

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

lokasi penelitian ini dikukan di provinsi Yogyakarta dengan menargetkan para pengguna layanan Bukalapak baik customer maupun seller / pelapak yang menggunakan fitur-fitur Bukalapak sebagai sasaran penelitian. Alasan Yogyakarta dipilih sebagai lokasi penelitian karena Yogyakarta sangat potensial dengan banyaknya pengguna yang di dominasi oleh mahasiswa / pelajar dan kaum muda, sehingga peluang untuk dilakukannya mobile service quality kepada pengguna Bukalapak di Yogyakarta sangat besar.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi menjadi rujukan peneliti untuk menjelaskan penelitian. Populasi di artikan sebagai suatu kumpulan subjek, variabel, konsep maupun fenomena (Morissan, 2012). Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah orang yang pernah dan melakukan transaksi menggunakan layanan aplikasi Bukalapak.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah sebagian kecil atau besar dari suatu populasi yang yang di tentukan menggunakan cara atau metode yang beragam. Sampel merupakan bagian dari populasi yang mewakili keseluruhan anggota populasi, berberapapun ukurannya

sampel itu, tidak dapat digeneralisasikan untuk menjelaskan sifat populasi dimana sampel di ambil (Morissan, 2012). Sampel pada penelitian kali ini ialah orang yang pernah menggunakan layanan dan bertransaksi pada aplikasi Bukalapak di wilayah Yogyakarta yang sesuai dengan kebutuhan penelitian ini. Populasi pada elemen ini belum diketahui oleh karena itu perhitungan sampel menggunakan rumus (Joseph F. Hair, 1998) untuk menentukan jumlah responden sebagai sampel penelitian yakni : 15 atau 20 x variabel bebas (variabel independen), maka 15×9 (variabel bebas) = 135. Jadi sesuai dengan rumus di atas maka diperoleh jumlah sampel sebanyak 135 responden.

3.2.2 Teknik pengampilan sampel

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode convenience sampling, dimana kriteria responden yang digunakan adalah responden yang ketika ditemui atau mendapatkan kuisisioner penelitian ini, bersedia dan relevan dalam penelitian ini.

3.3 Variabel Penelitian (Variabel Bebas dan Variabel Terikat)

Variabel merupakan suatu pengubah yang bersifat berubah-ubah. Definisi variabel menurut Hatch dan Farhady (1991) variabel yakni atribut seseorang atau objek yang mempunyai variasi antara satu orang dengan yang lain atau satu objek dengan objek yang lain. Sedangkan menurut Cooper dan Schindler (2014) variabel penelitian merupakan karakteristik, sifat, dan atribut yang diukur melalui simbol yang diberi nilai

dan mencakup beberapa jenis seperti berkelanjutan, kontrol, keputusan, dependent, dichotomous, diskrit, dummy, extraneous, independent, intervening, dan moderating.

3.3.1 Variabel Bebas (Independent Variable)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab besar kecilnya nilai variabel yang lain (Suliyanto, 2018). Variabel bebas mampu mempengaruhi baik secara langsung maupun tidak langsung variabel tergantung. Dalam penelitian kali ini variabel bebas yang digunakan adalah sebagai berikut:

X₁ : Efisiensi (Eficiency)

X₂ : Ketersediaan Sistem (System Availability)

X₃ : Konten (Content)

X₄ : Privasi (Privacy)

X₅ : Pemenuhan (Fullfilment)

X₆ : Responsivitas (Responsiveness)

X₇ : Kompensasi (Compensation)

X₈ : Kontak (Contact)

X₉ : Pembayaran (Billing)

3.3.2 Variabel Terikat (Dependend Variable)

Variabel terikat menurut (Suliyanto, 2018) adalah variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variasi variabel bebas, atu variabel ini yang sering disebut dengan

variabel yang di prediksi (predictand) atau variabel tanggapan (response). Namun Cooper dan Schindler (2014:55) mengungkapkan variabel dependen sebagai variabel yang diukur, diramalkan, atau dikontrol oleh peneliti. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Y : Kualitas layanan produk virtual dan fisik pada aplikasi Bukalapak.

3.4 Definisi operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional variabel adalah suatu definisi mengenai variabel yang di rumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel tersebut yang dapat di amati (Suliyanto, 2018). Sedangkan definisi operasional variabel menurut (sanjaya, 2013) merupakan definisi yang dirumuskan oleh peneliti tentang istilah istilah yang ada pada peneliti dengan maksud untuk menyamakan persepsi antara peneliti dan orang orang yang terkait didalam penelitian (sanjaya, 2013). Jurnal dengan judul Electronic Commerce Research And Aplications, M-S-QUAL: Mobile Service Quality Mearsurement oleh Sheng-Wei Lin dan kawan kawan digunakan sebagai pedoman utama dalam melakukan penyusunan kuisisioner.

a) Efisiensi (Eficiency)

Efisiensi didefinisikan sebagai seberapa mampunya situs Bukalapak dapat merespon dengan cepat serta mudah untuk di gunakan oleh pengguna. Efisiensi diukur menggunakan indikator, yakni : Dalam pengalaman bertransaksi situs aplikasi Bukalapak memberikan kenyamanan dan

kemudahan serta kecepatan dalam pemrosesan sistem baik halaman situs antar tiap-tiap fitur maupun respon penggunaan berjalan dengan baik dengan efisien dalam suatu aplikasi serta mampu memberikan layanan yang diinginkan secara cepat pada konsumen.

b) Ketersediaan Sistem (System Availability)

Ketersediaan sistem bermakna Apakah fungsi teknis yang diberikan sudah tersedia dengan kebutuhan yang diinginkan oleh pengguna aplikasi dan pengalaman yang ditawarkan sudah sesuai dengan kenyataannya saat situs aplikasi Bukalapak digunakan tanpa adanya pembekuan halaman saat proses pemuatan. Situs Bukalapak juga menyediakan sistem bisnis ke bisnis maupun bisnis kepada konsumen.

c) Konten (Content)

Konten memiliki posisi seberapa baik informasi di sediakan dalam suatu aplikasi Bukalapak yang mana keberagaman fiturnya menjadi suatu daya tarik tersendiri yang di kemas secara akurat, responsif serta disusun secara user friendly. Fitur fitur terbaru selalu menjadi fokus Bukalapak untuk mengedepankan konten oleh karena itu pembaharuan aplikasi selalu menjadi konsentrasi Bukalapak pada Play store. Bukalapak terus berupaya menjadi yang terdepan baik dari segi fitur atau konten maupun dari segi penggunaan transaksi dan kenyamanan penggunaannya, seperti konten Serbu Seru, Flash Deal, Spin

and Win, Rocket Shake, Fun Room, Daily Gift Box, Konten streaming, Sosialisasi Kemasyarakatan (Donasi, Zakat, Buka Qurban, Qur'an, pajak, hingga info sholat). Berberapa konten tersebut saat ini mampu mengangkat popularitas Bukalapak menjadi penyedia aplikasi belanja online terbaik.

d) Privasi (Privacy)

Privasi merupakan Tingkat dimana pelanggan itu merasa aman ketika menggunakan aplikasi Bukalapak, dan sejauh mana informasi pribadi pengguna di kemas eksplisit dan terlindungi secara aman baik identitas diri maupun informasi kartu kredit serta informasi pribadi lainnya berupa alamat, data personal hingga kode OTP (one time password) benar benar jaga untuk memberikan rasa aman kepada pengguna aplikasi Bukalapak. Maraknya pembobolan akun atau disebut juga dengan Phising membuat Bukalapak memproteksi sistem aplikasinya dengan sangat aman.

e) Pemenuhan (Fullfilment)

Pemenuhan mendorong kesesuaian dan ketepatan perencanaan aplikasi Bukalapak termasuk di dalamnya ketepatan estimasi pengiriman sampai penerimaan barang, baik barang fisik maupun virtual yang di terima pengguna dengan baik dan tidak mengalami cacat. Pemenuhan juga fokus pada Produk yang diterima sesuai dengan deskripsi atau tidak, adanya pengembalian barang atau fitur bantuan jika pesanan diluar kenyataan, ketepatan respon bantuan yang

di janjikan untuk di segera ditangani, ketanggapan dalam proses refund dana yang memakan waktu tidak lebih dari waktu yang dijanjikan oleh Bukalapak.

f) Responsivitas (Responsiveness)

Responsivitas merupakan penanganan yang dilakukan oleh penyedia layanan yang sesuai dengan kebijakan dan peraturan penyedia layanan itu sendiri dalam mengatasi masalah yang terjadi, responsivitas juga menjadi suatu parameter pengukuran kecepatan tanggapan dalam melayani suatu penanganan pada situs aplikasi Bukalapak. Responsivitas juga berarti seberapa cepat konten atau fitur itu diakses, serta seberapa cepat respon akan Buka Bantuan menangani masalah masalah yang sedang dihadapi penggunanya.

g) Kompensasi (Compensation)

Kompensasi merupakan pemberian layanan atau titik tengah yang diberikan kepada pelanggan / konsumen untuk setiap masalah yang mereka hadapi. Kompensasi yang diberikan Bukalapak ketika terjadi masalah dalam transaksi yakni Penukaran barang, hingga pengembalian data baik berupa voucher atau uang tunai, serta adanya fitur Komplain yang mana Bukalapak menjadi mediasi dalam chat room yang berisikan pelapak dan konsumen saling merundingkan masalah terkait titik penyelesaiannya.

h) Kontak (Contact)

Kontak merupakan ketersediaannya bantuan telpon dan layanan interaktif secara online yang disediakan pada situs aplikasi bukhalapak dengan

tujuan memudahkan konsumen secara 24 jam untuk menyampaikan tanggapan, keluhan, serta masalah dengan baik dan cepat.

i) Pembayaran (Billing)

Pembayaran menjadi salah satu fokus utama Bukalapak untuk memberikan kenyamanan, kemudahan, dan kepraktisan. Pembayaran dalam aplikasi Bukalapak disediakan dalam berbagai macam cara seperti pembayaran virtual dan non virtual, via bank transfer atau virtual bank account, maupun menggunakan layanan financial technology seperti pembayaran melalui Dana (dompet virtual), pembayaran tunai bisa menggunakan jasa pihak luar seperti gerai gerai dan mitra Bukalapak, pembayaran maupun non tunai bisa menggunakan kartu kredit hingga cicilan pada aplikasi pihak ketiga.

j) Kualitas Layanan (Produk Virtual dan Fisik Bukalapak)

Tolak ukur dari MS-Qual Bukalapak mengacu pada shopping experience dan ketangkasan sistem dalam menanggapi respon pengguna secara baik dengan kesesuaian dan kelincahan guna mencapai efisiensi dan efektivitas. Bukalapak mengedepankan kualitas layanan mulai dari penjualan baik itu produk fisik maupun produk virtual yang dapat di akses melalui gadget (Mobile electronics) hingga ke purna jual yang berkaitan dengan garansi barang serta Buka Bantuan yang tersedia bagi Konsumen selama 1x 24 jam x 7 hari untuk merespon keluhan dengan profesional. Definisi operasional variabel dalam kualitas layanan dijelaskan lebih detail melalui tabel berikut :

Tabel 3.1

Kualitas Layanan Produk Fisik dan Virtual

NO	Indikator Produk Fisik	Indikator Produk Virtual
1.	Tersedianya pusat informasi bantuan yang dapat dihubungi konsumen	Kecepatan dalam mengakses aplikasi Bukalapak
2.	Pengintegrasian dalam memproses suatu pesanan secara real time	Kecepatan aplikasi Bukalapak menyesuaikan informasi dengan sigap
3.	Kesesuaian proses transaksi pelanggan dengan permintaannya	Kesesuaian saran dari pusat bantuan yang relevan dalam menangani permasalahan yang dihadapi konsumen
4.	Layanan pengembalian barang yang tersedia dengan baik	Aplikasi Bukalapak mampu melindungi privasi para pengguna oleh pihak yang tidak berwenang
5.	Layanan purna jual berupa garansi produk di sediakan situs Bukalapak	Aplikasi Bukalapak mampu melindungi identitas kartu kredit pengguna dengan aman

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Data menurut (suliyanto, 2018) adalah sesuatu yang diberi atau pernyataan yang senyatanya (fakta). Fakta yang diperoleh dari penelitian ini adalah dari data primer dan data sekunder.

3.5.1 Data Primer

Data primer adalah sumber data penelitian yang di peroleh secara langsung dari sumber aslinya yang di jadikan sebagai sumber informasi. Data primer pada penelitian ini di peroleh dengan metode angket (kuisisioner) baik kuisisioner online maupun kuisisioner offline yang langsung terjun kepada nasasumber dilapangan. Data primer dalam penelitian ini hanya data MS-Qual dan Kualitas Layanan Bukalapak.

3.5.2 Data Sekunder

Sedangkan untuk data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber sekunder. Sumber sekunder dalam penelitian ini berupa sumber buku, penelitian terdahulu, dan jurnal.

3.6 Metode Pengumpulan Data

3.6.1 Kuisisioner

Kuisisioner merupakan alat yang mampu digunakan untuk mengumpulkan data berupa pertanyaan yang jawabannya mewakili data yang akan digunakan dalam melaksanakan penelitian yang telah disusun dengan terperinci dan menjurus dimana pertanyaan tersebut jenisnya tertutup sehingga disediakan alternatif-alternatif jawaban. Penelitian kali ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuisisioner kepada pengguna aplikasi Bukalapak di daerah Yogyakarta. Dimana kuisisioner menjelaskan tujuan penelitian secara inti serta menjelaskan tata cara dalam melakukan pengisian kuisisioner serta tahapan tahapannya. Adapun bagian yang terkandung didalam kuisisioner kali ini adalah :

- a. Bagian I berisikan kata pengantar kuisisioner yang ditujukan kepada responden dengan maksud memberikan penjelasan mengenai pembuatan kuisisioner.
- b. Bagian II berisikan kolom data umum responden beserta panduan tata cara pengisian kuisisioner.
- c. Bagian III Pertanyaan kualitas pelayanan produk virtual Bukalapak dengan jumlah pertanyaan 5 butir.
- d. Bagian IV Pertanyaan kualitas pelayanan produk fisik Bukalapak dengan jumlah pertanyaan 5 butir.
- e. Bagian V Pertanyaan kuisisioner berkaitan MS-QUAL (mobile service quality) dengan total 29 butir pertanyaan.

Dalam praktik nyata penelitian ini menggunakan Google Form kepada narasumber yang mampu dan bersedia memberikan tanggapan informasi pada kuisisioner. Teknik pengambilan sampel yang digunakan itu merupakan metode nonprobability sampling yakni metode convenience sampling dimana metode ini penarikan sampel yang tidak mengikuti panduan probabilitas matematis (Morissan, 2012). Data diperoleh dari responden yang merupakan perwakilan dari suatu populasi yang ditemui secara kebetulan dan sesuai dengan yang dibutuhkan.

3.6.2 Skala Pengukuran

Kuisisioner bersifat tertutup dengan jawaban yang sudah disiapkan oleh peneliti. Kuisisioner menggunakan pertanyaan dalam bentuk 5 points Likert Scale dimana tanggapan yang disediakan di setiap pertanyaan memiliki skala di antaranya skala pengukuran (Linkert) sebagai berikut:

- 1) Sangat Tidak Setuju : Angka 1
- 2) Tidak Setuju : Angka 2
- 3) Netral atau Biasa Saja : Angka 3
- 4) Setuju : Angka 4
- 5) Sangat Setuju : Angka 5

3.7 Uji Instrumen Data Penelitian

3.7.1 Uji Validitas

Penelitian dikatakan valid apabila hasil dari penelitian memiliki kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya yang terjadi pada objek yang diteliti (Sugiyono, 2017). Instrumen penelitian yang valid artinya instrumen tersebut mampu apa yang harus diukur dengan cermat dan tepat, serta mampu memberikan informasi mengenai nilai variabel yang diukur dengan tepat dan cermat pula (Suliyanto, 2018). Pengujian dalam uji validitas menggunakan teknik Product moment dengan konsep validitas konstrak yang merupakan validitas yang berkaitan dengan kesanggupan suatu alat ukur untuk mengukur pengertian suatu konsep yang di ukurnya (Syofian, 2014). Suatu instrumen penelitian dikatakan valid di jelaskan oleh (Syofian , 2014) dalam bukunya yakni :

1. Koefisien Korelasi Product Moment melebihi 0.3
2. Koefisien Korelasi Product moment > r-tabel (α ; n-2) n = jumlah sampel.
3. Nilai sig $\leq \alpha$.

Rumus yang digunakan peneliti dalam pengujian validitas yakni :

$$r_{hitung} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n(\sum X^2) - (\sum X)^2][n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

keterangan :

r = korelasi hitung

n = jumlah responden

x = skor variabel (jawaban responden)

y = skor total dari variabel untuk responden ke-n

3.7.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas bertujuan untuk menghitung sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten walaupun dalam penelitian yang kedua kalinya atau lebih terhadap gejala yang sama dan dengan menggunakan alat ukur yang sama pula (Syofian, 2014). Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode Alpha Cronbach yang dilakukan menggunakan software SPSS 23.0 dengan langkah awal perhitungan nilai total item pertanyaan dan dilanjutkan dengan menghitung nilai varian butir dan varian total kemudian dimasukkan nilai jumlah varian butir dan jumlah varian total kedalam rumus Alpha Cronbach yang dikemukakan oleh (Suliyanto, 2018) dalam bukunya yang berjudul “Metodologi Penelitian Bisnis” dengan rumus yakni :

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

keterangan :

α = Koefisien Alpha Cronbach

k =jumlah butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ =jumlah varian butir

σ_t^2 =jumlah varian total

kriteria :

α : 0.60 , instrumen dinyatakan reliabel , jika $r \geq 0.60$, dan jika instrumen dinyatakan tidak reliabel ketika nilai $r < 0.60$.

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan analisis data yang bertujuan untuk mengubah data primer menjadi informasi yang lebih singkat dan gampang dimengerti (Sugiyono, 2017). Analisis didasari atas hasil jawaban kuisisioner yang dibagikan kepada responden dan diperoleh dalam bentuk data primer, pengolahan data primer ini menggunakan aplikasi software Microsoft Excel.

3.8.2 Analisis Kuantitatif

3.8.2.1 Analisis linear Berganda

Teknis analisis yang di gunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi linier berganda (multiple linear regression model) yang digunakan untuk mengetahui model penelitian. Model penelitian ini merupakan suatu analisis hubungan atau pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap variabel tidak bebas. Analisis regresi sendiri merupakan salah satu alat analisis yang menjelaskan hubungan dan pengaruh variable X yang > 1 / minimal 2 dengan variabel Y. persamaan regresi berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5 + b_6x_6 + b_7x_7 + b_8x_8 + b_9x_9 + \varepsilon$$

Sumber : (Sugiyono, 2017)

Keterangan :

B1-B9 = koefisien

ε = kesalahan estimasi

X₁ = E = Efisiensi (Eficiency)

X₂ = KS = Ketersediaan Sistem (System Availability)

X₃ = KN = Konten (Content)

X₄ = PS = Privasi (Privacy)

X₅ = PN = Pemenuhan (Fullfilment)

X₆ = RP = Responsivitas (Responsiveness)

X₇ = KP = Kompensasi (Compensation)

X₈ = KT = Kontak (Contact)

X₉ = PBY = Pembayaran (Billing)

α = konstanta

Y = Kualitas layanan produk virtual dan fisik pada aplikasi Bukalapak.

3.8.2.2 Uji F (Uji Signifikansi Simultan/Keseluruhan)

Uji F atau Uji Global disebut juga dengan uji signifikansi serentak yang digunakan untuk mengetahui kemampuan menyeluruh dari variabel bebas (X_1, X_2, \dots, X_K) dapat atau mampu menjelaskan tingkah laku keragaman variabel terikat (Y) (Suharyadi, 2016). Uji F dengan kata lain mampu berguna sebagai alat untuk menguji variabel secara keseluruhan / simultan terhadap variabel terikat. Penelitian ini melakukan pengujian dengan menggunakan cara yang dijelaskan oleh (Suharyadi, 2016) dalam bukunya yang berjudul “Statistika untuk Ekonomi dan Keuangan Modern” dimana langkah perhitungan yakni :

1. Menyusun Hipotesis

Hipotesis yang ingin diuji adalah kemampuan variabel bebas menjelaskan variabel terikat, apabila variabel X tidak dapat mempengaruhi variabel Y maka dapat dianggap nilai koefisien regresinya $= 0$, sehingga berapapun nilai Y tidak akan berpengaruh terhadap X .

$$H_0 : B_1 = B_2 = 0$$

$$H_1 : B_1 \neq B_2 \neq 0$$

2. Menentukan Darerah Keputusan (F-tabel)

Untuk mengetahui F-tabel digunakan tabel F yang diproyeksikan dengan derajat bebas penyebut dan derajat bebas pembilang dengan taraf sebesar 5% dimana rumus untuk mencari derajat pembilang $K-1$ (jumlah variabel $- 1$). Dan rumus derajat penyebut $n - K$ (jumlah sampel $-$ jumlah variabel).

3. Menentukan Nilai F-hitung

Nilai F-hitung diketahui dengan rumus :

$$F = \frac{R^2(K - 1)}{(1 - R^2)(n - 3)}$$

Keterangan :

F = F-hitung

R² = Analisis determinasi

n = jumlah sampel

4. Menentukan Daerah Keputusan

Menentukan wilayah H₀ dan H₁, serta membandingkan dengan nilai F-hitung untuk mengetahui apakah menerima atau menolak H₀/ H₁.

5. Memutuskan Hipotesis

Apabila F-hitung > F-tabel, maka H₀ ditolak (secara bersama sama variabel

X berpengaruh terhadap variabel Y) dan,

Apabila F-hitung < F-tabel, maka H₀ diterima

3.8.2.3 Uji T (Uji Signifikansi Parsial/Individual)

Uji T dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui signifikansi antara variabel bebas (X) terhadap variabel (Y) secara parsial. Langkah langkah perhitungan menurut (Suharyadi, 2016) yakni :

a) Menentukan Hipotesis

Variabel X berpengaruh tidak nyata apabila nilai koefisiensinya = 0

Variabel X berpengaruh nyata apabila nilai koefisiensinya $\neq 0$

$$H_0 : B_1 = 0 \quad H_1 : B_1 \neq 0$$

$$H_0 : B_2 = 0 \quad H_1 : B_2 \neq 0$$

b) Menentukan Daerah Kritis

Dapat dilihat pada tabel T dimana derajat bebas $n - K$ (jumlah sampel – jumlah variabel), dan Taraf nyata dihitung dengan $\alpha/2$.

c) Menentukan Nilai T-hitung

Nilai T-hitung untuk Koefisien B1 dan B2 dirumuskan :

$$T\text{-hitung} = \frac{b-B}{s_b}$$

d) Menentukan Daerah keputusan

T-hitung $>$ Taraf pengujian (T-tabel) maka, H_0 ditolak

T-hitung $<$ Taraf pengujian (T-tabel) maka, H_0 diterima

a. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi Koefisien Determinasi merupakan kuadrat dari korelasi pada suatu persamaan regresi (Bambang Suharjo, 2013). Koefisien determinasi berguna untuk mengukur kemampuan variabel bebas (X) menjelaskan variabel terikat (Y) dari hasil yang diperoleh, nilai R² akan berkisar dari 0 sampai 1. Nilai R² = 1 menunjukkan total 100 % variasi diterangkan oleh varian persamaan regresi atau variabel bebas, baik X₁ maupun X_k mampu menerangkan variabel Y sebesar 100 %. Sebaliknya begitu pula jika nilai R² (R square) = 0 menunjukkan bahwa tidak ada total varian bebas dari persamaan regresi baik X₁ maupun X_k (Suharyadi , 2016). Nilai koefisien determinasi menjelaskan jika > 0.5 berarti variabel bebas menjelaskan dengan baik variabel Y / kuat. Jika Nilai koefisien determinasi menjelaskan jika = 0.5 berarti variabel bebas sedang / kurang baik mengikat variabel terikat (Y). Sedangkan Nilai koefisien determinasi menjelaskan jika < 0.5 berarti variabel bebas tidak mampu / kurang bisa mengikat variabel terikat (Y). Rumus mencari koefisien determinasi menurut (Suharyadi , 2016) adalah sebagai berikut :

$$R^2 = \frac{\text{varian yang diterangkan persamaan regresi (RSS)}}{\text{Varian total (TSS)}}$$

BAB IV

ANALISA HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN