

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Pendekatan kuantitatif adalah jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Penelitian kuantitatif menekankan pada fenomena nyata tanpa dipengaruhi oleh pendapat pribadi, dan dipelajari secara kuantitatif dengan menggunakan angka dan pengolahan statistik Hamdi dan Bahrudin (2014). Penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif kuantitatif menurut Muri Yusuf (2014) adalah salah jenis penelitian yang secara sistematis, faktual dan akurat menggambarkan fakta dan karakteristik populasi tertentu atau berupaya menggambarkan fenomena secara rinci. Dalam penelitian ini menggunakan metode survey, yaitu mengumpulkan informasi secara alami, misalnya dengan menyebarkan kuesioner dan sebagainya. analisis data menggunakan aplikasi IBM SPSS versi 26 *for Windows.*

3.2. Lokasi dan Rencana Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada responden penelitian yaitu anggota club futsal yang berjumlah 55 orang. Untuk waktu pelaksanaan penelitian lapangan yaitu penyebaran kuesioner rencananya akan dilaksanakan pada pertengahan bulan Desember 2024 – Januari 2025. Sedangkan untuk waktu penelitian ini secara keseluruhan mulai dari penulisan proposal hingga penyusunan laporan tugas akhir yaitu Oktober 2024 – Januari 2025.

Adapun detail rencana penelitian keseluruhan dijelaskan pada tabel dibawah ini.

Tabel 3 1 Agenda Penelitian Tugas Akhir

| Agenda | September | | | | Oktober | | | | November | | | | Desember | | | | Januari | | | |
|--|-----------|---|---|---|---------|---|---|---|----------|---|---|---|----------|---|---|---|---------|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Pengajuan Judul dan Dosen Pembimbing | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Observasi Objek Penelitian | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Observasi Fenomena Bisnis / Manajemen | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Menentukan masalah penelitian | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Kajian teoritis & empiris | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Sintesa dan Rasionalisasi Teori | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Metode Penelitian | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Penyusunan Kuesioner | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Ujian Seminar Proposal | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Pengumpulan Data | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Tabulasi dan Pengolahan Data | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Detugas akhir Hasil Penelitian | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Interpretasi Hasil Penelitian | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Kelengkapan data (Bab 1-5, lampiran final) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Sumber: Data di olah, 2024

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Menurut Sugiyono (2015) populasi adalah bidang generalisasi yang terdiri dari objek/subjek dengan ciri dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan darinya. Populasi dalam penelitian ini adalah anggota club futsal timsar fc

3.3.2. Sampel

Pengertian sampel menurut Sugiyono (2015) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik suatu populasi, dan sampel yang diambil dari suatu populasi harus benar-benar *representative* (mewakili). Ukuran sampel adalah jumlah sampel yang akan diambil dari suatu populasi dan sampel yang digunakan adalah anggota club futsal timsar fc.

Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode sensus. Menurut Sugiyono (2018) Metode Sensus atau sampling total adalah teknik pengambilan sampel dimana seluruh anggota populasi dijadikan sampel semua. Penelitian yang dilakukan pada populasi dibawah 100 sebaiknya dilakukan dengan sensus, sehingga seluruh anggota populasi tersebut dijadikan sampel semua sebagai subyek yang dipelajari atau sebagai responden pemberi informasi. Sampel pada penelitian ini merupakan seluruh anggota club futsal yang sudah diketahui jumlahnya yaitu 55 orang.

3.4. Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2015) variabel penelitian adalah atribut atau sifat atau nilai dari orang, benda atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang peneliti putuskan untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Misalnya berat badan, tinggi badan, sikap, motivasi, dan lain-lain Variabel penelitian ini terdiri dari variabel bebas dan terikat. Menurut Sugiyono (2015).

Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan perubahan atau munculnya variabel dependen (terikat). Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”.

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Huruf X, dan variabel terikatnya adalah Huruf Y. Adapun variabel pada penelitian ini yaitu : Kualitas produk (X1), Harga (X2), Word Of Mouth (X3) dan Keputusan Pembelian (Y).

3.5. Jenis dan Sumber Data

3.5.1. Jenis Data

Data kuantitatif adalah jenis data yang digunakan dalam penelitian ini, hal ini dikarenakan pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner atau survei yang akan diberikan kepada responden secara online melalui google forms kepada responden yaitu pada semua anggota tim futsal timsar fc. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah :

Menurut Siyoto,S & Sodik (2015) data kuantitatif adalah data berupa angka yang dapat diolah / dianalisis dengan menggunakan teknik perhitungan matematika atau statistika.

3.5.2. Sumber Data

Data Primer

Menurut Sugiyono (2015) data Primer, yaitu data yang berasal dari sumber pertama, dari individu seperti hasil wawancara atau tanggapan terhadap hasil pengisian kuesioner yang dilakukan peneliti. Dalam penelitian ini data primer didapat langsung dari anggota club futsal timsar fc yang berupa penyebaran kuisioner.

Data Sekunder

Data Sekunder merupakan data selain data yang penulis peroleh secara langsung melalui proses wawancara dan observasi terhadap anggota

club futsal timsar fc. Data sekunder yang digunakan penulis berupa buku-buku dan literatur yang berhubungan dengan penelitian ini.

3.6. Definisi Penelitian

Definisi operasional penelitian merupakan pedoman terkait dengan pengukuran variabel Siyoto, S & Sodik (2015) sehingga peneliti dapat memperoleh gambaran tentang bagaimana variabel dalam penelitiannya diterapkan pada penelitiannya.

Penyusunan instrumen penelitian dimulai dengan variabel penelitian yang ditentukan oleh peneliti. Dari variabel tersebut diberikan definisi operasionalnya dan diberikan indikator yang dapat dilakukan pengukuran. Berdasarkan indikator tersebut, dapat digambarkan sebagai pertanyaan Sugiyono (2015). Adapun yang menjadi definisi operasional variabel pada penelitian ini .

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel

| Variabel | Definisi Operasional | Indikator | Item Kuesioner | Skala |
|----------------------|---|---|---|---------|
| Kualitas Produk (X2) | Menurut Tjiptono, (2015 : 105), definisi tradisional tentang kualitas adalah kinerja sebagai gambaran suatu produk dalam jangka panjang, seperti mudah dipakai, estetika, dan sebagainya. | Menurut Tjiptono (2015) indicator kualitas produk ada 5 : 1. Kinerja 2. Kesesuaian Dengan Spesifikasi 3. Fitur | 1. Produk mills memiliki fungsi sesuai dengan produk sepatu pada umumnya 2. Produk dari mills sesuai dengan spesifikasi pada detugas akhir produk 3. Produk dari mills memiliki fitur yang khas seperti sol | Liker t |

| Variabel | Definisi Operasional | Indikator | Item Kuesioner | Skala |
|--------------------|---|--|---|---------|
| | | | empuk dan anti slip | |
| | | 4. Estetika | 4. Produk mills memiliki desain tampilan yang menarik | |
| | | 5. Kesan Kualitas | 5. Produk mills secara keseluruhan memiliki kesan mutu yang baik | |
| Harga (X2) | Menurut Setyo (2017) harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan sebuah produk atau jasa yang memiliki manfaat saat konsumen memiliki atau menggunakan produk atau jasa.. | Menurut Setyo (2017) indicator harga mempunyai 4 yaitu 1. Keterjangkauan Harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas 3. Daya Saing Harga 4. Potongan harga | 1. Produk dari mills memiliki harga yang terjangkau 2. Produk mills memiliki kesesuaian harga dengan kualitas 3. Produk dari mills memiliki harga yang dapat bersaing dengan pesaing nya 4. Produk mills memiliki potongan harga | Liker t |
| Word of Mouth (X3) | Menurut Kotler dan Keller (2016:52) Word | Menurut Henning (2014) terdapat 8 indikator wom | 1. Mills memiliki sosial media yang terpercaya | |

| Variabel | Definisi Operasional | Indikator | Item Kuesioner | Skala |
|----------|--|---------------------------------------|--|-------|
| | Of Mouth merupakan kegiatan pemasaran melalui perantara orang ke orang baik secara lisan maupun lewat alat komunikasi elektronik yang terhubung internet yang didasari oleh pengalaman atas produk atau jasa.. | 1. <i>Platform assistance</i> | untuk berinteraksi dengan konsumen serta memudahkan konsumen berbelanja | |
| | | 2. <i>Venting negative feelings</i> | 2. Mills memberikan channel komunikasi bagi konsumen untuk mengungkapkan ketidakpuasan terhadap produk | |
| | | 3. <i>Concern for other consumers</i> | 3. Konsumen memberikan review yang jujur mengenai produk Mills yang telah digunakan melalui <i>platform</i> sosial media | |
| | | 4. <i>Extraversion/Positive</i> | 4. Konsumen memiliki keinginan untuk mengungkapkan kepuasan terhadap produk Mills dan memberi rekomendasi kepada pengguna yang lain melalui <i>platform</i> sosial media | |
| | | 5. <i>Social Benefits</i> | Interaksi antara | |

| Variabel | Definisi Operasional | Indikator | Item Kuesioner | Skala |
|-----------|-----------------------------------|-----------------------------------|--|---------|
| | | | konsumen mengenai produk Mills yang telah di gunakan yang memberikan manfaat sosial | |
| | | 6. <i>Economic incentives</i> | 6.Konsumen memiliki motivasi untuk mendapatkan <i>reward</i> dari Mills seperti gimmick maupun respon balik terkait testimoni positif yang diberikan atas produk Mills | |
| | | 7. <i>Helping the company</i> | 7.Konsumen memiliki keinginan untuk membantu perusahaan Mills menjadi lebih baik dari segi Produk maupun pelayanan melalui interaksi di sosial media | |
| | | 8. <i>Advice seeking</i> | 8.Konsumen cenderung mencari pendapat atau <i>review</i> dari pengguna lain terkait produk Mills di <i>platform</i> produk Mills melalui platform sosial media | |
| Keputusan | Menurut Kotler dan Keller, (2015) | Menurut Thompson (2016) indicator | 1. Sebelum konsumen | Liker t |

| Variabel | Definisi Operasional | Indikator | Item Kuesioner | Skala |
|---------------|--|--|--|-------|
| Pembelian (Y) | keputusan pembelian merupakan tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian suatu produk. | <p>keputusan pembelian ada 5 :</p> <p>1. Sesuai Kebutuhan</p> <p>2. Mempunyai Manfaat</p> <p>3. Ketetapan Dalam Membeli Produk</p> <p>4. Pembelian Ulang</p> <p>5. Evaluasi Alternatif</p> | <p>melakukan pembelian produk mills, konsumen merasa membutuhkan produk tersebut</p> <p>2. Konsumen membeli produk mills karena memiliki manfaat yang cocok sesuai performa dilapangan</p> <p>3. Konsumen membandingkan produk mills dengan kompetitor namun pilihan mereka tetap yakin pada produk mills</p> <p>4. Konsumen mills merasa puas dan melakukan pembelian ulang atas produk mills</p> <p>5. Konsumen mills mengevaluasi produk yang</p> | |

| Variabel | Definisi Operasional | Indikator | Item Kuesioner | Skala |
|----------|----------------------|-----------|--|-------|
| | | | akan dibeli sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya | |

3.7. Teknik Pengumpulan Data

3.7.1. Penyebaran Angket/Kuesioner

Menurut pendapat Sugiyono (2015) “Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dimana responden disajikan dengan serangkaian pertanyaan atau pertanyaan tertulis yang meminta mereka untuk menjawabnya”, Sedangkan menurut Siyoto & Sodik (2015) “Format angket dapat berupa beberapa pertanyaan tertulis, tujuannya untuk memperoleh informasi dari responden tentang apa yang ia alami dan ketahuinya”. Pengumpulan data yang dibutuhkan pada penelitian ini meliputi :

- 1) Profil / Identitas responden meliputi : nama responden, umur
- 2) Data dari jawaban responden yang berhubungan dengan variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu mulai dari jawaban tentang variabel kualitas produk, harga, word of mouth.

3.8. Jenis Skala Pengukuran

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Skala Likert (Sangat Setuju, Setuju, Netral, Tidak Setuju, Sangat Tidak Setuju), skala likert dapat menghilangkan tanggapan yang meragukan/netral. Karena kategori ragu – ragu/netral memiliki makna ganda yang dapat diartikan tidak dapat memberikan jawaban Sugiyono (2015)

Ukuran skala likert digambarkan sebagai berikut :

Tabel 3.3 Skala Pengukuran Likert

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---------------------------------|-------------------------|---------------|---------------|--------------------------|
| Sangat tidak setuju (STS) | Tidak Setuju (TS) | Netral (N) | Setuju (S) | Sangat Setuju (SS) |

Sumber : Sugiyono, (2015)

3.9. Teknik Analisis Data

Menurut pendapat Sugiyono (2015) berkenaan dengan analisis data adalah sebagai berikut :

Analisis data adalah kegiatan setelah mengumpulkan data dari seluruh responden atau sumber data lainnya. Kegiatan dalam analisis data adalah: pengelompokan 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 menguji hipotesis yang telah diajukan. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan alat analisis statistik Regresi Linier Berganda (RLB) dan menggunakan alat bantu analisis statistik IBM SPSS versi 26 for windows.

Pada penelitian ini peneliti dalam melakukan analisis data menggunakan langkah - langkah sebagai berikut :

3.9.1. Uji Validitas dan Reabilitas

1) Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Ghazali (2013) menyatakan bahwa suatu survei dianggap valid jika pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Menurut Sugiyono (2015) bahwa valid berarti instrumen tersebut

dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Valid menunjukkan seberapa akurat antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti

Apabila $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka instrumen / butir-butir pertanyaan dianggap berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dianggap valid. Namun jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka korelasi dianggap rendah atau tidak valid Varreldiazka (2022)

Uji validitas dapat dilakukan menggunakan rumus pearson product moment Hidayat (2014)

Rumus Pearson Product Moment :

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

Keterangan :

r_{hitung} : koefisien korelasi

ΣX_i : jumlah skor item

ΣX_i : jumlah skor total (item)

n : jumlah responden

2) Uji Reabilitas

Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk suatu variabel dalam kuesioner yang dikatakan reliabel atau handal jika tanggapan seseorang terhadap pertanyaan tersebut konsisten atau stabil dari waktu ke waktu, Ghazali (2013) reliabilitas diukur dengan bantuan program *SPSS 25 for windows* yang memberikan

fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji *statistic Cronbach Alpha* (α). Menurut Ghozali (2013) suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha $> 0,60$.

3.9.2. Uji Asumsi Klasik

Menurut Purnomo (2017) “uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui apakah model regresi memiliki residual normalitas, multikolinearitas, autokorelasi, dan heteroskedastis. [...] Asumsi klasik harus dipenuhi karena untuk mendapatkan model regresi dengan estimasi yang tidak bias dan pengujian dapat dipercaya”. Dalam penelitian ini uji asumsi klasik dilakukan melalui uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji normalitas.

1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data yang akan digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Untuk melakukan uji normalitas dilakukan pengamatan terhadap kurva probabilitas normal, dimana distribusi kumulatif dibandingkan dengan distribusi normal. Distribusi normal membentuk garis diagonal lurus, dan memplot data residual dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sebenarnya akan mengikuti garis diagonalnya Ghozali (2013).

Data dikatakan berdistribusi normal ketika hasil perhitungan signifikansi pada aplikasi SPSS nilainya lebih besar dari tingkat signifikansi $\alpha=0,05$ Pramesti (2017).

2) Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan (korelasi) yg signifikan diantara dua atau lebih variabel independen dalam model regresi. Pendekripsi multikolinearitas dilakukan dengan menggunakan uji korelasi

parsial antar variabel independen. Menurut Sugiyono (2015) “Tujuan dari uji multikolinearitas adalah untuk menguji apakah terdapat korelasi antar variabel bebas dalam suatu model regresi”. Dan menurut Uji Ghazali (2013) multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi menemukan korelasi antara variabel bebas (independen) . Untuk mengetahui ada tidaknya multikolonieritas, dibuat acuan nilai yang digunakan untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai tolerance $< 0,10$ atau sama dengan nilai VIF > 10 Ghazali (2013).

3) Uji Heteroskedastisitas

Tujuan uji heteroskedastisitas adalah untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan varians residual dari satu observasi dalam model regresi Ghazali (2013). Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Dasar analisisnya adalah bahwa terdapat pola tertentu, berupa titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), hal ini menunjukkan adanya heteroskedastisitas. Sedangkan jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas Ghazali (2013)

3.9.3. Analisis Regresi Berganda

Menurut Sunyoto (2014) Analisis regresi berganda adalah suatu analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel bebas (X_1, X_2, X_3, \dots, n) terhadap variabel terikat (Y).

Penelitian ini menggunakan model regresi linier berganda untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dalam kuesioner kualitas produk (X_1), harga (X_2), word of mouth (X_3) dalam kaitannya dengan keputusan pembelian.

Analisis regresi berganda dilakukan dengan menggunakan program SPSS.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Penjelasan :

Y : Keputusan pembelian

e : *Standard Error*

α : Konstanta

X_1 : Kualitas Produk X_3 : Word Of Mouth

X_2 : Harga

β_1 : Koefisien regresi variabel kualitas produk

β_2 : Koefisien regresi variabel harga

β_3 : Koefisien regresi variabel word of mouth

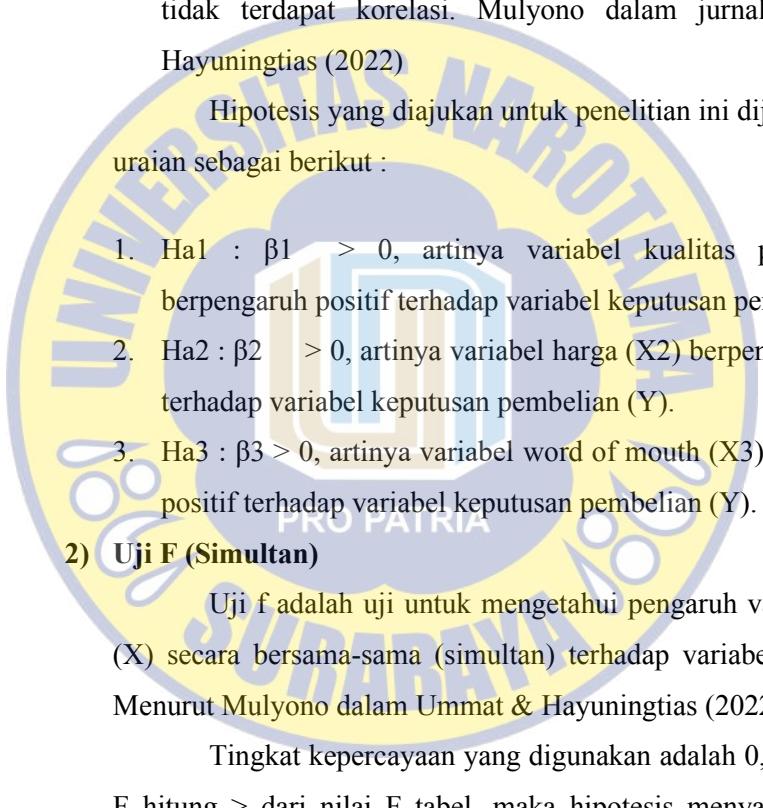
3.9.4. Uji Hipotesis

1) Uji t (Parsial)

Uji t menurut Sugiyono (2015) adalah “ujji koefisien regresi secara parsial yang bertujuan untuk mengetahui signifikansi peran secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan asumsi bahwa variabel dependen lain dianggap konstan”. Dalam penelitian ini, pengujian dilakukan melalui uji t dengan tingkat kepercayaan 95 %.

Ketentuan uji t :

1. H_0 diterima dan H_a ditolak jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, yang berarti variabel bebas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

- 
2. H_0 ditolak dan H_a diterima apabila t hitung > t tabel, artinya variabel bebas memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
 3. Cara lain untuk melihat pengaruh secara parsial adalah jika nilai signifikansi < 5 % atau 0,05 maka terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara variabel bebas dengan variabel terikat, jika nilai signifikansi > 5% atau 0,05 maka tidak ada pengaruh atau tidak terdapat korelasi. Mulyono dalam jurnal Ummat & Hayuningtias (2022)

Hipotesis yang diajukan untuk penelitian ini dijelaskan pada uraian sebagai berikut :

1. $Ha1 : \beta_1 > 0$, artinya variabel kualitas produk (X_1) berpengaruh positif terhadap variabel keputusan pembelian (Y).
2. $Ha2 : \beta_2 > 0$, artinya variabel harga (X_2) berpengaruh positif terhadap variabel keputusan pembelian (Y).
3. $Ha3 : \beta_3 > 0$, artinya variabel word of mouth (X_3) berpengaruh positif terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

2) Uji F (Simultan)

Uji f adalah uji untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (X) secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat (Y) Menurut Mulyono dalam Ummat & Hayuningtias (2022)

Tingkat kepercayaan yang digunakan adalah 0,05. Jika nilai F hitung > dari nilai F tabel, maka hipotesis menyatakan bahwa semua variabel bebas dalam penelitian ini mulai dari kualitas produk (X_1), harga (X_2), word of mouth (X_3) secara bersama sama / simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian (Y).

Kriteria Penilaian Uji F menurut Menurut Mulyono dalam Ummat & Hayuningtias (2022) :

- H_0 diterima, bila F hitung $\leq F$ tabel atau nilai sig $> 0,05$
- H_0 ditolak, bila F hitung $\geq F$ tabel atau nilai sig $< 0,05$

3.9.5. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Menurut Ghozali (2013) koefisien determinasi adalah alat yang digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Persyaratan yang harus dipenuhi agar dapat memaknai nilai koefisien determinasi adalah hasil uji F dalam analisis regresi linear berganda bernilai signifikan (lebih dari 0,05), yang berarti “ada pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y”. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan bantuan program SPSS untuk menguji data. Untuk uji koefisien determinasi dapat dilihat pada *output* ANOVA pada SPSS.

