

BAB III

METODE PENELITIAN

Bab III ini berisi penjabaran mengenai metode penelitian dan komponen lainnya, seperti lokasi dan subjek penelitian, pendekatan dan metode penelitian, prosedur penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data agar proses penelitian menjadi lebih terarah.

3.1 Desain penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Creswell (2016, hlm. 208) mengemukakan bahwa penelitian kuantitatif mendeskripsikan angka dalam beberapa kecenderungan, perilaku, atau opini dari suatu populasi dengan meneliti sampel populasi tersebut. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dikarenakan data yang diperoleh berupa angka-angka, mulai dari pengumpulan data, mengolah data menggunakan statistika dalam rangka pengujian hipotesis, sehingga hasil yang diperoleh bertujuan untuk mengetahui, menemukan dan menguji variabel yang digunakan.

Metode deskriptif merupakan penelitian yang diarahkan untuk memberikan gejala-gejala, fakta-fakta, atau kejadian-kejadian, secara sistematis dan akurat, mengenai sifat-sifat populasi atau daerah tertentu (Zuriah, 2009 hlm. 47). Metode ini digunakan untuk mendeskripsikan pengaruh dari selebgram terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswi, agar mengetahui gambaran mengenai variabel sehingga dapat menjabarkan penelitian berdasarkan rumusan masalah yang telah dirumuskan.

3.2 Lokasi dan subjek penelitian

3.2.1 Lokasi penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Universitas Pendidikan Indonesia yang beralamat di Jalan Dr. Setiabudhi No.229, Isola, Sukasari, Kota Bandung, Jawa Barat. Pemilihan lokasi ini berdasarkan data yang diperoleh dari observasi yang dilakukan dan mendapatkan indikasi adanya perilaku konsumtif, maka peneliti memilih Universitas Pendidikan Indonesia sebagai lokasi penelitian.

3.2.2 Subjek penelitian

3.2.2.1 Populasi penelitian

Populasi penelitian merupakan keseluruhan dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan dan lain sebagainya. (Bungin, 2013 hlm 101). Populasi adalah kelompok besar dari wilayah yang akan menjadi lingkup penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa perempuan di Universitas Pendidikan Indonesia Bumi Siliwangi tahun ajaran 2018.

Tabel 3.1

Jumlah Mahasiswa Perempuan Tahun Ajaran 2018-2019

No	Fakultas	Jumlah Mahasiswa Perempuan Tahun Ajaran 2018-2019
1.	FIP	644
2.	FPIPS	590
3.	FPBS	535
4.	FPMIPA	469
5.	FPTK	394
6.	FPOK	198
7.	FPSD	234
8.	FPEB	476
Total mahasiswa perempuan UPI Bumi Siliwangi		3.540

3.2.2.2 Sampel penelitian

Sampel merupakan sebagian dari unit populasi yang menjadi objek penelitian untuk memperkirakan karakteristik suatu populasi (Trijono, 2015). Pengambilan sampel bertujuan untuk mewakili seluruh populasi yaitu melalui sampel yang representatif (Bungin, 2013 hlm. 105). Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa sampel adalah bagian kecil dari populasi yang akan diteliti dengan memiliki karakteristik tertentu dan dapat mewakili dari populasi secara keseluruhan agar dapat menjamin ketepatan kesimpulan dalam penelitian. Dalam penelitian ini populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi sampel, maka dari itu peneliti menggunakan

teknik *Probability Sampling* yang berarti bahwa teknik pengambilan sampel yang diberikan memiliki peluang yang sama bagi setiap unsur populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel dan peneliti menggunakan *Random sampling*. *Random sampling* ini digunakan untuk mengambil sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan tingkatan yang ada dalam suatu populasi (Bungin, 2013 hlm. 118). Mahasiswa yang akan dijadikan sampel dalam penelitian ini yaitu mahasiswi Universitas Pendidikan Indonesia tahun ajaran 2018 yang menggunakan instagram.

Untuk menentukan sampel, panulis menggunakan rumus dari Taro Yamane (dalam Rakhmat, 2013 hlm.65) sebagai berikut :

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

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah populasi

D² = Presisi yang ditetapkan (10%)

Jadi, jumlah sampel yang akan diambil oleh penulis disini sebanyak:

$$N = \frac{3.540}{3.540 \cdot (0,1)^2 + 1}$$

$$n = \frac{3.540}{3.540 \cdot 0,01 + 1}$$

$$n = \frac{3.540}{35,4 + 1}$$

$$n = \frac{3.540}{36,4}$$

$$n = 97,2$$

n = 97 responden; disesuaikan oleh peneliti menjadi 100 responden

Sampel minimal dalam penelitian ini adalah sebanyak 97 responden dengan taraf kesalahan sebesar 10%, sampel yang menjadi responden dalam penelitian ini di sesuaikan menjadi sebanyak 100 orang dilakukan untuk

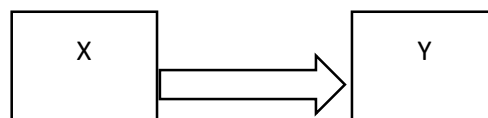
mempermudah dalam pengolahan data dan untuk hasil pengujian yang lebih baik.

3.3 Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan suatu konsep yang akan dipelajari dan diambil kesimpulannya dari kegiatan penelitian, dapat bervariasi dan memiliki lebih dari satu nilai (Suryadi dan Hendryandi, 2015 hlm 90).

Bagan 3.1

Arah Pengaruh Variabel X terhadap Y



Keterangan : X : Selebgram

Y : Perilaku Konsumtif

3.4 Definisi Operasional

Tabel 3.2

Definisi Operasional

Selebgram (X)	Perilaku Konsumtif (Y)
<p>Selebgram merupakan selebriti instagram yang mempunyai <i>followers</i> dan <i>like</i> yang nyata dengan jumlah yang banyak (Atmoko, 2012 hlm. 57). Shimp (dalam Widjati, 2017 hlm 21) indikator seorang selebgram diantaranya :</p> <ol style="list-style-type: none"> <i>Attractiveness</i> (daya tarik) <i>Trustworthy</i> (kepercayaan) <i>Expertise</i> (keahlian) 	<p>Yayasan Lembaga Konsumen (dalam Pambayun, 2017 hlm. 2) mengatakan bahwa perilaku konsumtif merupakan kecenderungan manusia untuk menggunakan konsumsi tanpa batas. Dimensi perilaku konsumtif menurut Erich Fromm, 1995 dalam Fitria, 2015 hlm.122) diantaranya :</p> <ol style="list-style-type: none"> Pemenuhan keinginan Barang diluar jangkauan Barang menjadi tidak produktif Status

3.5 Instrumen penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat bantu yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data (Zuriah, 2009 hlm. 168). Sama seperti yang diungkapkan oleh (Siregar, 2015 hlm. 75) “instrumen penelitian merupakan alat yang dapat digunakan untuk memperoleh, mengolah, dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh dari para responden yang dilakukan dengan menggunakan pola ukur yang sama”. Maka instrumen merupakan suatu alat yang dapat mempengaruhi keberhasilan peneliti, karena data yang diperlukan untuk menjawab masalah penelitian diperoleh melalui instrumen penelitian. Pada penelitian ini peneliti menggunakan alat ukur yaitu angket (kuisisioner).

3.5.1 Angket/Kuesioner

Teknik pengumpulan data yang digunakan salah satunya melalui angket. Burhan (2015 hlm.130) menyatakan bahwa angket merupakan rangkaian atau kumpulan pertanyaan yang disusun secara sistematis dalam sebuah daftar pertanyaan, kemudian dikirim kepada responden untuk diisi. Kuesioner yang digunakan ini bersifat tertutup, Riduwan (2012, hlm. 27) mendefinisikan angket tertutup merupakan angket yang disajikan sehingga responden diminta untuk memilih suatu jawaban yang sesuai dengan karakteristik dirinya dengan cara memberi tanda silang (x) atau tanda ceklis (√) sehingga responden tidak bisa memberikan jawaban lain kecuali yang telah tersedia sebagai alternatif jawaban.

Tabel 3.3

Kisi-kisi instrumen penelitian variabel X

Rumusan masalah	Variabel	Dimensi	Indikator	No pertanyaan	Skala Data
Bagaimana deskripsi profil	Selebgram (X)	Profil Selebgram	<i>Trustworthy</i> (kepercayaan)	1-5	<i>Ordinal</i>
			<i>Attractiveness</i> (daya tarik)	6-22	

<i>selebgram</i> bagi mahasiswa?			<i>Expertise</i> (keahlian)	23-30	
--	--	--	-----------------------------	-------	--

Tabel 3.4

Kisi-kisi instrumen penelitian variabel Y

Rumusan masalah	Variabel	Dimensi	Indikator	No pertanyaan	Skala Data
Bagaimana perkembangan perilaku konsumtif mahasiswa melalui instagram?	Perilaku Konsumtif (Y)	Pemenuhan keinginan	Membeli produk hanya karena memenuhi keinginan atau mencari kepuasan	31-35	<i>Ordinal</i>
		Barang diluar jangkauan	Membeli produk dengan harga yang diluar batas kemampuan	36-38	
		Barang menjadi tidak produktif	Membeli produk tanpa memperdulikan kebutuhan serta manfaat dan kegunaannya.	39-43	
		Status	Membeli produk untuk tampil up to date	44-47	
		Penggunaan media sosial instagram	Kepemilikan akun instagram	48-50	
			Durasi Penggunaan	51-52	
			Pemanfaatan fasilitas	53-58	
			Efek dari media sosial instagram	59-68	

Adapun skala yang digunakan untuk variabel selebgram (X) dan perilaku konsumtif (Y) adalah skala ordinal. Skala ordinal dimaksudkan untuk mengukur sikap individu dalam dimensi yang sama dan individu menempatkan dirinya ke arah satu kontinuitas dari butir soal (Yusuf M, 2015 hlm 222). Maka setiap jawaban yang dikaitkan dengan nilai berupa angka adalah sebagai berikut :

Nilai untuk pertanyaan variabel X :

Sangat Setuju (SS)	Setuju (S)	Kurang Setuju (KS)	Tidak Setuju (TS)	Sangat Tidak Setuju (STS)
5	4	3	2	1

Nilai untuk pertanyaan variabel Y :

Sangat Sering (SS)	Sering (S)	Kurang Sering (KS)	Jarang (J)	Tidak Pernah (TP)
5	4	3	2	1

3.5.2 Studi Literatur

Studi literatur merupakan pengumpulan informasi yang peneliti kumpulkan dengan teori-teori yang berkaitan dengan penelitian (Nazir, 2013 hlm.93). Sumber dari studi literatur yang digunakan sebagai berikut :

a. Buku-buku teks yang tersedia

Buku-buku yang digunakan dalam penelitian ini merupakan buku-buku yang berkaitan dengan permasalahan penelitian serta mengenai metode-metode penelitian, dan dokumen-dokumen.

b. E-book

Ebook yang digunakan dalam penelitian ini adalah ebook mengenai pedoman penulisan karya tulis ilmiah yang diterbitkan oleh Universitas Pendidikan Indonesia.

c. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dalam penelitian ini berupa skripsi, tesis, dan diferensi terdahulu, artikel dan beberapa jurnal yang relevan dengan permasalahan yang sama.

d. Internet

Internet merupakan sumber terakhir yang peneliti tempatkan, jika data-data sulit didapat melalui buku-buku serta dokumen-dokumen maka peneliti akan menggunakan internet untuk memenuhi kekurangan data tersebut.

3.6 Uji Coba Penelitian

3.6.1 Uji Validitas

Dalam suatu penelitian untuk mencari data yang akurat harus menggunakan uji validitas dan uji realibitas. Maka dari itu, sebelum instrumen digunakan untuk penelitian, terlebih dahulu harus diuji coba melalui validitas. Validitas merupakan suatu indeks yang menunjukkan suatu alat ukur mampu mengukur apa yang diukur (Siregar, 2015 hlm. 75).

Uji validitas dilakukan dengan mengkorelasikan antara skor item instrumen dengan skor total. Perhitungan dilakukan dengan bantuan SPSS (*statistic product and service solution*) versi 16. Untuk menguji validitas setiap item pertanyaan menggunakan rumus menurut (Siregar, 2015 hlm. 80) sebagai berikut :

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

Keterangan :

r_{xy}	: Koefisien korelasi butir
$\sum x$: Jumlah skor tiap item
$\sum y$: Jumlah skor total (seluruh item)
$\sum x^2$: Jumlah skor-skor x yang dikuadratkan
$\sum y^2$: Jumlah skor-skor y yang dikuadratkan
N	: Jumlah responden

Selanjutnya dihitung dengan uji-t, menurut Riduwan (2012, hlm. 98) menggunakan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

t_{hitung} : nilai t_{hitung}

r : nilai koefisien korelasi r_{hitung}

n : jumlah responden

Distribusi (tabel t) untuk $\alpha = 0,5$ dengan derajat kebebasan ($dk = n - 2$) kaidah keputusan : jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ berarti valid, sebaliknya jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ berarti tidak valid. Uji validitas dilakukan dengan analisis item yaitu dengan mengkorelasikan antara skor item instrumen dengan skor total. Perhitungan dilakukan menggunakan *software* SPSS 16 for windows.

Tabel 3.5

Nomor Item Valid dan Tidak Valid Instrumen Selebgram

Keterangan	No Item	Jumlah
Valid	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14,15,18,19,20,21,22,23,24,25,26,27,28,29,30	28
Tidak valid	16,17	2

Tabel 3.6

Hasil uji validitas X (Selebgram)

No item	r hitung	r tabel (5%/49)	Keterangan
1	0,647	0,281	Valid

2	0,602	0,281	Valid
3	0,658	0,281	Valid
4	0,639	0,281	Valid
5	0,636	0,281	Valid
6	0,425	0,281	Valid
7	0,620	0,281	Valid
8	0,581	0,281	Valid
9	0,541	0,281	Valid
10	0,616	0,281	Valid
11	0,536	0,281	Valid
12	0,360	0,281	Valid
13	0,466	0,281	Valid
14	0,367	0,281	Valid
15	0,541	0,281	Valid
16	0,097	0,281	Tidak Valid
17	0,254	0,281	Tidak Valid
18	0,559	0,281	Valid
19	0,390	0,281	Valid
20	0,471	0,281	Valid
21	0,567	0,281	Valid
22	0,492	0,281	Valid
23	0,608	0,281	Valid
24	0,452	0,281	Valid
25	0,376	0,281	Valid
26	0,559	0,281	Valid

27	0,628	0,281	Valid
28	0,329	0,281	Valid
29	0,553	0,281	Valid
30	0,403	0,281	Valid

Sumber : Hasil olah data penulis

Tabel 3.7

Nomor Item Valid dan Tidak Valid Instrumen Perilaku Konsumtif

Keterangan	No Item	Jumlah
Valid	1,2,3,4,5,7,8,9,10,11,12,13,14,15,16,17,18,19, 20,21,22,23,24,25,26,27,28,29,30,31,32,33,34 ,35,36,37,38	37
Tidak valid	6	1

Tabel 3.8

Hasil uji validitas Y (Perilaku Konsumtif)

No item	r hitung	r tabel (5%/49)	Keterangan
1	0,370	0,281	Valid
2	0,466	0,281	Valid
3	0,687	0,281	Valid
4	0,561	0,281	Valid
5	0,518	0,281	Valid
6	0,270	0,281	Tidak Valid
7	0,415	0,281	Valid
8	0,362	0,281	Valid

9	0,656	0,281	Valid
10	0,625	0,281	Valid
11	0,742	0,281	Valid
12	0,423	0,281	Valid
13	0,766	0,281	Valid
14	0,640	0,281	Valid
15	0,680	0,281	Valid
16	0,667	0,281	Valid
17	0,599	0,281	Valid
18	0,439	0,281	Valid
19	0,514	0,281	Valid
20	0,760	0,281	Valid
21	0,399	0,281	Valid
22	0,327	0,281	Valid
23	0,397	0,281	Valid
24	0,349	0,281	Valid
25	0,409	0,281	Valid
26	0,684	0,281	Valid
27	0,761	0,281	Valid
28	0,656	0,281	Valid
29	0,838	0,281	Valid
30	0,715	0,281	Valid
31	0,473	0,281	Valid
32	0,573	0,281	Valid
33	0,669	0,281	Valid

34	0,706	0,281	Valid
35	0,702	0,281	Valid
36	0,606	0,281	Valid
37	0,634	0,281	Valid
38	0,692	0,281	Valid

Sumber : Hasil olah data penulis

3.6.2 Uji Realibilitas

Uji realibilitas merupakan kemampuan suatu alat ukur dalam memberikan hasil dari pengukuran yang relatif tetap. Realibilitas merupakan kestabilan skor suatu instrumen penelitian terhadap individu yang sama, dan diberikan pada waktu yang berbeda (Yusuf M, 2014 hlm.242). metode Alpha digunakan untuk mencari realibilitas instrumen penelitian dengan skala *ordinal*. Dalam uji realibilitas penelitian ini menggunakan rumus Alpha Cronbach (Riduwan, 2012 hlm. 115)

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum S_i}{St} \right)$$

Keterangan :

r_{11} : Nilai realibilitas

$\sum S_i$: jumlah varians skor tiap-tiap butir

St : varians item

k : jumlah item

Kuesioner dinyatakan reliabel jika memiliki nilai koefisien alpha yang lebih besar dari 0,65 seperti yang dikemukakan oleh Aiken (dalam Purwanto, 2010 hlm. 197) bahwa instrumen reliable bila hasil perhitungan realibilitas dengan rumus Alpha Cronbach menunjukkan minimal 0,65 :

Keputusan dengan membandingkan r_{11} dengan r_{tabel}

Kaidah keputusan: jika $r_{11} > t_{tabel}$ berarti reliabel dan sebaliknya apabila $r_{11} < t_{tabel}$ berarti tidak reliabel.

Perhitungan uji realibilitas dalam penelitian ini dilakukan menggunakan *software* SPSS 16 for windows, maka diperoleh hasil uji reliabilitas sebagai berikut :

Tabel 3.9

Hasil Uji Realibilitas Instrumen Selebgram (Variabel X)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.899	28

Sumber : Hasil olah data SPSS 16, tahun 2019

Berdasarkan hasil dari perhitungan di atas, bahwa nilai realibilitas dari instrumen selebgram sebesar $0,899 > 0,65$ maka instrumen tersebut dinyatakan reliabel dan termasuk kedalam kategori sangat kuat

Tabel 3.10

Hasil Uji Realibilitas Instrumen Perilaku Konsumtif (Variabel X)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.945	37

Sumber : Hasil olah data SPSS 16, tahun 2019

Berdasarkan hasil dari perhitungan di atas, bahwa nilai realibilitas dari instrumen perilaku konsumtif sebesar $0,945 > 0,65$ maka instrumen tersebut dinyatakan reliabel dan termasuk kedalam kategori sangat kuat.

3.7 Analisis Data

3.7.1 Analisis Data Deskriptif

Analisis data dapat dilakukan apabila data telah terkumpul, yang digunakan untuk menjawab setiap pertanyaan rumusan masalah. Dalam penelitian ini terdapat tiga rumusan masalah. Berikut merupakan rumusan masalah dan cara analisis datanya untuk menjawab pertanyaan.

1. Bagaimana deskripsi profil *selebgram* bagi mahasiswa?
2. Bagaimana perkembangan perilaku konsumtif mahasiswa melalui instagram?

Rumusan masalah di atas termasuk ke dalam statistik deskriptif yakni perhitungan presentase jawaban responden. Teknik statistik yang digunakan yaitu uji *mean* (rata-rata) dan *standar deviation*. Setelah mendapatkan skor mean dan standar deviation, lalu dibuat hubungan mengenai gambaran *selebgram* dengan perilaku konsumtif. Setelah mendapat kategorisasi gambaran *selebgram*, maka digunakan teknik statistik presentase untuk memperoleh hubungan antara *selebgram* dengan perilaku konsumtif. Temuan hasil presentase tersebut dideskripsikan dalam pembahasan.

Supranto (2000, hlm.50) memaparkan bahwa cara menentukan kategori tinggi, sedang dan rendah dapat diperoleh dengan menentukan indeks minimum, maksimum, dan interval. Dalam menentukan jarak interval adalah sebagai berikut :

Nilai Maksimum : Skor Tinggi

Nilai Minimum : Skor Rendah

Interval : $\frac{\text{nilai maksimum} - \text{nilai minimum}}{\text{jumlah kategori}}$

Tabel 3.11
Penentuan Kategori

Penentuan Kategori (range)	
Nilai minimum + interval	Kategori rendah
Nilai kategori sedang + interval	Kategori sedang
Nilai kategori tinggi + interval	Kategori tinggi

Sedangkan untuk menjawab rumusan masalah ketiga,

3. Bagaimana pengaruh selebgram terhadap perilaku konsumtif mahasiswi Universitas Pendidikan Indonesia?

Yakni untuk mengetahui pengaruh variabel X terhadap variabel Y, maka dilakukan uji hipotesis penelitian.

3.7.2 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui data yang terkumpul terdistribusi normal atau tidak, dalam artian apakah data tersebut dapat mewakili seluruh populasi. Menurut Oktaviani dan Notobroto (2014 hlm.133) “untuk jumlah sampel yang lebih dari 50 responden lebih tepat menggunakan *Uji one sample Kolmogorov-Smirnov*”. Penelitian ini menggunakan uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* dengan ketentuan sebagai berikut :

Jika nilai sig (signifikansi) > 0,05 maka data berdistribusi normal

Jika nilai sig (signifikasi) < 0,05 maka data berdistribusi tidak normal

3.7.3 Analisis regresi linear sederhana

Regresi digunakan untuk memprediksi atau meramal variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). uji regresi sederhana dipakai untuk menguji signifikansi atau tidaknya hubungan dua variabel melalui koefisien regresinya. Analisis ini juga digunakan untuk menentukan arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negatif serta untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y : Subjek variabel terikat (Y) yang di proyeksikan

X : Variabel bebas (X) yang mempunyai nilai tertentu untuk di prediksi

a : Nilai konstanta harga Y jika X = 0

b : nilai arah sebagai penentu ramalan (prediksi) yang menunjukkan nilai peningkatan (+) atau nilai penurunan (-) variabel Y

3.7.4 Analisis Uji Linearitas (F)

Untuk mengetahui hubungan linear atau tidaknya selebgram terhadap perilaku konsumtif, dan sebagai syarat dilakukannya uji pengaruh dapat dilakukan namun jika tidak linear maka uji pengaruh tidak dapat dilakukan.

Dasar pengambilan keputusan :

1. Jika probabilitasnya (nilai sig) > 0,5 atau F hitung < f tabel maka Ho tidak ditolak.
2. Jika probabilitasnya (nilai sig) < 0,5 atau F hitung > F tabel maka Ho ditolak.

3.7.5 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel X terhadap variabel Y dapat dihitung dengan rumus koefisien determinasi yang diambil dari koefisien korelasi yang telah diketahui. Menurut Furqon (2011 hlm.100) rumus uji koefisiensi determinasi adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

KD : nilai koefisien determinasi

r^2 : nilai koefisien korelasi