

### BAB III METODE PENELITIAN

#### A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Berdasarkan tujuan yang hendak dicapai maka penelitian ini menggunakan penelitian asosiatif, yaitu penelitian untuk mengidentifikasi hubungan sebab akibat antar variabel-variabel yang berfungsi sebagai penyebab dan variabel mana yang berfungsi sebagai akibat.<sup>1</sup> Dalam hal ini penulis melakukan studi langsung ke lapangan untuk memperoleh data yang konkrit tentang pengaruh kepercayaan, kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas konsumen.

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif yaitu pendekatan yang menekankan analisis pada data *numerical* yang diolah dengan metode statistik.<sup>2</sup>

#### B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilaksanakan di konter Ulin Jaya Cell Kudus dengan responden konsumen Ulin Jaya Cell. Alasan pemilihan lokasi ini yaitu, yang pertama Ulin Jaya Cell menjual berbagai macam *acccoris handphone* dan kuota *all provider*, yang kedua letaknya yang strategis dari pusat keramaian yaitu di Jl. Getas pejaten no 55 (dari DPR ketimur pertigaan belok kiri  $\pm 20$ m timur jalan akan tetapi jumlah konsumen yang berbelanja relatif sedikit, yang ketiga unsur keterjangkauan lokasi penelitian baik dilihat dari segi tenaga, dana maupun efisiensi waktu.

#### C. Populasi dan Sampel

##### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>3</sup>

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang ada dalam buku penjualan pada bulan Oktober 2018 sampai Desember 2018 di Ulin Jaya Cell di Getas Pejaten, Kudus.

---

<sup>1</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (CV. Alfabeta, Bandung, 2014), 57.

<sup>2</sup> Saifudin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta, Pustaka Belajar, 1997), 5.

<sup>3</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 117.

**Tabel 3.1** Jumlah Konsumen

No	Bulan	Jumlah Konsumen
1.	Oktober	112
2.	November	85
3.	Desember	63
<b>Jumlah</b>		<b>260</b>

Jumlah konsumen Ulin Jaya Cell di Getas Pejaten, Kudus secara keseluruhan sebanyak 260 konsumen selama tiga bulan terakhir.<sup>4</sup>

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).<sup>5</sup>

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode *Accidental Sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data.<sup>6</sup> Penarikan sampel penelitian ini menggunakan rumus *slovin*<sup>7</sup> dan didapatkan hasil sebesar 72 responden.

$$\text{RUMUS } n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

Keterangan :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolelir atau diinginkan : 10%.

1 = angka konstan

<sup>4</sup>Hasil wawancara dengan Nikhal Ulin Nuha selaku pemilik Ulin Jaya Cell, 5 Januari 2019.

<sup>5</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, 81.

<sup>6</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, 85.

<sup>7</sup> Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam : Pendekatan Kuantitatif Dilengkapi Dengan Contoh-Contoh Aplikasi : Proposal Penelitian dan Laporrannya* (Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2018), 180.

$$N = \frac{260}{1+260 \cdot 0,1^2}$$

$$= \frac{260}{1+260(0.01)}$$

$$= \frac{260}{1+2,6} = \frac{260}{3,6} = 72,22 \text{ atau}$$

$$n = 72$$

#### D. Sumber Data

Sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini meliputi dua bagian pokok, yaitu data primer dan data sekunder. Adapun penjelasan dari kedua pokok sumber data tersebut adalah sebagai berikut.<sup>8</sup>

##### 1. Data Primer

Data primer yaitu data yang didapatkan secara langsung dari responden yang diteliti, meliputi;

- a. Karakteristik responden yang diantaranya mencakup jenis kelamin, pekerjaan, dan tingkat penghasilan.
- b. Data mengenai bagaimana pendapat responden terhadap kualitas pelayanan, harga, dan kepercayaan konsumen pada Counter Ulin Jaya Cell yang di ambil dengan angket.

##### 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang didapatkan dari studi kasus dan sumber lain yang dapat menunjang atau mendukung dalam proses penelitian ini. Adapun data sekunder yang diperoleh dari perusahaan ini yaitu tentang petunjuk dalam pelaksanaan penelitian dan semua informasi yang berguna dalam penyusunan laporan.<sup>9</sup>

#### E. Variabel Penelitian & Definisi Operasional

##### 1. Identifikasi Variabel

###### a. Variabel Bebas (*Independent Variabel*)

Variabel bebas sering juga disebut variabel stimulus, pengaruh dan prediktor. Dalam suatu penelitian yang dimaksud dengan variabel bebas adalah variabel yang akan dilihat efeknya atau variabel yang harus dimanipulasikan untuk dilihat efeknya

<sup>8</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 53.

<sup>9</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 53.

dalam penelitian eksperimen. Dengan kata lain, variabel ini di asumsikan akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada variabel lain. Pada penelitian eksperimen, variabel bebas yang utama disebut variabel perlakuan, karena variabel itu secara sengaja dikenai kepada subjek/objek coba untuk kemudian diamati akibat yang terjadi pada subjek/objek coba tersebut.<sup>10</sup> Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Kepercayaan ( $X_1$ ), Kualitas pelayanan ( $X_2$ ) dan Harga ( $X_3$ ).

**b. Variabel Terikat (*Dependent Variabel*)**

Variabel terikat atau tidak bebas disebut juga sebagai variabel tergantung, output ataupun respon. Variabel terikat adalah variabel yang akan dijelaskan atau diprediksi variansinya. Khusus dalam kasus pengaruh sebab akibat, variabel terikat ini adalah variabel yang variansinya disebabkan atau dipengaruhi variabel lain. Dalam penelitian eksperimen, variabel terikat atau sering dinamai sebagai variabel respon adalah variabel yang muncul atau berubah karena perlakuan dari variabel bebas.<sup>11</sup> Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel terikat adalah Loyalitas konsumen (Y).

**2. Definisi Operasional Variabel**

**Tabel 3.2**  
Tabel Definisi Operasional Variabel

No	Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Sumber	Skala
1	Kepercayaan konsumen adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen tentang objek, atribut dan	a. Integritas b. Kebaikan ( <i>Benevolence</i> ) c. Kompetensi ( <i>Competence</i> )	a. Kejujuran dalam menginformasikan produk. b. Kebaikan dalam memberikan jaminan atas produk yang dibeli. c. Kemampuan untuk memecahkan	Bachman & Akbar (2006)	Likert

<sup>10</sup> Sujarwo dan Basrowi, *Manajemen Penelitian Sosial* (Bandung, Madan Maju, 2009), 170.

<sup>11</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung, Alfabeta, 1999, 33.

	manfaatnya.		masalah yang dihadapi konsumen.		
2	Kualitas Pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Bukti fisik/ berwujud (<i>Tangible</i>)</li> <li>b. Keandalan</li> <li>c. Ketanggapan</li> <li>d. Jaminan (<i>Assurance</i>)</li> <li>e. Empati (<i>Emphaty</i>)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Kemampuan dalam penataan produk yang rapi dan menarik.</li> <li>b. keandalan dalam memberikan pelayanan. memberikan pelayanan yang cepat dan tepat dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi konsumen</li> <li>c. memberikan pelayanan yang cepat dan tepat dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi konsumen.</li> <li>d. memberikan jaminan kepastian yang berupa garansi produk. memberikan perhatian yang tulus kepada</li> </ul>	Fandy Tjiptono (2000)	Likert

			konsumen mengenai produk yang dibeli.		
3	<p>Harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya</p> <p>a.</p>	<p>a. Keterjangkauan harga</p> <p>b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk</p> <p>c. Kesesuaian harga dengan manfaat</p>	<p>a. harga yang terjangkau oleh pelanggan.</p> <p>b. adanya harga yang sesuai dengan kualitas dan kuantitas.</p> <p>c. adanya harga yang sesuai dengan manfaat produk yang dibeli.</p>	Basu Swasta (2008)	Likert
4	<p>Loyalitas konsumen adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha</p>	<p>a. Melakukan pembelian yang konsisten</p> <p>b. Merekomendasikan produk perusahaan kepada orang lain</p> <p>c. Kesetiaan konsumen terhadap perusahaan</p>	<p>a. Konsumen membeli kembali produk yang sama ditawarkan oleh perusahaan.</p> <p>b. Konsumen melakukan komunikasi dari mulut ke mulut berkenaan dengan produk tersebut kepada orang lain.</p> <p>c. Konsumen tidak akan beralih ke produk pesaing.</p>	Ratih Hurriyati (2017)	Likert

	<p>pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.</p>		<p>d. Konsumen tidak tertarik terhadap produk sejenis dari perusahaan lain.</p>		
--	--	--	---	--	--

**F. Teknik Pengumpulan Data**

**1. Kuesioner (Angket)**

Kuesioner merupakan 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. Teknik ini dilakukan oleh peneliti dengan cara membagikan kuesioner kepada konsumen di Counter Ulin Jaya Cell, Jalan Getas Pejaten No.55, Kecamatan Jati Kabupaten Kudus. Responden diminta untuk menjawab pertanyaan yang berhubungan dengan objek yang diteliti, yaitu: kepercayaan, kualitas pelayanan, harga dan loyalitas konsumen.<sup>12</sup>

Data tersebut digunakan untuk olah data peneliti sebagai instrument data mentah yang kemudian diolah melalui SPSS. Kuesioner disusun dengan menggunakan skala likert. Sedangkan skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor sebagai berikut : sangat setuju (skor 5), setuju (skor 4), netral (skor 3), tidak setuju (skor 2), dan sangat tidak setuju (skor 1).<sup>13</sup>

**2. Observasi**

Observasi adalah metode pengumpulan data dengan melakukan pengamatan terhadap kegiatan yang berlangsung di Counter Ulin Jaya Cell. Teknik pengumpulan data dengan observasi ini digunakan apabila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.<sup>14</sup>

---

<sup>12</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 142.

<sup>13</sup> Noor Juliansyah, *Metode Penelitian Skripsi, Tesis, dan Desertasi, Karya Ilmiah*, (Jakarta, Kencana, 2014), 145.

<sup>14</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 145.

### 3. Wawancara

Metode wawancara merupakan suatu kegiatan yang dilakukan langsung oleh peneliti dan mengharuskan antara peneliti serta narasumber bertatap muka sehingga dapat melakukan tanya jawab secara langsung dengan menggunakan pedoman skripsi.<sup>15</sup> Metode wawancara yang digunakan untuk memperkuat dan memperjelas data yang diperoleh yaitu data tentang profil Ulin Jaya Cell di Getas Pejaten Kudus.

### 4. Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan cara pengumpulan data yang menghasilkan catatan-catatan penting yang berhubungan dengan masalah yang diteliti sehingga akan memperoleh data yang lengkap, sah dan bukan berdasarkan perkiraan.<sup>16</sup> Metode ini digunakan dalam penelitian ini sebagai pelengkap guna memperoleh data sebagai bahan informasi berupa profil Ulin Jaya Cell serta data lain yang mendukungnya.

## G. Teknik Pengujian Instrumen

### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Untuk mengukur validitas dapat dilakukan dengan melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Sedangkan untuk mengetahui tingkat validitas instrumen masing-masing variabel, maka dengan *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-k$ , dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel dan  $k$  adalah konstruk dengan  $\alpha$  0,05. Apabila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dan bernilai positif, maka variabel tersebut valid.<sup>17</sup>

### 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau labil dari waktu ke waktu. Untuk mengukur reliabilitas menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Suatu konstruk atau

---

<sup>15</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 137.

<sup>16</sup> Sudjarwo dan Basrowi, *Manajemen Penelitian Sosial*, Mandar Maju, Bandung, hlm.161

<sup>17</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang, Badan Penerbit Undip, 2016), 52-53.



variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60 ( $\alpha > 0,60$ ).<sup>18</sup>

## H. Uji asumsi klasik

Uji asumsi klasik merupakan pengujian pada variabel penelitian dengan model regresi, apakah dalam variabel dan model regresinya terjadi kesalahan atau penyakit. Berikut macam-macam Uji asumsi klasik :

### 1. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.<sup>19</sup> Cara untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolinieritas antara lain dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*, apabila nilai VIF kurang dari 10 dan *Tolerance* lebih dari 0,1, maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.<sup>20</sup>

### 2. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat dari grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ( $Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$ ) yang telah di studentized. Jika grafik tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah sumbu 0 (nol) pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas dalam suatu model regresi. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.<sup>21</sup>

---

<sup>18</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang, Badan Penerbit Undip, 2016), 48-49

<sup>19</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang, Badan Penerbit Undip, 2016), 105-106.

<sup>20</sup> Duwi Prayitno, *SPSS 22 : Pengolahan Data Terpraktis*, (Yogyakarta, ANDI, 2014), 103.

<sup>21</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang, Badan Penerbit Undip, 2001), 69.

### 3. Uji Normalitas

Pada penelitian ini uji normalitas dilakukan bertujuan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data.<sup>22</sup> Pada uji normalitas ini, pengujian dilakukan pada variabel kepercayaan ( $X_1$ ), kualitas pelayanan ( $X_2$ ), harga ( $X_3$ ) dan loyalitas konsumen ( $Y$ ). Penelitian ini menggunakan *Kolmogrov-Smirnov Goodness of Fit Test* untuk melihat apakah data berdistribusi normal atau tidak. Selain itu, data ini juga dibandingkan dengan *Normality Probability Plot*.

Adapun kriteria dalam uji normalitas ini adalah :

- a. Angka sig. Uji *Kolmogrov-Smirnov* > 0.05 maka berdistribusi normal.
- b. Angka sig. Uji *Kolmogrov-Smirnov* < 0.05 maka berdistribusi tidak normal.<sup>23</sup>

## 1. Analisa Data

### 1. Analisis Regresi Berganda

Regresi berganda merupakan metode analisis yang serbaguna dan ‘powerfull’ yang dapat digunakan untuk memodelkan efek simultan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis regresi berganda dapat menyajikan suatu kombinasi dari dua tujuan dasar, yaitu.<sup>24</sup>

- a. Memprediksikan variabel dependen berdasarkan variabel independen.
- b. Memahami hubungan antara variabel dependen dan variabel independen.

Dalam penelitian ini menggunakan rumus regresi gandanya sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana :

Y = Loyalitas Konsumen

a = Konstanta

$b_1$  = Koefisien regresi Kepercayaan

$b_2$  = Koefisien regresi Kualitas Pelayanan

$b_3$  = Koefisien regresi Harga

$X_1$  = Variabel Kepercayaan

$X_2$  = Variabel Kualitas Pelayanan

$X_3$  = Variabel Harga

E = Error

<sup>22</sup>Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian* (Alfabeta, Bandung, hlm. 2012), 130.

<sup>23</sup>Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, 130.

<sup>24</sup>Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, 157.

## 2. Uji Hipotesis

### a. Uji t

Uji signifikansi parameter parsial bertujuan untuk menguji hipotesis dalam satu sampel, apakah satu nilai yang merupakan hipotesis yang kita ajukan berbeda secara nyata dengan nilai rata-rata dalam sebuah sampel. Uji signifikansi parameter individual dilakukan dengan uji statistik t. Pengujian ini dilakukan untuk membandingkan nilai terhitung dengan tabel dengan ketentuan sebagai berikut :

- a. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima
- b. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.<sup>25</sup>

Pengujian juga dilakukan dengan melihat taraf signifikansi, jika taraf signifikansi yang dihasilkan dari perhitungan di bawah 0,05 maka hipotesis diterima, sebaliknya jika taraf signifikansi hasil hitung lebih besar dari 0,05 maka hipotesis ditolak. Adapun tanda (-) atau (+) dari Beta dan t menunjukkan arah pengaruh variabel. Apabila (-) maka variabel tersebut berpengaruh negatif, artinya akan menurunkan Loyalitas Konsumen dan apabila (+) maka berpengaruh positif yang berarti dengan peningkatan variabel tersebut akan meningkatkan Loyalitas Konsumen.

Tabel distribusi t dicari pada derajat kebebasan (df)  $n-k-1$ . (n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel independen). Sehingga  $t_{tabel}$  diperoleh  $df=(72-3-1)$  atau derajat kebebasan 68 dengan signifikan 5% hasil t tabel sebesar 1,995.

### b. Uji F

Uji statistik F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Pengujian ini menggunakan alpha 5% dan dilakukan dengan membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  dengan ketentuan sebagai berikut :<sup>26</sup>

- a. Jika  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima
- b. Jika  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak

<sup>25</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung, Alfabeta, 1999) 229-233.

<sup>26</sup> Duwi Prayitno, *SPSS 22 : Pengolahan Data Terpraktis*, (Yogyakarta, ANDI, 2014), 67.

**c. Koefisien Determinasi**

Analisa R<sup>2</sup> (R Square) atau koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel.Sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian karena analisis yang digunakan adalah analisis linear berganda, maka yang digunakan adalah *Adjusted R Square*.<sup>27</sup>



---

<sup>27</sup>Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, (Alfabeta, Bandung, 2012), 157.