

BAB III

METODA PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Strategi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, oleh karena itu penelitian ini memakai penelitian deskriptif kuantitatif dan penelitian ini akan menggunakan *survey* dengan cara membagikan kuesioner atau angket kepada para responden. Penelitian kuantitatif deskriptif adalah penelitian ilmiah dimana penelitian itu merupakan sistematis pada fenomena. Penelitian kuantitatif deskriptif juga memiliki tujuan untuk mengukur tingkat suatu variabel pada populasi atau sampel. Dalam strategi kuantitatif deskriptif akan menggunakan teknik pengumpulan data yang sangat baik dan terstruktur serta telah ditentukan. Dengan strategi kuantitatif deskriptif biasanya akan mendapatkan hasil yang baik.

Dalam penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu independen dan dependen. Menurut Sugiyono (2017) variabel independen atau variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan perubahan atau munculnya variabel dependen. Adapun variabel dependen atau variabel terikat adalah variabel yang terpengaruh atau menjadi hasil akibat variabel bebas.

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi penelitian

Menurut Sugiyono (2017), populasi merupakan daerah generalisasi yang terdiri atas obyek ataupun subyek yang memiliki kualitas serta ciri tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari serta setelah itu ditarik kesimpulannya.

Penggunaan populasi memiliki tujuan untuk memudahkan peneliti dalam menentukan subyek atau orang-orang yang menjadi target utama bagi peneliti untuk

mendapatkan data yang dibutuhkan bagi peneliti. Pada penelitian ini, peneliti melakukan *survey* di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta dan populasi yang akan digunakan adalah mahasiswa STEI. Mahasiswa STEI dipilih untuk populasi karena keberadaannya di lingkungan sekitar peneliti dan juga jangkauan yang mudah sehingga dapat menghemat biaya dan waktu dalam penelitian serta membuat penelitian ini menjadi lebih efektif dan efisien, mahasiswa STEI memiliki jumlah populasi 3.706 orang (stei.ac.id, 2021) yang terdiri dari S1 Manajemen, S1 Akuntansi, D3 Akuntansi dan D3 Manajemen Perdagangan baik dari kelas reguler pagi, reguler malam dan kelas karyawan dan mahasiswa aktif maupun cuti. Mahasiswa STEI memiliki kriteria yang cocok bagi peneliti karena sesuai dengan variabel penelitian yang sudah ditentukan.

3.2.2. Sampel penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono 2017). Metoda pengambilan sampel dilakukan dengan *purposive sampling*. Metoda ini ialah metoda pengambilan sampel bersumber pada kriteria tertentu maupun dengan pertimbangan tertentu. Metoda ini ialah salah satu metoda *non probability sampling* dimana metoda pengambilan sampel yang tidak memberi kesempatan / peluang sama untuk tiap faktor ataupun anggota populasi buat diseleksi jadi sampel (Sugiyono 2017). Kriteria pengambilan sampel pada penelitian ini ialah mahasiswa STEI dengan usia 19-35 tahun yang pernah menggunakan *Go-ride* dalam waktu 1 tahun terakhir.

Untuk menentukan jumlah sampel yang akan digunakan, maka peneliti menggunakan formula Slovin untuk mengukurnya, yaitu (Hendryadi *et al.*, 2019) :

$$n = \frac{N}{1+Ne^2} \dots\dots\dots (3.1)$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Total Populasi

e = Toleransi kesalahan

Terdapat dua ketentuan pada rumus Slovin dalam menentukan toleransi kesalahan, yaitu :

1. Nilai $e = 10\%$ (0,1) apabila populasi dalam jumlah yang besar.
2. Nilai $e = 20\%$ (0,2) apabila populasi dalam jumlah yang kecil.

Rumus Slovin digunakan jika jumlah populasi diketahui. Disamping itu, menurut Hendriyadi *et al.*, (2019) jika jumlah populasi yang digunakan terlalu besar saat pengambilan sampel anggota secara langsung, maka formula Slovin dapat digunakan untuk penghitungan ukuran sampel yang diperlukan.

Berdasarkan data pada sistem informasi akademik (SIKAD) STEI tahun 2021 mahasiswa berjumlah 3.706 mahasiswa. Jumlah mahasiswa pada populasi ini yang tergolong besar. Oleh karena itu, toleransi kesalahan dalam penelitian ini menggunakan 10% (0,1). Untuk mengetahui sampel penelitian ini digunakan rumus slovin dalam perhitungan berikut :

$$n = \frac{3.706}{1 + 3.706(0,1)^2} = 97,3$$

Pada perhitungan rumus Slovin didapatkan sebesar 97,3 yang diartikan bahwa peneliti membutuhkan 97,3 sampel untuk penelitian ini dan akan dibulatkan menjadi 97 responden.

3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data

Data merupakan seluruh informasi atau informasi yang bersumber dari dokumen yang disajikan dalam bentuk statistik untuk kepentingan penelitian. Data didapatkan dari nilai satu maupun lebih dari variabel dalam suatu populasi atau sampel. Tujuan penelitian ini menggunakan data kuantitatif karena peneliti ingin mengetahui pengaruh dari loyalitas pelanggan terhadap *Go-ride*. Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti sebagai berikut :

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh peneliti secara langsung (dari tangan pertama). Peneliti menggunakan pengumpulan data dengan penyebaran kuisisioner. Menurut Sugiyono (2017) kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuisisioner dapat digunakan berupa pertanyaan ataupun pernyataan dan bersifat tertutup maupun terbuka. Kuisisioner dapat diberikan kepada responden secara online melalui internet ataupun secara langsung. Adapun cara membuat dan menyebarkan kuisisioner sebagai berikut :

- 1) Menyusun kisi-kisi pernyataan ataupun pertanyaan kuisisioner.
- 2) Merumuskan setiap item pernyataan dan pertanyaan serta alternatif jawaban.
- 3) Menetapkan skor/nilai pada setiap item pertanyaan. Dalam penelitian ini, setiap jawaban dihitung menggunakan skala *likert*.
- 4) Kuisisioner akan disebar menggunakan internet yaitu Google Form.
- 5) Link kuisisioner yang didapat dari Google Form akan disebar melalui WhatsApp, Instagram dan Telegram.

3.4. Operasionalisasi Variabel

Variabel penelitian adalah sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk memperoleh informasi tentang variabel yang akan diteliti (Sugiyono 2017). Variabel-variabel yang ada pada penelitian ini digunakan untuk menganalisis variabel tersebut. Pada penelitian ini juga menganalisis apakah terjadi loyalitas pelanggan yang dapat dilihat adanya promosi, *brand image* dan kualitas pelayanan.

3.4.1. Indikator dan Sub Indikator antar Variabel

Tabel 3.1 Indikator Variabel Promosi (X_1)

| No. | Indikator | Sub Indikator | No. Item |
|-----|---|--|----------|
| 1. | Iklan (Advertising) | Iklan gojek yang terdapat diberbagai media sosial dapat menarik minat pelanggan untuk menggunakan jasa go-ride. | 1 |
| | | Iklan gojek sangat kreatifitas dan tepat sasaran pada pelanggan. | 2 |
| 2. | Promosi Penjualan (Sales Promotion) | Gojek memberikan harga yang dapat bersaing dengan ojek online lainnya. | 3 |
| | | Gojek sering memberikan potongan harga kepada pelanggan. | 4 |
| 3. | Hubungan Masyarakat (Public Relations) | Gojek memberikan pelayanan dan arahan yang baik pada penumpang. | 5 |
| | | Gojek memberikan sosialisasi dan berkontribusi yang baik agar tercipta hubungan yang baik antara pelanggan dan driver. | 6 |
| 4. | Pemasaran Langsung (Direct Marketing) | Gojek menggunakan media sosial sebagai alat promosi. | 7 |
| | | Promosi dengan menggunakan media sosial dapat menarik minat konsumen. | 8 |

Sumber: Kotler dan Amstrong (2013:18)

Tabel 3.2 Indikator Variabel *Brand Image* (X₂)

| No. | Indikator | Sub Indikator | No. Item |
|------------|--|--|-----------------|
| 1. | Kepribadian (<i>Personality</i>) | Gojek memberikan pelayanan yang membuat pelanggan merasa yakin dan percaya untuk selalu menggunakan Go-ride. | 9 |
| | | Gojek mampu bersaing dan bertahan dari ojek online lainnya. | 10 |
| 2. | Reputasi (<i>Reputation</i>) | Gojek mampu memberikan dampak ekonomi yang baik untuk negara. | 11 |
| | | Gojek memiliki rating yang bagus dari ojek online lainnya. | 12 |
| 3. | Nilai (<i>Value</i>) | Gojek memiliki keunggulan dalam pelayanan kepada pelanggan. | 13 |
| | | Gojek lebih sering digunakan ketika ingin menggunakan ojek online dibanding yang lainnya. | 14 |
| 4. | Identitas (<i>Corporate Identity</i>) | Gojek layak dibanggakan karena buatan Indonesia. | 15 |
| | | Gojek dikenal sebagai pelopor ojek online pertama di Indonesia. | 16 |

Sumber: Kotler dan Keller (2016:263)

Tabel 3.3 Indikator Variabel Kualitas Pelayanan (X_3)

| No. | Indikator | Sub Indikator | No. Item |
|------------|------------------------------------|--|-----------------|
| 1. | Ketanggapan (Responsiveness) | Perusahaan gojek menanggapi keluhan pelanggan secara cepat dan tepat. | 17 |
| | | Driver gojek tanggap dalam membantu kesulitan dari pelanggan. | 18 |
| 2. | Jaminan & Kepastian (Assurance) | Driver gojek sudah terlatih sehingga selalu mengutamakan keamanan dan kenyamanan. | 19 |
| 3. | Bukti Fisik (Tangible) | Gojek memiliki fitur keamanan yang dapat meminimalisir kejahatan. | 20 |
| 4. | Perhatian (Emphaty) | Perusahaan gojek menerapkan protokol kesehatan pada setiap drivernya selama pandemic covid-19. | 21 |
| 5. | Keandalan (Realibility) | Perusahaan gojek melayani pelanggan dengan ramah serta sopan santun. | 22 |
| | | Driver gojek menjemput pelanggan dengan waktu yang sangat baik. | 23 |

Sumber: Tjiptono (2014:175)

Tabel 3.4 Indikator Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

| No. | Indikator | Sub Indikator | No. Item |
|-----|---|---|----------|
| 1. | Pembelian Berulang (<i>Repeat Purchase</i>) | Pelanggan akan tetap menggunakan goride pada perjalanan pertamanya. | 24 |
| | | Pelanggan akan tetap menggunakan goride walaupun terdapat isu negatif. | 25 |
| | | Pelanggan gojek menjadikan pelayanan perusahaan sebagai priotitas untuk tetap menggunakan jasa Go-ride. | 26 |
| 2. | Retensi (Retention) | Pelanggan memilih goride menjadi pilihan utama saat ingin menggunakan ojek online. | 27 |
| | | Perusahaan gojek selalu menciptakan inovasi sehingga menimbulkan rasa loyalitas pelanggan terhadap penggunaan goride. | 28 |
| 3. | <i>(Referrals/Womm)</i> | Pelanggan mengetahui jasa Go-ride dari review teman-teman. | 29 |
| | | Pelanggan mengetahui jasa Go-ride arahan dari keluarga. | 30 |

Sumber: Kotler dan Koller (2012:57)

3.4.2. Skala dan Angka Penafsiran

Kuesioner pada penelitian ini diukur menggunakan skala *likert*, yaitu skala yang digunakan untuk pengukuran pendapat, sikap dan persepsi kelompok/orang tentang kejadian tertentu. Pada skala *likert* juga terdapat skor atau bobot pada jawaban yang disediakan. Dengan skala sebagai berikut :

Tabel 3.5 Skala *Likert*

| No. | Jawaban | Skor Jawaban |
|-----|---------------------|--------------|
| 1 | Sangat Setuju | 4 |
| 2 | Setuju | 3 |
| 3 | Tidak Setuju | 2 |
| 4 | Sangat Tidak Setuju | 1 |

Sumber: Sugiyono (2017)

Dengan menggunakan Skala *Likert* skor 4 maka variabel dapat diukur menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak ukur dalam menyusun item instrumen yang didapat berupa pernyataan. Jawaban atas pernyataan tersebut akan diperoleh hingga suatu kesimpulan tercapai.

3.5. Metode Analisis Data

Analisis data adalah penyederhanaan data untuk menjadi suatu bentuk yang mudah diwujudkan. Analisis data yang akan digunakan peneliti bertujuan untuk menjawab pertanyaan yang tercantum pada identifikasi masalah. Analisis data ialah merupakan salah satu kegiatan pada penelitian berupa suatu proses pengelolaan dan penyusunan data untuk mengartikan data yang telah diperoleh.

Menurut Sugiyono (2017) yang dimaksud dengan teknik analisis data adalah: “Kegiatan setelah data dari seluruh responden atau data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah : mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk hipotesis yang telah diajukan”.

Dalam penelitian ini, metoda pengolahan data menggunakan komputer dengan *software* SPSS (*Statistical Package For Social Sciences*) versi 26. SPSS digunakan untuk bertujuan dalam mendapatkan hasil perhitungan yang akurat serta cepat dalam pengolahan data. Data yang diperoleh dalam penelitian ini akan disajikan dalam menggunakan tabel agar sistematis untuk menganalisis dan lebih mudah dipahami. Dalam pengolahan data menggunakan tabel bertujuan juga untuk memudahkan peneliti dalam menerapkan hasil jawaban kuesioner menjadi nilai.

3.5.1. Uji Validitas

Validitas adalah ukuran yang benar untuk memberikan kejelasan atas hasil yang diukur. Dengan begitu maka dapat dikatakan bahwa semakin tinggi keefektikan suatu pengukuran maka akan semakin baik hasil ter tersebut sesuai dengan target yang ditentukan. Maka dari itu, validitas dirancang untuk mengukur

suatu pertanyaan-pertanyaan yang akan diukur. Menurut Sugiyono (2017) validitas adalah derajat kepastian antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Oleh karena itu, data yang valid adalah data (tidak ada perbedaan) antara data yang dilaporkan peneliti dengan data yang sebenarnya terjadi pada objek penelitian..

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana alat pengukur (kuesioner) mengukur apa yang diinginkan. Valid tidaknya alat ukur tersebut dapat diuji dengan mengkorelasikan antara skor total yang diperoleh dari penjumlahan semua skor pertanyaan. Data yang diperoleh ditabulasikan, kemudian dilakukan analisis faktor untuk mengajukan *construct validity* dengan menggunakan metoda korelasi sederhana (r hitung), yaitu mengkorelasikan skor faktor dengan skor total. Alat pengujian validitas ini menggunakan rumus korelasi *product moment*, sebagai berikut :

$$r = \frac{n(\sum XY) - \sum X \sum Y}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}} \dots\dots\dots (3.2)$$

- Rhitung = Koefisien validitas butir pernyataan yang dicari
 N = Banyaknya responden (Populasi)
 X = Skor yang diperoleh subyek dari seluruh item
 Y = Skor total yang diperoleh dari seluruh item

Langkah selanjutnya adalah secara statistik, angka korelasi yang diperoleh dengan melihat tanda bintang pada hasil skor total, atau membandingkan dengan angka bebas korelasi nilai r yang menunjukkan valid.

Uji validitas *instrument* dilakukan dengan menggunakan SPSS 26. bertujuan untuk melihat valid atau tidaknya kuesioner, maka kolom yang dilihat adalah kolom *Corrected item-total Correlation* pada tabel item-total statistik hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS tersebut.

- Apabila $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$, maka kuesioner tersebut valid.
- Apabila $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$, maka dapat dikatakan item kuesioner tidak valid.

3.5.2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2017) uji realibilitas instrumen terhadap butir pernyataan yang sudah valid. Pengujian realibilitas dimaksudk untuk memastikan bahwa instrumen memiliki konsistensi sebagai alat ukur sehingga tingkat kehandalan dapat menunjukkan hasil yang konsisten. Program komputer SPSS telah memberikan fasilitas untuk melakukan pengukuran reliabilitas dengan menggunakan uji statistic Cronbach Alpha (α) pada pertanyaan dari semua variabel. Penggunaan Uji Cronbach Alpha tersebut dalam penelitian ini memiliki tujuan untuk mengukur tingkat reliabilitas pada kuesioner. Caranya adalah dengan membandingkan r hasil dengan nilai konstanta (0,6). Pada uji reliabilitas nilai r hasil disebut juga r alpha dengan ketentuan bila r alpha $>$ konstanta (0,6) maka pertanyaan tersebut *reliable*.

3.5.3. Analisis Statistik Data

3.5.3.1. Koefisien Determinasi

Menurut Sugiyono (2017) Koefisien Determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh model yang dibentuk dengan menerapkan variasi variabel independen. Nilai determinasi digunakan pada penelitian ini ialah nilai *adjusted r^2* . Nilai tersebut digunakan arena nilai *adjusted r^2* pada saat di evaluasi model regresi dapat turun atau naik apabila variabel independen ditambahkan kedalam model untuk digunakan dalam mengetahui seberapa besar variabel bebas mempengaruhi variabel terikat. Apabila r^2 mendekati berarti variabel bebas sangat berpengaruh terhadap variabel tidak bebas.

Rumus koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur besarnya penagruh variabel-variabel independen terhadap dependen secara simultan ataupun parsial dengan rumus :

(1) Determinasi parsial X_1 terhadap Y (X_2, X_3 konstan)

$$KDY_{1.23} = (r_{y1.23})^2 \times 100\% \dots\dots\dots (3.3)$$

(2) Determinasi parsial X_2 terhadap Y (X_1, X_3 konstan)

$$KDY_{2.13} = (r_{y2.13})^2 \times 100\% \dots\dots\dots (3.4)$$

(3) Determinasi parsial X_3 terhadap Y (X_1, X_2 konstan)

$$KDY_{3.12} = (r_{y3.12})^2 \times 100\% \dots\dots\dots (3.5)$$

(4) Determinasi berganda X_1, X_2 dan X_3 terhadap Y

$$KD_{123} = r_{y123}^2 \times 100\% \dots\dots\dots (3.6)$$

Keterangan :

$r_{Y_{1.23}}$ = Korelasi parsial antara X_1 terhadap Y (X_2 dan X_3 konstan)

$$= \frac{r_{y1} - r_{y2} \cdot r_{y2} \cdot r_{y123}}{\sqrt{(1 - (r_{y2})^2) \cdot (1 - (r_{y3})^2) \cdot (1 - (r_{y123})^2)}}$$

$r_{y2.13}$ = Korelasi parsial antara X_2 terhadap Y (X_1 dan X_3 konstan)

$$= \frac{r_{y2} - r_{y1} \cdot r_{y3} \cdot r_{y12}}{\sqrt{(1 - (r_{y1})^2) \cdot (1 - (r_{y3})^2) \cdot (1 - (r_{y123})^2)}}$$

$r_{y3.12}$ = Korelasi parsial antara X_3 terhadap Y (X_1 dan X_2 Konstan)

$$= \frac{r_{y3} - r_{y1} \cdot r_{y2} \cdot r_{y123}}{\sqrt{(1 - (r_{y1})^2) \cdot (1 - (r_{y2})^2) \cdot (1 - (r_{y123})^2)}}$$

X_1 = Promosi

X_2 = *Brand image*

X_3 = Kualitas pelayanan

Y = Loyalitas pelanggan

3.5.4. Pengujian Hipotesis

Hipotesis digunakan atau dipakai untuk menguji apakah terdapat pengaruh antara variabel bebas promosi (X_1), *brand image* (X_2), dan kualitas pelayanan (X_3) dengan variabel terikat loyalitas pelanggan (Y). Berikut langkah-langkah pengujian hipotesis.

3.5.4.1 Uji t

Pada pengujian kali ini bertujuan untuk mengetahui signifikansi peran secara parsial dari variabel independen terhadap variabel dependen dengan mengasumsikan bahwa variabel independen lain dianggap konstan.

Tingkat signifikansi (Sig t) masing – masing variabel independen dengan taraf sig $\alpha = 0,05$. Apabila tingkat signifikansi (Sig t) lebih kecil daripada $\alpha = 0,05$, maka hipotesisnya diterima yang artinya variabel independen tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependennya. Sebaliknya bila tingkat signifikansinya (Sig t) lebih besar daripada $\alpha = 0,05$, maka hipotesisnya tidak diterima yang artinya variabel independen tersebut tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependennya (Gozhali 2016). Jika dinyatakan secara statistik adalah sebagai berikut:

1. Hipotesis nol (H_0) yang ingin di uji adalah apakah suatu parameter (β_i) sama dengan nol, atau:

$H_0 : \beta_i = 0$: artinya apakah suatu variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

2. Hipotesis alternatif (H_a) parameter suatu variabel tidak sama dengan nol, atau:

$H_0 : \beta_i \neq 0$: artinya variabel tersebut merupakan penjelasan yang signifikan terhadap variabel dependen.

- Menentukan taraf nyata (α) sebesar 5% (0,05).
- Kriteria pengujian hipotesis:
 - H_0 ditolak, jika signifikan $t < 0,05$
 - H_a diterima, jika signifikan $t > 0,05$

3.5.4.2 Uji f

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah semua parameter dalam model sama dengan nol, atau : $H_0: \beta_1, \beta_2, \beta_3 = 0$ artinya adalah promosi, *brand image* dan kualitas pelayanan secara bersamaan tidak berpengaruh terhadap loyalitasnya pelanggan untuk menggunakan *go-ride*.

Hipotesis alternatif (H_a), tidak semua parameter simultan dengan nol, atau $H_0: \beta_1, \beta_2, \beta_3 \neq 0$ yang artinya promosi, *brand image* dan kualitas pelayanan secara bersamaan berpengaruh terhadap loyalitasnya pelanggan untuk menggunakan *go-ride*.

1. Kriteria pengujian dengan taraf nyata.
 - 1) Jika tingkat signifikansi lebih besar 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima, sebaliknya H_a ditolak.
 - 2) Jika tingkat signifikansi lebih kecil 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak, sebaliknya H_a diterima.
2. Kriteria Pengujian Hipotesis
 - 1) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, sebaliknya H_a diterima. Artinya seluruh variabel independen merupakan penjelas terhadap variabel dependen.
 - 2) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima, sebaliknya H_a ditolak. artinya seluruh variabel independen bukan merupakan penjelas terhadap variabel dependen.