

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sumber Data

3.1.1 Jenis Data

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan metode-metode yang digunakan untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti setiap hubungan antar variable. Dalam penelitian ini adalah kuantitatif yaitu data yang terdiri dari angka-angka jawaban responden atau data yang dapat dihitung dan akan dimasukkan dalam perhitungan atau digunakan dalam analisis kuantitatif seperti variable-variabel yang akan diteliti pengaruhnya terhadap minat beli. Teknik pengambilan data pada penelitian ini yaitu penulis melakukan observasi, wawancara, angket kuesioner dan dokumentasi.

Menurut Sugiyono (2020), Penelitian kuantitatif adalah suatu metode penelitian yang bertujuan untuk menguji hipotesis dengan memperoleh data melalui pengukuran atau observasi terhadap variabel-variabel yang telah ditetapkan sebelumnya.

3.1.2 Sumber Data

a. Data Primer

Data primer menurut (Fuadah, 2021) merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini, maka penulis

mendapatkan data dengan cara wawancara kepada manajer personalia selaku penanggung jawab di perusahaan dan konsumen untuk mendapatkan data serta dilakukan dengan dokumentasi atau pengambilan gambar atau foto sebagai bukti telah melakukan penelitian.

b. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2019) data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpulan data. Data sekunder didapatkan dari sumber yang dapat mendukung penelitian antara lain dari dokumentasi dan literatur. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh secara tidak langsung dengan mempelajari buku-buku referensi, laporan-laporan, jurnal-jurnal kuantitatif, dan media lainnya berkaitan dengan faktor kesuksesan suatu usaha.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi

Penelitian ini dilakukan di PT Gabe Savana Berlian.

2. Waktu

Penelitian ini dilakukan pada bulan April 2024 dan direncanakan selesai pada bulan Mei 2024.

Tabel 3.1
Waktu Penelitian

No	Uraian Pekerjaan	Apr -24				Mei-24				Jun-24				Jul-24				Agst-24				Sep-24			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Pengumpulan Data	■																							
2.	Pengajuan Judul	■																							
3.	Penyusunan Proposal					■																			
4.	Bimbingan Proposal									■															
5.	Seminar Proposal									■															
6.	Pengolahan Data Penelitian																	■							
7.	Bimbingan Skripsi																	■							
8.	Sidang Meja Hijau																	■							

Sumber : Data diolah Penulis (2024)

3.3 Teknik Pengambilan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2019). Dari pengertian populasi tersebut penulis dapat menyimpulkan bahwa populasi bukan hanya sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh objek atau subjek tersebut. Populasi dalam penelitian ini seluruh yang berada pada PT Gabe Savana Berlian baik konsumen ataupun karyawan pada PT Gabe Savana Berlian. Oleh karena itu populasi tidak di ketahui.

3.3.2 Sampel

Sampel menurut Sugiyono (2019) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sedangkan ukuran sampel merupakan suatu langkah untuk menentukan besarnya sampel yang dalam melaksanakan suatu penelitian. Adapun penelitian ini pengambilan sampel dengan *probability sampling*. Dikatakan *probability sampling* karena pengambilan sampel yang memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dalam penelitian ini menggunakan teknik *simple random sampling*. *simple random sampling* merupakan pengambilan sampel dari populasi secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi dan setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel. Penelitian ini menggunakan rumus *lameshow*, dikarenakan jumlah populasi yang tidak diketahui.

$$n = \frac{z^2 \cdot P(1 - P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5(1 - 0,5)}{0,10^2}$$

$$n = \frac{3,8164 \cdot 0,25}{0,01} = \frac{0,9604}{0,01} = 96,04$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

z = Skor z pada kepercayaan 95% 1,96

P = maksimal estimasi 0,5

$d = \alpha (0,10)$ atau sampling error 10%

Berdasarkan rumus diatas, jumlah n yang diperoleh adalah 96,04, sehingga setidaknya penelitian ini harus harus mengumpulkan data dari sampel sekurang-kurangnya sebanyak 96 responden dibulatkan menjadi 100 responden.

3.4 Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2019), definisi operasional variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini terdapat 3 variabel yang akan diteliti, yaitu dengan penjelasan sebagai berikut.

1. Variabel Terikat/Dependen (Y)

Menurut Sugiyono (2019) variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria dan konsukuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat/dependen adalah Keputusan Pembelian Jasa (Y)

2. Variabel Bebas/Independen

Variabel ini mempunyai pengaruh atau menjadi penyebab terjadinya perubahan pada variabel lain, sehingga bisa dikatakan bahwa perubahan yang terjadi pada variabel ini diasumsikan akan mengakibatkan terjadinya perubahan variabel lain. Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi variable dependen atau variable terikat. Menurut Sugiyono (2019) variable independen adalah variable-variable yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab

perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas/independen adalah Strategi Pemasaran (X1), dan Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang (X2).

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
1.	Strategi Pemasaran (X1)	Menurut Wibowo(2021) Strategi pemasaran merupakan Upaya untuk membangun kepercayaan (citra) terhadap pelanggan, diperlukan analisis pasar dan perilaku konsumen agar kegiatan pemasaran dapat dilakukan.	1)Penentuan strategi produk 2)Penentuan harga 3)Strategi lokasi penjualan 4) Promosi	Likert
2.	Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang(X2)	Menurut Kotler(2019) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan .apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan,maka kualitas pelayanan di persepsikan baik dan memuaskan .kepuasan yang telah terbentuk dapat	1.Kehandalan 2.Bukti fisik 3.Kepekaan 4.Jaminan 5.Empati	Likert

No	Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
		mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang dan nantinya akan menjadi pelanggan setia.		
3.	Keputusan Pembelian Jasa(Y)	Keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk (Kholidah dan Arifiyanto, 2020).	1.Pilihan produk 2.Pilihan merek 3.Pilihan penyalur 4.Waktu pembelian 5.Jumlah pembelian	Likert

Sumber: [googlescholar.com](https://scholar.google.com)

3.5 Aspek Pengukuran Variabel

Dalam penelitian ini, skala pengukuran variabel yang digunakan adalah skala likert. Menurut Kriyantono (2020) Skala likert digunakan untuk mengukur sikap seseorang tentang suatu objek. Dengan skala likert maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pertanyaan dan pernyataan.

Tabel 3.3

Tabel Aspek Pengukuran Variabel

No	Jenis Jawaban	Bobot
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

Sumber: Sugiyono(2022)

3.6 Uji Instrumen Penelitian

3.6.1 Uji Validitas

Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid memiliki arti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Sugiyono (2019) menjelaskan bahwa validitas adalah instrumen yang dapat digunakan untuk mengukur antara data yang terjadi pada objek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti. Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan *pearson correlation* yaitu dengan cara menghitung jumlah korelasi antara nilai yang diperoleh dari pertanyaan atau pernyataan kuesioner. Sementara untuk mengetahui skor masing-masing item pertanyaan valid atau tidaknya, maka ditetapkan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka setiap butir instrument dinyatakan valid.
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka setiap butir instrument dinyatakan tidak valid.

Tabel 3.4
Uji Validitas Variabel Strategi Pemasaran (X1)

No	Item Pernyataan	Corrected item total correlation (r hitung)	r Tabel	Keterangan
<i>Product</i>				
1.	PT Gabe Savana Berlian merupakan salah satu Perusahaan yang bergerak dibidang ekspedisi atau pengiriman barang medan-pekanbaru.	0,586	0,361	Valid

No	Item Pernyataan	Corrected item total correlation (r hitung)	r Tabel	Keterangan
2	PT Gabe Savana Berlian sudah berinovasi dan memanfaatkan teknologi dalam meningkatkan layanan seperti pelacakan secara online atau sudah menerapkan aplikasi seperti halnya jasa ekspedisi lain seperti JNE atau J&T.	0,700	0,361	Valid
Price				
3	Penentuan harga pada PT Gabe Savana Berlian sudah kompetitif dan adil bagi pelanggan yang diukur dari jarak serta berat dan ukuran paket yang dikirim.	0,757	0,361	Valid
4	Dalam menentukan harga PT Gabe Savana Berlian memiliki berbagai jenis pelayanan pengiriman barang seperti ekspres dan pengiriman standar.	0,643	0,361	Valid
Place				
5	Letak PT Gabe Savana Berlian berdekatan dengan kota-kota ataupun fasilitas distribusi yang memungkinkan mudah dijangkau pelanggan.	0,452	0,361	Valid
6	Letak PT Gabe Savana Berlian sudah mempertimbang aksesibilitas dan infrastruktur transportasi yang ideal untuk memudahkan pergerakan barang yang akan dikirim ataupun diterima.	0,627	0,361	Valid
Promotion				
7	PT Gabe Savana Berlian sudah memanfaatkan teknologi untuk mempromosikan atau mengenalkan produk jasa yang diberikan kepada pelanggan melalui sosial media seperti menggunakan website atau promosi melalui iklan yang disediakan oleh sosial tersebut seperti Instagram atau facebook.	0,600	0,361	Valid
8	PT Gabe Savana Berlian memberikan konten yang informatif dan edukatif seputar pengiriman barang dan berita terbaru di industri logistik.	0,821	0,361	Valid

Sumber: Data diolah peneliti(2024)

Berdasarkan tabel 3.4 dapat dilihat bahwa $df = nk (30-2=28)$, data R tabel didapat dari tabel statistik sebesar 0,3610. Dalam hal ini nilai R hitung dari seluruh item pernyataan lebih besar dari R tabel = 0,3610. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh item adalah valid.

Tabel 3.5
Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

No	Item Pernyataan	Corrected item total correlation (r hitung)	r Tabel	Keterangan
Kehandalan				
1.	PT Gabe Savana Berlian tepat Waktu mengirimkan barang dan barang aman sampai tujuan.	0,784	0,361	Valid
Bukti Fisik				
2	Alat transportasi PT Gabe Savana Berlian berupa truk yang dapat mengangkut barang.	0,834	0,361	Valid
Kepekaan				
3	PT Gabe Savana Berlian dapat menerima komplain atau pelanggan dapat menanyakan pelacakan barang.	0,800	0,361	Valid
Jaminan				
4	PT Gabe Savana Berlian dapat meyakinkan pelanggan dan calon pelanggan agar barang yang dikirim tepat waktu dan aman.	0,784	0,361	Valid
Empati				
5	PT Gabe Savana Berlian menginformasikan tentang pengiriman barang pelanggan mereka, terutama jika terjadi penundaan.	0,511	0,361	Valid

Sumber: Data diolah peneliti(2024)

Berdasarkan tabel 3.5 dapat dilihat bahwa $df = nk (30-2=28)$, data R tabel didapat dari tabel statistik sebesar 0,3610. Dalam hal ini nilai R hitung dari seluruh item pernyataan lebih besar dari R tabel = 0,3610. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh item adalah valid.

Tabel 3.6
Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian Jasa (Y)

No	Item Pernyataan	Corrected item total correlation (r hitung)	r Tabel	Keterangan
Pilihan Produk				
1.	Memakai jasa pada PT Gabe Savana Berlian setelah tahu perusahaan tersebut menawarkan jasa pengiriman.	0,822	0,361	Valid
Pilihan Merek				
2	PT Gabe Savana Berlian adalah salah satu perusahaan ekspedisi yang paling banyak digunakan pada saat pengiriman barang.	0,876	0,361	Valid
Pilihan Penyalur				
3	Memakai jasa PT Gabe Savana Berlian karena sesuai dengan tujuan yang di inginkan.	0,767	0,361	Valid
Waktu Pembelian				
4	Menggunakan jasa PT Gabe Savana Berlian karena rekomendasi dari orang lain.	0,739	0,361	Valid
Jumlah Pembelian				
5	Sering melakukan penggunaan jasa di PT Gabe Savana Berlian secara berulang kali.	0,784	0,361	Valid

Sumber: Data diolah peneliti(2024)

Berdasarkan tabel 3.6 dapat dilihat bahwa $df = nk (30-2=28)$, data R tabel didapat dari tabel statistik sebesar 0,3610. Dalam hal ini nilai R hitung dari seluruh item pernyataan lebih besar dari R tabel = 0,3610. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh item adalah valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Hasil penelitian yang reliabel, bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Instrumen yang tidak teruji reliabilitasnya bila digunakan untuk penelitian akan menghasilkan data yang sulit dipercaya kebenarannya. Instrumen yang reliabel belum tentu valid. Reliabilitas instrumen merupakan syarat untuk pengujian validitas instrumen. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang dapat

digunakan berkali-kali saat mengukur objek yang sama dan menghasilkan data yang sama (Sugiyono,2019). Uji reliabilitas yang digunakan adalah dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika nilai cronbach alpha $\alpha > 0,06$ maka dinyatakan reliabel.
2. Jika nilai cronbach alpha $\alpha < 0,06$ maka tidak reliabel.

Tabel 3.7
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	<i>Cronbach's alpha</i>	Rteori	Kriteria
1	Strategi Pemasaran	0,802	0,60	<i>Reliabel</i>
2	Kualitas Pelayanan	0,795	0,60	<i>Reliabel</i>
3	Keputusan Pembelian Jasa	0,852	0,60	<i>Reliabel</i>

Sumber: Data diolah peneliti(2024)

Dari hasil pengolahan data didapatkan nilai keseluruhan setiap variabel *Cronbach's alpha* $> 0,60$, maka pernyataan dalam kuesioner dinyatakan *reliable* atau terpercaya dengan tingkat reliabilitas yang tinggi. Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai koefisien (*Cronbach's alpha*) untuk variabel Strategi Pemasaran (X1) yaitu sebesar $0,802 > 0,60$. Variabel Kualitas Pelayanan (X2) yaitu sebesar $0,795 > 0,60$. Variabel Keputusan Pembelian (Y) yaitu sebesar $0,852 > 0,60$. Dengan demikian dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan seluruh variabel adalah *reliable* (layak).

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Analisis Deskriptif

Memberikan deskripsi dari suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, maksimum, dan minimum. Stastistik deskriptif

dimaksudkan untuk memberikan gambaran mengenai distribusi dan perilaku data sampel tersebut (Ghozali, 2019).

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik menurut Riyanto dan Hatmawan (2020) adalah uji persyaratan yang dipergunakan untuk uji regresi yang apabila hasilnya memenuhi asumsi maka akan memberikan hasil koefisien regresi yang linear, tidak bias, dan juga konsisten.

3.7.2.1 Uji Normalitas

Ghozali (2021) Dalam pengujian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Data yang berdistribusi normal dikatakan valid dalam uji statistik. Penelitian ini menggunakan plot probabilitas normal (normal probability plot) untuk menguji kenormalitasan jika penyebaran data (titik) disekitar sumbu diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *kolmogorov Smirnov* menggunakan program SPSS versi 26.

H₀ : jika nilai sig>0,05 data residual berdistribusi normal.

H_a : jika nilai sig<0,05 data residual berdistribusi tidak normal.

3.7.2.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas Menurut Riyanto dan Hatmawan (2020) digunakan

untuk menguji sebuah model regresi mengenai ada tidaknya korelasi antar variabel bebas (independen). Salah satu cara mendeteksi adanya multikolinearitas adalah dengan melihat *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). *Tolerance* mengukur variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai yang umum digunakan untuk menunjukkan tidak adanya multikolinearitas adalah nilai *Tolerance* $>0,10$ atau sama dengan nilai VIF <10 .

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi dapat dilihat sebagai berikut:

1. Jika *Tolerance* $> 0,1$ dan VIF < 10 , maka tidak terjadi multikolinearitas.
2. Jika *Tolerance* $< 0,1$ dan VIF > 10 , maka terjadi multikolinearitas.

3.7.2.3 Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas adalah varian residual yang tidak sama pada semua pengamatan di dalam model regresi. Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heterokedastisitas. Dalam penelitian ini menggunakan uji korelasi metode Uji Glejser dimana dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya dengan kriteria:

- a. Terjadi heterokedastisitas jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual $<0,05$.
- b. Tidak terjadi heterokedastisitas jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual $>0,05$.

3.7.2.4 Uji Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiyono (2019), analisis regresi linier berganda digunakan oleh peneliti ketika mereka ingin memprediksi bagaimana variabel dependen (kriteria)

akan berubah seiring dengan perubahan dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor. Persamaan analisis regresi berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Keputusan pembelian

a = Konstanta

$\beta_1 \beta_2$ = Koefisien regresi variabel

X1 = Strategi pemasaran

X2 = Kualitas pelayanan pengiriman barang

e = Standar error

3.7.2.5 Uji Hipotesis

Menurut Sugiyono (2018) menyatakan bahwa hipotesis diartikan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Jadi dapat disimpulkan bahwa hipotesis diperoleh dengan memprediksi penelitian terdahulu sebagai referensi dalam pembuktian uji hipotesis berguna untuk mengetahui apakah secara parsial atau simultan memiliki hubungan antara X1,X2 berpengaruh Y ada dua jenis koefisien yang dapat dilakukan yaitu dengan uji t dan uji f

3.7.2.5.1 Uji T (Uji parsial)

Menurut Riyanto & Hatmawan (2020) Uji t atau dapat juga disebut uji parsial, pengujian ini bertujuan untuk menguji signifikan pengaruh secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen. Pengambilan keputusan dengan tingkat signifikan (α) = 5% atau 0,5 kriteria pengambilan keputusan

ditentukan sebagai berikut:

- a. 1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka hipotesis diterima.
- b. 2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka hipotesis ditolak.

3.7.2.5.2 Uji F (Uji Simultan)

Menurut Ghozali (2018) tujuan dari Uji F untuk mengetahui atau menguji apakah persamaan model regresi dapat digunakan untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

1. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka hipotesis ditolak.
2. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka hipotesis diterima.

3.7.2.6 Uji Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) mempunyai tujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berkisar antara $0 \leq R^2 \leq 1$. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai R^2 yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen hampir memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen Ghozali (2019). Adapun kriteria pengujian Analisis Koefisien Determinasi Berganda yaitu sebagai berikut:

1. Jika nilai R square diatas 0,5 maka dapat dikatakan baik.
2. Jika nilai R square dibawah 0,5 maka dapat dikatakan kurang baik.

Rumus koefisien determinasi

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

Kd : Koefisien determinasi atau seberapa jauh perubahan variabel Y
dipergunakan oleh variabel X

r^2 : Kuadrat koefisien korelasi

100% : Pengkali yang menyatakan dalam presentase

a. Jika $R^2 = 1$ atau mendekati 1, maka menunjukkan adanya pengaruh positif dan korelasi antara variabel yang diuji sangat kuat.

Jika $R^2 = 0$ atau mendekati 0, maka menunjukkan korelasi yang lemah atau tidak ada korelasi sama sekali antara variabel-variabel yang diteliti atau diuji.