

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Obyek Penelitian

Sugiyono (2018) mendefinisikan objek penelitian sebagai suatu sifat, karakteristik, atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang dipilih oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Kemasan produk parfum HMNS menjadi subjek dalam penelitian ini, yang berfokus pada keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen Jakarta terhadap produk kosmetik berbentuk parfum HMNS.

Pengguna produk parfum HMNS di Jakarta diminta untuk mengisi kuesioner untuk berpartisipasi dalam penelitian ini, yang melihat desain dan kualitas kemasan serta sejauh mana faktor-faktor ini mempengaruhi keputusan mereka untuk membeli. Informasi yang terkumpul kemudian dianalisis.

B. Desain Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana desain dan kualitas kemasan mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli parfum pada HMNS Perfume Sales di Jakarta. Data kuantitatif primer, atau data yang diperoleh dari hasil pengumpulan jawaban kuesioner yang digunakan untuk pengolahan dan analisis data, merupakan jenis data yang digunakan dalam penelitian ini. Pendekatan analisis regresi berganda program IBM SPSS Statistics 25 digunakan untuk melakukan penelitian ini.

Menurut Cooper dan Schindler (2017:148), desain penelitian terbagi menjadi beberapa jenis, antara lain:

1. Tingkat Penyelesaian Pertanyaan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengevaluasi hipotesis terkait berdasarkan variabel yang diteliti dan memberikan jawaban atas pertanyaan yang telah diajukan, oleh karena itu penelitian ini termasuk dalam penelitian formal tergantung pada tingkat penyelesaian pertanyaan penelitian.

2. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan komunikasi sebagai metode pengumpulan data utama. Untuk mengumpulkan data, peneliti mendistribusikan kuesioner online kepada peserta penelitian dengan menggunakan Google Formulir, yang memungkinkan peserta untuk menjawab pertanyaan pilihan ganda tentang topik penelitian.

3. Kontrol Peneliti Terhadap *Variable*

Sesuai dengan kemampuan kontrol dalam memanipulasi variabel, penelitian ini menggunakan *ex post facto* di mana peneliti tidak memiliki kontrol terhadap faktor-faktor yang pada akhirnya tidak dapat memodifikasi variabel. Penelitian ini hanya mencakup data yang dapat diungkapkan oleh peneliti tanpa mengubah faktor apa pun.

4. Tujuan Penelitian

Karena berfokus pada bagaimana perubahan pada satu variabel mempengaruhi perubahan pada variabel lainnya, penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian eksplanatori-kausal.

5. Dimensi Waktu

Penelitian ini menggunakan studi *cross-sectional*, di mana hanya satu peristiwa yang disajikan dalam satu waktu, sesuai dengan jenis investigasi dimensi waktu.

6. Cakupan Topik

Karena studi statistik ditujukan untuk audiens yang lebih luas daripada yang lebih dalam, studi statistik digunakan dalam penelitian ini. Dengan menarik kesimpulan dalam bentuk hipotesis dari karakteristik sampel, penelitian ini bertujuan untuk menangkap ciri-ciri responden.

7. Lingkungan Penelitian

Karena penelitian ini dilakukan berdasarkan keadaan lingkungan yang sebenarnya dengan mengumpulkan tanggapan dari responden menggunakan kuesioner yang diberikan, para peneliti telah memilih untuk menggunakan kondisi lingkungan, yang juga dikenal sebagai kondisi lapangan.

8. Kesadaran Persepsi Partisipan

Memahami perspektif partisipan saat mengisi kuesioner dianggap memiliki dampak tidak langsung terhadap temuan penelitian. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memastikan bahwa pandangan para partisipan akurat dan tidak bertentangan dengan aktivitas mereka sehari-hari.

C. Variabel penelitian

1. Variabel Independen

a. *Design Packaging*

Variabel yang menggambarkan karakteristik fisik dari kemasan produk parfum lokal, seperti design botol, warna, bentuk, ukuran, label, dan bahan kemasan. *Design packaging* merupakan salah satu faktor yang dapat memengaruhi persepsi konsumen terhadap produk.

Tabel 3.1**Operasional *Design Packaging***

variabel	indikator	Butir pernyataan	skala
<i>Design Packaging</i> Parfum HMNS	Bentuk model	Saya dapat menerima bentuk dari parfum HMNS	Likert
	Gaya Yang Menarik	Saya dapat membedakan parfum HMNS hanya dengan melihat gaya design dari produk HMNS	Likert
	Variasi Design Packaging	Saya merasa terbantu dengan variasi design dari produk HMNS sehingga memudahkan saya memilih produk yang ingin saya beli	Likert
	<i>Up to date</i>	Saya mendapatkan informasi pembaharuan design mengenai produk HMNS	Likert

b. *Kualitas Packaging*

Variabel ini mengukur elemen-elemen yang mempengaruhi persepsi tentang kualitas kemasan parfum, seperti ketahanan, kekuatan, kemewahan, estetika, dan penggunaan bahan yang berkualitas. *Kualitas packaging* dapat memengaruhi persepsi konsumen tentang kualitas produk itu sendiri.

Tabel 3.2**Operasional *Kualitas Packaging***

variabel	indikator	Butir pernyataan	skala
<i>Kualitas packaging</i> parfum HMNS	Perlindungan produk	Botol parfum yang saya beli tidak pecah ketika terbentur	Likert
		Botol parfum yang saya beli aman dari tekanan	Likert
		Botol parfum yang saya beli aman dari perubahan suhu	Likert
		Produk yang saya beli dapat terlindungi dengan baik dari resiko goresan	Likert
		Produk yang saya beli dapat terlindungi dengan baik dari resiko kelembaban	Likert

variabel	indikator	Butir pernyataan	skala
	Komunikasi pemasaran	Produk HMNS menarik perhatian saya karena <i>design dan kualitas kemasan yang menarik</i>	Likert
		Kemasan HMNS dapat dengan mudah memberikan informasi mengenai isi produk	Likert
		Saya mendapat kesan yang positif ketika melihat kualitas packaging yang diberikan oleh HMNS	Likert
	Kemudahan	Parfum HMNS yang saya beli mudah disimpan karena mudah dibuka dan ditutup kembali	Likert
		Parfum HMNS yang saya beli mudah dikemas kembali saat akan dibawa pergi.	Likert
	Kepuasan	Parfum HMNS mudah diingat hanya dengan sekali melihat karena memiliki persepsi kualitas yang baik.	Likert
		saat melihat parfum HMNS saya merasa memiliki daya tarik yang berbeda-beda dari setiap <i>variant</i> parfum HMNS yang ada.	Likert

2. Variabel Dependen

a. Keputusan Pembelian

Variabel ini mengukur tindakan konsumen dalam membeli atau tidak membeli parfum lokal di Jakarta. Keputusan pembelian dapat diukur dalam berbagai cara, misalnya, dengan menanyakan apakah responden berencana untuk membeli produk dalam waktu dekat atau dalam beberapa bulan ke depan, dapat dilihat pada tabel 3.3.

Tabel 3.3

Operasional variabel keputusan Pembelian

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
Keputusan Pembelian parfum HMNS	Adanya sebuah kemantapan pembelian produk.	Saya Membeli parfum HMNS karena Design dan Kualitas Packaging yang diberikan sesuai dengan yang saya inginkan.	Likert

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
	Terdapat kebiasaan membeli	Saya mencari informasi mengenai parfum HMNS sebelum membeli.	Likert
		Setelah melihat konsumen lain banyak yang menggunakan parfum HMNS , saya tertarik untuk membeli parfum HMNS.	Likert
	Rekomendasi dari orang lain	Saya menggunakan Parfum HMNS atas informasi yang diberikan oleh rekan	Likert
	Adanya pembelian ulang	Parfum HMNS sesuai dengan harapan saya sehingga saya akan membeli parfum HMNS lagi	Likert

D. Teknik pengambilan sample

Pengambilan sampel nonprobabilitas, yang sering dikenal sebagai pengambilan sampel tidak acak, adalah metode sampel yang digunakan dalam penelitian ini. Untuk mengumpulkan data dari responden yang memenuhi persyaratan pernah membeli parfum HMNS dan responden yang berusia minimal 17 tahun, judgement sampling, semacam teknik pengambilan sampel non-probabilitas, digunakan dalam penelitian ini. Dalam penentuan sampel, Sugiyono (2019:143) mengemukakan bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian antara 30 sampai dengan 500. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi berganda), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variable yang diteliti.

E. Teknik pengambilan data

Penelitian ini menggunakan strategi komunikasi untuk pengumpulan data, di mana peneliti menyebarkan kuesioner secara daring dengan menggunakan media sosial. Kuesioner, menurut Herlina (2019:1), merupakan teknik pengumpulan data dimana partisipan diberi atau ditanyakan serangkaian pertanyaan atau komentar tertulis. Kemudian, 100 responden yang pernah membeli parfum HMNS di Jakarta

akan mendapatkan kuesioner ini. Data penelitian inti yang digunakan dalam penelitian ini kemudian diperoleh langsung dari sumber aslinya. Untuk mengumpulkan informasi dari sumber pertama, kuesioner mengenai dampak desain dan kualitas kemasan terhadap keputusan pembelian didistribusikan kepada responden yang telah membeli parfum HMNS di Jakarta. Skala Likert kemudian digunakan sebagai alat ukur dalam kuesioner penelitian. Skala likert digunakan untuk mengukur tingkat kesetujuan atau ketidaksetujuan seseorang terhadap suatu objek, menurut Herlina (2019:7). Berikut ini adalah penilaian dari skala likert:

Tabel 3.1.1

Tabel Skala Likert

No	Jenis Jawaban	Bobot
1	SS = Sangat Setuju	5
2	S= Setuju	4
3	N = Normal	3
4	TS = Tidak Setuju	2
5	STS = Sangat Tidak Setuju	1

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Kelayakan Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Indrawati (2015) menyatakan bahwa "validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat mengukur apa yang ingin diukur, sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi validitas suatu alat pengukur, maka alat pengukur tersebut semakin mengenai sasarannya, atau menunjukkan apa yang seharusnya diukur". Uji validitas dengan tiga puluh responden digunakan untuk menilai validitas kuesioner.

Menurut Noor (2014), tujuan dari uji validitas adalah untuk mengetahui apakah item-item pertanyaan dalam kuesioner layak sehingga suatu variabel dapat

didefinisikan. Kami melakukan uji validitas ini pada setiap pertanyaan. Dengan bantuan SPSS 25, uji validitas untuk penelitian ini dilakukan dengan mengukur variabel dengan menggunakan nilai *Corrected Item-Total Correlation*. Dengan ketentuan lebih dari 0,250 dikategorikan valid. Berikut merupakan hasil uji validitas untuk variabel *design packaging* (X1):

Tabel 3.2.1

Uji Validitas *Design Packaging*

Item-Total Statistics					Kategori
No.item	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	
1.	13.00	2.345	.259	.619	Valid
2.	12.93	1.857	.321	.600	Valid
3.	12.70	1.528	.638	.321	Valid
4.	12.57	1.978	.370	.551	Valid

Sumber : Lampiran 7

Berdasarkan hasil output diatas diketahui bahwa nilai dalam *Corrected Item-Total Correlation* secara keseluruhan lebih dari 0,250 sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa keseluruhan aitem dalam variabel *design packaging* (X1) dinyatakan valid.

Adapun hasil uji validitas untuk variabel kualitas *packaging* (X2) ada pada tabel 3.2.2:

Tabel 3.2.2

Uji Validitas Kualitas *Packaging*

Item-Total Statistics					
No. aitem	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Kategori
1.	46.50	24.810	.630	.798	Valid
2.	46.30	26.424	.569	.805	Valid

3.	46.40	27.007	.321	.831	Valid
4.	46.40	29.352	.301	.824	Valid
Item-Total Statistics					
No. aitem	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Kategori
5.	46.33	27.471	.357	.824	Valid
6.	46.37	26.240	.667	.799	Valid
7.	46.30	25.734	.663	.797	Valid
8.	46.33	28.920	.309	.825	Valid
9.	46.40	27.490	.458	.814	Valid
10.	46.37	25.275	.592	.802	Valid
11.	46.43	25.495	.661	.797	Valid

umber : Lampiran 8

Berdasarkan hasil output diatas diketahui bahwa nilai dalam *Corrected Item-Total Correlation* secara keseluruhan lebih dari 0,250 sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa keseluruhan aitem dalam variabel kualitas *packaging* (X2) dinyatakan valid.

Adapun hasil uji validitas untuk variabel keputusan pembelian (Y) adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2.3

Uji Validitas Keputusan Pembelian

Item-Total Statistics					
No. Aitem	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Kategori
1.	16.57	5.220	.509	.718	Valid
2.	16.60	5.559	.458	.734	Valid
3.	16.77	5.220	.509	.718	Valid
4.	16.77	5.495	.421	.749	Valid
5.	16.63	4.516	.730	.631	Valid

Sumber : Lampiran 9

Berdasarkan hasil output diatas diketahui bahwa nilai dalam *Corrected Item-Total Correlation* secara keseluruhan lebih dari 0,250 sehingga dapat ditarik

kesimpulan bahwa keseluruhan aitem dalam variabel keputusan pembelian (Y) dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk (Ghozali, 2011), suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha* bantuan SPSS 25. Pengujian reliabilitas ditunjukkan oleh koefisien *Alpha Cronbach* dan dapat diolah dengan bantuan SPSS 25, apabila ada pernyataan yang memiliki nilai *Cronbach Alpha if item deleted* lebih besar daripada *Cronbach Alpha* maka pernyataan tersebut tidak reliabel dan harus dilakukan pengujian selanjutnya. Hasil pengujian dikatakan reliabel jika $\alpha_{cronbach} > 0,6$ dan nilai $\alpha_{cronbach}$ lebih besar dari pada $\alpha_{cronbach}'s \alpha_{if \text{ item deleted}}$ (Ghozali, 2011).

Penelitian ini menggunakan tiga variabel yang terbagi kedalam dua variabel independen yakni *design packaging (X1)* *kualitas packaging (X2)* dan satu variabel dependen yakni keputusan pembelian, berikut merupakan uji reliabilitas untuk variabel *design packaging (X1)* pada tabel 3.3.1:

Tabel 3. 3.1

Uji reliabilitas Variabel *design packaging (X1)*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.608	4

Sumber : Lampiran 7

Berdasarkan output diatas diketahui bahwa nilai dari *n of items* adalah 4 yang berarti bahwa jumlah aitem pertanyaan dalam variabel *design packaging (X1)* berjumlah 4 pertanyaan. Kemudian hasil *cronbach's alpha* mendapatkan nilai

0,608 yang berarti mendapatkan nilai dalam kategori tinggi. Oleh karena itu dapat ditarik kesimpulan bahwa seluruh *item* dalam variabel *design packaging (X1)* memiliki nilai reliabilitas tinggi. Untuk lebih lengkapnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 3.3.2

Kriteria Koefisiensi reliabilitas

Nilai <i>r</i>	Keterangan
0,00 – 0,20	Sangat rendah
0,21 – 0,40	Rendah
0,41 – 0,60	Cukup
0,61 – 0,80	Tinggi
0,81 – 1,00	Sangat tinggi

Adapun reliabilitas Instrumen variabel kualitas *packaging (X2)* dapat dilihat pada tabel 3.3.3.

Tabel 3.3.3

Uji reliabilitas Variabel kualitas *packaging (X2)*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.825	12

Sumber : Lampiran 8

Berdasarkan output diatas diketahui bahwa nilai dari *n of items* adalah 12 yang berarti bahwa jumlah aitem pertanyaan dalam variabel kualitas *packaging (X2)* berjumlah 12 pertanyaan. Kemudian hasil *cronbach's alpha* mendapatkan nilai 0,825 yang berarti mendapatkan nilai dalam kategori sangat tinggi. Oleh karena itu dapat ditarik kesimpulan bahwa seluruh *item* dalam variabel kualitas *packaging (X2)* memiliki nilai reliabilitas sangat tinggi. Untuk lebih lengkapnya dapat dilihat pada tabel 3.3.3.

Adapun reliabilitas Instrumen variabel keputusan pembelian (Y) dapat dilihat pada tabel 3.3.4.

Tabel 3.3.4

Uji reliabilitas Variabel keputusan pembelian (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.726	5

Sumber : Lampiran 9

Berdasarkan output diatas diketahui bahwa nilai dari *n of items* adalah 5 yang berarti bahwa jumlah aitem pertanyaan dalam variabel keputusan pembelian (Y) berjumlah 5 pertanyaan. Kemudian hasil *cronbach's alpha* mendapatkan nilai 0,726 yang berarti mendapatkan nilai dalam kategori tinggi. Oleh karena itu dapat ditarik kesimpulan bahwa seluruh *item* dalam variabel keputusan pembelian (Y) memiliki nilai reliabilitas tinggi. Untuk lebih lengkapnya dapat dilihat pada tabel 3.3.3.

2. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data yang telah terkumpul dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan obyek yang diteliti melalui sampel atau populasi sebagaimana adanya tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum, Sugiyono (2017).

Salah satu metode analisis untuk mempelajari status sekelompok manusia, suatu objek, suatu situasi, suatu sistem pemikiran, atau pemikiran masa kini adalah analisis deskriptif. Dengan menggunakan analisis deskriptif, fenomena sosial pada suatu masa tertentu dicoba untuk dijelaskan. Dengan demikian, penulis menggunakan studi deskriptif untuk mengetahui bagaimana kualitas dan desain

kemasan mempengaruhi keputusan konsumen Jakarta untuk membeli parfum HMNS. Analisis deskriptif ini menyajikan tiga hal, yaitu sebagai berikut:

- a) Pemeriksaan terhadap usia, pendapatan, dan latar belakang pendidikan responden.
- b) Setelah itu, data tersebut diolah dengan menggunakan analisis deskriptif statistik untuk menghasilkan nilai rata-rata (\bar{M}), standar deviasi (SD), nilai terendah, dan nilai tertinggi.
- c) Tanggapan yang diberikan oleh responden terhadap kuesioner juga dideskripsikan dalam penelitian ini. Tanggapan terhadap kuesioner yang diisi oleh responden selama penelitian akan menjadi dasar bagi penulis untuk melakukan analisis data satu per satu pada bagian ini.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2021:196-202) Tujuan dari uji normalitas adalah untuk melakukan pengujian terhadap variabel dependen dan independen dalam sebuah model regresi variabel. Hal ini untuk memastikan apakah distribusi data normal atau tidak. Jika distribusi normal atau mendekati normal, maka regresi dianggap memuaskan. Dengan menggunakan perangkat lunak SPSS, Kolmogorov-Smirnov adalah metode yang digunakan untuk menguji normalitas. Jika probabilitas Sig (p) lebih besar dari 0,05 dan data tidak menunjukkan distribusi normal pada Sig (p) < 0,05, maka data dapat dikategorikan normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menentukan apakah model regresi menunjukkan ketidaksamaan ketika membandingkan satu set pengamatan ke pengamatan lainnya. Disebut homoskedastisitas jika varians dari residual satu

pengamatan ke pengamatan lain tetap. Menurut Ghozali (2021), heteroskedastisitas tidak terjadi pada model regresi yang layak. Spearman's rho digunakan untuk pengukuran, dan suatu model dianggap homogen jika probabilitas nilai signifikansinya (p) lebih dari 0,05.

c. Uji Linearitas

Hubungan antara variabel independen dan dependen dipastikan dengan melakukan uji linearitas. Menguji perbandingan antara signifikansi yang ditentukan dengan signifikansi yang ditunjukkan oleh temuan analisis akan menjadi metode yang digunakan untuk interpretasi (Ghozali, 2018). Jika kedua variabel memiliki nilai signifikansi (p) kurang dari 0,05, maka dapat diklasifikasikan sebagai linier.

d. Uji Multikolonieritas

Tujuan dari uji multikolonieritas adalah untuk mengetahui apakah model regresi mengindikasikan adanya hubungan antar variabel independen. Menurut Ghozali (2021:157-161), model regresi yang layak pada dasarnya menunjukkan ada atau tidaknya hubungan antar variabel independen. Variabel memiliki masalah multikolonieritas dengan variabel independen lainnya jika nilai dari uji VIF yang digunakan untuk melakukan pengujian > 10 dan tolerance $< 0,10$.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Metode statis yang disebut regresi linier berganda digunakan untuk menguji hubungan antara variabel independen dengan nilai berganda dan variabel dependen. Memprediksi hubungan antara nilai variabel independen dengan variabel dependen merupakan tujuan dari analisis regresi linier berganda (Ghozali,2021:147-149). Persamaan penelitian yang diperoleh tanpa menggunakan variabel moderator adalah:

$$Y : a + \beta_1 X_1 + \beta_1 X_2 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y : keputusan pembelian

α : Konstanta

β : Koefisien Regresi

X1 : *Design Packaging*

X2 : Kualitas packaging

e : *Standar Error*³⁸

5. Uji Hipotesis

a. Uji T (Parsial)

Menurut Ghozali (2021:148-149) Uji t, yang membandingkan probabilitas pada tingkat signifikansi 5% (0,05), digunakan untuk pengujian parsial. Dapat disimpulkan bahwa variabel independen cukup mempengaruhi variabel dependen jika pengujian menghasilkan probabilitas kurang dari 0,05. Untuk menentukan nilai t akan diolah dengan bantuan *software SPSS for windows version 25*.

b. Uji F (Simultan)

Menurut Ghozali (2021:148) tujuan dari uji simultan ini adalah untuk mengevaluasi faktor-faktor independen yang memiliki dampak langsung terhadap variabel dependen. Dengan membandingkan likelihood dengan ambang batas 5% (0,05). Dapat disimpulkan bahwa variabel independen mempengaruhi variabel dependen jika nilai probabilitas yang diperoleh dari pengujian ini kurang dari 0,05. Program SPSS for Windows versi 25 akan digunakan untuk menganalisisnya guna mencari nilai F.

a) Analisis Koefisien Determinasi Disesuaikan (Adjusted R²)

Koefisien determinasi (R²), menurut Ghozali (2021:147), adalah sebuah alat yang berguna untuk menilai seberapa baik sebuah model dapat menjelaskan perubahan variabel dependen. Kisaran nilai koefisien determinasi adalah 0 sampai 1. Nilai R² yang rendah menunjukkan bahwa variabel-variabel

independen memiliki kemampuan yang sangat kecil untuk menjelaskan varians variabel dependen. Ketika variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen, maka nilainya mendekati 1.