

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Dalam penelitian ini variabel bebas (independen) yaitu kualitas produk (X_1) dan lokasi (X_2) mempengaruhi variabel terikat (dependen) adalah keputusan pembelian konsumen restoran Padang di kota Bandung.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analitik. Metode deskriptif digunakan untuk tujuan membuat deskripsi, gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta serta sifat dan hubungan dengan fenomena yang diselidiki. Penelitian deskriptif yang dilakukan adalah dengan pendekatan studi survei dimana data yang diperoleh selama penelitian tersebut diolah, dianalisis serta diproses lebih lanjut berdasarkan teori yang telah dipelajari. Hal ini bertujuan untuk memperoleh deskripsi atau gambaran mengenai kualitas produk dan lokasi dari pembeli atau konsumen restoran Padang di kota Bandung.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan sekumpulan, unsur/unit yang merupakan objek penelitian. Populasi adalah banyaknya subyek yang diselidiki baik manusia, gejala benda-benda, atau peristiwa-peristiwa (Winarno Surakhmad, 1994:4).

Menurut Suharsimi Arikunto (202:108), populasi adalah wilayah generasi yang terdiri atas objek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipeleajari dan diberi kesimpulanya.

Menurut Sudjana (1993:15) populasi adalah totalitas semua nilai yang mungkin, baik hasil menghitung maupun pengukuran kuantitatif atau kualitatif, dari pada karakteristik tertentu mengenai sekumpulan objek yang lengkap dan jelas.

Berdasarkan pengertian di atas, maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang datang mengunjungi dan restoran Padang di Bandung yang berjumlah 10 restoran.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono dalam bukunya “Statistika Untuk Penelitian” menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (2007:62).

Dalam penelitian ini penulis memutuskan untuk melakukan penelitian populasi terhadap restoran Padang di wilayah Bandung yang berjumlah sebanyak 1.240 orang dengan jumlah responden sebanyak 92 orang dan teknik sampling yang digunakan adalah teknik sampling aksidental.

Teknik sampling aksidental adalah penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan sedang makan dan bertemu langsung dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel untuk sumber data penelitian (Sugiyono, 1999:60).

Tabel 3.1
Populasi dan Sampel

No	Nama Restoran	Populasi	Sampel
1.	Simpang Raya	195	14
2.	Padang Sederhana	140	10
3.	Pondok Kapau	120	9
4.	Sederhana Bandung	120	9
5.	Sederhana	100	8
6.	Sederhana Bintaro	110	8
7.	Pagi Sore	95	7
8.	Sari Bundo	100	8
9.	Kapau Jaya	110	8
10.	Simpang Raya Bogor	150	11
	JUMLAH	1240	92

Sumber: Hasil survey dari masing-masing restoran

Keterangan:

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

N = Populasi

n = Sampel

e = 0,1 (merupakan tingkat kesalahan)

Contoh perhitungan untuk menentukan jumlah sampel total (n total) adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{1.240}{1 + 1.240(0,1)^2}$$

$$n = \frac{1.240}{13,4}$$

$$n = 92$$

Langkah selanjutnya menentukan sampel untuk masing-masing restoran dengan menggunakan rumus:

- Contoh perhitungan untuk Simpang Raya

$$n = \frac{195 \times 92}{1240} = 14 \text{ orang}$$

- Demikian seterusnya untuk mencari sampel restoran lain.

3.4 Operasionalisasi Variabel

Variabel yang diteliti dalam penelitian ini meliputi dua variabel independent yaitu kualitas produk sebagai X_1 dan lokasi sebagai X_2 , sedangkan keputusan pembelian sebagai variabel dependent (Y).

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analitis	Ukuran Data
Kualitas Produk (X_1)	Kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. (Philip Kotler, 1997:49)	Persepsi konsumen tentang segala ukuran yang mencerminkan gambaran produk	Skor skala likert tentang tingkat tanggapan konsumen terhadap kualitas produk dari aspek: 1. Kinerja (<i>performance</i>) 2. Fitur (<i>features</i>) 3. Reliabilitas 4. Konformasi (<i>conformance</i>) 5. Daya Tahan (<i>durability</i>) 6. <i>Serviceability</i> 7. Estetika (<i>aesthetics</i>) 8. Persepsi terhadap kualitas (<i>perceived quality</i>)	Ordinal
Lokasi (X_2)	Lokasi merupakan suatu fisik dimana pembeli dan penjual berkumpul untuk mempertukarkan barang dan jasa. (Kotler, 1997:265)	Persepsi konsumen terhadap tempat saluran distribusi, dimana terjadinya transaksi terhadap suatu barang dan jasa.	Perolehan data berdasarkan persepsi konsumen terhadap tempat/lokasi perusahaan. 1. kestrategisan lokasi 2. kebersihan 3. kemudahan transportasi 4. fasilitas memadai 5. jaminan keamanan tempat usaha 6. area parkir	Ordinal
Keputusan Pembelian (Y)	Pengambilan keputusan pembelian adalah	Persepsi konsumen terhadap	Jumlah skor persepsi konsumen untuk membeli produk	Ordinal

	proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi 2 atau lebih perilaku alternatif dan memilih 1 diantaranya. (Peter & Olso, 1995:162)	keputusan konsumen untuk membeli atau tidak membeli suatu barang/jasa	berdasarkan: 1. Pilihan produk 2. Pilihan merek 3. Pilihan penyalur 4. Waktu pembelian 5. Jumlah pembelian	
--	--	---	---	--

3.5 Sumber Data

Apabila di lihat dari sumber datanya, di dalam penelitian ini pengumpulan data dapat digolongkan menjadi dua golongan, yaitu:

1. Data Primer

Yaitu data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dalam hal ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuisioner kepada konsumen yang merupakan konsumen restoran Padang di kota Bandung.

2. Data Sekunder

Yaitu data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, yaitu data yang diperoleh dari literatur, seperti buku-buku, internet, surat kabar dan majalah yang dianggap relevan dengan topik penelitian.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Untuk menunjang penelitian ini maka penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Observasi, yaitu melakukan penelitian langsung yang lebih jelas mengenai masalah yang diteliti.

2. Wawancara, yaitu tanya jawab langsung sambil tatap muka atau mengadakan komunikasi langsung dengan menggunakan paduan wawancara, untuk mengetahui hal-hal dari responden dan dari pihak perusahaan.
3. Kuisisioner, merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.
4. Studi Literatur

3.7 Teknik Pengolahan Data

Analisis data dalam penelitian kuantitatif dilakukan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Adapun kegiatan mengolah data dalam penelitian ini sebagai berikut:

a. Menyusun data

Kegiatan ini dilakukan untuk mengecek semua kelengkapan data serta pengisian data yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.

b. Tabulasi Data

Dalam kegiatan ini kegiatan tabulasi data yang dilakukan yaitu:

1. Memberi skor pada setiap item.
2. Menjumlahkan skor pada setiap item.
3. Menyusun rangking skor pada setiap variabel penelitian.

c. Menganalisis Data

Menganalisis data merupakan suatu proses pengolahan data dengan menggunakan rumus-rumus statistik, serta menginterpretasikan data agar

diperoleh kesimpulan. Model analisa data yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat dan untuk menguji kebenaran dari dugaan sementara digunakan model sebagai berikut:

3.8 Skala Pengukuran Variabel

Agar setiap jawaban responden dapat dihitung dengan baik, maka diperlukan alat ukur yang tepat dalam memberikan skor pada setiap jawaban responden. Alat ukur dalam pemberian skor atas jawaban responden adalah dengan menggunakan *Skala Likert* yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang mengenai fenomena sosial.

Dalam penelitian ini menggunakan Skala Likert, Skala Likert menggunakan ukuran ordinal. Butir-butir skala sikap yang telah dibuat berdasarkan aspek-aspek sikap yang ditetapkan menurut Skala Likert.

Tabel 3.3
Pemberian Skor Untuk Setiap Variabel

Jawaban	Skor
Sangat setuju	5
Setuju	4
Ragu-ragu	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

3.9 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Agar hasil penelitian tidak bisa, dan diragukan kebenarannya, maka alat ukur tersebut harus valid dan reliabel. Untuk itulah terhadap angket yang

diberikan kepada responden dilakukan dua macam tes yaitu *test of validity dan test of reliability*.

3.9.1 Uji Validitas

Hasil penelitian dikatakan valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya. Uji validitas berkenaan dengan instrumen yang digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud.

Uji validitas ini dengan menggunakan teknik korelasi *product moment* dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n\Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{\{N\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2\}\{N\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2\}}} \quad (\text{Sugiyono, 2009:274})$$

Ket:

r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

n = Jumlah responden

ΣXY = Jumlah hasil kali skor X dan Y setiap responden

ΣX = Jumlah skor X

ΣY = Jumlah skor Y

$(\Sigma X)^2$ = Kuadrat jumlah skor X

$(\Sigma Y)^2$ = Kuadrat jumlah skor Y

Keputusan pengujian validitas item instrumen, yaitu sebagai berikut:

- a. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$.
- b. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid jika $r_{hitung} < r_{tabel}$.

3.9.2 Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas menggunakan rumus Uji Reliabilitas (r_{11}). Langkah-langkah untuk menguji reliabilitas instrumen dengan menggunakan Uji Reliabilitas dengan rumus sebagai berikut:

- a) Menghitung harga varians tiap item dari setiap item

$$\sigma_b^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}}{n} \quad (\text{Suharsimi, 2002:171})$$

Ket:

σ_b^2 = harga varian tiap item

$\sum x^2$ = jumlah kuadrat jawaban responden tiap item

$(\sum x)^2$ = jumlah kuadrat skor seluruh responden dari tiap item

n = jumlah responden

- b) Mencari varians total

$$\sigma_t^2 = \frac{\sum y^2 - \frac{(\sum y)^2}{n}}{n} \quad (\text{Suharsimi, 2002:171})$$

σ_t^2 = harga varian total

$\sum y^2$ = jumlah kuadrat skor total

$(\sum y)^2$ = jumlah kuadrat dari jumlah skor total

n = jumlah responden

c) Menghitung *Reliability Instrumen*

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah alat pengumpul data tersebut menunjukkan tingkat ketepatan, tingkat keakuratan, kestabilan atau konsistensi dalam mengungkapkan gejala tertentu dari sekelompok individu walaupun dilaksanakan pada waktu yang berbeda. Untuk menguji reliabilitas instrumen penelitian ini menggunakan Uji Reliabilitas dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right] \quad (\text{Suharsimi, 2002:171})$$

Ket:

r_{11} = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan

σ_b^2 = Jumlah varians butir/item

σ_t^2 = Varians total

d) Mengkonsultasikan harga r_{11} pada penapsiran indeks korelasi, yaitu:

Tabel 3.4
Batas-batas nilai r (korelasi)

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,000-0,199	Sangat Rendah
0,200-0,399	Rendah
0,400-0,599	Sedang
0,600-0,799	Kuat
0,800-1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2008:231)

Keputusan uji reliabilitas instrumen berdasarkan ketentuan sebagai berikut:

- $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ maka instrumen dikatakan reliabel.
- $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$ maka instrumen dikatakan tidak reliabel.

3.10 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data diarahkan pada pengujian hipotesis yang diajukan serta menjawab rumusan masalah yang diajukan. Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner ini disusun oleh penulis berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian, yaitu memberikan keterangan dan data mengenai pengaruh kualitas produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada restoran Padang di kota Bandung.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda dan analisis korelasi. Langkah-langkah dalam teknik analisis data adalah sebagai berikut:

3.10.1 Uji Regresi

Dalam penelitian ini jenis data yang terkumpul adalah data ordinal, sejalan dengan tujuan yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian.

Langkah untuk melakukan transformasi data tersebut sebagai berikut:

1. Perhatikan setiap butir pertanyaan yang terdapat dalam angket.
2. Untuk butir tersebut, tentukan berapa banyak responden yang menjawab dengan perolehan skor 1,2,3,4,5 yang disebut frekuensi.
3. Setiap frekuensi dibagi dengan banyaknya responden dan hasilnya disebut Proporsi (P).
4. Tentukan proporsi kumulatif (PK) dengan cara menjumlahkan antara proporsi yang ada dengan proporsi yang sebelumnya.

5. Dengan menggunakan Tabel distribusi normal baku, tentukan nilai Z untuk setiap kategori.
6. Tentukan nilai densitas untuk setiap nilai Z yang diperoleh dengan menggunakan Tabel ordinat distribusi normal baku.
7. Hitung SV (Scala Value) atau nilai skala dengan rumus sebagai berikut:

$$SV = \frac{(\text{Density of Lower Limit}) - (\text{Density of Uper Limit})}{(\text{Area Below Upper Limit})(\text{Area Below Lower Limit})}$$

Dimana:

- *Density of Lower Limit*, diperoleh dari tabel tinggi ordinat normal untuk pilihan jawaban dengan nilai yang lebih rendah.
- *Density of Upper Limit*, diperoleh dari tabel tinggi ordinat normal untuk pilihan jawaban dengan nilai yang tinggi.
- *Area Bellow Upper Limit*, diperoleh dari kumulatif proporsi untuk pilihan jawaban dengan nilai yang tinggi.
- *Area Bellow Lower Limit*, diperoleh dari kumulatif proporsi untuk pilihan jawaban dengan nilai yang lebih rendah.

Setelah itu tentukan nilai transformasi dengan menggunakan rumus:

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

dimana $K = 1 + [SVMin]$

Setelah data ditransformasikan dari data ordinal ke interval maka langkah selanjutnya adalah menguji hipotesis menggunakan teknik analisis regresi linier berganda untuk menguji pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Menentukan persamaan regresi linier berganda, dengan rumus:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Sugiyono (2007:275)

Ket:

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

 b_1, b_2 = Koefisien regresi X_1 = Kualitas produk X_2 = Lokasi

Regresi linier berganda dengan persamaan $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$, untuk menghitung harga-harga a, b_1 , b_2 dapat menggunakan persamaan sebagai berikut:

$$\sum Y = an + b_1 \sum X_1 + \sum X_2$$

$$\sum X_1 Y = a \sum X_1 + b_1 \sum X_1^2 + b_2 \sum X_1 X_2$$

$$\sum X_2 Y = a \sum X_2 + b_2 \sum X_2^2 + b_1 \sum X_1 X_2$$

Sugiyono (2009:278)

3.10.2 Analisis Korelasi

Setelah data terkumpul berhasil di ubah menjadi data interval, maka langkah selanjutnya adalah menghitungnya dengan menggunakan analisis korelasi yang bertujuan mencari hubungan antara dua variabel atau lebih.

Hubungan dua variabel atau lebih dikatakan positif, bila nilai suatu variabel ditingkatkan, maka akan meningkatkan variabel yang lain dan sebaliknya bila suatu variabel diturunkan maka akan menurunkan nilai variabel lain.

Hubungan dua variabel atau lebih dikatakan negatif, bila nilai suatu variabel dinaikan, maka akan menurunkan variabel yang lain dan juga sebaliknya bila suatu variabel diturunkan maka akan menurunkan nilai variabel lain.

Ukuran yang dipakai untuk mengetahui kuat atau tidaknya hubungan antara X dan Y disebut koefisien korelasi (r) paling sedikit -1 dan paling besar 1 ($-1 < r < 1$).

Artinya, jika:

$r = 1$, hubungan X dan Y sempurna dan positif (mendekati 1, hubungan sangat kuat dan positif)

$r = -1$, hubungan X dan Y sempurna dan negatif (mendekati -1, hubungan sangat kuat dan negatif)

$r = 0$, hubungan X dan Y lemah sekali dan tidak ada hubungannya sama sekali

Penentuan koefisien korelasi (r) dalam penelitian ini menggunakan koefisien korelasi Pearson Product Moment, yaitu:

$$r_{xy} = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N\sum X^2 - (\sum X)^2\}\{N\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}} \quad (\text{Sugiyono, 2009:274})$$

Ket:

r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

n = Jumlah responden

$\sum XY$ = Jumlah hasil kali skor X dan Y setiap responden

$\sum X$ = Jumlah skor X

$\sum Y$ = Jumlah skor Y

$(\sum X)^2$ = Kuadrat jumlah skor X

$(\sum Y)^2$ = Kuadrat jumlah skor Y

Sedangkan arti harga r akan dikonsultasikan dengan tabel interpretasi nilai r sebagai berikut:

Tabel 3.5
Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi
Terhadap Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,000-0,199	Sangat Rendah
0,200-0,399	Rendah
0,400-0,599	Sedang
0,600-0,799	Kuat
0,800-1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2008:231)

3.11 Uji Hipotesis

Untuk mencari antara hubungan dua variabel atau lebih dapat dilakukan dengan menghitung korelasi antar variabel yang akan dicari hubungannya. Korelasi merupakan angka yang menunjukkan arah dan kuatnya hubungan antar dua variabel atau lebih.

Objek penelitian yang menjadi variabel bebas atau *independent variable* yaitu kualitas produk (Variabel X_1) dan lokasi (Variabel X_2), sedangkan *variabel dependen* adalah keputusan pembelian (Variabel Y).

Adapun yang menjadi hipotesis utama dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh antara kualitas produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada restoran Padang di kota Bandung.

3.11.1 Pengujian Koefisien Regresi secara Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Hipotesis diuji dengan uji F_{hitung} dengan rumus:

$$F_h = \frac{\frac{R^2}{k}}{\frac{(1-R^2)}{(n-k-1)}} \quad \text{Sugiyono (2009:235)}$$

Ket:

R = Koefisien korelasi ganda

k = jumlah variabel independen

n = jumlah anggota sampel

Untuk menerima atau menolak hipotesis. H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan menolak H_0 jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$. Tingkat kesalahan yang digunakan sebesar 5% atau 0.05, pada taraf signifikansi 95%.

3.11.2 Pengujian Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Uji t Parsial digunakan untuk mengetahui hubungan variabel X dan variabel Y. Untuk uji parsial, dilakukan uji t statistik dengan rumus:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad \text{(Sudjana, 1992:380)}$$

Ket:

t_{hitung} = nilai t

r = Nilai koefisien korelasi

n = Jumlah sampel

Pengujian hipotesis secara parsial dilakukan dengan menguji nilai t_{hitung} . Uji t bertujuan untuk menguji tingkat signifikan dari setiap variabel bebas (X_1 dan X_2) secara parsial terhadap variabel terikat (Y). Kriteria untuk menolak atau menerima hipotesis, pada tingkat kesalahan yang digunakan sebesar 5% atau 0.05, pada taraf signifikan 95% adalah:

- a. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan menolak H_a , yang artinya koefisien korelasi berganda yang dihitung tingkat signifikan.
- b. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan menerima H_a yang artinya koefisien korelasi berganda yang dihitung tingkat signifikan dan menunjukkan terdapat pengaruh secara parsial.

3.11.3 Uji Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui besarnya kemampuan variabel independent mempengaruhi variabel dependent maka dilakukan uji determinasi (simultan) dengan rumus:

$$KD = r^2 \times 100\% \quad (\text{Sugiyono, 2007:275})$$

Nilai r didapat dengan rumus:

$$r_{xy} = \frac{N\Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{\{N\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2\}\{N\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2\}}}$$

Koefisien Determinasi (Uji R^2) merupakan proporsi atau persentase dari nilai variasi Y yang dijelaskan oleh garis regresi. Koefisien regresi merupakan angka yang menunjukkan besarnya derajat kemampuan atau distribusi variabel bebas dalam menjelaskan atau menerangkan variabel terikatnya di dalam fungsi yang bersangkutan. Besar nilai R^2 diantara nol dan satu maka ($0 < R^2 < 1$) dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika nilai R^2 nya semakin mendekati angka 1, maka model tersebut baik dan tingkat kedekatan antar variabel bebas dan terikat semakin dekat pula.
- b. Jika semakin menjauhi angka 1, maka hubungan antar variabel bebas dengan variabel terikat tidak mendekati.