

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah metode survei dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2009), metode survei digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan) tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data. Metode survei digunakan untuk mengumpulkan data dan informasi dari masyarakat pemilih pada pemilukada Lampung Utara 2013.

#### **3.2 Populasi dan Sampel**

##### **a. Populasi**

Menurut Sugiyono (2009) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek / subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang mempunyai hak pilih serta menggunakan hak pilihnya dalam Pemilukada Lampung Utara 2013.

## b. Sampel

Menurut Sugiyono (2013) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penentuan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *probability sampling* yaitu *Cluster Area* (sampling menurut daerah). Menurut Sugiyono (2013) *Cluster Area* digunakan untuk menentukan sampel bila obyek yang akan diteliti atau sumber data sangat luas, misalnya penduduk dari suatu negara, propinsi atau kabupaten. Untuk menentukan penduduk mana yang akan dijadikan sumber data, maka pengambilan sampelnya berdasarkan daerah populasi yang telah ditetapkan.

Memperhatikan uraian diatas, karena jumlah populasi lebih dari 100 orang, maka penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan sampel secara acak (Random Sampling). Sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin dalam Riduwan (2013) sebagai berikut :

$$N = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1}$$

Dimana :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah populasi

d<sup>2</sup> = Presisi (ditetapkan 10% dengan tingkat kepercayaan 95%)

Berdasarkan rumus tersebut diperoleh jumlah sampel sebagai berikut :

$$N = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1} = \frac{132227}{132227 \cdot 0,1^2 + 1} = \frac{132227}{1323} = 99,9 \text{ atau } 100 \text{ Responden}$$

Dari jumlah sampel 100 responden tersebut kemudian ditentukan jumlah masing – masing sampel menurut daerah yang berada di masing – masing wilayah

kecamatan secara *proportionare random sampling* dengan rumus :  $n_i = \frac{N_i}{N} \cdot n$

Dimana :

- $n_i$  = jumlah sampel menurut stratum
- $n$  = jumlah sampel seluruhnya
- $N_i$  = jumlah populasi menurut stratum
- $N$  = jumlah populasi seluruhnya

Dengan rumus diatas, maka diperoleh jumlah sampel menurut masing – masing kecamatan sebagai berikut :

1. Kecamatan Kotabumi Kota =  $28835/132227 \times 100 = 21,8$  (22 responden)
2. Kecamatan Kotabumi Selatan =  $34290/132227 \times 100 = 25,9$  ( 26 responden)
3. Kecamatan Abung Selatan =  $26943/132227 \times 100 = 20,3$  (20 responden)
4. Kecamatan Blambangan Pager =  $10461/132227 \times 100 = 7,9$  ( 8 responden)
5. Kecamatan Kotabumi Utara =  $17922/132227 \times 100 = 13,5$  (14 responden)
6. Kecamatan Abung Semuli =  $13776/132227 \times 100 = 10,4$  ( 10 responden)

Berdasarkan Perhitungan diatas, maka diperoleh jumlah sampel berdasarkan jumlah populasi sebagai berikut :

**Tabel 2. Populasi dan Sampel Penelitian**

<b>Kecamatan</b>	<b>Populasi</b>	<b>Sampel</b>
Kotabumi Kota	28.835 Pemilih	22 Responden
Kotabumi Selatan	34.290 Pemilih	26 Responden
Abung Selatan	26.943 Pemilih	20 Responden
Blambangan Pager	10.461 Pemilih	8 Responden
Kotabumi Utara	17.922 Pemilih	14 Responden
Abung Semuli	13.776 Pemilih	10 Responden
<b>Jumlah</b>	<b>132.227 Pemilih</b>	<b>100 Responden</b>

### **3.3 Sumber Data**

#### **1. Data Primer**

Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari responden, khususnya data yang diperoleh berdasarkan jawaban responden terhadap kuesioner.

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

Data sekunder yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen dan media elektronik.

### **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan berupa data primer yang diperoleh dari hasil tanggapan responden atas daftar pernyataan berupa kuesioner yang disebarkan kepada responden. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

### **3.5 Definisi Konseptual**

Definisi konseptual adalah pemaknaan dari konsep yang digunakan sehingga memudahkan peneliti untuk mengoperasikan konsep tersebut dilapangan. Definisi konseptual dalam penelitian ini adalah:

#### a. Produk Politik

Menurut Niffenegger dalam Firmansyah (2012) produk politik merupakan suatu identitas politik yang ditawarkan kepada partisipan, yang terdiri dari : Platform partai politik (*platform* partai dimaksudkan sebagai *platform* partai politik baik secara sendiri ataupun bersama termasuk konsep), Identitas ideologi dan program kerja, *past record*, *personal characteristic* (ciri pribadi). Definisi operasional produk politik yang ditawarkan penulis kepada partisipan ialah citra partai pengusung, *track record* kandidat dan karakteristik personal kandidat.

#### b. Harga Politik

Menurut Niffenegger dalam Firmansyah (2012) harga politik adalah kenyamanan partisipan terhadap persepsi harga, karena harga dalam pemasaran politik menyangkut banyak hal, mulai harga ekonomi, harga psikologis sampai citra nasional. Definisi operasional harga politik yang ditawarkan penulis kepada partisipan ialah biaya ekonomi, biaya psikologis dan efek image kedaerahan.

#### c. Promosi Politik

Menurut Wring dalam Firmansyah (2012) promosi politik yaitu merupakan cara promosi yang dilakukan oleh institusi politik berupa iklan dalam membangun slogan/jargon politik dan citra yang akan ditampilkan. Definisi operasional promosi politik yang ditawarkan penulis kepada partisipan ialah *advertising*, *public relation* dan *event* debat.

#### d. Distribusi Politik

Menurut Niffenegger dalam Firmansyah (2012) Place politik berkaitan erat dengan cara hadir atau distribusi sebuah institusi politik dan kemampuannya dalam berkomunikasi dengan para pemilih atau calon pemilih. Definisi operasional distribusi politik yang ditawarkan penulis kepada partisipan ialah *local network, canvassing* dan *leader tour*.

#### e. Keputusan Memilih

Berkaitan dengan keputusan memilih, antropolog James Spradley (1993) dalam Sugiono (2013) menjelaskan bahwa setiap individu dalam memutuskan sesuatu, pada umumnya dimulai dari kognitif seseorang. Kognitif, menurut Spradley adalah apa yang tertanam dalam benak seseorang. Yakni, sesuatu yang dipercayai dan diterima sebagai sesuatu yang benar oleh seseorang atau komunitas tertentu atau masyarakat dalam budaya tertentu. Spradley juga menekankan bahwa prinsip-prinsip kognitif muncul dari persepsi. Persepsi menurut Spradley adalah gambaran mental dari tanggapan manusia terhadap seseorang.

### **3.6 Definisi Operasional**

Untuk melihat operasional suatu variabel, maka variabel tersebut harus diukur dengan menggunakan indikator-indikator yang dapat memperjelas variabel yang dimaksud. Definisi operasional dalam penelitian ini adalah:

Tabel 3. Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Sub-variabel	Indikator	Skala Ukur
Produk Politik (X1)  Produk, pada umumnya yang ditawarkan oleh partai politik atau seorang kandidat adalah sebuah kebijakan yang akan diterapkan ketika sebuah partai politik atau kandidat memenangkan pemilihan  Arif sugiono. (2013)	1. Sesuatu yang ditawarkan kepada partisipan politik seperti kandidat yang diusung partai politik  2. visi-misi ialah suatu kebijakan atau program yang ditawarkan kepada partisipan	a. Citra Partai Pengusung	1. Identitas Ideologi partai yang mengusung kandidat.	Likert
			2. Visi-Misi partai yang mengusung kandidat	
			3. <i>Track record</i> partai yang mengusung kandidat	
		b. <i>Track record</i> kandidat	1. Pengalaman memimpin kandidat.	
			2. Pelanggaran hukum yang pernah dilakukan kandidat.	
		c. Karakteristik Personal kandidat	1. Latar belakang pendidikan kandidat	
			2. Visi-Misi kandidat	
			3. Suku dan agama kandidat	
			4. Kejujuran kandidat	
		Harga Politik (X2)  Harga politik adalah kenyamanan partisipan terhadap persepsi harga, karena harga dalam pemasaran politik menyangkut banyak hal, mulai harga	1. Harga ekonomi adalah kalkulasi dari biaya yang dikeluarkan partai atau kandidat selama masa kampanye  2. Harga psikologis merujuk pada latar belakang kandidat	
2. Banyaknya atribut kampanye				
3. Praktek <i>money</i> politik (politik uang)				
2. Biaya psikologis	1. Kenyamanan dengan latar belakang pendidikan			
	2. Kenyamanan dengan latar belakang agama			

<p>ekonomi, harga psikologis sampai citra nasional</p> <p>Niffenegger Dalam Firmanzah (2012)</p>	<p>3. Efek <i>image</i> kedaerahan merujuk pada asal kandidat dan kepercayaan masyarakat terhadap calon kandidat</p>		3. Kenyamanan dengan latar belakang suku	
		3. Efek <i>image</i> kedaerahan	1. Kandidat putra daerah	
			2. Kandidat pendatang	
<p>Promosi Politik (X3)</p> <p>Adalah cara promosi yang dilakukan oleh institusi politik berupa iklan dalam membangun slogan/jargon politik dan citra yang akan ditampilkan</p> <p>Wring dalam Firmanzah (2012)</p>	<p>1. promosi ialah menawarkan produk kepada para konsumen atau partisipan</p> <p>2. Pendekatan yang dilakukan kandidat dengan partisipan</p>	a. <i>Advertising</i>	1. iklan dimedia cetak	Likert
		b. <i>Personal Selling</i>	2. Spanduk dan poster kandidat	
			c. <i>Public Relation</i>	
		d. Event debat		
			e. <i>Direct Marketing</i>	
		1. Keikutsertaan kandidat dalam acara debat kandidat		
<p>Distribusi Politik (X4)</p> <p>Dalam dunia politik, distribusi produk politik sangat berkaitan erat dengan mekanisme jangkauan dan penetrasi produk politik sampai kedaerahan dan</p>	<p>1. Sebaran produk politik ke seluruh partisipan sampai pada unit geografis terkecil</p> <p>2. Penyebaran tim sukses ke seluruh lapisan partisipan</p>	a. <i>Local Network</i>	1. Kehadiran kandidat ke daerah	Likert
		b. <i>Canvassing</i>	2. Kontribusi kandidat bagi daerah	
			c. <i>Leader Tour</i>	
		1. Kunjungan kandidat ke semua penganut agama dan organisasi sosial.		

pelosok  Firmanzah (2012)				
Keputusan Memilih (Y)  proses keputusan pembelian terdiri dari lima tahap: pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi berbagai alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian  Kotler dan Armstrong (2007)	1. pengenalan kandidat kepada para pemilih	1. Saya akan memilih kandidat yang sering bersosialisasi	Likert	
	2. pemilih akan mencari informasi tentang kandidat	1. Sebelum saya memilih, saya mencari informasi tentang kandidat		
	3. pemilih akan mengevaluasi berbagai alternatif.	1. Sebelum saya memilih, saya mengevaluasi seluruh kandidat		
	4. pemilih akan mengambil keputusan memilih	1. Saya memilih kandidat yang menurut saya terbaik.		

### 3.7 Pengujian Instrumen

#### 3.7.1 Uji Validitas

Menurut Ghozali (2002) uji validitas adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diukur, karena suatu alat ukur yang valid mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya suatu alat ukur yang kurang valid memiliki validitas rendah.

Validitas dapat diketahui dengan menggunakan rumus *Product Moment Coefficient of Correlation* sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N\sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{\{n\sum X_i^2 - (\sum X_i)^2\}\{N\sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2\}}}$$

*Sumber: Sugiyono (2013)*

Keterangan :

$r_{xy}$  = Koefisien Korelasi antara variabel X dan variabel Y

n = Banyaknya sampel

$x_i$  = Skor faktor

$y_i$  = Skor total

dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka kuesioner valid
2. Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel, maka kuesioner tidak valid

Menurut Masrun dalam (Sugiono, 2009) jika didapat koefisien korelasi  $\geq 0.3$  dan signifikan ( $p < 0.05$ ), maka instrumen tersebut dinyatakan valid.

Berikut hasil uji validitas untuk setiap item dari setiap variabel :

**Tabel 4. Pengujian Validitas Produk Politik**

Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X1.1	0,625	0,361	Valid
X1.2	0,693	0,361	Valid
X1.3	0,486	0,361	Valid
X1.4	0,389	0,361	Valid
X1.5	0,472	0,361	Valid

X1.6	0,519	0,361	Valid
X1.7	0,679	0,361	Valid
X1.8	0,605	0,361	Valid
X1.9	0,527	0,361	Valid

**Tabel 5. Pengujian Validitas Harga Politik**

Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X2.1	0,664	0,361	Valid
X2.2	0,495	0,361	Valid
X2.3	0,619	0,361	Valid
X2.4	0,364	0,361	Valid
X2.5	0,369	0,361	Valid
X2.6	0,731	0,361	Valid
X2.7	0,552	0,361	Valid
X2.8	0,690	0,361	Valid

**Tabel 6. Pengujian Validitas Promosi Politik**

Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X3.1	0,721	0,361	Valid
X3.2	0,377	0,361	Valid
X3.3	0,740	0,361	Valid
X3.4	0,851	0,361	Valid
X3.5	0,717	0,361	Valid
X3.6	0,556	0,361	Valid
X3.7	0,464	0,361	Valid

**Tabel 7. Pengujian Validitas Distribusi Politik**

Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X4.1	0,856	0,361	Valid
X4.2	0,619	0,361	Valid
X4.3	0,666	0,361	Valid

X4.4	0,531	0,361	Valid
X4.5	0,744	0,361	Valid

**Tabel 8. Pengujian Validitas Keputusan Memilih**

Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Y1	0,690	0,361	Valid
Y2	0,756	0,361	Valid
Y3	0,704	0,361	Valid
Y4	0,536	0,361	Valid

### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas merujuk pada satu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk di gunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Dalam penelitian ini pengujian reliabilitas menggunakan teknik *Alpha Cronbach* dengan rumus sebagai berikut:

$$R_{ii} = \frac{k}{k-1} \frac{1 - \sum ab^2}{\alpha t^2}$$

Keterangan:

$r_{ii}$  =Reliabilitas Instumen

$k$  =Banyaknya butir pertanyaan dan soal

$\sum ab^2$  = $\sum$  varians butir pertanyaan

$\alpha t^2$  =Varians total

Menurut Ghazali (2002), instrumen penelitian dikatakan reliabel jika memiliki nilai *Alpha Cronebach* > 0.60. Jika nilainya lebih kecil dari 0.60 maka kuesioner penelitian ini tidak reliabel.

Berikut hasil uji reliabilitas untuk setiap item dari setiap variabel :

**Tabel 9. Pengujian Reliabilitas**

Variabel	Nilai Alpha	Keterangan
Produk Politik	0,725	Reliabel
Harga Politik	0,734	Reliabel
Promosi Politik	0,752	Reliabel
Distribusi Politik	0,773	Reliabel
Keputusan Memilih	0,766	Reliabel

### 3.8 Analisis data

#### 3.8. Pengujian Asumsi Klasik

Terdapat beberapa asumsi klasik, berikut adalah asumsi klasik menurut Wijaya (2011) uji asumsi klasik dibagi menjadi empat yaitu: uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas.

##### a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas merupakan uji yang di tunjukkan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Independen). Metode regresi yang baik seharusnya tidak terjadinya multikolinieritas. Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinieritas adalah:

- a. Jika antar variabel bebas ada korelasi di atas 0,90, maka hal ini merupakan adanya multikolinieritas.
- b. Atau multikolinieritas juga dapat dilihat dari VIF, jika  $VIF < 10$  maka tingkat kolinieritasnya masih dapat di toleransi.
- c. Nilai *Eigen Value* berjumlah satu atau lebih, jika variabel bebas mendekati 0 menunjukkan adanya multikolinieritas.

### **b. Uji Heteroskedastisitas**

Heteroskedastisitas menunjukkan bahwa varians variabel tidak sama untuk semua pengamatan. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Metode regresi yang baik tidak terjadinya homoskedastisitas dan heteroskedastisitas. Untuk melihat ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Cara menganalisisnya adalah:

- a. Dengan melihat titik-titik pola, jika pola teratur maka terdapat heteroskedastisitas.
- b. Jika terdapat pola yang tidak jelas, dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 10 pada sumbu Y, maka tidak terjadinya heteroskedastisitas.

### **c. Uji Normalitas**

Uji normalitas untuk melihat apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Metode regresi yang baik adalah yang normal. Cara menganalisisnya yaitu dengan melihat pola pada histogram, dan melihat grafik dengan pola yang penyebaran titik-titik di sekitar garis diagonal, dan mengikuti arah garis berarti model regresi dikatakan memenuhi asumsi normal.

## **3.9 Uji Regresi Linier Berganda**

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji hipotesis tentang antara hubungan dua variabel bebas atau lebih secara bersama-sama dengan suatu

variabel tergantung. Tujuannya adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel Produk Politik, Harga Politik, Promosi Politik, Distribusi Politik Terhadap Keputusan Memilih. Untuk mengetahui hal tersebut maka peneliti menggunakan model analisis regresi linier berganda sebagai berikut:

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

Keterangan :

Y = Keputusan Memilih

X<sub>1</sub> = Produk Politik

X<sub>2</sub> = Harga Politik

X<sub>3</sub> = Promosi Politik

X<sub>4</sub> = Distribusi Politik

a = nilai konstanta

b = koefisien regresi

et = *disturbance term.*

### 3.10 Uji Hipotesis

#### 3.10.1 Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji signifikan konstanta dari setiap variabel independen, dengan rumus:

$$t = \frac{r\sqrt{n-n2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Sumber: Sugiyono (2009)

Keterangan:

$r$  = korelasi parsial yang di temukan

$n$  = jumlah sampel

$t$  =  $t$  hitung yang selanjutnya di konsultasikan dengan  $t$  tabel

Hipotesis yang diajukan yaitu:

H1= Terdapat pengaruh yang signifikan antara Produk Politik terhadap Keputusan Memilih.

H2= Terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga Politik terhadap Keputusan Memilih.

H3= Terdapat pengaruh yang signifikan antara Promosi Politik terhadap Keputusan Memilih.

H4= Terdapat pengaruh yang signifikan antara Distribusi Politik terhadap Keputusan Memilih.

Dasar pengambilan keputusannya adalah:

a. Jika  $t_{hit} > t_{tab}$   $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Jika  $t_{hit} < t_{tab}$   $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

b. Jika probabilitas  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Jika probabilitas  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

### 3.10.2 Uji f (Simultan)

Uji f digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Nilai F dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$F = \frac{R^2 (N-m-1)}{m(1-R^2)}$$

Keterangan:

$R^2$  = koefisien korelasi ganda

N = jumlah sampel

m = jumlah predictor.

(Sugiyono, 2013).

Hipotesis yang diajukan:

$H_0$  = tidak ada pengaruh antara Produk Politik, Harga Politik, Promosi Politik dan Distribusi Politik Terhadap Keputusan Memilih.

$H_a$  = ada pengaruh antara Produk Politik, Harga Politik, Promosi Politik dan Distribusi Politik Terhadap Keputusan Memilih.

Dasar pengambilan keputusannya adalah:

- a. Jika  $F_{hit} > F_{tab}$   $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.  
Jika  $F_{hit} < F_{tab}$   $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
- b. Jika probabilitas  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.  
Jika probabilitas  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

### 3.10.3 Uji $R^2$

Koefisien determinan ( $R^2$ ) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan paling baik dalam analisis regresi, dimana hal yang ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi ( $R^2$ ) antara 0 (nol) dan 1 (satu). Koefisien determinasi ( $R^2$ ) nol variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila koefisien determinasi semakin mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Selain itu koefisien determinasi dipergunakan untuk mengetahui presentase perubahan variabel terkait (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X). Interpretasi dari nilai koefisien korelasi dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 10. Pedoman Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi**

Interval koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,19	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

*Sumber: (Sugiyono, 2013)*

Berdasarkan nilai korelasi tersebut, ditemukan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang merupakan pengkuadratan dari nilai korelasi.  $R^2$  dapat di rumuskan:

$$R^2 = \frac{b_1 \sum X_1 y + b_2 \sum X_2 y + b_3 \sum X_3 y}{\sum y^2}$$

Dimana:

$b_1$  = Koefisien Regresi Variabel Produk politik

$b_2$  = Koefisien Regresi Variabel Harga Politik

$b_3$  = Koefisien Regresi Variabel Promosi Politik

$b_4$  = Koefisien Regresi Variabel Distribusi Politik

$X_1$  = Produk politik

$X_2$  = Harga politik

$X_3$  = Promosi politik

$X_4$  = Distribusi politik

$y$  = Keputusan Memilih