

BAB III

OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek dan ruang lingkup penelitian

Melaju Raya Rizky Motor didirikan pada tanggal 5 Januari 2009 yang terletak di jalan raya Kota Legenda No. 8 Grand Wisata Tambun Bekasi. Merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jual beli mobil bekas merk Jepang mulai dari jenis sedan, mini bus sampai *pick up*. Perusahaan dagang ini merupakan perusahaan yang dimiliki oleh dua orang dengan sistem kerjasama yang sudah mempunyai satu cabang di daerah Cileungsi Bogor. Area utama pemasaran Melaju Raya Rizky Motor berada diwilayah Bekasi timur, Tambun Selatan. Prospeknya para konsumen perumahan karena lokasi *showroom* yang terletak dijalan utama yang dilalui para konsumen yang tinggal diberbagai kawasan perumahan jalur tersebut. Sebagai batasan penelitian objek penelitian ini adalah *showroom* Melaju Raya Rizky Motor yang terletak di jalan raya Kota Legenda No. 8 Grand Wisata Tambun Bekasi sedangkan batasan penelitian adalah konsumen Melaju Raya Rizky Motor yang telah membeli mobil.

3.2 Metode Penelitian

Desain penelitian yang dilakukan menggunakan disain deskriptif dan kausal. Menurut Sekaran (2007:158) penelitian dekriptif dilakukan untuk mengetahui dan menjadi mampu untuk menjelaskan karakteristik variabel yang diteliti dalam suatu situasi. Dilihat dari hubungan antar variabelnya, penelitian ini merupakan penelitian kausal atau sebab akibat. Menurut Schindler (2006:154) kausal adalah penelitian yang diadakan untuk menjelaskan hubungan antar

variabel, variabel yang satu menyebabkan atau menentukan nilai variabel yang lain. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan menggunakan data primer karena data diambil langsung pada konsumen Melaju Raya Rizky Motor.

3.3 Operasional Variabel Penelitian

Variabel penelitian dan definisi operasional dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel dependen dan variabel *independent*.

Menurut Sekaran (2007:116) variabel independen atau variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat, entah secara positif maupun negatif. Yaitu, jika terdapat variabel bebas, variabel terikat juga hadir, dan dengan setiap unit kenaikan dalam variabel bebas, terdapat pula kenaikan atau penurunan dalam variabel terikat. Dalam hal ini yang merupakan variabel independen adalah:

1. Kualitas Produk (X_1)
2. Harga (X_2)

Menurut Uma sekaran (2007:116) variabel dependen merupakan variabel utama yang menjadi faktor yang berlaku dalam investigasi, melalui analisis terhadap variabel terikat yaitu, menemukan variabel yang mempengaruhinya. Dalam penelitian ini, variabel dependen adalah keputusan pembelian (Y).

Tabel 3.1
Operasionalisasi variabel

Variabel Independent	Dimensi	Indikator	Item
<p>Kualitas Produk (X1) kualitas produk adalah kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan; kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan. Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah (misalnya apa yang dianggap merupakan kualitas saat ini mungkin dianggap kurang berkualitas pada masa mendatang). Tjiptono (2008)</p>	<p>1. Daya guna (<i>performance</i>), yaitu kesesuaian produk dengan fungsi utama produk atau karakteristik operasi dari suatu produk</p>	<p>1. Kualitas badan mobil (Cat dan Body metal mobil yang masih bagus atau sedikit dempulannya.)</p>	1
		<p>2. Elektrisasi mobil (Ac mobil, lampu-lampu, tape/cd, spion elektrik (bila ada) masih berfungsi normal.</p>	2
		<p>3. Kualitas mesin (tidak ada kebocoran diruang bakar, tidak ada rembesan oli, gas buang yang normal/tidak berasap, suara mesin halus)</p>	3
		<p>1. Kelengkapan aksesoris mobil yang tersedia sesuai dengan tipe mobil seperti AC <i>double blower</i>, TV mobil, <i>spion electric mirror</i>, <i>power steering</i>, <i>foot step</i>, lampu, kaca film, dll</p>	4
		<p>2. Tambahan aksesoris mobil sebelumnya selain standar pabrik seperti sarung jok, lampu kabut, pelek racing, bemper, dll)</p>	5
		<p>1. Kualitas mobil yang dirawat dari <i>Record service</i> berkala pemilik sebelumnya</p>	6
		<p>2. Kondisi mesin yang kering (tidak ada kebocoran oli)</p>	7
		<p>1. Kelengkapan dokumen kendaraan yang sesuai dengan fisik kendaraan seperti No. Rangka, No. Mesin, No. Faktur, blanko kosong dan Copy KTP pemilik sebelumnya</p>	8
		<p>2. Kondisi mesin yang kering (tidak ada kebocoran oli)</p>	9
		<p>1. Kelengkapan dokumen kendaraan yang sesuai dengan fisik kendaraan seperti No. Rangka, No. Mesin, No. Faktur, blanko kosong dan Copy KTP pemilik sebelumnya</p>	10
		<p>2. Kondisi mesin yang kering (tidak ada kebocoran oli)</p>	11
		<p>1. Kelengkapan dokumen kendaraan yang sesuai dengan fisik kendaraan seperti No. Rangka, No. Mesin, No. Faktur, blanko kosong dan Copy KTP pemilik sebelumnya</p>	12

	telah ditetapkan.	dan faktur kendaraan	
	5. Daya tahan (<i>Durability</i>), yaitu tingkat keawetan produk atau lama umur produk.	2. Pajak mobil yang masih berlaku 1. <i>Track record</i> mobil (Kilometer rendah, kembang ban tebal, tahun pembuatan ban, <i>shockbeker</i> /kaki-kaki masih lentur 2. <i>chasiiss</i> mobil yang tidak keropos.	13 14 15
	6. Daya pelayanan (<i>serviceability</i>), yaitu kemudahan produk yang akan diperbaiki atau kemudahan memperoleh komponen produk tersebut.	1. Ketersediaan <i>sparepart</i> mobil bekas dipasar dalam jumlah banyak dan harga yang murah. (filter oli, lampu-lampu, <i>packing</i> mesin, pompa bensin dll)	
	7. Estetika (<i>aesthetic</i>), yaitu keindahan atau daya tarik produk tersebut.	1. Kebersihan mobil dari luar (mengkilap dan tidak banyak cacat) 2. Kebersihan interior mobil (<i>dasboard</i> , <i>backlading</i> , kursi jok dll.	
	8. Persepsi (<i>perception</i>), yaitu fanatisme pelanggan akan merk suatu produk tertentu atau reputasi produk tersebut (image produk).	1. Mobil bekas yang dijual di shworoom warung mobil Melaju Raya Rizky Motor berkualitas baik.	
Harga (X2) Tjiptono (2008:465) harga adalah jumlah uang (satuan moneter) dan atau aspek lain (non moneter) yang mengandung utilitas/kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan	1. Tingkat Harga adalah harga ditetapkan perusahaan disesuaikan dengan strategi perusahaan dalam menghadapi situasi dan kondisi yang berubah untuk mencapai tujuan dan sasaran yang ditetapkan dalam waktu tertentu	1. Harga sesuai dengan pasaran 2. Harga sesuai dengan layanan yang didapat pelanggan	16 17

suatu produk.	<ol style="list-style-type: none"> 2. Cara pembayaran adalah syarat pembayaran dalam kaitannya dengan alat pembayaran seperti tunai, kredit, transfer dan sebagainya 3. Potongan harga adalah hasil pengurangan dari harga dasar atau harga tercatat atau harga terdaftar 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemilihan cara pembayaran tunai atau kredit 2. Praktis dalam pembayaran transfer antar Bank atau tunai, cek, dan giro. 1. Pemberian potongan harga pada konsumen 2. Potongan harga yang sesuai dengan daya beli konsumen 3. Potongan harga yang sesuai keinginan konsumen 	<p>18</p> <p>19</p> <p>20</p> <p>21</p> <p>22</p>
<p>Keputusan pembelian (Y) Keputusan pembelian adalah sebuah proses di mana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian Tjiptono (2008)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengenalan kebutuhan adalah tahapan pertama proses pembelian dimulai ketika menyadari masalah dan kebutuhan 2. Pencarian informasi adalah tahapan kedua di mana konsumen memulai mencari informasi 3. Pengevaluasian alternatif yaitu proses keputusan pembelian menggunakan informasi untuk mengevaluasi berbagai merek alternatif 4. Keputusan pembelian yaitu konsumen membentuk preferensi atas merek-merek dalam kumpulan pilihan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kebutuhan akan mobil bekas berkualitas 1. Sumber informasi mengenai kualitas produk dan harga 1. Pertimbangan reputasi secara merek dagang dibanding pedagang pesaing 2. Pertimbangan harga produk dengan pesaing 1. Keyakinan atas keputusan pembelian 2. Pilihan terbaik atas keputusan pembelian 3. Solusi terbaik dalam pembelian mobil bekas berkualitas. 	<p>23</p> <p>24</p> <p>25</p> <p>26</p> <p>27</p> <p>28</p> <p>29</p>

Sumber : data diolah peneliti

3.4 Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Sekaran (2007:60), menyatakan bahwa data primer adalah data yang mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan variabel minat untuk tujuan spesifik studi. Sedangkan data sekunder menurut Sekaran (2007:60) adalah data-data yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada.

Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dari jawaban responden melalui kuesioner. Sekaran (2007:82), menyatakan bahwa kuesioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya yang akan responden jawab, biasanya dalam *alternative* yang didefinisikan dengan jelas. Bentuk kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup, yaitu seperangkat pertanyaan yang telah disediakan sejumlah alternatif jawabannya untuk dipilih oleh setiap responden dengan kategori likert skala penilaian lima. Sedangkan sumber data sekunder diperoleh berupa data perusahaan, buku profil, literatur, internet, penelitian terdahulu dan jurnal kumpulan tulisan dari beberapa ahli.

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Menurut Sekaran (2007:32), skala likert digunakan untuk menelaah seberapa kuat subjek setuju atau tidak setuju dengan pertanyaan pada skala lima titik. Sedangkan menurut Malhotra (2005:298), skala likert adalah skala pengukuran dengan lima kategori respon yang berkisar antara "sangat setuju" hingga "sangat tidak setuju" yang mengharuskan responden menentukan derajat persetujuan atau ketidak-

setujuan responden terhadap masing-masing dari serangkaian pernyataan mengenai obyek stimulus. Dalam hal ini, variabel bebas maupun variabel terikat digunakan skala lima tingkat, yang terdiri dari: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Kurang Setuju (KR), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS).

Tabel 3.2
Skala tingkat nilai responden

1	Sangat tidak setuju
2	Tidak setuju
3	Kurang setuju
4	Setuju
5	Sangat setuju

Sumber : data diolah peneliti

Penyebaran kuesioner dilakukan pada saat pembeli datang ke *showroom* Melaju Raya Rizky Motor di mana konsumen yang telah membeli mobil tersebut. Sedangkan tempat penyebaran kuesioner yaitu pada *showroom* Melaju Raya Rizky Motor yang terletak di jalan raya Kota Legenda no 8 Bekasi.

Selanjutnya agar hasil penelitian tidak diragukan kebenarannya, maka instrumen perlu diuji validitas dan reliabilitasnya. Hal ini sesuai dengan pendapat Sugiyono (2007:202) bahwa supaya diperoleh data penelitian yang *valid* dan *reliable* maka perlu diuji validitas dan reliabilitasnya sebelum instrumen kuesioner diberikan kepada responden.

3.4.1 Uji Validitas

Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur. Malhotra (2010:213) Suatu instrumen di katakan *valid*

apabila mampu mengukur apa yang diinginkan serta dapat mengungkap dalam variabel yang di teliti secara tetap. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang di maksud. Uji validitas ini digunakan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa cermat suatu tes melakukan fungsinya.

Pengujian validitas menggunakan perhitungan metode *pearson product moment*. Uji validitas berdasarkan pada *pre-test* yang telah dilakukan kepada 30 responden, dimana uji validitas diolah dengan metode korelasi Pearson. Menurut Ghozali (2005), setiap pernyataan dinyatakan valid apabila nilai r hitung > dari nilai r tabel (0,361). Adapun perhitungan korelasi *product moment*, dengan rumus seperti yang dikemukakan oleh Arikunto (2002:220) :

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan:

r_{xy} = korelasi product moment

n = jumlah obsevasi/responden

$\sum x$ = jumlah skor butir (x)

$\sum Y$ = jumlah skor variabel (y)

3.4.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sekaran (2006 : 40), reliabilitas atau keandalan adalah suatu pengukuran yang menunjukkan sejauh man pengukuran tersebut tanpa bias (bebas kesalahan / *error free*) Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode *Alpha (Cronbach's)*. Sedang menurut Sugiyono (2007:10) mengemukakan bahwa

realibilitas menunjukkan suatu pengertian bahwa instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data, karena instrumen itu sudah baik. Instrumen yang dapat dipercaya, yang *reliable* akan menghasilkan data yang dapat dipercaya.

Pada penelitian ini untuk mencari reliabilitas instrumen menggunakan *Cronbach's Alpha*, karena merupakan statistik yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen penelitian. Suatu instrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas memadai jika koefisien Alpha Cronbach lebih besar atau sama dengan 0,70 (Hair, Tatham & Black, 2006:88).

3.5 Populasi dan Sampel

Malhotra (2010:364) mengungkapkan populasi adalah gabungan seluruh elemen yang memiliki serangkaian karakteristik serupa mencakup semesta untuk kepentingan masalah riset pemasaran Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen produk mobil bekas Melaju Raya Rizky Motor di Tambun.

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling*. Menurut Sugiyono (2007:60) *nonprobability sampling* adalah teknik yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *convenience sampling*, yaitu teknik pengumpulan informasi dari anggota populasi yang dengan senang hati bersedia memberikannya.

Populasi pembeli atau pelanggan *showroom* Melaju Raya Rizky Motor.

Diambil dari data 12 bulan terakhir pembeli terhitung mulai bulan Januari 2011 sampai dengan Desember 2011 sebanyak 200 orang. Salah satu untuk menentukan sampel dengan menggunakan rumus Slovin yaitu:

$$n = N/(1+Ne^2)$$

n= number of sample (jumlah sampel)

N=total population (jumlah seluruh anggota populasi)

e=error tolerance (toleransi terjadinya galat; taraf signifikansi lazimnya 0.05)

$$\text{maka } n = 200 / (1 + 200 \times 0,05 \times 0,05)$$

$$n = 133 \text{ orang}$$

Table 3.2

Data penjualan pada tahun 2011 Melaju Raya Rizky Motor

Bulan	penjualan	Bulan	Penjualan
Januari	10	Juli	17
Febuari	16	Agustus	15
Maret	17	September	7
April	24	Oktober	9
Mei	30	November	12
Juni	25	Desember	18
		Jumlah	200

Sumber : data olahan peneliti

3.6 Metode Analisis

3.6.1 Analisis Regresi Linear Berganda

3.6.1.1 Persamaan Regresi

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui bagaimana variabel dependen (Y) dapat diprediksi melalui variabel independen (X) secara

individual. Adapun perhitungan persamaan regresi linear sederhana dilakukan dengan menggunakan rumus (Sugiyono, 2007:270) sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

\hat{Y} = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

b_1b_2 = Koefisien regresi

X_1 = Kualitas Produk

X_2 = Harga

3.6.2 Uji Persyaratan

3.6.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Data yang baik adalah data yang mempunyai pola seperti distribusi normal, yaitu distribusi data tersebut tidak condong ke kanan atau ke kiri, tetapi bentuk lonceng. Dalam penelitian ini akan digunakan uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 0,05 atau 5%.

1.6.2.2 Uji Linearitas

Menurut Siswandari (2006:26) Uji Linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau

tidak secara signifikan. Uji ini digunakan untuk sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Pada penelitian ini pengujian linearitas dengan menggunakan *Test of Linearity* dengan pada taraf signifikansi 0,05. Artinya, dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi kurang dari 0,05.

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

3.6.3.1 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Dalam penelitian ini, untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi digunakan matrik korelasi variabel-variabel bebas, dan melihat nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF) dengan perhitungan bantuan program SPSS 19.0. Jika dari matrik korelasi antar variabel bebas ada korelasi cukup tinggi (umumnya di atas 0,90), maka hal ini merupakan indikasi adanya problem multikolinearitas, dan sebaliknya. Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya *problem* multikolinearitas adalah *tolerance* < 0,10 atau sama dengan nilai VIF > 10 (Ghozali, 2007)

3.6.3.2 Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke

pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homokedastisitas atau tidak terjadi Heterokedastisitas (Ghozali, 2007: 125).

Dalam penelitian ini uji heterokedastisitas dilakukan dengan menggunakan Uji *Park*, yaitu meregresikan nilai residual ($Ln\epsilon_i^2$) dengan masing-masing variabel dependen (LnX_1 dan LnX_2). Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- 1) H_0 : tidak ada gejala heteroskedastisitas
- 2) H_a : ada gejala heteroskedastisitas

H_0 diterima bila $-t \text{ tabel} \leq t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$ berarti tidak terdapat heterokedasitas dan H_0 ditolak bila $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$ yang berarti terdapat heterokedasitas.

3.6.4 Uji Hipotesis

3.6.4.1 Uji Parsial

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat (Ghozali, 2007:84). Pengujian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel bebas (Kualitas produk, harga) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian) secara terpisah atau parsial. Rumus t hitung pada analisis regresi adalah:

$$t \text{ hitung} = \frac{r\sqrt{n-k-1}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

r = Koefisien korelasi parsial

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah data atau kasus

Hipotesa yang digunakan dalam pengujian ini adalah :

$H_0 : \beta_0 = 0$, variabel bebas (kualitas produk, harga) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (keputusan konsumen).

$H_1 : \beta_1 \neq 0$, variabel bebas (kualitas produk, harga) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (keputusan konsumen).

Dasar pengambilan keputusan (Ghozali, 2007 : 85) :

1. Dengan membandingkan nilai t hitungnya dengan t tabel.

Apabila $t \text{ tabel} > t \text{ hitung}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Apabila $t \text{ tabel} < t \text{ hitung}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan tingkat signifikansi 95% ($\alpha = 5\%$).

2. Dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi.

Apabila angka probabilitas signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Apabila angka probabilitas signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

1.6.4.2 Uji F

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y).

Menurut Malhotra (2010:153), Uji F merupakan sebuah uji statistik kesetaraan varians dari dua variable. Signifikan berarti hubungan yang terjadi dapat berlaku untuk populasi atau dapat digeneralisasikan. F hitung dapat dicari dengan rumus sebagai berikut :

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

Dimana :

R^2 = koefisien determinasi

n = Jumlah data atau kasus

k = jumlah variabel independen

Hipotesis :

Ho : tidak ada pengaruh secara signifikan antara X_1 dan X_2 secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y).

Ha : ada pengaruh secara signifikan antara X_1 dan X_2 secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y).

Kriteria Pengujian :

Ho diterima jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$

Ho ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$

Selain itu, dapat juga dengan melihat nilai probabilitas. Jika nilai probabilitas lebih kecil daripada 0,05 (untuk tingkat signifikansi = 5%), maka variabel independen secara serentak berpengaruh terhadap variabel dependen. Sedangkan jika nilai probabilitas lebih besar daripada 0,05

maka variabel independen secara serentak tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

3.6.5 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinan (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan paling baik dalam analisis regresi, dimana hal yang ditunjukkan oleh besarnya koefisiensi determinasi (R^2) antara 0 (nol) dan 1 (satu). Koefisien determinasi (R^2) nol variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila koefisien determinasi semakin mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Selain itu koefisien determinasi dipergunakan untuk mengetahui presentase perubahan variabel terikat (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X).