

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tempat, Waktu, dan Objek Penelitian

Tempat yang peneliti pilih untuk dijadikan penelitian adalah di daerah Jakarta, yaitu Jakarta Pusat daerah Cempaka Putih, Jakarta Barat daerah Grogol, Jakarta Selatan daerah Kuningan, Jakarta Timur daerah Rawamangun, dan Jakarta Utara daerah Kelapa Gading, peneliti memilih lokasi penelitian tersebut agar peneliti mudah mendapatkan responden. Waktu untuk menyebar dan mendapatkan hasil dari kuesioner yang telah peneliti sebar yaitu dari bulan April sampai Juni 2018. Objek penelitian yaitu produk ramah lingkungan perawatan kulit organik Herborist yang belum digunakan dan dibeli oleh masyarakat di daerah DKI Jakarta.

3.2 Metode Penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode survei, yang dimana kuesioner yang terstruktur yang diberikan ke responden yang dirancang untuk mendapatkan informasi yang spesifik (Malhotra, 2009:196). Maksudnya adalah untuk mengukur penelitian menggunakan kuesioner yang didalamnya terdapat informasi berupa pertanyaan-pertanyaan yang dibuat oleh peneliti yang diajukan kepada responden. Dan metode survei dengan kuesioner tersebut peneliti sebar dengan menggunakan cara *online* atau menggunakan *Google Document* untuk menyebar kuesioner.

Model penelitian ini yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, dimana menurut Malhotra, penelitian kuantitatif adalah metodologi riset yang berupaya untuk menguantifikasi data dan biasanya menerapkan analisis statistik tertentu (Malhotra, 2009:161).

Jenis penelitian ini adalah *explanatory* dengan jenis penelitian deskriptif dan kausal. Menurut Malhotra penelitian deskriptif adalah salah satu jenis penelitian konklusif yang bertujuan untuk mendapatkan bagaimana deskripsi dari variabel bebas dan variabel terikat (Malhotra, 2009:93), sedangkan penelitian kausal adalah penelitian yang meneliti adanya hubungan yang bersifat sebab akibat dari masing-masing variabel. Penelitian kausal dilakukan untuk memperoleh fakta-fakta atau pembuktian hipotesis dari hubungan atau pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen (Malhotra, 2009:100).

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Malhotra (2009:364), populasi adalah gabungan seluruh elemen yang memiliki serangkaian karakteristik yang serupa yang mencakup keseluruhan untuk kepentingan dalam masalah riset pemasaran. Sedangkan menurut Sekaran dan Bougie (2016:236), “*population is refer to the entire group of people, events or things of interest that researcher whises to investigate*” maksudnya adalah populasi merupakan keseluruhan kelompok orang, peristiwa atau hal yang ingin diteliti oleh peneliti.

Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah responden yang belum mempunyai dan belum menggunakan produk ramah lingkungan perawatan kulit organik Herborist di Jakarta. Jenis populasi yang akan diteliti adalah populasi *infinite*, karena peneliti tidak mengetahui berapa angka pasti jumlah orang yang mengetahui kelebihan produk ramah lingkungan perawatan kulit organik Herborist di daerah Jakarta.

3.3.2 Sampel

Menurut Malhotra (2009:364), sampel adalah subkelompok elemen populasi yang terpilih untuk berpartisipasi dalam sebuah penelitian. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi misalnya karena keterbatasan data, tenaga, dan waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel dari populasi tersebut, kesimpulan yang dipelajari dari sampel tersebut akan dapat diberlakukan untuk populasi (Sugiyono, 2012:116).

Teknik pengambilan sampel yang peneliti gunakan dalam penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling*. Menurut Malhotra (2009:371) *non-probability sampling* adalah teknik sampling yang tidak menggunakan prosedur pemilihan peluang melainkan mengandalkan *judgement* pribadi peneliti.

Menurut Sugioyono (2012:120-121) *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang / kesempatan sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* menurut Sugiyono (2012:122), adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Alasan peneliti menggunakan metode *purposive sampling* adalah karena peneliti mengharapkan sampel yang akan diambil memenuhi kriteria yang sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan. Batasan dalam metode *purposive sampling* ini adalah responden yang belum menggunakan produk ramah lingkungan perawatan kulit organik Herborist.

Roscoe dalam Sugiyono (2012:129-130), memberikan saran-saran tentang ukuran sampel untuk penelitian:

1. Ukuran sampel yang layak adalah antara 30 sampai dengan 500
2. Jika sampel dibagi ke dalam kategori (pria/wanita, pegawai negeri-swasta dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30
3. Dalam penelitian *multivariate* (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti.
4. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10/20

Dilihat dari acuan penentuan ukuran sampel menurut Roscoe maka penelitian ini melibatkan pengambilan sampel yang akan digunakan dalam

penelitian ini disesuaikan berdasarkan pada poin pertama, peneliti menetapkan jumlah sampel sebanyak 200 orang responden. Karena angka ini berada di tengah rentang jumlah sampel yaitu antara 30 – 500. Dalam hal ini responden yang masuk kriteria adalah responden yang belum menggunakan produk ramah lingkungan perawatan kulit organik Herborist di Jakarta.

Tabel III.1
Kajian Penelitian Terdahulu

No.	Sumber	Lokasi	Jumlah Responden	Teknik Pemilihan Responden	Karakter Responden	Teknik Analisis Data
1	Aman <i>et al.</i> 2012	Sabahan	384	<i>Convenience Sampling</i>	<i>Demographic Data (Gender, Marital Status, Age, Income, Education, Race and Location)</i>	Regression Model
2.	Maichum <i>et al.</i> 2017	Thailand	425	<i>Quota Sampling</i>	<i>Demographic Data (Gender, Age)</i>	SPSS 23, AMOS 19
3	Ahmad dan Thyagaraj 2015	India	270	<i>Convenience Sampling</i>	<i>Demographic Data (Gender, Marital Status, Age, Income, Education, Race and Location)</i>	SPSS 20, AMOS 21
4.	Mei <i>et al.</i> 2012	Malaysia	230	<i>Random Sampling</i>	<i>Demographic Data (Gender, Marital Status, Age, Income, Race)</i>	SPSS 19, Multiple Regression, Pearson Correlation

5.	Saleem <i>et al.</i> 2015	Pakistan	250	<i>Convenience Sampling</i>	<i>Customers electronic</i>	Multicollinearity, Multiple Regression
6.	Rizwan <i>et al.</i> 2014	Pakistan	150	<i>Non-Probability Sampling (Purposive Sampling)</i>	<i>Demographic Data (Gender, Age, Education, and Status)</i>	Descriptive Correlation, Factor Analysis
7.	Liang dan Chaipoopirutana 2014	Beijing	450	<i>Random Sampling, Quota Sampling, Convenience Sampling</i>	<i>Demographic Data (Gender, Age, Status, Income)</i>	Correlation Coefficient Test
8.	Karatu dan Mat 2015	Nigeria	450	<i>Random Sampling</i>	<i>Demographic Data (Gender, Age, and Education)</i>	SEM

Sumber: Data Diolah oleh Peneliti (2018)

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, menurut Malhotra data primer yaitu data yang berasal dari sumber data yang langsung atau khusus memberikan data kepada pengumpul data untuk mengatasi masalah penelitian (Malhotra, 2009:120). Data ini didapat dari sumber pertama sebagai contoh hasil dari pengisian kuesioner oleh responden. Menurut Sugiyono (2012:199), kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Penelitian dilakukan dengan menyebarkan 200 kuesioner secara langsung pada responden yang belum menggunakan produk perawatan kulit organik Herborist di Jakarta, untuk memperoleh informasi tentang variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

3.5 Operasional Variabel

3.5.1 Variabel Independen

Variabel independen atau variabel bebas menurut Sugiyono (2012:59), merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel independen dalam penelitian ini adalah Pengetahuan Lingkungan (X_1) dan Kepercayaan Produk Hijau (X_2).

3.5.2 Variabel Dependen

Variabel dependen atau variabel terikat menurut Malhotra (2009:120), merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Minat Beli Produk Ramah Lingkungan (Y).

Dari variabel independen, dan dependen tersebut masing-masing variabel memiliki dimensi-dimensi dan indikator-indikator yang digambarkan pada tabel di bawah ini yaitu sebagai berikut:

Tabel III.2
Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan	Sumber
Pengetahuan Lingkungan	1. Kecenderungan memiliki pengetahuan terhadap masalah lingkungan	1. Pengetahuan terhadap masalah lingkungan	1. Memiliki pengetahuan terhadap masalah lingkungan saat ini	Maichum et al. (2017)
	2. Kecenderungan memiliki pengetahuan terhadap simbol-simbol ramah lingkungan	2. Pengetahuan terhadap simbol-simbol ramah lingkungan	2. Memiliki pengetahuan terhadap simbol-simbol ramah lingkungan	
	3. Kecenderungan memiliki pengetahuan terhadap produk ramah lingkungan	3. Pengetahuan terhadap produk ramah lingkungan	3. Memiliki pengetahuan terhadap produk ramah lingkungan	

Kepercayaan Produk Hijau		1. <i>Reliable</i>	1. Yakin bahwa perawatan kulit organik Herborist dapat diandalkan dalam hal reputasi di bidang lingkungan	Chen dan Chang (2013)
		2. <i>Dependable</i>	2. Yakin bahwa performa perawatan kulit organik Herborist dalam hal ramah lingkungan dapat diandalkan	
		3. <i>Organic Claim</i>	3. Yakin bahwa klaim perawatan kulit organik Herborist dalam hal ramah lingkungan dapat dipercaya	Pratama (2014), Chen dan Chang (2012)
		4. <i>Environmental Commitment</i>	4. Yakin perawatan kulit organik Herborist berkomitmen untuk selalu melindungi lingkungan	
		5. <i>Environmental Performance</i>	5. Yakin bahwa kinerja perawatan kulit Organik Herborist sebagai perawatan kulit ramah lingkungan baik	
		6. <i>Reputation</i>	6. Yakin reputasi dari perawatan kulit Organik Herborist sebagai perawatan kulit ramah lingkungan baik	
Minat Beli Produk Ramah Lingkungan		1. <i>Interest to Buy</i>	1. Tertarik untuk mencari info produk ramah lingkungan perawatan kulit organik Herborist	Tanaya dan Rastini (2015)

			2. Tertarik untuk membeli produk ramah lingkungan perawatan kulit organik Herborist	
		2. <i>Consider to Buy</i>	3. Mempertimbangkan untuk membeli produk ramah lingkungan perawatan kulit organik Herborist	Teng et al. (2015)
		3. <i>Plan to Buy</i>	4. Berencana untuk membeli produk ramah lingkungan perawatan kulit organik Herborist 5. Ingin membeli produk ramah lingkungan perawatan kulit organik Herborist	
		4. <i>Intend to Buy</i>	6. Berniat untuk membeli produk ramah lingkungan perawatan kulit organik Heerborist	

Sumber: Data Diolah oleh Peneliti (2018)

3.6 Skala Pengukuran

Penelitian ini menggunakan skala *likert* sebagai alat penelitian untuk mengukur pernyataan yang tercantum pada kuisisioner. Menurut Malhotra (2009:298), skala pengukuran *likert* yaitu skala pengukuran dengan lima kategori respon yang berkisar antara “sangat tidak setuju” sampai dengan “sangat setuju” yang mengharuskan responden menentukan derajat persetujuan atau ketidaksetujuan mereka terhadap masing-masing dari serangkaian pernyataan mengenai obyek stimulus. Nilai-nilai yang diberikan dari tiap skala adalah:

Tabel III.3
Skala Likert

Kriteria Jawaban	Skor	Kode
Sangat Tidak Setuju	1	STS
Tidak Setuju	2	TS
Biasa Saja	3	BS
Setuju	4	S
Sangat Setuju	5	SS

Sumber: Maholtra (2010)

3.7 Alat dan Teknis Analisis Data

Penelitian ini akan menggunakan perangkat lunak yakni SPSS versi 24. Program olah data SPSS ini sangat membantu dalam proses pengolahan data, sehingga hasil olah data yang dicapai juga dapat dipertanggungjawabkan dan terpercaya. Tujuan dari metode analisis data adalah untuk menginterpretasikan dan menarik kesimpulan dari sejumlah data yang terkumpul. Statistik yang termasuk *software* dasar SPSS adalah statistik deskriptif (tabulasi silang, frekuensi, deskripsi, penelusuran, statistik deskripsi rasio), statistik bivariat (rata-rata, *t-test*, ANOVA, korelasi, *non-parametric tests*), prediksi hasil numerik (regresi linear), dan prediksi untuk mengidentifikasi kelompok (analisis faktor, analisis *cluster*, diskriminan).

3.8 Uji Instrumen

3.8.1 Uji Validitas

Salah satu uji yang dilakukan dalam penelitian ini adalah uji validitas. Menurut Umar (2009:166), uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pernyataan-pernyataan pada kuesioner yang harus dibuang atau diganti karena dianggap tidak relevan. Menurut Malhotra (2009:288), validitas merupakan

instrumen dalam kuesioner yang dapat digunakan untuk mengukur perbedaan karakteristik objek, bukan kesalahan sistematis. Sehingga indikator-indikator tersebut dapat mencerminkan karakteristik dari variabel yang digunakan dalam penelitian. Uji validitas bertujuan untuk mengkonfirmasi korelasi yang signifikan antara korelasi antar variabel. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya kuesioner yang digunakan untuk penelitian. Pengujian validitas dapat dilakukan dengan memakai rumus *product moment pearson correlation*, yang rumusnya seperti berikut ini:

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

Sumber: Husein Umar (2011)

Keterangan:

r = Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

$\sum xy$ = Jumlah perkalian antara variabel X dan Y

$\sum x^2$ = Jumlah dari kuadrat nilai X

$\sum y^2$ = Jumlah dari kuadrat nilai Y

$(\sum x)^2$ = Jumlah nilai X kemudian dikuadratkan

$(\sum y)^2$ = Jumlah nilai Y kemudian dikuadratkan.

Syarat valid dengan jumlah responden tertentu dengan tingkat signifikansi 5% maka r tabel akan dilihat dari jumlah responden yang digunakan untuk penelitian, jadi hasil validitas harus melebihi r tabel baru dinyatakan valid.

3.8.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sekaran dan Bougie (2016:325), reliabilitas adalah sejauh mana sebuah pengukuran terbebas dari *error* dan dapat menghasilkan hasil yang konsisten. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai *Cronbach Alpha*.

Cronbach Alpha adalah koefisien reliabilitas yang menunjukkan seberapa baik item dalam penelitian tersebut berkorelasi positif dengan yang lain. Nilai *Cronbach Alpha* menunjukkan seberapa baik item-item yang ada berkorelasi secara positif satu sama lain. Nilai *Cronbach Alpha* berkisar antara 0 hingga 1. Semakin mendekati nilai 1, maka item tersebut dapat dikatakan memiliki konsistensi yang baik. Dalam menguji reliabilitas, batas minimal hasil uji *Cronbach Alpha* yang baik adalah jika hasil uji Cronbach Alpha > 0,6. Menurut Priyatno (2010:97), rumus reliabilitas dengan metode *Cronbach Alpha* dijabarkan seperti di bawah ini:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma^2} \right)$$

Keterangan:

r_{11} : Reliabilitas instrumen

σb^2 : Jumlah varians butir

k : Banyaknya butir pertanyaan

σ^2 : Jumlah varians total

3.9 Analisis Deskriptif

Menurut Malhotra analisis deskriptif dilakukan untuk mengetahui dan menjelaskan karakteristik-karakteristik variabel yang ingin diteliti. Karakteristik variabel yang ingin diteliti berasal dari setiap jawaban yang diberikan responden yang berasal dari kuesioner yang telah dibuat oleh peneliti. Karakteristik tersebut meliputi rata-rata (*mean*), standar deviasi, maksimum, minimum dan lain-lain.

3.10 Uji Asumsi Klasik

3.10.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Menurut Priyatno (2010:71), uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval maupun rasio. Jika analisis menggunakan metode parametrik, maka persyaratan normalitas harus terpenuhi, yaitu data berasal dari distribusi yang normal, dalam pembahasan ini akan digunakan uji Lilliefors dengan melihat nilai pada *Kolmogorov–Smirnov* (K-S), data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 0,05. Serta akan digunakan uji Lilliefors dengan melihat grafik dari titik-titik terhadap garis pada *Quantile-Quantile Plots* (Q-Q *Plots*), uji ini akan dinyatakan berdistribusi normal apabila titik-titik sangat dekat atau bahkan menempel pada garis.

3.10.2 Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas menurut Priyatno (2010:81) adalah keadaan dimana terjadi hubungan linier yang sempurna dalam model regresi. Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan linier antar variabel independen dalam model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolinearitas. Ada beberapa metode pengujian yang bisa digunakan di antaranya:

1. Dengan melihat *Value Inflation Factor* (VIF) pada model regresi
2. Dengan membandingkan nilai koefisiensi determinasi individual (r^2) dengan nilai determinasi secara serentak (R^2)
3. Dengan melihat nilai *Eigenvalue* dan *Condition Index*

Pada penelitian ini dilakukan uji multikolinearitas dengan melihat *Value Inflation Factor* (VIF) pada model regresi. Pada umumnya jika VIF lebih besar dari 5, maka variabel tersebut mempunyai persoalan multikolinearitas dengan variabel bebas lainnya.

3.10.3 Uji Heterokedastisitas

Menurut Priyatno (2010:83), heteroskedastisitas adalah keadaan di mana terjadi ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas. Pada uji heteroskedastisitas dengan Spearman's rho yaitu jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan residual $> 0,05$ maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas, tetapi jika signifikansi $< 0,05$ maka terjadi masalah heteroskedastisitas.

3.10.4 Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *Test for Linearity* dengan pada taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (*Linearity*) kurang dari 0,05.

3.11 Uji Hipotesis

3.11.1 Uji Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi (*Regression Analysis*) merupakan suatu teknik untuk membangun persamaan dan menggunakan persamaan tersebut untuk membuat perkiraan (*prediction*). Dengan demikian analisis regresi sering disebut sebagai analisis prediksi. Karena merupakan prediksi, maka nilai prediksi tidak selalu tepat dengan nilai riilnya, maka semakin tepat persamaan regresi yang terbentuk. Sifat hubungan antarvariabel dalam persamaan regresi merupakan hubungan sebab akibat (*causal relationship*).

1. Regresi Berganda (*Multiple Regression*)

Persamaan regresi linier berganda adalah persamaan regresi linier dengan variabel bebas lebih dari satu. Bentuk umum persamaan ini adalah:

Sumber: Kurniawan (2014)

Keterangan:

Y = Nilai dari Variabel dependen (Variabel Tidak bebas / Variabel terikat/
Variabel yang dipengaruhi

a = Konstanta, yaitu Nilai Y jika X= 0

b = Koefisien regresi

X = Nilai dari Variabel Independen (Variabel bebas / Variabel yang
mempengaruhi Variabel lain) (Kurniawan, 2014:83).

3.11.2 Uji t

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y).

Kriteria pengujian:

1. Apabila probabilitas signifikan kurang dari 0,05, maka hipotesis alternatif diterima.
2. Apabila probabilitas signifikan lebih dari 0,05, maka hipotesis alternatif ditolak.

Pengujian dilakukan dengan membandingkan antara nilai t-hitung masing-masing variabel bebas dengan nilai t-tabel dengan derajat kesalahan 5% dalam arti ($\alpha = 0.05$). Apabila nilai t-hitung \geq t-tabel, maka variabel bebasnya memberikan pengaruh bermakna terhadap variabel terikat. Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara parsial berpengaruh nyata atau tidak terhadap variabel dependen. Derajat signifikansi yang digunakan adalah 0,05. Apabila nilai signifikan lebih kecil dari derajat kepercayaan maka kita menerima hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen.

3.11.3 Analisis Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui presentase sumbangan pengaruh variabel independen (X_1, X_2, X_n) secara serentak terhadap variabel dependen (Y). Menurut Priyatno (2010: 66), koefisien ini menunjukkan seberapa besar presentasi variasi variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi variabel dependen.

R^2 sama dengan 0, maka tidak ada sedikitpun presentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independent terhadap variabel dependen, atau variasi variabel independent yang digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikitpun variasi variabel dependen. Sebaliknya R^2 sama dengan 1, maka persentase yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen adalah sempurna, atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model menjelaskan 100% variasi variabel dependen.

Penelitian ini menggunakan *Adjusted R²* karena jika jumlah variabel bebas bertambah atau dikurangi, maka nilai *Adjusted R²* akan berubah sehingga semakin jelas pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.