

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Jenis dan Pendekatan

Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti pada penelitian ini adalah paradigma *Positivistik* atau sering disebut dengan penelitian kuantitatif. Positivistik ialah pandangan yang berpendapat bahwa yang bisa diteliti dan dipahami adalah fakta sebenarnya. Paradigma kuantitatif adalah paradigma studi yang memusatkan pada pemeriksaan teori melalui pengukuran variabel penelitian dengan angka-angka dan menyelesaikan evaluasi data menggunakan prosedur statistik.<sup>1</sup>

Penelitian kuantitatif merupakan suatu proses menciptakan pengetahuan melalui data berupa angka sebagai alat mengkaji penjelasan perihal apa yang ingin diteliti dan diketahui.<sup>2</sup> Data kuantitatif ialah seluruh responden yang menerima daftar pertanyaan yang dibuat oleh peneliti. Sumber data kuantitatif ini disebut dengan sumber data primer. Data primer merupakan sumber data yang didapatkan secara langsung. Peneliti memberikan kuesioner berupa cetakan ataupun (link kuesioner) terhadap responden yang dituju melalui *Google Form* setelah itu diisi oleh responden dan dijadikan satu kepada peneliti melalui email.

### B. Setting Penelitian

*Setting* penelitian ini merujuk pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pengguna jasa layanan logistik JNT Express. Lokasi Penelitian dilaksanakan di kampus IAIN Kudus. Sedangkan waktu uji penelitian sebenarnya akan dilakukan pada Maret-Mei 2022. Kuesioner disebarkan pada mahasiswa, dilaksanakan uji data, dan penyusunan laporan penelitian.

### C. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi ialah lingkungan generalisasi yang berisi objek atau subjek yang mempunyai tingkat kualitas dan standar tertentu

---

<sup>1</sup> Indriantoro dan Supomo, *Metode Penelitian Bisnis*, (Yogyakarta: BPFE, 1999), 12.

<sup>2</sup> Mohammad Kasiram, *Metode Penelitian Kuantitatif-Kualitatif*, (Malang: UIN Malang Press, 2008), 149.

yang ditentukan peneliti untuk dianalisis dan selanjutnya untuk menghasilkan kesimpulan.<sup>3</sup>

Populasi adalah cakupan data yang dituju peneliti pada suatu wilayah dan waktu yang telah ditetapkan.<sup>4</sup> Populasi penelitian ini meliputi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus. Populasi penelitian ini merupakan seluruh mahasiswa FEBI IAIN Kudus sebanyak 3046 mahasiswa.<sup>5</sup>

## 2. Sampel

Definis sampel adalah komponen dari kuantitas dan karakteristik yang ada pada populasi, sehingga sampel merupakan populasi yang ada dan pemilihan sampel harus memakai metode tertentu yang berlandaskan dengan perhitungan serta syarat-syarat yang disetujui.<sup>6</sup> Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik yakni *Probability Sampling* dengan teknik *Cluster Random Sampling*. *Cluster Random Sampling* ialah teknik menentukan sampel secara acak yang berlandaskan pada kelompok bukan individunya. Penelitian pada sampel ini yaitu mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomi Islam IAIN Kudus pengguna jasa layanan logistik JNT Express.

Bersumber pada populasi penelitian ini, maka dalam memilih sampel memakai rumus Slovin. Dalam menentukan sampel pada penelitian ini memakai rumus slovin berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

$n$  = Jumlah Sampel

$N$  = Jumlah Populasi

$e$  = Standar *Error*

Ketentuan pada rumus Slovin:

Nilai  $e$  : 0,1 (10%) untuk populasi jumlah besar

Nilai  $e$  : 0,2 (2%) untuk populasi jumlah kecil

Jadi sampel yang ditentukan pada rumus Slovin yakni antara 10% - 20% dari populasi. Besarnya populasi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus yaitu 3046 mahasiswa dengan standar *Error* sebesar 10% dan hasil akhir

<sup>3</sup> Akbar Iskandar dkk, *Statistika Bidang Teknologi Informasi*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021), 51.

<sup>4</sup> Nurul Zuriah, *Metode Penelitian Sosial dan Pendidikan Teori-Aplikasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), 116.

<sup>5</sup> Pangkalan Data Pendidikan Tinggi, [PDDikti - Pangkalan Data Pendidikan Tinggi \(kemdikbud.go.id\)](http://PDDikti - Pangkalan Data Pendidikan Tinggi (kemdikbud.go.id)) diakses pada tanggal 25 April 2022 pukul 22:21 WIB.

<sup>6</sup> Akbar Iskandar dkk, *Statistika Bidang Teknologi Informasi*, 56.

estimasi dapat dibulatkan untuk menjangkau kesesuaian. Maka, dalam melihat jumlah sampel penelitian ini menggunakan estimasi berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{3046}{1 + 3046(0,1)^2}$$

$$n = \frac{3046}{31,46}$$

$$n = 96,821$$

Jadi, hasil perhitungan berikut menghasilkan jumlah sampel 97 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus.

**D. Desain dan Definisi Operasional Variabel**

Operasional variabel penelitian memiliki definisi, yaitu gambaran pada setiap variabel pada indikator-indikator yang menyusunnya kemudian mampu dibuktikan kebenarannya oleh responden.<sup>7</sup> Definisi operasional variabel bisa dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 3.1**  
**Definisi Operasional Variabel**

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran
Kualitas Layanan (X1) Menurut Tjiptono, kualitas layanan adalah usaha dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mewujudkan harapan	<ul style="list-style-type: none"> <li><i>Compliance</i> (kepatuhan)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kemampuan suatu perusahaan atas kepatuhan terhadap aturan atau hukum-hukum yang telah ditetapkan Allah (syariah)</li> </ul>	Skala <i>Likert</i>
	<ul style="list-style-type: none"> <li><i>Tangibles</i> (bukti fisik)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kemampuan suatu perusahaan dalam membuktikan eksistensi pada pihak eksternal</li> </ul>	

<sup>7</sup> Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu, 2006) 68.

(ekspektasi) pelanggan <sup>8</sup>		berupa (penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan)	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Raliability</i> (keandalan)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara tepat dan terpercaya</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Responsiveness</i> (ketanggapan)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memberikan pelayanan yang cepat (<i>responsive</i>) dan tepat terhadap pelanggan melalui penyampaian informasi yang dapat dimengerti</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Assurance</i> (jaminan dan kepastian)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan para pegawai perusahaan tersebut dalam menumbuhkan rasa percaya pelanggan</li> </ul>	

<sup>8</sup> Aptaguna A dan Pitaloka E, "Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Minat Beli Jasa GoJek", *Jurnal Widyakala* 3 (2016), 51.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Empathy</i> (rasa empati)</li> </ul>	kepada perusahaan <ul style="list-style-type: none"> <li>• Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan yang dibutuhkan</li> </ul>	
Ketepatan Waktu Pengiriman (X2) Menurut Handoko, ketepatan waktu adalah jangka waktu konsumen dalam melakukan pemesanan produk sampai produk tersebut tiba di tangan konsumen.. <sup>9</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ketepatan dalam jasa pengiriman barang</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alamat lengkap dan jelas</li> <li>• Nama pelanggan yang sesuai</li> <li>• Mencantumkan nomor telepon</li> <li>• Nomer resi pengiriman sesuai</li> </ul>	Skala <i>Likert</i>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ketepatan dalam menentukan harga</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jarak tempuh pengiriman</li> <li>• Beban dan kapasitas barang</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ketepatan dalam menentukan waktu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jumlah petugas kurir yang mencukupi</li> <li>• Jumlah armada</li> </ul>	

<sup>9</sup> Intan Eviani dan Yusup Rachmat Hidayat, “ Sistem Pelacakan Online dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan”, *Jurnal Manajemen Logistik* 1 No 1(2021) : 12.

		pengiriman mencukupi <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bukan pada <i>Peak Season</i> (masa ramai)</li> </ul>	
Ongkos Kirim (X3) Menurut Suharno, harga merupakan beberapa lembar uang yang diserahkan untuk memperoleh produk yang dibutuhkan, untuk definisi lebih luas harga ialah beberapa usaha yang dibutuhkan dalam memperoleh suatu produk. <sup>10</sup>	Keterjangkauan harga	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Harga yang ditetapkan mampu dijangkau konsumen</li> </ul>	Skala <i>Likert</i>
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat tinggi rendahnya harga mempengaruhi kualitas</li> </ul>	
	Kesesuaian harga dengan manfaat	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingginya harga tidak bermasalah, jika manfaat yang dibutuhkan terpenuhi</li> </ul>	
	Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Harga dipengaruhi dari perbandingan harga produk oleh konsumen</li> </ul>	
Keputusan Penggunaan Jasa (Y) Menurut Swastha, keputusan pembelian adalah tindakan secara langsung berupa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>The Extent Of Decision Making</i> (tingkat pengambilan keputusan) dan <i>Habit</i> (kebiasaan)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengambilan keputusan dibuat berdasarkan proses pencarian informasi dan evaluasi produk</li> </ul>	Skala <i>Likert</i>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pembelian karena</li> </ul>	

<sup>10</sup> Suharno, *Dasar- Dasar Kebijakan Publik*, (Yogyakarta: UNY Press, 2010), 178.

<p>keputusan yang terdiri dari beberapa pilihan tentang tipe produk, merek, harga, jumlah, masa pembelian, serta cara pembayaran.<sup>11</sup></p>		<p>kebiasaan hanya memerlukan sedikit informasi karena konsumen merasa puas dengan merek tertentu maka pembelian akan dilakukan secara konsisten</p>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>The Degree Of Involvement In The Purchase</i> (derajat keterlibatan dalam pembelian)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keterlibatan kepentingan pembelian yang tinggi dianggap penting bagi konsumen karena pembelian berhubungan erat dengan kepentingan dan image konsumen itu sendiri</li> <li>• Keterlibatan kepentingan rendah memiliki risiko yang lebih rendah, dan dianggap tidak penting oleh konsumen</li> </ul>	

<sup>11</sup> Basu Swastha, *Pengantar Bisnis Modern*, (Jakarta: Liberty, 2000), 25.

## E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan dalam uji instrumen yang digunakan valid atau tidak. Menurut Sugiyono, hasil instrumen dapat dinyatakan valid apabila memiliki kesamaan antara data yang dikumpulkan dan data sebenarnya pada objek yang dituju.<sup>12</sup>

Uji validitas dilakukan dengan menghubungkan skor jawaban setiap responden dengan akumulasi skor setiap variabel. Sedangkan nilai korelasi dibandingkan dengan nilai kritis pada taraf signifikan 0,05 (5%) dan 0,01 (1%). Jika nilai sig. (2-Tailed) > 0,05 maka data berkorelasi signifikan atau valid. Uji validitas juga dapat dilakukan dengan cara melihat nilai *Pearson Corelation*, bila nilai r hitung > rtabel maka data dikatakan valid.<sup>13</sup>

### 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan dalam menguji apakah instrumen yang digunakan reliabel. Reliabel apabila terdapat kesamaan data pada waktu yang berbeda.<sup>14</sup> Instrumen yang reliabel merupakan instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan daya yang sama. Untuk menetapkan *Reliabel* atau tidak dapat digunakan batas nilai *Alpha* 0,6. Reliabilitas kurang dari 0,6 kurang baik, reliabilitas 0,7 bisa diterima dan reliabilitas 0,8 dikatakan baik.<sup>15</sup>

## F. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang dipakai pada penelitian ini yaitu menggunakan cara penyebaran kuesioner pada responden. Sedangkan, responden memberikan tanggapan dari beberapa pertanyaan yang tersedia dengan memilih salah satu jawaban pada kuesioner. Pada penelitian ini, kuesioner rangkai dengan memakai pertanyaan tertutup. Pengukuran variabel menggunakan skala interval, skala interval merupakan skala yang dipakai untuk

---

<sup>12</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 173.

<sup>13</sup> Ricky Yuliardi dan Zuli Nuraeni, *Statistika Penelitian*, (Yogyakarta: Innosain, 2017), 93.

<sup>14</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 172.

<sup>15</sup> Romie Priyastama, *Buku Sakti Kuasai SPSS: Pengolahan Data dan Analisis Data*, (Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2017), 170.

menentukan selisih atau perbedaan dan besaran disetiap faktor, serta memiliki jarak tertentu.<sup>16</sup>

Dalam penelitian ini, cara yang digunakan pada estimasi kuesioner yakni *Agree-Disagree Scale*. Skala yang dipakai untuk mengukur ialah skala dengan interval 1-5 dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju. Untuk mengukur jawaban responden, isi kuesioner diukur menggunakan skala *Likert*. Skor 1 diartikan sebagai jawaban sangat tidak setuju, skor 2 diartikan sebagai jawaban tidak setuju, skor 3 diartikan sebagai jawaban ragu-ragu, skor 4 diartikan sebagai jawaban setuju, dan skor 5 diartikan sebagai jawaban sangat setuju.

## G. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan uraian dalam melaksanakan pengujian hipotesis serta menjawab rumusan masalah yang diajukan dari kumpulan data yang telah diterima, selanjutnya diolah menggunakan cara kuantitatif. Metode analisis penelitian ini menggunakan rumus statistik, yakni program *Microsoft Excel* statistik dan program *SPSS*. Sedangkan model statistik yang dipakai yakni:

### 1. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas ialah sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk mengukur sebaran data pada suatu kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik ialah yang memiliki nilai sebaran yang tersebar secara normal.

##### 1) Metode Grafik

Tata cara penggunaan metode grafik ada dua cara yakni melihat diagram grafik p-p plot serta diagram histogram. Diagram grafik p-p plot diartikan bila titik penyebaran di dekat garis diagonal, dan penyebarannya searah garis diagonal sehingga dapat dinyatakan informasi berdistribusi wajar. Sebaliknya, apabila diagram grafik histogram memiliki sebaran informasi membentuk lonceng yang sempurna maka dapat diartikan telah memberikan informasi berdistribusi wajar.

---

<sup>16</sup> Uma Sekaran, *Research Methods For Business (Metodologi Penelitian untuk Bisnis)*, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), 15.

## 2) Metode Statistik

Metode statistik ini memakai *Kolmogorov Smirnov*. Konsep pada uji normalitas *Kolmogorov Smirnov* adalah distribusi hasil, yang akan dianalisis kenormalannya saat informasi sudah diproses untuk melihat seolah biasa dalam didistribusi.

- a) Data dinyatakan normal jika signifikan dinilai lebih besar dari 0,05 pada ( $p > 0,05$ )
- b) Data dinyatakan tidak normal jika signifikan dinilai kurang dari 0,05 pada ( $p < 0,05$ )

### b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Akibat multikolinearitas mampu menyebabkan tingginya variabel pada sampel. Hal tersebut dapat diartikan bahwa standar *error* besar, akibatnya ketika koefisien diuji, *t*-hitung akan bernilai kecil dari *t*-tabel. Hal ini menunjukkan tidak adanya hubungan linier antara variabel independen yang dipengaruhi oleh variabel dependen.

Untuk mengetahui terdapat pengaruh multikolinearitas pada mode regresi dapat dilihat dari nilai toleransi dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai toleransi mengukur variabilitas dari variabel independen yang terpilih tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi dinyatakan terjadi multikolinearitas jika nilai *tolerance*  $> 0,10$  atau nilai VIF  $< 10$ .

### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan dalam melaksanakan pengujian apakah pada sebuah model regresi terjadi perbedaan jenis dari nilai residual dalam satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika varian berbeda, disebut heteroskedastisitas. Cara untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model regresi linier berganda, yaitu dengan melihat grafik *Scatterplot* atau dari nilai prediksi variabel terikat yaitu SRESID dengan residual *error* yaitu ZPRED. Apabila tidak terdapat pola tertentu dan tidak menyebar di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu *y*, maka dapat diartikan tidak terjadi heteroskedastisitas. Selain itu, periset mampu menggunakan uji gletser melalui metode mengkorelasikan nilai *Absolute Residual* dengan segala variabel leluasa:

- 1) Apabila sig 2-tailed  $< \alpha = 0,05$  maka diartikan terjadi heteroskedastisitas

- 2) Apabila sig 2-tailed  $< \alpha = 0,05$  maka diartikan tidak terjadi heteroskedastisitas

## 2. Uji Regresi Linier Berganda

Pada penelitian ini, menggunakan tiga variabel yakni Kualitas Layanan (X1), Ketepatan Waktu (X2), Ongkos Kirim (X3) serta Keputusan Penggunaan (Y) sehingga dalam menguji informasi menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan program aplikasi *SPSS Statistics 23*. Regresi linier berganda merupakan cara menganalisis regresi berganda (*Multiple Regression*) untuk mengetahui variabel mana yang berpengaruh pada variabel dependen. Rumus yang dipakai pada penelitian ini:

$$Y = a + b1X1 + b2X2 + b3X3 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen (keputusan penggunaan jasa layanan logistik)

a = Konstanta

b1 = Koefisien Regresi dari variabel X1 (Kualitas Layanan)

X1 = Kualitas Layanan

b2 = Koefisien Regresi dari variabel X2 (Ketepatan Waktu)

X2 = Ketepatan Waktu

b3 = Koefisien Regresi dari variabel X3 (Ongkos Kirim)

X3 = Ongkos Kirim

e = Standar Error

## 3. Uji Parsial (t)

Uji statistik t pada dasarnya membuktikan seberapa besar tingkat pengaruh setiap variabel bebas secara individual dalam menjelaskan macam variabel terikat. Sebelum melihat hasil uji t maka yang dibutuhkan memahami nilai t dulu. Sehingga dalam melihat t tabel perlu diketahui derajat kebebasan menggunakan rumus berikut:

$$\begin{aligned} df &= n - k - 1 \\ &= 100 - 1 - 1 \\ &= 98 \end{aligned}$$

Keterangan :

df = derajat kebebasan

n = jumlah responden

k = jumlah variabel bebas

Berdasarkan rumus tersebut, mampu dimengerti nilai derajat kebebasan yaitu 98 dengan nilai signifikan 0,05 diperoleh  $\alpha = 0,025$ . Selanjutnya dari ketetapan tersebut dapat dimengerti t tabel yaitu 1,984.

Cara melakukan uji t yaitu:

- a. Apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka variabel bebas secara individual tidak memiliki pengaruh pada variabel terikat.
- b. Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka variabel bebas secara individual memiliki pengaruh pada variabel terikat.

#### 4. Uji Simultan (f)

Uji statistik f pada bertujuan untuk membuktikan apakah seluruh variabel bebas yang dimasukkan pada model berpengaruh secara bersama-sama pada variabel terikat. Sebelum melihat hasil uji f maka yang dibutuhkan memahami nilai f tabel terlebih dahulu. Jadi dalam melihat f tabel perlu diketahui derajat kebebasan menggunakan rumus yaitu:

$$\begin{aligned} df1 &= k - 1 \\ &= 3 - 1 \\ &= 2 \\ df2 &= n - k - 1 \\ &= 100 - 2 - 1 \\ &= 97 \end{aligned}$$

Keterangan :

df = derajat kebebasan

n = jumlah responden

k = jumlah variabel bebas

Berdasarkan rumus tersebut, maka diketahui bahwa nilai derajat kebebasan yaitu  $df1 = 2$  dan  $df2 = 97$  dengan nilai signifikan  $\alpha = 0,05$  jadi dapat diketahui f tabel sebesar 3,09. Terdapat 2 metode yang digunakan sebagai acuan pada uji simultan yaitu:

- a. Nilai signifikan (Sig.) dari *output* Anova
  - 1) Jika sig.  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dari  $H_a$  diterima
  - 2) Jika sig.  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak
- b. Perbandingan nilai  $F_{hitung}$  dengan nilai  $F_{tabel}$ 
  - 1) Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka hipotesis diterima
  - 2) Jika nilai  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka hipotesis ditolak

#### 5. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi berguna untuk mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menjelaskan variabel bebas. Maka nilai tersebut dapat diketahui melalui presentase nilai koefisien korelasi yang dikuadratkan dan memiliki nilai antara 0 – 1 (0 – 100%). Pedoman menggunakan pengujian koefisien determinasi yakni:

- a. Jika nilai diketahui mulai mendekati angka satu, maka koefisien determinasi berpengaruh besar yang menunjukkan persamaan regresi membaik
- b. Jika nilai diketahui mulai mendekati angka nol, maka tingkat koefisien determinasi berpengaruh kecil dan menunjukkan persamaan regresi semakin lemah

*Koefisien Determinasi ( $R^2$ )* menunjukkan bagian yang dijelaskan oleh variabel bebas pada variabel dependen, yang lain dijelaskan pada variabel lain yang tidak disebutkan pada penelitian. Pengaruh analisis *Koefisien Determinasi ( $R^2$ )* yang ingin diketahui melalui rumus yaitu:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

$$0 \leq R^2 \leq 1$$

Kd = koefisien determinasi

R = korelasi

