BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pada bagian ini dijelaskan bahwa pendekatan yang digunakan dalam skripsi ini adalah pendekatan kuantitatif dengan menyertakan alasan-alasan singkat mengapa pendekatan ini digunakan.Disamping itu, peneliti perlu juga mengemukakan jenis penelitian yang dipakai.Dalam kasus manajemen dan entrepreneurship, jenis penelitian yang bisa dipakai untuk kuantitatif diantaranya adalah studi korelasi, studi komparatif, penelitian asosiatif, dan lain sebagainya.[1]

B. Lokasi Penelitian

Tempat yang menjadi obyek penelitian ini adalah produk kosmetik kecantikan Anaina yang dijual di klinik kecantikan Anaina. Sedangkan lokasi penelitian beralamat di klinik kecantikan Anaina dijalan P.Roon No. 15 Sawotratap Gedangan, Sidoarjo, 61254.

C. Populasi Sampel dan Teknik Sampling

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: Obyek/ Subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang

[1]Drs. Abd.Rahman Chudlori, MM (Ketua jurusan manajemen dakwah), *Panduan penulisan skripsi jurusan manajemen dakwah*, hal. 47.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulanya.[2]

Adapun yang menjadi populasi yang datang ke klinik kecantikan anaina pada bulan juni-juli 2015 diambil secara acak. Dengan Asumsi sejumlah pelanggan yang datang tiap bulan sejumlah 100 [3]

2. Teknik sampling

Teknik Sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian.[4]

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang datang ke klinik kecantikan Anaina.

Dalam penelitian ini metode pengambilan sampel atau teknik sampling menggunakan insidental sampling yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja secara kebetulan/insedental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.[5]

3. Sampel

Aturan dalam menentukan ukuran sampel penelitian sebaiknya beberapa kali. Dalam buku research Methods for business memberikan saran-saran tentang ukuran sampel untuk penelitian seperti berikut ini :

1. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500

---

[2] Prof. Dr. Sugiyono, 2012, *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan r&d*,hal. 80.
[3]Hasil Wawancara Dr. Fin Endriana. Dipl. CIBTAC, 23 juni 2015
[4]Prof. Dr. Sugiyono, 2012, *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan r&d*,hal. 81-82.
[5]Prof. Dr. Sugiyono, 2012, *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan r&d*,hal. 85.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya : pria-wanita, pegawai negri-swasta dan laini-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30

3. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitianya ada 5 (independen+ dependen), maka jumlah anggota sampel= 10x5 =50

4. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 s/d 20[6]

Berdasarkan hal tersebut maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan jumalah, variabel yang diteliti dikalikan 10 (8 variabel x 10). Maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 80 responden populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representative (mewakili)[7]

D. Variabel dan Indikator Penelitian

1. Variabel Penelitian

Pada dasarnya penelitian ini adalah untuk mencari pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang, atau objek yang mempunyai "variasi" antara

[6]Prof. Dr. Sugiyono, 2012, *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan r&d*,hal.91.
[7]Prof. Dr. Sugiyono, 2012, *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan r&d*,hal.81.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

satu orang dengan yang lain atau satu objek dengan objek yang lain.[8] Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat. Sedangkan variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas produk (X) dengan sub variabel *performance* atau kinerja (X1), *feature* atau fitur (X2), *reliability* keandalan (X3), *durability* atau daya tahan (X4), *estetich* atau estetika (X5), *conformance* atau kesesuaian (X6), *serviceability* atau pelayanan (X7). Sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).

2. Indikator

a. Variabel Bebas

Indikator variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas produk yang terdiri dari tujuh variabel. Kualitas produk adalah ukuran relatif produk kecantikan Anaina Skin Care yang dapat memberikan gambaran mengenai seberapa jauh tingkat keunggulan produk ini mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Adapun pengukuran kualitas produk yang telah disesuaikan dengan produk Anaina Skin Care adalah sebagai berikut:

1) *Performance* atau Kinerja (X1)

[8]Ibid, hal. 58-59.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Merupakan karasteristik utama produk kecantikan Anaina Skin Care.

a) Produk Anaina Skin Care sebagai produk kecantikan mampu memberikan perawatan kulit wajah dengan baik.
b) Produk Anaina Skin Care sebagai produk kecantikan mampu menunjukkan perubahan yang signifikan bagi penggunanya.
c) Produk Anaina Skin Care memberikan hasil yang memuaskan bagi konsumen.

2) *Feature* atau Fitur (X2)

Merupakan karesteristik tambahan Anaina Skin Care yang dapat menambah nilai produk serta menjadi pembeda dari pesaing.

a) Produk Anaina Skin Care memilikiberbagai macam produk kecantikan.
b) Produk Anaina Skin Care dibuat oleh tenaga ahli yang sudah profesional.
c) Produk Anaina Skin Care memiliki kandungan yang tidak membahayakan untuk jangka panjang.

3) *Reliability* atau Keandalan (X3)

Merupakan penilaian yang di dasarkan bahwa Anaina Skin Care akan bekerja sebagaimana mestinya. Semakin kecil kemungkinan terjadi kerusakan atau dampak buruk maka kosmetik Anaina Skin Care dapat diandalkan.

a) Produk Anaina Skin Care tidak menyebabkan kerusakan atau efek samping bagi konsumen.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b) Produk Anaina Skin Care dapat digunakan jangka waktu yang lama tanpa efek samping.

c) Produk Anaina Skin Care tidak menyebabkan iritasi atau alergi pada kulit.

4) *Durability*atau Daya Tahan (X4)

Merupakan suatu refleksi umur ekonomis berupa ukuran daya tahan atau masa pakai.

a) Produk Anaina Skin Care tidak cepat rusak atau kadaluarsa.

b) Produk Anaina Skin Care mengunakan kemasan yang bagus dalam menjaga ketahanan produknya.

5) *Esthetic* atau Estetika (X5)

Berkaitan dengan bagaimana produk Anaina Skin Care dapat dilihat dari bentuk fisik atau warna yang menarik.

a) Produk Anaina Skin Care dikemas dengan menarik.

b) Produk Anaina Skin Care dibuat higenis untuk kenyamanan pengguna.

c) Produk Anaina Skin Care dikemas dengan baik untuk mempermudah penggunaanya.

6) *Conformance* atau Kesesuaian (X6)

Merupakan sejauh mana karakteristik produk dan hasil dari penggunaan Anaina Skin Care, sesuai dan memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.

a) Produk Anaina Skin Care sesuai dengan kulit saya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b) Produk Anaina Skin Care menggunakan tekhnologi yang bagus dalam pengolahanya.

7) *Serviceability* atau pelayanan (X7)

Tingkat jasa yang bagaimana yang akan diberikan kepada konsumen untuk masalah penanganan keluhan yang memuaskan.

a) Anaina Skin Care memberikan pelayanan yang cepat dalam menangani keluhan pelanggan.

b) Anaina Skin Care memberikan kemudahan dalam menangani keluhan pelanggan.

8. Variabel Terikat (Y)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian. Keputusan pembelian adalah tahapan dalam konsep pengambilan keputusan, keputusan pembeli benar-benar membeli produk.

Adapun keputusan pembelian yang telah disesuaikan dengan produk Anaina Skin Care Indikator (Y) adalah sebagai berikut:

a) Saya Suka membeli produk di klinik kecantikan anaina.

b) Saya Mencari informasi tentang beberapa klinik kecantikan sejenis misalnya Larissa, Natasha, dan Venusa.

c) Saya mengevaluasi beberapa klinik kecantikan yang sejenis.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d) Saya memutuskan membeli produk di klinik kecantikan ini setelah melakukan evaluasi terhadap beberapa klinik kecantikan sejenis yang lain.

e) Saya sering membeli produk kosmetik kecantikan di klinik kecantikan ini karena telah merasa puas.

E. Tahap-Tahap Penelitian

Dalam tahap-tahap penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Menemukan, memilih, dan merumuskan masalah

   Setiap penelitian didasarkan pada permasalahan yang dihadapi. Permasalahan itu bisa tentang ketidak sesuaian dengan teori, keunikan, kekurangan, ataupun kelebihan dari suatu obyek sehingga menarik untuk diteliti.

2. Menyusun kerangka teori

   Langkah selanjutnya adalah memantapkan diri untuk meneliti masalah tersebut dengan teori yang berhubungan. Yaitu tentang citra Minimarket dan pengambilan keputusan pembelian.

3. Merumuskan hipotesis

   Hipotesis adalah kesimpulan sementara yang dibuat sebelum penelitian dilakukan. Hipotesis tersebut dibuat berdasarkan teori dan analisa sementara peneliti. Selanjutnya hipotesis itu dibuktikan dengan data-data yang telah diperoleh.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4. Memilih alat pengumpulan data

Dalam proses pemilihan alat pengumpulan data, peneliti memutuskan untuk menggunakan kuesioner yang akan disebar pada 80 responden. Data yang didapat dari kuesioner adalah data primer. Dan untuk mendapatkan data sekunder seperti profil perusahaan, peneliti menggunakan metode dokumentasi yaitu dengan cara mengunjungi klinik kecantikan Anaina di jalan P. Roon No.15, Sawotratap, Gedangan, Surabaya.

5. Menganalisis data yang telah didapatkan dan menyajikannya.

Data yang telah terkumpul selanjutnya dianalisis. Analisis diarahkan untuk menjawab rumusan masalah dan hipotesis yang diajukan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan program IBM SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) 19.0.

Data hasil analisis selanjutnya disajikan dan diberikan pembahasan. Penyajian data menggunakan tabel, tabel distribusi frekuensi, grafik garis, grafik batang, digram lingkaran, dan pictogram.

Setelah melakukan analisis, dilakukan pengujian hipotesis. Selanjutnya, dilakukan pembahasan terhadap hasil penelitian. Pembahasan terhadap hasil penelitian merupakan penjelasan mendalam dan interpretasi terhadap data-data yang telah disajikan. Pembahasan tersebut mengenai hasil pengujian hipotesis yang disesuaikan dengan teori.

6. Mengambil kesimpulan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Setelah dilakukan analisa terhadap data yang didapatkan dan pembahasan yang mendalam, tugas peneliti selanjutnya adalah mengambil kesimpulan. Kesimpulan yang dibuat adalah kesimpulan singkat yang menjawab rumusan masalah.

Penelitian ini diawali dengan adanya masalah yang kemudian dibuktikan dengan penggalian data. Oleh karena itu, peneliti mempunyai kewajiban untuk memberikan saran.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan:

kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan apabila jumlah responden cukup besar dan tersebar diwilayah yang luas.Kuesioner dapat berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka .dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet.[9]

[9]Prof. Dr. Sugiyono, *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan r & d*, Hal. 142.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner sebagai alat untuk mengumpulkan data primer dari responden. Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan pertanyaan tertutup dengan **skala ordinal** dan langsung diberikan kepada sumber data. Responden akan disilahkan untuk memilih respon **SS (Sangat Setuju)** dengan skor 5, **S (Setuju)** dengan skor 4, **R (Ragu-ragu)** dengan skor 3, **TS (Tidak Setuju)** dengan skor 2, atau **STS (Sangat Tidak Setuju)** dengan skor 1.

G. Teknik Validitas Instrumen Penelitian

1. Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurannya, suatu tes atau instrumen pengukuran dapat dikatakan memiliki validitas yang tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukurnya atau memberikan hasil alat ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut.[10]

Data yang digunakan merupakan hasil skor dari kuisioner yang disebarkan dalam bentuk kualitatif dan diubah dalam bentuk kuantitatif. Data kuantitatif tersebut kemudian diuji validitasnya dengan menggunakan program *SPSS 16for windows* dalam penghitunggan korelasi. Uji validitas item-item pertanyaan terdapat dalam kuisoner dilakukan dengan jalan melihat nilai probabolitasnya atas nilai signifikansinya. Apabila nilai

[10] Saifuddin Azwar, 1997,*Rialibilitas Dan Validitas Edisi Ketiga,* Pustaka Pelajar Offset, Yogyakarta.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

signifikansinya kurang dari taraf kesalahan (5% atau 0,05) maka dapat di simpulkan bahwa alat tersebut valid.

2. Instrumen penelitian

Instrument penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati, secara spesifik semua penelitian ini disebut variabel penelitian. Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel X yaitu strategi pemasaran dan variabel Y_1 yaitu minat beli dan Y_2 yaitu kepuasan konsumen.

a. Uji Validitas

Untuk menguji instrumen yang dipakai maka peneliti menggunakan program SPSS 19. Untuk menguji validitas instrumen, peneliti menggunakan korelasi *Bivariate Pearson* (Produk Momen Pearson). Koefisien korelasi item-total dengan *Bivariate Pearson* dapat dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n\sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien Korelasi (bivariate pearson)

x = Variabel Independen

y = Variabel Dependen

n = Banyaknya subjek

Dari hasil analisis akan didapat nilai korelasi (r hitung). Jika r hitung lebih besar dari r tabel, maka instrumen (pertanyaan) tersebut

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

valid dan bisa diteruskan ke penelitian. Jika r hitung lebih kecil dari r tabel, berarti pertanyaan tersebut tidak valid. Pertanyaan tersebut harus diganti atau diperbaiki.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan akurasi, ketepatan, dan konsistensi kuesioner dalam mengukur variabel. Peneliti akan menguji reliabilitas instrumen menggunakan oefisien korelasi keandalan Alpha (Cronbach's Alpha).

$$CA = \left[\frac{k}{k-1}\right]\left[1 - \frac{\sum {\sigma_b}^2}{{\sigma_1}^2}\right]$$

Keterangan:

CA = Reliabilitas instrument (nilai alpha)

K = banyaknya butir pertanyaan

$\sum {\sigma_b}^2$ = Jumlah varian butir

${\sigma_1}^2$ = varian total

Uji signifikansi dilakukan pada taraf signifikansi 0,05, artinya instrumen dapat dikatakan reliabel bila nilai alpha lebih besar dari r kritis *product moment*.

Usaha mengumpulkan data penelitian memerlukan suatu metode. Prosedur yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan skala. Skala adalah suatu prosedur pengambilan data yang merupakan suatu alat ukur aspek efektif yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

merupakan konstruk dan konsep psikologis yang menggambarkan aspek kepribadian individu [11]

Kebaikan-kebaikan skala dan alasan-alasan penggunaanya yaitu:

1) Pertanyaan disusun untuk memancing jawaban yang merupakan refleksi dari keadaan subyek sendiri yang tidak disadari.

2) Skala digunakan untuk mengungkap suatu atribut tunggal.

3) Subyek tidak menyadari arah jawaban yang sesungguhnya diungkap melalui pertanyaan skala.

Alat ukur yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah skala bauran promosi, dan skala kepuasan konsumen.

H. Teknik Analisis Data

1. Analisis Korelasi Rank Spearman (ρ)

Uji korelasi spearman merupakan alat uji statistic yang digunakan untuk menguji hipotesis asosiatif dua variabel bila datanya berskala ordinal (rangking). Korelasi ini dikemukakan oleh Carl spearman. Nilai korelasi ini disimbolkan dengan "ρ" (dibaca : rho). Korelasi spearman digunakan pada data berskala ordinal, untuk itu sebelum dilakukan pengolahan data,data kuantitatif yang akan dianalisis perlu disusun dalam

[11] Azwar,S., 2004, *Validitas dan Reliabilitas*,Pustaka Pelajar, Yogyakarta.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bentuk rangking.[12]. Berikut adalah tabel nilai korelasi beserta makna nilai tersebut[13]

Tabel 3.1 makna nilai korelasi Spearman

Nilai	Makna
0,00 – 0,19	Sangat rendah / sangat lemah
0,20 – 0,39	Rendah / lemah
0,40 – 0,59	Sedang
0,60 – 0,79	Tinggi / Kuat
0,80 – 1,00	Sangat tinggi / sangat Kuat

2. Uji Asumsi Dasar

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini uji normalitas akan dilakukan dengan menggunakan*One Sample Kolmogrov-Smirnov* test dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 5% atau 0,05.

3. Uji Penyimpangan Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresiditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Independen). Uji asumsi klasik multikolinieritas hanya dapat dilakukan jika terdapat lebih dari satu variabel independen dalam model regresi.

[12] Nanang Martono, *Statistik sosial Teori dan Aplikasi Program SPSS*, hal 224.
[13] Nanang Martono, *Statistik sosial Teori dan Aplikasi Program SPSS*, hal 225

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Model regresi yangbaik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Dalam penelitian ini uji multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai *Variance InflationFactor* (VIF) dan *Tolerance* pada model regresi.[14]

b. Uji Heteroskedastisitas

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.

[14] Abdul Muhid, 2008, *Statistik parametik dan non-parametik 9modul analisis data*, Surabaya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id