

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dimana menurut Wiratna Sujarweni (2015:39) penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Pendekatan kuantitatif memusatkan perhatian pada gejala-gejala yang mempunyai karakteristik tertentu di dalam kehidupan manusia yang dinamakannya variabel. Dalam pendekatan kuantitatif hakikat hubungan di antara variabel-variabel dianalisis dengan menggunakan teori yang objektif.

Menurut Sugiyono (2016:2) metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu, dan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan yang rasional, empiris, dan sistematis. Dalam penelitian ini yaitu Rasional yang merupakan kegiatan penelitian itu dilakukan dengan cara-cara yang masuk akal atau sesuai dengan kenyataan, sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Dalam hal ini penelitian menggunakan metode *Asosiatif* yaitu bentuk penelitian dengan menggunakan minimal dua variabel yang dihubungkan. Metode *asosiatif* dengan bentuk *hubungan kausal* merupakan suatu penelitian yang mencari hubungan sebab akibat antara suatu variabel independen (bebas) yaitu Perceived Quality (X1) dan *Negara Asal* (X2) dengan variabel dependen terikat yaitu dan Minat Beli (Y).

3.2. Sumber Data

Data yang dihasilkan oleh peneliti merupakan hasil akhir dari proses pengolahan selama berlangsungnya penelitian. Sumber data menurut cara memperolehnya, antara lain:

1. Data Primer

Data Primer adalah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, kelompok fokus, dan panel, atau juga data hasil wawancara peneliti dengan nara sumber. Data yang diperoleh dari data primer ini harus diolah lagi menurut Wiratna Sujarweni (2015:89). Sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Jenis data yang digunakan adalah data dari hasil jawaban kuesioner yang dibagikan kepada pengguna Smartphone Samsung di Bandar Lampung.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang didapat dari catatan, buku, artikel, buku – buku sebagai teori dan lain sebagainya. Data yang diperoleh dari data sekunder ini tidak perlu diolah lagi. Sumber yang tidak langsung memberikan data pada pengumpul data menurut Wiratna Sujarweni (2015:89).

1.3 Metode Pengumpulan Data

1. Penelitian Kepustakaan (*Lybrary Research*)

Metode ini dilakukan dengan mengkaji berbagai teori dan bahasan yang relevan dengan penyusunan skripsi ini seperti data yang bersumber dari berbagai referensi seperti literatur, arsip, dokumentasi, dan data lain yang dibutuhkan dalam penelitian berupa teori tentang minat beli.

2. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Metode ini dilakukan dengan cara turun secara langsung ke lapangan penelitian untuk memperoleh data-data berkaitan dengan kebutuhan penelitian. Dalam penelitian ini akan digunakan dalam pengumpulan data menurut Sugiyono (2016:137) melalui wawancara dan kuesioner (angket).

a. Interview (Wawancara)

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal responden yang mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil menurut Sugiyono (2016:137). Guna mendapatkan data sekunder yang dapat mendukung dalam proses penulisan skripsi.

b. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Menurut Sugiyono (2016:142). Peneliti membuat beberapa kuesioner yang akan dibagikan kepada pengguna Smartphone Samsung di Bandar Lampung. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert (1,2,3,4,5).

Dalam skala likert, kuesioner yang digunakan adalah kuesioner pilihan dimana setiap item pernyataan disediakan 5 jawaban.

Dalam penentuan skor nilai, penelitian ini menggunakan skala Likert. Menurut Sugiyono (2016:93), Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai negatif yang dapat berupa kata-kata antara lain:

1. SS = Sangat Setuju Skor 5
2. ST = Setuju Skor 4
3. RR = Ragu ragu Skor 3
4. TS = Tidak Setuju Skor 2
5. STS = Sangat Tidak Setuju Skor 1

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 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 kesimpulan menurut Sugiyono, (2016:80). Populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen yang aktif menggunakan smartphone Samsung di Bandar Lampung. Jumlah populasi tidak di ketahui.

3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2016:81) Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul – betul representatif (mewakili). Penelitian menggunakan rumus penentuan ukuran sampel yang dinyatakan oleh *Isac Michel* dalam Syofian Siregar, (2016:149). Dalam penelitian ini sampel menggunakan rumus *Isac Michel* yaitu jumlah populasi tidak di ketahui :

$$n = \frac{(z_{\alpha/2})^2 p \cdot q}{e^2}$$

Keterangan :

n = Sampel

p = proporsi populasi

q = 1-p

Z = tingkat kepercayaan/ signifikasi

e = margin of error

Diketahui jika asumsinya tidak ada estimasi proposi yang di pakai, maka di gunakan 0,5 dengan asumsi untuk satu survei sampel 95% tingkat konfidensi atau tingkat kepercayaan menurut Ulber Silalahi (2015:390). Dan eror sebesar 10% menurut Syofian Siregar,(2016:150).

Jadi jumlah sempel di dapat:

$$\alpha = 1 - 0.95 = 0.05$$

$$\alpha/2 = 0.05/2 = 0.025$$

$$Z = 1 - 0.025 = 0.975 \text{ (dari distribusi normal (1.96))}$$

$$P = 0.5$$

$$q = 1 - 0.5 = 0.5$$

$$e = 0.1$$

rumus nya:

$$n = \frac{(1.96)^2 0.5 \cdot 0.5}{(0.1)^2}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.01} = 96.04$$

Jadi sampel yang akan dipilih adalah sebanyak 96 pengguna smartphone Samsung di Bandar Lampung yang akan menjadi sampel dalam penelitian ini.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan *Nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel menurut Sugiyono (2016:84). Karena penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian membesar maka menggunakan teknik Snowball Sampling.

3.5 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2016:38) variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

1. Variabel Independen

Variabel independen atau variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam hal ini yang menjadi variabel independen adalah *Perceived Quality* (X1) dan *Negara Asal* (X2).

2. Variabel Dependen

Variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam hal ini yang mejadi variabel penghubung adalah Minat Beli (Y).

3.6 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel bertujuan untuk menjelaskan makna variabel yang sedang diteliti. Menurut Wiratna Sujarweni (2015:76), memberikan pengertian tentang definisi operasional adalah variabel penelitian dimaksudkan untuk memahami arti setiap variabel penelitian sebelum dilakukan analisis, instrumen, serta sumber pengukuran berasal dari mana.

Tabel 3.1.
Operasional Variabel

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
Perceived Quality (X1)	Menurut (Zeithaml, 1988). Aaker (1991) dalam Erna Listiana (2012:26) Perceived Quality atau kualitas yang dirasakan bukanlah kualitas produk yang sebenarnya namun persepsi pelanggan	Persepsi pelanggan terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa layanan berkenaan dengan	1. The absolute threshold 2. The different threshold atau just noticeable different	Likert

	terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan produk atau jasa.	maksud yang diharapkan.		
<i>Negara Asal (X₂)</i>	Dalam I Gusti et al., Alit et al., dan I Made et al., (2014:3608). Country of origin adalah seluruh bentuk persepsi konsumen atas produk dari sebuah negara tertentu berdasarkan persepsi konsumen sebelumnya akan kelebihan dan kekurangan produksi serta pemasaran negara tersebut.	Persepsi kualitas tentang produksi produk smartphone Samsung yang mempengaruhi konsumen dalam memilih smartphone.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Inovasi negara dalam berproduksi 2. Tingkat kemajuan teknologi negara asal merek 3. Desain produk 4. Kreativitas berproduksi 5. Kualitas produksi 6. Prestige atau gengsi yang dimiliki negara asal merek 7. Citra negara asal merek sebagai negara maju. 	Likert

Minat Beli (Y)	Menurut Kotler (2005) dalam I Gusti et al., Alit et al., dan I Made et al., (2014:3609) mengungkapkan bahwa <i>purchase intention</i> adalah tujuan atau niat, dan kecenderungan konsumen untuk membeli merek yang paling disukainya.	Minat beli Konsumen dalam menciptakan suatu motivasi yang terus terekam dalam benaknya dan menjadi suatu keinginan yang sangat kuat yang pada akhirnya ketika seorang konsumen harus memenuhi kebutuhannya.	1.Tertarik mencari informasi mengenai produk 2.Mempertimbangkan untuk membeli 3.Tertarik untuk mencoba 4.Ingin mengetahui produk 5.Ingin membeli produk	Likert
-----------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------

3.7 Uji Persyaratan Instrumen

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas eksternal menekankan pada aspek bagaimana instrumen yang digunakan sesuai dengan kondisi empiris dilapangan. Item item pertanyaan disesuaikan dengan indikator indikator empiris dilapangan. Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir – butir dalam suatu daftar item pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Daftar pertanyaan ini pada umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu. Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan di uji validitasnya. Hasil r hitung kita bandingkan dengan r tabel dimana $df = n - 2$ dengan sig 5%. Jika r tabel $<$ r hitung maka valid menurut Wiratna Sujarweni, (2015:108). Uji validitas menggunakan teknik korelasi *Produk Moment* dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{n\sum xy - \sum x (\sum y)}{\sqrt{[n\sum x^2 - (\sum x)^2] [n\sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan :

r : koefisien korelasi antara butir dengan jumlah skor

x : skor butir

y : jumlah sekor

n : banyak nya dempel

Prosedur pengujian :

1. Ho : data valid

Ha : data tidak valid

2. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen valid

Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen tidak valid

3. Pengujian validitas instrument dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 21.0*)

4. Penjelasan dari butir 1 dan 2 dengan perbandingan r_{hitung} dengan r_{tabel} dan probabilitas (sig) dengan r_{tabel} maka dapat di simpulkan instrumen tersebut dinyatakan valid atau sebaliknya.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas Internal Consistency

Pengujian reliabilitas dengan internal consistency, dilakukan dengan cara mencobakan instrumen sekali saja, kemudian data yang diperoleh dianalisis dengan teknik-teknik tertentu. Hasil analisis dapat digunakan untuk memperediksi reliabilitas instrumen menurut Wiratna Sujarweni, (2015:110).

Reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruktur – konstruktur pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan

disusun dalam suatu bentuk kuesioner menurut Wiratna Sujarweni, (2015:110).

Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai Alpha > 0,60 maka reliabel.

Pengujian reliabilitas melalui satu tahap yang diuji pada 30 responden.

Kriteria uji dengan metode *alpha cronbach*.

Tabel interpretasi nilai r *Korelasi Product Moment*.

Tabel 3.2
Interprestasi Nilai R

Nilai Korelasi	Keterangan
0,8000 – 1.0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat Rendah

Prosedur pengujian:

1. Ho : data reliable
Ha : data tidak reliable
2. Bila probabilitas (sig) < korelasi maka instrumen reliable
Bila probabilitas (sig) > korelasi maka instrumen tidak reliable
3. Pengujian Reliabilitas instrument dilakukan melalui program SPSS (Statistical Program and Service Solution seri 21.0).
4. Penjelasan dari butir 1 dan 2 dengan perbandingan probabilitas (sig) dengan r_{tabel} maka dapat di simpulkan instrumen tersebut dinyatakan reliable atau sebaliknya.

Rumus indeks reabilitas Alpha adalah sebagai berikut:

$$R = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan :

R : indeks reliabilitas

K : banyaknya butir pertanyaan

σ_b^2 : Jumlah varians butir

σ_t^2 : Varian total

Metode Alpha Cronbach dapat digunakan untuk mencari reliabilitas instrumen yang sekornya skala 1 samapai 5 menurut Rambat Lupiyoadi, (2015:61).

3.8 Uji Persyaratan Analisis Data

3.8.1 Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji untuk mengukur apakah data yang dimiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametik, jika data tidak berdistribusi normal dapat dipakai statistik non parametik. Uji normalitas adalah melakukan perbandingan antara data yang dimiliki dengan data berdistribusi normal yang memiliki mean dan standar deviasi yang sama menurut Wiratna Sujarweni, (2015:120). Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terkait dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* (KS) menurut Wiratna Sujarweni, (2015:225).

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara:

1. H_0 : Data berasal dari populasi berdistribusi normal
 H_a : Data dari populasi yang berdistribusi tidak normal
2. Apabila (Sig) > 0,05 maka H_0 diterima (Normal)
 Apabila (Sig) < 0,05 maka H_a ditolak (Tidak Normal)
3. Pengujian normalitas sampel dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 21.0*).

4. Penjelasan dan kesimpulan dari butir 1 dan 2, dengan membandingkan nilai kedua probabilitas (sig) $>$ 0,05 atau sebaliknya maka variabel X normal atau tidak normal.

3.8.2 Uji Homogenitas

Uji homogenitas digunakan untuk mengetahui apakah beberapa varian populasi adalah sama atau tidak. Uji ini dilakukan sebagai prasyarat dalam analisis independent sample t test dan One Way Anova. Asumsi yang mendasari dalam analisis varian (ANOVA) adalah bahwa varian dari populasi adalah sama. Sebagai kriteria pengujian, jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa varian dari dua atau lebih kelompok data adalah sama.

Uji homogenitas digunakan untuk mengetahui apakah data sampel yang diambil dari populasi bervariasi homogen atau tidak.

Prosedur pengujian :

1. H_a : Varian populasi adalah homogen
 H_o : Varian populasi adalah tidak homogen
2. Jika probabilitas (sig) $>$ 0,05 maka H_o diterima (Homogen)
 Jika probabilitas (sig) $<$ 0,05 maka H_o ditolak (Tidak Homogen)
3. Pengujian validitas instrument dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 21.0*)
4. Penjelasan dan kesimpulan dari butir 1 dan 2 dengan membandingkan nilai kedua probabilitas (sig) $>$ 0,05 atau sebaliknya maka variabel X homogen atau tidak homogen.

3.8.3 Uji Linieritas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini digunakan sebagai prasyarat statistik parametrik khususnya dalam analisis korelasi atau regresi linear yang termasuk dalam hipotesis asosiatif. Jadi untuk mengerjakan Skripsi berjudul "Korelasi antara",

"Hubungan antara", atau "Pengaruh antara", uji linieritas ini harus kita lalui terlebih dahulu sebagai prasyarat uji hipotesis yang kita munculkan. Pengujian dapat dilakukan pada program SPSS dengan menggunakan *Test for Linearity* pada taraf signifikansi 0,05. Menurut Rambat Lupyoadi, (2015:146)

Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi (*Deviation from Linearity*) lebih dari 0,05.

Prosedur pengujian :

1. H_0 : model regresi berbentuk linier
 H_a : model regresi tidak berbentuk linier
2. Jika probabilitas (Sig) < 0,05 (Alpha) maka H_0 ditolak
Jika probabilitas (Sig) > 0,05 (Alpha) maka H_0 diterima
3. Pengujian linieritas sampel dilakukan melalui program SPSS (Statistical Program and Service Solution seri 21.0)
4. Penjelasan dan kesimpulan dari butir 1 dan 2, dengan membandingkan nilai probabilitas (sig) > 0,05 atau sebaliknya maka variabel X linier atau tidak linier.

3.9 Metode Analisis Data

Menurut Wiratna Sujarweni (2015:121) menyatakan bahwa analisis data diartikan sebagai upaya data yang sudah tersedia kemudian diolah dengan statistik dan dapat digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian. Dengan demikian, teknik analisis data dapat diartikan sebagai cara melaksanakan analisis terhadap data, dengan tujuan mengolah data tersebut untuk menjawab rumusan masalah.

Regresi Linier Berganda

Menurut Wiratna Sujarweni (2015:160) regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan negara asal terhadap persepsi konsumen. Selain itu juga analisis regresi digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang di ajukan dalam penelitian ini, yang model nya sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Minat Beli

X1 = *Perceived Quality*

X2 = *Negara Asal*

b₁ = koefisien *Perceived Quality*

b₂ = koefisien *Negara Asal*

a = konstanta

e = error

3.10 Pengujian Hipotesis

3.10.1 Uji t

Menurut Wiratna Sujarweni (2015:161) Uji t adalah pengujian koefisien regresi parsial individu yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara individual mempengaruhi variabel dependen (Y).

1. *Perceived Quality* (X₁) Terhadap Minat Beli (Y)

H_0 = *Perceived Quality* (X₁) tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli (Y) Smartphone Samsung di Bandar Lampung.

H_a = *Perceived Quality* (X₁) berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli (Y) Smartphone Samsung di Bandar Lampung.

Kriteria pengujian dilakukan dengan :

- a. Jika nilai sig < 0,05 maka Ho ditolak
- b. Jika nilai sig > 0,05 maka Ho diterima
- c. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka Ho ditolak
- d. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka Ho diterima

2. Negara Asal (X₂) Terhadap Minat Beli (Y)

Ho = *Negara Asal (X₂)* tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli (Y) Smartphone Samsung di Bandar Lampung.

Ha = *Negara Asal (X₂)* berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli (Y) Smartphone Samsung di Bandar Lampung.

Kriteria pengujian dilakukan dengan :

- a. Jika nilai sig < 0,05 maka Ho ditolak
- b. Jika nilai sig > 0,05 maka Ho diterima
- c. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka Ho ditolak
- d. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka Ho diterima
- e. Pengujian dilakukan melalui program SPSS (Statistical Program and Service Solution seri 21.0).

3.10.2 Uji F

Menurut Wiratna Sujarweni (2015:162) Uji F adalah pengujian signifikansi pemasaran yang digunakan untuk mengetahui seberapa pengaruh variabel bebas (X₁ dan X₂) secara bersama-sama terhadap variabel terkait (Y).

Perceived Quality (X₁) dan Negara Asal (X₂) Terhadap Minat Beli (Y)

Ho = *Perceived Quality (X₁) dan Negara Asal (X₂)* tidak berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Minat Beli (Y) Smartphone Samsung di Bandar Lampung.

$H_a = \text{Perceived Quality } (X_1)$ dan $\text{Negara Asal } (X_2)$ berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Minat Beli (Y) Smartphone Samsung di Bandar Lampung.

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara:

1. Membandingkan hasil perhitungan F dengan kriteria sebagai berikut:
 - a. Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
 - b. Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak
2. Menentukan nilai titik kritis untuk F_{tabel} pada $db_1=k$ dan $db_2 = n-k-1$
3. Menentukan dan membandingkan nilai probabilitas (*sig*) dengan nilai α (0,05) dengan kriteria sebagai berikut:
 - a. Jika nilai $sig < 0,05$ maka H_0 ditolak
 - b. Jika nilai $sig > 0,05$ maka H_0 diterima
4. Menentukan kesimpulan dari hasil uji hipotesis.
5. Pengujian regresi linier berganda dilakukan melalui program SPSS (Statistical Program and Service Solution seri 21.0).