BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2015), metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random dan menggunakan instrumen penelitian serta analisis data bersifat kuantitatif statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Penelitian dilakukan di DesaDarurejoKecamatan Plandaan, penelitian ini untuk mengukur pengaruh faktor sosial dan pribadi terhadap keputusan pembelian Mie Sedaap. Dalam penelitian ini menganut konsep yang dikemukakan oleh Slovin mengenai pengambilan sampel, maka sampel yang diambil dalam penelitian ini adaalah 100 orang.

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data survei, yaitu dengan penyebaran kuisioner. Skala penguukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert.

3.2 Lokasi, Objek dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di DesaDarurejoKecamatan Plandaan. Objek penelitian ini adalah faktor sosial dan pribadi sebagai variabel independen serta keputusan pembelian sebagai variabel dependen.

3.3 Definisi Operasional

Penelitian ini menggunakan eempat variabel yang terdiri dari tiga variabel independent yaitu faktor sosial (X1) dan faktor pribadi (X2) serta satu variabel dependent yaitu keputusan pembelian (Y).

Definisi operasional dari ketigavariabel tersebut dapat diijabarkan sebagai berikuut :

3.3.1 FaktorSosial

Sekelompok orang yaang sama-sama meempertimbangkan seecara dekat persamaan dalam status atau penghargaan komunitas yang secara menerus bersosialisasi di antara mereka sendiri baik secara formal maupun informal, keluarga, perandan status.

Struktur sosial diartikan sebagai tatanan daalam masyarakat yang didasarkan pada posisi sosial tertentu dan juga nilai dan norma yang ada pada masyarakat. Struktur sosial terbentuk dari berbagai unsur-unsur tertentu di masyarakat. Unsur-unsur tersebut saling berhubungan satu dengan yang lain dan fungsional, ketika ada unsur yang berubah, maka unsur yang lain juga akan berubah pula. Unsur itu dapat berupa nilai kebudayaan, norma, dan lingkungan yang ada di maasyarakat (Salim, 2002). Yang di ukur menggunakan Indikator (Keller, 2007) yaitu :

a. Kelompok

   kelompok terdiri daari dua orang atau lebihyang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan. Kelompok yang penting meliputi keluarga, kawan dekat, mitra kerja,kelompok sosial formal.

Kelompok hobi dan tetangga. Kelompok adalah dua orang atau lebih yang berinteeraksi untuk mencapai sasaran individu maupun bersama.

b. Keluarga

keluarga adalah sumber pengaruh sosial terpenting dari sebagian besar konsumen, khusunya bila keluarga luas terlibat, keluarga sebagian konsumen, khusunya bila keluarga lueuas terlibat, keluarga bertindak sebagai agen sosialisai utama dalam membantu anggotanya mendapatkan keahlian, pengetahuan,sikap untuk bertindak sebagai konsumen.

c. Perandan Status

Seseorang merupakan anggota berbagai kelompok keluarga, klup, organisasi. Posisi seeseorang dalam setiap kelompok dapat ditetapkan baik leewat peranya maupun status dalam organisasi. Setiap peeran membawa status yang mencerminkan penghargaan yang diberikan masyarakat.

3.3.2 Faktor Pribadi

Kombinasi dari pola emosional, pikiran, dan perilaku yang mempengaruhi seserang bereaksi terhadap situasi dan berinteraksi dengan 0rang lain. Dalam faktor pribadi, terdapat Indikator yang mempengaruhi akan sebuah keputusan pembelian. Yang di ukur menggunakan Indikator (Keller, 2007) yaitu :

a. Usiadantahapsiklushidup

Seseeorang mengubah barang dan jasa yang mereka beli selama hidup mereka. Selera terhadap makanan, pakaian, mebel dan rekreasi sangat berhubungan dengan usia.

Persepsi adalah proses seseorang dalam memberi suatu gambaran atau kesan secara keseluruhan tentang produk tertentu.

b. Pekerjadankeadaanekonomi

Pekerjaan seseorang meempengaruhi barang dan jasa dibelinya. Pekerja berkantor cenderung membeli paakaian kerja yang kuat, sementara orang berkantor membeli pakaian bisnis. Pemasar beerusaha mengidentifikasi kelompok pekerjaan yang mempunyai minat di atas ratarata pada produk dan jasa emereka. Keadaan ekonomi seseorang akan mempeengaruhi pilihan produk. Pemasar yang produknya peka terhadap pendapatan dapat dengan seksama memperhatikan kecenderungan dalam pendapatan pribadi, tabungan dan tingkat bunga.

c. Kepribadiandankonsepdiri

Pola kehidupan seseorang yang diekspresikan dalam aktivitas, ketertarikan, dan opini orang tersebut. Orang-orang yang datang dari keebudayaan, kelas sosial, dan pekeerjaan yang sama mungkin saja mempunyai gaya hidup yang berbeda.

d. Gaya hidup

Personality adalah karakteristik unik dari psikologi yang memiimpin kepada kestabilan dan respon terus menerus terhadap liingkungan orang itu seendiri, contohnya orang yang percaya diri, dominan, suka bersosialisasi, otonomi, defensif, mudah beradaptasi, agresif.

3.3.3 KeputusanPembelian

Keputusan pembelian tidak terlepas dari konsumen melalui beberapa tahap yaitu mengetahui masalah yang dihadapi sampai dengan terjadinya transaksi pembelian konsumen serta keputusan pembelian adalah tahap proses keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian produk Kotler dan Amstrong (2008). Keputusan pembelian tidak teerlepas dari bagaimana konsumen meelalui beberapa tahap yaitu mengetahui maasalah yang dihadapi saampai dengan terjadinya transaksi pembelian konsumen serta keputusan pembelian adalah tahap proses keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian produk. Sedangkan menurut Tjiptono (2011) keputusan pembelian adalah pemilihan satu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif.

Menurut Swastha (2011) perilaku konsumen (*consumer behavior*) dapat diartikan sebagai keegiatan-kegiatan iindividu yang seecara lagsung terliibat untuk meendapatkan dan mempeergunakan barang atau jasa, termasuuk didalaamnya proses peengambilan kepuutusan pada peersiapan dan

peenentuan kegiatan-keegiatan teersebut. Terdapat dua aspek peenting dari arti perilaku konsumen:

a. Proses pengambilan keputusan

b. Kegiatan fisik yang kesemuaanya ini melibatkan individu dalam menilai, mendapatkan dan mempergunakan barangjasa ekonomis.

3.3.3.1 Indikator-indikator Keputusan Pembelian :

Kotler (2007) menjelaskan terdapat empat indikator dalam keputusan pembelian, yaitu:

a. Kemantapan pada sebuah produk Mie sedap.

Dalam melakukan proses pembelian, konsumen akan memilih salah satu dari beberapa alternatif yang ada, kualitas yang baik, harga yang terjangkau ataupun faktor-faktor lain akan membangun kepercayaan konsumen dan dapat memantapkan keingiinan konsumen untuk membeli produk tersebut.

b. Kebiasaan dalam membeli Mie sedaap.

Kebiasaan konsumen dalam membeli produk juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Konsumen merasa produk tersebut sudah melekat di benak meraka, karena mereka sudah merasakan akan manfaat dari produk tersebut. Oleh sebab itu, konsumen akan merasa tidak nyaman jika harus mencoba produk lain. Konsumen cenderung lebih memilih untuk produk yang sudah biasa digunakan.

c. Memberikan rekomendasi kepada orang lain.

Dalam melakukan proses pembelian, apabila seorang konsumen merasakan akan manfaat dari sebuah produk, mereka pasti akan merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain. Mereka ingin seseorang juga merasakan manfaat akan produk tersebut.

d. Melakukan pembelian ulang.

Jika seseorang merasa sebuah produk tersebut cocok atau sesuai dengan yang diharapkan, tentunya konsumen merasa bahwa mereka puas. Apabila serang konsumen merasa puas dalam menggunakan sebuah produk tersebut maka konsumen tersebut tentunya akan melakukan pembelian ulang.

Sumber informasi konsumen menurut Kotler (2009) terdiri dari empat kelompok, yaitu:

1. Sumber pribadi, meeliputi keluarga, teman, tetangga, kenalan.
2. Sumber komersial, meliputi iklan, tenaga penjuual, peedagang perantara, peengemasan.
3. Sumber umum, meliputi media massa, organisasi ranting konsumen.
4. Sumber pengalaman, meliputi penanganan, pemeriksaan, penggunaan produk

Tabel 3.1 Kisi kisiInstrumen

No	Variabel	Indikator	Butir
1	Faktor sosial (X1) Kotler dan Keller (2007)	Kelompok referensi	1. Saya membeli produk Mie Sedap berdasarkan saran dari teman saya
		Keluarga	2. Saya membeli produk Mie Sedaap karena dipengaruhi oleh keluarga
		Perandan Status	3. Saya terpengaruh oleh masyarakat sekitar dalam membeli produk Mie Sedap
2	Faktor Pribadi (X3) Kotler dan Ketler (2007)	Usia	4 Saya membeli dan menggunakan produk Mie Sedaap karena cocok dengan kalang manusia
		Pekerja dan keadaan ekonomi (pendapatan)	5 Saya membeli Mie Sedaap menyesuaikan pekerjaan saya
		Kepribadian	6 Saya membeli Mie Sedaap sesuai dengan karakteristik saya
		Gaya Hidup	7 Saya tertarik membeli Mie Sedap karena saya termasuk orang yang lebih suka sesuatu yang instan dan cepat saji
3	Keputusan Pembelian (Y)	Kemantapan sebuah produk	8 Mie Sedap menyediakan kebutuhan saya.
		Kebiasaan dalam membeli	9 Mie Sedap menjadi produk pilihan saya setelah mencari produk

		produk		lainnya.
		Merekomendasikan kepada orang lain	10	Saya menyarankan orang lain untuk menggunakanproduk Mie Sedaap
		Melalukanpembelianulang	11	Saya merasa puasdengan rasa Mie Sedap dan akan melakukan pembelian ulang

3.4PengukuranVariabel

Peenelitian yang dilakukan naantinya akan menggunakan alat bantu berupa angket, dan jawabanjawaban responden tersebut akan diukur deengan menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap , pendapat dan presepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai fenomena sosial. Skala likert menggunakan lima tingkatan jawaban yang dijelaskan pada tabel berikut ini:

Tabel 3.2Instrumen Skala Likert

No.	Pernyataan	Skor
1	SangatSetuju	5
2	Setuju	4
3	Netral	3
4	TidakSetuju	2
5	SangatTidakSetuju	4

Sumber: Sugiyono (2012)

Pada penelitian ini, responden memilih salah satu dari kelima alternatif jawaban yang tersedia, kemudian setiap jawaban akan diberi nilai tertentu (1, 2, 3, 4, 5). Nilai tersebut kemudian akan dijumlahkan dan menjadi nilai

keseluruhan. Nilai keseluruhan tersebut yang akan ditafsirkan sebagai posisi responden dalam skala likert.

3.5 SumberdanJenis Data

3.5.1 Sumber data

Dalam penyusunan laporan ini sumber data yang digunakan penulis sebagai berikut:

A. Primer

Yaitu data yang didapat secara langsung dari sumber data tentang masalah yang diteliti. Data yang dikumpulkan ini diperoleh dari penelitian dilapangan dan belum pernah dilakukan pengolahan sebelumnya. Data primer ini dari hasil kuesioner yang disebarkan kepada konsumen yang rata-rata melakukan pembelian mie sedap di DesaDarurejo.

B. Data Sekunder

Yaitu daata yang diperoleh secara tidak langsung dari responden, bisa dari jurnal-jurnal penelitian dan hasil wawancara (justifikasi)

3.5.2 Jenis Data

Data interval yaaitu data yang diperoleh dengan caara pengukuran, dimana jarak antar dua titik pada skala sudah diketahui. Data interval mempunyai tingkat pengukuran yang lebih tinggi.

Tabel 3.2 Instrument Skala Likert

No	Pernyataan	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Netral	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2007)

Dalam penelitian teknik pengunpulan menggunakan angket dan dokumentasi, sebagai berikut:

a. **Angket**

Yaitu teknik pengumpulan data deengan memberikan serangkaian pertanyaan yang diajukan pada pihak responden pada konsumen Mie Sedaap.

b. Dokumentasi

Dokumentasiadalahpeengumpulan data yang dilakukandenganmenelaahdokumensebagai data sekunderPenelitiakanmelakukanpengumpulan data mengenaikepercayaanmerekdancitramerekterhadapretensipelanggan Mie Sedapdenganmenggunakanangket. Angket yang telahdisiapkanakandisebarakankepadaresponden. Terdapatbeberapakisiinstument yang bertujuanuntukmemperoleh data tentangfaktorsosial, faktorbudaya ,faktorpiibadidankeputusanpembelian.

3.6 PopulasidanSampel

3.6.1 Populasi

Populasi adalah suatu hal yang meengacu pada keseluruhan kelompok orang atau gabungan dari seluruh elemen, kejadian, atau hal yang minat yang ingin di investasika (Sugiyono, 2007) yang memiliki karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik sebuah kesimpulan menjelaskan bahwa populasi adalah suatu obyek. Dikarenakan konsumen di Desa Darurejo yang membeli disetiap harinya tidak menentu, maka tidak diketahui jumlahnya.

3.6.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dari karakteristik yang dimiliki populasi (Sugiyono, 2007). Dalam penelitian ini sampel yang akan dipakai adalah konsumen pengguna produk Mie Sedaap yang ada didesa Darurejo Kecamatan Plandaan yang masih belum diketahui berapa jumlahnya. Menurut Wibisono dalam Riduwan dan Akdon (2013), rumus dalam menghitung sampel pada populasi yang tidak diketahui adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{(Z\alpha/2\sigma)2}{e}$$

Keterangan:

n : JumlahSampel

Zα : Nilai yang didapatdari table normalitas tingkat keyakinan

e : Kesalahan penarikan sampel

Tingkat Keyakinan dalam penelitian ini ditentukan sebesar 95% maka nilai Z 0.05 adalah 1,96 , dan standart deviasi (α) = 0,25. Tingkat keesalahanpenarikansampeldiitentukansebesar 5%/0,05 makadariperhitunganrumustersebutdapatdiperolehsampel yang dibutuhkan, yaitu:

$$n = \frac{(1{,}96 / 0{,}25).2}{0.05}$$
$$= 96{,}04$$

Jadi berdasarkan rumus diatas, besarnya nilai sampel adalah sebesar 96,04 orang, yang dibulatkan menjadi 100 orang.

3.7 MetodePengumpulan Data

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data sebagai berikut :

Accidental Sampling adalah dengan cara metode pengambilan sampel secara kebetulan. Saampeel dipilih oleh peneliti berdasarkan anggota populasi yang ditemui oleh peneliti secara kebetulan. Dengan cara pemberian kuesioner pada saat peneliti bertemu dengan responden sebagai sumber data selama penelitian berlangsung.

3.8 Teknik Analisis

Pada penelitian ini peneliti meenggunakan teknik analisis deskriptif. Metode statistik deskriptif adalah metode untuk mendeskripsikan atau menggambarkan data dan kemudian dianalisis sebagaimana adanya, dan tanpa ada maksud untuk membuat kesimpulan secara generalisasi (Sugiyono, 2012).

3.8.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mengambarkan frekuensi masing-masing item variabel pengukuran skor berdasarkan skala likert (Sugiyono, 2013), dengan satuan nilai satu sampai lima sehingga diperoleh interval nilai sebagai berikut :

$$\text{Rentang Skor} = \frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{\text{Jumlah Kategori}}$$

$$= \frac{5 - 1}{5}$$

$$= 0{,}8$$

Sehingga interprestasi skor sebagai berikut :

a. 1,0 – 1,8 = Sangat buruk
b. 1,9 – 2,6 = Buruk
c. 2,7 – 3,4 = Cukup
d. 3,5 – 4,2 = Baik
e. 4,3 – 5,0 = Sangat Baik

3.9 Uji Instrumen

Dalam penelitian diperlukan untuk pengujian data yang digunakan untuk mendapatkan hasil tepat terhadap objek yang diteliti.

3.9.1 Uji Validitas

Uji Validitas adalah suuatu ukuran yang menuunjukkan tingkat kevvalidan suatu instrumeent arikunto (2010). Instumen yang valid atau tepat dapat digunakan untuk mengukur obyek yang ingin di ukur. Tinggi rendahnya validitas instrument menunjukkan sejauh mana suatu alat

pengukur, umtuk mengukur suatu data agar tidak menyimpang dari gambaran variable ySyarat tersebut menurut Sugiyono (2009) yang harus dipenuhi yaitu harus memiliki kriteria sebagai berikut:

- Jika r ≥ 0,30, maka item-item pernyataan dari kuisioner adalah valid
- Jika r ≤ 0,30, maka item-item pernyataan dari kuisioner adalah tidak valid.

Tabel 3.4 UjiValiditas

Variabel	NomorPernyataan	Validitas		Keterangan
		Korelasi (r)	R (tabel)	
X1	X1.1	0,565	0,3	VALID
	X1.2	0,826	0,3	VALID
	X1.3	0,903	0,3	VALID
X2	X2.1	0,773	0,3	VALID
	X2.2	0,785	0,3	VALID
	X2.3	0,824	0,3	VALID
	X2.4	0,708	0,3	VALID
Y	Y1	0,507	0,3	VALID
	Y2	0,860	0,3	VALID
	Y3	0,898	0,3	VALID
	Y4	0,949	0,3	VALID

3.9.2 Uji Reliabilitas

Reabilitas menunjuk padda saatu pengertiian bahwa suatu instrument cukup dapat dipeercaya untuk digunakan sebgai alat pengumpulan data karena instrument tersebut sudah baik. Instrument yyang sudah dapat dipercaya , yang tidak reliable akan menghasilkan data yang dapat dipercaya. Apabila data sesuai dengan kenyataan, maka beberapa kutipan diambil, tetap akan sama. Reabilitas menunjuk pada tingkat sesuatu (Arikunto, 2010).

Dalam penelitian ini untuk mengukur reabilitas instrument digunakan rumus alpha.alpha (α) >0,600.indikator pengukuran reliabilitas yang membagi tingkatan reabilitas dengan kriiteria sebagai berikut:

1. 0,8 – 1,0 = Reliabilitas baik
2. 0,6 - ,799 = Reliabilitas diterima
3. <0,6 = Reliabilitas kurang baik

Tabel 3.5 ujireabilitas

Variabel	Reabilitas		Keterangan
	KoefisienAlpa	AngkaKritik	
X1	0,637	0,6	RELIABEL
X2	0,771	0,6	RELIABEL
Y	0,818	0,6	RELIABEL

3.10 Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian diperlukan untuk pengujian data yang digunakan untuk mendapatkan hasil tepat terhadap objek yang diteliti.

3.10.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas diilakukan uuntuk mengeetahui apaakah daata sampel dalam penelitian ini telah terdistribusi secara normal. Model yang baik adalah yang memiliki distribusi data yang normal atau mendekati normal (Ghozali dalam Ghoni, Bodroastutik 2011).

3.10.2Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independent). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel bebas (Ghozali dalam Ghoni, Bodroastutik 2011)..

3.10.3 Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini bertujuan untuk mendeteksi apakah kesalahan pengganggu dari model yang diamati tidak memiliki varians yang konstan dari suatu observasi ke observasi lainnya. Untuk mengetahui ada tidaknya gejala heterosdastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan grafik heterosdastisitas untuk memprediksi nilai variabel dependen dengan variabel independen. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heterosdastisitas (Ghoni, Bodroastutik 2011)

3.10.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan uuntuk melihat apaakah ada huubungan liniier antara eerror seerangkaian obsrervasi yang diurutkan menurut waktu *(data time series)*. Uji autokorelasi perlu dilakukan apabila data yang dianalisis merupakan data time series (Gujarati, 1993)

$$d=\Sigma \frac{(e_{i-}e_{2-1})^2}{\Sigma e_i}$$

Dimana :

d = nilai durbin watson

$\sum e_i$ = jumlah kuadrat sisa

Nilai durbin watson kemudian dibandingkan dengan nilai d_{tabel} . Hasil perbandingan akan menghasilkan kesimpulan seperti kriteria sebagai berikut :

1. Jika d<d1, berarti terdapat autokorelasi positif
2. Jika d > (3-d1), berarti terdapat autokorelasi negatif

Jika du < d (4-d1) berarti tidak terdapat autokorelasi

3. Jika d1 < d < du atau (3 – du) berarti tidak dapat disimpulkan

3.11 Analisis Regresi Berganda

Analisis ini diguunakan untuk mengetahui apakah data pengaruh yang positif dari variabel independen (X1, X2) terhadap variabel dependen (y) denga model regresi sebagai berikut :

$$y = a + b1X1 + b2X2 + e$$

Dimana :

y = Variabel dependen (perilaku pembeli produk MiSedap di KecamatanPlandaan)

a = konstanta

b = koefisien regresi yang menunjukkan angka peningkatan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen

X = Variabel independen

X1 = Faktor Sosial

X2 = Faktor Pribadi

3.12 Uji Hipotesis

Menurut Sunyoto (2012) hipotesis pada daasarnya meruupakan suatu proporsi atau tanggapan yang seering digunakan seebagai dasar pembuatan keputusan atau solusi persoalan dan juga untuk dasar penelitian lebih lanjut.

Pengujian hipotesis meerupakan prosees pembuatan keeputusan yang menggunakan estimasi statistik sampel terhadap parameter, jika terdapat deviasi antara sampel dengan populasinya peneliti harus menyadari adanya kemungkinan menolak atau mendukung hipotesis.

Untuk mengetahui tingkat signifikasi dari hasil pengolahan data analisis regresi berganda yang akan dilakukan, maka digunakan beberapa pengujian diantaranya sebagai berikut:

3.1.2.1 Uji t

Dimana tingkat signifikasi dari koefisien parsial untuuk meengetahui ada tidaaknya pengaruh antara masing-masing variabel bebas terhadap variiabel berikutnya, maka dilakukan pengujian dengan menggunakan persamaan berikut (Malhotra, 1996)

$$t = \frac{bi}{(Se)_{bi}}$$

Dimana :

T = Koefisien Regresi

$(Se)_{bi}$ = Standart Eror

Distribusi t dengan derajat kebebasan n – k – 1. Koefisien ini signifikan pada a = 0,05. Sedangkan signifikasi statistik hubungan liinier aantara variabel X dan Y diuji dengan hipotesis sebagai berikut :

H_0 : B_1 = 0, tidak berpengaruh siignifikan antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y)

3.1.2.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Analisa (2011) koefisien determinan (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui kemampuan model dalam menerangkan variasi *dependen*, yang ditujukan oleh besarnya koefisien determinasi antara nol dan satu. Koefisien determinasi (R^2) nol variabel *independen* berpengaruh terhadap variabel *dependen*. Apabila koefisien determinasi semakin mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel *independen* berpengaruh terhadap variabel *dependen.* Selain itu koefisien determinasidigunakan untuk mengetahui persentase perubahan variabel terikat (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X).