

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan penelitian

Jenis pendekatan penelitian ini tergolong pada penelitian kuantitatif, merupakan metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif karena data yang digunakan berupa angka yang kemudian diolah menggunakan metode statistik. Metode dalam penelitian ini bersifat korelasional di mana penelitian ini untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian Dunkin Donuts (Y). Dalam desain ini terdapat dua variabel yaitu X dan Y, variabel X adalah sebagai variabel (independen) dan Y sebagai variabel bebas (dependen).

3.2 Jenis dan sumber data

3.2.1 Jenis Data

Menurut Sugiyono (2017), jenis data dibedakan menjadi 2, yaitu kualitatif dan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan jenis data yang berupa kuantitatif.

3.2.2 Sumber Data

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data yang bersifat kuantitatif karena dinyatakan dengan angka-angka yang menunjukkan nilai terhadap besaran atas variabel yang diwakilinya. Sumber data penelitian dibedakan menjadi 2, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder

(Sugiyono, 2017). Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer dari penelitian ini diperoleh langsung dari penyebaran pertanyaan konsumen maupun calon konsumen Dunkin Donuts Pada Jalan Gatot Subroto Medan. Sedangkan Data sekunder dari penelitian ini diperoleh dari jurnal penelitian terdahulu, buku, majalah, jurnal dan buku-buku yang berkaitan dengan penelitian ini.

3.3 Populasi Dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, Menurut Sugiyono (2017). Populasi yang akan diambil adalah pengunjung yang datang ke Dunkin Donuts Gatot Subroto Medan.

Tabel 3.1 Data Populasi Konsumen Dunkin Donuts' Jl. Gatot Subroto Medan

No	Bulan	Total
1	Februari	735 orang
2	Maret	573 orang
3	April	465 orang
Jumlah		1773 orang

Sumber: Wawancara dengan supervisor Dunkin Donuts Jalan Gatot Subroto Medan (2021)

3.3.2 Sampel

Sampel adalah suatu himpunan bagian dari unit populasi. Cara pengumpulan data apabila yang diselidiki hanya elemen sampel dari suatu

populasi adalah sampling, Menurut Supranto (2016). Teknik sampling pada penelitian ini menggunakan *Non-probability* sampling yaitu suatu cara pemilihan elemen-elemen dari populasi untuk menjadi anggota sampel dimana setiap elemen tidak mendapat kesempatan yang sama untuk dipilih, Menurut Supranto (2016). Jenis teknik yang digunakan adalah *Accident Sampling* yaitu teknik penentu sample berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data, menurut Sugiyono (2017).

Dalam penelitian ini untuk menghitung sampel dari populasi tertentu dengan tingkat kesalahan 10%, maka penulis menggunakan rumus slovin sebagai berikut:

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

- n = Jumlah sampel yang dicari
 N = Jumlah populasi
 e^2 = presisi yang ditetapkan 10% = 0,1

Adapun perhitungan dari rumus slovin tersebut dalam penelitian ini adalah:

$$\begin{aligned} n &= N / (1 + (N \times e^2)) \\ n &= 1773 / (1 + (1773 \times 0,1^2)) \\ n &= 1773 / (1 + (1773 \times 0,01)) \\ n &= 1773 / (1 + 17,73) \\ n &= 1773 / 18,73 \\ n &= 94,66 \end{aligned}$$

Dalam penelitian ini, ditentukan jumlah sampel berdasarkan perhitungan diatas sebanyak 94,66. Namun pada sampel ini digenapkan menjadi 100

responden, karena ukuran sampel yang layak dalam sebuah penelitian ini adalah antara 30 sampai 500. Maka penentuan jumlah 100 sampel atau responden dalam penelitian ini sudah masuk dalam kriteria sehingga layak untuk diteliti. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen pada Dunkin Donuts' Jalan Gatot Subroto Medan.

3.4 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1	Produk (X1)	Produk adalah suatu barang yang ditawarkan kepada konsumen untuk memenuhi suatu kebutuhannya.	-Freshness (Kesegaran) -Presentation (Tampilan) -Taste (Rasa) -Innovative Food (Inovasi Makanan) (Shaharuddin, 2018) -Mutu Kinerja -Kendala -Keistimewaan -Daya Tahan -Mutu Kesesuaian -Gaya (Kotler dan Keller, 2016)	Likert
2	Harga (X2)	harga merupakan sebuah nilai yang	-Keterjangkauan Harga	Likert

		dikeluarkan oleh konsumen untuk memiliki suatu produk atau jasa	<ul style="list-style-type: none"> -Kesesuaian harga dengan kualitas produk -Kesesuaian harga dengan manfaat -Harga sesuai kemampuan atau daya saing (Kotler dan Amstrong, 2016) -Pelanggan membayar harga yang wajar -Ketepatan Harga -Kewajaran kebijakan harga -Perubahan harga sesuai dengan etika -Harga dapat diterima oleh pelanggan. (Herawati, dkk (2016) 	
3	Harga (X3)	lokasi merupakan suatu tempat untuk mempermudah pemasaran penyampaian barang dan jasa kepada konsumen	<ul style="list-style-type: none"> -Keterjangkuan Harga -Kelancaran -Kedekatan (Aprih Santoso, Sri Widowati, (2015) 	Likert

			<ul style="list-style-type: none"> -Akses -Visibilitas -Lalu Lintas -Tempat Parkir -Ekspansi <p>(Fandy Ciptono, 2016)</p>	
4	Promosi (X4)	Promosi merupakan suatu bentuk komunikasi membujuk pelanggan untuk memasarkan suatu produk	<ul style="list-style-type: none"> -Kupon -Potongan -Harga -Paket Harga <p>(Kotler dan Gary Amstrong, 2016)</p> <ul style="list-style-type: none"> -Jangkauan Promosi -Kualitas Promosi -Ketepatan Waktu -Waktu Promosi <p>(Wijaya,2015)</p>	Likert
5	Keputusan Pembelian (Y)	keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk.	<ul style="list-style-type: none"> -Prioritas -Kemantapan -Kecepatan -Kemudahan <p>(dalam Aditya Surya Purnomo 2021)</p> <ul style="list-style-type: none"> -Product Choice (Pilihan Produk) 	Likert

			-Brand Choice (Pilihan Merk) -Dealer Choice (Pilihan Tempat Penyalur) -Purchase Amount (Jumlah Kuantitas) -Purchase Timing (Waktu Pembelian) -Payment (Pembayaran) Kotler dan Keller, (2016)	
--	--	--	---	--

3.5 Instrumen Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2017) dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan Observasi (Pengamatan), Kuesioner (angket), Interview (Wawancara), dan gabungan ketiganya.

3.5.1 Observasi

Menurut Sugiyono (2017) Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua di antara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Dimana dalam metode penelitian pengambilan data ini penulis mengamati secara langsung objek yang akan diteliti,

dimana penelitian berinteraksi secara langsung dengan objek penelitian.

3.5.2 Kuesioner (Angket)

Menurut Sugiyono (2017) Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Angket/kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang diketahuinya. Dalam penelitian ini penulis akan memberikan angket kepada responden yang akan dimintai pendapat atau jawabannya untuk mendapatkan data yang dibutuhkan.

Butir-butir pernyataan yang terdapat dalam kuesioner ini diberikan bobot dengan pengukuran skala likert. Skala likert dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Setiap tanggapan dari angket disediakan lima alternatif jawabannya, yaitu sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju.

Tabel 3.3 Keterangan Kuesioner Penelitian

Keterangan	Sangat Setuju	Setuju	Ragu-Ragu	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
Kode	SS	S	RR	TS	STS
Skor	5	4	3	2	1

3.5.3 Wawancara

Menurut Sugiyono (2017) wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk

menentukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui ha-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil. Wawancara adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan cara mengungkapkan pertanyaan kepada para responden. Dalam wawancara peneliti akan mendapatkan beberapa jawaban dari hasil tanya jawab kepada pihak-pihak yang bersangkutan dalam penelitian. Wawancara dalam penelitian ini dilakukan dengan pembicaraan santai dalam berbagai situasi, dilakukan secara terus menerus untuk mendapatkan informasi dan penjelasan yang utuh, mendalam, terperinci, dan lengkap.

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data yang dimaksud adalah analisis untuk melakukan hipotesis dan menjawab rumusan masalah yang telah diajukan. Data-data yang diperoleh, akan diolah dengan menggunakan teknik kuantitatif- deskriptif. Sebelum masuk pada pengujian hipotesis, terlebih dahulu akan diuraikan hasil dari analisis deskriptif untuk menggambarkan atau mendeskripsikan kondisi data yang digunakan dalam penelitian. Metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

3.7 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2017) Kriteria atau syarat suatu item tersebut dinyatakan valid adalah bila kolerasi tiap faktor tersebut bernilai positif dan besarnya 0,3 keatas. Uji validitas dimaksud untuk mengetahui seberapa cermat suatu test atau pengujian melakukan fungsi ukurannya. Arti validitas adalah kebenaran dan keabsahan instrumen penelitian yang digunakan. Setiap penelitian selalu dipertanyakan mengenai validitas alat yang digunakan. Suatu alat pengukur dikatakan valid jika alat itu dipakai untuk mengukur sesuai dengan kegunaannya. Mislanya meter valid karena dipakai mengukur jarak, timbangan valid karena dipakai mengukur berat, dan sebagainya. Untuk menentukan nilai r hitung, dapat dibantu dengan program SPSS yang dinyatakan dengan nilai *corrected item total correlation*. Apabila koefisien korelasi butir pernyataan dengan skor totalnya lebih besar dari r_{tabel} , maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.

Dalam penelitian ini pengujian validitas hanya dilakukan terhadap 30 responden. Pengambilan keputusan berdasarkan pada nilai r hitung (*Corrected Item-Total Correlation*) > r_{tabel} sebesar 0,306 , untuk $df = 30 - 2 = 28$; $\alpha = 0,1$ maka item/ pernyataan tersebut valid dan sebaliknya.

Tabel 3.4
Uji Validitas Variabel Penelitian

Item	<i>Corrected Item - Total Corralation</i>	r Tabel	Kesimpulan
Tampilan produk Dunkin Donuts terlihat lebih menarik dimata pelanggan	0,764	0.306	VALID
Kualitas rasa yang diberikan pada Dunkin Donuts'	0,563	0.306	VALID

sangatlah nikmat.			
Menurut saya, Dunkin Donuts belum tersedia varian produk terbaru yang dikeluarkan	0,480	0.306	VALID
Kualitas produk pada Dunkin Donuts sangatlah baik untuk di konsumsi	0,705	0.306	VALID
Produk pada dunkin donuts mempunyai keistimewaan tersendiri dari produk-produk sejenis ditempat lain.	0,797	0.306	VALID
Kualitas Produk pada Dunkin donuts memiliki keunggulan kelembutan pada donut	0,700	0.306	VALID
Harga pada Dunkin Donuts mahal	0,638	0.306	VALID
Kualits produk Dunkin Donuts sesuai dengan harga yang ditawarkan	0,464	0.306	VALID
Harga Dunkin Donuts' sesuai manfaat yang dirasakan	0,531	0.306	VALID
Harga Dunkin Donuts bersaing dengan brand sejenisnya	0,577	0.306	VALID
Penetapan harga dibuat melalui kebijakan perusahaan	0,616	0.306	VALID
Harga Dunkin Donuts sewaktu-waktu dapat berubah	0,773	0.306	VALID
Lokasi Dunkin Donuts sangat dijangkau	0,733	0.306	VALID
Gerai Dunkin Donuts dapat dilihat dari kejauhan	0,748	0.306	VALID
Dunkin Donuts menyediakan tempat parker yang aman	0,474	0.306	VALID
Dunkin Donuts memiliki ukuran bangunan yang cukup luas.	0,695	0.306	VALID
Dunkin Donuts berdekatan dengan keramaian masyarakat	0,375	0.306	VALID
Padatnya lalu lintas menjadi peluang untuk mendapatkan konsumen	0,798	0.306	VALID
Dunkin Donuts memberikan Diskon kepada konsumen.	0,707	0.306	VALID
Dunkin Donuts memberikan paket hemat setiap minggunya.	0,638	0.306	VALID
Dunkin Donuts memberikan paket hemat jika membeli dengan aplikasi ojek online.	0,723	0.306	VALID
Dunkin Donuts sering memberikan promosi potongan harga melalui media sosial.	0,572	0.306	VALID

Waktu promosi yang dilakukan Dunkin Donuts sangatlah terbatas	0,681	0.306	VALID
Promo dilakukan pada hari Selasa dan Jum,at	0,779	0.306	VALID
Pelayanan Dunkin Donuts memprioritaskan konsumen	0,606	0.306	VALID
Saya sangat mantap membeli produk Dunkin Donuts.	0,553	0.306	VALID
Adanya kemudahan bertransaksi pada Dunkin Donuts	0,483	0.306	VALID
Pelanggan tidak dibatasi dalam membeli suatu produk	0,388	0.306	VALID
Tempat yang nyaman dan aman untuk dapat dikunjungi.	0,449	0.306	VALID
Pelanggan mendapatkan pilihan produk yang diinginkan	0,566	0.306	VALID

Sumber : Data diolah SPSS 26.0

Hasil dari pengolahan data menunjukkan bahwa setiap butir pernyataan dari setiap variabel penelitian yang terdapat pada kuesioner dinyatakan valid, karena semua jumlah nilai $r_{hitung} >$ dari nilai $r_{tabel} = 0,306$ dan siap untuk disebarkan kepada responden ketika riset di lapangan.

3.7.1 Uji Reliabilitas

Menurut Arikunto (2017), uji Reliabilitas adalah metode pengujian yang digunakan untuk menetapkan apakah instrumen dapat digunakan lebih dari satu kali, paling baik oleh responden yang sama akan menghasilkan data yang konsisten. Dengan kata lain, reliabilitas instrumen mencirikan tingkat konsistensi. Nilai koefisien yang baik adalah 0,6. Pengukuran validitas dan realibilitas mutlak dilakukan karena jika instrumen yang digunakan sudah tidak valid dan reliabel, maka dipastikan hasil penelitiannya tidak akan valid dan reliabel. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai $\alpha > 0,6$ artinya reliabilitas mencukupi (*sufficient reliability*), jika

$\alpha > 0,80$ mensugestikan seluruh item reliabel dan seluruh tes secara konsisten memiliki reliabilitas yang kuat atau ada pula yang memaknakkannya sebagai berikut :

1. Jika $\alpha > 0,90$ maka reliabilitas sempurna.
2. Jika α antara $0,60 - 0,90$ maka reliabilitas tinggi.
3. Jika α antara $0,50 - 0,60$ maka reliabilitas moderat.
4. Jika $\alpha < 0,50$ maka reliabilitas rendah.

Apabila hasil pengujian menunjukkan reliabilitas yang rendah maka butir-butir pertanyaan dalam kuisisioner harus diperbaiki mutunya karena dinilai tidak mampu menghasilkan data yang konsisten. Berikut adalah hasil uji reliabilitas setiap variabel dalam penelitian ini:

Tabel 3.5
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach'sAlpha	rteori	Kriteria
1	Produk (X_1)	0,863	0,600	Reliabel
2	Harga (X_2)	0,823	0,600	Reliabel
3	Lokasi (X_3)	0,836	0,600	Reliabel
4	Promosi (X_4)	0,864	0,600	Reliabel
5	Keputusan Pembelian (Y)	0,747	0,600	Reliabel

Sumber: Data diolah SPSS 26.0

Dari hasil pengolahan data didapatkan nilai keseluruhan setiap variabel *cronbach's alpha* > dari 0.60 maka konstruk pernyataan dalam kuesioner dinyatakan reliabel dengan tingkat reliabilitas yang tinggi.

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal

atau tidak. Model yang baik dalam regresi adalah model di mana datanya tersebar secara normal. Model regresi yang diperoleh harus dilakukan uji normalitas melalui test normality pada residual test histogram.

2. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah hubungan linear antara variabel independen di dalam regresi. Masalah multikolinearitas muncul jika terdapat hubungan yang sempurna atau pasti diantara beberapa variabel atau semua variabel independent dalam model. Pada kasus multikolinearitas yang serius, koefisien regresi tidak lagi menunjukkan pengaruh murni dari variabel independent dalam model. Ada beberapa model untuk mendeteksi adanya multikolinearitas. Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dalam model persamaan dalam penelitian ini digunakan korelasi antara variabel independen.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan residual dari satu pengamatan kepengamatan yang lain. Untuk mendeteksi gejala uji heteroskedastisitas, maka dibuat persamaan regresi dengan asumsi tidak ada heteroskedastisitas kemudian menentukan nilai absolut residual, selanjutnya meregresikan nilai absolut residual diperoleh sebagai variabel dependen serta dilakukan regresi dari variabel independen. Jika nilai koefisien korelasi antara variabel independen dengan nilai absolut dari residual signifikan, maka kesimpulannya terdapat heteroskedastisitas.

3.7.3 Uji Hipotesis

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif.

Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan angka dalam penyajian data dan analisis yang menggunakan uji statistika dan dipandu dengan hipotesis tertentu. Penggunaan analisis kuantitatif dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa rumus statistik diantaranya sebagai berikut:

1. Uji-F

Pada hasil uji-F dapat ditunjukkan proporsi variabel dalam independent yang dijelaskan oleh variabel independent secara bersama-sama dapat dilakukan dengan menggunakan uji-F. Tujuannya adalah untuk menguji variabel independent manakah yang paling signifikan berpengaruh terhadap variabel dependent. Uji-F digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara bersama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Kriteria pengujian ditetapkan dengan membandingkan nilai t atau F_{hitung} dengan t atau F_{tabel} dengan menggunakan tabel harga kritis t_{tabel} dan F_{tabel} dengan tingkat signifikansi yang telah ditentukan tadi sebesar 0,1 ($\alpha = 0,1$). Pada pengujian secara simultan akan diuji pengaruh kedua variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

1. Apabila dalam penelitian ini probabilitas sebesar 10% yaitu $\alpha > 0,1$ maka H_0 diterima. Kemudian $\alpha < 0,1$ maka H_0 ditolak.

Apabila dalam penelitian ini probabilitas sebesar 10% yaitu $\alpha > 0,1$ variabel produk, harga, lokasi, dan promosi tidak berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian. Kemudian $\alpha < 0,1$, maka variabel produk, harga, lokasi, dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

2. Uji-t

Pengujian ini berguna untuk mengetahui bagaimana pengaruhnya variabel independen terhadap variabel dependen secara bersamaan. Artinya, apakah seluruh variabel dependen dapat menjelaskan perubahan aktual dari variabel independen (Duli, 2019).

Cara mendeteksi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah dengan melihat tabel coefficients dapat dilihat dari koefisien regresi dan hubungan antara variabel tersebut. Jika tanda (-) maka variabel independen berpengaruh negatif terhadap variabel dependen dan jika tidak ada tanda (-) maka variabel independen berpengaruh positif terhadap variabel dependen. Sedangkan pada kolom “sig” adalah untuk melihat signifikansinya. Jika nilainya kurang dari $\alpha = 10\%$ (0,10) maka dapat dikatakan variabel independen berpengaruh sangat signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis di atas akan diuji berdasarkan daerah penerimaan dan daerah penolakan yang ditetapkan sebagai berikut:

- H_0 akan diterima jika nilai signifikan lebih besar dari 0,1
- H_0 akan ditolak jika nilai signifikan lebih kecil dari 0,1

Atau dengan cara lain sebagai berikut:

- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, H_a diterima
- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima, H_a ditolak

3.7.4 Analisis Regresi Berganda

Analisis Regresi merupakan analisis yang mengukur pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Pengukuran pengaruh ini melibatkan satu variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Untuk menghitung regresi linier berganda

maka digunakan rumus:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + e$$

Dimana:

Y	= Keputusan pembelian
a	= Elemen konstanta
b1 s/d b4	= Koefisien regresi variabel independent
X1	= Produk
X2	= Harga
X3	= Lokasi
X4	= Promosi

3.7.5 Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian koefisien determinasi (R^2) akan menunjukkan besarnya kontribusi sumbangan variabel bebas terhadap variabel terikat. Menurut Umar Husein (2015) bahwa “ Koefisien determinasi berkisar antara nol sampai dengan 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$)”. Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah nol (0) dan satu (1) pada model ini dilihat besarnya kontribusi untuk variabel bebas secara bersama-sama terikatnya dengan melihat besarnya koefisien determinasi (R^2) Yang diperoleh mendekati satu (1), maka dapat dikatakan semakin kuat model tersebut menerangkan hubungan variabel independen terhadap variabel dependen.