

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

1. Rancangan Penelitian

Penelitian ini menerapkan metodologi kuantitatif dengan fokus utama pada pembuktian hipotesis yang telah ditetapkan melalui penggunaan data berbentuk angka yang diperoleh berdasarkan hasil ukur variabel penelitian. Selanjutnya dianalisis dengan teknik statistik untuk mengetahui korelasi antar variabel. Selain itu, studi ini turut menerapkan metode *Moderated Regression Analysis* (MRA) guna menganalisis sejauh mana variabel moderasi mampu memperkuat atau memperlemah pengaruh variabel *independen* terhadap variabel *dependen*³⁷

Studi ini diarahkan untuk mengkaji secara mendalam mengenai pengaruh Shopee *live* terhadap keputusan pembelian sepatu Ventela pada mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah (MBS) Angkatan 2022 UIN Syekh Wasil Kediri. Jenis penelitian ini bersifat deskriptif dengan rancangan penelitian yang direncanakan secara terstruktur sebelum proses pengumpulan data dilakukan. Pendekatan kuantitatif digunakan karena memiliki sifat yang objektif, terstruktur dan terukur serta hasil penelitian yang mendalam dan faktual.³⁸

Fokus dari penelitian deskriptif ini adalah merekonstruksi fenomena objek kajian berdasarkan tabulasi data yang dikumpulkan tanpa memperluas inferensi ke ranah generalisasi. Secara operasional, studi ini memakai rancangan studi kasus yang ruang lingkupnya dibatasi pada mahasiswa di lingkungan Program Studi Manajemen Bisnis Syariah angkatan 2022 UIN Syekh Wasil Kediri.

2. Lokasi Penelitian

Pengumpulan data dan observasi dalam penelitian ini diselenggarakan di lingkungan kampus UIN Syekh Wasil Kediri dengan subjek mahasiswa, di mana instansi tersebut beralamat di Jalan Sunan Ampel No. 7, Ngronggo, Kota Kediri, Jawa Timur.

³⁷ Dedi Rianto Rahadi and Muhammad Miftah Farid, *Monograf Analisis Variabel Moderating* (Bekasi: CV. Lentera Ilmu Mandiri, 2021).

³⁸ Muhajirin, Risnita, and Asrulla, *Pendekatan Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Serta Tahapan Penelitian*, 15, no. 1 (2024): 82–92.

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Darmawan dikutip dari penelitian Sena Wahyu, dkk populasi bisa diartikan sebagai keseluruhan kumpulan data yang mencakup jumlah besar dan bersifat luas dalam suatu penelitian. Selain itu, menurut Suharyadi dan Purwanto populasi juga mencakup seluruh elemen yang mungkin menjadi objek pengamatan, bisa individu, benda, ataupun ukuran tertentu yang selaras dengan tujuan penelitian. Sederhananya, populasi merupakan keseluruhan sumber data yang menjadi fokus perhatian peneliti untuk memperoleh kesimpulan yang mewakili fenomena yang diteliti.³⁹ Batasan populasi yang dilibatkan sebagai ruang lingkup pengujian dalam penelitian ini terdiri atas 72 mahasiswa MBS angkatan 2022 UIN Syekh Wasil Kediri yang pernah membeli sepatu Ventela melalui Shopee *live*.

b. Sampel

Sampel adalah sejumlah populasi yang ditentukan untuk dijadikan objek dalam penelitian atau pengamatan. Melalui penggunaan sampel, peneliti dapat memproyeksikan karakteristik sampel ke ranah populasi secara lebih optimal tanpa kehilangan presisi data ilmiah. Namun, proses pemilihan sampel harus dilakukan dengan cermat dan terukur sehingga hasil penelitian dapat menggambarkan kondisi populasi secara tepat. Apabila kerangka sampel gagal merepresentasikan struktur populasi secara memadai, maka temuan empiris yang dihasilkan akan rentan terhadap isu kesalahan penarikan sampel (*sampling error*) yang mengarah pada bias dan kurang dapat dipercaya dalam menggambarkan keseluruhan populasi.⁴⁰ Secara umum, metode pengambilan sampel dibagi menjadi dua jenis utama, yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. *Probability sampling* merupakan metode pengambilan sampel di mana setiap elemen dalam populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi bagian dari sampel penelitian. Dengan kata lain, setiap unit analisis dalam populasi

³⁹ Sena Wahyu Purwanza et al., *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan Kombinasi* (Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2022).

⁴⁰ Primadi Candra Susanto et al., "Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi, Sampel, Dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka)," *Jurnal Ilmu Multidisiplin* 3, no. 1 (April 2024): 1–12, <https://doi.org/10.38035/jim.v3i1.504>.

memperoleh kesempatan yang sama rata untuk dijadikan responden, dengan demikian *output* riset ini lebih representatif dan mampu digeneralisasikan dengan cara lebih tepat.⁴¹ Riset ini mendayagunakan teknik penarikan sampel probabilitas dengan metode *total sampling*. Metode ini menggunakan anggota sampel secara menyeluruh. Peneliti menerapkan karakteristik sampel pada segmen mahasiswa yang sudah pernah melakukan proses retribusi atau pembelian unit sepatu Ventela melalui Shopee *live*, sehingga total sampel pada penelitian ini adalah 72 orang.

4. Variabel Penelitian

a. Variabel *Independen*

Variabel *independen* (variabel bebas) ialah variabel yang memberi pengaruh terhadap variabel terikat, kemudian dilambangkan (X). Pada penelitian ini, variabel *independen* merupakan Shopee *live*, yang menggunakan empat indikator utama, yaitu *Attention* (perhatian), *Interest* (minat), *Desire* (keinginan), dan *Action* (tindakan).

b. Variabel *Dependen*

Variabel *dependen* (variabel terikat) merupakan variabel yang dipengaruhi variabel *independen*, kemudian disimbolkan (Y). Pada penelitian ini, variabel *dependen* yaitu Keputusan Pembelian Sepatu Ventela pada mahasiswa Program Studi MBS Angkatan 2022 UIN Syekh Wasil Kediri.

5. Definisi Operasional

Definisi operasional ialah paparan suatu variabel berdasarkan sifat atau tanda yang bisa diukur, diamati, serta dijadikan sebagai dasar dalam menyusun instrumen penelitian. Dalam penelitian ini ada satu variabel bebas serta satu variabel terikat, yakni Shopee *live* (X) sebagai variabel *independen* serta keputusan pembelian (Y) sebagai variabel *dependen*.

a. Variabel Bebas X (*Independen*)

Variabel bebas ialah variabel yang memengaruhi variabel terikat. Variabel bebas pada penelitian ini yaitu Shopee *Live* (X). Model komunikasi pemasaran AIDA terdiri dari *Attention*, *Interest*, *Desire*, dan *Action*, yang

⁴¹ Nidia Suriani, Risnita, and M. Syahrani Jailani, "Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan," *Jurnal IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam* 1, no. 2 (July 2023): 24–36, <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.55>.

menjelaskan bagaimana proses promosi mampu memengaruhi konsumen dari perhatian hingga tindakan pembelian.

Tabel 3.1

Definisi Operasional Variabel Shopee Live (X)

No.	Indikator	Deskripsi
1.	<i>Attention</i> (Perhatian)	Tingkat sejauh mana mahasiswa memperhatikan tampilan Shopee <i>live</i> , meliputi daya tarik visual, <i>host</i> , dan penyampaian informasi awal produk sepatu Ventela.
2.	<i>Interest</i> (Minat)	Ketertarikan mahasiswa untuk mengikuti sesi <i>live</i> setelah memahami penjelasan awal mengenai produk sepatu Ventela
3.	<i>Desire</i> (Keinginan)	Dorongan keinginan mahasiswa untuk memiliki sepatu Ventela setelah melihat promosi, penawaran diskon, dan review di Shopee <i>Live</i> .
4.	<i>Action</i> (Tindakan)	Tindakan nyata mahasiswa, seperti add to cart dan pembelian sepatu Ventela setelah menyaksikan Shopee <i>Live</i> .

Sumber: Kotler dan Keller (2016)⁴²

b. Variabel Terikat Y (*Dependen*)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi variabel bebas. Pada penelitian ini, variabel terikatnya yaitu Keputusan Pembelian (Y), yaitu proses pembeli dalam memutuskan pilihan untuk melakukan pembelian sepatu Ventela setelah menonton Shopee *Live*.

Tabel 3.2

Definisi Operasional Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No.	Indikator	Deskripsi
1.	Pengenalan Kebutuhan	Kesadaran mahasiswa akan kebutuhan sepatu setelah melihat sesi Shopee <i>Live</i> .
2.	Pencarian Informasi	Upaya mahasiswa mencari informasi tambahan terkait sepatu Ventela melalui penjelasan <i>host</i> atau kolom komentar.

⁴² Kotler and Keller, *Marketing Management*.

3.	Evaluasi Alternatif	Pertimbangan mahasiswa membandingkan sepatu Ventela dengan merek lain berdasarkan informasi di <i>Shopee Live</i> .
4.	Keputusan Pembelian	Kemantapan mahasiswa untuk memutuskan membeli sepatu Ventela setelah menonton <i>Shopee Live</i> .
5.	Perilaku Pasca Pembelian	Evaluasi awal terhadap pengalaman membeli sepatu Ventela setelah dipengaruhi oleh <i>Shopee Live</i> .

Sumber: Kotler & Armstrong (2018), *Principles of Marketing*.⁴³

6. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian, data diperoleh dari sumber primer dan sekunder untuk membantu menjawab permasalahan penelitian serta memverifikasi hipotesis yang telah dirumuskan. Sumber data primer penelitian ini berasal dari mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah UIN Syekh Wasil Kediri yang berpartisipasi sebagai responden dan memberikan data melalui pengisian kuesioner. Untuk mengukur sikap, pandangan, serta persepsi responden mengenai variabel penelitian, digunakan instrumen kuesioner berskala Likert lima tingkat. Penilaian pada skala ini berkisar antara skor 1 hingga 5, yang merepresentasikan pilihan jawaban Sangat Tidak Setuju (1), Tidak Setuju (2), Netral (3), Setuju (4), hingga Sangat Setuju (5).⁴⁴

7. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini, data dikumpulkan melalui kuesioner yang berisi sejumlah pertanyaan yang telah disusun oleh peneliti untuk dijawab oleh responden. Kuesioner digunakan sebagai instrumen utama dalam mendapatkan informasi yang selaras dengan fokus penelitian, sehingga dapat membantu menjawab permasalahan yang diteliti serta mendukung pelaksanaan analisis data secara efektif dan terstruktur.

⁴³ Philip Kotler and Gary Armstrong, *Principles of Marketing*, 17th [edition], Always Learning (New York, NY Hoboken: Pearson Higher Education, 2018).

⁴⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013).

8. Teknik Analisis Data

Analisis data ialah proses pengolahan dan penyusunan data penelitian sehingga menghasilkan informasi yang lebih sistematis, terstruktur, dan mudah dipahami. Pada penelitian ini, proses analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 25 yang dilaksanakan melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

a. Pengeditan Data (*Editing*)

Tahap *editing* merupakan kegiatan memeriksa kembali data yang telah diperoleh guna memastikan kelengkapan, kejelasan, dan ketepatan data, serta melakukan perbaikan apabila ditemukan kesalahan atau ketidaksesuaian. Langkah ini bertujuan demi menjamin kualitas dan ketepatan data agar hasil analisis yang dilakukan selanjutnya menjadi lebih valid dan akurat.

b. Pengkodean Data (*Coding*)

Pengkodean data merupakan kegiatan memberikan simbol, kode, atau identitas berupa angka maupun huruf pada setiap data yang memiliki karakteristik atau kategori yang sama. Tahapan ini berfungsi untuk menyusun data secara sistematis, mempermudah proses analisis selanjutnya, serta membantu dalam penafsiran hasil penelitian.

c. Pemberian Skor (*Scoring*)

Pemberian skor merupakan langkah untuk memasukkan tanggapan responden menjadi skor numerik. Pada penelitian ini, proses penilaian dilaksanakan dengan menerapkan skala Likert, dengan ketentuan berikut:

- | | |
|------------------------------|----------|
| 1) Sangat Setuju (SS) | : skor 5 |
| 2) Setuju (S) | : skor 4 |
| 3) Netral (N) | : skor 3 |
| 4) Tidak Setuju (TS) | : skor 2 |
| 5) Sangat Tidak Setuju (STS) | : skor 1 |

d. Tabulasi Data (*Tabulating*)

Tabulasi merupakan proses penyusunan data ke bentuk tabel yang diatur berdasarkan kebutuhan analisis. Tahap ini bertujuan untuk menampilkan data secara sistematis, mempermudah proses pengolahan, serta membantu dalam memahami keterangan yang termuat dalam data tersebut.

e. Proses (*Processing*)

Tahap *processing* mencakup kegiatan kalkulasi, pemrosesan, serta analisis data menggunakan uji statistik. Proses analisis data dilakukan melalui beberapa langkah berikut:

1) Uji Instrumen

a) Uji Validitas

Uji validitas bermaksud memastikan ketepatan seluruh butir yang terdapat dalam instrumen penelitian serta mengevaluasi kejelasan kerangka penelitian. Instrumen penelitian hendaknya terlebih dahulu dinyatakan valid dan reliabel. Indikator dapat dikatakan valid apabila nilai r_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan r_{tabel} . Pengujian validitas pada penelitian ini dilakukan menggunakan aplikasi SPSS versi 25 dengan teknik *Pearson Product Moment* (PPM). Rumus yang digunakan dalam pengujian tersebut adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

r = koefisien korelasi *pearson product moment*

x = skor total tiap item

y = total dari skor item

n = total responden

Validitas setiap butir pernyataan ditentukan berdasarkan perbandingan antara nilai r_{hitung} dan r_{tabel} pada taraf signifikansi 5%. Kriteria yang digunakan adalah:

- (1) Butir pernyataan dinyatakan valid apabila nilai r_{hitung} melebihi nilai r_{tabel} .
- (2) Butir pernyataan dinyatakan tidak valid apabila nilai r_{hitung} lebih rendah daripada nilai r_{tabel} .⁴⁵

⁴⁵ Yulia Utami, Pria Muslim Rasmanna, and Khairunnisa, *Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrument Penilaian Kinerja Dosen*, 4, no. 2 (February 2023): 21–24.

b) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilaksanakan untuk mengetahui tingkat konsistensi dan kestabilan suatu instrumen penelitian sehingga hasil pengukurannya dapat dipercaya dan digunakan secara berulang. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus *Cronbach's Alpha* sebagai berikut:

$$r = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(\frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Penjelasan:

r = koefisien reliabilitas *cronbach's alpha*

k = total item soal

$\sum \sigma_i^2$ = total varian skor tiap item

σ_t^2 = varian total⁴⁶

Kriteria tingkat reliabilitas berdasarkan nilai *Cronbach's Alpha* dapat dijelaskan sebagai berikut:

- (1) Nilai *alpha* 0,00–0,20 kurang reliabel
- (2) Nilai *alpha* 0,21–0,40 agak reliabel.
- (3) Nilai *alpha* 0,41–0,60 reliabilitas cukup.
- (4) Nilai *alpha* 0,61–0,80 reliabel.
- (5) Nilai *alpha* 0,81–1,00 sangat reliabel.⁴⁷

2) Uji Deskriptif

Menurut Sugiyono, statistik deskriptif ialah metode analisis statistik yang diterapkan untuk mengolah, menyajikan, dan mendeskripsikan data yang didapatkan sesuai kondisi sebenarnya. Teknik ini bertujuan memetakan profil atau ciri khas dari data yang terkumpul tanpa bermaksud menarik kesimpulan yang bersifat umum atau menggeneralisasikan hasilnya kepada populasi yang lebih luas.⁴⁸ Karakteristik responden serta data hasil kuesioner dalam penelitian ini dijelaskan melalui uji deskriptif. Evaluasi tersebut dilakukan untuk melihat bagaimana *Shopee Live*

⁴⁶ Rokhmad Slamet and Sri Wahyuningsih, *Validitas Reliabilitas Terhadap Instrumen Kepuasan Kerja*, n.d., 51–58.

⁴⁷ Benny S. Pasaribu et al., *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi Dan Bisnis* (Tangerang: Media Edu Pustaka, 2022).

⁴⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.

memengaruhi keputusan mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah Angkatan 2022 dalam melakukan pembelian sepatu Ventela. Dalam penelitian ini, pengukuran kecenderungan data yang ditunjukkan oleh analisis deskriptif dilakukan dengan cara berikut:

Tabel 3.3
Skala Kecenderungan

Pedoman	Kategori
$M + (1,5 \times SD) \leq X$	Sangat Baik
$M + (0,5 \times SD) \leq X \leq M + (1,5 \times SD)$	Baik
$M - (0,5 \times SD) \leq X \leq M + (0,5 \times SD)$	Cukup
$M - (1,5 \times SD) < X \leq M - (0,5 \times SD)$	Kurang
$M - (1,5 \times SD) \geq X$	Sangat Kurang

3) Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas bermaksud untuk menilai apakah data penelitian terdistribusi secara normal atau tidak. Pengujian ini diterapkan dengan metode *Kolmogorov-Smirnov*. Dalam metode ini, data dinyatakan memiliki distribusi normal jika nilai signifikansi (Sig.) yang diperoleh $> 0,05$. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi berada $< 0,05$, maka data dianggap tidak berdistribusi normal.

b) Uji Heteroskedastisitas

Yakni yang memiliki fungsi untuk menilai ada tidaknya perbedaan variansi residual pada setiap pengamatan.⁴⁹ Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menilai apakah variansi residual pada masing-masing pengamatan bersifat konstan atau mengalami perbedaan.⁵⁰

⁴⁹ Siska Yulia Weny, "Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2019 – 2022)," *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Perpajakan (Bijak)* 5, no. 1 (February 2023): 90–110, <https://doi.org/10.26905/j.bijak.v5i1.9520>.

⁵⁰ Wilma Arum Nurcahya, Nadia Prasista Arisanti, and Audrey Nabilla Hanandhika, *Penerapan Uji Asumsi Klasik Untuk Mendeteksi Kesalahan Pada Data Sebagai Upaya Menghindari Pelanggaran Pada Asumsi Klasik*, 1, no. 12 (2024): 472–81.

Pendeteksian heteroskedastisitas dapat dilaksanakan dengan grafik *scatterplot* berdasarkan kriteria-kriteria berikut:⁵¹

- (1) Terjadi Heteroskedastisitas: Jika grafik menampilkan pola terstruktur yang sistematis, misalnya titik-titik yang bergelombang atau polanya menyebar kemudian menyempit.
- (2) Bebas Heteroskedastisitas: Jika tidak ada pola visual yang jelas, di mana titik-titik data tersebar secara acak di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y.

c) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi memiliki tujuan yaitu menguji apakah model regresi linear memiliki keterkaitan atau hubungan antara nilai residual periode saat ini (t) dengan nilai residual pada masa lalu ($t-1$). Model mengalami masalah autokorelasi jika ada korelasi.

d) Uji Korelasi Pearson

Uji korelasi pearson (*product moment*) digunakan untuk mengukur dan menganalisis tingkat hubungan antara dua variabel. Metode ini merupakan teknik korelasi sederhana yang melibatkan satu variabel independen dan satu variabel dependen. Besarnya koefisien korelasi Pearson dapat ditentukan dengan menggunakan rumus berikut:

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

Adapun penjelasan rumus tersebut adalah:

x = variabel pertama

y = variabel kedua

n = menunjukkan jumlah keseluruhan observasi

Uji Koefisien korelasi (r) digunakan untuk menunjukkan tingkat kekuatan hubungan antara dua variabel. Hubungan antara variabel X, yaitu *Shopee Live*, dengan variabel Y dapat berupa hubungan positif maupun hubungan negatif. Penentuan hasil korelasi dilakukan berdasarkan ketentuan berikut:

⁵¹ Hamdi Agustin, *Buku Referensi Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis (Konsep dan Contoh Penelitian)* (Sumedang: Mega Press Nusantara, 2023).

- (1) Hubungan dinyatakan signifikan jika nilai signifikansi $< 0,05$.
- (2) Hubungan dinyatakan tidak signifikan jika nilai signifikansi $> 0,05$.

Kemudian apabila nilai signifikansi berada tepat pada angka 0,05, maka hasil pengujian korelasi Pearson dapat diinterpretasikan dengan membandingkan nilai r_{hitung} terhadap nilai r_{tabel} berdasarkan kriteria berikut:

- (1) Variabel dianggap berhubungan apabila nilai Korelasi Pearson $> r_{tabel}$.
- (2) Variabel dianggap tidak berhubungan apabila nilai Korelasi Pearson $< r_{tabel}$.

Interpretasi terhadap tingkat kekuatan hubungan antar variabel mengacu pada pedoman berikut:

- (1) Nilai koefisien 0,00–0,199 keterkaitan sangat lemah.
- (2) Nilai koefisien 0,20–0,399 keterkaitan lemah.
- (3) Nilai koefisien 0,40–0,599 keterkaitan sedang
- (4) Nilai koefisien 0,60–0,799 keterkaitan kuat
- (5) Nilai koefisien 0,80–1,000 keterkaitan sangat kuat.⁵²

4) Uji Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana ialah teknik analisis statistik yang diterapkan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) dalam suatu penelitian. Metode ini berfungsi untuk mengetahui dan mengukur besar pengaruh *Shopee Live* terhadap keputusan pembelian sepatu Ventela melalui pengujian analisis regresi.

5) Uji Hipotesis

a) Uji T

Uji t ialah pengujian yang diterapkan untuk mengetahui dampak masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat yang diuji secara terpisah. Uji ini bertujuan untuk membuktikan ada atau tidaknya pengaruh *Shopee Live* dengan keputusan pembelian.

⁵² Pande Putu Narisya Ardhaneswari and I. Wayan Candra Suwitra, "Analisis Korelasi Pearson Dalam Menentukan Hubungan Harga Dengan Volume Penjualan Wardah Matte Lip Cream Pada Platform E-Commerce Shopee," *JIS SIWIRABUDA* 2, no. 2 (September 2024): 151–56, <https://doi.org/10.58878/jissiwirabuda.v2i2.302>.

b) Koefisien Determinasi

Menurut Ghozali, koefisien determinasi (R^2) merupakan ukuran yang diterapkan guna menguji tingkat kemampuan model dalam mencerminkan variasi perubahan yang terjadi pada variabel terikat. Nilai koefisien determinasi berada pada kisaran 0 sampai 1. Semakin kecil nilai R^2 , semakin terbatas kemampuan variabel independen dalam menjelaskan perubahan yang terjadi pada variabel dependen. Sebaliknya, apabila nilai R^2 semakin mendekati angka 1, maka variabel independen memiliki kemampuan yang semakin besar dalam menjelaskan variasi variabel dependen serta menyediakan informasi yang diperlukan untuk memprediksi perubahan pada variabel tersebut. Nilai koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada tabel *model summary*. Rentang nilai R^2 berada antara $0 \leq R^2 \leq 1$, dengan ketentuan pengambilan keputusan sebagai berikut:

- (1) Apabila nilai $R^2 = 0$, maka model regresi tidak memiliki kemampuan untuk menjelaskan atau memprediksi variabel Y.
- (2) Apabila nilai $R^2 = 1$, maka model regresi dapat menjelaskan dan memprediksi variabel Y secara sempurna. Semakin mendekati angka 1 nilai R^2 yang diperoleh, semakin besar kemampuan variabel independen dalam menerangkan variasi yang terjadi pada variabel dependen.

Rumus koefisien determinasi:

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

Keterangan:

R^2 = koefisien determinasi

r^2 = koefisien korelasi