



BAB III

METODE PENELITIAN

© Hak cipta milik IBI KGG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

A. Objek Penelitian

Dalam penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah kualitas produk dan persepsi harga terhadap minat beli ulang pada Kopi Nako Depok. Subjek penelitian ini adalah konsumen Kopi Nako Depok.

B. Desain Penelitian

Menurut Sekaran dan Bougie (2017:109), desain penelitian adalah rencana untuk pengumpulan, pengukuran dan analisis data berdasarkan pertanyaan penelitian dari studi.

Menurut Cooper dan Schindler (2017:96), pendekatan yang digunakan dalam metode penelitian ini biasa ditinjau dari berbagai perspektif yang berbeda, yaitu:

1. Berdasarkan tingkat perumusan masalah

Penelitian ini termasuk dalam penelitian formal, karena penelitian ini dimulai dengan identifikasi masalah dan dimana tujuan akhirnya adalah untuk menjawab identifikasi masalah tersebut.

2. Berdasarkan metode pengumpulan data

Penelitian ini dilakukan dengan cara *survey*, karena penelitian ini mengajukan pertanyaan kepada subjek dan mengumpulkan jawaban-jawabannya melalui cara-cara personal atau non-personal. Data yang dihasilkan dari data isian yang harus diisi dan diberikan kepada subjek penelitian.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKGG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKGG.



3. Berdasarkan pengendalian variabel-variabel oleh peneliti

Penelitian ini menggunakan desain *ex-post facto*, dimana penulis mampu memanipulasi variabel-variabel yang ada. Penulis dapat melaporkan apa yang terjadi atau tidak terjadi.

4. Berdasarkan tujuan penelitian

Penelitian ini termasuk dalam studi deskriptif, karena penelitian ini dilakukan untuk memaparkan nilai preferensi merek.

5. Berdasarkan dimensi waktu

Penelitian ini menggunakan studi lintas-seksi (*cross-sectional*), yaitu studi yang dilakukan dengan mengambil waktu tertentu yang relatif pendek dan tempat tertentu, serta dilakukan pada objek yang berbeda taraf.

6. Berdasarkan ruang lingkup 24tati bahasan

Penelitian ini menggunakan studi 24tatic karena penelitian ini diuji secara kuantitatif dengan menggunakan uji 24tatic.

7. Berdasarkan lingkungan penelitian

Penelitian ini tergolong sebagai penelitian lapangan (*field studies*) karena subjek dan objek penelitian berada dalam lingkungan nyata yang sebenarnya.

8. Berdasarkan persepsi subjek

Dalam penelitian ini persepsi subjek yang diusahakan adalah subjek tidak merasa ada penyimpangan dari rutinitas sehari-hari.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



C. Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini, terdapat tiga variabel yang akan digunakan sebagai bahan analisis. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas produk, persepsi harga dan minat beli ulang. Variabel independen (variabel bebas) kualitas produk dan persepsi harga, sedangkan variabel dependen (variabel terikat) berupa minat beli ulang. Dimensi dan indikator variabel penelitian adalah sebagai berikut:

Kualitas Produk

Tabel 3. 1
Variabel Kualitas Produk

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kualitas Produk berdasarkan Kotler dan Armstrong dalam Richard Raharja Harsalim (2015:3)	<i>Performance</i>	1. Produk minuman yang ditawarkan oleh Kopi Nako berasal dari biji kopi yang berkualitas. 2. Minuman di Kopi Nako memiliki rasa yang unik.	Likert
	<i>Reliability</i>	1. Rasa kopi Nako memenuhi selera saya. 2. Rasa kopi Nako dapat diandalkan.	
	<i>Feature</i>	1. Kopi Nako menyajikan varian minuman dengan cita rasa yang khas. 2. Minuman di Kopi Nako memiliki lebih banyak pilihan rasa dibandingkan merek pesaing.	
	<i>Consistency</i>	1. Rasa minuman Kopi Nako sangat konsisten, tidak berubah dari waktu ke waktu.	
	<i>Aesthetic</i>	1. Wadah/kemasan produk Kopi Nako memiliki desain yang menarik. 2. Kopi Nako memiliki <i>art latte</i> yg menarik di setiap penyajian kopi nya.	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

<i>Perceived quality</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Minuman yang ditawarkan oleh Kopi Nako memiliki kualitas yang baik. 2. Bahan-bahan baku yang digunakan untuk minuman oleh Kopi Nako dapat dipercaya.
--------------------------	--

Persepsi Harga

Tabel 3. 2
Variabel Persepsi Harga

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Persepsi Harga berdasarkan Maliq dan Yaqoop dalam Lily dan Yurike (2015:67)	Kualitas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian harga dengan kualitas. 2. Kesesuaian harga dengan manfaat. 	Likert
	Biaya yang dikorbankan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga terjangkau. 2. Biaya yang dikeluarkan lebih murah dibandingkan pesaing. 	

Minat Beli Ulang

Tabel 3. 3
Variabel Minat Beli Ulang

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Minat Beli Ulang Berdasarkan Ferdinan dalam Arfiani Bahar dan Herman Sjahrudin (2017:19)	Minat transaksional	Saya tetap mengonsumsi Kopi Nako karena memiliki cita rasa yang berbeda.	Likert
	Minat referensial	Saya tidak ragu untuk merekomendasikan Kopi Nako kepada teman dan keluarga saya.	
	Minat preferensial	Saya berniat untuk mencoba variasi menu baru yang ditawarkan Kopi Nako saat mengunjungi kembali.	



D. Teknik Pengumpulan Data

Ada dua teknik dalam mengumpulkan data yaitu dengan cara melakukan observasi dan komunikasi. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik komunikasi dengan cara *online* melalui *google form* kepada para responden yang pernah membeli dan mengonsumsi Kopi Nako Depok.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang didapatkan dari hasil kuesioner yang disebar kepada responden yang pernah membeli dan mengonsumsi Kopi Nako Depok.

E. Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Sekaran dan Bougie (2017 : 54), sampel adalah sebagian dari populasi. Sampel terdiri dari atas sejumlah anggota yang dipilih dari populasi, yaitu:

1. Populasi yang diteliti

Populasi penelitian ini adalah masyarakat.

2. Teknik penarikan sampel

Penarikan sampel dilakukan secara *non-probability*, yaitu dengan teknik *judgement sampling*, dimana peneliti memilih sampel berdasarkan penilaian terhadap beberapa karakteristik responden yang disesuaikan dengan maksud penelitian.

F. Teknik Analisis Data

Setelah kuesioner disebar, data-data yang didapatkan dari menyebar kuesioner harus diolah dan dalam penelitian ini, data-data tersebut diolah dengan menggunakan *software* SPSS. Teknik analisis data yang digunakan untuk mengolah data-data dalam penelitian ini, yaitu:



1. Uji Validitas

Menurut Ghazali (2016 : 52), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner dan suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Jadi validitas ingin mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner yang sudah kita buat betul-betul dapat mengukur apa yang hendak kita ukur. Dalam penelitian ini akan digunakan rumus korelasi *Pearson Product Moment*. Rumusnya sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

r = Kolerasi *product moment*

n = Jumlah responden

X = Nilai pertanyaan/*item*

Y = Skor total responden

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

2. Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2016:47), reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsistensi atau stabil dari waktu ke waktu.

Menurut Nunnally (1994) dalam Ghazali (2016:48), suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0.70.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Rumus *Cronbach Alpha* adalah sebagai berikut:

$$r_{ii} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

$$\sigma^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n}$$

Keterangan:

r = Reliabilitas instrument

k = Banyak butir pertanyaan

σ_b^2 = Varians total

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

X = Nilai skor yang dipilih

n = Jumlah sampel

3. Analisis Deskriptif

Menurut Ghozali (2016:19), analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, *sum*, *range*, kurtosis, dan *skewness* (kemencengan distribusi). Dalam penelitian ini, analisis deskriptif yang digunakan adalah sebagai berikut:

a. Analisis Persentase

Analisis persentase digunakan untuk mengetahui karakteristik dari responden yang tertulis dalam profil responden pada kuesioner yaitu jenis kelamin, usia dan pekerjaan. Rumus yang digunakan untuk menghitung persentase adalah sebagai berikut:

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

$$Fr_1 = \frac{\sum fi}{n} \times 100\%$$

Keterangan:

Fr_1 = Frekuensi alternatif ke- i setiap kategori

$\sum fi$ = Jumlah kategori yang termasuk kategori i

n = Total responden

b. Rata-rata Hitung (*Mean*)

Mean dilakukan untuk menjumlahkan seluruh nilai data suatu kelompok sampel kemudian dibagi dengan jumlah sampel tersebut, *Mean* dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\bar{x} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n xi$$

Keterangan:

\bar{x} = Rata-Rata Hitung

xi = Nilai sampel ke- i

n = Jumlah sampel

c. Rata-rata Tertimbang

Rata-rata tertimbang adalah rata-rata yang dihitung dengan memerhitungkan timbangan/bobot untuk setiap datanya. Setiap penimbang/bobot tersebut merupakan pasangan setiap data. Rumus dari rata-rata tertimbang adalah sebagai berikut:

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

$$\bar{x} = \frac{\sum x_i f_i}{\sum f_i}$$

Keterangan:

\bar{x} = Rata-rata tertimbang

x_i = Nilai data ke- i

f_i = Bobot data ke- i

n = Jumlah data

d. Rentang Skala/Skala Likert

Rentang skala digunakan untuk menentukan posisi responden dengan menggunakan nilai skor setiap variabel, rumus yang digunakan untuk menghitung rentang skala adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 4

Skala Likert

Skala Peringkat	Bobot
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Dalam menghitung skala penelitian digunakan rentang skala, yaitu sebagai berikut:

$$R_s = \frac{m-1}{m}$$

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

$$\text{Skala} = \frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{banyaknya kelas}}$$

$$RS = \frac{m - p}{b}$$

Keterangan :

RS = Rentang Skala penilaian

m = Skor tertinggi

p = Skor terendah

b = Jumlah kelas atau kategori

Skor terbesar 5 dan skor terkecil 1, dan jumlah kategori ada 5, maka dapat ditentukan skalanya, yaitu sebagai berikut:

$$R_s = \frac{5-1}{5}$$

STS	TS	N	S	SS
1,00	1,80	2,60	3,40	4,20
				5,00

Keterangan:

1,00 – 1,80 = Sangat Tidak Setuju

1,81 – 2,60 = Tidak Setuju

2,61 – 3,40 = Netral

3,41 – 4,20 = Setuju

4,21 – 5,00 = Sangat Setuju

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas menurut Ghozali (2016:154), bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah residual yang mempunyai distribusi normal. Uji normalitas dapat diuji dengan uji Kolmogorov-Sminov. Kriteria untuk menentukan apakah data residual berdistribusi normal adalah sebagai berikut:

- (1) Jika probabilitas < 0.05 berarti data residual berdistribusi tidak normal.
- (2) Jika probabilitas > 0.05 berarti data residual berdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Imam Ghozali (2016:134), Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas.

Kriteria uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

- (1) Jika probabilitas < 0.05 maka terjadi heteroskedastisitas.
- (2) Jika probabilitas > 0.05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2016:103), uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Untuk menguji adanya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* atau VIF (*Variance Inflation Factor*). Kriteria untuk bebas multikolinearitas adalah nilai *tolerance* > 0.10 atau nilai VIF < 10.

- (1) Jika nilai *tolerance* > 0.10 atau VIF < 10, maka tidak terdapat multikolinearitas.
- (2) Jika nilai *tolerance* < 0.10 atau VIF > 10, maka terdapat multikolinearitas.

5. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi menurut Ghazali (2016:94), digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih dan untuk menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Variabel dependen diasumsikan *random*/stokastik yang berarti mempunyai distribusi probabilistik dan variabel independen/bebas diasumsikan memiliki nilai tetap (dalam pengambilan sampel yang berulang). Rumus analisis regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Minat Beli Ulang

X_1 = Persepsi Harga

X_2 = Kualitas Produk

β_0 = Konstanta

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

β_1 = Koefisien regresi variabel Kualitas Layanan

β_2 = Koefisien regresi variabel Kualitas Produk

e = Error

a. Uji Keberartian Model (Uji F)

Menurut Ghozali (2016:96), uji F digunakan untuk mengukur signifikansi secara simultan/bersama-sama terhadap variabel Y apakah model regresi penelitian layak atau tidak. Kriteria yang digunakan untuk menentukan apakah model layak digunakan atau tidak adalah:

- (1) Taraf signifikansi / Sig. F ($\alpha = 0.05$).
- (2) Jika nilai Sig. F > 0.05 maka model tidak layak untuk digunakan dalam penelitian.
- (3) Jika nilai Sig. F < 0.05 maka model layak untuk digunakan dalam penelitian.

b. Uji Signifikan Koefisien (Uji T)

Uji T menurut Ghozali (2016:97), digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual dalam menjelaskan variabel dependen. Kriteria yang digunakan untuk menentukan apakah variabel independen signifikan atau tidak adalah sebagai berikut:

- (1) Taraf signifikansi/Sig. t ($\alpha = 0.05$).
- (2) Jika nilai Sig. t < 0.05 maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
- (3) Jika nilai Sig. t > 0.05 maka variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.



c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Imam Ghozali (2016: 95), koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel terikat memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat.

- (1) $R^2 = 0$, artinya variabel bebas (X) tidak memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel terikat (Y).
- (2) $R^2 = 1$, artinya variabel bebas (X) secara sepenuhnya memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel terikat (Y).

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.