

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

##### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian jurnal ini yaitu menggunakan metode pendekatan lapangan yang bersifat kuantitatif. Metode kuantitatif merupakan metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Variabel-variabel biasanya diukur dengan instrumen penelitian seperti angket, test wawancara terstruktur sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan perhitungan statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.<sup>1</sup>

##### **2. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan ini dipilih karena bertujuan untuk menguji hubungan antara variabel-variabel yang diteliti yaitu, Media Sosial Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Dengan *Buy Now Pay Later* (BNPL) Sebagai Variabel Moderasi

---

<sup>1</sup> Rukminingsih, *Metode Penelitian Pendidikan Penelitian Kuantitatif, Penelitian Kualitatif, Pendidikan Tindakan Kelas* (yogyakarta: Erhaka Utama, 2020).

## **B. Waktu dan Lokasi Penelitian**

### **a. Waktu Penelitian**

Penelitian ini akan dilakukan dalam jangka waktu 1 bulan, dari 22 Maret 2025 hingga 22 April 2025. Penelitian dilakukan setelah proposal penelitian disetujui.

### **b. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian adalah tempat atau objek untuk diadakan suatu penelitian. Lokasi penelitian ini yaitu di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.

## **C. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel**

### **a. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu.<sup>2</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam

---

<sup>2</sup> Prof.Dr.Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (ALFABETA,cv, 2022).

Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu yang berjumlah 1746 mahasiswa.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul betul refresentatif (mewakili).<sup>3</sup>

Penentuan besarnya sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Slovin. Adapun besaran ukuran sampel sangat bergantung dengan besaran tingkat ketelitian atau toleransi kesalahan yang diinginkan peneliti. Tingkat *tolerance* kesalahan dalam penelitian yaitu maksimal 15%, pada penelitian ini tingkat *tolerance* kesalahan yang diambil yaitu 10% (0,1). Dengan menggunakan teknik simple random sampling pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Berikut rumus Slovin yang digunakan dalam penelitian ini:

---

<sup>3</sup> Prof.Dr.Sugiyono.

$$n = N / 1 + N (e)^2$$

Keterangan:

n : jumlah sampel

N : Jumlah populasi

e : Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)<sup>4</sup>

Sehingga perhitungan sampelnya dengan menggunakan rumus Slovin pada penelitian ini yaitu :

$$\begin{aligned} n &= N / 1 + N (e)^2 \\ &= 1746 / 1 + 1746 (0,1)^2 \\ &= 94,5 = \text{dibulatkan menjadi } 95 \text{ mahasiswa} \end{aligned}$$

#### **D. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data**

##### **a. Sumber Data**

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini merupakan data primer. Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dilapangan oleh peneliti dari orang yang bersangkutan.<sup>5</sup> prosedur pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian yaitu, studi lapangan dengan mengambil data menggunakan kuisisioner yang disebarakan kepada

---

<sup>4</sup> Prof.Dr.Sugiyono.

<sup>5</sup> Rully Desthian Pahlephi, "Data Primer: Pengertian, Fungsi, Contoh Dan Cara Mendapatkannya," detikbali, 2022, <https://www.detik.com/bali/berita/d-6422332/data-primer-pengertian-fungsi-contoh-dan-cara-mendapatkannya>.

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.

b. Teknik Pengambilan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu menggunakan data berupa angket atau kuesioner. Teknik angket atau teknik kuesioner (daftar pertanyaan) merupakan teknik pengumpulan data berupa daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis untuk diisi oleh responden. Angket memiliki beberapa komponen yaitu petunjuk pengisian, bagian identitas responden (nama, alamat, jenis kelamin, pekerjaan, usia dan lainnya), dan daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis.<sup>6</sup>

**E. Pengukuran Variabel**

Dalam penelitian ini digunakan kuesioner tertutup yang diukur dengan 5 alternatif jawaban skala likert. Semua item pertanyaan diukur dengan skala likert 1-5, untuk mengukur sikap yang menyatakan setuju atau tidak setuju terhadap pertanyaan yang diajukan dengan skor 5 SS (sangat setuju), 4 S (setuju), 3 R (ragu-

---

<sup>6</sup> Rahmadi, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Kalimantan selatan: Antasari press, 2011).

ragu), 2 TS (tidak setuju), dan 1 STS (sangat tidak setuju).<sup>7</sup>

**Tabel 3.1** Skala Likert<sup>8</sup>

Skor	Jawaban
1	Sangat Tidak Setuju (STS)
2	Tidak Setuju (TS)
3	Ragu Ragu (R)
4	Setuju (S)
5	Sangat Setuju (SS)

## F. Variabel dan Definisi Operasional

### 1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat dan nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>9</sup> Sesuai dengan judul penelitian yang

---

<sup>7</sup> “Pengertian Skala Likert, Cara Penggunaan Dan Contoh,” sampoernauniversity, 2024, <https://www.sampoernauniversity.ac.id/id/pengertian-skala-likert-cara-penggunaan-dan-contoh/>.

<sup>8</sup> Sugiyono. T. (2018), *Metode Penelitian Evaluasi (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi)* (Bandung Alfabeta, n.d.).

<sup>9</sup> Prof.Dr.Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.

dipilih penulis yaitu, Pengaruh Media Sosial Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Dengan *Buy Now Pay Later* sebagai variabel moderasi. Maka penulis mengelompokkan variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu variabel Independen (X), Variabel Dependen (Y) dan Variabel Moderasi (Z).

a) Variabel Independen (Bebas)

Variabel independen sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen.<sup>10</sup>

Dalam penelitian ini variabel independen yang diteliti yaitu, Media Sosial dan Gaya Hidup.

b) Variabel Dependen (Terikat)

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria dan konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.<sup>11</sup> Dalam penelitian ini

---

<sup>10</sup> Prof.Dr.Sugiyono.

<sup>11</sup> Prof.Dr.Sugiyono.

variabel dependen yang diteliti yaitu, Perilaku Pembelian Impulsif.

c) Variabel Moderasi

Variabel moderasi adalah variabel yang mempengaruhi (memperkuat dan memperlemah) hubungan antara variabel Independen dengan variabel dependen.<sup>12</sup> Dalam penelitian ini variabel moderasi yang diteliti yaitu, *Buy Now Pay Later* (BNPL).

2. Definisi Operasional

a) Media Sosial (X1)

Media sosial adalah suatu media online dengan setiap penggunanya dapat dengan mudah berkomunikasi, berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan hal baru melalui konten-konten yang diupload melalui Youtube, Instagram, TikTok dan Facebook. Media sosial merupakan fitur berbasis internet yang dapat memberikan koneksi jaringan serta membuat orang yang menggunakan media sosial dapat berinteraksi dalam suatu forum.<sup>13</sup> Media sosial

---

<sup>12</sup> Prof.Dr.Sugiyono.

<sup>13</sup> Langi, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Pergeseran Gaya Hidup Remaja Kristen Di Mogoyungung."

merupakan perkembangan mutakhir dari teknologi web baru berbasis internet yang memudahkan semua orang untuk dapat berkomunikasi, berpartisipasi, saling berbagi dan membentuk sebuah jaringan secara online sehingga dapat menyebarkan konten mereka sendiri.<sup>14</sup>

b) Gaya Hidup (X2)

Gaya hidup mencerminkan orientasi individu terhadap konsumsi berlebihan, pencarian kesenangan materi, dan identitas sosial yang didasarkan pada kepemilikan barang-barang. Gaya hidup sering kali dipengaruhi oleh faktor faktor sosial, budaya, dan psikologis.<sup>15</sup> Gaya hidup seseorang dapat dilihat melalui tindakan, niat, dan keyakinannya, yang melambangkan interaksi antara individu dan lingkungannya. Dalam hal berbelanja, hal ini tercermin dalam perilaku pelanggan saat mereka bereaksi dan membentuk opini tentang pembelian produk.<sup>16</sup> Menurut penelitian terdahulu, Gaya hidup itu sendiri adalah

---

<sup>14</sup> Dewi Wulandari, R. Taufiq Nur Muftiyanto, and Agus Suyatno, "Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Gaya Hidup, Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Kota Surakarta."

<sup>15</sup> Amirulloh et al., "Pengaruh Locus of Control Dan Gaya Hidup Konsumerisme Terhadap Intention to Buy Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Unusida."

<sup>16</sup> Fahriansah, Safarida, and Midesia, "Buy Now, Think Later: Impulsive Buying Behavior among Generation Z in Indonesia."

seni yang dibudidayakan oleh semua orang. Gaya hidup adalah pola perilaku sehari-hari sekelompok orang dalam suatu masyarakat. Gaya hidup sangat erat kaitannya dengan waktu dan teknologi.<sup>17</sup>

c) Perilaku Pembelian Impulsif (Y)

Pembelian impulsif didefinisikan sebagai transaksi konsumen terhadap suatu barang yang awalnya tidak dimaksudkan untuk dibeli, terjadi secara spontan dan tanpa perencanaan.<sup>18</sup> Pembelian impulsif mengacu pada dorongan kuat yang diungkapkan pelanggan dengan membeli sesuatu tanpa berpikir dua kali. Hal ini umumnya dipicu oleh perasaan dan emosi pelanggan untuk membeli sesuatu yang mungkin tidak dibutuhkannya. Pembelian impulsif menandakan pembelian pelanggan yang tidak rasional. Ini adalah pembelian pelanggan yang tidak direncanakan yang oleh para pemasar diakui sebagai cara untuk meningkatkan penjualan produk mereka.<sup>19</sup> Pembelian impulsif mengacu

---

<sup>17</sup> Arrahman and Nastainb, "Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Yogyakarta."

<sup>18</sup> Fahriansah, Safarida, and Midesia, "Buy Now, Think Later: Impulsive Buying Behavior among Generation Z in Indonesia."

<sup>19</sup> - and -, "Buy Now Pay Later (BNPL) – A New Trend: Its Awareness and Acceptance among the Millennials & Generation 'Z' with Special Reference to Jorhat District, Assam."

pada tindakan pembelian spontan yang dilakukan oleh konsumen daring, di mana pola pembelian aktual mereka menyimpang dari rencana belanja yang telah terbentuk sebelumnya dan perilaku ini ditandai dengan pemilihan dan perolehan barang atau jasa secara spontan, seringkali tanpa pertimbangan atau niat sebelumnya.<sup>20</sup>

d) *Buy Now Pay Later (Z)*

*Buy Now Pay Later* (BNPL) didefinisikan sebagai perjanjian kredit yang memungkinkan konsumen untuk membeli dan menerima produk dan layanan secara langsung, tetapi membayar pembelian mereka sesuai jadwal yang telah ditentukan (dengan cicilan).<sup>21</sup> Beli sekarang bayar nanti (BNPL) adalah salah satu bantuan teknologi finansial yang memudahkan pelanggan untuk melakukan pembelian eceran dengan mudah. Ini adalah bantuan keuangan jangka pendek yang diberikan dalam bentuk pinjaman yang paling umum dikenal sebagai pinjaman angsuran *point of sale* (POS). Ini memiliki dampak besar pada

---

<sup>20</sup> Roslee, "The Influence of Promotional Activities towards Impulsive Buying Behaviour through the BNPL Services: A Conceptual Paper."

<sup>21</sup> Juita et al., "Understanding Impulsive Buying Behaviour Among Buy Now Pay Later (BNPL) Users and Its Implication for Overconsumption and The Environment."

pembeli karena memungkinkan konsumen memperoleh manfaat dari suatu produk saat ini dan dengan membayarnya nanti.<sup>22</sup> "Beli-sekarang-bayar-nanti" (BNPL) mengacu pada solusi *FinTech* inovatif yang menawarkan kredit yang nyaman untuk pembelian eceran, yang ditandai dengan pembayaran dimuka awal diikuti oleh beberapa pembayaran dua mingguan. Layanan faktur digital ini, yang sering difasilitasi oleh penyedia keuangan yang bekerja dengan platform *e-commerce*, memungkinkan pelanggan untuk menunda pembayaran hingga tanggal kemudian, biasanya setelah pengiriman barang. BNPL merupakan bentuk kredit baru, yang memungkinkan pengguna untuk melakukan pembelian menggunakan aplikasi seluler, baik online maupun di toko fisik. Meskipun fitur ini memiliki banyak keuntungan, fitur ini juga membawa potensi risiko jika tidak digunakan dengan bijak, terutama bagi penggunanya<sup>23</sup>. Fitur utama produk BNPL adalah memisahkan manfaat

---

<sup>22</sup> - and -, "Buy Now Pay Later (BNPL) – A New Trend: Its Awareness and Acceptance among the Millennials & Generation 'Z' with Special Reference to Jorhat District, Assam."

<sup>23</sup> Verni Juita et al., "Dataset on Online Impulsive Buying Behavior of Buy Now Pay Later Users and Non-Buy Now Pay Later Users in Indonesia Using the Stimulus-Organism-Response Model," *Data in Brief* 54 (2024): 110500, <https://doi.org/10.1016/j.dib.2024.110500>.

konsumsi saat ini dari rasa sakit karena harus membayar di kemudian hari<sup>24</sup>.

## G. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dan MRA. Analisis regresi linier berganda dilakukan dengan menggunakan dua atau lebih variabel independen. Analisis linier berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan menggunakan bantuan *software SPSS*. Adapun teknik analisis data dalam penelitian ini, yaitu:

### 1. Analisis Statistik Deskriptif

Statistic deskriptif digunakan untuk menggambarkan suatu data sehingga menjadikan sebuah informasi yang lebih jelas dan mudah dipahami, yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), median, standar deviasi, nilai maksimum dan minimum. Statistik deskriptif juga diperlukan untuk menentukan kisaran aktual, kisaran teoritis dan standar deviasi dari variabel-variabel independen.<sup>25</sup>

---

<sup>24</sup> Benedict Guttman-kenney et al., "Buy Now , Pay Later ( BNPL ) ... On Your Credit Card \* ArXiv : Submit / 4684149 [ Econ . GN ] 9 Jan 2023," n.d.

<sup>25</sup> I. (2018) Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS (Keenam)* (Badan penerbit Universitas Diponegoro., n.d.).

## 2. Uji Kualitas Data

### a. Uji Validitas

Uji Validitas adalah sebuah alat ukur ditunjukkan dari kemampuannya mengukur apa yang harus diukur. Demikian juga kuesioner riset. Kuesioner dikatakan valid apabila instrument tersebut benar-benar mampu mengukur besarnya nilai variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah tiap item instrumen mampu mengukur besarnya variabel kualitas informasi, kemudahan, harga, kualitas produk dan perilaku konsumtif. Pengujian menggunakan taraf dua sisi dengan taraf signifikansi 0,05. Artinya suatu item dianggap valid jika jika berkorelasi signifikan terhadap skor total atau instrument dikatakan valid jika rhitung  $> r$  tabel..<sup>26</sup>

### b. Uji Reliabilitas Data

Uji Reliabilitas adalah indikator tingkat keandalan atau kepercayaan, *stability*, konsistensi, dan ekuivalensi terhadap suatu hasil pengukuran. Dalam penelitian ini Suatu pengukuran dianggap *reliable* atau memiliki keandalan jika konsisten memberikan

---

<sup>26</sup> Ghozali.

jawaban yang sama.<sup>27</sup> Pengujian reliabilitas digunakan untuk menguji keandalan butir instrument penelitian. Instrumen dikatakan *reliable* jika nilai *cronbach* alpha diatas 0,6. Dalam penelitian ini uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui keandalan dari setiap variabel atau bisa memberikan hasil yang sama walaupun berkali-kali digunakan oleh peneliti yang berbeda.<sup>28</sup>

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel independen dan dependennya berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas residual yang digunakan yaitu tes *Kolmogorov-Smirnov* dengan menggunakan taraf signifikansi 5% (0,05). Dasar pengambilan keputusan Apabila nilai Sig lebih besar dari 0,05, hal ini berarti data residual terdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai Sig kurang dari 0,05, hal ini berarti data residual terdistribusi tidak normal.<sup>29</sup>

---

<sup>27</sup> Sugiyono. T. (2018), *Metode Penelitian Evaluasi (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi)*.

<sup>28</sup> Sugiyono. T., *Metode Penelitian Evaluasi (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi)*., Alfabeta (Bandung, n.d.).

<sup>29</sup> Sugiyono. T. (2018), *Metode Penelitian Evaluasi (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi)*.

### **b. Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya dari ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke yang lain untuk semua model regresi. Keberadaan heteroskedastisitas dapat diuji dengan uji *Harvey*, dasar pengambilan keputusannya adalah jika nilai  $p$  value  $> 0,05$  artinya tidak ada masalah heteroskedastitas, namun jika nilai  $p$  value  $< 0,05$  artinya ada masalah heteroskedastisitas.<sup>30</sup>

### **c. Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel independen. Jika antar variabel independen terjadi multikolinearitas sempurna, maka koefisien regresi variabel independen tidak dapat ditemukan dan nilai *Standard Error* menjadi tak terhingga. Untuk dapat mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dalam mode regresi dapat dilihat dari nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai *tolerance*  $> 0,1$  dan nilai VIF  $< 10$ , maka tidak terjadi masalah multikolinearitas. Hal ini berarti

---

<sup>30</sup> Sugiyono. T. (2018).

model regresi dapat dikatakan baik. Sedangkan, jika nilai *tolerance*  $< 0,1$  dan nilai VIF  $> 10$ , maka terdapat masalah multikolinearitas. Hal ini berarti model regresi dapat dikatakan tidak baik.<sup>31</sup>

#### 4. Uji Hipotesis

Suatu persamaan dikembangkan untuk menjelaskan hubungan antara variabel Media Sosial (X1), Gaya Hidup (X2), Perilaku Pembelian Impulsif (Y) dan *Buy Now Pay Later* (Z). Model analisis data yang digunakan dalam menguji hipotesis penelitian ini adalah model analisis regresi linear berganda.

##### a. Uji t

Uji t dilakukan untuk melihat pengaruh suatu variabel independen terhadap variabel dependen. Uji t digunakan untuk melihat signifikansi dari pengaruh variabel independen secara individu terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel lain bersifat konstan. Uji t digunakan untuk melihat pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial. dalam penelitian ini menggunakan tingkat signifikan sebesar 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ). Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka hipotesis ditolak, artinya variabel independen tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Sedangkan, jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka

---

<sup>31</sup> Sugiyono. T. (2018).

hipotesis diterima, artinya variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.<sup>32</sup>

#### **b. Uji F**

Uji F digunakan untuk menguji apakah variabel Y berhubungan dengan variabel X. Kriteria yang digunakan dalam pengujian menunjukkan nilai F dan nilai signifikan p. Apabila hasil analisis menunjukkan bahwa nilai  $F < 0,05$ , maka model persamaan regresi signifikan pada alpha sebesar 0,05. Sehingga, dapat disimpulkan model yang diformulasikan dalam persamaan regresi linier sudah tepat. Sedangkan, apabila hasil analisis menunjukkan nilai  $F > 0,05$ , maka model persamaan regresinya tidak signifikan pada alpha sebesar 0,05. Sehingga dapat dikatakan model yang diformulasikan dalam persamaan regresi linier belum tepat.<sup>33</sup>

#### **c. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinan ( $R^2$ ) mengukur seberapa besar kemampuan model regresi dalam menerangkan variabel dependen. Nilai *adjusted*  $R^2$  adalah di antara 0 dan 1. Semakin mendekati 1 menunjukkan kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Jika nilai *adjusted*  $R^2$

---

<sup>32</sup> Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS (Keenam)*.

<sup>33</sup> Ghozali.

yang kecil menandakan sangat terbatasnya kemampuan variabel variabel independen menjelaskan variasi variabel dependen.<sup>34</sup>



---

<sup>34</sup> Ghozali.