$

Dimana $K = 1 + [SVMin]$

Permasalahan yang diajukan akan di proses dan kemudian dilakukan pengolahan dengan menggunakan statistik parametrik. Model analisis yang digunakan untuk melihat pengaruh antara variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat serta untuk menguji kebenaran dari hipotesis akan digunakan model persamaan regresi berganda yang rumus penghitungan dari regresi berganda tersebut adalah sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Dimana :

Y	adalah pendapatan usaha	β_0	adalah konstanta regresi
β_1	adalah koefisien regresi X_1	β_2	adalah koefisien regresi X_2
β_3	adalah koefisien regresi X_3	X_1	adalah diferensiasi produk
X_2	adalah lokasi usaha	X_3	adalah promosi
e	adalah faktor pengganggu		

3.7.2 Pengujian Asumsi Klasik

3.7.2.1 Uji Multikolinearitas

Pada mulanya multikolinieritas berarti adanya hubungan linier yang sempurna atau pasti diantara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan dari model regresi. Dalam hal ini variabel-variabel bebas ini bersifat tidak orthogonal. Variabel-variabel bebas yang bersifat orthogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi diantara sesamanya sama dengan nol. (Gujarati. 2001:157)

Jika terdapat korelasi yang sempurna diantara sesama variabel-variabel bebas sehingga nilai koefisien korelasi diantara sesama variabel bebas ini sama dengan satu, maka konsekuensinya adalah :

- Nilai koefisien regresi menjadi tidak dapat ditaksir
- Nilai *standard error* setiap koefisien regresi menjadi tak terhingga.

Ada beberapa cara untuk mendeteksi keberadaan multikolinieritas dalam model regresi OLS, yaitu :

1. Mendeteksi nilai koefisien determinasi (R^2) dan nilai t_{hitung} . Jika R^2 tinggi (biasanya berkisar 0,7 – 1,0) tetapi sangat sedikit koefisien regresi yang signifikan secara statistik, maka kemungkinan ada gejala multikolinieritas.
2. Melakukan uji korelasi derajat nol. Apabila koefisien korelasinya tinggi, perlu dicurigai adanya masalah multikolinieritas. Akan tetapi tingginya koefisien korelasi tersebut tidak menjamin terjadi multikolinieritas.
3. Menguji korelasi antar sesama variabel bebas dengan cara meregresi setiap X_i terhadap X lainnya. Dari regresi tersebut, kita dapatkan R^2 dan F . Jika nilai F_{hitung} melebihi nilai kritis F_{tabel} pada tingkat derajat kepercayaan tertentu, maka terdapat multikolinieritas variabel bebas. (Gujarati. 2001:166)

Dampak atau konsekuensi adanya multikolinieritas, yaitu sebagai berikut:

1. Koefisien-koefisien regresi menjadi tidak dapat ditaksir.
2. Estimator masih bisa bersifat BLUE (*Best Linier Unbiased Estimator*), tetapi memiliki varian dan kovarian yang besar, sehingga sulit dipakai sebagai alat estimasi.
3. Nilai standar error setiap koefisien regresi menjadi tidak terhingga.

4. Interval estimasi cenderung lebar dan nilai statistik uji t akan kecil, sehingga menyebabkan variabel independen tidak signifikan secara statistik dalam mempengaruhi variabel independen.

3.7.2.2 Uji Heteroskedastisitas

Salah satu asumsi pokok dalam model regresi linier klasik adalah bahwa varian-varian setiap *disturbance term* yang dibatasi oleh nilai tertentu mengenai variabel-variabel bebas adalah berbentuk suatu nilai konstan yang sama dengan σ^2 . Inilah yang disebut sebagai asumsi homoskedastisitas. Heteroskedastisitas berarti setiap varian *disturbance term* yang dibatasi oleh nilai tertentu mengenai variabel-variabel bebas adalah berbentuk suatu nilai konstan yang sama dengan atau varian yang sama. Sebaliknya varians bersyarat tidak sama menunjukkan gejala heteroskedastisitas (Gujarati, 2001:177).

Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji terjadinya perbedaan varian residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Heteroskedastisitas dapat dideteksi melalui beberapa cara antara lain : melalui sifat dasar masalah, metode grafik, pengujian arch, pengujian glejser (*glejser yest*), uji white atau pun pengujian Rank Spearman. Dalam penelitian ini untuk meneliti heteroskedastisitas peneliti akan menggunakan metode arch (Gujarati. 2001:183-188). Adapun langkah-langkah untuk metode arch adalah:

1. Estimasi persamaan dan dapatkan residualnya
2. Lakukan regresi pada persamaan yang disebut regresi *auxiliary*

3. Hipotesis nul dalam uji ini adalah tidak ada heteroskedastisitas. Uji Arch didasarkan pada jumlah sampel *degree of freedom* sebanyak variabel independent tidak termasuk konstanta dalam regresi *auxiliry*.
4. Jika nilai chi-square hitung (n, R^2) lebih besar dari nilai x^2 kritis dengan derajat kepercayaan tertentu (α) maka tidak ada heteroskedastisitas.

Dampak atau konsekuensi dari heteroskedastisitas yaitu sebagai berikut:

- 1) Estimator metode kuadrat terkecil tidak mempunyai varian yang minimum (tidak lagi *Best*), sehingga hanya memenuhi karakteristik LUE (*Linear Unbiased Estimator*). Meskipun demikian, estimator metode kuadrat terkecil masih bersifat linear dan tidak bias.
- 2) Perhitungan *standar error* tidak dapat lagi dipercaya kebenarannya, karena varian tidak minimum yang dapat mengakibatkan estimasi regresi tidak efisien.
- 3) Uji hipotesis yang didasarkan pada uji t dan uji F tidak dapat lagi dipercaya, karena *standar error*-nya tidak dapat dipercaya.

3.7.2.3 Uji Autokorelasi

Autokorelasi dapat didefinisikan sebagai korelasi antara anggota serangkaian observasi yang diurutkan menurut waktu (seperti dalam data deretan waktu) atau ruang (seperti dalam data cross-sectional), sehingga muncul suatu data dipengaruhi oleh data sebelumnya. (Gujarati. 2001:201).

Adanya gejala autokorelasi dalam model regresi OLS dapat menimbulkan:

1. Estimator OLS menjadi tidak efisien karena selang keyakinan melebar.
Parameter yang diestimasi dalam model regresi OLS menjadi bias dan varian

tidak minim lagi sehingga koefisien estimasi yang diperoleh kurang akurat dan tidak efisien.

2. Variance populasi (σ^2) sampel tidak menggambarkan varians populasi, karena diestimasi terlalu rendah (*underestimated*) oleh varians residual taksiran.
3. Akibat butir b. R^2 bisa ditaksir terlalu tinggi (*overestimated*). Maka bisa mengakibatkan model regresi yang dihasilkan tidak dapat digunakan untuk menduga nilai variabel terikat dari variabel bebas tertentu.
4. Pengujian signifikansi (t dan F) menjadi lemah. jika uji t tetap disertakan maka kesimpulan yang diperoleh bisa menjadi salah. (Gujarati. 2001:207)

Terdapat beberapa cara untuk mendeteksi autokorelasi, antara lain :

1. Metode Grafik.
2. Uji loncatan (*Runs Test*) atau uji Geary (*Geary Test*).
3. Uji Durbin Watson (*Durbin Watson d test*).
4. Uji Breusch-Godfrey (*Breusch-Godfrey test*) untuk autokorelasi yang mempunyai orde tinggi. (Gujarati. 2001:201)

Pada penelitian ini, penulis menggunakan uji Durbin Watson (DW) untuk mendeteksi autokorelasi. yaitu dengan cara membandingkan DW statistik dengan DW tabel. Adapun langkah uji Durbin Watson adalah sebagai berikut :

1. Lakukan regresi OLS dan dapatkan residual e_1 .
2. Hitung nilai d (Durbin-Watson).
3. Dapatkan nilai kritis d_l - d_u .
4. Pengambilan keputusan :

Jika H_0 adalah dua ujung, yaitu bahwa tidak ada serial autokorelasi baik positif maupun negatif, maka jika :

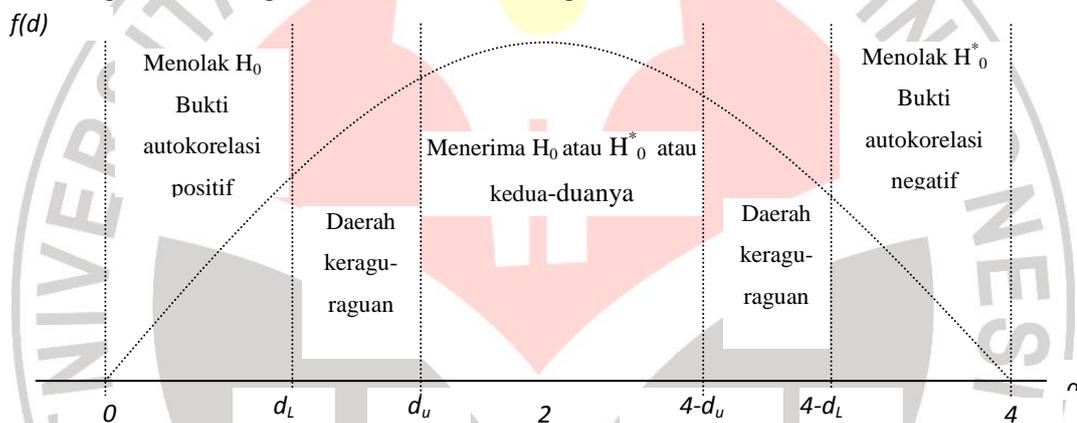
$d < d_L$: menolak H_0

$d > 4 - d_L$: menolak H_0

$d_U < d < 4 - d_U$: tidak menolak H_0

$d_L \leq d \leq d_U$ atau $4 - d_U \leq d \leq 4 - d_L$: pengujian tidak meyakinkan.

Nilai Durbin-Watson menunjukkan ada tidaknya autokorelasi baik positif atau negatif. Jika digambarkan adalah sebagai berikut:



Gambar 3.1

Statistika Durbin- Watson d

(Gudjarati, 2001: 216)

Keterangan: d_L = Durbin Tabel Lower

d_U = Durbin Tabel Up

H_0 = Tidak ada autokorelasi positif

H_0^* = Tidak ada autokorelasi negatif

3.7.3 Pengujian Hipotesis

Untuk menguji hipotesis maka penulis menggunakan uji statistik berupa uji parsial (uji t), uji simultan (uji f) dan uji koefisien determinasi majemuk (R^2).

3.7.3.2 Uji T

Uji t bertujuan untuk menguji tingkat signifikansi dari setiap variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat dengan menganggap variabel lain konstan/tetap. Pengujian secara parsial dilakukan untuk menguji rumusan hipotesis dengan langkah sebagai berikut :

1. Membuat hipotesis melalui uji satu sisi

$H_0: \beta_1 \leq 0$, artinya masing-masing variabel X_i tidak memiliki pengaruh terhadap variabel Y, dimana $i = 1, 2, 3$

$H_a: \beta_1 > 0$, artinya masing-masing variabel X_i memiliki pengaruh terhadap variabel Y, dimana $i = 1, 2, 3$

2. Menghitung nilai t hitung dan mencari nilai t kritis dari tabel distribusi t. Nilai t hitung dicari dengan rumus berikut :

$$t = \frac{\hat{\beta}_1 - \beta_1^*}{s_e(\beta_1)} \quad (\text{Gujarati, 2001:78})$$

Dimana β_1^* merupakan nilai pada hipotesis nol.

3. Setelah diperoleh t statistik atau t hitung, selanjutnya bandingkan dengan t tabel dengan α disesuaikan. Adapun cara mencari t tabel dapat digunakan rumus sebagai berikut :

$$t_{\text{tabel}} = n - k$$

dimana : $t = t_{\text{tabel}}$ pada α disesuaikan

n = bayak sample

k = variable bebas

4. Kriteria uji t adalah:

- Jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima (variabel bebas X berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat Y).
- Jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak (variabel bebas X tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat Y).

Dalam penelitian ini tingkat kesalahan yang digunakan adalah 0,05 (5%) pada taraf signifikansi 95%.

3.7.3.3 Uji F

Pengujian hipotesis secara keseluruhan merupakan penggabungan variabel X terhadap variabel terikat Y untuk diketahui seberapa besar pengaruhnya. Pengujian dapat dilakukan dengan langkah sebagai berikut :

1. Mencari F hitung dengan formula sebagai

$$F_{k-1, n-k} = \frac{ESS / (n-k)}{RSS / (n-k)}$$

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

(Gujarati, 2001:120)

2. Setelah diperoleh F hitung, selanjutnya bandingkan dengan F tabel berdasarkan besarnya α dan df dimana besarnya ditentukan oleh numerator $(k-1)$ dan df untuk denominator $(n-k)$.

3. Kriteria Uji F

- Jika $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak (keseluruhan

variabel bebas X tidak berpengaruh terhadap variabel terikat Y).

- Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima (keseluruhan variabel bebas X berpengaruh terhadap variabel terikat Y).

3.7.3.4 Uji R^2 (Koefisien Determinasi Majemuk)

Menurut Gujarati (2001:98) dijelaskan bahwa koefisien determinasi (R^2) yaitu angka yang menunjukkan besarnya derajat kemampuan menerangkan variabel bebas terhadap variabel terikat dari fungsi tersebut. Koefisien determinasi sebagai alat ukur kebaikan dari persamaan regresi yaitu memberikan proporsi atau presentase variasi total dalam variabel tidak bebas Y yang dijelaskan oleh variabel bebas X . Dengan kata lain, pengujian dilakukan untuk mengetahui seberapa besar sumbangan variabel independent (X_1 , X_2 dan X_3) terhadap variabel Y , dengan rumus sebagai berikut :

$$R^2 = \frac{\hat{\beta}_2 \sum y_i x_{2i} + \hat{\beta}_3 \sum y_i x_{3i}}{\sum y_i^2} \quad (\text{Gujarati, 2001:99})$$

Nilai R^2 berkisar antara 0 dan 1 ($0 < R^2 < 1$), dengan ketentuan sebagai berikut :

- Jika R^2 semakin mendekati angka 1, maka hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat semakin erat/dekat, atau dengan kata lain model tersebut dapat dinilai baik.
- Jika R^2 semakin menjauhi angka 1, maka hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat jauh/tidak erat, atau dengan kata lain model tersebut dapat dinilai kurang baik.