

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode kuantitatif. Jadi penelitian ini lebih fokus pada ketepatan data berupa angka yang nantinya dapat digunakan untuk menjelaskan hubungan yang saling mempengaruhi antara variabel dependent dan variabel independent. Menurut Sugiyono (2015:8) metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk mengukur sampel pada suatu populasi tertentu dengan teknik pengambilan sampel yang umumnya *random*, kemudian menggunakan instrumen penelitian dalam pengumpulan data, dan analisis datanya bersifat statistik dengan menguji hipotesis yang sudah ditetapkan.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi yang akan dipilih untuk melakukan penelitian adalah di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Banjarnegara yang terletak di Jalan Letnan Jend. Suwondo Parman, No. 31, Semarang, Kec. Banjarnegara, Banjarnegara, Jawa Tengah 53411.

C. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang mencakup karakteristik dan kualitas tertentu yang sebelumnya sudah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan untuk selanjutnya bisa ditarik kesimpulan oleh peneliti (Sugiyono, 2015:80). Populasi untuk penelitian ini

merupakan nasabah pembiayaan murabahah Bank Syariah Mandiri KCP Banjarnegara yang berjumlah 360 nasabah.

D. Sampel

Peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*. Jadi, peneliti memilih sampel yang sesuai dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2015:85). Pemilihan sampel dalam teknik ini menggunakan ketentuan-ketentuan yang ditentukan oleh peneliti untuk mendapatkan sampel yang sesuai dengan objek penelitian. Menurut Bungin (2013:118) teknik *purposive sampling* ini digunakan dalam penelitian yang lebih mengutamakan tujuan dari penelitian daripada sifat populasi untuk menentukan sampel penelitian. Namun peneliti dituntut untuk lebih mengetahui karakteristik populasi untuk dijadikan “kunci” dalam penelitian.

Sugiyono (2016:91) menuliskan dari Roscoe dalam buku *Research Methods For Business* (1982:253) tentang saran untuk ukuran sampel. Salah satu saran yang diambil dalam penelitian ini adalah bahwa ukuran sampel yang layak digunakan dalam suatu penelitian berjumlah 30 sampai dengan 500. Kemudian, Arikunto (2013:183) menjelaskan bahwa teknik *purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dengan menentukan besarnya sampel berdasarkan tujuan tertentu, dengan syarat sebagai berikut :

1. Sampel yang diambil harus berdasarkan ciri-ciri, sifat atau karakteristik tertentu yang menggambarkan ciri-ciri pokok dari populasi.
2. Subjek yang diambil sebagai sampel harus banyak memiliki ciri-ciri yang ada pada populasi.
3. Penentuan karakteristik populasi harus dilakukan dengan cermat pada bagian pendahuluan.

Dalam penelitian ini, ciri-ciri dan karakteristik dari sampel yang akan digunakan adalah sebagai berikut :

1. Responden merupakan nasabah pembiayaan murabahah di BSM KCP Banjarnegara.
2. Responden merupakan nasabah yang kurang lebih sudah menjadi nasabah pembiayaan murabahah BSM KCP Banjarnegara selama 1 tahun.
3. Responden tersebut sudah menggunakan beberapa produk yang ada di BSM KCP Banjarnegara selain produk pembiayaan murabahah.
4. Responden merupakan nasabah pembiayaan murabahah yang memiliki riwayat di bank lain.

Dari populasi nasabah pembiayaan murabahah yang ada di Bank Syariah Mandiri KCP Banjarnegara, 15% nasabah memiliki kriteria yang disampaikan diatas (wawancara dengan informan kedua, 16 Januari 2019: 11.17). Oleh karena itu peneliti mengambil 55 sampel yang digunakan sebagai responden dengan tujuan responden tersebut dapat memberikan

informasi yang konkrit terkait dengan komunikasi dan kepercayaan dalam *Relationship Marketing* yang terjalin dengan nasabah pembiayaan murabahah di Bank Syariah Mandiri KCP Banjarnegara. Pemilihan karakteristik responden disini juga memiliki tujuan untuk bisa membandingkan komunikasi dan kepercayaan seperti apa yang diinginkan nasabah dengan bank lainnya.

Arikunto dalam Silaen dan Widiyono (2013:90) mengatakan bahwa penentuan sampel untuk populasi kurang dari 100 responden disarankan menggunakan seluruh populasi. Sedangkan jumlah populasi lebih dari 100 sebaiknya menggunakan 10% - 15% atau 20% - 25% dengan pertimbangan sebagai berikut :

1. Kemampuan yang dimiliki peneliti baik kemampuan dari segi waktu, tenaga, maupun dana,
2. Wilayah yang akan dijadikan penelitian, karena banyak sedikitnya data ditentukan oleh ini,
3. Risiko yang ditanggung oleh peneliti.

E. Sumber Data

Sumber data merupakan hal yang paling penting dalam penelitian. Apabila ada kesalahan sekecil apapun dalam memahami sumber data, maka data yang diperoleh juga tidak sesuai dengan yang diharapkan sebelumnya. Oleh karena itu, peneliti harus lebih teliti dalam memahami sumber data yang akan digunakan. Menurut Bungin (2013) sumber data dibagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diambil dari sumber data pertama yang didapatkan di lapangan. Data primer pada penelitian ini merupakan data yang diperoleh dari responden melalui pengisian kuesioner yang disediakan oleh peneliti.

2. Data sekunder

Data yang diperoleh dari sumber data kedua setelah data primer adalah data sekunder. Data sekunder digunakan apabila peneliti kesulitan memperoleh data dari sumber data primer. Data sekunder pada penelitian ini berasal dari buku, literatur, jurnal, website, dan sumber data sekunder lainnya yang mendukung dalam perolehan data.

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer sebagai sumber data langsung yang didapatkan dari responden melalui pengisian kuesioner yang disediakan oleh peneliti. Sedangkan data sekunder digunakan untuk mempermudah peneliti dalam memahami objek yang diteliti.

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan sebuah teknik pengumpulan data yang digunakan oleh seorang peneliti dalam pengumpulan data dengan menyebarkan sejumlah lembar kertas yang berisi pertanyaan dan pernyataan yang harus dijawab oleh responden. Teknik ini digunakan peneliti untuk memudahkan memasukkan data dan menganalisisnya.

Kuesioner biasanya berisi tentang pertanyaan dan pernyataan yang menguatkan pengaruh antar variabel sehingga data yang dihasilkan pun valid. Menurut Bungin (2013:130) bentuk umum angket berisi tentang petunjuk pengisian angket dan bagian identitas yang nantinya diisi oleh responden sebelum menjawab pertanyaan dan atau pernyataan yang diajukan oleh peneliti. Bagian identitas ini berupa nama, alamat, umur, pekerjaan, jenis kelamin, status, dan sebagainya. Kemudian, jenis kuesioner yang disebarkan adalah jenis kuesioner tertutup. Jadi peneliti yang menyediakan jawaban untuk para responden dan responden hanya perlu membubuhkan tanda centang (✓) dalam kolom yang telah disediakan.

Dalam penulisan kuesioner dibutuhkan opsi jawaban untuk memudahkan dalam pengumpulan data. Peneliti menggunakan skala likert untuk skala pengukuran dalam menjawab pertanyaan dan pernyataan yang diajukan kepada responden. Menurut Sugiyono (2015:93) skala likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur beberapa komponen seperti sikap, pendapat, persepsi seseorang atau sekelompok orang yang berhubungan dengan fenomena sosial. Dalam sebuah penelitian, peneliti sudah menentukan fenomena sosial secara spesifik, yang kemudian disebut sebagai variabel penelitian. Alternatif jawaban yang disediakan peneliti dengan nilai skala 1-5 :

1 = Sangat tidak setuju

2 = Tidak setuju

3 = Netral

4 = Setuju

5 = Sangat setuju

2. Observasi

Observasi merupakan kegiatan mengamati dan meninjau langsung lokasi penelitian dengan tujuan mengetahui fakta yang terjadi di lapangan. Menurut Sugiyono (2015:145) observasi merupakan teknik pengumpulan data yang paling spesifik dibandingkan teknik lain. Hal ini karena kegiatan observasi tidak hanya berhubungan dengan orang tetapi bisa dengan obyek yang lainnya seperti alam. Teknik pengumpulan data ini digunakan peneliti untuk melakukan pembagian kuesioner dan untuk mengetahui data nasabah pembiayaan murabahah yang ada di BSM KCP Banjarnegara.

G. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional variabel menurut Sugiyono (2015:38) adalah suatu atribut atau sifat atau nilai yang diambil dari orang, obyek, dan kegiatan dengan berbagai variasi yang telah ditetapkan oleh peneliti yang kemudian dipelajari dan ditarik kesimpulannya oleh peneliti. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan variabel independen dan variabel dependen.

1. Variabel Independen

Variabel ini sering juga disebut sebagai variabel bebas. Menurut Sugiyono (2015:39) variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab perubahan variabel terikat (dependen). Dalam penelitian ini terdapat dua variabel independen (bebas) yakni **Komunikasi (X₁)** dan **Kepercayaan (X₂)**.

2. Variabel Dependen

Variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2015:39). Penelitian ini menggunakan satu variabel dependen yakni **Loyalitas Nasabah Pembiayaan Murabahah (Y)**.

Definisi operasional variabel penelitian merupakan penjelasan dari variabel yang digunakan kemudian menentukan indikator dari variabel terkait.

Tabel 3. 1

Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Pengukuran
Komunikasi (X ₁)	Dalam sebuah Perusahaan, komunikasi sangat diperlukan dalam proses transfer informasi kepada konsumen baik itu komunikasi secara	1. Pesan 2. <i>Encoding</i> 3. <i>Decoding</i> 4. Umpan	Skala <i>likert</i>

	langsung atau tidak langsung (Tjiptono dan Chandra, 2012: 343).	Balik 5. Respon	
Kepercayaan (X ₂)	Kepercayaan merupakan salah satu unsur dalam kegiatan pembiayaan (Ismail, 2011:107).	1. Kemampuan 2. Kebaikan hati 3. Integritas	Skala <i>likert</i>
Loyalitas (Y)	Loyalitas merupakan perilaku seorang konsumen yang bisa diukur jika konsumen tersebut sudah melakukan pembelian produk yang ada di perusahaan (Hurriyati dalam Arifin, 2017:40).	1. Pembelian ulang 2. Konsisten	Skala <i>likert</i>

Tabel 3. 2

Item Pernyataan

Variabel	Indikator	Pernyataan
	Pesan	1. Marketing BSM KCP Banjarnegara memberikan informasi yang jelas.

Komunikasi (X ₁)	<i>Encoding</i>	2. Marketing BSM KCP Banjarnegara menyampaikan informasi menggunakan bahasa yang mudah saya pahami.
	<i>Decoding</i>	3. Marketing BSM KCP Banjarnegara menyampaikan prosedur pembiayaan secara transparan sehingga memudahkan saya dalam proses pemahaman pembiayaan.
	Umpan balik	4. Saya menggunakan produk pembiayaan murabahah di BSM KCP Banjarnegara karena informasi yang saya dapatkan sesuai di lapangan.
	Respon	5. Saya selalu mendengarkan dan memahami setiap informasi yang saya dapatkan dari marketing BSM KCP Banjarnegara.
Kepercayaan (X ₂)	Kemampuan	1. BSM KCP Banjarnegara menjamin keamanan dan kenyamanan nasabahnya saat bertransaksi.
		2. BSM KCP Banjarnegara menjaga identitas diri saya sebagai nasabah.
		3. Informasi yang saya dapatkan di BSM KCP Banjarnegara dapat dipercaya.
	Kebaikan hati	4. BSM KCP Banjarnegara selalu memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabahnya.

	Integritas	5. Informasi yang diberikan oleh marketing sesuai dengan praktik yang ada di BSM KCP Banjarnegara.
Loyalitas (Y)	Pembelian ulang	1. Saya menggunakan produk dan jasa yang ada di BSM KCP Banjarnegara secara berkelanjutan.
		2. Saya menggunakan lebih dari satu produk dan jasa yang ada di BSM KCP Banjarnegara.
		3. Saya tidak terpengaruh dengan produk dan jasa yang ada di bank lain.
	Konsisten	4. Saya merasa nyaman melakukan pembiayaan murabahah di BSM KCP Banjarnegara.
		5. Saya menggunakan produk dan jasa selain pembiayaan murabahah hanya di BSM KCP Banjarnegara.

H. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan suatu alat ukur yang digunakan dalam melakukan penelitian. Jadi instrumen penelitian ini digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial atau bisa disebut sebagai variabel yang akan diteliti. Instrumen yang digunakan oleh peneliti kemudian diuji menggunakan uji validitas dan reliabilitas (Sugiyono, 2015:102).

1. Uji Validitas

Validitas merupakan ukuran yang menunjukkan tingkat kebenaran dan kevalidan suatu instrumen. Instrumen yang valid memiliki tingkat validitas yang tinggi, sedangkan instrumen yang kurang valid memiliki tingkat validitas yang rendah. (Arikunto, 2013:211)

Uji validitas merupakan ketepatan alat ukur yang digunakan untuk mengukur suatu yang ingin diukur. Tujuan uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah pertanyaan dan pernyataan yang diberikan sudah valid atau tidak untuk penelitian sesungguhnya.

Menurut Sugiyono (2015:134) valid tidaknya suatu instrumen dapat diukur menggunakan rumus *Pearson Product Moment* :

$$r_{xy} = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n\sum x^2 - (\sum x)^2\} \cdot \{n\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} = nilai korelasi pearson produk momen

x = nilai dari setiap item pernyataan variabel X

y = nilai dari setiap item pernyataan variabel Y

n = jumlah sampel atau responden

Apabila r_{xy} (r hitung) $>$ r tabel, maka item pernyataan kuesioner yang digunakan sebagai alat ukur dikatakan valid. Sebaliknya jika r_{xy} (r hitung) $<$ r tabel, maka item pernyataan kuesioner yang digunakan sebagai alat ukur dikatakan tidak valid. Berdasarkan tabel R *Product Moment*, instrumen yang valid biasanya memenuhi syarat dengan nilai r hitung lebih dari 0,266.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi alat ukur yang digunakan dalam sebuah penelitian, biasanya dalam bentuk kuesioner. Instrumen penelitian dikatakan reliabel apabila menggunakan alat ukur yang tepat dan dapat diandalkan. Jadi suatu alat ukur memiliki reliabilitas tinggi apabila alat ukur yang digunakan dapat diandalkan (*dependability*) dan konsisten, artinya alat ukur yang digunakan tidak berubah-ubah karena sudah digunakan berkali-kali dengan hasil yang sama dan dapat diramalkan (*predictability*) (Silaen dan Widiyono, 2013:107).

Metode yang digunakan untuk mengukur skala likert menggunakan teknik *Cronbach Alpha*. Uji reliabilitas menggunakan *Cronbach Alpha* untuk menunjukkan keandalan dari instrumen yang digunakan berupa kuesioner. Untuk menguji reliabilitas menggunakan teknik *cronbach alpha*, rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$r_{ii} = \frac{k}{(k-1)} \left\{ \frac{1 - \sum o^2}{o^2} \right\} \quad \text{Dimana} \quad o^2 = \frac{\sum X^2 - (\sum X)^2}{N}$$

Keterangan :

r_{ii} = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya pernyataan

$\sum o^2$ = Jumlah pernyataan

s^2t = Varians total

Untuk menilai tingkat reliabilitas suatu instrumen dilakukan dengan menggunakan r hitung dan r tabel. Apabila r hitung > r tabel maka instrumen dinyatakan reliable. Menurut Noor (2011:165) apabila nilai *alpha* (r hitung) lebih besar dari 0,60, disebut reliabel. Jadi apabila kuesioner digunakan berapa kali pun akan menghasilkan hasil pengukuran yang sama.

I. Teknik Analisis Data

Setelah semua data terkumpul, peneliti menganalisisnya dengan teknik analisis statistik deskriptif. Sugiyono (2015:147) mengatakan bahwa hal ini karena teknik statistik deskriptif biasanya digunakan untuk menganalisis penelitian kuantitatif, yaitu penelitian yang fokus pada perhitungan data yang diperoleh dari sampel yang ada. Selain itu untuk mengukur tingkat keabsahan data, peneliti menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas dengan bantuan aplikasi SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) untuk memudahkan dan untuk tingkat efisiensi dalam kegiatan analisis data.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik dan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Penelitian ini juga menggunakan uji t dan uji F untuk mengetahui pengaruh antar variabel secara parsial dan simultan.

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dengan model regresi digunakan untuk mengetahui apakah model regresi yang digunakan merupakan model regresi yang baik atau tidak. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas, uji multikolinieritas, dan heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas ini memiliki tujuan untuk menguji data dari populasi yang digunakan berdistribusi normal atau tidak (Noor, 2011:174). Asumsi ini ditunjukkan oleh nilai residual yang berdistribusi normal dalam model regresi linier. Model regresi yang baik apabila model regresi berdistribusi normal atau mendekati normal, sehingga nantinya layak untuk dilakukan pengujian secara statistik. Dalam melakukan uji normalitas, menggunakan Kolmogorov-Smirnov Tes dengan bantuan software SPSS. Julianita dan Sarjono (2011:64) mengatakan bahwa kriteria pengujian ditentukan dengan angka signifikansi uji Kolmogorov-Smirnov :

- 1) Jika angka signifikansi uji Kolmogorov-Smirnov $> 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal
- 2) Jika angka signifikansi uji Kolmogorov-Smirnov $< 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa data berdistribusi tidak normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah dalam variabel bebas terdapat masalah multikolinieritas atau tidak. Uji multikorelasi dilakukan apabila variabel bebas yang digunakan lebih dari satu (Julianita dan Sarjono, 2011:70). Menurut Wijaya dalam Julianti dan Sarjono (2011:70) untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas dapat dilihat menggunakan besaran *Variance Inflating Factor* (VIF). Jika nilai VIF < 10 , maka tingkat kolinieritas dapat ditoleransi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Wijaya dalam Julianti dan Sarjono (2011:66) uji heteroskedastisitas digunakan jika variabel memiliki varians yang tidak sama untuk semua pengamatan/observasi. Namun jika terdapat varians dari residual tetap dari pengamatan satu dengan yang lain maka disebut homokedastisitas. Model regresi yang baik merupakan model regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Jika angka signifikansi menunjukkan angka $> 0,05$ maka model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan kegiatan analisa yang mempunyai tujuan untuk mengetahui keadaan variabel dependen, apabila dua variabel independen atau lebih dimanupulasi. Jadi analisis ini dilakukan jika jumlah variabel independen minimal dua (Sugiyono, 2014:277). Rumus persamaan regresi linier berganda ditetapkan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \varepsilon$$

Keterangan :

Y	=	Loyalitas Nasabah
α	=	Koefisien Konstanta
b_1, b_2, b_3, \dots	=	Koefisien Regresi
X_1	=	Komunikasi
X_2	=	Kepercayaan
ε	=	Error, Variabel gangguan

J. Uji Hipotesis

1. Uji T

Uji T digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian secara parsial (satu per satu) apakah variabel bebas mempengaruhi variabel terikat. Dilakukan pengujian uji t untuk mengetahui sejauh mana

pengaruh masing–masing variabel komunikasi dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah. Langkah yang dilakukan dalam uji hipotesis untuk koefisien regresi sebagai berikut :

a. Perumusan Hipotesis

H₁ : Ada pengaruh yang positif dari variabel independen Komunikasi (X₁) terhadap variabel dependen Loyalitas dari Nasabah (Y)

H₂ : Ada pengaruh yang positif dari variabel independen Kepercayaan (X₂) terhadap variabel dependen Loyalitas dari Nasabah (Y)

b. Penentuan t tabel berdasarkan signifikansi

Taraf Signifikansi = 5% (0,05)

- 1) Apabila nilai signifikansi < 0,05, maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Apabila nilai signifikansi > 0,05, maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

c. Kriteria Pengujian

- 1) t hitung < t tabel maka H₁ diterima

Ada pengaruh yang positif dari variabel independen Komunikasi (X₁) terhadap variabel dependen Loyalitas Nasabah (Y).

- 2) t hitung < t tabel maka H₂ diterima

Ada pengaruh yang positif dari variabel independen Kepercayaan (X_2) terhadap variabel dependen Loyalitas Nasabah (Y)

2. Uji F

Untuk menguji hipotesis dalam penelitian secara simultan (bersama-sama) menggunakan uji F untuk mengetahui apakah variabel bebas secara bersamaan mempengaruhi variabel terikat. Dilakukan pengujian uji F untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kedua variabel Komunikasi dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah.

a. Persamaan Hipotesis Nihil (H_0) dan Hipotesis Alternatif (H_a)

$H_0 = 0$, maka tidak ada pengaruh yang positif dari masing – masing variabel independen Komunikasi (X_1) dan Kepercayaan (X_2) terhadap variabel dependen Loyalitas Nasabah (Y).

$H_a \neq 0$, maka ada pengaruh yang positif dari masing – masing variabel independen Komunikasi (X_1) dan Kepercayaan (X_2) terhadap variabel dependen Loyalitas Nasabah (Y).

b. Kesimpulan yang diambil

1) Taraf signifikan yang digunakan dalam pengujian ini 5 % (0,05).

2) Jika probabilitas $< 0,05$, maka H_0 ditolak, jadi dapat disimpulkan bahwa variabel independen secara bersama sama mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen.

3) Jika probabilitas $> 0,05$, maka H_0 diterima, jadi dapat disimpulkan bahwa variabel independen secara bersama sama tidak mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen.

3) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Determinasi R^2 merupakan pengujian yang dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui presentase total variasi dalam variabel dependen yang dipengaruhi oleh variabel independen. Nilai koefisien determinasi yaitu antara 0 dan 1. Dalam analisis regresi linier berganda, yang digunakan adalah *Adjusted R Square* yang dapat dilihat pada *Model Summary* menggunakan software SPSS.