

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di CV. Bangkit Jaya Solusindo - Mustofa Residence, Jl. H. Mustofa V, RT.006 RW.4 No 13M, Kukusan, Kec. Beji - Depok. pada Bulan Maret 2024 sampai dengan Agustus 2024, sesuai dengan jadwal penelitian yang tertera pada tabel di bawah ini.

Tabel 3.1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian

KEGIATAN	Feb	Mrt	Apr	Mei	Jun	Jul	Agt
	Bulan						
Pengajuan Judul							
Persetujuan Judul dan Dosen Pembimbing							
Pembagian Surat Permohonan Ijin Penelitian							
Penyusunan Proposal (Bab 1, 2, 3, DP + Kuesioner)							
Seminar Proposal							
Perbaikan Hasil Seminar Proposal							
Penelitian dan Penulisan Bab 4 & 5							
Penyerahan Working in Progress 2 (WP-2)							
Sidang Skripsi dan Ujian Komprehensif							
Sidang Skripsi dan Ujian Komprehensif (Ulang/Susulan)							
Perbaikan Skripsi							
Persetujuan dan Pengesahan Skripsi							

Sumber: Rencana Penelitian (2024)

3.2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah menggunakan penelitian Kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, Sugiyono (2018; 81). karena penelitian ini berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik untuk mengukur serta mendapatkan hasil penelitian melalui kuesioner.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2019:126) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan hanya manusia tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain.

Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau objek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek tersebut.

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen CV. Bangkit Jaya Solusindo, Jumlah konsumen berdasarkan informasi dari pihak perusahaan sebanyak 7298 konsumen.

3.3.2. Sampel

Dalam sebuah penelitian tidak semua populasi dapat diteliti karena beberapa faktor diantaranya keterbatasan dana, tenaga, waktu, dan fasilitas lain yang mendukung penelitian, sehingga hanya sampel dari populasi saja yang akan diambil untuk diuji yang kemudian akan menghasilkan kesimpulan dari penelitian.

Sampel merupakan bagian dari populasi yang digunakan untuk penelitian. Menurut Sugiyono (2019:127) sampel adalah bagian dari jumlah dan arakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jumlah unit dalam sampel dilambangkan dengan notasi.

Di dalam penelitian ini, penulis menggunakan rumus pengambilan sampel menurut Taro Yamane atau yang lebih dikenal dengan istilah Rumus Slovin, sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Banyaknya sampel

N = Populasi

d² = Presisi yang ditetapkan (dalam penelitian ini ditetapkan sebesar 10%)
 Dengan demikian maka jumlah sampel yang diambil sebanyak:

$$n = \frac{7298}{7298 (0,1)^2 + 1}$$

$$n = \frac{7298}{7298 (0,01) + 1}$$

$$n = \frac{7298}{72,98 + 1}$$

$$n = \frac{7298}{73,98}$$

$$n = 98,64$$

Jadi, sampel pada penelitian ini 98,64 , untuk mempermudah analisis maka sampel penelitian ini dibulatkan menjadi 100 responden yang diambil secara acak (*Accidental sampling*).

Teknik penarikan sampel penelitian ini adalah *Accidental sampling*. Arikunto, (2019:95). Definisi metode *Accidental sampling* adalah memilih secara kebetulan Sugiyono, (2019:99) seperti pelanggan yang ditemui sedang melakukan pengiriman barang di CV. Bangkit Jaya Solusindo.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan bagian paling penting dalam sebuah penelitian. Dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang sesuai akan menghasilkan proses analisis data yang standar. Pengambilan data yang tidak sesuai akan menyebabkan data yang diambil tidak sesuai standar yang ditetapkan. Peneliti mencatat, mencermati sumber data sebagai bahan kajian dalam analisis data. Sugiyono (2019:296) juga menjelaskan bahwa langkah yang paling utama dalam penelitian yaitu teknik pengumpulan data, mendapatkan data adalah tujuan utama dari sebuah penelitian. Teknik pengumpulan data dapat dilakukan menggunakan teknik observasi (pengamatan), kuesioner (angket), interview (wawancara), dokumentasi atau gabungan dari keempatnya. Sedangkan dalam penelitian ini akan digunakan tiga Teknik pengumpulan data yaitu teknik observasi (pengamatan) dan koesioner).

1. Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan mengumpulkan informasi atau data dengan mempelajari hal-hal yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti guna mengetahui permasalahan yang sebenarnya.
2. Kuesioner atau biasa disebut angket adalah data yang didapatkan dalam bentuk daftar pertanyaan untuk dijawab secara langsung oleh responden. Metode ini sesuai untuk mendapatkan jawaban responden dalam jumlah besar.

3.5. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel penelitian adalah elemen atau nilai yang berasal dari obyek atau kegiatan yang memiliki ragam variasi tertentu yang kemudian akan ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.

3.5.1. Variabel Bebas

Variabel bebas (*independent variable*) atau yang biasa disebut dengan variabel X yaitu variabel yang mempengaruhi variabel terikat (*dependent variable*) atau yang

sering disebut dengan variabel Y. Dalam penelitian ini digunakan variabel bebas harga dan promosi yang penulis defenisikan sebagai berikut:

1. Harga (X_1)

Tjiptono (2019:210) yang menyatakan bahwa “Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa.

- a. Keterjangkauan Harga
- b. Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk
- c. Kesesuaian Harga dengan Manfaat
- d. Harga Sesuai Kemampuan atau Daya Saing Harga

2. Promosi (X_2)

Kotler dan Armstrong (2019:63) “promosi merupakan kegiatan dalam upaya menyampaikan manfaat produk dan membujuk pelanggan untuk membeli produk yang ditawarkan.

- a. Periklanan (*Advertising*)
- b. Promosi penjualan (*Sales promotion*)
- c. Hubungan masyarakat (*Public relations*)
- d. Penjualan perseorangan (*Personal selling*)

3.5.2. Variabel Terikat

Variabel terikat (*dependent variable*) adalah variabel yang dapat dipengaruhi oleh variabel lain dalam hal ini variabel bebas (*independent variable*). Dalam penelitian ini digunakan keputusan pembelian.

Menurut Kotler dan Armstrong (2018:177) mendefinisikan Keputusan Pembelian adalah keputusan pembeli mengenai merek apa yang ingin dibeli.

- a. Tujuan dalam membeli sebuah produk
- b. Kemantapan pada sebuah merek
- c. Memberikan rekomendasi pada orang lain
- d. Melakukan pembelian ulang

Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel

VARIABEL	DEFINISI	INDIKATOR	UKURAN
Harga (X ₁)	Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Tjiptono (2019:210)	<ul style="list-style-type: none"> a. Keterjangkauan Harga b. Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk c. Kesesuaian Harga dengan Manfaat d. Harga Sesuai Kemampuan atau Daya Saing Harga 	Skala Likert
Promosi (X ₂)	Promosi merupakan kegiatan dalam upaya menyampaikan manfaat produk dan membujuk pelanggan untuk membeli produk yang ditawarkan. Kotler dan Armstrong (2019:63)	<ul style="list-style-type: none"> a. Periklanan (<i>Advertising</i>) b. Promosi penjualan (<i>Sales promotion</i>) c. Hubungan masyarakat (<i>Public relations</i>) d. Penjualan perseorangan (<i>Personal selling</i>) 	Skala Likert
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan Pembelian adalah keputusan pembeli mengenai merek apa yang ingin dibeli. Kotler dan Armstrong (2018:177)	<ul style="list-style-type: none"> a. Tujuan dalam membeli sebuah produk b. Kemantapan pada sebuah merek c. Memberikan rekomendasi pada orang lain d. Melakukan pembelian ulang 	Skala Likert

Sumber: Peneliti (2024)

3.6. Teknik Analisis Data

Analisis data menurut Sugiyono (2019:482) adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

3.6.1. Skala dan Angka Penafsiran

Menurut Sugiyono, (2019:93) skala ini digunakan untuk mengukur pendapat, sikap, persepsi seseorang atau individu tentang fenomena sosial. Skala ini membuat peringkat atau skor pada masing-masing pertanyaan. Jawaban yang tidak mendukung diberi skor rendah sedangkan untuk jawaban setuju akan diberikan skor tinggi. Skor yang diberikan terhadap masing-masing skala adalah sebagai berikut:

- a. Sangat Setuju (Skor 5)
- b. Setuju (Skor 4)
- c. Ragu-Ragu (Skor 3)
- d. Tidak Setuju (Skor 2)
- e. Sangat Tidak Setuju (Skor 1)

Dengan menggunakan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Selanjutnya indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban atas pertanyaan atau pernyataan itulah yang nantinya akan diolah sampai menghasilkan kesimpulan.

Adapun penentuan interval angka penafsiran dilakukan dengan cara mengurangkan skor tertinggi dengan skor terendah dibagi dengan jumlah skor sehingga diperoleh interval penafsiran seperti terlihat pada Tabel 3.3 di bawah ini.

$$\begin{aligned} \text{Interval Angka Penafsiran} &= (\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}) / n \\ &= (5 - 1) / 5 \\ &= 0,80 \end{aligned}$$

Tabel 3.3. Angka Penafsiran

INTERVAL PENAFSIRAN	KATEGORI
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Setuju
1,81 – 2,60	Tidak Setuju
2,61 – 3,40	Ragu-ragu
3,41 – 4,20	Setuju
4,21 – 5,00	Sangat Setuju

Sumber: Hasil penelitian, 2024 (Data diolah)

Adapun rumus penafsiran yang digunakan adalah:

$$M = \frac{\sum f(X)}{n}$$

Keterangan:

- M = Angka penafsiran
- F = Frekuensi jawaban
- x = Skala nilai
- n = Jumlah seluruh jawaban

3.6.2. Persamaan Regresi Linear Berganda

Menurut Duli (2019:171-172) Analisis regresi linear berganda bermaksud mencari hubungan dari dua variabel atau lebih di mana variabel yang satu tergantung pada variabel yang lain. Analisis regresi ganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi atau hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih (X_1), (X_2), (X_3)..... (X_n) . Guna menguji pengaruh beberapa variabel bebas dengan variabel terikat dapat digunakan model matematika sebagai berikut:

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

Keterangan:

- Y = Variabel terikat (Keputusan pembelian)
- a = Intersep (titik potong dengan sumbu Y)
- $b_1...b_3$ = Koefisien regresi (konstanta) X_1, X_2, X_3
- X_1 = Harga
- X_2 = Promosi
- e = Standar error

Namun demikian dalam penelitian ini, analisis regresi linier berganda tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus di atas melainkan dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science (SPSS)*.

3.6.3. Uji Kualitas Data

Penelitian yang mengukur variabel dengan menggunakan instrumen kuesioner harus dilakukan pengujian kualitas atas data yang diperoleh. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan valid dan reliabel atau tidak. Sebab kebenaran data yang diperoleh akan sangat menentukan kualitas hasil penelitian.

1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2019:363) instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid yaitu r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} sebesar 0,3. Kevalidan yang rendah disebabkan oleh alat ukur yang kurang memadai. Guna menguji validitas alat ukur, terlebih dahulu dicari harga korelasi antara bagian-bagian dari alat ukur secara menyeluruh dengan cara mengkorelasi setiap butir alat ukur dengan total skor yang merupakan jumlah setiap skor butir dengan rumus *Pearson Product Moment* adalah :

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

Keterangan:

r_{hitung} = Koefisien korelasi variabel bebas dan variabel terikat

$\sum X_i$ = Jumlah skor item

$\sum Y_i$ = Jumlah skor total (sebuah item)

N = Jumlah responden

Sumber : Sujarweni (2020:83)

Namun demikian dalam penelitian ini uji validitas tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus di atas melainkan dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science* (SPSS). Guna melihat valid atau tidaknya butir pernyataan kuesiner maka kolom yang dilihat adalah kolom *Corrected Item-Total Correlation* pada tabel *Item-Total Statistics* hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS tersebut. Dikatakan valid jika $r_{hitung} > 0,3$

2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono, (2019: 57). Butir pernyataan kuesioner dikatakan reabel atau handal jika butir pernyataan tersebut konsisten apabila digunakan berkali-kali pada waktu yang berbeda. Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui tingkat konsistensi butir pernyataan. Butir pernyataan dikatakan reliabilitas atau handal jika jawaban responden terhadap pernyataan yang diajukan selalu konsisten, Reliabilitas adalah suatu instrumen yang cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut suda baik. Dalam uji reabilitas digunakan teknik *Alpha Cronbach's* dimana suatu instrument dapat dikatakan handal (*reliable*) bila memiliki koefisien keandalan atau alpha sebesar 0,6 atau lebih, dengan menggunakan rumus alpha, sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum S_i}{S_t} \right)$$

Keterangan:

- r_{11} = Nilai reliabilitas
 $\sum S_i$ = Jumlah variabel skor setiap item
 S_t = Varians total
 k = banyaknya butir pertanyaan

Sumber: Unaradjan (2019:186)

Namun demikian dalam penelitian ini uji reliable tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus di atas melainkan dngan menggunakan *Statistical Programfor Social Science* (SPSS). Guna melihat reliable atau tidaknya butir pernyataan kuesioner maka dapat dilihat nilai *Cronbach's Alpha* yang tertera pada tabel *Reability Statistics* hasil pengelolaan data dengan menggunakan SPSS.

3.6.4. Uji Asumsi Klasik

Merupakan uji yang wajib dilakukan untuk melakukan analisis regresi liner berganda khususnya yang berbasis Ordinary Least Square (OLS). Uji asumsi klasik yang biasa digunakan dalam sebuah penelitian diantara meliputi: (1) uji normalitas, (2) uji multikolinieritas, (3) uji heteroskedastisitas, (4) uji autokorelasi dan (5) uji linieritas. Namun demikian dalam penelitian ini hanya akan digunaka 3 uji asumsi klasik saja yaitu: uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas.

1. Uji Normalitas

Menurut Kurniawan (2019:49), uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah nilai residual yang dihasilkan berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas data pada penelitian ini dilakukan dengan uji kolmogorov Smirnov yang menggunakan aplikasi SPSS dan memiliki kriteria sebagai berikut :

- a. Jika nilai probabilitas $< 0,05$ maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal;
- b. Jika nilai probabilitas $\geq 0,05$ maka data dinyatakan berdistribusi normal.

Kemudian uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan One Sample Kolmogorov Smirnov yaitu dengan ketentuan apabila nilai signifikan diatas 0,05 maka data terdistribusi normal. Sedangkan jika hasil One Sample Kolmogorov Smirnov menunjukkan nilai signifikan kurang dari 0,05 maka data tidak terdistribusi normal.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Salah satu cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan menggunakan uji glejser. Ghazali, (2019: 134).

Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu dengan melihat pola gambar scatterplot maupun dengan uji statistik misalnya uji glejser. Pada penelitian ini menggunakan uji glejser yaitu dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya. Pada *Statistical Program For Social Science* (SPSS) dapat dilihat dengan melihat nilai absolut pada tabel *Coefficients*. Jika nilai signifikansi variabel independen dengan absolut residual > 0,05 maka tak terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji Multikolinieritas

Menurut Sugiyono, (2019:79) menjelaskan bahwa Multikolinieritas adalah pengujian apakah model regresi ditemukan adanya masalah diantara variabel independen. Pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinieritas menguji Tolerance value diatas angka 0,1 sedangkan batas VIF adalah 1.

3.6.5. Uji Hipotesis

Setelah melakukan uji kualitas data dan uji asumsi klasik maka langkah selanjutnya yang harus dilakukan adalah melakukan uji hipotesis. Uji hipotesis pada dasarnya merupakan metode pengambilan keputusan yang didasarkan pada analisis data. Dalam penelitian ini akan dilakukan uji hipotesis yang meliputi uji t (uji parsial), uji F (uji simultan) dan koefisien determinasi (R^2).

1. Uji Parsial (Uji t)

Uji t bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variabel bebas yang diteliti dengan variabel terikat secara individu (parsial). Adapun rumus yang digunakan, sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{b}{se}$$

Keterangan:

- t_{hitung} = Nilai t
- b = Koefisien regresi X
- se = Standar error koefisien regresi X

Adapun bentuk pengujiannya adalah:

- a. $H_0 : \beta_1, \beta_2 = 0$
Artinya variabel bebas yang diteliti, secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikatnya
- b. $H_a : \text{minimal satu } \beta_i \neq 0 \text{ dimana } i = 1,2,3$
Artinya variabel bebas yang diteliti, secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikatnya

Uji t dilakukan dengan cara membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} pada taraf nyata 5% ($\alpha 0,05$) dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak
Artinya variabel harga dan promosi secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
- $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
Artinya variabel harga dan promosi secara individual (parsial) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Uji Serempak/*Simultant* (Uji F)

Uji F bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikatnya. Guna mengetahui apakah variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat atau tidak dapat digunakan rumus:

$$F_{hitung} = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Keterangan :

- F_{hitung} = Nilai F yang dihitung
 R^2 = Nilai koefisien korelasi ganda
 k = Jumlah variabel bebas
 n = Jumlah sampel

Namun demikian dalam penelitian ini semua uji hipotesis tidak dilakukan secara manual melainkan dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science* (SPSS). Caranya dengan melihat nilai yang tertera pada kolom F pada tabel *Anova* hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS tersebut. Guna menguji kebenaran hipotesis pertama digunakan uji F yaitu untuk menguji keberartian regresi secara keseluruhan, dengan rumus hipotesis, sebagai berikut:

- $H_0 : \beta_i = 0$; artinya variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat
 $H_a : \beta_i \neq 0$; artinya variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji F, variansnya dapat diperoleh dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} pada taraf $\alpha = 0,05$ dengan ketentuan:

- a. $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa harga dan promosi secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

- b. $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa harga dan promosi secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2021:147), koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independent dalam menjelaskna variasi variabel dependen amat terbatas. Koefisien determinasi berkisar antara nol sampai dengan satu ($0 \leq R^2 \leq 1$) yang berarti bahwa bila $R^2 = 0$ berarti menunjukkan tidak adanya pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, dan bila R^2 mendekati 1 menunjukkan bahwa semakin kuatnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada kolom Adjusted R Square pada tabel *Model Summary* hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS.