

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Menurut Supranto (2000:21), objek penelitian adalah himpunan elemen yang dapat berupa orang, organisasi atau barang yang akan diteliti. Menurut Anto Dayan (1986:21), objek penelitian adalah pokok persoalan yang hendak diteliti untuk mendapatkan data secara lebih terarah. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Oktober 2019 sampai dengan selesai, dengan objek penelitian yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Siliwangi, Tasikmalaya.

#### **3.2 Metode Penelitian**

Menurut Muhammad Nasir, metode penelitian adalah cara utama yang digunakan oleh para peneliti untuk mencapai tujuan dan menentukan jawaban atas masalah yang diajukan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Metode kualitatif adalah metode riset yang sifatnya memberikan penjelasan dengan menggunakan analisis. Pada pelaksanaannya, metode ini bersifat subjektif, dimana proses penelitian lebih diperlihatkan dan cenderung lebih fokus pada landasan teori.

##### **3.2.1 Operasionalisasi Variabel**

Operasional variabel adalah pengertian variabel (yang diungkap dalam definisi konsep) secara operasional, secara praktik dan secara nyata dalam lingkup objek penelitian atau objek yang diteliti. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini

adalah variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variabel*)

### 1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi dan menyebabkan timbulnya atau berubahnya variabel terikat. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah instagram, gaya hidup, kebutuhan pribadi dan lingkungan

### 2. Variabel Terikat (*Dependent Variabel*)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi karena adanya variabel bebas. Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian *fashion*.

Definisi operasional variabel penelitian merupakan penjelasan dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian terhadap indikator-indikator yang membentuknya. Definisi operasional variabel penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 3.1**

#### **Definisi Operasional Variabel**

<b>Jenis Variabel</b>	<b>Definisi Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
<b>Media Sosial Instagram</b>	Merupakan sebuah aplikasi <i>online</i> yang berfungsi untuk berbagi foto dan video yang memungkinkan penggunanya untuk mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital dan	1. <i>Hastag</i> 2. <i>Geotag</i> 3. <i>Follow</i> 4. <i>Share</i> 5. <i>Like</i>	Skala Ordinal

	membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial.	6. Komentar 7. <i>Mention</i> 8. <i>Direct Message</i> Bambang (2012:53)	
<b>Gaya Hidup</b>	Merupakan pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktifitas, minat dan opininya sehingga menggambarkan keseluruhan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungannya  Kotler (2001:177)	1. Activities 2. Interest 3. Opinion Mandey (2009:93)	Skala Ordinal
<b>Kebutuhan Pribadi</b>	Merupakan kebutuhan yang harus dipenuhi secara perorangan atau individu.	1. Umur dan tahap siklus hidup 2. Pekerjaan 3. Situasi ekonomi 4. Kepribadian dan konsep diri	Skala Ordinal
<b>Lingkungan</b>	Merupakan semua benda dan kondisi, termasuk manusia dan kegiatan mereka, yang terkandung dalam ruang di mana manusia dan mempengaruhi kelangsungan hidup dan kesejahteraan manusia dan badan-badan hidup lainnya.  (Darsono, 1995)	1. Budaya 2. Kelas Sosial 3. Kelompok Referensi	Skala Ordinal
<b>Keputusan Pembelian Fashion</b>	Merupakan tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk.  (Kotler, 2002)	1. Pilihan produk 2. Pilihan merek 3. Pilihan penyalur	Skala Ordinal

---

4. Waktu pembelian

5. Jumlah pembelian

Tjiptono  
(2012:184)

---

### **3.2.2 Teknik Pengumpulan Data**

#### 3.2.2.1 Jenis Data

##### 1. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung dari responden dengan menggunakan penyebaran kuesioner pada responden penelitian. Data dalam penelitian ini diperoleh dari mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Siliwangi, Tasikmalaya.

##### 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung dengan menggunakan metode observasi pra-penelitian atau data yang sudah ada. Data sekunder bisa diperoleh dari studi kepustakaan yang mencakup dokumen-dokumen resmi, buku-buku atau hasil-hasil penelitian yang berupa laporan. Data sekunder dapat berasal dari sumber internal maupun eksternal. Dalam penelitian ini, data sekunder diambil berupa data jumlah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Siliwangi

#### 3.2.2.2 Populasi Sasaran

Menurut Singarimbun dan Effendi (2008:102), Populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang dapat berupa manusia, benda, peristiwa ataupun berbagai

gejala yang terjadi yang ditetapkan oleh peneliti sebagai suatu unit analisis dalam penelitian. Populasi sasaran dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Siliwangi, Tasikmalaya.

### 3.2.2.3 Penentuan Sampel

Menurut Sugiyono (2011:119), sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, apabila populasi besar dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua populasi yang ada maka peneliti dapat mengambil sampel dari populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel yang akan digunakan pada penelitian ini, yaitu:

#### 1. *Purposive Sampling*

*Purposive sampling* adalah salah satu teknik sampling non random sampling dimana peneliti menentukan pengambilan sampel dengan menetapkan karakteristik atau ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian. Karakteristik yang ditentukan oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu:

1. Responden merupakan mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Siliwangi, Tasikmalaya.
2. Responden memiliki media sosial instagram.
3. Responden pernah melakukan setidaknya satu kali pembelian secara *online* di instagram.

Dalam menetapkan besaran sampel dalam penelitian ini, maka sampel akan diambil berdasarkan perhitungan Slovin, yaitu:

$n$  = Jumlah sampel yang dicari.

$N$  = Jumlah populasi, yaitu jumlah mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Siliwangi, Tasikmalaya.

$e$  = Nilai presisi atau ketetapan presentase tingkat kesalahan dengan catatan pada umumnya digunakan sebesar 1%, 5%, 10%. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan presisi sebesar 10%.

Data mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Siliwangi, Tasikmalaya

1. Akuntansi: 777 Mahasiswa
2. Ekonomi Pembangunan: 676 Mahasiswa
3. Manajemen: 1.062 Mahasiswa
4. Perbankan dan Keuangan: 336 Mahasiswa

Total Mahasiswa Fakultas Ekonomi, Universitas Siliwangi: 2851 Mahasiswa

Rumus Slovin

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

$$n = \frac{2851}{1 + 2851 \times (0,1)^2}$$

$$= 96,61$$

Jadi, jumlah mahasiswa yang akan dijadikan sampel penelitian sebanyak 96,61 atau dibulatkan menjadi 100 mahasiswa yang dipilih secara acak menggunakan aplikasi random pick.

Kemudian, dari jumlah 100 mahasiswa dibagi kembali sesuai dengan Jurusan dengan metode proposional, yaitu:

1. Akuntansi:  $\frac{777}{2851} \times 100 = 27,2 = 27$  Mahasiswa

2. Ekonomi pembangunan:  $\frac{676}{2851} \times 100 = 23,7 = 24$  Mahasiswa

3. Manajemen:  $\frac{1062}{2851} \times 100 = 37,2 = 37$  Mahasiswa

4. Perbankan:  $\frac{336}{2851} \times 100 = 11,7 = 12$  Mahasiswa

#### 3.2.2.4 Prosedur Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dengan cara menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Siliwangi. Menurut Sugiyono (2010), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan suatu pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden yang telah ditentukan untuk menjawab pernyataan atau pernyataan tersebut. Kuesioner dapat berupa pertanyaan terbuka ataupun tertutup yang diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui surat pos atau email internet.

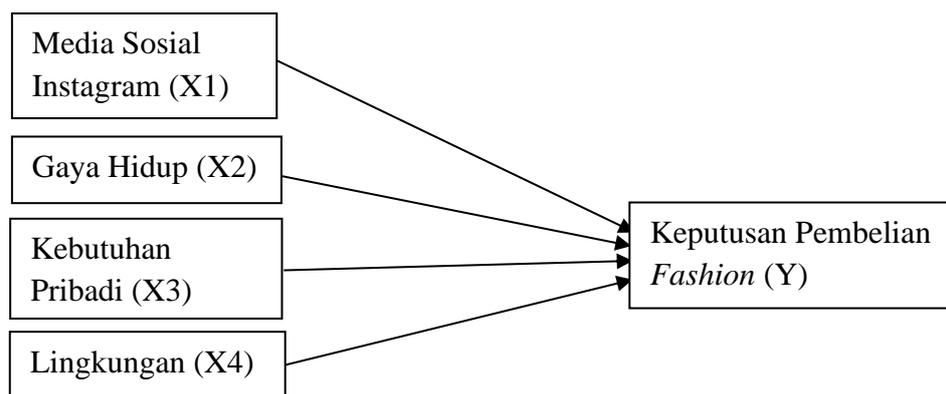
Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis kuesioner tertutup. Kuesioner tertutup yaitu kuesioner yang pertanyaan atau pernyataannya dijawab dengan jawaban yang telah ditentukan oleh peneliti sebagai pilihan. Responden hanya perlu menjawab pertanyaan atau pernyataan yang paling sesuai dengan pendiriannya. Survei akan dilakukan dengan membagikan

kuesioner yang berupa googleform, yaitu situs yang menyediakan layanan survei secara *online* untuk dibagikan kepada responden.

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala ordinal. Skala ordinal adalah skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian untuk membedakan data, sekaligus mengandung unsur pemeringkatan (*ranking*), derajat (*degree*) atau tingkatan (*level*) melalui penilaian tertentu. Penilaian yang dilakukan dapat mengandung unsur objektivitas maupun subjektivitas atau kombinasi keduanya. Skala ordinal sangat berguna karena mempunyai tingkatan dalam mengukur tingkat loyalitas, hubungan, kepuasan, motivasi, kualitas produk atau jasa, keberhasilan, nilai tambah dan lainnya.

### 3.3 Model Penelitian

Untuk menjelaskan pengaruh media sosial instagram, gaya hidup, kebutuhan pribadi dan lingkungan terhadap keputusan pembelian *fashion*, maka dibuat paradigma penelitian sebagai berikut:



Gambar 3.1, Model Penelitian

Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Analisis regresi adalah teknik statistika yang berguna untuk

memeriksa dan memodelkan hubungan diantara variabel-variabel. Regresi berganda sering kali digunakan untuk mengatasi permasalahan analisis regresi yang mengakibatkan hubungan dari dua atau lebih variabel bebas. Model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

$Y'$  = Nilai pengaruh yang diprediksikan.

$a$  = Konstanta atau bilangan harga  $X = 0$ .

$b$  = Koefisien regresi.

$X$  = Nilai variable dependen.

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah instagram, gaya hidup, faktor pribadi dan lingkungan. Sedangkan variabel terikatnya adalah Keputusan Pembelian *Fashion*. Metode analisis ini menggunakan program SPSS (Statistic Product and Service Solution). Adapun bentuk persamaannya yaitu :

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

$Y$  = Koefisien Keputusan Pembelian *Fashion*

$a$  = Konstanta

$b_1$  = Koefisien Instagram

$b_2$  = Koefisien Gaya Hidup

$b_3$  = Koefisien Faktor Pribadi

$b_4$  = Koefisien Lingkungan

$X_1$  = Variabel Instagram

$X_2$  = Variabel Gaya Hidup

$X_3$  = Variabel Faktor Pribadi

$X_4$  = Variabel Lingkungan

e = Standar Error

### 3.4 Teknis Analisis Data

Data yang diperoleh dari penelitian ini, kemudian dianalisis dengan menggunakan statistik untuk mengetahui pengaruh instagram, gaya hidup, kebutuhan pribadi dan lingkungan terhadap keputusan pembelian *fashion*.

#### 3.4.1 Analisis Terhadap Kuesioner

Teknik pertimbangan data dengan analisis deskriptif yaitu data yang dikumpulkan dan diringkas pada hal-hal yang berkaitan dengan data tersebut seperti frekuensi, mean, standar deviasi maupun rankingnya. Untuk menentukan pembobotan jawaban responden dilakukan dengan menggunakan skala ordinal untuk jenis pernyataan tertutup yang berskala normal. Sikap-sikap pernyataan atau pertanyaan tersebut memperlihatkan pendapat positif ataupun negatif.

**Tabel 3.2**

**Formasi Nilai, Notasi dan Predikat Pilihan Jawaban Untuk Pernyataan Kuesioner**

Nilai	Keterangan	Notasi	Predikat
5	Sangat Setuju	SS	Sangat Tinggi
4	Setuju	S	Tinggi
3	Kurang Setuju	KS	Sedang
2	Tidak Setuju	TS	Rendah

1	Sangat Tidak Setuju	STS	Sangat Rendah
---	---------------------	-----	---------------

Setelah data kuesioner terkumpul, maka hasil akan ditabulasi pada excel untuk diolah untuk analisis data penelitian

### 3.4.2 Metode Successive Interval

Dalam penelitian ini menggunakan metode successive internal dalam menganalisis penelitian. Menurut Al-Rasyid (1994:12), skala likert jenis ordinalnya hanya menunjukkan peringkat saja. Apabila data yang berskala ordinal tetap digunakan dalam analisis regresi linier berganda maka akan diperoleh interpretasi yang keliru dari model regresi tersebut. Untuk mengatasi masalah tersebut maka terdapat 2 solusi yang dapat dilakukan yaitu dengan tetap menggunakan data ordinal dan mengganti teknik analisis datanya atau mengganti atau mentransformasi data dari nominal menjadi interval agar analisis regresi linier berganda dapat digunakan. Salah satu cara yang dapat digunakan dalam mentransformasi data berskala ordinal menjadi data berskala interval adalah transformasi MSI. Transformasi MSI adalah sebuah metode transformasi data ordinal menjadi data interval dengan mengubah proporsi kumulatif setiap peubah pada kategori menjadi nilai kurva normal bakunya. Dalam prosedur metode statistik seperti regresi linier, korelasi Pearson, uji t dan sebagainya mengharuskan data berskala interval. Oleh karena itu, apabila data berskala ordinal maka data tersebut harus diubah kedalam bentuk interval untuk memenuhi persyaratan prosedur-prosedur tersebut

Tahapan-tahapan metode transformasi MSI, yaitu:

1. Perhatikan F (frekuensi) responden (banyaknya responden yang memberikan respon).
2. Bagi setiap bilangan pada F (frekuensi) oleh n (jumlah sampel) sehingga diperoleh  $P_i = \frac{F_i}{n}$
3. Jumlahkan P (proporsi) secara berurutan untuk setiap responden sehingga keluar proporsi kumulatif  $P_{ki} = P_{(i-1)} + P_i$
4. Proporsi kumulatif (Pk) dianggap mengikuti distribusi normal baku sehingga bisa menentukan nilai Z untuk setiap kategori.
5. Hitung SV (skala value) dengan rumus

$$\text{Scale} = \frac{\text{kepadatan batas bawah} - \text{kepadatan batas atas}}{\text{daerah dibawah batas atas} - \text{daerah dibawah batas bawah}}$$

Nilai-nilai untuk kepadatan diperoleh dari tabel ordinal distribusi normal baku

6. SV (skala value) yang nilainya terkecil (harga negatif yang terbesar) diubah menjadi sama dengan satu.

$$\text{Transformed SV} \rightarrow Y = SV + |SV_{\min}|$$

Untuk membantu mentransformasi data dari ordinal ke interval, peneliti menggunakan excel.

### 3.4.3 Uji Validitas dan Realibilitas

Setelah data yang diperlukan telah diperoleh, data tersebut dikumpulkan untuk kemudian dianalisis dan diinterpretasikan. Sebelum melakukan analisis data,

perlu dilakukan uji validitas dan realibilitas terlebih dahulu terhadap kuesioner yang telah disebarkan.

### 1. Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya (Suliyanto, 2009:47). Hasil penelitian yang valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Instrumen yang valid menunjukkan bahwa alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data tersebut valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Keputusan pada sebuah butir pertanyaan dapat dianggap valid dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

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

Keterangan:

x = Skor Item

y = Skor Total

xy = Skor Pertanyaan

n = Jumlah responden

r = Korelasi Produk Momen

**Tabel 3.3**  
**Kriteria Validitas Instrumen Tes**

<b>Nilai R</b>	<b>Interpretasi</b>
0,81 – 1,00	Sangat Tinggi
0,61 – 0,80	Tinggi
0,41 – 0,60	Cukup
0,21 – 0,40	Rendah

0,00 – 0,20	Sangat Rendah
-------------	---------------

*Sumber: Suharsimi Arikunto (1991 : 29)*

## 2. Uji Realibilitas

Uji realibilitas menggambarkan kemantapan alat ukur yang digunakan. Suatu alat ukur dinyatakan realiable yang tinggi atau dapat dipercaya apabila alat ukur tersebut stabil sehingga alat ukur tersebut dapat digunakan. Keputusan pada sebuah butir pertanyaan dapat dianggap reliabel dapat dilakukan dengan cara:

Jika  $r\text{-alpha}$  positif dan  $r\text{-alpha} > r\text{-tabel}$  ( $\alpha$  ;  $n-2$ )  $n$  = jumlah sampel (Santoso, 2000)

Adapun tabel kriteria indeks koefisien realibitas sebagai berikut:

**Tabel 3.4**  
**Kriteria Indeks Koefisien Realibilitas**

No	Interval	Kriteria
1	< 0,200	Sangat Rendah
2	0,200 – 0,399	Rendah
3	0,400 – 0,599	Cukup Tinggi
4	0,600 – 0,799	Tinggi
5	0,800 – 1,000	Sangat Tinggi

*(Sumber: Arikunto, 1997)*

Untuk mempermudah perhitungan uji validitas dan uji realibilitas, maka akan digunakan program SPSS for Windows.

### 3.4.4 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui kelayakan dari suatu model regresi. Sebelum melakukan analisis regresi dilakukan uji asumsi klasik

terlebih dahulu. Dalam penelitian ini, uji asumsi klasik yang digunakan antara lain:

#### 3.4.4.1 Uji Normalitas

Uji distribusi normal adalah uji untuk mengukur apakah data penelitian memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik. Salah satu metode yang bisa digunakan untuk mendeteksi masalah normalitas yaitu: uji Kolmogorov-Smirnov yang digunakan untuk mengetahui apakah sampel berasal dari populasi berdistribusi normal.

Pengujian normalitas data pada penelitian ini menggunakan uji One Sample Kolmogorov-Smirnov yang mana dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$ , maka data tersebut berdistribusi normal.
2. Jika nilai signifikansi  $< 0,05$ , maka data tersebut tidak berdistribusi normal.

#### 3.4.4.2 Uji Multikolinieritas

Menurut Ragner Frish, multikolinieritas adalah adanya lebih dari satu hubungan linier yang sempurna (koefisien korelasi antar variabel = 1), maka koefisien regresi dari variabel bebas tidak dapat ditentukan dan standar errornya tidak terhingga (Suharyadi dan Purwanto, 2009 231-232). Model regresi yang baik adalah seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Pengujian ada tidaknya multikolinieritas dilakukan dengan memperhatikan nilai matriks korelasi yang dihasilkan saat pengolahan data. Pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinieritas adalah mempunyai

nilai VIF (*Variance Inflasi Factor*) disekitar angka 1 dan tidak melebihi angka 10 dan memiliki angka tolerance mendekati 1.

#### 3.4.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual 1 pengamat ke pengamat yang lain. Jika variance dari residual 1 pengamat ke pengamat lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model regresi yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar Scatterplot model tersebut. Dikatakan terdapat masalah heteroskedastisitas dari hasil estimasi model OLS, jika  $X^2$  ( $\text{Obs}^* \text{R-Squared}$ ) untuk uji white baik cross term atau no cross term  $> X^2$  tabel atau nilai probability  $<$  derajat kepercayaan.

### 3.4.5 Uji Hipotesa

#### 3.4.5.1 Uji t

Uji t digunakan untuk menguji salah satu hipotesis di dalam penelitian yang menggunakan analisis regresi linier berganda. Uji t digunakan untuk menguji secara parsial masing-masing variabel.

Hasil Uji t dapat dilihat pada tabel coefficients pada kolom sig. Dengan kriteria:

$H_0: \beta_i = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh antara variabel media sosial instagram, gaya hidup, faktor pribadi dan lingkungan terhadap keputusan pembelian *fashion* secara *online*

$H_a: \beta_i > 0$ , artinya terdapat pengaruh positif antara antara variabel media sosial instagram, gaya hidup, faktor pribadi dan lingkungan terhadap keputusan pembelian *fashion* secara *online*

### 3.4.5.2 Uji F

Uji F digunakan untuk menguji salah satu hipotesis di dalam penelitian yang menggunakan analisis regresi linier berganda. Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat.

$$F_{hitung} = \frac{R^2/(k-1)}{(1-R^2)/(N-k)}$$

Keterangan:

F = Pendekatan distribusi probabilitas ficher

R = Koefisien korelasi berganda

K = Jumlah variabel bebas

n = Banyak sampel

Hasil uji F dilihat dalam tabel ANOVA dalam kolom sig. dengan kriteria:

1. Jika nilai probabilitas  $< 0,05$ , maka dapat dikatakan terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

2. Jika nilai probabilitas  $> 0,05$ , maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

#### 3.4.5.3 Koefisien Determinasi (Adjusted R Square)

Uji ini bertujuan untuk menentukan proporsi atau persentase total variasi dalam variabel terikat yang diterangkan oleh variabel bebas. Apabila analisis yang digunakan adalah regresi sederhana, maka yang digunakan adalah nilai R Square. Namun, apabila analisis yang digunakan adalah regresi berganda, maka yang digunakan adalah Adjusted R Square. Besarnya koefisien determinasi dirumuskan sebagai berikut:

$$R^2 = \frac{n(a \cdot \sum y + b_1 \cdot \sum yx_1 + b_2 \cdot \sum yx_2 + b_3 \cdot \sum yx_3) - (\sum y)^2}{n \cdot \sum y^2 - (\sum y)^2}$$

1. Nilai  $R^2 = 1$  menunjukkan bahwa 100% total variasi diterangkan oleh persamaan regresi atau variabel bebas, baik  $x_1$ ,  $x_2$ ,  $x_3$  dan seterusnya mampu menerangkan variabel  $y$  sebesar 100%.
2. Nilai  $R^2 = 0$  menunjukkan bahwa tidak ada total varian yang diterangkan oleh variabel bebas dari persamaan regresi baik  $x_1$ ,  $x_2$ ,  $x_3$  dan seterusnya.