

BAB III

METODE PENELITIAN

1.1.Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif, dengan metode ekplanasi (*ekplanatory research*). Explanatory research merupakan penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta hubungannya antara satu variabel dengan variabel yang lain (Sugiyono, 2015)

Metode yang digunakan adalah pengumpulan data dengan cara kuesioner. Skala pengukuran menggunakan skala *Likert*. Responden akan diminta untuk memberikan penilaian terhadap setiap item, setelah kuesioner tersebar akan diambil kembali untuk diuji dengan beberapa teknis analisis yaitu analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS.

1.2.Subjek dan Objek Penelitian

1.2.1. Subjek Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitian adalah konsumen yang membeli produk di DnD Chicken And Burger Sumobito, Jombang.

1.2.2. Objek Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah konsumen DnD Chicken And Burger Sumobito, Jombang yang merasakan pengaruh variasi produk dan cita rasa untuk melakukan keputusan pembelian.

3.3. Definisi Operasional dan Kisi-Kisi Instrumen

3.3.1. Definisi Operasional

1. Keputusan pembelian (Y)

Mengacu pada konsep keputusan pembelian dari (Ernawati, 2018) keputusan pembelian adalah proses keputusan pembelian terdiri dari lima tahap yang dilakukan oleh seorang konsumen sebelum sampai pada keputusan pembelian dan selanjutnya pasca pembelian.

Menurut (Kotler & Keller, 2012) indikator dalam keputusan pembelian yaitu:

- 1) Pengenalan kebutuhan Merupakan tahap pertama proses keputusan pembeli, dimana konsumen menyadari suatu masalah atau kebutuhan.
- 2) Pencarian informasi Merupakan tahap proses keputusan pembeli dimana konsumen ingin mencari informasi lebih banyak.
- 3) Evaluasi alternatif Merupakan tahap proses keputusan pembeli dimana konsumen menggunakan informasi untuk mengevaluasi merek alternatif dalam sekelompok pilihan.
- 4) Keputusan pembelian Merupakan keputusan pembeli tentang merek mana yang paling disukai, tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian.

2. Variasi Produk (X1)

Mengacu pada konsep variasi menu dari (Puspitasari, 2020) Variasi produk dapat diartikan sebagai variasi menu makanan yang disediakan pemilik usaha kuliner, yang dapat dibedakan berdasarkan bahan baku, komposisi, dan cara pengolahan. Banyak varian produk yang

disediakan pemilik usaha akan memudahkan pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya dalam waktu yang bersamaan.

Menurut (Kotler & Keller, 2008) indikator variasi produk adalah sebagai berikut:

1. Ukuran, Ukuran didefinisikan sebagai bentuk, model dan struktur fisik dari suatu produk yang dilihat dengan nyata dan dapat diukur.
2. Harga, Harga adalah sejumlah uang yang mempunyai nilai tukar untuk memperoleh keuntungan dari memiliki atau menggunakan sebuah produk atau jasa.
3. Tampilan, Tampilan adalah segala sesuatu yang ditampilkan oleh produk tersebut, tampilan merupakan daya tarik produk yang dilihat secara langsung oleh konsumen.

3. Cita Rasa (X2)

Mengacu pada konsep cita rasa dari (Puspitasari, 2020) Cita rasa merupakan penilaian seseorang atas suatu hidangan yang telah disajikan, dilihat dari bagaimana penampilan hidangan tersebut dan rasa yang tercipta setelah dikonsumsi.

Menurut (Drummond & brefer, 2010), terdapat tiga indikator yang akan digunakan untuk mengukur variabel cita rasa ini, yaitu:

1. Bau/ aroma, apabila bau/aroma dapat tercium, maka dapat mengetahui rasa yang terkandung pada produk tersebut.
2. Rasa, dapat dibedakan dan diketahui oleh kuncup-kuncup cecepan yang terletak pada papilla, yaitu bagian nodus pada lidah dan juga terletak pada farinx pelata bagian langit-langit yang lunak maupun keras. Sampai saat ini, rasa dikenal dengan empat macam, yaitu: asin, asam, pahit dan manis.

3. Tekstur/ viskositas bahan, dapat mengubah rasa dan bau yg timbul karena dapat mempengaruhi kecepatan timbulnya rangsangan terhadap sel reseptor olfaktori dan kelenjar air liur.

Tabel 3.1

Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Penerbit
Variasi Produk (X1)	Ukuran	1. Jenis ukuran ayam goreng yang ditawarkan DnD Chicken And Burger sangat beragam.	(Kotler & Keller, 2008)
	Harga	2. DnD Chicken And Burger memberikan harga yang sesuai di kantong konsumen.	
	Tampilan	3. DnD Chicken And Burger menyajikan menu dengan tampilan yang menggugah selera.	
Cita Rasa (X2)	Bau/ aroma	4. DnD Chicken And Burger memberikan produk dengan aroma yang khas mewakili rasa produk. 5. Aroma makanan dari DnD Chicken And Burger sangat menggugah selera.	(Drummond & brefere, 2010)
	Rasa	6. DnD Chicken And Burger membuat produk dengan rasa yang bervariasi. 7. DnD Chicken And Burger menghasilkan produk dengan cita rasa yang unik.	
	Tekstur	8. DnD Chicken And Burger membuat produk <i>fried chicken</i>	

		dengan tekstur daging yang lembut. 9. DnD Chicken And Burger menciptakan produk <i>fried chicken</i> dengan baluran tepung yang renyah di luar.	
Keputusan Pembelian (Y)	Pengenalan Masalah	10. DnD Chicken And Burger memberikan produk yang sesuai dengan selera konsumen.	(Kotler & Keller, 2008)
	Pencarian Informasi	11. Saya mendapatkan informasi DnD Chicken And Burger dari teman atau keluarga. 12. Saya mendapat informasi DnD Chicken And Burger dari media sosial Facebook.	
	Evaluasi Alternatif	13. Saya lebih suka pada produk Dnd Chicken And Burger dibandingkan produk lainnya.	
	Keputusan Pembelian	14. Konsumen memutuskan membeli <i>fast food</i> di DnD Chicken And Burger.	

3.4. Skala Pengukuran

Pengisian angket dalam penelitian ini menggunakan Skala Likert. Skala Likert menurut (Sugiyono, 2013) adalah “Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial”. Untuk jawaban diberi skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pernyataan tidak mendukung pernyataan. Skor atas pilihan jawaban untuk angket yang diajukan untuk pernyataan positif dan negatif adalah sebagai berikut :

a. Skor 5, dengan kategori Sangat Setuju (SS)

b. Skor 4, dengan kategori Setuju (S)

- c. Skor 3, dengan kategori Netral (N)
- d. Skor 2, dengan kategori Tidak Setuju (TS)
- e. Skor 1, dengan kategori Sangat Tidak Setuju (STS)

3.5. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

3.5.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen DnD Chicken And Burger yang berada di Kecamatan Sumobito, Kabupaten Jombang, dengan minimal pembelian satu kali.

3.5.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2013). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen DnD Chicken And Burger. Pengambilan responden dilakukan dengan teknik *non probability sampling*, yang dimana populasi dipenelitian ini tidak diketahui jumlahnya. Menurut (Sugiyono, 2013), rumus dalam menghitung sampel pada populasi yang tidak diketahui adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel yang diperlukan

z = Harga dalam kurve normal untuk simpangan 5%, dengan nilai 1,96

p = Peluang benar 50% = 0,5

q = Peluang salah 50% = 0,5

e = Tingkat kesalahan sampel (sampling error), 10% = 0,1

Maka perhitungan dalam menentukan sampel adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned}n &= \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)}{(0,1)^2} \\n &= \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01} \\n &= \frac{0,9604}{0,01} \\n &= 96,04\end{aligned}$$

Jadi berdasarkan rumus diatas, besarnya nilai sampel sebesar 96,04 orang. Pengambilan sampel dibulatkan menjadi 100 orang dengan tujuan apabila kesalahan atau kerusakan data dapat diganti dengan data lain.

3.5.3. Teknik Sampling

Teknik yang digunakan dalam penentuan sampel adalah dengan cara *convenience sampling (non probability sampling)* dimana sampel yang diambil adalah konsumen yang melakukan pembelian di DnD Chicken And Burger Sumobito, jombang.

3.6. Jenis Data, Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data

3.6.1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data interval berupa hasil jawaban responden terhadap pernyataan dalam angket atau kuesioner dan data nominal yang berisi tentang karakteristik responden yang mencakup nama responden, jenis kelamin dan pekerjaan responden

yeng bersumber dari data primer dan melalui data sekunder berupa studi kepustakaan melalui buku, jurnal, artikel dan internet.

3.6.2. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber datanya yang diamati dan dicatat untuk pertama kalinya (Sugiyono, 2013). Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari hasil penyebaran angket kepada konsumen DnD Chicken And Burger Sumobito.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang di peroleh secara tidak langsung. Berupa pengumpulan data yang didapat dari penelitian terdahulu, referensi dan studi kepustakaan, adapun data pendukung adalah dokumentasi dari obyek penelitian yaitu, sejarah perusahaan.

3.6.3. Metode Pengumpulan Data

Dalam suatu penelitian yang dilakukan makan akan ada proses pengumpulan data. Dan dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data yaitu :

1 Angket (Kuisisioner)

Angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2013). Kuesioner dibuat dengan menggunakan pertanyaan terbuka, yaitu dari pertanyaan-pertanyaan untuk menjelaskan identitas responden. Dan pertanyaan tertutup, yaitu pertanyaan yang meminta responden untuk memilih salah satu jawaban yang tersedia dari setiap pertanyaan. Dalam hal ini tehnik pengumpulan informasi dan datanya dilakukan pada konsumen DnD

Chicken And Burger Sumobito dapat disampaikan langsung oleh peneliti dan faksimile menggunakan teknologi computer.

2 Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang datanya diperoleh dari buku atau dokumentasi orang lain yang menunjang penelitian yang dilakukan. Dokumentasi merupakan catatan mengenai peristiwa yang sudah berlalu. Peneliti mengumpulkan dokumen yang dapat berupa tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang (Sugiyono, 2013).

3.7. Uji Instrumen

3.7.1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui apakah pernyataan pada kuisioner menunjukkan valid atau tidaknya. Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang diteliti sesungguhnya pada obyek penelitian. Kuisioner yang dapat dikatakan valid apabila kuisioner tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2013).

Untuk menguji validitas pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik korelasi items total atau disebut juga *corrected item total corelation*. Untuk menguji validitas ketentuan yang harus dipenuhi dalam kriteria sebagai berikut (Sugiyono, 2016) :

- a. Jika $r \geq 0,30$ maka item-item pernyataan dari angket dinyatakan valid
- b. Jika $r \leq 0,30$ maka item-item pernyataan dari angket dinyatakan tidak valid.

Adapun uji coba validitas dengan sampel sebanyak 30 responden, dengan hasil uji validitas instrumen dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 3.2

No Item	Variabel	Uji Validitas		Keterangan
		r hitung	r kritis	
1		0,845	0,3	Valid
2	<i>Variasi Produk</i>	0,793	0,3	Valid
3	(X1)	0,708	0,3	Valid
1		0,790	0,3	Valid
2		0,642	0,3	Valid
3	Cita Rasa (X2)	0,733	0,3	Valid
4		0,849	0,3	Valid
5		0,731	0,3	Valid
6		0,689	0,3	Valid
1		0,604	0,3	Valid
2		0,419	0,3	Valid
3	Keputusan Pembelian (Y)	0,654	0,3	Valid
4		0,816	0,3	Valid
5		0,661	0,3	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Tabel 3.2 terlihat bahwa korelasi antara masing-masing item terhadap total skor setiap variabel menunjukkan hasil yang signifikan dan menunjukkan bahwa r hitung $> 0,3$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dinyatakan valid.

3.7.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji yang digunakan untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel. Menurut (Sugiyono, 2013) reliabilitas adalah instrumen yang digunakan bila beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama dan akan menghasilkan data yang sama dalam waktu yang berbeda. Pengujian reliabilitas dapat dilakukan menggunakan rumus *Cronbach's Alpha* dengan rentang skor 1-5, sebagai berikut :

$$r_{11} = \frac{n}{n-1} \left[\frac{\sum_{i=1}^L S^2}{St^2} \right]$$

Keterangan :

r_{11} : Reliabilitas Instrumen

n : Banyak butir soal atau pernyataan

S_i^2 : Jumlah varian butir

St^2 : Jumlah skor total

Dalam uji reliabilitas standart penentuan koefisien *Cronbach Alpha* yaitu jika koefisien *Cronbach Alpha* $\geq 0,60$ maka kuisioner dinyatakan reliabel begitupun sebaliknya jika koefisien *Cronbach Alpha* $\leq 0,60$ maka kuisioner dinyatakan tidak reliabel.

Adapun uji coba reabilitas sampel 30 responden, dengan hasil uji reabilitas instrumen dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 3.3
Uji Reabilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Kriteria	Keterangan
X1	0,680	0,6	Reliabel
X2	0,834	0,6	Reliabel
Y	0,634	0,6	Reliabel

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

Tabel 3.3 menunjukkan bahwa semua instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *Cronbach Alpha* > 0,6.

3.8. Metode Analisis Data

3.8.1. Analisis Deskriptif

Menurut (Sugiyono, 2016) analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum dan generalisasi. Pendeskripsian dapat diukur menggunakan Skala Likert yang dibuat dalam bentuk pilihan ganda atau checklist. Dalam metode ini menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Rentang skor} = \frac{\text{skor tertinggi} - \text{nilai skor terendah}}{\text{Jumlah kategori}}$$

$$RS = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Sehingga interpretasi skor sebagai berikut:

1,0 - 1,8 = Sangat Tidak Setuju

1,9 - 2,7 = Tidak Setuju

2,8 - 3,6 = Netral

3,7 - 4,5 = Setuju

4,6 - 5,0 = Sangat Setuju

Sumber: (Sudjana, 2005)

3.8.2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui adakah pengaruh atau hubungan antara variabel bebas (Independen) terhadap variabel terikat (Dependen), yaitu variasi produk (X_1), cita rasa (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) menurut (Sugiyono, 2013). Jadi analisis regresi linier berganda akan dilakukan jika dalam suatu penelitian jumlah variabel independennya minimal 2 (Sugiyono, 2016).

Persamaan regresi linier berganda menggunakan rumus :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

X_1 = Promosi Penjualan

X_2 = Kualitas Produk

β = Koefisien regresi antara disiplin kerja dan motivasi

e = Error

3.8.3. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik diperlukan untuk mengetahui apakah hasil estimasi regresi yang dilakukan, benar – benar bebas dari adanya gejala heterokedasitas, gejala multikolinearitas, gejala autokorelasi dan gejala normalitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen dan variabel dependen keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak (Ghozali,

2012). ada dua cara untuk mendeteksi data berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan cara analisis grafik dan uji statistik.

1) Analisis Grafik

Salah satu cara untuk menguji normalitas yaitu dengan analisis grafik histogram dan *Normal P-Plot*. Namun analisis grafik memiliki kelemahan yaitu hasilnya tidak dapat dipastikan kebenarannya terutama apabila jumlah sampel dalam penelitian kecil. Untuk histogram, apabila grafik histogram menggambarkan pola distribusi yang tidak menceng ke kanan dan ke kiri, tetapi tepat ditengah seperti bentuk lonceng maka hasil tersebut menunjukkan bahwa data terdistribusi secara normal. Untuk *Normal P-Plot*, normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data atau titik-titik pada sumbu diagonal dari grafik. Dasar dalam melihat hasil uji normalitas adalah sebagai berikut :

1. Apabila data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Apabila data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas .

2) Uji Statistik

Selain melakukan uji normalitas dengan analisis grafik, disarankan juga untuk menguji dengan uji statistik. Salah satu uji statistik yang dapat digunakan yaitu uji Kolmogrov Smirnov (K-S). Dasar pengambilan keputusan berdasarkan pada taraf signifikan hasil perhitungan dengan ketentuan sebagai berikut :

- a. nilai signifikan $> 0,05$ maka disimpulkan bahwa distribusi residual data penelitian adalah normal.
- b. nilai signifikan $< 0,05$ maka disimpulkan bahwa distribusi residual data penelitian tidak normal

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji adanya hubungan linier yang sempurna antara beberapa dan semua variabel bebas. Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinieritas dalam regresi dilakukan dengan menganalisis nilai *Tolerance* dan *Variance Influence Factor* (VIF) sebagai berikut :

- a. jika nilai VIF > 10 dan tolerance $< 0,1$ maka dapat dikatakan bahwa persamaan regresi terdapat masalah multikolinieritas.
- b. jika nilai VIF < 10 dan tolerance $> 0,1$ maka dapat dikatakan bahwa persamaan regresi tidak terdapat masalah multikolinieritas (Ghozali, 2016).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain (Ghozali, 2016). Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menganalisis penyebaran titik yang terdapat pada *Scatterplot* yang dihasilkan dengan menggunakan program software SPSS sebagai dasar pengambilan keputusan dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika sebaran titik-titik membentuk suatu pola tertentu dan sebarannya berada diatas dan dibawah titik nol sumbu Y maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah heteroskedastisitas dalam model regresi.

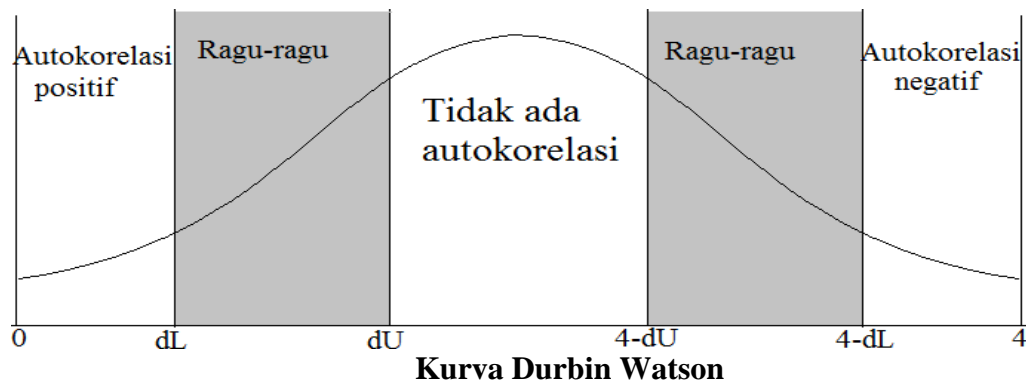
- b. Jika sebaran titik-titik membentuk suatu pola tertentu dan sebenarnya berada diatas atau dibawah titik nol sumbu Y maka dapat disimpulkan bahwa terdapat masalah heteroskedastisitas dalam model regresi (Ghozali, 2012).

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bermaksud memeriksa apakah pada contoh regresi linier sedia hubungan sela kekeliruan pengacau dalam periode t memperuntukkan kekeliruan pengacau dalam periode t-1 (sebelumnya). apabila terjadi asosiasi, maka dinamakan terdapat masalah autokorelasi (Ghozali, 2016)

Menurut (Ghozali, 2016) teknik untuk menguji autokorelasi bisa dicermati berdasarkan uji Durbin Waston (DW test) yg semata-mata dipakai demi autokorelasi taraf satu & mensyaratkan adanya intercept (konstanta) pada contoh regresi & tidak terdapat variable lagi pada antara variable independen buat memilih autokorelasi bisa dicermati dalam tabel Durbin Watson menjadi berikut:

Gambar : 3.1



Sumber : (Ghozali, 2016)

Berikut ini tabel bisa diuraikan secara terperinci, lebih jelas sebagai berikut :

1. apabila nilai Durbin-Watson yg didapat berdasarkan output pengujian merupakan $0 < d < d1$, maka terjadi perkara autokorelasi yg positif & memerlukan pembaruan.

2. apabila nilai Durbin-Watson yg didapat berdasarkan output pengujian merupakan $d1 \leq d \leq du$, maka terdapat masalah autokorelasi positif namun lemah & adanya pembaruan lebih baik.
3. apabila nilai Durbin-Watson yg didapat berdasarkan output pengujian merupakan $4-d1 < d < 4$, maka terjadi masalah hubungan yg berfokus & memerlukan pembaruan.
4. apabila nilai Durbin-Watson yg didapat berdasarkan output pengujian merupakan $4-du \leq d \leq 4-d1$, maka terjadi masalah autokorelasi lemah & adanya pembaruan lebih baik.
5. apabila nilai Durbin-Watson yg didapat berdasarkan output pengujian merupakan $du < d < 4-du$, maka tidak terjadi masalah autokorelasi.

3.9. Uji Hipotesis

3.9.1. Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan variabel Y secara parsial atau pada dasarnya uji t menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi-variasi dependen (Ghozali, 2012). Kriteria pengambilan keputusan dalam uji t yaitu :

- a. jika nilai signifikan $t_{hitung} > t_{tabel}$. Maka variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
- b. jika nilai signifikan $t_{hitung} < t_{tabel}$. Maka variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

3.9.2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan mengukur seberapa jauh kemampuan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi antara nol dan satu. Nilai (R^2) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat

terbatas. Sebaliknya jika nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen (Ghozali, 2012).