

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Objek dan Subjek Penelitian

3.1.1. Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2019), objek penelitian merujuk pada target ilmiah yang menjadi sasaran untuk memperoleh sebuah data dengan tujuan serta manfaat spesifik, yang berkaitan dengan hal-hal objektif, valid, dan reliabel mengenai suatu fenomena. Objek pada penelitian ini yang digunakan dalam penelitian ini adalah variable dependen yaitu keputusan pembelian produk *SUNSCREEN WARDAH* yang dipengaruhi oleh variabel independen yaitu kualitas produk, persepsi harga dan *online customer review*.

3.1.2. Subjek Penelitian

Menurut Arikunto (2016), subjek penelitian yaitu memberi sebuah batasan pada subjek penelitian sebagai benda, maupun data untuk variabel penelitian yang melekat dan juga yang dipermasalahkan. Subjek dalam penelitian ini adalah masyarakat yang pernah membeli produk *sunscreen wardah* pada *marketplace* shopee.

3.2. Variabel Penelitian

Variable penelitian menurut Sugiyono (2019), merupakan atribut, sifat, atau nilai dari individu, objek, maupun aktivitas yang memiliki variasi tertentu. Variabel ini ditentukan oleh peneliti agar dapat dipelajari secara mendalam, sehingga dapat ditarik kesimpulannya. Pada penelitian ini ada terdapat 2 (dua) jenis variable yaitu:

3.2.1. Variable *Dependent*

Variable *dependent* (terikat) menurut Sugiyono (2019), merupakan sebuah variable yang dipengaruhi maupun menjadi akibat dari variabel bebas. Dalam penelitian ini, yang akan menjadi variabel *dependent* yaitu keputusan pembelian.

3.2.2. Variable *Independent*

Variable *independen* (bebas) menurut Sugiyono (2019), merupakan sebuah variable yang mempengaruhi atau yang bisa menjadi alasan timbulnya suatu variable *dependent* (terikat). Variable *independen* (bebas) dalam penelitian ini yaitu kualitas produk (X1), persepsi harga (X2), dan *online customer review* (X3).

3.3. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel yaitu sebuah definisi yang diberikan untuk variabel dengan sebuah cara memberi makna atau arti sebuah kegiatan maupun memberikan sebuah operasional yang diperlukan dalam mengukur sebuah variabel tersebut. Definisi operasional diperlukan untuk mempermudah guna melakukan pengukuran dan menghindari penafsiran yang berbeda. Definisi operasional variabel dari masing-masing variabel yaitu:

1. Variabel Keputusan Pembelian

Menurut Kotler & Armstrong (2016), memaparkan bahwa keputusan pembelian merupakan komponen dari perilaku pembeli di mana studi terkait individu, kelompok, atau sebuah organisasi yang mencakup pemilihan, pembelian, penggunaan, dan seperti sebuah

komoditas, ide ataupun pengalaman yang bertujuan memenuhi kebutuhan serta harapan para pembeli.

Menurut Alizah *et al* (2025), terdapat ada beberapa indikator pada keputusan pembelian yaitu :

- a. Kebutuhan dan keinginan akan suatu produk
- b. Keinginan Mencoba
- c. Kemantapan akan kualitas suatu produk
- d. Keputusan pembelian ulang

Berikut ini adalah distribusi indikator dalam suatu kuensioner pada penelitian sebagai berikut:

Tabel III- 1
Indikator dan Distribusi Variabel Keputusan Pembelian

No	Indikator	Butir	Jumlah
1	Kebutuhan dan keinginan akan suatu produk	1, 2	2
2	Keinginan Mencoba	3	1
3	Kemantapan akan kualitas suatu produk	4	1
4	Keputusan pembelian ulang	5	1
Jumlah			5

2. Variabel Kualitas Produk

Menurut Kualitas Produk yang dikemukakan menurut Kotler dan Armstrong(2012), Kemampuan suatu produk dalam menampilkan fungsi dan manfaatnya mencakup ketahanan, keandalan, tingkat ketepatan, kemudahan penggunaan serta perbaikan, termasuk berbagai atribut lain yang melekat pada produk tersebut.

Menurut Anjani dan Simamora (2022), bahwa indikator kualitas suatu produk yaitu :

- a. Kinerja produk (*performance*)
- b. Daya tahan (*durability*)
- c. Keandalan (*reliability*)
- d. Aesthetics (*estetika*)
- e. Kualitas kinerja (*performance quality*)

Berikut ini merupakan sebuah distribusi indikator dalam sebuah kuensioner penelitian ini sebagai berikut :

Tabel III- 2
Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel Kualitas Produk

No	Indikator	Butir	Jumlah
1	Kinerja produk (<i>performance</i>)	1	1
2	Daya tahan (<i>durability</i>)	2	1
3	Keandalan (<i>reliability</i>)	3	1
4	Aesthetics (<i>estetika</i>)	4	1
5	Kualitas kinerja (<i>performance quality</i>)	5	1
Jumlah			5

3. Variabel Persepsi Harga

Menurut Lestari (2024), Persepsi harga berkaitan dengan cara konsumen memahami informasi harga secara menyeluruh dan memberikan penilaian serta makna tertentu terhadap harga tersebut.

Menurut Kotler dan Amstrong (2013), ada empat indikator persepsi harga, sebagai berikut :

- a. Keterjangkauan harga
- b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk

- c. Kesesuaian harga dengan manfaat
- d. Daya Saing Harga

Berikut ini merupakan sebuah distribusi indikator dalam sebuah kuensioner penelitian ini sebagai berikut :

Tabel III- 3
Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel Persepsi Harga

No	Indikator	Butir	Jumlah
1	Keterjangkauan harga	1	1
2	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	2	1
3	Kesesuaian harga dengan manfaat	3	1
4	Daya Saing Harga	4	1
Jumlah			4

4. Variabel *Online Customer Review*

Menurut Purwanti & Evyanto (2025), *Online customer review* merupakan bentuk umpan balik yang disampaikan oleh konsumen melalui platform digital berdasarkan pengalaman mereka terhadap suatu produk atau layanan.

Menurut Lackermair & Kanmaz dalam Luh *et al* (2022), online customer review memiliki beberapa indikator, antara lain:

- a. Kesadaran (*Awareness*)
- b. Frekuensi (*Frequency*)
- c. Perbandingan (*Comparison*)
- d. Pengaruh (*Effect*)

Berikut ini merupakan sebuah distribusi indikator dalam sebuah kuensioner penelitian ini sebagai berikut:

Tabel III- 4
Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel *Online Customer Review*

No	Indikator	Butir	Jumlah
1	Kesadaran (<i>Awareness</i>)	1	1
2	Frekuensi (<i>Frequency</i>)	2	1
3	Perbandingan (<i>Comparison</i>)	3	1
4	Pengaruh (<i>Effect</i>)	4	1
Jumlah			4

3.4. Instrumen atau Alat Pengumpulan Data

Metode untuk pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner untuk mendapatkan jawaban dari responden. Data penyebaran dari kuesioner yang terkumpul akan dilakukan suatu proses untuk skorsing dengan memberikan nilai yang berupa angka untuk memperoleh sebuah data kuantitatif yang diperlukan dalam perkajian hipotesis dengan menggunakan skala *Likert*. Jawaban dari setiap item instrumen menggunakan skala *Likert* memiliki sebuah gradasi dari sangat positif sampai dengan sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata antara lain (Sugiyono:2019) :

1. Sangat Setuju (SS) diberi skor = 5
2. Setuju (S) diberi skor = 4
3. Ragu-ragu diberi skor = 3
4. Tidak Setuju (TS) diberi skor = 2
5. Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor = 1

Untuk keperluan sebuah analisis kuantitatif dalam penelitian ini, jawaban akan dimodifikasi antara lain:

1. Sangat Setuju (SS) diberi skor = 4

2. Setuju (S) diberi skor = 3
3. Tidak Setuju (TS) diberi skor = 2
4. Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor = 1

Penggunaan modifikasi untuk sebuah skala Likert yaitu untuk menghilangkan suatu kelemahan yang dikandung oleh skala lima tingkat. Menurut Hadi (2004), modifikasi skala *Likert* meniadakan kategori sebuah jawaban yang tengah berdasarkan tiga alasan, antara lain:

1. Kategori ganda (*ndecided*) bisa diartikan belum dapat memutuskan atau memberi jawaban (menurut konsep aslinya), bisa juga diartikan netral, setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju, atau bahkan ragu-ragu.
2. Tersedianya jawaban ditengah menimbulkan suatu kecenderungan menjawab ke tengah (*central tendency effect*).
3. Maksud dari kategori jawaban SS, S, TS, STS merupakan untuk melihat kecenderungan jawaban responden, kearah setuju atau tidak setuju. Nilai dari setiap suatu jawaban responden yaitu hasil modifikasi dari skala *Likert*, yang mana apabila responden menjawab dengan sangat setuju = 4, setuju = 3, tidak setuju = 2, dan sangat tidak setuju = 1.

3.5. Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.5.1. Jenis Data

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2019), Data primer yaitu sebuah data yang berasal langsung dari responden dengan melalui kuesioner, wawancara, survei, dokumentasi, dan *focus group discussin*. Data

primer bisa didapatkan langsung dari responden yang menjadi subjek dalam penelitian, data primer yang didapatkan dari jawaban kuesioner yang dibagikan dengan secara online melalui *google form* dan secara offline menggunakan kertas dengan langsung ke responden.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2019), data sekunder yaitu data yang diperoleh dengan secara tidak langsung menyediakan data kepada pengumpul, melainkan melalui perantara seperti orang lain atau dokumen tertulis. Data sekunder dalam penelitian ini yaitu kajian buku melalui buku-buku referensi, dan penelitian terdahulu atau artikel dan jurnal.

3.5.2. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini memperoleh hasil yang relevan dan akurat melalui :

1. Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan dengan cara mengumpulkan data untuk menunjang sebuah penelitian yang berupa literatur, artikel, maupun bahan-bahan tulisan yang mempunyai hubungan dengan masalah penelitian yang dibahas.

2. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2019), kuesioner yaitu teknik pengumpulan data yang berbentuk rangkaian atau pernyataan tertulis yang disebarkan kepada responden untuk diisi jawabannya.

Penelitian dilakukan melalui penyusunan serangkaian pernyataan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti yang kemudian disampaikan kepada responden. Alat pengumpulan data yang dipakai yaitu google forms dan kertas.

3.6. Populasi dan Sampel

3.6.1. Populasi

Menurut Sugiyono (2019), populasi yaitu sebuah wilayah generalisasi yang terdiri dari suatu objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi di dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli *sunscreen* wardah pada *marketplace* shopee.

3.6.2. Sampel

Menurut Sugiyono (2019), sampel yaitu sebuah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Prosedur pada pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu non probability dengan menggunakan teknik purposive sampling. Sugiyono (2019), mengatakan mengatakan bahwa teknik purposive sampling yaitu teknik penentuan sampel dengan menggunakan pertimbangan tertentu. Kriteria responden yang akan dijadikan sebagai sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli *sunscreen* wardah pada *marketplace* shopee dengan minimal usia 17 tahun.

Penentuan jumlah sampel pada penelitian ini yaitu diambil dengan menggunakan cara interval taksiran dengan menggunakan rumus sebagai berikut (Umar, 2010):

$$n > pq \left(\frac{Z_{\alpha/2}}{e} \right)^2$$

Keterangan:

n : Jumlah sampel

$Z_{\alpha/2}$: Nilai Z tabel

e : Error (batasan maksimal error = 10%)

p : Precision (jumlah estimasi 0,5)

q : Quantity (jumlah estimasi = 0,5)

Berdasarkan dari rumus diatas, maka jumlah sampel dapat diperoleh dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n > pq \left(\frac{Z_{\alpha}}{e} \right)^2$$

$$n > 0,5 \times 0,5 \left(\frac{1,96}{0,1} \right)^2$$

$$n > 96,4$$

Berdasarkan dari perhitungan diatas, sampel yang dapat diambil minimal yaitu 96 orang. Akan tetapi untuk mengantisipasi adanya kuesioner yang tidak kembali dan kuesioner yang tidak terisi maka peneliti ini akan membagikan kuesioner kepada 100 responden.

3.7. Teknik Analisis

Teknik analisis data yaitu sebuah cara yang digunakan untuk memperoleh hasil penelitian guna memperoleh sebuah kesimpulan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

3.7.1. Teknik Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif yaitu suatu analisis yang digunakan untuk mengolah dan menyajikan data dengan cara menjelaskan atau menggambarkan data yang telah dikumpulkan apa adanya, tanpa bertujuan menarik kesimpulan umum atau melakukan generalisasi. (Sugiyono, 2019). Data didalam analisis deskriptif ini tercantum dalam bentuk tabel dan analisis didasarkan pada data tabel tersebut. Analisis deskriptif yang digunakan untuk menganalisis data yang bersifat deskriptif dari hasil jawaban kuesioner, misal seperti jumlah responden, usia, jenis kelamin, pekerjaan, dan pendapatan.

3.7.2. Teknik Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif atau statistik yang digunakan untuk menganalisis data dari hasil jawaban kuesioner dengan menggunakan metode-metode statistik. Dalam perhitungan terhadap pengolahan data, penelitian menggunakan alat bantu yang berupa aplikasi *computer* yaitu *SPSS for windows version 25.0*.

Adapaun data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Uji Validitas

Menurut Ghozali (2016) Uji validitas merupakan sebuah tingkat kemampuan instrument penelitian untuk

mengungkapkan suatu data sesuai dengan masalah yang hendak diungkapkan. Uji Validitas digunakan untuk mengukur sebuah sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dapat dianggap valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Analisis terhadap sebuah hasil uji validitas pada penelitian ini dengan menggunakan bantuan programisasi komputer dengan program *SPSS for windows version 25.0*, menggunakan product moment dengan rumus seperti yang dikemukakan oleh Sugiyono (2019) sebagai berikut:

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

keterangan:

r_{xy} : Koefisien korelasi

n : Banyaknya sampel/jumlah responden

X : Skor tiap item pada responden (Jawaban Responden)

Y : Skor tiap item pada kriteria

Menentukan rtabel (Ghozali, 2009) dengan rumus sebagai berikut:

$$df = n - 2$$

Keterangan:

df : *degree of freedom*

n : sampel

Dengan *level of significanse* 95% maka dasar analisisnya (Ghozali, 2009) sebagai berikut:

- a. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($\alpha=0,05$) berarti item itu valid.
- b. Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ ($\alpha=0,05$) berarti item tersebut tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2016), Reliabilitas yaitu sebuah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan sebuah indikator dari variabel. Suatu kuesioner dinyatakan reliable atau handal apabila jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Sebuah indikator dapat dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban atas pernyataan karena hendak mengukur hal yang sama. Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan *one shot* dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pernyataan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pernyataan. Pengujian reliabilitas instrument dilakukan dengan rumus *cronbach alpha* berikut:

$$r_i = \frac{k}{(k-1)} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{St^2} \right]$$

Keterangan:

r_i : Realibilitas instrument

K : Banyaknya butir pertanyaan

$\sum S_{i^2}$: Mean kuadrat kesalahan

S_{t^2} : total varian

Menurut Ghozali (2009) Kriteria pengujian sebagai berikut:

- a. Jika *alpha cronbach* > 0,60 atau 60% maka butir atau variabel tersebut reliabel.
- b. Jika *alpha cronbach* < 0,60 atau 60% maka butir atau variabel tersebut tidak reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Ghozali (2016), mengatakan Uji Multikolinieritas memiliki tujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya sebuah korelasi antar variabel bebas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas didalam suatu model regresi yaitu dengan menganalisis matrik korelasi variabel bebas apabila terdapat korelasi antar variabel bebas yang lumayan tinggi (lebih besar dari 0,90) hal ini merupakan suatu indikasi adanya multikolinieritas. Untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolinieritas dapat dilihat dari seberapa besarnya *Tolerance Value* dan *Variance Inflation Factor (VIF)* melalui SPSS. Kriteria yang dipakai yaitu apabila nilai *Tolerance* > 0,1 atau nilai *VIF* < 5, maka tidak terjadi multikolinieritas dimana:

- a. Tolerance value $< 0,1$ atau $VIF > 10$, maka variabel tersebut terjadi multikolinieritas.
- b. Tolerance value $> 0,1$ atau $VIF > 10$, maka variabel tersebut tidak terjadi multikolinieritas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2016), uji heteroskedastisitas memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Salah satu cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya sebuah heteroskedastisitas itu dengan melihat grafik plot diantara nilai prediksi dengan residualnya.

Deteksi adanya suatu heteroskedastisitas adalah sebagai berikut (Ghozali, 2009):

- a. apabila terdapat pola tersebut, seperti titik-titik pada grafik yang membentuk sebuah pola tertentu, maka regresi tersebut telah menjadi heteroskedastisitas sehingga model regresi tersebut tidak dapat digunakan.
- b. apabila terdapat pola yang jelas, serta titik-titik pada suatu grafik yang menyebar diatas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, maka tidak terjadi adanya heteroskedastisitas sehingga model regresi tersebut dapat digunakan.

c. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016), uji normalitas memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, *dependen variable* dan *independent variable* keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Ghozali (2016), mengatakan model regresi yang baik yaitu memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Data suatu variabel dinyatakan normal apabila Asymp. Sig. (2-tailed) lebih besar dari tingkat signifikansi (α) 0,05. Sebaliknya, jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih kecil dari 0,05 maka data tersebut tidak berdistribusi normal. Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan metode Kolmogrov-Smirnov (K-S). Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji ini adalah sebagai berikut ini :

- a. H_0 : Data berasal dari populasi berdistribusi normal.
 H_a : Data dari populasi yang berdistribusi tidak normal.
- b. Apabila (Sig) > 0,05 maka H_0 diterima (Normal).
Apabila (Sig) < 0,05 maka H_a ditolak (Tidak Normal).
- c. Pengujian Normalitas sampel menggunakan program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 25*).

- d. Penjelasan dan kesimpulan dari butir 1 dan 2, dengan membandingkan nilai kedua probabilitas (sig) $>$ 0,05 atau sebaliknya maka variabel X normal atau tidak normal.

3.7.3. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Ghozali (2021), analisis regresi linear berganda merupakan metode statistik yang digunakan untuk mengetahui pengaruh lebih dari satu variabel bebas (independen) terhadap satu variabel terikat (dependen). Model ini bertujuan untuk menjelaskan hubungan antar variabel sekaligus mengukur seberapa besar kontribusi variabel-variabel independen dalam dalam memengaruhi variabel dependen. Persamaan regresi linear berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + B_1 X_1 + B_2 X_2 + B_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Variabel Keputusan Pembelian

α = Konstanta

$B_1 + B_2 + B_3$ = Koefisien regresi masing-masing variabel

X_1 = Variabel Kualitas Produk

X_2 = Variabel Persepsi Harga

X_3 = Variabel *Online Customer Review*

e = *Error residual*

1. Uji Hipotesis

a. Uji Hipotesis secara Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2012), uji t digunakan untuk menguji sebuah signifikan hubungan antar variabel X dan Y, apakah variabel X1, X2, X3 (Kualitas Produk, Persepsi Harga dan *Online Customer Review*) benar-benar berpengaruh terhadap variabel Y (Keputusan Pembelian) secara terpisah atau parsial.

$$t = \frac{bj}{sbj}$$

Keterangan:

t : Nilai

bj : Koefisien regresi

sbj : Standar *error* dan regresi

Menentukan t_{tabel} dengan rumus sebagai berikut:

$$df = n - k$$

Dimana:

df : *Degree of freedom* (derajat kebebasan)

n : Sampel

k : Jumlah variabel

Hipotesis statistiknya sebagai berikut:

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

b. Uji Hipotesis secara Simultan (Uji F)

Ghozali (2013), mengatakan uji F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap suatu variabel dependen.

Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

F : Nilai koefisien

R^2 : Koefisien Determinan

n : Jumlah Sampel

k : Jumlah variabel bebas

Menentukan :

df_1 (dengan pembilang) : k-1

Df_2 (dengan pembilang) : n-k

Dimana:

Df : *degree of freedom* (derajat kebebasan)

n : Sampel

k : Jumlah variabel

c. Koefisien Determinasi Hipotesis (R^2)

Menurut Ghozali (2009), koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel *dependen*. Koefisien determinasi (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui seberapa tingkat

kepadatan paling baik dalam suatu analisis regresi, dimana hal yang ditunjukkan seberapa besarnya koefisien determinasi (R^2) antara 0 (nol) dan 1 (satu). Koefisien determinasi (R^2) nol variabel *dependen* sama sekali tidak berpengaruh terhadap sebuah variabel *dependen*. Apabila koefisien determinasi semakin mendekati satu, maka dapat dikatakan variabel *independen* berpengaruh terhadap variabel *dependen*. Selain itu koefisien determinasi dipergunakan untuk mengetahui seberapa presentase perubahan variabel terikat (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (Y_1).

Setiap tambahan satu variabel *independen*, maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *dependen*. Oleh karena itu banyak peneliti menganjurkan untuk menilai *Adjusted R²* (*Adjusted R Square*) pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik (Ghozali, 2011). Dalam kenyataan *Adjusted R²* dapat bernilai negatif, walaupun yang dikehendaki harus bersifat positif. Jika dalam uji empiris didapat nilai *Adjusted R²* negatif, maka nilai *Adjusted* dianggap bernilai nol. Nilai R^2 dapat dicari dengan rumus:

$$R^2 = \frac{\alpha \sum y + b \sum xy - n(y)^2}{\sum y^2 - n(y)^2}$$

Keterangan :

R^2 : Besarnya koefisien determinasi sampel

- α : Titik potong kurva terhadap Y (konstanta)
- b : Slope garis estimasi yang paling baik
- n : Banyaknya data
- x : Nilai variabel x
- y : Nilai variabel

