

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1. Tipe Penelitian**

Dalam penelitian ini menggunakan penelitian eksplanatori (*explanatory research*). Menurut Singarimbun dan Effendi (1995:5) penelitian ini merupakan penelitian yang menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang akan diteliti dan untuk mengetahui hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya. Dalam hal ini penulis menggunakan beberapa variabel. Variabel yang menjadi objek dan digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas produk (X1), merek (X2), kemasan (X3), desain produk (X4) dan keputusan pembelian (Y).

### **3.2. Variabel Penelitian**

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2004:27). Variabel yang digunakan dalam penelitian dapat diklasifikasikan menjadi antara lain: variabel independen (bebas) yaitu variabel yang menjelaskan dan mempengaruhi variabel lain dan variabel dependen (terikat), yaitu variabel yang dijelaskan dan dipengaruhi oleh variabel independen.

## **1. Variabel Dependen**

Variabel dependen merupakan variabel yang menjadi pusat perhatian peneliti (Ferdinand, 2006:79). Variabel dependen adalah variabel yang nilainya tergantung pada variabel lain, dimana nilainya akan berubah jika variabel yang mempengaruhinya berubah. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Keputusan pembelian (Y).

## **2. Variabel Independen**

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen, baik yang pengaruhnya positif maupun yang pengaruhnya variabel (Ferdinand, 2006:79). Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari:

- a. Kualitas ( $X_1$ )
- b. Merek ( $X_2$ )
- c. Kemasan ( $X_3$ )
- d. Desain produk ( $X_4$ )

## **3.3. Definisi Konseptual dan Operasional**

### **1. Definisi Konseptual**

Definisi konseptual variabel adalah penarikan batasan yang menjelaskan suatu konsep secara singkat, jelas, dan tegas.

Pengertian dari variabel-variabel yang diteliti dan akan dilakukan analisis lebih lanjut yaitu kualitas produk, merek, label, kemasan dan desain produk dapat dijelaskan pada variabel berikut ini:

### **Kualitas produk ( $X_1$ )**

Kemampuan suatu produk dalam memberikan kinerja sesuai dengan fungsinya.

(Kotler dan Armstrong, 1997:279).

Menurut Kotler (2007:10), dimensi kualitas produk terdiri dari:

#### 1. Kehandalan

kecilnya kemungkinan produk akan mengalami kerusakan atau gagal saat digunakan.

#### 2. Daya tahan

Ukuran usia yang diharapkan atas beroperasinya produk dalam kondisi normal.

#### 3. Kesesuaian

Tingkat kesesuaian dan pemenuhan semua unit yang diproduksi terhadap spesifikasi sasaran yang dijanjikan.

Indikator kehandalan

- a. Produk jilbab rabbani kuat
- b. Bahan produk jilbab Rabbani tebal

Indikator daya tahan

- a. Bahan produk jilbab Rabbani tahan lama
- b. Bahan Produk jilbab Rabbani tahan luntur

Indikator kesesuaian

- a. Bahan produk jilbab Rabbani lembut digunakan
- b. Produk jilbab Rabbani dipakai nyaman

## **Merek (X<sub>2</sub>)**

Nama, istilah, simbol untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari seseorang atau kelompok penjual, yang bersifat membedakan suatu barang atau jasa dari barang atau jasa yang dihasilkan oleh kompetitor, serta melindungi konsumen maupun produsen dari para kompetitor yang berusaha memberikan produk-produk yang tampak identik sama (Tjiptono, 2008:213)

Menurut Tjiptono (2008:104), dimensi merek antara lain:

### 1. Nama

Membedakan produk perusahaan dengan produk pesaing.

### 2. Simbol

Tanda yang memberikan daya tarik terhadap produk.

Indikator nama:

- a. Nama merek jilbab Rabbani mudah di kenal
- b. Kepercayaan terhadap merek
- c. Merek produk mempunyai kesan yang baik

Indikator simbol

- a. Simbol Merek jilbab Rabbani mudah diingat

## **Kemasan (X<sub>3</sub>)**

pembungkus luar produk yang berfungsi untuk melindungi produk dan memudahkan konsumen dalam memakainya (Tjiptono, 2008:213).

Menurut Tjiptono (2008:106), dimensi kemasan antara lain:

### 1. Pembungkus produk

Melindungi produk dari berbagai kerusakan

2. Distribusi.

Menempatkan produk pada suatu tempat yang dianggap nyaman.

3. Pemakaian ulang

Mampu memberikan nilai lebih bagi konsumen yang melakukan pembelian

Indikator pembungkus produk

- a. Kemasan jilbab tahan lama
- b. Produk dalam kemasan mudah dibawa kemana-mana
- c. Warna kemasan yang menarik
- d. Bentuk kemasan yang menarik

Indikator distribusi

- a. Produk dalam kemasan mudah disusun
- b. Produk dalam kemasan mudah dihitung

Indikator pemakaian ulang

- a. Kemasan jilbab Rabbani bisa dipakai untuk wadah lain

**Desain produk (X<sub>4</sub>)**

Rancangan bentuk, warna dan motif dari suatu produk yang mempunyai kontribusi terhadap daya tarik produk seperti faktor-faktor estetika (Tjiptono , 2008:213).

Menurut Tjiptono (2008:213), dimensi desain produk:

1. Model

Segala macam bentuk, motif dan warna yang menggambarkan keindahan penampilan dari suatu produk.

Indikator model

- a. Warna jilbab menarik
- b. Warna jilbab beragam
- c. Motif produk yang digunakan memiliki keindahan
- d. Motif jilbab yang digunakan bervariasi
- e. Bentuk jilbabnya beragam
- f. Ukuran jilbab bervariasi

### **Keputusan Pembelian (Y)**

Konsumen yang telah melakukan pilihan terhadap berbagai alternative biasanya membeli produk yang paling disukai, yang membentuk suatu keputusan untuk membeli (Schifman dan Kanuk, 2007:485).

Menurut Handoko, dkk (2008:102), dimensi keputusan pembelian antara lain:

1. Jenis produk
2. Bentuk produk
3. Jumlah produk
4. Waktu pembelian
5. Cara pembayaran

Indikator Jenis produk

1. Membeli jilbab Rabbani dengan jenis produk yang menarik

Indikator bentuk produk

2. Membeli jilbab Rabbani dengan bentuk produk yang beragam

Indikator jumlah produk

3. Melakukan pembelian jilbab Rabbani sesuai dengan jumlah yang dibutuhkan

Indikator waktu pembelian

4. Membeli jilbab Rabbani dalam waktu yang cepat

Indikator cara pembayaran

5. Membeli jilbab Rabbani dengan cara pembayaran yang mudah

## 2. Definisi Operasional

Definisi operasional variabel adalah suatu definisi yang diberikan pada suatu variabel dengan memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan atau membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut (Sugiyono, 2004).

**Tabel 3.1**  
**Definisi Operasional**

Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran
Kualitas Produk	Kemampuan jilbab dalam memberikan kepuasan bagi konsumen.	Kehandalan Daya tahan Kesesuaian	Bahan produk nya kuat Bahan produknya tebal  Bahan produk tahan lama Produknya tahan luntur  Bahan produknya terasa lembut Produk dipakai nyaman	1= Sangat Tidak Setuju 2 = Tidak Setuju 3 = Ragu-Ragu 4 = Setuju 5 = Sangat Setuju
Merek	Nama atau simbol yang dijadikan produsen jilbab sebagai istilah yang dapat membedakan produk produsen dengan produk pesaing.	Nama Simbol	Nama merek produk mudah di kenal Merek produknya mempunyai kesan Kepercayaan terhadap merek  Simbol produk mudah diingat	1= Sangat Tidak Setuju 2 = Tidak Setuju 3 = Ragu-Ragu 4 = Setuju 5 = Sangat Setuju

Kemasan	Pembungkus atau wadah jilbab yang disediakan produsen untuk melindungi dan memudahkan konsumen dalam menggunakan jilbab.	Pembungkus produk  Distribusi  Pemakaian ulang	Kemasan jilbab tahan lama Produk dalam kemasan mudah dibawa kemana-mana Warna kemasan menarik Bentuk kemasan menarik  Produk dalam kemasan mudah disusun Produk dalam kemasan mudah dihitung  Kemasan produk bisa dipakai untuk wadah lain	1= Sangat Tidak Setuju 2 = Tidak Setuju 3 = Ragu-Ragu 4 = Setuju 5 = Sangat Setuju
Design	Bentuk, warna dan motif dari jilbab sebagai daya tarik produk yang mampu mempengaruhi keputusan membeli.	Model	Warna produk menarik Warna produk beragam Motif produk yang digunakan mempunyai keindahan Motif produk yang digunakan bervariasi Bentuk produknya beragam Ukuran produk bervariasi	1= Sangat Tidak Setuju 2 = Tidak Setuju 3 = Ragu-Ragu 4 = Setuju 5 = Sangat Setuju
Keputusan Pembelian	keputusan pembelian adalah seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih terhadap suatu produk tertentu untuk melakukan keputusan pembelian.	Jenis  Bentuk  Jumlah  Waktu  Cara pembayaran	Membeli jilbab Rabbani dengan jenis produk yang menarik  Membeli jilbab Rabbani dengan bentuk produk yang beragam  Melakukan pembelian jilbab Rabbani sesuai dengan jumlah yang dibutuhkan  Membeli jilbab Rabbani dalam waktu yang cepat  Membeli jilbab Rabbani dengan cara pembayaran yang mudah	1= Sangat Tidak Setuju 2 = Tidak Setuju 3 = Ragu-Ragu 4 = Setuju 5 = Sangat Setuju

### 3.4. Populasi dan Sampel

#### 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. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung tahun 2011-2014 yang berjumlah 1402 mahasiswa. Berikut rinciannya:

No	Jurusan	Tahun Masuk				Jumlah
		2011	2012	2013	2014	
1	Sosiologi	53	62	39	55	209
2	Pemerintahan	51	45	32	41	169
3	Komunikasi	64	62	41	52	219
4	Adm. Negara	62	62	56	44	224
5	Adm. Bisnis	48	55	56	47	206
6	Sekretari	3	29	19	22	73
7	Humas	27	29	21	12	89
8	Pusdok	11	24	17	14	66
9	MIP	12	19	9	9	49
10	HI			34	42	76
11	MIA			13	9	22
Total						1402

**Tabel 3.2**  
**Data Mahasiswa Aktif FISIP Universitas Lampung Tahun 2011-2014**  
*(sumber : kemahasiswaan FISIP).*

#### Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2004). Untuk menentukan ukuran sampel dari suatu populasi dalam penelitian ini menggunakan pendapat Slovin sebagai berikut:

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

dimana:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persen kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolelir atau diinginkan misalnya 10%.

$$n = \frac{1402}{1 + 1402 \cdot 0,1^2} = \frac{1402}{14,03} = 99,92 \text{ dibulatkan } 100 \text{ sampel}$$

Menurut Husein Umar (2008 : 78), berdasarkan rumus diatas maka jumlah sampel yang akan digunakan adalah 100 mahasiswi yang menggunakan jilbab.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik ini meliputi *simple random sampling*, *proportionate stratified random sampling*, *disproportionate stratified random* dan *sampling area (cluster) sampling*. Teknik yang digunakan adalah *Simple random sampling*. Dikatakan simple (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut (Sugiyono, 2007 : 93).

### **3.5 Jenis dan Sumber Data**

Dalam penelitian ini, data yang digunakan penulis adalah :

#### **1. Data primer**

Data Primer adalah data yang diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari obyeknya (Santoso dan Tjiptono, 2001). Data yang diolah dalam rangka pengujian hipotesis berupa data primer yang diperoleh dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti responden yang memakai jilbab. Data primer yang diperoleh dari responden melalui pengisian kuisioner, observasi dan wawancara.

#### **2. Data Sekunder**

Data Sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui pihak lain, atau laporan historis yang telah di susun dalam arsip yang dipublikasikan atau tidak dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain (Santoso dan Tjiptono, 2001). Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa studi kepustakaan, jurnal, literatur-literatur yang berkaitan dengan permasalahan dan informasi dokumentasi lain yang dapat diambil melalui sistem *on-line (internet)*.

### **3.6. Teknik Pengumpulan Data**

#### **1. Kuesioner**

Dalam melakukan penelitian, data yang dikumpulkan akan digunakan untuk memecahkan masalah yang ada sehingga data–data tersebut harus benar-benar dapat dipercaya dan akurat. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh

melalui metode kuesioner yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi kuesioner atau seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden (Sugiyono, 2001:56).

Dalam kuesioner ini nantinya terdapat rancangan pertanyaan yang secara logis berhubungan dengan masalah penelitian dan tiap pertanyaan merupakan jawaban–jawaban yang mempunyai makna dalam menguji hipotesa. Dibandingkan dengan *interview guide*, daftar pertanyaan atau kuesioner lebih terperinci dan lengkap.

Alasan mengapa peneliti menggunakan kuesioner di dalam penelitian ini antara lain:

- a. Responden adalah orang yang paling tahu tentang dirinya sendiri, sehingga dapat diperoleh data yang lengkap dan benar.
- b. Responden memiliki kemampuan untuk menyatakan keinginan yang diinginkan dalam angket.
- c. Hemat waktu, tenaga dan biaya.

Kriteria responden yang ditujukan dalam penelitian ini antara lain:

- a. Menggunakan jilbab Rabbani  
atau
- b. Pernah melakukan pembelian jilbab Rabbani

Peneliti menggunakan skala Likert dengan menentukan skor pada setiap pertanyaan. Teknis yang digunakan adalah dengan menggunakan angka indeks. Angka indeks ini digunakan untuk mengetahui persepsi umum responden mengenai sebuah variabel yang diteliti. Seluruh variabel independen akan

menggunakan skala Likert 1- 5 dengan penilaian. Skala Likert merupakan skala yang dipakai untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang/sekelompok orang tentang fenomena sosial Sugiyono (2001:89).

Skala ini banyak digunakan karena mudah dibuat, bebas memasukkan pernyataan yang relevan, realibilitas yang tinggi dan aplikatif pada berbagai aplikasi. Indikator-indikator di atas diukur dengan skala penilaian Likert yang memiliki lima tingkat preferensi jawaban yang masing-masing mempunyai skor 1-5 dengan rincian sebagai berikut:

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Ragu-Ragu (RR)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

Skala ini mudah dipakai untuk penelitian yang terfokus pada responden dan obyek. Jadi peneliti dapat mempelajari bagaimana respon yang berbeda dari tiap-tiap responden.

## **2. Studi Kepustakaan**

Kegiatan mengumpulkan bahan-bahan yang berkaitan dengan penelitian yang berasal dari jurnal-jurnal ilmiah, literatur-literatur serta publikasi-publikasi lain yang layak dijadikan sebagai sumber informasi.

### 3.7. Teknik Analisis Data

#### 1. Uji Validitas

Pengujian validitas digunakan untuk menguji sejauh mana alat pengukur dapat mengungkapkan ketepatan gejala yang dapat diukur. Alat ukur yang digunakan dalam pengujian validitas adalah daftar pertanyaan yang telah diisi oleh responden dan akan diuji hasilnya guna menunjukkan valid tidaknya suatu data. Bila valid, ketetapan pengukuran data tersebut akan semakin tepat alat ukur tersebut. Kuesioner dikatakan valid apabila  $r$  hitung (*Corrected Item Total Correlation*)  $> r$  tabel dan kuesioner dikatakan tidak valid apabila  $r$  hitung  $< r$  tabel (Husein, 2008:166)

#### 2. Uji Reliabilitas

Menurut Husein (2008:168), reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Bila suatu alat pengukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten, maka alat pengukur reliabilitas ini adalah dengan rumus koefisien alpha. Kuesioner dikatakan reliabel apabila nilai alpha cronbach lebih besar dari 0,6 dimana pada pengujian reliabilitas ini menggunakan bantuan komputer program SPSS versi 17. Koefisien *Cronbach's Alpha* dihitung untuk mengestimasi reliabilitas setiap skala. *Item to total* digunakan untuk memperbaiki pengukuran dan mengeliminasi butir-butir yang kehadirannya akan memperkecil koefisien *Cronbach's Alpha* (Purwanto, 2002). Secara umum nilai *item to total* yang dapat diterima 0,5 (Hair *et al.*,1998), sedangkan nilai *item to total*  $< 0,5$

dapat diterima jika butir-butir yang dieliminasi akan menghasilkan koefisien *Cronbach's Alpha* yang lebih kecil (Purwanto, 2002).

### **3. Uji Asumsi Klasik**

#### **a. Uji Multikolinieritas**

Bertujuan untuk menguji model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (*independen*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antara sesama variabel bebas sama dengan nol. Menganalisis matriks korelasi variabel-variabel bebas. Langkah menganalisis asumsi multikolinieritas yaitu jika nilai VIF lebih kecil dari angka 10 maka tidak terjadi problem multikolinieritas. Dan jika nilai VIF lebih dari angka 10 maka terjadi problem multikolinieritas (Husein, 2008:177).

#### **b. Uji Heteroskedastisitas**

Bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. jika variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas atau yang terjadi Heteroskedastisitas (Husein, 2008:179). Kebanyakan data *cross section* mengandung situasi Heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang dan besar).

Cara menganalisis asumsi heteroskedastisitas dengan melihat grafik scatter plot dimana :

- Jika penyebaran data pada scatterplot teratur dan membentuk pola tertentu (naik turun, mengelompok menjadi satu) maka dapat disimpulkan terjadi problem heterosdastisitas.
- Jika penyebaran data pada scatterplot tidak teratur dan tidak membentuk pola tertentu (naik turun, mengelompok menjadi satu) maka dapat disimpulkan tidak terjadi problem heterosdastisitas.

### **c. Uji Normalitas**

Menurut Husein (2008:181), pengujian ini bertujuan menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Caranya adalah dengan melihat normal *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal. Jika distribusi data adalah normal maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonal.

Adapun cara analisis yang dilakukan adalah dengan menggunakan grafik normal plot, dimana :

- Jika penyebaran data mengikuti garis normal, maka data distribusi normal.
- Jika penyebaran data tidak mengikuti garis normal, maka data distribusi tidak normal.

#### 4. Analisis Regresi Linier Berganda

Metode analisis yang digunakan untuk penelitian ini adalah metode kuantitatif digunakan metode regresi linear berganda. Menurut Husein (2008:126) Analisis data dilakukan dengan menggunakan alat bantu *SPSS 17 For Window* dengan rumus :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Dimana:

Y	= Keputusan pembelian
a	= Konstanta
b <sub>1</sub>	= Koefisien regresi
X <sub>1</sub>	= Kualitas produk
X <sub>2</sub>	= Merek
X <sub>3</sub>	= Kemasan
X <sub>4</sub>	= Desain produk
e <sub>1</sub>	= Error term

Selain itu, melalui regresi berganda akan diketahui juga variabel manakah diantara variabel atribut produk (X) yang meliputi kualitas produk, merek, kemasan dan desain prosuk yang paling berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan Pembelian (Y).

### **3.8. Pengujian Hipotesis**

Uji hipotesis yang ada dalam penelitian ini secara statistik setidaknya ini dapat diukur dari nilai koefisien determinasi, nilai statistik F dan nilai statistik T. Perhitungan statistik disebut signifikan apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah dimana  $H_0$  ditolak), sebaliknya disebut tidak signifikan bila nilai uji statistiknya berada dalam daerah dimana  $H_0$  diterima (Ghozali, 2001:56).

#### **1. Uji T (Parsial)**

Uji t adalah uji yang digunakan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel independen terdiri meliputi kualitas produk, merek, kemasan dan desain produk serta variabel dependen (Y) adalah variabel yang diukur melalui keputusan pembelian. Menggunakan langkah-langkah sebagai berikut :

a)  $H_0$  : Tidak adanya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

$H_a$  : Adanya pengaruh antara variabel independen terhadap dependen.

b) Taraf uji = 0,05

#### **2. Uji F (simultan)**

Uji F adalah pengujian secara simultan untuk mengetahui adanya pengaruh antara meliputi kualitas produk, merek, kemasan dan desain produk terhadap keputusan pembelian. Rumusan yang digunakan adalah sebagai berikut :

a)  $H_0$  : Tidak adanya pengaruh antara variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen

$H_a$  : Ada pengaruh antara variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen.

b) Taraf uji = 0,05

c) *Degree of freedom* :  $dk = k: n-k-1$

### 3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi pada intinya untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi yang kecil mengindikasikan kemampuan variabel-variabel independent dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai koefisien determinasi yang mendekati satu berarti kemampuan variabel-variabel independent sangat kuat terhadap variabel dependent dan sebaliknya