

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah pengaruh iklan di media sosial Tiktok dan citra merek memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dengan metode survey. Penelitian dilakukan di salah satu UMKM di Surabaya yaitu “Mauzzarella”.

Penelitian kuantitatif adalah kegiatan pengumpulan, pengolahan analisis, dan penyajian data berdasarkan jumlah atau banyaknya yang dilakukan secara objektif untuk memecahkan suatu persoalan atau menguji suatu hipotesis untuk mengembangkan prinsip - prinsip umum (Duli, 2019).

Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2018:15).

3.2 Obyek Penelitian

Obyek penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek, organisasi atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018:57).

Dalam penelitian ini obyek penelitian yang digunakan adalah keputusan pembelian konsumen pada salah satu UMKM di kota Surabaya yaitu Mauzzarella.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi pada penelitian adalah didasarkan atas pertimbangan bahwa sampel atau responden berkaitan erat dengan karakteristik dalam variabel penelitian yang penulis lakukan (Rukajat, 2018:22).

Populasi pada penelitian ini yaitu pengguna aktif sosial media Tiktok yang ada di kota Surabaya.

3.3.2 Sampel

Sampel penelitian adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, peneliti tidak mungkin mengambil semua untuk penelitian, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sampel merupakan bagian dan/ atau wakil dari jumlah dan karakteristik populasi yang diteliti (Sugiyono, 2018:131).

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Non – probability sampling*. Metode *Non – probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2018:141).

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik simple random sampling. Karena populasi yang ada dalam penelitian ini bersifat homogen, tetapi disesuaikan dengan kriteria sampel yang dibutuhkan.

Dalam penelitian ini, penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Lameshow. Menurut Slamet Riyanto & Andi Rahman Putera (2022:15) penghitungan sampel dengan pendekatan rumus Lemeshow dapat digunakan untuk menghitung jumlah sampel dengan total populasi yang tidak diketahui secara pasti. Rumus Lemeshow adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{Z P (1 - P)}{d^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

z = Skor distribusi z pada kepercayaan 95% = 1,96

p = Probabilitas maksimal estimasi

d = Tingkat kesalahan

Total sampel dari hasil perhitungan rumus diatas adalah 96 sampel, namun dalam penelitian ini jumlah sampel yang akan diambil yaitu berjumlah 100 sampel dengan kriteria sebagai berikut :

1. Berusia minimal 18 tahun
2. Berdomisili di Surabaya
3. Pengguna aktif sosial media Tiktok
4. Setidaknya pernah 1x melihat iklan / promosi corndog Mauzzarella di aplikasi Tiktok
5. Melakukan pembelian corndog Mauzzarella minimal 1x

3.4 Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.

3.4.1 Jenis dan Sumber Data

Terdapat 2 jenis sumber data menurut Rukajat (2018:6) yaitu sebagai berikut :

a. Data Primer

Data primer yaitu data yang langsung diperoleh langsung dari obyek yang diteliti dan kemudian diolah oleh penulis. Penelitian yang dilakukan adalah menguji hipotesis terhadap data primer dari penelitian yang berupa jawaban dari pertanyaan atau kuesioner.

b. Data Sekunder

Data sekunder didapat dan dikumpulkan dari catatan - catatan dan wawancara dengan pimpinan untuk mendapatkan data tentang perusahaan yang dibutuhkan dalam penelitian.

Data pada penelitian ini menggunakan data primer yang diambil langsung dari kuesioner atau angket.

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu proses atau pengadaan untuk keperluan penelitian dimana data yang terkumpul adalah untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan (Rukajat, 2018:6).

Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode survey. Metode survey yakni hanya menyelidiki sebagian unit atau elemen populasi atau sampel dimana nilai yang didapatkan disebut sebagai statistic (Sumargo, 2020:21)

Sedangkan teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner atau angket. Teknik menggunakan angket atau kuesioner dalam suatu cara pengumpulan data adalah dengan memberikan dan menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden, dengan harapan mereka dapat memberi respon atas daftar pertanyaan tersebut (Firdaus, 2021:9). Kuesioner atau angket adalah angket dengan menggunakan lima alternative jawaban berdasarkan skala *Likert* (Rukajat, 2018:6).

Setiap indicator penilaian kuesioner akan diberikan skor penilaian skala likerts dengan ketentuan sebagai berikut :

Tabel 3. . Skala Likert

| PILIHAN JAWABAN | SKOR |
|---------------------------|-------------|
| Sangat Setuju (SS) | 5 |
| Setuju (S) | 4 |
| Cukup Setuju (CS) | 3 |
| Tidak Setuju (TS) | 2 |
| Sangat Tidak Setuju (STS) | 1 |

Keterangan :

Nilai 1, jika jawaban adalah sangat tidak setuju

Nilai 2, jika jawaban adalah tidak setuju

Nilai 3, jika jawaban adalah cukup setuju

Nilai 4, jika jawaban adalah setuju

Nilai 5, jika jawaban adalah sangat setuju

3.5 Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah segala sesuatu berupa apa saja yang ditunjuk dan dipilih oleh seorang peneliti untuk dapat dipelajari sehingga nantinya diperoleh beberapa informasi terkait bersangkutan dengan beberapa hal yang sudah ditetapkan dalam penelitian yang bertujuan untuk mengetahui masalah apa yang timbul sehingga pada akhirnya dapat ditarik beberapa kesimpulan terkait dengan beberapa variabel tersebut (Sugiyono, 2018).

A. Variabel Bebas (Independen)

Variabel independen sering disebut sebagai variabel bebas, merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (variabel terikat). Variabel independen dalam penelitian ini ada tiga, yaitu risiko bisnis, non-debt tax shield dan tangibility asset (Sugiyono, 2018:57).

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Iklan di Media Sosial Tiktok (X1) dan Citra Merek (X2).

1. Iklan di Media Sosial

Menurut Dicky Wisnu UR & Permana (2022:6) Promosi media sosial adalah kemampuan dalam mengembangkan suatu bisnis dengan menjangkau langsung penggemar, pengikut, pelanggan atau klien, dan mereka dapat menjangkau kembali untuk berkomunikasi, mempromosikan dan menjual tanpa perlu perantara seperti dibutuhkan di masa lalu dengan sistem online.

Indikator variabel Iklan menurut (Kotler & Keller, 2016) yakni: Perhatian (Attention), Tindakan (Action).

2. Citra Merek

Menurut Kotler & Keller (2012) dalam buku Dicky Wisnu UR & Permana (2022:11) mengatakan bahwa citra merek ialah sifat ekstrinsik dari sebuah perusahaan yang dapat memenuhi kebutuhan psikologis atau sosial dari konsumen. Dimana sifat ekstrinsik itu dapat membentuk sebuah dimensi - dimensi utama.

Menurut Simamora (2008:33) menerangkan bahwa indikator citra merek (brand image) terdiri dari tiga bagian yaitu :

1. Corporate Image (citra pembuat) yaitu sekumpulan asosiasi yang dipersepsikan konsumen terhadap perusahaan yang membuat suatu barang atau jasa.
2. User image (citra pemakai) yaitu sekumpulan asosiasi yang dipersepsikan konsumen terhadap pemakai yang menggunakan suatu barang atau jasa.
3. Product image (citra produk) yaitu sekumpulan asosiasi yang dipersepsikan konsumen terhadap suatu barang atau jasa.

B. Variabel Terikat (Dependen)

Menurut Sugiyono (2018:57) variabel dependen sering disebut sebagai variabel terikat, merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel independen (variabel bebas).

Pada penelitian ini variabel bebas yang digunakan adalah keputusan pembelian konsumen (Y).

1. Keputusan Pembelian

Menurut Dicky Wisnu UR & Permana (2022:13) Niat beli merupakan salah satu bagian dari keputusan pembelian. Dimana konsumen telah sadar akan kebutuhannya kemudian melakukan suatu pemilihan atas beberapa alternative pilihan hingga akhirnya akan mengambil suatu keputusan.

Keputusan pembelian menurut Kotler & Keller (2012:161) dapat diukur dengan indikator sebagai berikut :

1. Pilihan Produk

Konsumen dapat mengambil keputusan untuk mengunjungi sebuah tempat untuk tujuan yang lain, dalam hal ini perusahaan harus memusatkan perhatiannya kepada orang-orang yang berminat untuk memilih produk yang mereka kelolah.

2. Pilihan Merek (Brand)

Konsumen harus memutuskan merek mana yang akan dipilih. Setiap merek memiliki perbedaan-perbedaan tersendiri.

3. Pemilihan Penyalur

Konsumen mengambil keputusan membeli suatu produk dari penyalur. Setiap konsumen berbeda-beda dalam hal menentukan penyalur yang bisa dikarenakan berbagai faktor.

4. Jumlah Pembelian

Konsumen dapat mengambil keputusan tentang seberapa banyak produk atau jasa yang akan dipilih pada suatu saat.pilihan yang dilakukan mungkin lebih dari satu, dalam hal ini perusahaan harus mempersiapkan banyaknya produk atau jasa sesuai dengan keinginan yang berbeda-beda dari setiap konsumen

5. Penentuan Saat Pembelian.

Keputusan konsumen dalam pemilihan waktu pembelian bisa berbeda-beda.

6. Metode Pembayaran

Konsumen dalam pembelian sebuah produk pasti melakukan suatu pembayaran. Pada saat pembayaran inilah biasanya konsumen ada yang melakukan pembayaran secara tunai maupun kredit.

Tabel 3. . Desain Instrumen Penelitian

| VARIABEL | INDIKATOR | SKALA |
|---|---|--------|
| Iklan di Media Sosial Tiktok (X1) | (Kotler & Keller, 2016) 1. Perhatian (Attention) 2. Tindakan (Action) | Likert |
| Citra Merek (X2) | (Simamora, 2008:33) 1. Citra Pembuat (Corporate Image) 2. Citra Pemakai (User Image) 3. Citra Produk (Product Image) | Likert |
| Keputusan Pembelian (Y) | (Kotler & Keller, 2012:161) 1. Pemilihan Produk 2. Pemilihan Merek (Brand) 3. Pemilihan Penyalur 4. Jumlah Pembelian 5. Penentuan Saat Pembelian 6. Metode Pembayaran | Likert |

3.6 Teknik Analisis Data

Kegiatan setelah data dari seluruh responden atau data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel

yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2018:226).

3.6.1 Uji Instrumen

Uji kualitas data dalam penelitian dimaksudkan agar kebahasan data yang digunakan dalam penelitian ini dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah dan terbebas dari bias secara statistik. Dalam hal ini, untuk menguji kualitas data dalam penelitian ini digunakan uji validitas dan uji realibilitas :

A. Validitas

Menurut Janna & Herianto (2021) validitas merupakan uji yang berfungsi untuk melihat apakah suatu alat ukur tersebut valid (sahih) atau tidak valid. Alat ukur yang dimaksud disini merupakan pertanyaan – pertanyaan yang ada dalam kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan tersebut pada kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner. Kriteria pengujian yaitu validitas yang mengkorelasikan antar masing –masing skor item indicator dengan total skor konstruk. Tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 0,05.

Pengujian validitas tiap butir digunakan analisis item, yaitu mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah skor butir. Untuk mencari validitas sebuah item, kita dapat mengkorelasikan skor item dengan skor total item tersebut (Sugiyono, 2018:208).

Rumus yang digunakan untuk menguji validitas adalah rumus *Uji Pearson Product Moment* sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x) (\sum y)}{\sqrt{\{n \sum x - (\sum x)^2\} \{n \sum y - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi r pearson.

x = Jumlah butir pertanyaan

y = Skor total pertanyaan

n = Jumlah sampel

Dengan kriteria pengujiannya sebagai berikut :

- H0 diterima apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, (alat ukur yang digunakan valid atau sah)
- H0 ditolak apabila $r_{statistik} \leq r_{tabel}$. (alat ukur yang digunakan tidak valid atau sah)

B. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulang dua kali atau lebih. Pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi disebut sebagai pengukuran yang reliabel (Saputra & Ahmar, 2020:4).

Menurut Notoatmodjo dalam Janna & Herianto (2021) reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Sehingga uji reliabilitas dapat digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat ukur tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Alat ukur dikatakan reliabel jika menghasilkan hasil yang sama meskipun dilakukan pengukuran berkali-kali. Biasanya sebelum dilakukan uji reliabilitas data, dilakukan uji validitas data. Hal ini dikarenakan data yang akan diukur harus valid, dan baru dilanjutkan dengan uji reliabilitas data. Namun, apabila data yang diukur tidak valid, maka tidak perlu dilakukan uji reliabilitas data.

Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Jika suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih penelkiti dalam objek yang sama menghasilkan data yang sama pula atau peneloiti yang sama dalam kurun waktu yang berbeda juga akan menghasilkan data yang sama pula (Sugiyono, 2018:168).

Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$r = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[\frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan

r = Reliabilitas instrumen

:

k = Banyak butir pertanyaan

$\Sigma\sigma_b^2$ = Jumlah varians butir

$\Sigma\sigma_t^2$ = Varian total

Kriteria pengujiannya :

1. Jika nilai koefisien reliabilitas yakni cronbach alpha $> 0,60$ maka instrument variabel adalah reliabel (terpercaya).
2. Jika nilai cranbach alpha $< 0,60$ maka variabel tidak reliabel (tidak dipercaya).

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Menurut Ghozali (2016) dalam Mardiatmoko (2020), untuk mendapatkan persamaan regresi yang baik dilakukan uji asumsi klasik yang mencakup uji normalitas data, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi.

1. Uji Normalitas Data

Pengujian ini untuk mengetahui apakah nilai residual terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal. Cara untuk mendeteksinya adalah dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik Normal P-P Plot of regression standardized sebagai dasar pengambilan keputusannya. Jika menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal maka model regresi tersebut telah normal dan layak dipakai untuk memprediksi variabel bebas dan sebaliknya.

2. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas merupakan keadaan dimana terjadi hubungan linear yang sempurna atau mendekati antar variabel independen dalam model regresi. Suatu model regresi dikatakan mengalami multikolinearitas jika ada fungsi linear yang sempurna pada beberapa atau semua independen variabel dalam fungsi linear. Gejala adanya multikolinieritas antara lain dengan melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerancinya. Jika nilai $VIF < 10$ dan $Tolerance > 0,1$ maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas merupakan keadaan dimana terjadi ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Cara pengujiannya dengan Uji Glejser. Pengujian dilakukan dengan meregresikan variable-variabel bebas terhadap nilai absolute residual. Residual adalah selisih antara nilai variabel Y dengan nilai variabel Y yang diprediksi, dan absolut adalah nilai mutlaknya (nilai positif semua). Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Uji Autokorelasi

Autokorelasi merupakan keadaan dimana pada model regresi ada korelasi antara residual pada periode t dengan residual pada periode sebelumnya (t-1). Model regresi yang baik adalah yang tidak adanya autokorelasi. Uji autokorelasi dapat dilakukan dengan pengujian Durbin Watson (DW) dengan kriteria pengambilan keputusannya :

1. $d < d_l$ atau $d > 4 - d_l$, artinya terdapat autokorelasi.
2. $d_u < d < 4 - d_u$, artinya tidak terdapat autokorelasi.
3. $d_l < d < d_u$ atau $4 - d_u < d < 4 - d_l$, artinya tidak ada kesimpulan yang pasti.

3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi ganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor di manipulasi (di naik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua (Sugiyono, 2018:307).

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat, yaitu pengaruh Iklan di Media Sosial Tiktok (X1) dan Citra Merek (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Corndog Mauzzarella. Adapun rumus regresi linier berganda menurut Sugiyono (2018) adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

Y = Kepuasan Kerja

a = Konstanta

X₁ = Lingkungan Kerja

X₂ = Budaya Organisasi

e = error

3.6.4 Uji Hipotesis

Menurut Sugiyono (2018:242) mengemukakan bahwa secara statistik hipotesis diartikan sebagai pernyataan mengenai keadaan populasi (parameter) yang akan diuji kebenarannya berdasarkan data yang diperoleh dari sampel penelitian (statistik). Jadi maksudnya adalah taksiran keadaan populasi melalui data sampel.

1. Uji T (Parsial)

Menurut Sugiyono (2018:275) uji statistik t disebut juga uji signifikan individual. Uji ini menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Pada akhirnya akan diambil suatu kesimpulan H₀ ditolak atau H_a diterima dari hipotesis yang telah dirumuskan. Uji signifikan terhadap hipotesis yang telah ditentukan dengan menggunakan uji t. Rumus untuk menguji uji t adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

t = Nilai Uji t

r = Koefisien korelasi

r² = Koefisien determinasi

n = Jumlah sampel

Uji t menggunakan beberapa dasar analisis untuk menentukan pengaruh dan hubungan antar variabel. Berikut dasar analisis yang digunakan pada uji t :

1. Perbandingan thitung dengan t tabel :
 - a. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau jika $-t_{hitung} > -t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak (tidak berpengaruh)
 - b. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau jika $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima (berpengaruh)
2. Perbandingan nilai signifikansi dengan taraf nyata :
 - a. Jika nilai signifikansi $>$ taraf nyata (0,05), maka H_0 diterima dan H_a ditolak (tidak berpengaruh).
 - b. Jika nilai signifikansi $<$ taraf nyata (0,05), maka H_0 ditolak dan H_a diterima (berpengaruh).

2. Uji F (Simultan)

Menurut Sugiyono (2018:284) mengemukakan bahwa pada pengujian simultan akan diuji pengaruh ketiga variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Uji statistik yang digunakan pada pengujian simultan adalah Uji F atau yang biasa disebut dengan Analysis of varian (ANOVA). Pengujian Uji F dapat menggunakan rumus signifikan korelasi ganda sebagai berikut :

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

Keterangan :

R = Koefisien korelasi ganda

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah anggota sampel

Uji F menggunakan beberapa dasar analisis untuk menentukan pengaruh dan hubungan variabel dalam penelitian. Berikut rumus yang digunakan pada uji F :

1. Perbandingan Fhitung dengan Ftabel :

- a. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak (tidak berpengaruh).
 - b. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima (berpengaruh).
2. Perbandingan nilai signifikansi dengan taraf nyata :
- a. Jika nilai signifikansi $>$ taraf nyata (0,05), maka H_0 diterima dan H_a ditolak (tidak berpengaruh).
 - b. Jika nilai signifikansi $<$ taraf nyata (0,05), maka H_0 ditolak dan H_a diterima (berpengaruh).

3. Koefisien Determinasi (R Square)

Analisis Koefisien Determinasi Koefisien Determinasi (KD) digunakan untuk mengetahui seberapa besarnya sumbangan pengaruh variabel independen (Motivasi Kerja) terhadap variabel dependen (Kinerja Pegawai) yang ditentukan dengan menggunakan teknik statistic (Sugiyono, 2018:276).

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur besaran nilai coefficient yang menunjukkan besarnya variasi variabel independent terhadap variabel dependent nya. Nilai koefisien determinasi (R^2) yaitu antara nol dan satu. Nilai $R^2 = 0$ berarti variabel bebas tidak memiliki kemampuan dalam menjelaskan variasi variabel terikat dan nilai $R^2 = 1$ berarti variabel bebas memiliki kemampuan dalam menjelaskan variasi variabel terikat. Rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut :

$$KD = R^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi