

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Ruang Lingkup Penelitian**

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode pendekatan secara kuantitatif. Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.<sup>53</sup> Teknik pengambilan sampel dipenelitian ini menggunakan teknik purposive sampling dan pengumpulan datanya menggunakan angket/kuesioner.

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

Lokasi penelitian dalam penelitian ini adalah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang dimana terdapat 3 prodi ialah: Prodi S1 Ekonomi Syariah, S1 Perbankan Syariah, dan S1 Manajemen Zakat dan Wakaf.

#### **C. Jenis Penelitian dan Sumber Data**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian Kuantitatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk menjawab atau menguji hipotesis yang sudah ditetapkan berdasarkan sampel atau

---

<sup>53</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Cetakan-15, (Bandung : Alfabeta, 2013), hlm.11

populasi tertentu, menggunakan instrumen penelitian tertentu. Penelitian ini berupa data angka- angka dan analisis datanya berupa statistik.<sup>54</sup>

Untuk mengumpulkan data dan informasi yang diperoleh dalam penelitian ini , penulis menggunakan data sebagai berikut:

### 1. Data Primer

Data primer merupakan data yang langsung didapatkan dari sumber data yang pertama dilokasi penelitian atau objek penelitian.<sup>55</sup> Data primer penelitian ini diperoleh langsung dari lokasi penelitian yaitu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang melalui kuisisioner yang diberikan *online* melalui *google form*, yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi Islam.

### 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber data yang dibutuhkan. Data sekunder terdiri dari data internal dan juga data eksternal.<sup>56</sup> Dalam hal tersebut data yang bersifat internal yang didalamnya berupa data-data Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang dan data yang bersifat eksternal yang berupa data atau sumber-sumber diluar organisasi yang dipublikasikan dan jurnal, skripsi dan internet.

---

<sup>54</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*, Bandung: CV Alfabeta,2004, hlm. 11.

<sup>55</sup> Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif – Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu Lainnya*, Ed. Ke-2, 2011, Jakarta : Kencana, hlm. 132

<sup>56</sup> Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Metodologi Penelitian – Pendekatan praktis dalam Penelitian*, hlm. 149

## **D. Populasi dan Sampel**

### **1. Populasi Penelitian**

Populasi adalah keseluruhan unit objek yang diteliti berdasarkan pertimbangan-pertimbangan yang logis sebagai dasar untuk mengambil kesimpulan.<sup>57</sup> Populasi bukan hanya orang, akan tetapi objek dan benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek/subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu. Perilaku konsumtif cenderung merambah pada remaja. Monks, dkk mengemukakan bahwa remaja adalah seseorang yang berada pada rentang usia 12- 21 tahun, dengan pembagian menjadi tiga masa, yaitu masa remaja awal 12- 15 tahun, masa remaja tengah 15 – 18 tahun dan remaja akhir 18- 21 tahun. Menurut Sumartono perilaku konsumtif begitu dominan dikalangan remaja. Hal tersebut dikarenakan secara psikologis, remaja masih berada dalam proses pembentukan jati diri dan sangat sensitif terhadap pengaruh dari luar.<sup>58</sup> Mahasiswa merupakan remaja pada tingkatan masa direntang usia 18- 21 tahun. Atas dasar ini peneliti mengambil populasi penelitian pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yaitu tahun angkatan 2017, 2018, 2019 dan 2020. Sedangkan angkatan 2016 dianggap sudah bisa mengontrol diri untuk melakukan pembelian *online* secara konsumtif. Hal ini didukung dengan penelitian Regina Et al yang menyatakan bahwa remaja akhir sudah mulai dapat memahami, mengarahkan, mengembangkan dan memelihara identitas diri.

---

<sup>57</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Kombinasi, Bandung: CV Alfabeta, 2014, hlm. 11.

<sup>58</sup> Nur Fitriyani, Prasetyo Budi Widodo, dan Nailul Fauziah, "Hubungan antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Genuk Indah Semarang", 2013, Jurnal Psikologi Undip ( Vol. 12 No. 1) hlm. 56

Selain itu mahasiswa akhir sudah juga sudah mantap mengenal arah hidupnya dan sadar akan arah tujuan yang dicapainya, sehingga dapat disimpulkan bahwa *self-control* pada diri mereka tinggi.<sup>59</sup> Adapun jumlah mahasiswa yang ada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang angkatan 2017-2020 adalah 2.498 mahasiswa yang dijadikan populasi dalam penelitian ini:

**Tabel 3.1**

**Jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang Angkatan 2017-2020**

<b>Angkatan</b>	<b>Jumlah Mahasiswa</b>
2017	569
2018	668
2019	672
2020	589
<b>Jumlah</b>	<b>2.498</b>

## 2. Sampel Penelitian

Sampel adalah sebagian yang diambil dari seluruh objek yang diteliti yang telah dianggap mewakili terhadap seluruh populasi dan diambil menggunakan teknik tertentu.<sup>60</sup> Sebagian dan mewakili dalam batasan di atas merupakan dua kata kunci dan merujuk kepada semua ciri populasi dalam jumlah yang terbatas pada masing-masing karakteristiknya. Pengambilan sampel menggunakan Area

---

<sup>59</sup> Regina et.al, “Hubungan antara Self Kontrol dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Samratulangi Angkatan 2011”. Jurnal E- Biomedik ( eBM), Vol.. 3 No. 1 ( Januari – April 2015) hlm. 301

<sup>60</sup> Usman Rianse dan Abdi , Metode Penelitian Sosial dan Ekonomi Teori dan Aplikasi, hlm. 189

sampling digunakan dimana populasi yang berada di daerah besar dibagi dalam beberapa area yang lebih kecil yang jelas batas-batasannya.<sup>61</sup>

Dalam penelitian ini, untuk menetapkan besarnya sampel yang akan diambil peneliti mengacu pada rumus Slovin yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n = jumlah sampel minimal

N = jumlah populasi

e = presentasi kelonggaran ketelitian karena kesalahan pengambilan sampel, sebanyak 5%

$$n = 2.498 / (1 + 2.498 \cdot (5\%)^2)$$

$$n = 2.498 / (1 + 2.498 \cdot (0,05)^2)$$

$$n = 2.498 / (1 + 2.498 \cdot 0,0025)$$

$$n = 2.498 / (1 + 6,245)$$

$$n = 2.498 / (7,245)$$

$$n = 344,7 \text{ dibulatkan menjadi } 345 \text{ mahasiswa.}$$

Maka jumlah responden yang diteliti dalam penelitian ini adalah 345 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* ialah setiap elemen dalam populasi tidak mempunyai kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel. Metode *Purposive Sampling* digunakan karena responden yang dipilih menjadi bagian dari sampel yang dapat dianggap

---

<sup>61</sup> Kriyantono, R. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Kencana Praned Media Group, Jakarta, 2006.

memberikan informasi yang dibutuhkan peneliti. Purposive Sampling atau bisa disebut juga dengan *Judgment Sampling* adalah metode yang digunakan peneliti karena informasi yang diambil berasal dari sumber yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu.<sup>62</sup>

## **E. Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data adalah suatu proses pengumpulan data primer dan sekunder dalam suatu penelitian. Pengumpulan data merupakan langkah yang amat penting, karena data yang dikumpulkan akan digunakan untuk pemecahan masalah yang sedang diteliti atau untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan.<sup>63</sup> Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu :

### **1. Kuesioner**

Metode kuesioner yaitu merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Responden dapat memberikan jawaban dengan mengisi kuesioner tersebut kemudian hasilnya diukur dengan menggunakan skala likert. Skala likert yaitu alat ukur yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial.<sup>64</sup>

---

<sup>62</sup> Umi Narimawati dan Dadang Munandar, *Teknik Sampling: Teori dan Praktik dengan menggunakan SPSS 15*, (Gava Media: Yogyakarta 2008), hlm 29

<sup>63</sup> Sugiyono, *Metode penelitian Kuantitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm

84

<sup>64</sup> *Ibid*, hlm 142

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan bantuan digital yaitu *Google Form*. *Google Form* merupakan alat yang berguna untuk membantu survei dan mengumpulkan informasi yang mudah dan efisien, yaitu dengan cara menginput pertanyaan kuesioner melalui *google form*. Adapun skala yang digunakan adalah skala likert. Skala liker digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang ataupun sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian ini fenomena sosial yang ditetapkan oleh peneliti secara spesifik yang disebut dengan variabel penelitian. Dengan skala ini maka variabel akan diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel. Dan indikator dari variabel akan menjadi titik tolak instrument item-item yang berupa pertanyaan ataupun pernyataan.

Ada skala likert dilakukan dengan menghitung responden kesetujuan atau ketidaksetujuan terhadap objek tertentu. Artinya pertanyaan yang disusun peneliti memiliki kategori positif atau negatif.<sup>65</sup> Jawaban dari setiap item yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif hingga sangat negatif. Sementara untuk keperluan analisis kuantitatif diberikan skor sebagai berikut:

- a. Sangat setuju (SS) diberi skor 5
- b. Setuju (S) diberi skor 4
- c. Kurang setuju (KS) diberi skor 3
- d. Tidak Setuju (TS) diberi skor 2

---

<sup>65</sup> Kasmadi , Nia Siti Sunariah. Panduan Moderen Penelitian Kuantitatif, (Bandung: alfabeth), hlm. 74

- e. Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1

## **2. Studi Kepustakaan**

Penelitian kepustakaan merupakan dilakukan dengan membaca buku-buku yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti, thesis maupun skripsi sebagai acuan penelitian terdahulu, dan juga ada cara *browsing* di internet untuk mencari artikel-artikel dan jurnal-jurnal ataupun data-data yang dapat membantu hasil dari penelitian.

## **F. Definisi Konsep dan Operasional Variabel**

Defenisi konsep merupakan suatu pengertian yang dimana masih berupa konsep dan maknanya masih sangat abstrak namun secara intuitif masih bisa dimengerti maksudnya. Hingga untuk mendapatkan batasan yang jelas dari masing-masing konsep yang diteliti. Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu variabel dependen dan variabel independen. *E-Commerce* (X) merupakan variabel bebas atau independent sedangkan Variabel terikat atau dependent adalah perilaku konsumtif (Y).

### **1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)**

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi variabel terikat baik secara positif ataupun negatif. Didalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas ialah *E-Commerce* (X).

*E-commerce* atau bisa disebut juga perdagangan elektronik merupakan suatu tempat aktivitas yang berkaitan dengan penjualan, pembelian, pemasaran, barang ataupun jasa yang memanfaatkan sistem elektronik seperti internet



maupun jaringan komputer. Jika diibaratkan, *e-commerce* ini seperti pasar dimana didalamnya terdapat banyak penjual. Hanya yang membedakan pada *e-commerce* semua transaksi dilakukan secara online.

## **2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)**

Variabel terikat atau sering dikenal sebagai variabel dependen ialah variabel yang keberadaannya diamati dan diukur untuk menentukan pengaruh yang disebabkan oleh variabel bebas (variabel independen). Besaran variabel dependen bergantung pada besaran variabel independen. Variabel terikat didalam penelitian ini adalah perilaku konsumtif (Y).

Perilaku konsumtif merupakan suatu tindakan seseorang membeli suatu barang tidak adanya pertimbangan yang masuk akal dimana seseorang tersebut dalam membeli sesuatu barang tidak didasarkan pada faktor kebutuhan.<sup>66</sup> Budaya konsumtif dapat menimbulkan *shopilimia*, atau yang sering disebut dalam istilah psikologi dikenal sebagai *compulsive buying disorder* (penyakit kecanduan belanja). Dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif merupakan suatu perilaku membeli atau menggunakan barang yang tidak didasarkan pada pertimbangan yang rasional dan memiliki kecendrungan untuk mengkonsumsi suatu tanpa batas dimana individu lebih mementingkan faktor keinginan dari pada kebutuhan.

---

<sup>66</sup> Sumartono. 2002. *Terperangkap dalam Iklan : Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Bandung : Penerbit Alfabeta

**Tabel 3.2**

**Operasional Variabel**

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
1.	<i>E-Commerce</i> ( X)  Menurut Karmawan Jaidan Jauhri <i>e-commerce</i> adalah suatu jenis dari mekanisme bisnis secara elektronik yang memfokuskan diri pada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan internet (teknologi berbasis jaringan digital) sebagai medium pertukaran barang atau jasa baik antara dua buah institusi ( <i>business to business</i> ) dan konsumen langsung ( <i>business to consumer</i> ), melewati kendala ruang dan waktu yang selama ini merupakan hal-hal yang dominan. <sup>67</sup>	Manfaat e-commerce	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tidak ada batas waktu</li> <li>2. Menghemat waktu</li> <li>3. Barang dan jasa lebih murah</li> <li>4. Membandingkan produk dan harga secara akurat</li> <li>5. Pembeli lintas wilayah</li> </ol>	Likert
		Karakteristik e-commerce	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Transaksi tanpa batas</li> <li>2. Transaksi anonim</li> <li>3. Produk digital dan non digital</li> </ol>	

<sup>67</sup> Jaidan Jauhari, “Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dengan memanfaatkan e-commerce” Jurnal Sistem Informasi Vol. 2 No.1 (April 2010), h.159-168

			4. Produk barang yang tak berwujud	
	Perilaku konsumtif (Y)  Menurut Lina dan Rosyid Perilaku konsumtif merupakan perilaku yang tidak lagi berdasarkan kepada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi. <sup>68</sup>	1. <i>Implusive buying</i> (pembelian implusif) 2. <i>Non rational buying</i> (pembelian tidak rasional) 3. <i>Wastafel buying</i> (pemborosan)	1) Hasrat yang tiba-tiba/keinginan sesaat. 2) Dilakukan tanpa terlebih dahulu mempertimbangkannya 3) Tidak memikirkan apa yang akan terjadi kemudian. 4) Bersifat emosional 5) Perilaku yang menghamburkan banyak dana tanpa disadari adanya kebutuhan yang jelas. 6) Konsumen membeli sesuatu yang dilakukan semata-mata untuk mencari kesenangan.	Likert

Sumber : Dikumpulkan dari berbagai penelitian, 2021

### G. Teknik Analisis Data

Data yang akan diperoleh dari sebuah penelitian terlebih dahulu harus dianalisis secara benar dan tepat supaya dapat ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana, yaitu untuk meneliti pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Ada beberapa teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

---

<sup>68</sup> Lina dan Rosyid. "Perilaku Konsumtif Berdasarkan Locus Of Control Pada Remaja Putri." Psikologika No.4 Tahun II Hlm 5-12

## 1. Uji Instrumen

Sebelum pengambilan data melalui kuesioner, terlebih dahulu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas terhadap pernyataan yang diajukan didalam kuesioner tersebut.

### a. Uji Validitas

Validitas sebuah alat ukur ditunjukkan dari kemampuannya mengukur apa yang harus diukur. Begitu juga kuesioner riset. Kuesioner dikatakan valid ketika 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, 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  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .

### b. Uji Reliabilitas

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 jawaban yang sama.<sup>69</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

---

<sup>69</sup> Morissan, *Metode Penelitian Survei*, 2012, Jakarta: Prenadamedia Group, hlm. 99

atau bisa memberikan hasil yang sama walaupun berkali-kali digunakan oleh peneliti yang berbeda. Uji validitas dan reliabilitas kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan bantuan *program software* SPSS (*statistic product and service solutions*) 25.

## **2. Uji Asumsi Klasik**

Dalam pengujian klasik akan diolah dengan menggunakan aplikasi *statistic* SPSS 25.0. dengan begitu adapun uji asumsi klasik yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu Uji Normalitas.

### **a. Uji Normalitas**

Uji normalitas data merupakan uji distribusi data yang akan dianalisis, apakah penyebarannya normal atau tidak. Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan pendekatan grafik adalah *Normal Probability Plot*, adalah dengan membandingkan distribusi kumulatif dari data sebenarnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal digambarkan dengan sebuah garis diagonal lurus dari kiri bawah ke kanan atas. Distribusi kumulatif dari data sebenarnya digambarkan dengan plotting. Data berdistribusi normal jika garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti atau merapat kegaris diagonalnya. Uji normalitas dalam penelitian ini berarti untuk mengetahui data variabel independen (*E-Commerce*) dan data variabel terikat (perilaku konsumtif) berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal.

Ada cara yang dapat dilakukan untuk Uji Normalitas yaitu dengan cara menggunakan pendekatan *kolmogorv smino*. Dengan menggunakan tingkat

signifikan 5% maka jika nilai *Asymp.sig (2 tailed)* diatas nilai signifikan 5% yang artinya variabel residual berdistribusi normal.

#### **a. Uji Linearitas**

Uji linearitas bertujuan untuk mengukur dua variabel yang memiliki hubungan yang linear atau tidak signifikan. Pengujian ini dilakukan melalui IBM SPSS versi 25, dengan menggunakan *Test For Linearty* dengan taraf signifikan 0,05. Dua variabel yang dapat dikatakan memiliki hubungan yang signifikan apabila kecil dari 0,05.

### **3. Analisis Regresi Sederhana**

Teknik analisis yang digunakan untuk menganalisis dalam penelitian ini adalah regresi linier sederhana. Analisis regresi sederhana digunakan untuk memprediksi atau menguji pengaruh satu variabel bebas atau variabel independent terhadap variabel terikat atau variabel dependent. Bila skor variabel bebas diketahui maka skor variabel terikatnya dapat diprediksi besarnya. Analisis regresi juga dapat dilakukan untuk mengetahui linearitas variabel terikat dengan variabel bebasnya. Model dari regresi sederhana yang ditujukan untuk melakukan prediksi nilai variabel dependen (Y) dengan menggunakan lebih dari satu variabel independen (X). Persamaan dalam regresi sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Dimana : Y = Perilaku Konsumtif

X = *E-Commerce*

b = Koefisien regresi

a = Konstanta

#### 4. Pengujian Hipotesis

##### a. Uji Hipotesis Parsial (Uji-t)

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen secara persial atau masing-masing variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dalam menggunakan perhitungan dengan software SPSS versi 25 maka mengambil kesimpulan dengan:

- 1) Nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_1$  diterima  $H_0$  ditolak artinya masing-masing variabel independen berhubungan signifikan dengan perubahan nilai variabel independen.
- 2) Nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$   $H_1$  tidak ditolak  $H_0$  diterima, artinya masing-masing variabel independen tidak berhubungan signifikan dengan perubahan nilai variabel dependen. Dalam menggunakan perhitungan dengan software SPSS, pengambilan kesimpulan dengan berdasarkan signifikan, jika signifikan  $> 0,1$  maka  $H_0$  ditolak dan jika signifikan  $> 0,1$  maka  $H_0$  diterima.

#### 5. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol (0) dan satu (1), Nilai ( $R^2$ ) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Dimana  $0 < R^2 < 1$ , jika determinasi semakin besar atau mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebaliknya, jika determinasi semakin atau (mendekati 0), maka

dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat semakin kecil.

Keterangan determinasi adalah salah satu nilai statistik yang dapat digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien dari determinasi menunjukkan persentase variasi nilai variabel yang dapat dijelaskan oleh persamaan regresi yang dihasilkan.