

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi obyek penelitian pada Minimarket Indomaret kecamatan Lowokwaru Malang. Adapun alasan memilih daerah tersebut, karena pada Indomaret terdapat peningkatan penjualan yang ditandai dengan bertambahnya cabang-cabangnya menunjukkan bahwa Indomaret cukup digemari. Alasan tersebut mendasari untuk dilakukannya sebuah penelitian.

3.2 Jenis Dan Pendekatan Penelitian

Sugiyono (1999:1) mengutarakan bahwa penelitian adalah merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Penelitian penting artinya bagi seorang peneliti dalam memecahkan permasalahan atau menjawab pertanyaan-pertanyaan tentang fenomena yang ada di lingkungannya. Jenis penelitian yang digunakan adalah explanatory research atau penelitian penjelasan.

Menurut Singarimbun dalam Singarimbun dan Effendi, (1995:5), penelitian penjelasan (explanatory research) adalah penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis.

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survey. Suharsimi Arikunto (1995:312) mengutarakan, survey merupakan satu jenis penelitian yang banyak dilakukan oleh peneliti dalam bidang: sosiologi, bisnis, politik, pemerintahan dan pendidikan. Menurut Singarimbun dan Effendi

(1995:3), penelitian survey adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok.

3.3 Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2008:115) menyatakan bahwa populasi adalah keseluruhan yang terdiri dari obyek atau subyek yang berkualitas dengan spesifikasi karakteristik yang ditentukan oleh peneliti untuk diolah dan kemudian dapat disimpulkan. Dalam penelitian ini populasinya adalah konsumen yang telah melakukan pembelian di minimarket Indomaret. Karena jumlah populasi yang relatif banyak, maka digunakan metode pengambilan sampel.

Sampel adalah bagian dari populasi dengan jumlah tertentu dan karakteristik tertentu (Sugiyono, 2008:116). Penarikan dengan sampel dilakukan mengingat keterbatasan waktu, tenaga, dan dana, menghadapi populasi yang begitu banyak. Data yang diperoleh dari sampel tersebut kemudian dipelajari dan ditarik kesimpulannya dan kesimpulan tersebut berlaku untuk populasi. Karena sampel ini merupakan sebagian jumlah yang mewakili populasi, maka sampel harus betul-betul representatif.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *Accidental Sampling*. Pengambilan sampel dengan teknik aksidental atau accidental sampling ini adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan atau siapa saja yang bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sebagai sampel, dan bila orang yang ditemui tersebut dipandang cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2001:96).

Dalam penelitian ini, peneliti akan memberikan kuesioner pada konsumen yang sudah melakukan pembelian pada minimarket Indomaret di Kecamatan Lowokwaru. Karena jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui, maka jumlah sampel yang diperlukan adalah paling sedikit 4 atau 5 kali jumlah item yang diteliti, Maholtra (2009). Karena jumlah item yang diteliti adalah sebanyak 24 item, maka sampel yang ditetapkan sebanyak 120 responden. Hal ini dianggap sudah mewakili karena sesuai dengan standar minimal.

3.5 Data Dan Jenis Data

Menurut Iqbal Hasan (2002:82) data merupakan keterangan-keterangan tentang suatu hal, dapat berupa sesuatu yang diketahui atau yang dianggap suatu fakta yang di gambarkan lewat angka, symbol, kode dan lain-lain. Sumber data adalah asal atau dari mana data itu diperoleh dan sumber data penelitian merupakan faktor penting yang menjadi pertimbangan dalam penentuan metode pengumpulan data. Data dalam penelitian ini dikumpulkan dari dua sumber yakni data primer dan data skunder yang dilakukan pengambilan dengan metode teknik wawancara dan angket atau kuesioner.

1. Data Primer

Data Primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh peneliti atau yang bersangkutan yang memerlukannya. Data primer disebut juga data asli atau data baru. Data ini mempunyai 2 metode atau tehnik dalam pengumpulan datanya, yaitu metode interview (wawancara) dan observasi/pengamatan langsung pada objek selama kegiatan penelitian di lapangan (Iqbal Hasan 2002:82).

2. Data Skunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tak langsung atau diperoleh dari pihak lain yang bersifat saling melengkapi dengan data primer, seperti dari dokumen-dokumen dan berbagai literatur serta catatan, maupun artikel. Data ini terkait dengan pihak lain yang memiliki hubungan dengan masalah yang dibahas, seperti wawancara dengan karyawan dan manajer perusahaan.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dengan jalan mencatat sebagian kecil dari populasi atau dengan perkataan lain mencatat sampel yang digunakan saja (Supranto, 2006: 53).

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Kuesioner

Kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan data dengan menyebarkan daftar pertanyaan pada responden yang akan diteliti untuk diisi guna pengumpulan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian, sehingga mendapatkan data yang akurat berupa tanggapan dari responden.

2. Wawancara

Yaitu proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara penanya dengan penjawab dengan menggunakan alat yang dinamakan interview guide (panduan wawancara). (Nasir 1999: 234) Dalam hal ini wawancara dilakukan dengan pihak-pihak yang berkaitan langsung dengan perusahaan seperti karyawan

perusahaan dan sebagian kecil dari responden untuk mendapatkan informasi yang berhubungan dengan permasalahan yang akan diteliti.

3.7 Definisi Operasional dan Skala Pengukuran

Definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan pada suatu variabel dengan cara memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan atau membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut. Definisi operasional variabel bertujuan untuk melihat sejauh mana variabel-variabel suatu faktor berkaitan dengan faktor lainnya.

a. Variabel Bebas (Persepsi Konsumen)

a) Harga (X1)

Harga menurut Kotler dan Armstrong (2001) adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Lebih jauh lagi, harga adalah sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk sejumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa. Harga merupakan hal yang diperhatikan konsumen saat melakukan pembelian. Sebagian konsumen bahkan mengidentifikasikan harga dengan nilai.

b) Produk (X2)

Pengertian produk (*product*) menurut Kotler & Armstrong, (2001: 346) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan

kebutuhan dan kegiatan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar.

c) Pelayanan (X3)

Menurut Kotler (1999:213) *service* (jasa/pelayanan) adalah kegiatan, manfaat, atau kegunaan yang ditawarkan untuk dijual kepada pembeli. Sedangkan menurut Chandra (2005:8) *serviceability* yaitu kecepatan dan kemudahan untuk direparasi, serta kompetensi dan keramahan staf layanan.

d) Kenyamanan Berbelanja (X4)

Orientasi kenyamanan atau *convenience orientation* merujuk kepada nilai yang diberikan atas pencarian aktif sebuah produk sehingga menimbulkan kenyamanan pribadi dan penghematan waktu dalam aktivitas tertentu. Faktor *convenience* atau kenyamanan dilaporkan sebagai alasan utama konsumen melakukan pembelian melalui toko virtual seperti internet (Forshyte dan Shi, 2003).

e) Kualitas Produk (X5)

Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk menampilkan fungsinya, hal ini termasuk waktu kegunaan dari produk, keandalan, kemudahan dalam penggunaan dan perbaikan, dan nilai-nilai yang lainnya. Kualitas produk dapat ditinjau dari dua sudut pandang yaitu sudut pandang internal dan sudut pandang external. Dari sudut pandang pemasaran kualitas diukur dengan persepsi pembeli, sesuai dengan pernyataan Kotler dan Armstrong (2001:279).

b. Variabel Terikat (Keputusan pembelian Y)

Keputusan pembelian merupakan sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli barang/jasa dalam memenuhi kebutuhan atau keinginannya.

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel Bebas	Indikator	Item
Persepsi Konsumen	Harga (X_1)	$X_{1.1}$ Harga sesuai harapan
		$X_{1.2}$ Harga sesuai dengan kualitas
		$X_{1.3}$ Perbedaan harga dengan minimarket lain
		$X_{1.4}$ Diskon
		$X_{1.5}$ Harga Promosi
	Produk (X_2)	$X_{2.1}$ Jenis produk.
		$X_{2.2}$ Kualitas.
		$X_{2.3}$ Merk.
		$X_{2.4}$ Persediaan produk
	Pelayanan (X_3)	$X_{3.1}$ Pelayanan yang diberikan pramuniaga.
		$X_{3.2}$ Proses pelayanan
		$X_{3.3}$ Tersedianya fasilitas debit card.
		$X_{3.4}$ Jam buka-tutup mini market.
	Kenyamanan berbelanja (X_4)	$X_{4.1}$ Tata letak toko
		$X_{4.2}$ Produk yang tertata rapi
		$X_{4.3}$ Tempat paker
	Kualitas Produk (X_5)	$X_{5.1}$ Produk yang higienis
		$X_{5.2}$ Kualitas produk terjamin
		$X_{5.3}$ Keandalan produk
Keputusan Pembelian	Proses Keputusan (Y)	$Y_{1.1}$ Keputusan pembelian karena harga
		$Y_{1.2}$ Keputusan pembelian karena produk

		Y _{1.3} Keputusan pembelian karena pelayanan Y _{1.4} Keputusan pembelian kenyamanan berbelanja Y _{1.5} Keputusan pembelian karena kualitas
--	--	---

Skala pengukuran menurut Sugiyono dalam Hasan (2002:70) adalah kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada di dalam alat ukur. Dengan menggunakan alat ukur tersebut dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif.

Dalam penelitian ini, untuk mengukur keputusan pembelian di Indomaret menggunakan jenis pengukuran indeks Skala Likert. Skala Likert berisi pernyataan yang sistematis untuk menunjukkan sikap seorang responden terhadap pernyataan itu. Indeks ini mengasumsikan bahwa masing-masing kategori jawaban ini memiliki intensitas yang sama. Keunggulan indeks ini adalah kategorinya memiliki urutan yang jelas, yaitu:

- 1) Jawaban “Sangat Setuju” diberi skor 5
- 2) Jawaban “Setuju” diberi skor 4
- 3) Jawaban “Ragu-Ragu” diberi skor 3
- 4) Jawaban “Tidak Setuju” diberi skor 2
- 5) Jawaban “Sangat Tidak Setuju” diberi skor 1

3.8 Model Analisis Data

Teknik analisis data yang di inginkan dalam penelitian ini adalah dengan uji terhadap hipotesis dengan menggunakan analisis kuantitatif yang bertujuan

untuk mengetahui karakteristik setiap variabel pada sampel penelitian melalui analisis statistika deskriptif (Gulo, 2007: 140).

1. Uji Validitas

Menurut Tanzeh, (2009:73), validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan instrument. Suatu instrument yang valid atau shahih mempunyai validitas yang tinggi serta mampu mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrument menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran variabel yang dimaksud.

Perhitungan uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan komputer program SPSS 16.0. valid tidaknya instrument dapat diketahui dengan membandingkan indeks korelasi *product moment* dengan level signifikansi 5%.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Husaini (2003:86) Uji reliabilitas adalah proses pengukuran terhadap ketepatan (konsisten) dari suatu instrumen. Pengujian ini dimaksudkan untuk menjamin instrumen yang digunakan merupakan sebuah instrumen yang handal, konsistensi, stabil dan dependibilitas, sehingga bila digunakan berkali-kali dapat menghasilkan data yang sama. Tujuan dari uji reliabilitas adalah menunjukkan konsistensi skor-skor yang diberikan skorer satu dengan skorer lainnya.

Uji Reliabilitas dilakukan dengan uji Alpha Cronbach. Rumus Alpha Cronbach sebagai berikut:

$$\alpha = \left(\frac{K}{K-1} \right) \left(\frac{s_r^2 - \sum s_i^2}{s_x^2} \right)$$

Note:

A : Koefisien reliabilitas Alpha Cronbach

K : Koefisien reliabilitas Alpha Cronbach

$\sum s_i^2$: Jumlah varians skor item

s_x^2 : Varians skor-skor tes (seluruh item K)

Jika nilai alpha > 0,7 artinya reliabilitas mencukupi (sufficient reliability) sementara jika alpha > 0,80 ini mensugestikan seluruh item reliabel dan seluruh tes secara konsisten secara internal karena memiliki reliabilitas yang kuat. Atau, ada pula yang memaknakananya sebagai berikut:

- 1) Jika alpha > 0,90 maka reliabilitas sempurna
- 2) Jika alpha antara 0,70 – 0,90 maka reliabilitas tinggi
- 3) Jika alpha antara 0,50 – 0,70 maka reliabilitas moderat
- 4) Jika alpha < 0,50 maka reliabilitas rendah

Jika alpha rendah, kemungkinan satu atau beberapa item tidak reliable. Segera identifikasi dengan prosedur analisis per item. Item Analysis adalah kelanjutan dari tes Alpha sebelumnya guna melihat item-item tertentu yang tidak reliabel. Lewat Item Analysis ini maka satu atau beberapa item yang tidak reliabel dapat dibuang sehingga Alpha dapat lebih tinggi lagi nilainya.

Reliabilitas item diuji dengan melihat Koefisien Alpha dengan melakukan Reliability Analysis dengan SPSS ver. 16.0 for Windows. Akan dilihat nilai

Alpha-Cronbach untuk reliabilitas keseluruhan item dalam satu variabel. Agar lebih teliti, dengan menggunakan SPSS, juga akan dilihat kolom Corrected Item Total Correlation.

Nilai tiap-tiap item sebaiknya ≥ 0.40 sehingga membuktikan bahwa item tersebut dapat dikatakan punya reliabilitas Konsistensi Internal. Item-item yang punya koefisien korelasi < 0.40 akan dibuang kemudian Uji Reliabilitas item diulang dengan tidak menyertakan item yang tidak reliabel tersebut. Demikian terus dilakukan hingga Koefisien Reliabilitas masing-masing item adalah ≥ 0.40 .

Jika nilai alpha $> 0,7$ artinya reliabilitas mencukupi (sufficient reliability) sementara jika alpha $> 0,80$ ini mensugestikan seluruh item reliabel dan seluruh tes secara konsisten secara internal karena memiliki reliabilitas yang kuat. Atau, ada pula yang memaknakananya sebagai berikut:

- 1) Jika alpha $> 0,90$ maka reliabilitas sempurna
- 2) Jika alpha antara $0,70 - 0,90$ maka reliabilitas tinggi
- 3) Jika alpha antara $0,50 - 0,70$ maka reliabilitas moderat
- 4) Jika alpha $< 0,50$ maka reliabilitas rendah

3.8.1 Metode Analisis Data

1. Statistik Deskriptif

Menurut Benedicta (2003:134) statistik deskriptif adalah untuk memberi gambaran umum tentang responden, misalnya gambaran umum tentang umur, tingkat pendidikan, skor rata-rata tiap variabel, standar deviasi tiap variabel dan sebagainya. Analisis deskriptif yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan obyek penelitian yang terdiri dari gambaran lokasi

penelitian, keadaan responden yang diteliti, serta item-item yang didistribusikan dari masing-masing variabel. Setelah data telah terkumpul, selanjutnya mengolah data kemudian mentabulasikan ke dalam tabel, kemudian membahas data yang telah diolah tersebut secara deskriptif. Ukuran deskriptif adalah dengan pemberian angka naik jumlah responden (orang) maupun prosentase.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk menentukan ketepatan prediksi dan untuk melengkapi analisis sejauh mana hubungan yang kuat antara variabel terikat (Y) keputusan pembelian. Dari variabel (X), maka dalam penelitian ini regresinya sebagai berikut (Sulhan, 2011:10).

Data regresi adalah data hasil penelitian analisis persepsi konsumen (harga, produk, pelayanan, kenyamanan berbelanja dan kualitas produk) terhadap keputusan pembelian. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi berganda dengan rumus umum:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Dimana:

Y = Keputusan Pembelian

X1 = Harga

X2 = Produk

X3 = Pelayanan

X4 = Kenyamanan Berbelanja

X5 = Kualitas Produk

e = Kesalahan Penganggu

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2006:110). Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi residual normal atau mendekati normal. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* terhadap nilai residual hasil persamaan regresi. Bila probabilitas hasil uji *Kolmogorov Smirnov* lebih besar dari 0,05 maka asumsi normalitas terpenuhi.

2. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinearitas adalah pengujian ekonometrika yang digunakan untuk menguji suatu model apakah terjadi hubungan yang sempurna antara variabel bebas, sehingga sulit untuk memisahkan pengaruh antara variabel-variabel itu secara individu terhadap variabel terikat. Pengujian ini digunakan untuk mengetahui apakah antara variabel bebas dalam persamaan regresi tersebut tidak saling berkorelasi (Sumarsono, 2004:224).

Untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolinearitas dapat dideteksi dari besarnya VIF (*Variance Inflation Factor*). Bila nilai VIF lebih kecil dari 10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji asumsi bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual antara satu pengamatan dengan pengamatan yang lain. Jika varians dari residual antara satu

pengamatan dengan pengamatan yang lain berbeda disebut heteroskedastisitas, sedangkan model yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas di uji dengan menggunakan koefisien korelasi *Rang Spearman* yaitu mengkorelasikan antara absolute residual hasil dengan semua variabel bebas. Bila signifikansi hasil korelasi lebih kecil dari 0,05 (5%) maka persamaan regresi tersebut mengandung heteroskedastisitas dan sebaliknya berarti non heteroskedastisitas atau homoskedastisitas. (Sulhan, 2011:46)

4. Uji Autokorelasi

Uji asumsi ini bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Ada beberapa cara untuk melakukan pengujian terhadap asumsi autokorelasi, salah satunya adalah *Durbin-Watson d test*. (Sulhan, 2011:22)

Salah satu cara untuk mendeteksi adanya autokorelasi menggunakan besaran *Durbin-Watson*. (Sulhan, 2011:22) menjelaskan pedoman yang dapat dijadikan pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- 1) Nilai $D-W < -2$, berarti ada hubungan autokorelasi positif
- 2) Nilai $-2 \leq D-W \leq +2$, berarti tidak ada hubungan autokorelasi
- 3) Nilai $D-W > +2$, berarti ada hubungan autokorelasi negatif

Atau untuk kriteria pengambilan keputusan bebas autokorelasi juga dapat dilakukan dengan cara melihat nilai *Durbin-Watson*, dimana jika nilai d dekat dengan 2, maka asumsi tidak terjadi autokorelasi terpenuhi.

5. Uji Asumsi Linieritas

Pengujian linearitas ini perlu dilakukan, untuk mengetahui model yang dibuktikan merupakan model linear atau tidak. Uji linieritas dilakukan dengan menggunakan curve estimation, yaitu gambaran hubungan linier antara variabel X dengan variabel Y. Jika nilai $\text{sig } f < 0,05$, maka variabel X tersebut memiliki hubungan linier dengan Y.

3.8.3 Uji Hipotesis

Untuk mengetahui hipotesis yang diajukan, maka digunakan uji statistik, sebagai berikut:

1. Uji F (Uji Simultan)

Ho diterima jika : $F_{\text{tabel}} > F_{\text{hitung}}$ atau $\text{sig } F > 0,05$

Ha diterima jika : $F_{\text{tabel}} < F_{\text{hitung}}$ atau $\text{sig } F < 0,05$

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Derajat kepercayaan yang digunakan adalah 0,05. Apabila nilai F hasil perhitungan lebih besar daripada nilai F menurut tabel maka hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Untuk analisisnya dari output SPSS dapat dilihat dari tabel "Anova".

2. Uji T (Uji Parsial)

Ho diterima jika : $t_{\text{tabel}} > t_{\text{hitung}}$ atau $\text{sig } t > 0,05$

Ha diterima jika : $t_{\text{tabel}} < t_{\text{hitung}}$ atau $\text{sig } t < 0,05$

Uji T digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara parsial berpengaruh nyata atau tidak terhadap variabel dependen. Derajat signifikansi yang digunakan adalah 0,05. Apabila nilai signifikan lebih kecil dari derajat kepercayaan maka kita menerima hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen.

3. Uji Dominan

Untuk menguji variabel dominan, terlebih dahulu diketahui kontribusi masing-masing variabel bebas yang diuji terhadap variabel terikat. Kontribusi masing-masing diketahui dari kuadrat korelasi sederhana variabel terikat. (Sulhan, 2011: 14).

3.8.4 Koefisien determinasi (R)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan dari beberapa variabel dalam pengertian yang lebih jelas. Koefisien determinasi akan menjelaskan seberapa besar perubahan atau variasi suatu variabel bisa dijelaskan oleh perubahan atau variasi pada variabel yang lain (Santosa & Ashari, 2005:125).

Dalam bahasa sehari-hari adalah kemampuan variabel bebas untuk berkontribusi terhadap variabel tetapnya dalam satuan persentase. Nilai koefisien ini antara 0 dan 1, jika hasil lebih mendekati angka 0 berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel amat terbatas. Tapi jika hasil mendekati angka 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Untuk analisisnya dengan menggunakan output SPSS dapat dilihat pada tabel "Model Summary".

