

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metodologi Penelitian

Metode penelitian adalah “suatu ilmu atau studi mengenai sistem atau tata cara untuk melaksanakan penelitian. Jadi yang dibahas adalah metode-metode ilmiah untuk melaksanakan penelitian”. Menurut Sugiyono (2017:2) :

“Metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan yang bersifat penemuan, pembuktian, dan pengembangan suatu pengetahuan sehingga hasilnya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan menantisipasi masalah dengan tujuan dan kegunaan tertentu”.

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode *asosiatif kausal* yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih.

Sugiyono (2019:65) menyatakan bahwa *asosiatif kausal* adalah rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Dalam penelitian ini terdapat variabel *independent* (yang mempengaruhi) dan variabel *dependent* (dipengaruhi).

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Objek Penelitian ini dilakukan pada Pelanggan Bus Sinarjaya Megah Langgeng, Subjek penelitian ini dilakukan konsumen yang berada di Jakarta.

Sumber data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden yang dijadikan sampel.

Adapun waktu pelaksanaan penelitian ini dimulai dari bulan Juli sampai dengan bulan Agustus 2023. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif yang dapat digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random atau acak, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

“Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”, Sugiyono, (2017:80)

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diharapkan mampu mewakili populasi dalam penelitian. Dalam penelitian kuantitatif, sampel merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Sugiyono (2016: 118). Sampel dalam penelitian ini merupakan bagian dari jumlah populasi. Penentuan sampel dalam penelitian ini sangat dibutuhkan untuk kejelasan penyebaran kuisisioner yang akan dilakukan.

Dalam penelitian ini metode penarikan sampel yang peneliti gunakan yaitu *purposive sampling*. Metoda *purposive sampling* adalah salah satu jenis teknik pengambilan sampel yang biasa digunakan dalam penelitian ilmiah dengan ketentuan khusus, kriteria responden sudah diketahui, seperti, jenis kelamin, usia, maka dengan menggunakan *purposive sampling* diharapkan kriteria sampel yang diperoleh benar-benar sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan

Dalam menentukan jumlah sampel yang akan diambil dalam penelitian ini, maka penulis menggunakan rumus *Lemeshow*. Rumus *Lemeshow* digunakan untuk menghitung sampel dalam keadaan populasi tidak diketahui. Rumus *Lemeshow* adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2 \times p \times q}{L^2}$$

Keterangan:

n= Jumlah sampel yang dibutuhkan

Z= Skor Z pada kepercayaan 95%=1.96

P= Maksimal estimasi, karena data belum didapat , maka dipakai 50% atau 0,5

Q=1-P

L= sampling error= 5% (0,05)

Berdasarkan Rumus diatas penentuan sampel dalam penelitian ini:

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}{0,05^2} = \frac{0,9604}{0,0025} = 384,16$$

Berdasarkan perhitungan di atas, pelanggan yang dijadikan sampel pada penelitian ini 384,16 dibulatkan menjadi 385 pelanggan,

D. Jenis dan Sumber Data

1. Data Kuantitatif

Data kuantitatif merupakan jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung, yang berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau berbentuk angka. Dengan kata lain data kuantitatif adalah data kualitatif yang dirubah kedalam bentuk angka. Dalam hal ini data kuantitatif berupa jumlah pelanggan, dan hasil angket. Sumber data dalam penelitian ini berupa :

1) Data Primer

Merupakan data yang diperoleh secara langsung dari responden peneliti melalui wawancara langsung di lapangan. Untuk mendapatkan data dalam penelitian tersebut peneliti mengadakan wawancara, observasi, dan menyebarkan kuisioner kepada Konsumen Pelanggan Bus Sinarjaya Megah Langgeng.

Kuesioner yaitu suatu teknik pengumpulan informasi dan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis pada responden untuk kemudian dijawab oleh responden.

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis yang harus dijawab atau dilengkapi oleh responden. Responden dalam

penelitian ini pelanggan Pelanggan Bus Sinarjaya Megah Langgeng. Skala yang sering digunakan dalam penyusunan *kuesioner* adalah skala ordinal atau sering disebut skala *likert* yaitu skala yang berisi lima tingkat preferensi jawaban dengan pilihan sebagai berikut :

- 1 = Sangat Tidak Setuju
- 2 = Tidak Setuju
- 3 = Netral
- 4 = Setuju
- 5 = Sangat Setuju

Menurut Sugiyono (2016:93), Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Skala *likert* dengan menggunakan lima alternatif jawaban dirasakan sebagai hal yang tepat. Skala *likert* dikatakan ordinal karena pernyataan Sangat Setuju mempunyai tingkat atau preferensi yang “lebih tinggi” dari Setuju, dan Setuju “lebih tinggi” dari “Ragu-ragu atau netral”

2) Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada. Sumber data sekunder misalnya catatan atau dokumentasi perusahaan, publikasi, analisis industri oleh media, situs

web, internet dan data lainnya yang berhubungan dengan obyek yang diteliti.

2) Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan merupakan segala usaha yang dilakukan oleh peneliti untuk menghimpun informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang akan atau sedang diteliti. Informasi itu dapat diperoleh dari buku-buku ilmiah, laporan penelitian, karangan-karangan ilmiah, tesis dan disertasi, peraturan-peraturan, ketetapan-ketetapan, buku tahunan, ensiklopedia dan sumber-sumber tertulis baik tercetak maupun elektronik lain.

E. Operasional Variabel

Operasional variabel adalah suatu definisi yang memberikan arti pada suatu konsep dengan menspesifikasikan kegiatan untuk mengukur suatu variabel. Berdasarkan variabel-variabel tersebut maka penulis dapat menentukan indikator dari masing-masing variabel. Indikator-indikator tersebut dipakai untuk menyusun *kuesioner* sesuai dengan pengertian-pengertian indikator-indikator dengan menggunakan skala *likert* yaitu skala yang mengukur kesetujuan atau ketidaksetujuan seseorang terhadap pertanyaan maupun pernyataan yang berkaitan dengan obyek yang diteliti.

Operasional variabel adalah definisi yang didasarkan atas sifat-sifat hal yang didefinisikan yang dapat diamati. Konsep dapat diamati atau observasi ini penting, karena hal yang dapat diamati itu membuka kemungkinan bagi

orang lain selain peneliti untuk melakukan hal yang serupa, sehingga apa yang dilakukan oleh peneliti terbuka untuk diuji kembali oleh orang lain.

Tabel 5
Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
1	Kualitas Pelayanan (X ₁) Kotler & Keller (2016:440)	Model yang menggambarkan kondisi konsumen dalam bentuk harapan akan layanan dari pengalaman masa lalu, promosi dari mulut ke mulut dan iklan dengan membandingkan pelayanan yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima atau rasakan	1. Keandalan (<i>Reliability</i>) 2. Ketanggapan <i>Responsiveness</i> 3. Jaminan (<i>Assurance</i>) 4. Empati (<i>Empathy</i>) 5. Berwujud (<i>Tangibles</i>)	Skala Likert
2	Harga (X ₂) Kotler & Amstrong (2016:78)	Sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena telah membeli atau menggunakan produk atau jasa tersebut	1. Keterjangkauan Harga. 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga, 4. Kesesuaian harga dengan manfaat	Skala Likert

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
4	Kepuasan Pelanggan (Y) Kotler (2017:46)	Perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara prestasi atau produk yang dirasakan dan yang diharapkannya.	1. Proses peningkatan kualitas pelayanan dan rasa senang 2. Proses manajemen sediaan 3. Proses pemesanan sampai dengan pembayaran 4. Proses pelayanan kepada konsumen	Skala Likert

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui sah/valid tidaknya suatu *kuesioner*. “Suatu *kuesioner* dikatakan valid jika pertanyaan pada *kuesioner* mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh *kuesioner* tersebut”, Ghazali (2016:52).

Rumus yang digunakan untuk mengukur uji validitas yaitu rumus korelasi *pearson* atau *product moment*, yaitu :

$$r_{hitung} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan	:
n	: Jumlah responden
R hitung	: Angka korelasi
X	: Skor pertanyaan yang akan diuji validitasnya
Y	: Skor total tanpa melibatkan pertanyaan yang dikaji.

Pengujian validitas diukur menggunakan aplikasi SPSS versi 26.0 dengan kriteria sebagai berikut :

- 1) Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.
- 2) Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

Nilai $r \text{ hitung}$ dapat dilihat pada kolom *corrected* item total korelasi. Untuk nilai $r \text{ tabel}$ menggunakan $df=n-2$.

2. Uji Reliabilitas

Uji *reliabilitas* adalah alat untuk mengukur suatu *kuesioner* yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu *kuesioner* dikatakan *reabel* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu, Ghazali (2016:47). Perhitungan reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan program statistick SPSS 26.0 dengan menggunakan teknik pengukuran *chronbach apha*, hasil pengujian

dapat dikatakan *reabel* apabila *chronbach alpha* > 0,6 yaitu dengan menggunakan persamaan sebagai berikut :

$$r_{11} = \frac{\sum_{j=1}^k \sigma_j^2}{\sigma^2}$$

Keterangan :

r_{11} : Reliabilitas instrumen

k : Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum_{j=1}^k \sigma_j^2$: Jumlah varian butir

σ^2 : Varian total

Namun demikian dalam penelitian ini uji reliabel tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus di atas melainkan dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science* (SPSS). Guna melihat reliabel atau tidaknya butir pernyataan kuesioner maka dapat dilihat nilai *Cronbach's Alpha* yang tertera pada tabel *Reability Statistics* hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS. Jika nilai *Cronbach's Alpha* tersebut lebih besar dari 0,6 maka dapat dikatakan bahwa semua instrumen yang digunakan dalam penelitian ini handal (*reliabel*) sehingga dapat digunakan untuk uji-uji selanjutnya Situmorang, *et al.*, (2016:43).

3. Uji Asumsi Klasik

Untuk menguji hipotesis, hasil estimasi akan ditaksir dengan metode *Ordinary Least Square* (OLS), yaitu sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji ini dimaksudkan untuk mengetahui normalitas data yang digunakan dari populasi yang berdistribusi normal, Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal, bila asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi valid untuk jumlah sampel kecil, Ghozali (2016:160). Uji normalitas data dilakukan dengan metode grafik histogram, normal *probability plot* serta uji *Kolmogorov-Smirnov*. Rumus *Kolmogorov-Smirnov*, Sugiyono (2017:35), sebagai berikut :

$$KD = 1,36 \frac{\sqrt{n_1 - n_2}}{n_1 n_2}$$

Keterangan :

KD = Jumlah *Kolmogorov-Smirnov* yang dicari

n1 = Jumlah sampel yang diperoleh

n2 = Jumlah sampel yang diharapkan

Data dikatakan normal, apabila nilai signifikan lebih besar dari 0,05 pada ($p > 0,05$), sebaliknya apabila nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 pada ($p < 0,05$) maka data dikatakan tidak normal.

b. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Uji ini digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau belum (Ghozali, 2016:176). Uji ini digunakan sebagai persyaratan dalam analisis korelasi atau regresi linier. Dua variabel

dikatakan mempunyai hubungan yang linier apabila signifikansi kurang dari 0,05

c. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2016:105), uji multikoloniaritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independen*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikoloniaritas di dalam regresi pada penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai *VIF* (*Varian Inflated Factor*) dimana jika nilai $VIF > 5$, maka dapat dikatakan terjadi gejala multikoloniaritas.

Uji *VIF* inilah yang akan memberikan informasi lebih akurat tentang ada atau tidaknya *multikoloniaritas* di model regresi berganda. Nilai *VIF* ini dicari dengan rumus sebagai berikut :

$$VIF = \frac{1}{1 - R^2}$$

Dimana R^2 adalah koefisien determinasi dari model dimana salah satu variabel bebas dijadikan variabel terikat pada model regresi dimana salah satu variabel bebas menjadi variabel bebasnya.

d. Uji Heterokedastisitas

Uji *heterokedastisitas* bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain, Ghozali (2016:139) Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas

dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Uji regresi *heterokedastisitas* dalam regresi ini menggunakan *Scatterplot*. *Scatterplot* adalah sebuah grafik yang diplot poin atau titik yang menunjukkan hubungan antar dua pasang data.

4. Uji Koefisien Korelasi

Uji koefisien korelasi ialah pengukuran statistik kovarian atau asosiasi antara dua variabel. Besarnya koefisien korelasi berkisar antara +1 s/d -1. Koefisien korelasi menunjukkan kekuatan (*strength*) hubungan linear dan arah hubungan dua variabel acak. Jika koefisien korelasi positif, maka kedua variabel mempunyai hubungan searah. Artinya jika nilai variabel X tinggi, maka nilai variabel Y akan tinggi pula. Sebaliknya, jika koefisien korelasi negatif, maka kedua variabel mempunyai hubungan terbalik. Artinya jika nilai variabel X tinggi, maka nilai variabel Y akan menjadi rendah dan sebaliknya

Hipotesis di atas dapat diuji menggunakan rumus korelasi dari variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) adalah sebagai berikut:

$$R_{yx1x2} = \frac{2r_{yx1} + r_{y2}^2 - 2r_{yx1}r_{yx2}r_{x1x2}}{1 - r_{x1x2}^2}$$

Sumber : Sugiyono (2016:191)

Keterangan :

- R_{yx1x2} = Korelasi antara variabel X_1 dengan X_2 secara bersama-sama dengan variabel Y
- R_{yx1} = Korelasi *Product Moment* antara X_1 dengan Y
- R_{yx2} = Korelasi *Product Moment* antara X_2 dengan Y
- R_{x1x2} = Korelasi *Product Moment* antara X_1 dengan X_2

Untuk memudahkan melakukan interpretasi mengenai kekuatan hubungan antara dua variabel, Sugiyono (2016: 31), sebagai berikut:

Tabel 6

Kekuatan Hubungan Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	korelasi sangat rendah
0,20 - 0,399	korelasi rendah
0,40 - 0,599	korelasi sedang
0,60 - 0,799	korelasi kuat
0,80 - 1,000	korelasi sangat kuat

Sumber : Sugiyono (2017:14)

5. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel *independent* yaitu Kualitas Pelayanan (X_1), Harga (X_2) terhadap variabel *dependent* Kepuasan Pelanggan (Y) di Pelanggan Bus Sinarjaya Megah Langgeng. Regresi berganda digunakan jika terdapat satu variabel *dependent* dan dua atau lebih variabel *independent*. Dengan menggunakan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = variabel *dependent*, Kepuasan Pelanggan

a = bilangan konstanta

$\beta_{1,2}$ = koefisien regresi variabel *independent*

X_1 = Kualitas Pelayanan

X_2 = Harga

e = *error term*

6. Uji Hipotesis

Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel terikat (*dependent*) dengan satu atau lebih variabel bebas (*independent*), dengan tujuan untuk mengestimasi atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel *independent* berdasarkan nilai variabel *independent* yang diketahui, Sugiyono, (2016:192) bahwa Ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dari *Goodness of fit*-nya. Secara statistic *Goodness of fit* dapat diukur dari nilai koefisien determinasi, nilai statistic F dan nilai statistik t. perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (dimana H_0 ditolak). Sebaliknya disebut tidak signifikan bila nilai uji statistiknya berada dalam daerah dimana H_0 diterima.

Uji hipotesis yang akan diujikan dalam penelitian ini berkaitan dengan ada tidaknya pengaruh yang signifikan dari variabel *independent* Kualitas Pelayanan (X_1), Harga (X_2) terhadap (Y) Pelanggan Bus Sinarjaya Megah Langgeng.

1. Uji hipotesis t

Uji t bertujuan untuk menguji pengaruh variabel *independent* yaitu Kualitas Pelayanan (X_1), Harga, (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Pelanggan Bus Sinarjaya Megah Langgeng.

Untuk menentukan nilai t menggunakan derajat kebebasan (degree of freedom). Rumus derajat bebas $df=n-2$. Dimana n merupakan keterangan jumlah data, sampel atau responden.

Menurut Sugiyono (2016:180) rumus uji t adalah sebagai berikut :

$$t_{hitung} = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

T_{hitung} = Yang selanjutnya dikonsultasikan dengan tabel

r = Nilai Koefisien Korelasi

r^2 = Kuadrat Koefisien Korelasi

n = Jumlah sampel.

2. Uji Hipotesis F

Uji hipotesis simultan atau uji F adalah uji yang digunakan untuk melihat apakah variabel *independent* Kualitas Pelayanan (X1), dan Harga (X2), secara bersamaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel *dependent* Kepuasan Pelanggan (Y).

Menurut Sugiyono (2016:181), rumus Uji F adalah sebagai berikut:

$$F_{hitung} = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Keterangan:

F = Koefisien F

R = Koefisien Korelasi Ganda

n = Jumlah sampel

k = Jumlah Variabel Bebas

Pengujiannya adalah dengan menentukan kesimpulan taraf signifikan sebesar 5% atau 0,05. Jika nilai probabilitas <0,05 maka dapat

dikatakan terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Namun jika nilai signifikan $> 0,05$ maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara variabel bebas dan variabel terikat.

Terdapat dua cara sebagai acuan untuk melakukan uji hipotesis dalam uji F yaitu :

1. Berdasarkan Nilai Signifikan (Sig.) dari *Output Anova*

a) Jika nilai Sig. $< 0,05$, maka hipotesis diterima. Maka artinya Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2), dan *Online Customer Rating* (X3), secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).

b) Jika nilai Sig. $> 0,05$, maka hipotesis ditolak. Maka artinya Kualitas Pelayanan (X1), *Harga* (X2), dan *Online Customer Rating* (X3) secara simultan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).

2. Berdasarkan Perbandingan Nilai F hitung dengan F tabel

a) Jika nilai F hitung $> F$ tabel, maka hipotesis diterima. Maka artinya Kualitas Pelayanan (X1), dan Harga (X2), secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

b). Jika nilai F hitung $< F$ tabel, maka hipotesis ditolak.

Maka artinya Kualitas Pelayanan (X1), dan Harga (X2), secara simultan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

3. Suatu hipotesis akan diterima dilihat dari dua jenis penilaian pengolahan data, yaitu :

a. $H_0 : b_1, b_2 = 0$ artinya, semua variabel bebas (x) secara simultan tidak mempengaruhi variable terikat (y).

b. $H_a : b_1, b_2 \neq 0$ artinya, semua variabel bebas (x) secara simultan mempengaruhi variable terikat (y).

4. Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel *dependent*. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel *independent* (X1, X2) dan variabel dependen (Y) maka nilai koefisien determinasi (R^2) nol dan satu. Nilai yang mendekati satu berarti variabel *independent* memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi varian variabel *dependent*. Rumus koefisien determinasi yaitu:

$$KD = r^2(385\%)$$

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi

r^2 = Kuadrat Koefisien Korelasi