

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Objek penelitian adalah suatu hal yang akan diteliti. Objek penelitian adalah sifat keadaan dari suatu benda atau orang yang menjadi pusat perhatian serta sasaran penelitian, atau hendak akan diselidiki pada kegiatan penelitian (Fauziyyah & Rina, 2020). Objek pada penelitian ini adalah UMKM Kopi Goban merupakan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) bergerak di bidang minuman yang berlokasi di Kabupaten Bekasi. Kopi Goban adalah kedai kopi yang menjual berbagai minuman berbahan dasar kopi dengan beragam ukuran mulai dari ukuran individu dengan kemasan *cup* hingga ukuran besar untuk 4-5 orang dengan kemasan botol satu liter. Penelitian ini akan berlangsung selama tiga bulan. Alasan pemilihan objek penelitian ini karena Kopi Goban sendiri memiliki permasalahan dalam persaingan ketat dan penurunan penjualan. Sehingga diperlukan diferensiasi produk yang dapat mempunyai keunggulan atau mempunyai nilai lebih dibandingkan produk kompetitor.

#### **3.2 Metode dan Desain Penelitian**

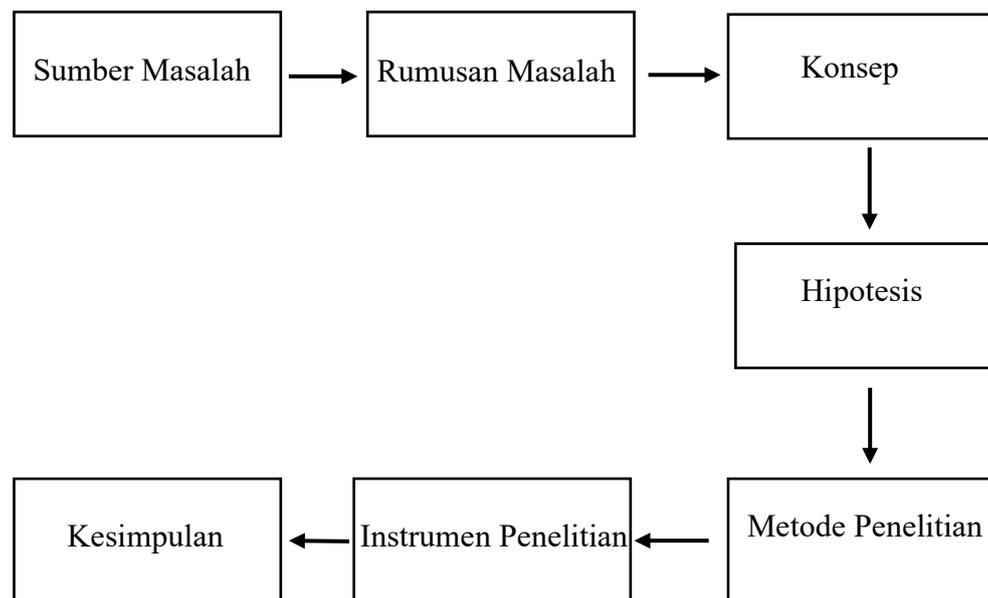
##### **3.2.1 Metode Penelitian**

Menurut Suharsimi (1998) dalam bukunya yang berjudul *Prosedur Penelitian Suatu Praktek* menyatakan bahwa “Metode penelitian adalah suatu dasar dalam penelitian yang sangat penting, karena berhasil atau tidaknya serta kualitas tinggi rendahnya hasil penelitian sangat ditentukan oleh ketepatan peneliti dalam menentukan metode penelitiannya”. Berdasarkan pernyataan tersebut dapat didefinisikan bahwa metode penelitian merupakan sebuah landasan peneliti dalam melakukan penelitiannya, baik dimulai dari membuat rumusan masalah sampai pada menarik kesimpulan.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Pendekatan deskriptif untuk menggambarkan diferensiasi produk dan keputusan pembelian di Kopi Goban Sedangkan pendekatan verifikatif digunakan untuk menguji pengaruh diferensiasi produk terhadap keputusan pembelian UMKM Kopi Goban.

### 3.2.2 Desain Penelitian

Menurut Sarwono (2006), desain penelitian bagaikan sebuah peta bagi peneliti yang menuntun serta menentukan arah berlangsungnya sebuah penelitian secara benar dan tepat sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Tanpa desain yang baik, peneliti tidak akan dapat melakukan penelitian dengan baik karena yang bersangkutan tidak mempunyai pedoman arah yang jelas (Apriawal, 2022).



**Gambar 3. 1**  
**Prosedur Penelitian**

Alur penelitian ini diantaranya adalah menentukan sumber masalah, rumusan masalah, konsep, hipotesis, metode penelitian, instrumen penelitian dan kesimpulan sebagai berikut:

#### 1. Sumber Masalah

Untuk menentukan fenomena yang terjadi sebagai sumber masalah maka peneliti sebelumnya melakukan studi literatur terlebih dahulu. Dalam penelitian ini fenomenanya yaitu mengenai pengaruh diferensiasi produk terhadap keputusan pembelian pada UMKM Kopi Goban.

#### 2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah menjadi hal yang penting dan memerlukan pertimbangan yang matang dalam menyusunnya, karena penelitian ini tentunya bertujuan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Adapun rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah “Bagaimana gambaran umum pengaruh

diferensiasi produk terhadap keputusan pembelian pada UMKM Kopi Goban?”, dan “Bagaimana pengaruh diferensiasi produk terhadap keputusan pembelian pada UMKM Kopi Goban?”.

### 3. Konsep

Selanjutnya peneliti melakukan kajian referensi teoritis yang relevan dengan strategi pemasaran dan keputusan pembelian. Sementara itu terdapat penelitian terdahulu yang relevan yang dapat mendukung hipotesis sebagai tambahan kajian untuk menjawab rumusan masalah penelitian yang diajukan peneliti.

### 4. Hipotesis

Hipotesis yang diajukan oleh peneliti adalah: terdapat pengaruh diferensiasi produk (X) terhadap keputusan pembelian (Y) pada UMKM Kopi Goban.

### 5. Metode Penelitian

Selanjutnya peneliti menentukan metode penelitian. Adapun pada penelitian ini metode yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif.

### 6. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini instrument yang digunakan adalah kuisisioner atau angket. Sebelum instrument digunakan, peneliti terlebih dahulu melakukan uji validitas dan uji reabilitas guna mengukur sejauh mana konsistensi alat ukur yang digunakan. Kemudian melakukan penelitian untuk memperoleh data yang dimaksud dengan penyebaran kuisisioner atau angket. Setelah data terkumpul maka selanjutnya dianalisis dengan melakukan pengolahan data menggunakan rumus statistik tertentu untuk menjawab rumusan masalah serta hipotesis yang diajukan.

### 7. Kesimpulan

Kesimpulan pada penelitian ini merupakan jawaban dari rumusan masalah yang diajukan. Selanjutnya peneliti juga menambahkan implikasi serta saran berdasarkan temuan penelitian sebagai timbal balik dari peneliti untuk organisasi atau lembaga yang diteliti.

### 3.3 Operasionalisasi Variabel

Berdasarkan judul penelitian ini yaitu diferensiasi produk (X) serta keputusan pembelian pada UMKM (Y). Maka peneliti bermaksud untuk membuat tabel operasional variable dengan tujuan untuk menjabarkan setiap variable agar lebih mudah untuk melihat setiap variable yang digunakan dalam penelitian ini.

**Tabel 3.1**  
**Operasionalisasi Variabel**

Variabel	Definisi	Indikator	Pengukuran	Skala
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Diferensiasi Produk (X)	Menurut Kotler dan Amstrong (2012)	Bentuk produk	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat variasi ukuran cup kopi.</li> <li>• Tingkat variasi content atau struktur fisik kopi.</li> </ul>	Ordinal
	diferensiasi produk adalah tindakan merancang satu set perbedaan yang berarti untuk membedakan penawaran perusahaan dari pesaing sehingga hasil yang dapat mempengaruhi pilihan dan kepentingan konsumen yang paling istimewa.	Karakteristik	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat variasi rasa kopi</li> <li>• Tingkat variasi topping kopi.</li> </ul>	Ordinal
	Artinya perusahaan berusaha membuat produk yang ditawarkan mempunyai	Kesesuaian Kualitas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kualitas produk kopi yang dijanjikan sesuai.</li> <li>• Tingkat kualitas pelayanan yang diberikan sesuai dengan</li> </ul>	Ordinal

Variabel (1)	Definisi (2)	Indikator (3)	Pengukuran (4)	Skala (5)
	keunggulan atau mempunyai nilai lebih dibandingkan produk kompetitor	Jumlah Pembelian	<p>yang diharapkan.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Jumlah pembelian terhadap produk yang dibeli oleh konsumen selalu bervariasi.</li> <li>• Konsumen menetapkan jumlah pembelian sesuai dengan kebutuhannya.</li> </ul>	Ordinal
		Gaya	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kemenarikan tampilan kopi.</li> <li>• Tingkat kemenarikan kemasan kopi.</li> </ul>	Ordinal
Keputusan Pembelian (Y)	Menurut Tjiptono & Fandy (2012) keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi	Pemilihan Produk	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat menetapkan pilihan terhadap produk yang diinginkan.</li> <li>• Tingkat memilih produk dengan harga dan kualitas yang memuaskan.</li> </ul>	Ordinal

Variabel (1)	Definisi (2)	Indikator (3)	Pengukuran (4)	Skala (5)
	secara baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian.	Pemilihan Merek	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat memilih produk sesuai dengan rekomendasi penjual</li> <li>• Konsumen memilih produk kopi goban karena banyaknya masyarakat yang membeli</li> <li>• Konsumen melakukan penetapan pembelian karena lokasi mudah dijangkau</li> <li>• Konsumen membeli produk karena sering melihatnya di festival musik.</li> </ul>	Ordinal
		Jumlah pembelian	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jumlah pembelian terhadap produk yang dibeli oleh konsumen selalu bervariasi.</li> <li>• Konsumen menetapkan jumlah pembelian</li> </ul>	Ordinal

Variabel (1)	Definisi (2)	Indikator (3)	Pengukuran (4)	Skala (5)
			sesuai dengan kebutuhannya.	
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konsumen melakukan pembelian produk karena sudah menjadi kebutuhan pokok</li> </ul>	
		Pemilihan saluran pembelian	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keinginan mencoba untuk membeli suatu barang oleh konsumen karena pengaruh konsumen lain.</li> <li>• Konsumen memiliki keinginan membeli produk karena sering melihat iklan dalam sosial media</li> <li>• Konsumen membeli produk karena pengaruh dari influencer</li> </ul>	Ordinal
		Penentuan waktu pembelian	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konsumen melakukan pembelian untuk stok sebagai minuman</li> <li>• Konsumen melakukan pembelian</li> </ul>	Ordinal

Variabel	Definisi	Indikator	Pengukuran	Skala
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
			produk sebagai teman minum saat waktu tertentu • Konsumen berani menyimpan produk karena produknya tahan lama	

### 3.4 Sumber Data dan Alat Pengumpul Data

#### 3.4.1 Sumber Data

Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan oleh peneliti menggunakan data primer dan sekunder, antara lain:

##### 1. Data primer

Data primer yaitu data yang dikumpulkan sendiri oleh perorangan atau organisasi secara langsung dari objek yang diteliti dan untuk kepentingan studi yang bersangkutan yang dapat berupa *interview*, maupun *observasi* (Situmorang *et al.*, 2014). Adapun pada penelitian ini data primer diperoleh dari responden melalui kuesioner terkait diferensiasi produk dan keputusan pembelian.

##### 2. Data sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dan disatukan oleh studi – studi sebelumnya atau yang diterbitkan oleh berbagai instansi (Situmorang *et al.*, 2014). Pada penelitian ini digunakan data sekunder yang diperoleh dari lembaga terkait antara lain, Badan Pusat Statistik, dan Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat. Selain dari lembaga terkait sumber data sekunder berasal dari jurnal, penelitian terdahulu, serta literatur-literatur yang terkait dengan penelitian ini mengenai diferensiasi produk dan keputusan pembelian.

#### 3.4.2 Alat Pengumpul Data

Untuk mendapatkan data primer pada penelitian ini digunakan skala likert sebagai skala pengukurannya. Skala likert menggunakan beberapa butir pertanyaan untuk mengukur perilaku individu dengan merespon lima titik pilihan pada setiap

butir pertanyaan, sangat setuju, setuju, tidak memutuskan, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Alat ukur yang digunakan adalah butir-butir pertanyaan yang dianggap sebagai indikator dari perilaku tertentu misalnya pengetahuan atau sikap. Berikut merupakan bobot skala likert.

**Tabel 3. 2**  
**Bobot Skala Likert**

No	Alternatif Jawaban	Bobot Skor
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Netral	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

### 3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Data

#### 3.5.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti, (Sugiyono, 2017). Dalam hal ini yang termasuk populasi dalam penelitian ini ialah jumlah *followers* Instagram Kopi Goban yang mencapai 888 followers.

#### 3.5.2 Teknik Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* merupakan suatu teknik untuk menentukan dan memperoleh sampel yang ditentukan oleh peneliti untuk pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2017). Artinya dalam penelitian ini narasumber dipilih karena dianggap sebagai sumber informasi terbaik. Peneliti pada penelitian ini menggunakan rumus Slovin dalam menentukan jumlah sampel yang diambil.

#### 3.5.3 Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2017). Peneliti memilih teknik Slovin dikarenakan sangat cocok dengan populasi dari penelitian ini yang mana Rumus Slovin adalah

rumus yang digunakan untuk menghitung banyaknya sampel suatu survei populasi terbatas. Berikut rumus slovin:

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

Keterangan :

n = Ukuran /jumlah responden

N= Populasi

e<sup>2</sup>= Tingkat kesalahan 10%

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 888 orang. Maka dari itu jumlah sampel yang diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

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

$$n = 888/(1 + 888 (0,01))$$

$$n = 888/(1 + 8,88)$$

$$n = 888/9,88$$

$$n = 89,88$$

n = dibulatkan menjadi 90

### 3.6 Uji Instrumen Penelitian

#### 3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan instrumen data untuk mengetahui seberapa cermat suatu item dalam mengukur apa yang hendak diukur. Sugiyono (2017) menyatakan bahwa uji validitas merupakan suatu langkah pengujian yang dilakukan terhadap isi (*content*) dari suatu instrumen, dengan tujuan untuk mengukur ketepatan instrumen yang digunakan dalam suatu penelitian. Item dapat dikatakan valid jika adanya korelasi yang signifikan dengan skor totalnya. Hal tersebut berarti menunjukkan adanya dukungan item tersebut dalam mengungkap apa yang ingin diungkap.

Selanjutnya dilakukan perbandingan antara r hitung dengan r tabel. Jika r hitung lebih besar dari r tabel baik pada taraf signifikan 1% maupun 5% maka setiap pertanyaan dalam kuisisioner dinyatakan valid. Sebaliknya jika r hitung lebih kecil

dari r tabel baik pada taraf signifikan 1% maupun 5% maka setiap pertanyaan dalam kuisisioner dinyatakan tidak valid. Untuk menghitung besarnya korelasi, dapat digunakan rumus korelasi Product Moment Pearson, namun terdapat beberapa rumus yang berbeda untuk menghitung koefisien korelasi Pearson, salah satu diantaranya adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{N \sum X^2 - (\sum X)^2} \sqrt{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Keterangan:

- X = Skor yang diperoleh dalam item
- Y = Skor total yang diperoleh 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 X
- $\sum Y^2$  = Jumlah kuadrat masing-masing skor Y
- N = Banyaknya peserta tes

Melalui perhitungan rumus di atas maka, dasar pengambilan keputusannya yaitu apabila nilai korelasi (r hitung) di atas 0,5 maka dapat dikatakan item tersebut memberikan validitas yang cukup, sebaliknya apabila nilai korelasi (r hitung) dibawah 0,5 maka dapat disimpulkan bahwa butir instrument tidak valid sehingga harus diperbaiki atau tidak digunakan.

### 3.6.2 Uji Realibitas

Uji reliabilitas merupakan indikator seberapa reliabel atau diandalkannya suatu alat ukur, diketahui bahwa perhitungan uji reliabilitas perlu dilakukan secara eksternal dan internal. Secara eksternal, dilakukan dengan menggunakan uji (stabilitas), ekivalen serta kombinasi keduanya. Secara internal, keandalan suatu peralatan dapat diuji dengan menganalisis konsistensi suatu peralatan dengan menggunakan teknik khusus (Sugiyono, 2017).

Tinggi rendahnya reliabilitas, secara empirik ditunjukkan oleh suatu angka yang disebut nilai koefisien reliabilitas. Reliabilitas yang tinggi ditunjukkan dengan

nilai  $r$  mendekati angka 1. Kesepakatan secara umum reliabilitas yang dianggap sudah cukup memuaskan jika  $\geq 0.700$ . Dalam penelitian ini digunakan rumus Alpha Cronbach karena instrumen penelitian ini berbentuk kuesioner, dengan Rumus Alpha Cronbach sebagai berikut:

$$r_{11} = \left( \frac{n}{n-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

- $r_{11}$  = Realibitas yang dicari
- $n$  = Jumlah item pertanyaan yang diuji
- $\sum \sigma_t^2$  = Jumlah varians skor tiap tiap item
- $\sigma_t^2$  = Varians total

Melalui perhitungan rumus diatas maka, jika  $\alpha > 0.90$  maka reliabilitas sempurna. Jika  $\alpha$  antara  $0.70 - 0.90$  maka reliabilitas tinggi. Jika  $\alpha$   $0.50 - 0.70$  maka reliabilitas moderat. Jika  $\alpha < 0.50$  maka reliabilitas rendah. Jika  $\alpha$  rendah, kemungkinan satu atau beberapa item tidak reliabel.

### 3.7 Rancangan Analisis Data dan Uji Hipotesis

#### 3.7.1 Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah analisis yang bertujuan mengetahui variabel mandiri, baik dalam satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan variabel itu sendiri dan mencari hubungan variabel lain (Sugiyono, 2017). Menurut Sugiyono (2017) analisis statistik deskriptif memiliki tujuan yaitu “untuk menjelaskan data secara umum atau generalisasi, dengan menghitung nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata (*mean*), dan standar deviasi (*standard deviation*)”.

#### 3.7.2 Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian kali ini, sebelum melakukan uji hipotesis yang telah diajukan dalam penelitian perlu dilakukannya uji asumsi klasik yang meliputi:

### 3.7.2.1 Uji Normalitas

Sebelum data yang didapat diolah lebih lanjut, maka diperlukan uji normalitas terlebih dahulu. Uji normalitas data bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi data di dalam variable yang digunakan dalam penelitian ini normal atau tidak (Sugiyono, 2017). Untuk mengetahui apakah data terdistribusi normal atau tidak digunakan uji kolmogorov-smirnov, dengan melihat nilai signifikansi. Kriteria uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka data dinyatakan berdistribusi normal.
2. Jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal.

Berikut merupakan rumus uji normalitas:

$$X^2 = \sum \frac{(O_i - E_i)}{E_i}$$

Keterangan:

$X^2$  = Nilai yang dicari

$O_i$  = Nilai Observasi

$E_i$  = Nilai *Expected*

$N$  = Banyaknya angka pada data (total frekuensi)

### 3.7.2.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas adalah suatu uji yang dilakukan untuk mengetahui jumlah variabel independen lebih dari satu bukan tidak mungkin antarvariabel independen tersebut ada korelasi yang cukup tinggi atau signifikan. Untuk menguji multikolinieritas dapat menggunakan nilai VIF pada masing-masing variabel. Jika nilai VIF < 10 dan nilai maka disimpulkan data bebas dari gejala multikolinieritas (Ghozali, 2016).

### 3.7.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Sebelum dilakukannya analisis regresi diperlukan uji heteroskedastisitas untuk mengetahui apakah terdapat atau tidaknya heteroskedastisitas dalam data

yang diolah. Jika terjadi heteroskedastisitas diperlukan metode alternatif lain dalam estimasi parameter yang dapat mengatasi adanya data dengan varian error yang tidak konstan atau mengandung heteroskedastisitas. Sehingga uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi tersebut memiliki varian yang konstan dari residual atau error antara satu pengamatan ke pengamatan yang lain, (Ghozali, 2016). Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dengan cara melihat pola titik-titik pada *scatterplot* regresi. Jika titik-titik menyebar dengan pola yang tidak jelas di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka artinya tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### 3.7.2.4 Analisis Regresi Sederhana

Dalam penelitian ini digunakan analisis regresi sederhana, adapun analisis regresi sederhana merupakan hubungan secara linear antara dua variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat (Ghozali, 2016). Analisis ini bertujuan untuk mengetahui arah hubungan variabel bebas dan variabel terikat apakah positif atau negative dan bertujuan untuk memprediksi nilai dari variabel terikat apabila nilai variabel bebas mengalami kenaikan atau penurunan. Rumus regresi linier sederhana sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta X + \varepsilon$$

Dimana:

- Y = Nilai prediksi variabel Kinerja Karyawan
- $\alpha$  = Konstanta, yaitu nilai Y jika X=0
- $\beta$  = Koefisien regresi
- X = Variabel bebas Gaya Kepemimpinan
- $\varepsilon$  = Tingkat Kesalahan (*Standar Error*)

#### 3.7.3 Uji Hipotesis

##### 3.7.3.1 Uji Parsial (uji t)

Penelitian ini menggunakan uji t untuk menguji koefisien regresi secara parsial, Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikatnya (Sugiyono, 2017).

Berikut merupakan rumus dari uji t:

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

Keterangan:

- t = t hitung yang selanjutnya di sesuaikan dengan t tabel  
 r = korelasi parsial yang ditemukan  
 n = jumlah sampel

Untuk menunjukkan apakah variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat, maka rumusan hipotesisnya sebagai berikut:

1. Dengan membandingkan  $T_{hitung}$  dengan  $T_{tabel}$ .
  - a. Apabila  $T_{hitung} < T_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak.
  - b. Apabila  $T_{hitung} > T_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima.

### 3.7.3.2 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi pada intinya bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dengan menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai satu (0-1), jika nilai koefisien determinasi mendekati satu berarti variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat. Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui presentasi pengaruh yang terjadi dari variabel bebas terhadap variabel terikat, (Dewi, 2012). Berikut merupakan rumus dari uji koefisien determinasi:

$$R^2 = \frac{SSR}{SST}$$

Keterangan:

- $R^2$  = Determinasi  
 SSR = Keragaman Regresi  
 SST = Keragaman Total