

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan penelitian eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Singarimbun dan Sofian Effendi (2006:5), *eksplanatory research* yaitu penelitian dengan melakukan pengumpulan data sedemikian rupa untuk menjelaskan hubungan sebab akibat kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesa sehingga memungkinkan diperoleh suatu kesimpulan.

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini nantinya akan membicarakan tentang hubungan kausal antara variabel-variabel penelitian terhadap perilaku konsumen pengguna kartu seluler AXIS dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan.

3.2. Ruang Lingkup Penelitian

Dalam melakukan suatu penelitian, peneliti harus membuat suatu batasan terhadap permasalahan yang akan diteliti. Hal ini bertujuan agar penelitian tidak menyimpang dari tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, ruang lingkungannya dibatasi pada kualitas produk jasa yang terdiri dari *performance*, *feature*, *conformance*, *reliability*, *durability*, *serviceability*, *perceived quality*, dan *aesthetics* serta bagaimana pengaruhnya terhadap *brand switching* konsumen pada pengguna kartu seluler AXIS di Kota Malang.

3.3. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat di mana penelitian berlangsung dan dilakukan oleh penulis dalam rangka mengumpulkan data yang dibutuhkan sebagai penguat dan bukti nyata dalam penulisan. Adapun lokasi dalam penelitian ini adalah di Kota Malang terutama di *AXIS center*. Alasan pemilihan lokasi adalah:

1. Memudahkan penulis mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian.
2. Para pengguna *AXIS* akan mudah ditemui di *AXIS center*, di mana mereka akan mendatangi *AXIS center* apabila terdapat keluhan atau hal-hal lain yang berhubungan dengan kartu operator seluler *AXIS*.

3.4. Populasi dan Sampel

3.4.1. Populasi

Menurut Sekaran (2004:121) menyebutkan populasi mengacu pada keseluruhan orang, kejadian, atau hal minat yang ingin peneliti investigasi, sehingga dapat disimpulkan bahwa populasi adalah keseluruhan subjek atau objek penelitian yang akan diteliti dan memiliki karakteristik tertentu, yang dijadikan sebagai bahan penelitian. Populasi adalah keseluruhan unit atau individu dalam ruang lingkup dan waktu yang ingin diteliti (Durianto, dkk, 2001:26).

Populasi dalam penelitian ini adalah para pengguna kartu seluler *AXIS* di Kota Malang dengan jumlah keseluruhan populasi yang tidak diketahui secara pasti, dikarenakan jumlah populasi yang selalu berubah setiap harinya.

3.4.2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari observasi yang dipilih dari populasi dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasinya (Durianto dkkk, 2001:26). Dalam penelitian ini penentuan jumlah sampel dari populasi yang tidak diketahui dicari dengan menggunakan pendapat dari Roscoe dalam Sekaran (2006:160) yang mengusulkan aturan sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian multivariat, ukuran sampel sebaiknya beberapa kali (lebih disukai 10 kali atau lebih) lebih besar dari jumlah variabel dalam studi.

Dalam penelitian ini terdapat sembilan (9) variabel penelitian, yaitu variabel *performance* (X_1), *feature* (X_2), *conformance* (X_3), *reliability* (X_4), *durability* (X_5), *serviceability* (X_6), *perceived quality* (X_7), *aesthetics* (X_8), dan variabel terikat yaitu *brand switching* (Y), sehingga berdasarkan pendapat Roscoe tersebut diperoleh angka 90 responden sebagai sampel, yang berasal dari perhitungan ($9 \times 10 = 90$). Jadi jumlah minimal sampel dalam penelitian ini adalah 90 responden. Agar penelitian menjadi lebih representatif (mewakili populasi yang ada) dan hasil yang diperoleh lebih akurat dalam menjawab hipotesis sebelumnya maka peneliti mengambil sampel sebesar 100 responden.

3.4.3. Metode Pengambilan Sampel

Penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan penarikan sampel secara tidak acak (*non-probability sampling*). Prosedur *non-probability sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling*, dimana sampel dipilih berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu (Masri Singarimbun, 1995:155).

Pertimbangan penentuan sampel berdasarkan karakteristik responden :

1. Responden adalah pengguna kartu seluler lain yang telah berpindah ke kartu seluler AXIS.
2. Responden saat ini harus berdomisili di Kota Malang.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Beberapa teknik pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini adalah :

1. Wawancara

Menurut Arikunto (2002:128) wawancara adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara (*interviewer*) untuk memperoleh informasi dari terwawancara. Teknik pengumpulan data ini dilakukan dengan cara mengadakan wawancara secara langsung antara peneliti dengan pihak responden untuk memperoleh keterangan dan informasi yang dapat menunjang penelitian. Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini sebatas tanya jawab antara peneliti dengan responden.

2. Kuesioner

Menurut Arikunto (2002:128) kuesioner adalah sejumlah pernyataan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui. Teknik pengumpulan data ini dilakukan dengan memberikan dan menyebarkan daftar pernyataan yang berkaitan dengan permasalahan penelitian kepada responden.

3.6 Jenis Data

Penelitian ini menggunakan data yang menurut jenisnya dibedakan menjadi dua, yaitu : menurut Umar (2004:42) data primer dan data sekunder adalah:

1. Data Primer

Data primer adalah merupakan data yang diperoleh dari responden melalui wawancara dan pengamatan langsung dari sumber yang diteliti. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada pengguna kartu seluler AXIS di Kota Malang yang menjadi sampel penelitian.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain, misalnya dalam bentuk tabel-tabel atau diagram-diagram. Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh lewat artikel di internet dan dari pihak-pihak yang memberikan data penunjang yang dibutuhkan peneliti.

3.7. Konsep, Variabel, Definisi Operasional dan Skala Pengukuran

3.7.1. Konsep dan Variabel

Konsep merupakan definisi yang bersifat abstrak yang menggambarkan suatu obyek penelitian tertentu. Oleh karena sifatnya yang abstrak, agar suatu konsep dapat diteliti maka harus dioperasionalkan dengan cara menjabarkannya menjadi variabel-variabel tertentu.

Variabel merupakan sesuatu yang mempunyai variasi nilai (Masri Singarimbun, 1995:42). Dapat dikatakan bahwa variabel merupakan suatu istilah atau definisi yang mempunyai variabel nilai untuk menggambarkan secara abstrak mengenai obyek penelitian. Dari teori yang telah dijelaskan pada bagian sebelumnya, diperoleh dua konsep dalam penelitian ini, yaitu konsep kualitas produk jasa dan konsep keputusan perpindahan merek (*brand switching*) konsumen.

3.7.2. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan semacam petunjuk pelaksanaan bagaimana cara mengukur suatu variabel sehingga dapat menentukan apakah prosedur pengukuran yang sama akan dilakukan ataukah diperlukan prosedur pengukuran yang baru.

Di bawah ini adalah definisi operasional masing-masing variabel :

a. Variabel Bebas/ *independent* (X)

Pada penelitian ini, variable bebas adalah komponen-komponen kualitas jasa yang berpengaruh pada *brand switching* konsumen (Y).

1. *Performance* (X₁) diartikan sebagai kinerja standar pada produk. Item-item indikator dari variabel *performance* adalah:

- Jangkauan jaringan yang luas (X_{1,1})
- Kejernihan suara (X_{1,2})

2. *Feature* (X₂) diartikan sebagai suatu bentuk penambahan bagian-bagian dari produk yang merupakan penunjang penampilan fisik produk. Item-item indikator dari variabel *feature* adalah:

- Video call dapat menampilkan gambar dengan jelas ($X_{2.1}$)
 - Tingkat kecepatan MMS dan SMS yang baik ($X_{2.2}$)
 - GPRS internet yang lebih cepat dari operator lain ($X_{2.3}$)
3. *Conformance* (X_3), merupakan suatu ukuran atas kesesuaian produk dengan spesifikasinya. Item indikator dari variabel *conformance* adalah:
- Tarif yang murah ($X_{3.1}$)
 - Harga beli paket perdana yang terjangkau ($X_{3.2}$)
 - Ketersediaan voucher isi ulang di counter yang baik ($X_{3.3}$)
4. *Reliability* (X_4), merupakan konsistensi kerja. Item-item indikator dari variabel *reliability* adalah:
- Pemenuhan kebutuhan komunikasi yang memuaskan ($X_{4.1}$)
 - Pemenuhan kebutuhan yang sesuai dengan harapan ($X_{4.2}$)
5. *Durability* (X_5), merupakan daya tahan dari suatu produk. Item-item indikator dari variabel *durability* adalah:
- Masa aktif dan tenggang yang relatif lama ($X_{5.1}$)
 - Daya tahan chip card AXIS yang baik ($X_{5.2}$)
6. *Serviceability* (X_6), merupakan jaminan garansi yang diberikan dari produk. Item-item indikator dari variabel *serviceability* adalah:
- Panggilan *customer service* 24 jam ($X_{6.1}$)
 - Adanya bonus pulsa ($X_{6.2}$)
7. *Perceived Quality* (X_7), merupakan nama atau reputasi dari badan usaha/perusahaan yang dapat menimbulkan citra yang baik terhadap produk. Item-item indikator dari variable *perceived quality* adalah:

- Merek yang terkenal ($X_{7.1}$)
- Citra kualitas produk ($X_{7.2}$)

8. *Aesthetic* (X_8), merupakan bentuk fisik produk yang tampak maupun tidak tampak yang merupakan komponen produk yang sifatnya subjektif. Item indikator dari variabel *aesthetic* adalah:

- Desain yang menarik mempengaruhi konsumen berpindah menggunakan kartu seluler AXIS ($X_{8.1}$)

b. Variabel Terikat/ *dependent* (Y)

Adalah variable yang keadaannya merupakan hasil dari pengaruh variabel-variabel bebas/ *independent* yang ada. Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah *brand switching* (Y). *Brand Switching* merupakan kemampuan perusahaan untuk mengalihkan pengonsumsiannya suatu produk yang ditawarkan perusahaan.

Untuk lebih mempermudah pemahaman dan penjelasan tentang definisi operasional variable pada penelitian ini, dapat dilihat pada table 3.1 berikut:



Tabel 3.1
Konsep, Variabel, Indikator, dan Item Pernyataan

Konsep	Variabel	Indikator	Item
Kualitas Produk	<i>Performance</i> (X ₁)	Kinerja standar	1. Jangkauan jaringan yang luas (X _{1.1}) 2. Kejernihan suara baik voice/ video call (X _{1.2})
	<i>Feature</i> (X ₂)	Fungsi tambahan	1. Video call yang jelas (X _{2.1}) 2. MMS dan SMS (X _{2.2}) 3. GPRS internet yang cepat (X _{2.3})
	<i>Conformance</i> (X ₃)	Kesesuaian produk dengan spesifikasi	1. Tarif yang murah (X _{3.1}) 2. Harga beli paket perdana terjangkau (X _{3.2}) 3. Ketersediaan voucher di counter (X _{3.3})
	<i>Reliability</i> (X ₄)	Konsistensi kerja	1. Pemenuhan kebutuhan komunikasi yang memuaskan (X _{4.1}) 2. Kesesuaian spesifikasi produk telah sesuai harapan (X _{4.2})
	<i>Durability</i> (X ₅)	Daya tahan dari produk	1. Masa aktif dan tenggang yang lebih lama (X _{5.1}) 2. Daya tahan <i>chip card</i> yang baik (X _{5.2})
	<i>Serviceability</i> (X ₆)	Jaminan garansi	1. Layanan konsumen 24 jam (X _{6.1}) 2. Adanya bonus pulsa (X _{6.2})
	<i>Perceived Quality</i> (X ₇)	Reputasi dari perusahaan/ badan	1. Merek yang terkenal (X _{7.1}) 2. Citra kualitas produk (X _{7.2})
	<i>Aesthetics</i> (X ₈)	Bentuk fisik	1. Desain produk yang menarik mempengaruhi perpindahan merek (X _{8.1})
Brand Switching	<i>Brand switching</i> (Y)	Perpindahan merek konsumen	1. Penggunaan kartu AXIS sebagai operator GSM

3.7.3. Skala Pengukuran

Setiap instrumen mempunyai skala pengukuran. Menurut Sugiono (2003:84), skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut apabila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif.

Pada penelitian ini, skala pengukuran yang digunakan adalah skala *Likert*. Menurut Sugiono (2003:87), skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok. Cara pengukuran skala *Likert* ini adalah dengan menghadapkan responden pada sebuah pertanyaan dan kemudian diminta untuk memberikan jawaban.

Untuk tujuan analisis, maka ditetapkan jawaban dari responden dan masing-masing dari responden mendapatkan skor yang terbagi dalam kategori penelitian, yaitu seperti yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 3.2
Skala Pengukuran

No.	Jawaban	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Netral (N)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiono (2003:87)

3.8. Uji Instrumen Penelitian

3.8.1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen (Arikunto, 2002:144). Suatu instrumen yang valid mempunyai validitas tinggi. Suatu instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan.

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen (Arikunto, 2002:140). Validitas data penelitian ditentukan oleh proses pengukuran yang akurat. Suatu instrumen pengukur dikatakan valid jika instrumen tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur. Dengan perkataan lain instrumen tersebut dapat mengukur sesuai dengan yang diharapkan oleh peneliti. Dengan menggunakan rumus tehnik korelasi *Product moment*, dengan taraf signifikansi sebesar 5%. Rumusnya sebagai berikut (Arikunto, 2002: 157):

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

Keterangan :

r = koefisien korelasi

X = skor item X

Y = skor item Y

n = banyaknya sampel dalam penelitian

Suatu instrumen juga bisa dikatakan valid jika probabilitas hasil korelasi lebih kecil dari 0,05 (5%). Sebaliknya jika nilai probabilitas hasil korelasi lebih besar dari 0,05 (5%) maka instrumen penelitian tersebut dinyatakan tidak valid.

3.8.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan tingkat keandalan suatu alat ukur. Suatu alat ukur dikatakan andal apabila dapat memberikan hasil yang sama pada pengukuran berulang kali. Alat ukur yang reliabel adalah alat ukur yang konsisten. Teknik yang digunakan untuk mengukur reliabilitas adalah dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach*. Jika *Alpha Cronbach* lebih besar dari 0,6 maka item tersebut dinyatakan reliabel, sedangkan jika *Alpha Cronbach* lebih kecil dari 0,6 maka item tersebut dinyatakan tidak reliabel (Sekaran, 2004:192).

Uji reliabilitas data menggunakan pendekatan *Alpha* dengan rumus sebagai berikut (Arikunto, 2002:171) :

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

dimana :

- r_{11} = Reliabilitas instrumen
- k = Banyak butir pertanyaan
- $\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varians butir
- σ_t^2 = Varians total

3.9. Uji Asumsi Klasik

3.9.1. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas berarti adanya hubungan linier yang sempurna atau pasti diantara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan dari regresi. Tujuannya untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem multikolinieritas. Metode yang digunakan untuk mendeteksi adanya multikolinieritas, dalam penelitian ini dengan menggunakan *tolerance and variance inflation factor* (VIF) (Singgih Santoso,2001:206). Bila nilai VIF lebih kecil dari 10 maka tidak terjadi multikolinieritas dan begitu juga sebaliknya apabila VIF lebih besar dari 10 maka akan terjadi multikolinieritas.

3.9.2. Uji Heteroskedastisitas

Suatu asumsi penting dari model regresi linier klasik adalah bahwa gangguan (*disturbance*) yang muncul dalam regresi adalah homoskedastisitas, yaitu semua gangguan tadi mempunyai varian yang sama. Tujuannya adalah untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut homokodastisitas. Tetapi jika varians berbeda disebut heterodastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heterokodastisitas.

Salah satu cara mendeteksi heteroskedastisitas dapat dilihat dari scatterplot dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik, dimana sumbu X adalah Y yang diprediksi, dan sumbu Y adalah residual (Y prediksi-Y sesungguhnya). Jika

ada pola tertentu seperti titik yang menyebar membentuk pola teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik menyebar secara acak diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terdapat heteroskedastisitas.

3.9.3. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya, dengan dasar pengambilan keputusan (Imam Ghozali, 2006:112) antara lain:

- Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas, dan
- Jika data menyebar jauh dari diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.10. Analisis Data

3.10.1. Regresi Linear Berganda

Perhitungan regresi berganda ini menggunakan program SPSS 15 dengan tujuan untuk memprediksi besarnya pengaruh variabel bebas yang terdiri dari *performance*, *feature*, *conformance*, *reliability*, *durability*, *serviceability*, *perceived quality*, dan *aesthetics* terhadap variabel terikat yaitu *brand switching* konsumen pengguna kartu seluler AXIS, adapun rumusnya menurut Sugiono (2003:211) sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + b_n X_n$$

Keterangan : Y = Nilai hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat

a = Bilangan konstanta sebagai titik potong

b = Koefisien regresi

X = Variabel bebas

e = Error item

Maka didapatkan persamaan regresi berganda yang akan dianalisis dalam penelitian ini, yaitu :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + b_6 X_6 + b_7 X_7 + b_8 X_8 + e$$

Keterangan :

Y = *Brand Switching*

a = Bilangan konstanta

b = Koefisien regresi

e = Error item

X₁ = *Performance*

X₂ = *Feature*

X₃ = *Conformance*

X₄ = *Reliability*

X₅ = *Durability*

X₆ = *Serviceability*

X₇ = *Perceived Quality*

X₈ = *Aesthetics*

3.11. Pengujian Hipotesis

3.11.1. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji variabel-variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

Seperti yang dikemukakan Sugiono (2003:190) dengan rumus :

$$F = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Keterangan : F = F_{hitung} yang selanjutnya dibandingkan dengan F_{tabel}

R^2 = Koefisien determinasi

n = Jumlah sampel

k = Jumlah variabel bebas

Prediksi variabel bebas untuk variabel tergantung adalah tepat jika memenuhi syarat:

- $H_0: \rho = 0$, berarti tidak ada pengaruh yang berarti antara variabel bebas dengan variabel terikat.
- $H_a: \rho \neq 0$, berarti ada pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Kriteria penolakan hipotesis atas dasar signifikan pada taraf nyata adalah :

- Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$; H_a diterima, H_0 ditolak
- Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$; H_a ditolak, H_0 diterima

3.11.2. Uji t

Uji t digunakan untuk melihat signifikansi dari pengaruh variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat. Menurut Sugiono (2003:184) uji t dapat dicari dengan rumus sebagai berikut :

$$t = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan : $t = t_{\text{hitung}}$ yang selanjutnya dikonsultasikan dengan t_{tabel}

r = Korelasi persial yang ditemukan

n = Jumlah sampel

3.11.3. Uji Beta

Uji Beta digunakan untuk menguji variabel bebas manakah yang memiliki pengaruh yang dominan terhadap variabel terikat dengan melihat nilai Koefisien Beta (koefisien regresi yang distandarisasi) yang paling besar.

1.11.4. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi berganda atau *R Square* (R^2) digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan atau kontribusi dari keseluruhan variable bebas ($X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6, X_7$ dan X_8) pengaruhnya terhadap variabel terikat (Y) sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel bebas (X) yang tidak dimasukkan ke dalam model (Singgih Santoso, 2001:318).

Adapun bentuk persamaan R^2 secara umum dapat dirumuskan:

$$R^2 = \frac{b_1 y_1 x_1 + b_2 y_2 x_2 + \dots + b_k y_k x_k}{y_1^2}$$

Keterangan : R^2 = Koefisien Determinasi

y = variabel terikat

x = variabel bebas

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

