# BAB III

# METODE PENELITIAN

## 3.1 Rancangan Penelitian

## Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan eksplanasi (*explanatory research*). Menurut (Sugiyono, 2011) metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

## Penelitan ini merupakan metode penelitian *eksplanatori* yang menjelaskan hubungan antar variabel penelitian melalui mengujian hipotesis dengan mengunakan metode pengumpulan data dengan cara, wawancara dan kuisioner dan studi pustaka. Dengan jenis penelitian ini berupa penelitian yang bertujuan untuk menganalisis, hubungan kualitas pelayanan, kualitas produk terhadap keputusan pembelian di UD. PANJALOE *Design and Production* Jombang. Populasi yang dipilih adalah konsumen UD. PANJALOE *Design and Production* Jombang dengan menggunakan teknik *sampling accidental*.

## 3.2 Lokasi dan objek penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di UD. Panjaloe *Design and Production* (Jalan Teratai Gang 01 Candimulyo, Jombang). Dengan objek penelitian kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

**3.3 Definisi Operasional dan pengukuran variabel**

Penelitian ini menggunakan tiga variabel yang terdiri dari dua variabel independen yaitu kualitas pelayanan (X1) kualitas produk (X2) serta satu variabel dependen yaitu keputusan pembelian(Y) definisi operasional dari ke tiga variabel tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

### 3.3.1 Variabel independen (X)

**3.3.1.1Kualitas pelayanan (X1)**

Mengacu pada Tjiptono (2009), kualitas layanan bisa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan/konsumen.

Indikator menurut Zeithaml (2009) kualitas pelayanan sebagai berikut:

1. *Tangibles* (bukti langsung)

Kemampuan karyawan melayani konsumen/pelanggan.

1. *Reliability* (kehandalan)

Kemampunan karyawan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan;

1. *Responsiveness* (kehandalan)

Kemampunan karyawan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat *(responsive)* dan tepat kepada para pelanggan.

1. *Assurance* (jaminan)

Kemampuan karyawan atas pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan yang dimilikinya untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan/konsumen.

1. *Empatibity* (Empati)

Kemampuan karyawan dalam memahami keinginan dan kebutuan konsumen/pelanggan.

**3.3.1.2 Kualitas Produk (X2)**

Mengacu pada Kotler dan Armstrong (2010) kualitas produk dalam penelitian ini didefinisikan sebagai presepsi konsumen tentang baiknya kualitas produk yang dihasilkan UD. PANJALOE *Design & Production.*

Menurut Sviokla (2009) kualitas produk memiliki beberapa indikator, yaitu :

1. Kinerja *(performance),*

Persepsi konsumen terhadap kenyamanan suatu produk yang telah dirasakan oleh konsumen/pelanggan.

1. Keragaman produk *(features)*

Persepsi konsumen terhadap bergamnya produk yang disediakan dan memiliki kualitas yang beragam

1. Kemampuan pelayanan *(serviceability)*.

Persepsi konsumen terhadap manfaat yang dihasilkan suatu produk yang sesuai dengan keinginan konsumen/pelanggan.

1. Kesesuaian *(conformance)*

Persepsi konsumen terhadap kualitas suatu produk sesuai dengan produknya.

### 3.3.2 Variabel dependen (Y)

Mengacu pada pendapat Kotler (2008) keputusan pembelian adalah suatu kegiatan dengan membeli barang/jasa untuk memenuhi keinginan dan kebutuhanya.

Indikator menurut Schiffman dan Kanuk (2007) sebagai berikut:

1. Pengenalan masalah

Konsumen mengenali suatu produk sehingga mengetahui apa yang telah dibutuhkannya.

1. Pencarian informasi

Konsumen mencari informasi tentang produk agar dapat mengetahui tentang produk tersebut.

1. Evaluasi berbagai alternatif merek

Konsumen melakukan keputusan pembelian karena mendapatkan informasi tentang produk tersebut

1. Keputusan pembelian.

Konsumen melakukan pembelian karena harga dan kualitas produk yang ditawarkan.

**Tabel 3.1 Kisi-kisi Instrumen Penelitian**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Variabel Penelitian** | **Indikator** | **Item Pernyataan** | **Sumber** |
| Kualitas Pelayanan (X1) | *Tangibles* (bukti langsung) | 1. Fasilitas fisik yang baik | Zeithaml (2009) |
| 1. Fasilitas toko yang memadai |
| *Reliabilty* (kehandalan) | 1. Memberikan pelayanan dengan segera |
| 1. Memberikan pelayanan yang memuaskan |
| *Responsiveness (daya tanggap)* | 1. Keinginan para staf membantu pelanggan |
| 1. Memberikan pelayanan dengan tanggap |
| *Assurance (jaminan)* | 1. Tenaga yang professional |
| 1. Memberikan jaminan pelayanan sesuai kebutuhan |
| Kualitas Produk (X2) | Kinerja (*performance*) | 1. Produk yang dijual mempunyai kualitas yang baik | Sviokla (2009) |
| 1. Produk yang dijual dengan hasil yang baik |
| Keragaman Produk (*features*) | 1. Produk yang ditawarkan bervariasi |
| 1. Produk yang dijual bermacam-macam kualitasnya |
| Kemampuan Pelayanan (*serviceability*)  Lanjutan tabel 3.1 Kisi-kisi instrument penelitian | 1. Produk yang dijual sesuai dengan standar yang ditetapkan |
| 1. Produk yang dijual sesuai dengan permintaan konsumen |
| Kesesuaian (*conformance*) | 1. Produk yang sesuai dengan harapan konsumen |
| 1. Produk mampu dikerjakan sesuai dengan waktu yang ditetapkan oleh konsumen |
| Keputusan Pembelian  (Y) | 1. Pengenalan masalah | 1. Konsumen membeli Produk UD. Panjaloe Jombang karena produknya berkualitas. | Schiffman dan Kanuk (2007) |
| 1. Pencarian informasi | 1. Konsumen mudah mendapatkan informasi tentang UD. Panjaloe Jombang |
| 1. Evaluasi berbagai alternatif | 1. Melakukan keputusan pembelian setelah membandingkan produk denganpercetakanlain |
| 1. Keputusan pembelian | 1. Pelayanan yang baik menjadi alasan konsumen melakukan keputusan pembelian |

## 

## 3.4 Skala Pengukuran

Penelitian yang dilakukan nantinya mengunakan alat bantu berupa angket, yang mana jawaban jawaban-jawaban responden tersebut akan di ukur dengan yang menggunakan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijalankan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut di jadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pertanyaan atau pertanyaan. Jawaban setiap instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradiasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata dan untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor. Skala likert 1-5 dengan keterangan sebagai berikut :

1. Skor 5 untuk jawaban Sangat Setuju (SS)
2. Skor 4 untuk jawaban Setuju (ST)
3. Skor 3 untuk jawaban Netral (N)
4. Skor 2 untuk jawaban Tidak Setuju (TS)
5. Skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS)

## 

## 3.5 Penentuan Populasi Dan Sampel

### 3.5.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya Menurut (Sugiyono, 2011). Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah seluruh konsumen yang membeli produk di UD. Panjaloe Jombang yang jumlahnya tidak diketahui.

### 3.5.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2011). Metode pengambilan sampel adalah dengan menggunakan metode *Non Probability Sampling* dengan teknik *Accidental Sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu konsumen yang datang di UD. PANJALOE Jombang bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Karena keterbatasan waktu maka tidak mungkin akan mengambil dari semua populasi tersebut.

Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya. Menurut Riduwan dan Akdon (2013), rumus dalam menghitung sampel pada populasi yang tidak diketahui adalah sebagai berikut:

n = (Zα/2σ)2

e

Keterangan :

n : Jumlah Sampel

Zα : Nilai yang didapat dari 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 kesalahan penarikan sampel ditentukan sebesar 5%/0,05 maka dari perhitungan rumus tersebut dapat diperoleh sampel yang dibutuhkan, yaitu:

n =(1,96 / 0.25)2

0.05

= 96,04

Jadi berdasarkan rumus di atas, besarnya nilai sampel adalah sebesar 97 orang, yang dibulatkan menjadi 100 0rang.

## 3.6 Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data

Dalam dalam penelitian, data memegang peran penting yaitu sebagai alat pembuktian hipotesis serta pencapaian tujuan penelitian. Penelitian harus mengetahui jenis data apa saja yang diperlukan untuk mengidetifikasi, mengumpulkan, serta mengolah data yang digunakan dalam penelitian ini.

### 3.6.1 Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer dan sekunder diuraikan sebagai berikut:

1. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber objek penelitian. Data responden sangat diperlukan untuk mengetahui tanggapan responden mengenai keputusan pembelian di UD. PANJALOE *design and production* Jombang yang dilihat dari segi kualitas pelayanan dan kualitas produk. Dalam hal ini data diperoleh secara langsung dengan membagi kuisoner atau daftar pertanyan kepada konsumen.

1. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung melalui media cetak seperti buku, data perusahaan, dan keterangan lain yang berhubungan dengan pokok penelitian, seperti gambaran umum perusahaan serta jumlah penjualan. Data sekunder dari penelitian ini diperoleh dari internet dan buku-buku yang berhubungan dengan judul skripsi.

### 3.6.2 Metode Pengumpulan Data

1. Angket

Angket adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengajukan lembar angket yang berisi daftar pernyataan kepada responden atau konsumen. Peneliti memberikan beberapa angket yang berisi beberapa pernyataan yang terkait dengan variabel kualitas pelayanan*,* kualitas produk dan keputusan pembelian sehingga peneliti dapat melakukan analisis dari jawaban responden.

1. Dokumen

Dokumen adalah suatu metode pengumpulan data dengan cara mempelajari literatur yang dapat menunjang serta melengkapi data yang diperlukan serta berguna bagi penelitian ini.

## 3.7 Uji Instrumen

1. **Uji validitas**

Untuk mendukung analisis regresi dilakukan uji validitas dan uji reabilitas. Uji validitas dalam penelitian ini digunakan untuk menguji kevalidan kouesioner. Validitas menunjukan sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi alat ukurnya. (Azwar, 2011). Langkah selanjutnnya adalah secara statistik, angka korelasi yang diperoleh dengan melihat tanda bintang pada hasil skor total, atau membandingakan dengan angka bebas korelasi nilai r yang menunjukan valid. Pada penelitian ini uji validitas dibantu denggan program SPSS (*Statistical Package For Sosial Sciences*). Untuk memudahkan menentukan nomor item yang gugur , perlu di konsultasikan dengan tabel r produk moment. Kriteria penilaian uji validitas adalah :

1. Jika nilai r hitung > nilai koefesien (0.30), maka dapat diartikan indikator tersebut adalah valid
2. Jika nilai r hitung < nilai koefesien (0.30), maka dapat diartikan indikator tersebut tidak valid (Sugiyono, 2011).

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

**Tabel 3.3**

**Uji Validitas**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Variabel** | **Item Pertanyaan** | **r**  **hitung** | **Nilai koefesien** | **Keterangan** |
| Kualitas Pelayanan  (X1) | X1.1 | 0,895 | 0,30 | Valid |
| X1.2 | 0,830 | 0,30 | Valid |
| X1.3 | 0,705 | 0,30 | Valid |
| X1.4 | 0,900 | 0,30 | Valid |
| X1.5 | 0,756 | 0,30 | Valid |
| X1.6 | 0,760 | 0,30 | Valid |
| X1.7 | 0,769 | 0,30 | Valid |
| X1.8 | 0,736 | 0,30 | Valid |
| Kualitas Produk  (X2) | X2.1 | 0,794 | 0,30 | Valid |
| X2.2 | 0,702 | 0,30 | Valid |
| X2.3 | 0,841 | 0,30 | Valid |
| X2.4 | 0,973 | 0,30 | Valid |
| X2.5 | 0,971 | 0,30 | Valid |
| X2.6 | 0,929 | 0,30 | Valid |
| X2.7 | 0,939 | 0,30 | Valid |
| X2.8 | 0,935 | 0,30 | Valid |
| Keputusan pembelian  (Y) | Y1.1 | 0,697 | 0,30 | Valid |
| Y1.2 | 0,762 | 0,30 | Valid |
| Y1.3 | 0,837 | 0,30 | Valid |
| Y1.4 | 0,795 | 0,30 | Valid |

Berdasarkan tabel 3.3 maka daat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan yang terdapat pada variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, dan keputusan pembelian diperoleh dari r hitung lebih besar dari nilai koefesien, hal ini berarti semua variabel adalah valid.

1. **Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas adalah suatu indek yang menunjukan sejauh mana hasil suatu penelitian mengukur dapat dipercaya (Azwar, 2000). Hasil pengukuran dapat dipecaya atau reliabilitas hanya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subyek yang sama aspek yang diukur dalam dari subyek belum diubah. Adapun cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas koesioner dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus koefisien *Alpha Crombach* utuk mengetahui koesioner tersebut sudah realibel akan dilakukan pengujian reliabilitas koesioner dengan bantuan komputer program SPSS. Kriteria penilaian uji reliabilitas adalah:

* 1. Apabila hasil koefisien Alpha lebih besar dari taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut reliabilitas.
  2. Apabila hasil koefisien Alpha lebih kecil dari taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka koesioner tersebut tidak reliabilitas.

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

**Tabel 3.4**

**Uji Realibilitas**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Variabel** | **Alpha Cronbach** | **Kriteria** | **Keterangan** |
| X1 | 0,915 | Alpha Cronbach > 0,6 maka reliabel | Reliabel |
| X2 | 0,775 | Reliabel |
| Y | 0,956 | Reliabel |

Berdasarkan tabel 3.4 menunjukkan bahwa semua instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel. Hal ini ditunjukkan dengan nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,6.

**3.8 Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik bertujuan mengetahui kondisi data yang dipergunakan dalam penelitian. Hal tersebut dilakukan agar diperoleh model ananisis yang tepat. Model analisis regresi penelitian ini menyaratkan uji asumsi terhadap data meliputi:

1. **Uji Normalitas**

Uji normalitas data bertujuan menguji apakah dalam model regresi, variabel residual memiliki distribusi normal (Gozali, 2006). Untuk menguji apakah data yang dikumpulkan berdistribusi normal atau tidak dapat dilakukan dengan metode grafik yang handal adalah dengan melihat normal melihat normal probability plot yang membandingkan distribsi kuantitatif dari distribusi normal (Gozali, 2006). Distribusi normal akan membuat satu garis lurus diagonal, dan ploting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika data menyebar disekitar garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normaliras. Jika data menyebar jauh dari diagonal atau mengikuti garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

1. **Uji heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari suatu pengamatan satu ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residu atau dari suatu pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Dan jika varians berbeda disebut Uji heteroskedasitas. model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedasitas (Ghozali I. , 2006). Salah satu cara untuk mendeteksi heteroskedasitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variable terikat (dependen) yaitu ZPRED dan nilai residualnya SRESID

1. **Uji** [**multikollinearitas**](https://www.statistikian.com/2016/11/multikolinearitas.html)

Uji [multikollinearitas](https://www.statistikian.com/2016/11/multikolinearitas.html) bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi di temukan adanya korelasi antar *variable independent* (Ghozali, 2011). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem [multikollinearitas](https://www.statistikian.com/2016/11/multikolinearitas.html). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Uji [multikollinearitas](https://www.statistikian.com/2016/11/multikolinearitas.html) pada penelitian dilakukan dengan matriks korelasai. Pengujian ada tidaknya gejala [multikollinearitas](https://www.statistikian.com/2016/11/multikolinearitas.html) dilakukan dengan memperhatikan nilai matriks korelasi yang dihasilkan pada saat pengolahan data serta nilai VIF (*variance inflation factor*) dan tolerance-nya. Jika nilai VIF tidak lebih dari 10 dan nilai tolerence tidak kurang dari 0,1 maka model dapat dikatakan bebas dari multikolinieritas, kemudian apabila VIF beskala diibawah 10 dan nilai *tolerance* mendekati 1, maka di ambil kesimpulan bahwa model regresi tersebut terdapat problem [multikollinearitas](https://www.statistikian.com/2016/11/multikolinearitas.html). (Santoso, 2009).

**4**. **Uji Autokorelasi**

Uji autokorelasi merupakan korelasi pada tempat yang berdekatan datanya yaitu *cross sectional.* Autokorelasi merupakan korelasi *time series* (lebih menekankan pada dua data penelitian berupa data rentetan waktu). Cara mendeteksi ada tidaknya gejala autokorelasi adalah dengan menggunakan nilai DW (Durbin Watson) dengan kriteria pengambilan jika D – W sama dengan 2, maka tidak terjadi autokorelasi sempurna sebagai *rule of tumb* (aturan ringkas), jika nilai D – W diantara 1,5 – 2,5 maka tidak mengalami gejala autokorelasi (Ghozali, 2012).

## 3.9 Teknis analisis data

### 3.9.1 Analisis Deskriptif

Analisa deskriptif digunakan untuk menggambarkan frekuensi masing-masing item variabel dengan skala pengukuran satu sampai lima. Untuk mengetahui kategori rata-rata skor menggunakan perhitungan menurut (Sudjana, 2005) sebagai berikut:



= 

= 0.8

Sehingga nilai tertinggi adalah 5 dan untuk nilai skor jawaban responden terendah adalah 1, sedangkan jumlah kelas/kategori yang digunakan dalam penyusunan kriteria tersebut disesuaikan dengan skala yang digunakan yaitu 5 kelas, sehingga interval yang diperoleh untuk tiap kelas adalah (5-1) : 5 = 0,8.

Dengan demikian kriteria untuk mendiskripsikan nilai mean yang diperoleh setiap butir indikator maupun variabel adalah sebagai berikut :

**Tabel 3.2 Nilai Skor dan Kategori**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nilai** | **Kategori** |
| 1,0 – 1,8 | Sangat Rendah |
| >1,8 – 2,6 | Rendah |
| >2,6 – 3,4 | Cukup |
| >3,4 - 4,2 | Tinggi |
| 4,2 – 5,0 | Sangat Tinggi |

**3.9.2 Uji Regresi Linier Berganda**

Regresi berguna dilakukan terhadap model lebih dari satu variabel bebas untuk mengetahi pengaruhnya terhadap variabel terikat (Santoso, 2000). Pada penelitian ini menggunakan alat bantu SPSS untuk mempermudah proses pengolaan data-data penelitian dari program tersebut akan didapatkan output berupa hasil pengolahan dari data yang telah di kumpulkan, kemudian output dari hasil penggolahan data tersebut di interpretasikan akan dilakukan analisis terhadapnya. Setelah dilakukan analisis barulah kemudian diambil sebuah kesimpulan sebagai hasil dari penelitian. Regresi berganda dilakukan untuk mengetahi sajauh mana variable bebas mempengaruhi variabel terikat. Pada regresi berganda terdapat suatu variable terikat dan lebih dari satu variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah keputusan pembelian di UD. Panjaloe Jombang, sedangkan yang menjadi variabel bebas adalah kualitas pelayanan dan kualitas produk. Model hubungan keputusan pembelian dengan variabel-variabel tersebut dapat disusun dalam fungsi atau persamaan sebagai berikut:

Y = a+b1X1+b2X2+e

Dimana :

Y : Keputusan pembelian

a : Konstanta

b : Koefisien

X1 : Kualitas pelayanan

X2 : Kualitas Produk

e : Tingkat kesalahan

## 3.10 Uji hipotesis

1. Uji t

Uji t digunakan menguji signifikasi variasai hubungan antara variabel X dan Y<, apakah Variabel X1, X2 benar-benar berpengaruh secara parsial terhadap variabel (keputusan pembelian) dalam melakukan uji t, digunakan menyusun hipotesis yang akan diuji, berupa hipotesis nol (H0) dan hipotesis alternatif (HI):

H0 = variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian di UD. PANJALOE *design and production* Jombang

H0 =b1=0

H1 = variabel kualitas pelayanan akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di UD. UD. PANJALOE *design and production*Jombang

H1=b1≠0

H0= variabel kualitas produk tidak akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di UD. PANJALOE *design and production*Jombang

H0=b1=0

H1 = variabel kualitas produk akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di UD. UD. PANJALOE *design and production*Jombang

H1=b1≠0

1. Koefisien determinasi (R²)

Koefisien determinan (R²) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan paling baik dalam analisis regresi, dimana hal yang ditujukan oleh besarnya koefesiensi determinasi (R²) antara 0 (nol) dan 1 (satu). Koefesien determinasi (R²) nol variabel independen sama sekali tidak berpengaruh dengan variabel dependen. Apabila koefesiensi determinasi semakin mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependen. Selain itu koefesien determinasi dipergunakan untuk mengetahui presentase perubahan variabel terikat (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X).