

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

#### 1. Jenis Penelitian

Penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian *fieldresearch*, yaitu penelitian yang data dan informasinya diperoleh dari kegiatan lapangan.<sup>1</sup> Peneliti melakukan penelitian di lapangan untuk memperoleh data atau informasi secara langsung dengan mendatangi responden yang berada di rumah atau konsumen di pasar, para turis di pusat hiburan (daerah tujuan wisata) dan pelanggan jasa perhotelan, perbankan, kantor pos, serta berbagai pengguna alat transportasi umum lainnya.<sup>2</sup> Dalam penelitian ini, peneliti terjun langsung ke lapangan untuk memperoleh data yang kongrit tentang pengaruh kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian konsumen di Distro Locked Target kajeksan Kudus.

#### 2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif, yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data yang berupa angka atau data berupa kata-kata atau kalimat yang dikonversi menjadi data yang berbentuk angka. Data yang berupa angka tersebut kemudian diolah dan dianalisis untuk mendapatkan suatu informasi ilmiah di balik angka-angka tersebut.<sup>3</sup>

### B. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek dan subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah

---

<sup>1</sup> Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi & Bisnis*, UII Press, Yogyakarta, 2005, hal. 34.

<sup>2</sup> S. Nasution, *Metode Research (Penelitian Ilmiah), Ed. 1 Cetakan Kedua*, PT Grafindo Persada, Jakarta, 2004, 32.

<sup>3</sup> Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2014, 20

yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik dan sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu. Istilah lain sampel jenuh adalah sensus, dimana semua anggota populasi dijadikan sampel.<sup>4</sup> Populasi pada penelitian ini adalah konsumen di Distro Locked Target Desa Kajeksan Kec. Kota Kab. Kudus sebanyak 400 dalam jangka waktu satu bulan.

## 2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri atas keadaan tertentu yang akan diteliti. Sampel juga dapat didefinisikan sebagai anggota populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasi.<sup>5</sup>

Sampel adalah bagian kecil dari suatu populasi yang dianggap dapat mewakili dari keseluruhan dari populasi. Teknik pengumpulan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan rumus Slovin, yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = *Standard Error*

Sehingga jumlah sampel yang akan diambil yaitu:

$$n = \frac{400}{1 + 400 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{400}{500}$$

$$n = 80$$

Dengan demikian, maka dari jumlah populasi sebesar 400 dan diperoleh dari ukuran sampel sebesar 80 sampel penelitian. Dalam penelitian ini, sampel yang

---

<sup>4</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*, Alfabeta, Bandung, 2010, 115.

<sup>5</sup> Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 76.

digunakan adalah *Acidental Sampling* (sampel kebetulan), merupakan teknik penentuan sebuah sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel apabila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.<sup>6</sup>

### C. Tata Variabel

Variabel penelitian adalah gejala variabel yang bervariasi yaitu faktor-faktor yang dapat berubah-ubah ataupun dapat diubah untuk tujuan penelitian. Variabel penelitian perlu ditentukan dan dijelaskan agar alur hubungan dua atau lebih variabel dalam penelitian dapat dicari dan di analisis.<sup>7</sup> Pada penelitian ini variabel yang digunakan variabel dependen dan variabel independen.

#### 1. Variabel Dependen

Variabel dependen (variabel terikat) adalah variabel penelitian yang diukur untuk mengetahui besarnya efek atau pengaruh variabel lain.<sup>8</sup> Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah keputusan pembelian konsumen (Y).

#### 2. Variabel Independen

Variabel independen (variabel bebas) adalah variabel yang variasinya mempengaruhi variabel lain.<sup>9</sup> Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah kualitas produk ( $X_1$ ), dan desain produk ( $X_2$ ).

### D. Sumber Data

Data adalah sekumpulan bukti atau fakta yang dikumpulkan dan disajikan untuk tujuan tertentu. Data mempunyai peranan penting dalam pelaksanaan penelitian. Pemecahan suatu permasalahan dalam penelitian sangat

---

<sup>6</sup> Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 80.

<sup>7</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya)*, Edisi Kedua, Kencana Prenadamedia Group, 2005, Jakarta, 103.

<sup>8</sup> Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Edisi Pertama*, Mibarda Publishing dan Media Ilmu Press, Kudus, 2015, 19.

<sup>9</sup> Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Edisi Pertama*, 20.

tergantung dari keakuratan data yang diperoleh.<sup>10</sup> Dalam penelitian ini peneliti memperoleh dua macam sumber data, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli atau obyek penelitian.<sup>11</sup> Data tersebut bisa diperoleh langsung dari personel yang diteliti dan dapat pula berasal dari lapangan.<sup>12</sup> Dalam penelitian ini peneliti memperoleh data melalui kuesioner yang diberikan kepada konsumen di Distro *Locked Target* Desa Kajeksan Kec. Kota Kab. Kudus

**E. Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional variabel adalah suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel yang dapat diamati.<sup>13</sup>

Definisi operasional variabel yang akan digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.1 Definisi Operasional**

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Kualitas Produk (X1)	Arti mutu dari segi konsumen maupun dari segi produsen sebenarnya bertujuan sama, yaitu kepuasan kedua belah pihak. Ukuran mutu suatu barang atau jasa yang dibeli oleh konsumen yang berhubungan dengan puas tidak	a. Mutu dan bentuk produk b. Mutu dan bahan baku yang digunakan c. Mutu dan proses produksi. <sup>14</sup>	<i>Likert</i>

<sup>10</sup>Moh.Pabundu Tika, *Metodologi Riset Bisnis, Cetakan Pertama*, PT Bumi Aksara,Jakarta, 2006, 57.

<sup>11</sup>Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis (Untuk Akuntansi dan Manajemen) Edisi Pertama*, BPFE, Yogyakarta, 2002, 146.

<sup>12</sup> Moh. Pabundu Tika, *Metodologi Riset Bisnis* 57.

<sup>13</sup>Masrukin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 78.

<sup>14</sup> Suyadi Prawirosentono, *Pengantar Bisnis Modern Studi Kasus Indonesia dan Analisis Kuantitatif*, 152-154.



	puasnya konsumen menggunakan barang atau jasa yang bersangkutan.		
Desain produk (X2)	Totalitas fitur yang mempengaruhi bagaimana sebuah produk terlihat, terasa, dan berfungsi bagi konsumen. Menurut Stanton Desain Produk merupakan salah satu aspek pembentuk citra produk.	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Mutu kesesuaian</li> <li>b. Tahan lama.</li> <li>c. Tahan uji</li> <li>d. Kemudahan perbaikan</li> <li>e. Model.<sup>15</sup></li> </ul>	<i>Likert</i>
Keputusan Pembelian Konsumen (Y)	hasil atau kelanjutan yang dilakukan individu ketika dihadapkan pada situasi dan alternatif tertentu untuk berperilaku dalam memenuhi kebutuhannya.	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Motivasi.</li> <li>b. Faktorlingkungan</li> <li>c. Kegiatan pemasaran.</li> </ul>	<i>Likert</i>

<sup>15</sup>Philip kotler dan kevine lane keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 2, 4*

## F. Teknik Pengumpulan Data

### 1. Interview (Wawancara)

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau self-report, atau setidaknya pada pengetahuan atau keyakinan pribadi. Sutrisno Hadi mengemukakan bahwasanya anggapan yang perlu dipegang oleh peneliti dalam menggunakan metode interview dan juga kuesioner atau angket adalah sebagai berikut:

Bahwa interpretasi subyek tentang pertanyaan-pertanyaan yang diajukan peneliti kepadanya adalah sama dengan apa yang dimaksudkan oleh peneliti.<sup>16</sup>

### 2. Kuesioner (angket)

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup dan terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung.<sup>17</sup>

Metode ini digunakan untuk memperoleh data melalui pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada konsumen di Distro Locket Target Kajeksan Kudus mengenai pengaruh kualitas produk dan Desain

---

<sup>16</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Alfabeta, Bandung, 2006, 194.

<sup>17</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*, Alfabeta, Bandung, 199.

Produkterhadap keputusan pembelian konsumen. Data tersebut digunakan untuk olah data peneliti sebagai instrumen data mentah yang kemudian diolah melalui SPSS. Dalam penelitian ini kuesioner disusun dengan menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk item-item instrument yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan.

Dalam hal ini responden akan memberikan penilaian atau pendapat terhadap jawaban dari kuesioner. Jawaban setiap instrumen tersebut akan diberi skor, yaitu:<sup>18</sup>

Sangat setuju (SS)	: 5
Setuju (S)	: 4
Netral (N)	: 3
Tidak setuju (TS)	: 2
Sangat tidak setuju (STS)	: 1

## G. Pengujian Data

### 1. Uji Validitas Instrumen

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Daftar pertanyaan ini pada umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu. Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan di uji validitasnya.<sup>19</sup>

Uji validitas ini untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid, jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur. Uji validitas ini diukur dengan melakukan korelasi antara skor butir pertanyaan dengan total score konstruk atau variabel,

<sup>18</sup>Masrukin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 93.

<sup>19</sup> Wiratna Sujarweni, *Statistik untuk Bisnis & Ekonomi*, Pustaka Baru Press, Yogyakarta, 2015, 161.

dengan hipotesa : (a)  $H_a$  = Skor butir pertanyaan tidak berkorelasi positif dengan total score konstruk, (b)  $H_0$  = Skor butir pertanyaan berkorelasi positif dengan total score konstruk.

Uji signifikan dilakukan dengan cara membandingkan nilai hitung korelasi dengan nilai hitung  $r$  tabel pada degree of freedom ( $df$ ) =  $n-k$ , dimana  $n$  = jumlah sampel dan  $k$  = jumlah konstruk. Jika  $r$  hitung (untuk  $r$  tiap butir dapat dilihat pada kolom *Corrected Item-Total Correlation*) lebih besar dari  $r$  tabel dan nilai  $r$  positif, maka butir atau pertanyaan tersebut dikatakan valid.<sup>20</sup>

## 2. Uji Reabilitas Instrumen

Uji realibilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal, jika jawaban seseorang terhadap kenyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pada penelitian ini, pengukuran reliabilitas dilakukan dengan cara pengukuran sekali saja atau *one shot*. Dimana pengukurannya hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Untuk melakukan uji reliabilitas dapat digunakan program SPSS dengan menggunakan uji statistic *CronbachAlpha*. Kriteria dikatakan reliabel apabila nilai yang didapat dalam proses pengukuran dengan uji statistik *Cronbach Alpha* > 0,60. Dan sebaliknya jika *Cronbach Alpha* diketemukan angka koefisien lebih kecil (< 0,60), maka dikatakan tidak reliabel.<sup>21</sup>

## H. Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas adalah keadaan dimana pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antar variabel independen. Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya

<sup>20</sup> Masrukin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 100.

<sup>21</sup> Masrukin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 97-98.



korelasi antar variabel independen. Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Beberapa metode uji multikolinieritas yaitu dengan melihat nilai *Tolerance* dan *InflationFactor* (VIF) pada model regresi atau membandingkan nilai koefisien determinasi individual ( $r^2$ ) dengan nilai determinasi secara serentak (R).

Pada penelitian ini untuk mendeteksi multikolinieritas yaitu dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Inflation Factor* (VIF). Dikatakan tidak terjadi multikolinieritas apabila mempunyai angka *Tolerance* lebih dari 0,1 dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) kurang dari 10.<sup>22</sup>

## 2. Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah keadaan di mana pada model regresi ada korelasi antara residual pada periode  $t$  dengan residual pada periode sebelumnya ( $t-1$ ). Model regresi yang baik adalah yang tidak terdapat masalah autokorelasi. Pada penelitian ini, cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi yaitu dengan melakukan Uji *Durbin-Watson* (*DW – test*). Dalam penelitian ini hipotesis yang akan diuji yaitu:

- $H_a$  : ada autokorelasi

Pengambilan keputusan pada uji Durbin Watson adalah sebagai berikut:

$DU < DW < 4 - DU$  maka  $H_0$  diterima, artinya tidak terjadi autokorelasi.

$DW < DL$  atau  $DW > 4 - DL$  maka  $H_0$  ditolak, artinya terjadi autokorelasi.

$DL < DW < DU$  atau  $4 - DU < DW < 4 - DL$ , artinya tidak ada kepastian atau kesimpulan yang pasti.<sup>23</sup>

---

<sup>22</sup> Duwi Priyatno, *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*, Andi, Yogyakarta, 2012, 151-152.

<sup>23</sup> Duwi Priyatno, *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*, 172-173.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas. Kebanyakan data crosssection mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (keci, sedang, dan besar).<sup>24</sup>

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas bisa dengan melihat Grafik Plot antara lain nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED. Dengan dasar analisisnya

Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi Heteroskedastisitas.

Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik yang menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas.<sup>25</sup>

### 4. Uji Normalitas

Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal. Beberapa metode uji normalitas yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik

---

<sup>24</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang, 2009, 95-96.

<sup>25</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, 95-96.

Normal P-P *Plot of regression standardize* residual atau dengan uji *one sample kolmogorov smirnov*.

Pada penelitian ini uji normalitas akan menggunakan metode grafik yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik Normal P-P *Plot of regression standardize* residual. Sebagai dasar pengambilan keputusannya, jika titik-titik menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal maka nilai residual tersebut telah normal.<sup>26</sup>

## I. Analisis Data

### 1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen. Analisis ini untuk memprediksikan nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif.<sup>27</sup>

Persamaan regresi linear berganda sebagai berikut.<sup>28</sup>

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan konsumen

X<sub>1</sub> = Kualitas produk

X<sub>2</sub> = Desain produk

A = Konstanta

b<sub>1</sub> = Koefisien regresi kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen

b<sub>2</sub> = Koefisien regresi desain produk terhadap keputus pembelian konsumen

e = Kesalahan pengganggu

<sup>26</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, 144.

<sup>27</sup> Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, MediaKom, Yogyakarta, 2010, 61.

<sup>28</sup> M. Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Statistik 1 (Statistik Deskriptif)*, Bumi Aksara, Jakarta, 2005, 269-270.

## 2. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y).

Langkah-langkah pengujian koefisien regresi secara parsial yaitu:

Menentukan Hipotesis

$H_a$  : Secara parsial ada pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen

Menentukan Tingkat Signifikansi

Tingkat signifikansi menggunakan 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ).

Kriteria Pengujian

- $H_0$  diterima jika  $-t \text{ tabel} \leq t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$ .

- $H_0$  ditolak jika  $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$  atau  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ .<sup>29</sup>

## 3. Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-sama (Uji F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Langkah-langkah melakukan pengujian koefisien regresi secara bersama-sama sebagai berikut:

Merumuskan Hipotesis

$H_a$  = Ada pengaruh antara variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Menentukan Tingkat Signifikansi

Tingkat signifikansi menggunakan 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ).

Kriteria Pengujian

$H_0$  diterima apabila  $F \text{ hitung} \leq F \text{ tabel}$ .

$H_0$  ditolak apabila  $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ .<sup>30</sup>

## 4. Analisis Determinasi R Square ( $R^2$ )

Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui prosentase sumbangan pengaruh variabel independen

<sup>29</sup> Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, 68-69.

<sup>30</sup> Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, 67.



secara serentak terhadap variabel dependen. Koefisien ini menunjukkan seberapa besar prosentase variasi variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi variabel dependen.  $R^2$  sama dengan 0, maka tidak ada sedikit pun prosentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen. Sebaliknya  $R^2$  sama dengan 1, maka persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen adalah sempurna atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model menjelaskan 100% variasi variabel dependen.<sup>31</sup>



---

<sup>31</sup>Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, 66.