

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Hal ini karena metode kuantitatif menghasilkan angka yang akurat dan pendekatan kuantitatif menjelaskan fenomena dengan menggunakan data-data numerik.¹ metode penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisa data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Pada pendekatan penelitian ini hubungan gejala bersifat kausalitas yaitu sebab akibat.² Penelitian ini, secara umum ingin mengetahui sebab akibat atau pengaruh variabel harga dan kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan konsumen.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi pada Toko Pertanian UD Kalyana Agri Makmur di Jl. Panglima Sudirman, RT.03/RW.02, Jarakan, Sidoharjo, Kecamatan Tanjunganom, Kabupaten Nganjuk.

¹ Uhar Suharsaputra, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*, (Dandung: PT Refika Aditama, 2012), 49

² Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 63

C. Variabel Penelitian

1. Identifikasi variabel

Menurut Arikunto variabel penelitian adalah objek penelitian atau apa yang menjadi perhatian suatu titik penelitian.³ Variabel yang diteliti dalam penelitian antara lain:

- a. Variabel independen (bebas), merupakan variabel yang memberikan pengaruh atau yang menjadi sebab perubahan variabel terikat. Harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) merupakan variabel bebas dalam penelitian ini.
- b. Variabel dependen (terikat), merupakan variabel yang mendapat pengaruh atau yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Kepuasan konsumen (Y) merupakan variabel terikat dalam penelitian ini.

2. Definisi operasional variabel

a. Harga

Menurut Kotler dan Armstrong, menyatakan harga adalah jumlah yang ditagihkan oleh suatu produk atau jasa. Dalam arti luas harga adalah nilai yang diberikan pelanggan untuk mendapatkan manfaat atau keuntungan dari suatu produk atau jasa.⁴

³ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2016), 161

⁴ Philip Kotler & Garry Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 13 jilid 1* (Jakarta: Erlangga, 2012)

Tabel 3.1
Indikator Harga

Variabel	Indikator
Harga (X ₁)	Keterjangkauan harga
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk
	Daya saing harga
	Kesesuaian harga dengan manfaat

Sumber: Philip Kotler & G Armstrong.⁵

b. Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan adalah suatu penilaian dari pelanggan atau konsumen terkait pelayanan yang mereka terima (*perceived service*) dengan tingkat pelayanan yang diinginkan atau diharapkan (*expeted service*).⁶

Tabel 3.2
Indikator Kualitas Pelayanan

Variabel	Indikator
Kualitas Pelayanan (X ₂)	Berwujud/ <i>Tangibles</i> (bentuk pelayanan yang dapat dilihat secara langsung)
	Kehandalan/ <i>Reliability</i> (kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, tepat, akurat, dan sarana komunikasi)
	Daya Tanggap/ <i>Responsiveness</i> (memberikan pelayanan dengan tanggap)
	Jaminan / <i>Assurance</i> (segala sesuatu yang mencakup kemampuan, keseopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki karyawan bebas dari resiko yang berbahaya dan keragu-raguan)
	Empati/ <i>Empathy</i> (kemudahan dalam melakukan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dengan kebutuhan konsumen)

Sumber: Fandy Tjiptono dan Gregorius, 2016.⁷

⁵ Philip Kotler & G Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12, Jilid 1* terjemahan Bob Sabran, (Jakarta: Erlangga, 2012), 278

⁶ Salim Al Idrus, *Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian*, (Malang: Media Nusa Creative, 2019), 2

⁷ Fandy Tjiptono & Gregorius, *Service Quality & Satisfaction*, (Yogyakarta: Andi, 2016), 137

c. Kepuasan konsumen

Menurut Kotler, kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja di bawah harapan, pelanggan tidak puas.⁸

Tabel 3.3
Indikator Kepuasan Konsumen

Variabel	Indikator
Kepuasan Konsumen (Y)	Kesesuaian harapan pengunjung setelah melakukan pembelian
	Minat kunjung kembali
	Kesediaan rekomendasi kepada orang lain

Sumber: Fandy Tjiptono, 2014.⁹

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulannya.¹⁰ Pada penelitian ini yang menjadi populasi merupakan konsumen yang membeli lebih dari satu kali Toko Pertanian UD Kalyana Agri Makmur yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti atau tidak terhingga.

⁸ Philip Kotler & Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Manajemen, Edisi 14, Jilid 1*, (Jakarta: Erlangga, 2014), 150

⁹ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa, Prinsip Penerapan dan penelitian*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2014), 101

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 115

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi. Pengambilan sampel dari populasi mempunyai aturan, yaitu sampel tersebut mewakili (representatif) terhadap populasinya.¹¹ Penentuan sampel penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling* meliputi *simple random sampling*, yang tidak mempertimbangkan strata dalam populasi.¹² Dalam penelitian ini jumlah konsumen Toko Pertanian UD Kalyana Agri Makmur yang berbelanja lebih dari satu kali tidak diketahui secara pasti (tidak terhitung), maka penentuan jumlah sampel pada penelitian ini menggunakan pedoman Isaac dan Michael, sebagai berikut:

Tabel 3.4
Penentuan Jumlah Sampel Dari Populasi Tertentu Dengan Taraf Kesalahan 1%, 5%, 10%

	S			N	S			N	S		
	1%	5%	10%		1%	5%	10%		1%	5%	10%
10	10	10	10	280	197	155	138	2800	537	310	247
15	15	14	14	290	202	158	140	3000	543	312	248
20	19	19	19	300	207	161	143	3500	558	317	251
25	24	23	23	320	216	167	147	4000	569	320	254
30	29	28	27	340	225	172	151	4500	578	323	255
35	33	32	31	360	234	177	155	5000	586	326	257
40	38	36	35	380	242	182	158	6000	598	329	259
45	42	40	39	400	250	186	162	7000	606	332	261
50	47	44	42	420	257	191	165	8000	613	334	263
55	51	48	46	440	265	195	168	9000	618	335	263
60	55	51	49	460	272	198	171	10000	622	336	263
65	59	55	53	480	279	202	173	15000	635	340	266
70	63	58	56	500	285	205	176	20000	642	342	267
75	67	62	59	550	301	213	182	30000	649	344	268
80	71	65	62	600	315	221	187	40000	653	345	269
85	75	68	65	650	329	227	191	50000	655	346	269
90	79	72	68	700	341	233	195	75000	658	346	270
95	83	75	71	750	352	238	199	100000	659	347	270
100	87	78	73	800	363	243	202	150000	661	347	270

¹¹ Syahrudin dan Salim, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Cipta Media, 2012), 114

¹² Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 118

110	94	84	78	850	373	247	205	200000	661	347	270
120	102	89	83	900	382	251	208	250000	662	348	270
130	109	95	88	950	391	255	211	300000	662	348	270
140	116	100	92	1000	399	258	213	350000	662	348	270
150	122	105	97	1100	414	265	217	400000	662	348	270
160	129	110	101	1200	427	270	221	450000	663	348	270
170	135	114	105	1300	440	275	224	500000	663	348	270
180	142	119	108	1400	450	279	227	550000	663	348	270
190	148	123	112	1500	460	283	229	600000	663	348	270
200	154	127	115	1600	469	286	232	650000	663	348	270
210	160	131	118	1700	477	289	234	700000	663	348	270
220	165	135	122	1800	485	292	235	750000	663	348	270
230	171	139	125	1900	492	294	237	800000	663	348	271
240	176	142	127	2000	498	397	238	850000	663	348	271
250	182	146	130	2200	510	301	241	900000	663	348	271
260	187	149	133	2400	520	304	243	950000	663	348	271
270	192	152	135	2600	529	307	245	1000000	663	348	271
								∞	664	349	272

Sumber : Sugiyono, 2013 : 126

Seperti yang diketahui bahwa jumlah konsumen Toko Pertanian UD Kalyana Makmur yang membeli lebih dari satu kali tidak diketahui jumlahnya. Maka untuk menentukan sampel penelitian pada tabel Isaac dan Michael peneliti menggunakan taraf kesalahan 5%. Sehingga peneliti mengambil sampel sebanyak 349 responden pada konsumen Toko Pertanian UD Kalyana Makmur yang membeli lebih dari satu kali karena populasinya tidak terbatas atau tidak terhingga.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Jenis dan Sumber data

Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari lapangan yaitu dari kuisisioner atau angket yang di isi oleh responden dan observasi peneliti. Data skunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari sumbernya, akan

tetapi melalui perantara yaitu dari penelitian terdahulu, buku-buku, dan sumber lain yang relevan dengan penelitian ini.

2. Metode pengumpulan data

- a. Metode pengumpulan data penelitian ini adalah kuesioner yaitu dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada pelanggan Toko Pertanian UD Kalyana Agri Makmur untuk dijawab. Skala likert diterapkan penelitian ini yakni skala yang dipergunakan untuk mengukur sikap, pendapat serta persepsi seseorang maupun sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam skala likert kuesioner diberi nilai

Sangat setuju (SS) = 5

Setuju (S) = 4

Kurang Setuju (KS) = 3

Tidak Setuju (TS) = 2

Sangat tidak setuju(STS) = 1

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan fasilitas atau alat yang digunakan untuk mengumpulkan data yang dapat mempermudah pekerjaan peneliti dengan hasil lebih baik. Instrumen penelitian ini adalah kuesioner atau angket. Kuisisioner merupakan instrumen penelitian yang berisikan serangkaian

pertanyaan maupun pernyataan untuk menjaring data atau informasi yang harus responden jawab dengan bebas sesuai pendapat responden.¹³

G. Analisa Data

Analisa data adalah proses pencarian data atau proses penataan data secara terstruktur dari data yang diperoleh sehingga dapat disajikan untuk ditunjukkan kepada orang lain. adapun langkah analisa data:

1. *Editing*, data yang telah terkumpul diperiksa untuk memeriksa ada tidaknya kesalahan saat pengisian data seperti ketidaklengkapan data, tidak sesuai, dan lain sebagainya.
2. *Coding*, pengkodean dilakukan untuk menyederhanakan jawaban responden dan memudahkan dalam pengolahan data.
3. *Scoring*, pemberian angka untuk setiap jawaban responden yang membutuhkan nilai. *Scoring* dilakukan dengan memberikan pilihan nilai kepada setiap item pertanyaan dari setiap kuesioner. Penentuan nilai dari setiap pertanyaan adalah sebagai berikut:

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

¹³ Irwan Hermansah, *Metodologi Penelitian Pendidikan (Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed Method)*, (Kuningan: Hidayatul Quran, 2019), 73

4. Tabulasi data, pembuatan tabel berisi data yang sudah diberi kode sesuai analisis yang diperlukan. Jawaban yang sama dikelompokkan sesuai ketentuan.
5. *Procesing*, adalah penghitungan, pengolahan dan analisa data dengan statistik. Adapun yang meliputi *procesing* antara lain:

- a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau sah tidaknya suatu kuisisioner. Suatu kuisisioner dikatakan mampu mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.¹⁴

- 1) Tingkat signifikansi 5%, nilai r hitung $\geq r$ tabel variabel berarti item instrumen tersebut adalah valid.
- 2) Pada taraf peluang kesalahan 5% nilai hasil perhitungan r hitung $< r$ tabel, ini berarti item instrumen tersebut adalah tidak valid.

- b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan alat untuk mengukur kuisisioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuisisioner dapat dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau apabila alat digunakan berulang-ulang pada kelompok yang sama maka hasilnya akan sama. Uji reliabilitas yang baik menunjukkan tingkat keandalan tertentu, maka

¹⁴ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Prgram Spss, Cetakan IV* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2012), 45

teknik yang digunakan untuk mengukur reabilitas adalah teknik *cronbach alpha*. Berikut rumus yang digunakan peneliti:

$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum s_i}{s_t} \right)$$

Keterangan:

- r_{11} : Koefisien reliabilitas
 $\sum s_i$: Jumlah varian skor tiap item
 s_t : Varian Total
 n : Jumlah item

Menurut Robert M. Kaplan Keputusan kriteria reliabilitas yaitu, kelompok item dalam suatu dimensi dinyatakan reliabel jika koefisien reliabilitasnya tidak lebih rendah dari 0,70.¹⁵

c. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas Data

Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data yang telah diperoleh bersistribusi normal atau tidak. Data yang baik adalah data yang berdistribusi normal. Data yang normal merupakan syarat untuk semua uji statistik. Untuk mengetahui data pada penelitian ini berdistribusi normal atau tidak, maka digunakan pengujian menggunakan analisis deskriptif, dengan menghitung nilai *kurtosis* dan *skewness*.

¹⁵http://aresearch.upi.edu/operator/upload/s_mrl_0601958_chapter3.pdf&ved=2ahUKEwiar77hsf3AhVJwTgGHV4nCyQQFnoECAUQAQ&usq=AOvVaw3ToNZ4Yvivj95Ld3VdobbD, Diakses Pada April 2022, Pukul 02.00 WIB.

Pengambilan keputusan untuk mendekati kenormalan data adalah apabila nilai dan median sama maka data memenuhi asumsi normal. Untuk melihat data berdistribusi normal salah satunya dapat dilakukan dengan cara melihat nilai *skewness* dan nilai *kurtosis*. Apabila rasio *skweness* dan *kutosis* berada diantara -2 sampai +2 maka data berdistribusi normal. rums rasio *skweness* = $\text{skweness}/\text{std error skweness}$ dan rumus rasio *kurtosis* = $\text{kurtosis}/\text{std.error kurtosis}$.¹⁶

2) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah terjadi ketidaksamaan variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dasar pengamilan keputusan uji heteroskedastisitas dengan grafik *scatter plot*, dengan kriteria tidak terjadi heteroskedastisitas, jika:

- a) Titik-titik data tidak mengumpul diatas atau dibawah saja, tetapi menyebar di atas dan dibawah atau disekitar 0.
- b) Penyebaran titik-titik data tidak membentuk pola tertentu dan tidak berpola.¹⁷

3) Uji Multikolieneritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel

¹⁶ Singgih Santoso, *Mahir Statistik Parametik*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2019), 47

¹⁷ Wiratman Sujarweni, *Belajar Mudah SPSS Untuk Penelitian Mahasiswa dan Umum*, (Yogyakarta: Ardana Media, 2018), 180.

independent. Data yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independent. Untuk mendeteksi apakah terjadi multikolinearitas antar variabel independent pada penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Nilai yang umum dipakai untuk menunjukkan tidak adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance* $> 0,10$ atau sama dengan nilai *VIF* < 10 .¹⁸

4) Uji Autokolerasi

Uji Autokolerasi bertujuan untuk melihat apakah terjadi kolerasi kesalahan pengganggu pada suatu periode t dengan kesalahan pengganggu periode sebelumnya $t-1$. Uji autokolerasi dapat dilakukan dengan uji *Durbin Waston* (DW). Kemudian DW dibandingkan dengan d tabel. Uji autokorelasi pada penelitian ini menggunakan uji berdasarkan pada nilai Durbin Watson.¹⁹ Adapun kriteria Durbin-Waston adalah sebagai berikut:

- a) Jika $0 < d < d_L$ maka terjadi auto kolerasi positif.
- b) Jika $d_L < d < d_U$ berarti tidak ada kepastian (ragu-ragu)
- c) Jika $4 - d_L < d < 4$ maka terjadi autokorelasi negatif.
- d) Jika $4 - d_U < d < 4 - d_L$ maka tidak ada kepastian (ragu-ragu)
- e) Jika $d_U < d < 4 - d_U$ berarti tidak ada autokolerasi positif atau negatif.

¹⁸ Dwi Proyatno, *Belajar Praktis Parametrik dan Non Parametrik dengan SPSS & Prediksi Pertanyaan Pendarasan Skripsi dan Tesis*, (Yogyakarta: Gava Media, 2012), 60.

¹⁹ Wiratman Sujarwendi, *Belajar Mudah SPSS Untuk Penelitian Mahasiswa dan Umum*, 110-111

5) Uji Kolerasi Ganda

Korelasi digunakan untuk menyatakan drajat kuatnya pengaruh antara dua variabel atau lebih secara bersama-sama.

Rumus korelasi berganda yaitu:

$$R_{x_1x_2y} = \sqrt{\frac{r^2_{x_1y} + r^2_{x_2y} - 2r_{x_1y} \cdot r_{x_2y} \cdot r_{x_1x_2}}{1 - r^2_{x_1x_2}}}$$

Keterangan:

$R_{x_1x_2y}$: Korelasi ganda (multiple correlate)

r_{x_1y} : Korelasi produk moment antara X_1 dan Y

r_{x_2y} : Korelasi produk moment antara X_2 dan Y

$r_{x_1x_2}$: Korelasi produk moment antara X_1 dan X_2

X_1 : Variabel bebas (harga)

X_2 : Variabel bebas (Kualitas pelayanan)

Y : Variabel Terikat (Kepuasan konsumen)

Tabel 3.6
Kriteria Koefisien Kolerasi²⁰

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,80-1,000	Sangat kuat
0,60-0,799	Kuat
0,40-0,599	Cukup Kuat
0,20-0,399	Rendah
0,00-0,199	Sangat Rendah

6) Uji Regresi Ganda

Uji Regresi Ganda digunakan untuk memprediksi perubahan respon variabel dependen terhadap beberapa variabel

²⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 250

independen (prediktor). Adapun persamaan regresi 2 prediktor adalah sebagai berikut:²¹

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Y= Kepuasan Konsumen

a = Konstanta

X₁= Harga

X₂ = Kualitas Pelayanan

b₁ = Koefisien Regresi Variabel Harga

b₂ = Koefisien Regresi Variabel Kualitas Pelayanan

7) Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (terikat) secara bersama-sama (simultan). Langkah yang dilakukan dalam uji F yang pertama adalah menentukan hipotesis nihil (H₀) dan hipotesis alternatif (H_a). H₀ artinya variabel harga dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen, H_a artinya variabel harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Kemudian menentukan taraf signifikan $\alpha = 0,05$. Selanjutnya menentukan kriteria uji F yaitu jika hasil nilai signifikan < signifikan yang ditetapkan (0,05)

²¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 277

berarti berpengaruh signifikan dan H_0 diterima apabila $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ serta H_0 ditolak apabila $F_{hitung} \geq F_{tabel}$.

8) Uji t

Uji t untuk mengetahui benar atau tidaknya pernyataan hipotesis. Uji t digunakan untuk memeriksa sejauh mana pengaruh suatu variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen. Adapun tahapan yang dilakukan dalam uji t adalah yang pertama menyusun hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a), selanjutnya menentukan tingkat signifikansi $\alpha=5\%$ atau 0,05 ukuran standart yang sering digunakan dalam penelitian. Kemudian menentukan kriteria pengujian: jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau $t_{hitung} \geq -t_{tabel}$ jadi H_0 diterima dan jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ atau $t_{hitung} \leq -t_{tabel}$ jadi H_0 ditolak.²²

9) Uji koefisien determinasi (R^2)

Uji determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel bebas memberikan terhadap variabel terikat. Semakin besar R^2 maka variabel bebas tersebut semakin berpengaruh terhadap variabel terikatnya dan koefisien determinasi yang paling besar berarti variabel bebas tersebut berpengaruh dominan. Jika $R^2 = 1$, berarti besarnya persentase sumbangan variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama adalah 100%. Menunjukkan bahwa apabila

²² Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, 194

koefisien determinasi mendekati 1, maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya semakin kuat, maka semakin cocok pula garis regresi untuk meramalkan Y. Rumus dari koefisien determinasi sebagai berikut:

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

Keterangan :

R^2 : nilai koefisien determinasi

r : nilai koefisien korelasi.²³

²³ Sugiyono, *Metode Penelitian* 231.

