

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan salah satu pendekatan yang digunakan dalam penelitian yang mementingkan adanya variabel sebagai objek. Penelitian dan variabelnya harus didefinisikan dalam bentuk operasional. Penelitian yang menggunakan pendekatan ini bertujuan untuk menguji teori, membangun fakta serta menunjukkan hubungan ataupun pengaruh dan perbandingan antar variabel kemudian memberikan deskripsi statistik, menaksir dan meramalkan hasilnya.¹

Dalam penelitian ini peneliti mengarahkan pada realita yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk Ms Glow pada Store Ms Glow By Hilya Tulungagung.

2. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk kedalam jenis penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang dilakukan untuk mencari hubungan atau pengaruh satu atau lebih variabel independen

¹ Syofian Siregar, *Statistika Deskriptif untuk Penelitian*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), hal. 121

dengan satu atau lebih variabel dependen.² Pada penelitian asosiatif ini, hubungan yang digunakan adalah hubungan kausal, yaitu hubungan sebab akibat, “artinya variasi pada X (variabel bebas) akan mempengaruhi variasi pada Y (variabel terikat)”. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y) sedangkan yang menjadi variabel bebas adalah Harga (X_1), Kualitas Produk (X_2), Kualitas Pelayanan (X_3) dan Pemberian *Gift* (X_4)

B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah himpunan semua individu atau objek yang menjadi bahan pembicaraan atau bahan penelitian.³ Menurut Sugiyono populasi adalah keseluruhan objek yang menjadi sasaran penelitian dan sampel akan diambil dari populasi ini yang terdapat pada tempat penelitian.⁴ Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Store Ms Glow By Hilya Tulungagung selama empat bulan terakhir (bulan Februari – Mei 2021). Populasi yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 200 konsumen.

2. Sampling

Sampling adalah teknik yang digunakan untuk mengambil sampel agar terjamin representasinya terhadap populasi.”⁵ Pengambilan sampel

² Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2007), hal. 11

³ Ali Mauludi, *Teknik Belajar Statistika 2*, (Jakarta: Alim’s Publishing, 2016), hal. 2

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis...*, hal. 58

⁵ *Ibid*, hal. 62

dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.⁶ Perhitungan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus slovin. Kriteria yang menjadi pertimbangan dalam penentuan sampel penelitian adalah konsumen tetap Store Ms Glow By Hilya Tulungagung yang berada di wilayah se Karesidenan Kediri, karena konsumen terbanyak adalah di wilayah tersebut selain itu mudah dijangkau oleh peneliti.

3. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Populasi besar tidak mungkin peneliti mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu untuk diberlakukan kepada semua populasi. Sampel yang diambil harus benar-benar representative (mewakili).

Peneliti menggunakan rumus slovin untuk menghitung sampel penelitian. Rumus slovin adalah rumus yang biasa digunakan untuk menghitung sampel dari sebuah populasi yang sudah diketahui jumlahnya.⁷ Rumus slovin mempersyaratkan anggota populasi (populasi) itu diketahui jumlahnya (N), jika populasi tidak diketahui jumlah anggotanya (populasi tak terhingga), maka rumus slovin ini

⁶ Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2015), hal. 23

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hal. 81

tidak bisa digunakan. Untuk menggunakan rumus slovin ini peneliti juga harus menentukan batas toleransi kesalahan (e). *Error tolerance* (e) didasarkan atas pertimbangan peneliti. Semakin kecil toleransi kesalahan semakin akurat sampel menggambarkan populasi.⁸ Adapun rumus slovin untuk menghitung sampel penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

n : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi

e : Tingkat kesalahan⁹

Dari rumus yang telah diuraikan di atas, peneliti menggunakan tingkat kesalahan sebesar 10 % (0,1). Dengan jumlah populasi seluruh konsumen tetap Store Ms Glow By Hilya Tulungagung yang berada di wilayah Karesidenan Kediri sebanyak 200 orang. Perhitungan sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{200}{1 + (200 \times 0,1^2)}$$

⁸ Febri Endra, *Pengantar Metodologi Penelitian: Statistika Penelitian*, (Sidoarjo: Zifatama Jawara, 2017), cet 1, hal. 106

⁹ Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Diertasi dan Karya Ilmiah Edisi 1*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), cet 2, hal. 158

$$\begin{aligned} &= \frac{200}{3} \\ &= 66,67 \end{aligned}$$

Hasil perhitungan ini didapat sampel sebesar 66,67 dan dibulatkan menjadi 67. Jadi sampel yang akan diteliti adalah sebanyak 67 konsumen tetap Store Ms Glow By Hilya Tulungagung.

C. Sumber Data

Data adalah segala informasi yang dijadikan dan diolah untuk suatu kegiatan penelitian sehingga dapat dijadikan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan. Dengan demikian data penelitian haruslah data yang baik. Dalam penelitian ini menggunakan dua jenis data berdasarkan sumbernya yaitu:

1. Data primer yaitu data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh organisasi atau perorangan langsung dari objeknya. Dalam penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada responden yang merupakan konsumen Store Ms Glow By Hilya Tulungagung.
2. Data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya dalam bentuk publikasi.¹⁰ Data sekunder diperoleh dari Store Ms Glow By Hilya Tulungagung.

¹⁰ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif dilengkapi Contoh-Contoh Aplikasi: Proposal Penelitian dan Laporrannya*, (Jakarta: Rajawali Press, 2013), hal. 9

D. Variabel dan Skala Pengukuran

1. Variabel Penelitian

Dalam penelitian variabel dibedakan menjadi dua variabel yaitu:

- a. Variabel independen atau variabel bebas, merupakan “variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel terikat”.¹¹ Variabel ini biasanya dinyatakan dengan simbol X. Variabel independen atau bebas dalam penelitian adalah harga (X_1) kualitas produk (X_2) kualitas pelayanan (X_3) dan pemberian bonus (X_4).
- b. Variabel dependen atau variabel terikat adalah “faktor utama yang ingin dijelaskan atau diprediksi dan dipengaruhi oleh beberapa faktor lain”.¹² Variabel ini biasanya dinyatakan dalam simbol Y. Variabel dependen atau terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).

2. Skala Pengukuran

Pada pengumpulan data melalui angket atau kuesioner, peneliti menggunakan skala likert sebagai skala pengukuran untuk mendapat jawaban dari responden yang akan diteliti. Skala likert adalah skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu. Skala likert

¹¹ Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah Edisi I ...*, hal. 49

¹² *Ibid*, hal. 49

memiliki 2 bentuk pernyataan yaitu pernyataan positif dan negatif.¹³ Pada penelitian ini, skala likert yang digunakan dengan membuat bentuk jawaban “Setuju” yang terdiri dari Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS).

Tabel 3.1
Skor Jawaban Responden

Pilihan Jawaban	Skor Pernyataan Positif	Skor Pernyataan Negatif
Sangat Setuju (SS)	5	1
Setuju (S)	4	2
Netral (N)	3	3
Tidak Setuju (TS)	2	4
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

Sumber: Sugiyono (2013)

E. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara-cara yang ditempuh dan alat-alat yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan datanya. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan:

a. Observasi

Observasi merupakan pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti. Dalam penelitian ini peneliti melakukan observasi langsung kepada konsumen Store Ms Glow By

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hal. 132

Hilya Tulungagung yang berada di wilayah Kabupaten Tulungagung.

b. Angket / Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk menjawabnya. Dalam penelitian ini kuesioner dibagikan kepada responden yang merupakan konsumen Store Ms Glow By Hilya Tulungagung yang berada di wilayah Kabupaten Tulungagung.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen ini bisa berbentuk tulisan, foto dan karya-karya lainnya monumental dari seseorang.¹⁴ Teknik ini digunakan dalam penelitian ini untuk memperoleh data konsumen serta dokumen lain yang relevan dengan penelitian ini yang diakses peneliti melalui media publikasi.

2. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat-alat yang digunakan untuk memperoleh atau mengumpulkan data dalam rangka memecahkan masalah penelitian atau mencapai tujuan penelitian.¹⁵

Tabel 3.2
Kisi-Kisi Instrumen Variabel Harga

Variabel	Indikator	Kisi-kisi Pernyataan	Skala	No Item
Harga (X_1)		Harga produk terjangkau (murah)	Likert	1

¹⁴ *Ibid.*, hal. 137

¹⁵ Andhi Kusumastuti, Ahmad Mustamil Khoiron, dan Taofan Ali Achmadi, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Deepublisher, 2020), hal.49

	Keterjangkauan harga	Harga sesuai dengan daya beli konsumen		2
	Kesesuaian harga dengan kualitas dan manfaat produk	Harga sesuai dengan manfaat yang diperoleh konsumen	Likert	3
		Harga tinggi sesuai dengan kualitas atau manfaat yang tinggi dan sebaliknya harga murah untuk manfaat rendah		4
	Daya saing produk	Harga produk mengikuti standar harga dari competitor	Likert	5
		Harga tidak melebihi harga competitor		6

Tabel 3.3
Kisi-Kisi Instrumen Variabel Kualitas Produk

Variabel	Indikator	Kisi-kisi Pernyataan	Skala	No Item
Kualitas Produk (X ₂)	Brand/Merk	Brand bergengsi	Likert	7
		Mudah di ingat konsumen		8
	Manfaat	Manfaat produk sesuai dengan perkembangan zaman	Likert	9
		Manfaat produk sesuai dengan perkembangan zaman		10
	Keistimewaan	BA oleh selebriti papan atas	Likert	11
		Label Halal		12
		BPOM		13
	Kemasan	Menarik	Likert	14
		Rapi		15

Tabel 3.4
Kisi-Kisi Instrumen Variabel Kualitas Pelayanan

Variabel	Indikator	Kisi-kisi Pernyataan	Skala	No Item
	Berwujud	Kelengkapan fasilitas, kualitas interior dan eksterior menciptakan	Likert	16

Kualitas Pelayanan (X ₃)		kenyamanan di toko			
		Kebersihan toko			17
		Kerapihan seragam karyawan.			18
	Empati		Kemampuan karyawan atau penjual berkomunikasi	Likert	19
			Keramahan penjual dan sopan santun		20
			Kemampuan penjual atau karyawan memahami kebutuhan konsumen		21
	Keandalan		Kepercayaan pelanggan pada kualitas layanan	Likert	22
			Karyawan tidak membedakan pelayanan		23
			Keakuratan pelayanan penjaga toko terhadap konsumen.		24
			Karyawan memiliki pengetahuan tentang produk		25
			Inisiatif karyawan dalam memberikan pelayanan pada konsumen.		26
			Karyawan cepat tanggap dalam menanggapi keluhan konsumen, kejelasan informasi tentang produk		27
	Jaminan		Likert	28	
	Karyawan memiliki kompetensi dan sifat dapat dipercaya	Likert	28		

Tabel 3.5
Kisi-Kisi Instrumen Variabel Pemberian Bonus

Variabel	Indikator	Kisi-kisi Pernyataan	Skala	No Item
Pemberian Bonus (X ₄)	Daya Tarik	Menarik pembeli baru	Likert	29
	Daya pembelian	Meningkatkan potensi pembelian ulang	Likert	30

	Berpindah produk lain	Mengurangi potensi konsumen berpindah ke produk lain atau toko lain	Likert	31
	Meningkatkan loyalitas	Meningkatkan loyalitas konsumen	Likert	32
		Meningkatkan popularitas produk		33
	Meningkatkan volume penjualan	Meningkatkan volume penjualan	Likert	34
		Meningkatkan <i>market share</i> produk		35

Tabel 3.6
Kisi-Kisi Instrumen Keputusan Pembelian

Variabel	Indikator	Kisi-kisi Pernyataan	Skala	No Item
Keputusan Pembelian (Y)	Pilihan produk	Kebutuhan suatu produk	Likert	36
		Keberagaman varian produk dan kualitas produk		37
	Pilihan merek	Kepercayaan pada merek.	Likert	38
		Popularitas merek		39
	Pilihan penyalur	Kemudahan mendapatkan produk	Likert	40
		Ketersediaan produk		41
	Waktu pembelian	Sebulan sekali		42
		Tiga bulan sekali		43
	Jumlah pembelian	Kebutuhan akan produk		44

F. Teknik Analisis Data

Teknik yang digunakan dalam menganalisis data penelitian ini menggunakan kuantitatif asosiatif. Setelah data diperoleh dan dideskripsikan untuk mendapatkan gambaran yang objektif dengan menggunakan table frekuensi dari persentase variabel dan pernyataan responden. Pengujian atas

data yang diperoleh, akan dilakukan dalam beberapa tahap pengujian, yaitu sebagai berikut:

1. Uji Keabsahan Data

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menguji kecocokan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan suatu instrumen. Dalam pengukuran yaitu prinsip keandalan instrumen dalam mengumpulkan data guna penelitian. Instrumen penelitian harus dapat mengukur apa yang semestinya diukur. Jadi pengujian ini lebih menekankan pada alat pengukuran atau pengamatan. Metode yang sering digunakan untuk memberikan penilaian terhadap validitas kuesioner adalah korelasi produk momen (*moment product correlation* atau *pearson correlation*) antara skor setiap butir pernyataan dengan skor total, sehingga sering disebut sebagai *inter item-total correlation*. Instrumen dikatakan valid apabila hasil r hitung $>$ r tabel.¹⁶

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur keandalan suatu instrumen penelitian dan untuk mengetahui apakah suatu instrumen penelitian reliabel atau tidak bisa menggunakan rumus *Alpha* sebagai berikut:

¹⁶Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: PT Prestasi Pustakaraya, 2009), hal. 95

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Keterangan

r_{11} : Reliabilitas instrumen

k : Banyaknya soal

$\sum \sigma_b^2$: Jumlah varians butir

σ_1^2 : Varians total

Apabila variabel yang diteliti mempunyai *Cronbach's alpha* > 60% (0,60) maka variabel dikatakan reliabel dan sebaliknya apabila *Cronbach's alpha* < 60% (0,60) maka variabel dikatakan tidak reliabel. Peneliti menggunakan alat bantu penghitungan yaitu aplikasi SPSS.¹⁷

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas adalah teknik pembangunan persamaan garis lurus untuk membuat penafsiran agar penafsiran tersebut tepat maka persamaan yang digunakan untuk menafsirkan juga harus tepat. Uji normalitas data adalah uji untuk mengukur apakah data kita memiliki distribusi normal atau tidak sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik.¹⁸ Berdasarkan definisi tersebut maka

137 ¹⁷ Masyhuri Machfudz, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (Malang: Genius Media, 2014), hal.

¹⁸ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0...*, hal. 77

tujuan dari uji normalitas tentu saja untuk mengetahui apakah suatu variabel normal atau tidak, dalam uji normalitas data yang digunakan adalah uji statistik *Kolmogorov Smirnov*.¹⁹ Kriteria pengambilan keputusan dengan pendekatan *Kolmogorov Smirnov* adalah jika signifikansi atau probabilitas $< 0,05$ distribusi data adalah tidak normal dan jika signifikansi atau probabilitas $> 0,05$ distribusi data adalah normal.²⁰

b. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas timbul sebagai akibat adanya hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih atau adanya kenyataan bahwa dua variabel penjelas atau lebih bersama-sama dipengaruhi oleh variabel ketiga yang berada di luar model. Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas, jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) lebih kecil dari 10 maka model terbebas dari multikolinieritas. VIF adalah suatu estimasi berapa besar multikolinearitas meningkatkan varian pada suatu koefisien estimasi sebuah variabel penjelas VIF yang tinggi menunjukkan bahwa multikolinearitas telah menaikkan sedikit varian pada koefisien estimasi, akibatnya menurunkan nilai t .²¹

¹⁹ Masyhuri Machfudz, *Metodologi Penelitian Ekonomi...*, hal. 137

²⁰ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0...*, hal. 83

²¹ Umar Husein, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), hal. 143

c. Uji Heterokedastisitas

Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana terjadinya ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar *Scatterplot* model tersebut. Tidak terdapat heteroskedastisitas jika:

- a) Penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola.
- b) Titik-titik data menyebar diatas, di bawah atau disekitar angka 0 dan 3.
- c) Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.²²

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan salah satu atau lebih variabel independen (variabel penjelas/bebas), dengan tujuan untuk mengestimasi dan/atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai-nilai

²² Dwi Priyatno, *Analisis Korelasi dan Multivariate dengan SPSS*, (Yogyakarta: Gava Media, 2013), hal. 60

variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui.²³ Berikut model persamaan regresi linear berganda:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + e$$

Keterangan:

Y : Variabel terikat (keputusan pembelian)

a : Nilai konstanta

X₁ : Variabel bebas 1 (harga)

X₂ : Variabel bebas 2 (kualitas produk)

X₃ : Variabel bebas 3 (kualitas pelayanan)

X₄ : Variabel bebas 4 (pemberian bonus)

b₁ : Koefisien variabel harga

b₂ : Koefisien variabel kualitas produk

b₃ : Koefisien variabel kualitas pelayanan

b₄ : Koefisien variabel pemberian bonus

e : Nilai eror

4. Uji Hipotesis

a. Uji T

Uji T yaitu suatu uji untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen dengan parsial atau individual

²³ Sugiyono, *Statistik untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hal. 275

terhadap variabel dependen. Pengambilan keputusan Uji t adalah sebagai berikut:²⁴

H_0 = variabel independen (X) tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (Y)

H_1 = variabel independen (X) berpengaruh terhadap variabel dependen (Y)

- 1) H_0 diterima dan H_1 ditolak apabila t hitung $< t$ tabel atau $\text{sig} > 0,05$ artinya suatu variabel independen (X) tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (Y)
- 2) H_0 ditolak dan H_1 diterima apabila t hitung $> t$ tabel atau $\text{sig} < 0,05$ artinya suatu variabel independen (X) berpengaruh terhadap variabel dependen (Y).

Nilai t tabel ditentukan dari tingkat signifikansi (α) = 0,05 dengan df ($n-k-1$).

n = jumlah sampel

k = jumlah variabel independen

b. Uji F

Untuk mengetahui apakah variabel harga, kualitas produk, kualitas pelayanan dan pemberian bonus secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk

²⁴ Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014), hal. 141

Ms Glow pada Store Ms Glow By Hilya Tulungagung. Uji ini dilakukan dengan ketentuan pengujian sebagai berikut:

H_0 = variabel independen (X) secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y)

H_1 = variabel independen (X) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y)

Dikatakan signifikan apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $sign < \alpha$, hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima maka variabel independen (X) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Dan sebaliknya apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $sign > \alpha$, hal ini berarti H_0 diterima dan H_1 ditolak maka variabel independen (X) secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y).²⁵

5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi adalah angka yang menyatakan atau digunakan untuk mengetahui kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh sebuah variabel independen terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil

²⁵ Surajiyo, Nasruddin, dan Herman Paleni, *Penelitian Sumber Daya Manusia, Pengertian, Teori, dan Aplikasi (Menggunakan IBM SPSS 22 for Windows)*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), hal. 78

berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel dependen.²⁶

²⁶ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21 Ed. 7,* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2013), hal 83-85