

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

1.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di toko Alfamart Raya Tajur pada bulan Desember 2022 sampai dengan Februari 2022, sesuai dengan jadwal penelitian yang tertera pada tabel di bawah ini.

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Desember				Januari				Februari			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan izin	■	■										
2	Pelaksanaan penelitian			■	■	■	■	■	■				
3	Pengumpulan data								■	■	■	■	
4	Analisis data								■	■	■	■	■

Sumber : Berdasarkan pelaksanaan penelitian 2021-2022

1.2. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif. Metode ini disebut sebagai metode positivistic karena berlandaskan pada filsafah positivisme. Metode ini sebagai metode ilmiah karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, obyektif, terukur, rasional dan sistematis. Metode ini juga disebut metode discovery, karena dengan metode ini dapat ditemukan dan dikembangkan berbagai iptek baru. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2015).

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Metode penelitian kuantitatif, sebagaimana

dikemukakan oleh Sugiyono (2011:8) yaitu : “Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

1.3. Populasi dan Sampel

1.3.1. Populasi

Menurut Sugiyono (2011;18) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas, obyek/subjek yang mempunyai kuantitas & karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen yang berbelanja di toko Alfamart Raya Tajur sebanyak 3.500 konsumen dalam satu bulan.

1.3.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut Sugiyono (2012). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan yang pernah berbelanja di toko Alfamart Raya Tajur.

Untuk menentukan besarnya jumlah sampel menggunakan rumus Slovin Umar yaitu:

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir, peneliti menetapkan 10% (0.1)maka:

= 97,22 dibulatkan menjadi 100 responden.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan accidental sampling yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data

(Sugiyono 2012).

1.4. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Kuesioner

Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan sejumlah daftar pernyataan atau pernyataan yang tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2012). Kuesioner dalam penelitian ini dilakukan dengan memberikan daftar pernyataan kepada pelanggan yang pernah berbelanja di toko Alfamart Raya Tajur yang telah ditetapkan menjadi sampel atau responden.

2. Wawancara (Interview)

Peneliti mengajukan pernyataan secara lisan untuk mendapatkan informasi apakah responden yang ditemui pernah berbelanja di toko Alfamart Raya Tajur. Tujuan wawancara adalah mendukung teknik kuesioner, terutama bila ada yang kurang jelas.

1.5. Definisi Operasional Variabel

Menurut Sanusi (2016) variabel-variabel benar-benar memiliki makna strategis dalam penelitian sehingga sangatlah tidak mungkin sebuah penelitian dapat diselesaikan dengan baik tanpa mengenali variabel penelitian tersebut secara benar.

Sugiyono (2015) menyatakan bahwa variabel adalah konstruk atau sifat yang akan dipelajari. Diberikan contoh misalnya, tingkat aspirasi, penghasilan, pendidikan, status sosial, jenis kelamin, golongan gaji, produktivitas kerja, dan lain-lain. Di bagian lain Kerlinger menyatakan bahwa variabel dapat dikatakan sebagai suatu sifat yang diambil dari suatu nilai yang berbeda (*different values*). Dengan demikian variabel itu merupakan suatu yang bervariasi.

Menurut Sugiyono (2015) variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang digunakan yaitu variabel bebas (Variable Independen) dan variabel terikat (Variable Dependen).

1) Variabel Independen

Sugiyono (2015) Variabel Independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah variabel yang mewakili faktor-faktor yang dapat mempengaruhi volume penjualan di toko Alfamart Raya Tajur.

2) Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel independen (Sugiyono, 2015). Yang menjadi variabel dependen adalah volume penjualan di toko Alfamart Raya Tajur (Y).

1.5.1 Variabel Bebas

Variabel bebas merupakan variabel yang memberi pengaruh terhadap hasil, dan diberi simbol huruf X. Dalam penelitian ini variabel bebas terdiri dari:

1. Harga

Dalam penelitian ini harga adalah kemampuan seseorang dalam menilai suatu barang dengan satuan alat ukur rupiah untuk dapat membeli produk yang ditawarkan. Indikator yang digunakan adalah (Akbar, 2011; dikembangkan untuk penelitian ini) :

- a. Harga yang terjangkau.
- b. Harga bersaing dengan produk lain yang sejenis.
- c. Harga sesuai dengan kualitas produk.
- d. Harga sesuai dengan manfaat yang dirasakan konsumen.

2. Promosi

Dalam penelitian ini promosi adalah suatu komunikasi persuasif yang dilakukan produsen untuk menarik konsumen membeli produknya. Indikator yang digunakan adalah (dikembangkan untuk penelitian ini) :

- a. Iklan yang menarik.
- b. Endorser yang menarik.
- c. Endorser yang sesuai.
- d. Slogan yang mudah diingat.

3. Kualitas Pelayanan

Pelayanan suatu jasa kerap kali sulit untuk diukur, karena memang karakteristik jasa tersebut bersifat intangible. Meski demikian intangible suatu jasa tidak dapat dijadikan alasan bahwa jasa tidak memiliki tingkat kepuasan bagi para konsumen. Melalui Tangibles (keandalan), Reability (Reabilitas), Responsibility (daya tanggap), assurance (jaminan) dan Emphaty (empati) yang dirancang dalam sebuah angket, maka suatu jasa akan tetap mendapatkan tingkat kepuasan yang berbeda dari para konsumen.

1.5.2 Variabel Terikat

Variabel terikat atau variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas atau variabel independen sehingga terjadi sebuah akibat. Penelitian yang dilakukan untuk dijadikan variabel terikat (Y) adalah Volume penjualan.

Volume penjualan adalah suatu yang menandakan naik turunnya penjualan dan dapat dinyatakan dalam bentuk unit, kilo, ton atau liter, dengan indikator-indikator sebagai berikut :

- a. Mencapaian volume penjualan.
- b. Mendapatkan laba.
- c. Menunjang pertumbuhan perusahaan.

Tabel 3.2
Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala

1.	Harga (X1)	Kemampuan seseorang dalam menilai suatu barang dengan satuan alat ukur rupiah untuk dapat membeli produk yang ditawarkan	-Harga terjangkau -Harga bersaing -Harga sesuai kualitas -Harga sesuai manfaat	Likert
2.	Promosi (X2)	Komunikasi persuasif yang dilakukan produsen untuk menarik konsumen membeli produknya	-Iklan yang menarik -Endorser yang menarik -Endorser yang sesuai -Slogan yang mudah diingat	Likert
3.	Kualitas Pelayanan (X3)	Kualitas pelayanan ialah keseluruhan sikap pelanggan terhadap perusahaan, yang terbentuk dari sejumlah pengalaman jasa yang berhasil maupun tidak berhasil. Zeithaml, Berry dan Parasuraman (2010:10).	1. <i>Tangibles</i> (keandalan) 2. <i>Reability</i> (reabilitas) 3. <i>Responsibility</i> (daya tanggap) 4. <i>Assurance</i> (jaminan) 5. <i>Emphaty</i> (empati)	Likert
4	Volume Penjualan (Y)	Volume penjualan adalah suatu yang menandakan naik turunnya penjualan dan dapat dinyatakan dalam bentuk unit, kilo, ton atau liter.	1. Berusaha mencapai volume penjualan tertentu. 2. Berusaha mencapai laba / profit akhir melebihi biaya yang dikeluarkan. 3. Menunjang pertumbuhan perusahaan. Basu Swastha (1999:80)	Likert

1.6. Teknik Analisis Data

Analisis data menurut (Sugiyono,(2015;147) adalah kegiatan mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, menyajikan data dari tiap variabel, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis dari data kuesioner yang

diberikan kepada responden.

1.6.1. Skala dan Angka Penafsiran

Instrumen penelitian ini berupa kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Untuk menilai sikap dan persepsi responden, dalam penelitian ini menggunakan skala Likert, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang kejadian tertentu. Dimana jawaban setiap item instrumen mempunyai bobot nilai seperti tercantum pada tabel 3.2 berikut ini:

Tabel 3.3

Skala Likert (Pemberian Skor untuk Jawaban Kuesioner)

No.	Pernyataan	Kode	Nilai Skor
1.	Sangat Setuju	SS	5
2.	Setuju	S	4
3.	Kurang Setuju	KS	3
4.	Tidak Setuju	TS	2
5.	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Dengan Skala Likert, maka variabel yang dapat diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak ukur menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan. Jawaban dari pernyataan itulah yang nantinya akan diolah sampai menghasilkan kesimpulan.

Guna menentukan gradasi hasil jawaban responden maka diperlukan angka penafsiran. Angka penafsiran inilah yang digunakan dalam setiap penelitian kuantitatif untuk mengolah data mentah yang akan dikelompokkan sehingga dapat diketahui hasil akhir degradasi atas jawaban responden, apakah responden sangat setuju, setuju, tidak setuju atau bahkan sangat tidak setuju atas apa yang ada pada pernyataan tersebut.

1.6.2. Persamaan Regresi

Menurut Sugiyono (2004:149), analisis linier regresi digunakan untuk melakukan prediksi bagaimana perubahan nilai variabel dependen bila nilai variabel independen dinaikan/diturunkan. Penjelasan mengenai garis regresi menurut Andi Supangat (2007:325) yaitu sebagai berikut: “Garis regresi (*regression line/line of the best fit/estimating line*) adalah suatu garis yang ditarik diantara titik-titik (*scatter diagram*) sedemikian rupa sehingga dapat dipergunakan untuk menaksir besarnya variabel yang satu berdasarkan variabel yang lain, dan dapat juga dipergunakan untuk mengetahui macam korelasinya (positif atau negatifnya).”

Dalam penelitian ini, analisis regresi linier berganda digunakan untuk membuktikan sejauh mana dampak antara Promosi, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Volume Penjualan di Alfamart Raya Tajur. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai indikator. Analisis ini digunakan dengan melibatkan dua atau lebih variabel bebas antara variabel dependen (Y) dan variabel independen (X_1, X_2 dan X_3). Persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3$$

(Sumber: Sugiono: 2010)

Dimana:

Y = variabel terikat (Volume Penjualan)

a = bilangan berkonstanta

b_1, b_2, b_3 = koefisien arah garis

X_1 = variabel bebas (Promosi)

X_2 = variabel bebas (Harga)

X_3 = variabel bebas (Kualitas Pelayanan)

Untuk memperoleh hasil yang lebih akurat pada regresi linier berganda, maka perlu dilakukan pengujian asumsi klasik terlebih dahulu.

1.6.3. Uji Kualitas Data

Kualitas data penelitian suatu hipotesis sangat tergantung pada kualitas data yang

dipakai dalam penelitian tersebut. Kualitas dan penelitian ditentukan oleh instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data untuk menghasilkan data yang berlaku. Adapun uji yang digunakan untuk menguji kualitas data dalam penelitian ini adalah uji validitas dan uji reliabilitas. (Iskandar, 2010 : 68)

1. Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana alat pengukur itu mengukur apa yang ingin di ukur, atau sejauh mana alat ukur yang digunakan mengenai sasaran. Semakin tinggi validitas suatu alat test, maka alat tersebut semakin mengenai pada sasarannya, atau semakin menunjukkan apa yang seharusnya diukur.

Suatu instrumen pengukuran dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila instrumen tersebut mengukur apa yang sebenarnya diukur. Uji validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur benar-benar cocok atau sesuai sebagai alat ukur yang diinginkan. Pengujian validitas dilakukan untuk menguji apakah jawaban dari kuisisioner dari responden benar-benar cocok untuk digunakan dalam penelitian ini atau tidak.

Adapun kriteria pengambilan keputusan uji validitas untuk setiap pertanyaan adalah menggunakan Rtabel dengan model angka yang digunakan untuk menguji berbagai kemungkinan. Bila suatu alat ukur sudah dikatakan valid, maka selanjutnya dapat dilakukan pengujian reliabilities alat ukur. Sebaliknya bila alat ukur dikatakan tidak valid, maka alat ukur yang telah digunakan sebelumnya harus dievaluasi atau diganti dengan alat ukur yang lebih tepat/efektif.

Rumus untuk menguji validitas data adalah sebagai berikut :

Keterangan :

- r = Koefisien validitas item yang dicari
- X = Skor yang diperoleh subjek dalam setiap item
- Y = Skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item
- $\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi
- $X \sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi
- $Y \sum X^2$ = Jumlah kuadrat masing-masing skor

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat masing-masing skor

n = Banyak responden

Kriteria pengujian adalah :

$r_{hitung} > r_{tabel}$ (Valid)

$r_{hitung} < r_{tabel}$ (Tidak Valid).

2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiono (2014:3) menyatakan bahwa yang dimaksud dengan reabilitas adalah derajat konsistensi/keajengan data dalam interval waktu tertentu.

Berdasarkan definisi di atas maka maksud dari reabilitas adalah untuk mengetahui apakah alat pengumpulan data menunjukkan tingkat ketepatan, keakutaran, kestabilan, atau konsistensi alat tersebut. Suatu alat dianggap reliabel jika pada beberapa kali pengukuran terhadap subyek penelitian memperoleh hasil yang relative sama. Uji Reabilitas dalam penelitian ini menggunakan teknik Cronbach's Alpha, yaitu dengan bantuan program *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) for windows versi 23.0 untuk jenis pengukuran interval. Adapun rumus statistik yang digunakan yaitu :

Keterangan:

r = Koefisien reliabilitas

n = Jumlah item pertanyaan yang diuji

$\sum s_i^2$ = Jumlah varian skor tiap item

$\sum X^2$ = Varians total

1.6.4. Uji Asumsi Klasik

Ada beberapa pengujian yang harus dilakukan terlebih dahulu untuk menguji apakah model yang dipergunakan tersebut mewakili atau mendekati kenyataan yang ada. Untuk menguji kelayakan model regresi yang digunakan, maka harus terlebih dahulu memenuhi uji asumsi klasik dimana terdapat empat jenis pengujian pada uji asumsi klasik ini, diantaranya:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji data variabel bebas (independen) dan variabel terkait (dependen) pada persamaan regresi yang dihasilkan, apakah sampel yang digunakan mempunyai berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Dalam model regresi linier, asumsi ini ditunjukkan oleh nilai error yang berdistribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara sistematis. Pengujian normalitas data menggunakan Test Normality Kolmogorov-Sminov dalam program SPSS.

2. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Gozali (2011:139) bahwa uji heteroskedastisitas ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika tidak tetap maka disebut heterokedastisitas. Persamaan regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Untuk menguji heteroskedastisitas salah satunya dengan melihat penyebaran dari varians pada grafik scatterplot pada output SPSS. Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- a. Jika pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik menyebar diatas dan dibawah angka nol, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Dalam penelitian ini uji heterokedastisitas dilakukan dengan uji glejser. Uji glejser adalah uji statistik yang paling lazim digunakan. Menurut Gujarati (2003) dalam Ghozali (2011), uji glejser mengusulkan untuk meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen. Model regresi dikatakan tidak mengandung heterokedastisitas jika probabilitas signifikansinya di atas tingkat kepercayaan 5% atau $> 0,05$ dan sebaliknya. Selain uji glejser, dapat pula dilakukan dengan uji grafik scatterplot yang dimana menurut Ghozali (2011) jika sebaran titik yang ada pada grafik scatterplot tidak membentuk pola yang jelas maka tidak terjadi

heterokedastisitas.

3. Uji Multikolinearitas

Tujuan dilakukan uji multikolinearitas yaitu Jika pada model persamaan regresi mengandung gejala multikolonieritas, berarti terjadi korelasi (mendekati sempurna) antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Suatu model regresi yang bebas multiko adalah sebagai berikut mempunyai nilai tolerance lebih dari 0,10 dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) kurang dari 10 (Ghozali, 2016;103):

- a. Jika nilai toleransi $< 0,10$ atau $VIF > 10$ maka dikatakan terdapat multikolinearitas
- b. Jika nilai toleransi $> 0,10$ atau $VIF < 10$ maka dikatakan tidak terdapat multikolinearitas.

3.6.5. Uji Hipotesis

Penelitian uji statistik dan perhitungan nilai uji statistik, perhitungan hipotesis, penetapan tingkat signifikan dan penarikan kesimpulan.

Hipotesis yang akan digunakan dalam penelitian ini berkaitan dengan ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Hipotesis nol (H_0) tidak terdapat pengaruh yang signifikan dan Hipotesis alternatif (H_a) menunjukkan adanya pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat.

Rancangan pengujian hipotesis penelitian ini untuk menguji ada tidaknya pengaruh antara variabel independent (X) yaitu Harga (X1), Promosi (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3) terhadap Volume Penjualan sebagai variabel dependen (Y).

1. Uji Serempak/Simultan (Uji F)

Pengujian yang dilakukan ini adalah dengan uji parameter β (uji korelasi) dengan menggunakan uji F-statistik. Untuk menguji pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat digunakan uji F. Menurut Sugiyono (2013:257) dirumuskan sebagai berikut:

Keterangan:

F_{hitung} = Nilai uji F

R^2 = Koefisien korelasi berganda

k = Jumlah variabel independen n = Jumlah anggota sampel

Distribusi F ini ditentukan oleh derajat kebebasan pembilang dan penyebut, yaitu k dan $n - k - 1$ dengan menggunakan tingkat kesalahan 0,05. Untuk uji F, kriteria yang dipakai adalah:

- H_0 diterima bila $F_{hitung} < F_{tabel}$

- H_0 ditolak bila $F_{hitung} > F_{tabel}$

Bila H_0 diterima, maka dapat diartikan bahwa signifikannya suatu pengaruh dari variabel-variabel independen secara bersama-sama atas suatu variabel dependen dan penolakan H_0 menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan dari variabel-variabel independen yang secara bersama-sama terhadap suatu variabel dependen.

2. Uji Parsial (t test)

Yaitu untuk menguji hubungan regresi secara terpisah atau menguji hipotesis minor. Pengujian dilakukan untuk melihat keberartian dari masing- masing variabel secara terpisah terhadap variabel bebas dan terhadap variabel terikat.

Hipotesis nol (H_0) adalah menyatakan tidak adanya pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat, sedangkan hipotesis alternative (H_1) merupakan hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh dari variabel bebas. Perhitungan test digunakan dengan rumus sebagai berikut:

Dimana:

t = t-Hitung

b_1 = koefisien regresi

S_{b_1} = Standar of Error

Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan t yang didapat dari perhitungan dengan nilai t yang ada pada table t dengan tingkat kesalahan (α) sebesar 5% dengan derajat kebebasan atau *degree of freedom* (df) sebesar $n-k$ dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Bila $t\text{-Hitung} > t\text{-Tabel}$ maka, H_0 ditolak dan Hipotesa alternative (H_1) diterima
- b. Bila $t\text{-Hitung} < t\text{-Tabel}$ maka, H_0 diterima dan Hipotesa alternative (H_1) ditolak.

1.6.6 Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk melihat seberapa besar tingkat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial digunakan koefisien determinasi. Koefisien determinasi merupakan kuadrat dari koefisien korelasi sebagai ukuran untuk mengetahui kemampuan dari masing-masing variabel yang digunakan. Koefisien determinasi menjelaskan proporsi variasi dalam variabel dependen (Y) yang dijelaskan oleh hanya satu variabel independen (lebih dari satu variabel bebas: X_i ; $i = 1, 2, 3, 4, \text{dst.}$) secara bersama-sama.

Sementara itu R adalah koefisien korelasi majemuk yang mengukur tingkat hubungan antara variabel dependen (Y) dengan semua variabel independen yang menjelaskan secara bersama-sama dan nilainya selalu positif. R -Square atau koefisien determinasi merupakan salah satu ukuran yang sederhana dan sering digunakan untuk menguji kualitas suatu persamaan garis regresi (Gujarati, 2004: 81). Nilai R -Square memberikan gambaran tentang kesesuaian variabel independen dalam memprediksi variabel dependen. Sifat dari R -Square adalah:

- a. Merupakan besaran yang non-negatif
- b. Batasnya adalah untuk mengetahui metode estimasi yang memberikan hasil yang lebih baik, maka kriteria yang digunakan adalah dengan membandingkan nilai R -Square yang menunjukkan seberapa besar proporsi variasi variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independen. Menurut Imam Ghazali (2011: 97), nilai yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Apabila nilai koefisien determinasi semakin

besar, maka semakin besar kemampuan semua variabel independen dalam menjelaskan varians dari variabel dependennya. Masalah yang terjadi jika melakukan pengujian dengan menggunakan RSquare adalah jika variabel bebasnya lebih dari satu maka nilai R-Square akan bertambah besar.