

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metodologi Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Metode ini digunakan untuk mengetahui hubungan suatu variabel independen terhadap variabel dependen dalam suatu penelitian serta seberapa besar pengaruhnya dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2007). Metode penelitian merupakan suatu cara dan prosedur memecahkan masalah dalam suatu penelitian. Untuk memenuhi fungsi tersebut, maka metode penelitian harus mempunyai kesesuaian dengan masalah yang ingin dipecahkan dan teori atau model yang melandasi masalah tersebut.

Jadi, penelitian ini digunakan untuk melakukan pengujian konsep dalam hipotesis tentang pengaruh kepuasan pelanggan dan *switching cost* terhadap dua dimensi loyalitas yaitu Loyalitas Konsumen (*patronage*) dan Loyalitas Konsumen (*recommend*), disertai dengan deskripsi fakta empiris dari model konseptual yang telah diuji hipotesisnya dan untuk mendeskripsikan logika manajemen atas berbagai proses yang tersirat dalam hipotesis yang diuji.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Untuk mendapatkan data-data yang relevan dan valid maka diadakan penarikan sampel dari suatu populasi yang hendak diteliti. Populasi adalah gabungan dari sebuah elemen yang berbentuk peristiwa, hal, atau orang yang

memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian (Ferdinand, 2006). Berdasarkan uraian diatas maka populasi dari penelitian ini adalah pengguna kartu Indosat M3 di kota Yogyakarta.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2007). Sampel diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin peneliti meneliti seluruh anggota populasi. Desain sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2007). Untuk menentukan jumlah sampelnya dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$n = 0,25 \left[\frac{Z \frac{1}{2} \alpha}{E} \right]^2$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

Z = nilai z yang ditentukan oleh derajat kepercayaan atau keyakinan

α = tingkat kesalahan data yang ditolerir peneliti

E = deviasi sampling maksimum

Tingkat signifikansi (α) yang digunakan adalah sebesar 5%, karena biasanya tingkat signifikansi tersebut yang digunakan dalam pengujian statistik. Karena $\alpha = 5\%$, maka $Z_{\frac{1}{2}\alpha} = 1.96$ (dari tabel z). Sedangkan tingkat kesalahan

maksimal yang mungkin terjadi pada penyebaran kuisioner adalah tidak lebih dari 10% atau $E=0,1$. Jika lebih dari 10 % maka penyebaran kuisioner tidak dapat diteruskan karena data yang diperoleh tidak valid.

Dari data di atas, maka jumlah sampel yang diteliti sebanyak:

$$n = 0,25 \left[\frac{1,96}{0,1} \right]^2$$

$$n = 96,04$$

$$n = 96 \text{ (dibulatkan)}$$

Maka berdasarkan hasil perhitungan tersebut, jumlah sampel adalah 96 responden, dan hal ini sudah dianggap mewakili populasi yang akan diteliti.

Adapun kriteria yang ditentukan adalah sebagai berikut:

1. Respponden yang berumur minimal 18
2. Pengguna kartu pra bayar IM3
3. Menggunakan IM3 selama minimal 2 bulan
4. Berdomisili di Yogyakarta.

3.3 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan terhadap pelajar dan mahasiswa di Yogyakarta yang menggunakan IM3. Alasan dipilihnya lokasi Daerah Istimewa Yogyakarta untuk memudahkan penulis dalam melakukan penyebaran kuisioner dikarenakan banyaknya pelajar dan mahasiswa yang sedang menjalani masa studinya di Yogyakarta.

3.4 Definisi Operasional Variabel

Variabel yang akan diukur dalam penelitian ini adalah variabel terikat (variabel dependen) dan variabel bebas (*independen*). Variabel bebas (*independen*) dalam penelitian ini adalah *costumer satisfaction* dan *switching costs*. Sedangkan variabel terikat (*dependen*)- nya adalah *consumer loyalty* .

Berikut adalah rincian dari masing-masing definisi operasional variabel:

1. Kepuasan Pelanggan (*Costumer Satisfaction*)

Dalam penelitian ini, peneliti mengadopsi kuesioner penelitian dari Ishak dan Luthfi (2011). Konstruk ini memiliki 3 item pertanyaan yang harus diisi oleh responden yang berkaitan dengan atribut kepuasan konsumen.

2. Biaya Perpindahan (*Switching Costs*)

Dalam penelitian ini, peneliti mengadopsi kuesioner penelitian dari Aydin et al (2005). Konstruk ini memiliki 8 item pertanyaan yang harus diisi oleh responden.

3. Loyalitas Pelanggan Loyalitas Konsumen (*Consumer Loyalty*)

Dalam penelitian ini, peneliti mengadopsi kuesioner penelitian dari Zeithaml et al (1996) dan Aydin et al (2005). Konstruk ini memiliki 3 item pertanyaan yang berhubungan dengan loyalitas rekomendasi, dan 3 item pertanyaan yang berhubungan dengan loyalitas mengenai keinginan untuk membeli kembali.

3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas

Dalam penelitian ini akan menggunakan alat ukur. Alat ukur yang digunakan harus baik dan berkualitas agar memenuhi syarat validitas dan reliabilitas. Untuk mengetahui apakah butir-butir dalam alat ukur tersebut dapat digunakan sebagai alat pengumpul data yang akurat maka perlu dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas terhadap alat ukur yang digunakan.

Kuesioner dapat digunakan sebagai alat ukur penelitian perlu diuji validitas dan reliabilitasnya, karena syarat instrumen data penelitian yang baik digunakan untuk mengukur variabel harus memenuhi unsur-unsur akurasi, presisi dan peka. Agar diperoleh distribusi nilai hasil pengukuran mendekati normal, maka sebaiknya jumlah responden untuk uji coba kuesioner sama dengan jumlah sampel penelitian yang dipakai.

3.5.1 Uji Validitas Data

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2011). Suatu instrument dikatakan valid jika mampu mengukur apa yang diinginkan . untuk itu dilakukan analisis item dengan metode korelasi *product moment pearson* (r). Uji validitas dengan metode ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor jawaban yang diperoleh pada masing-masing item dengan skor total dari keseluruhan item. Adapun menurut Nugroho (2011), dikatakan valid atau tidaknya suatu data harus memenuhi kriteria sebagai berikut :

- a. $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, maka dinyatakan valid
- b. $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$, maka dinyatakan tidak valid

3.5.2 Uji Reliabilitas Data

Reliabilitas adalah tingkat kenadalan kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2011). Metode yang digunakan untuk mengukur reliabilitas adalah *Cronbach Alpha* dari hasil pengolahan data dengan program SPSS. Suatu pertanyaan/pertanyaan dikatakan reliabel jika nilai koefisien alpha lebih besar dari 0,6 (Al-Asyiq, 2012).

3.6 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan memberi angket kepada responden. Dalam thesis ini loyalitas akan diukur dengan menggunakan data survei loyalitas konsumen, kepuasan diukur dengan menggunakan data survei kepuasan konsumen.

Menurut Sugiyono (2007), instrumen penelitian adalah “suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena yang diamati”. Instrumen yang digunakan untuk menjaring data dalam penelitian ini adalah berupa kuesioner/ angket yang berisi butir-butir pertanyaan dan pernyataan untuk diberi tanggapan oleh para responden. Penyusunan angket tersebut berdasarkan pada kontruksi teoritik yang telah disusun sebelumnya. Kemudian atas dasar teori tersebut dikembangkan ke

dalam indikator-indikator dan selanjutnya digambarkan ke dalam butir-butir pernyataan dan pertanyaan.

Angket tersebut terdiri dari:

- a. Karakteristik konsumen
- b. Kepuasan konsumen
- c. Switching cost
- d. Loyalitas Konsumen (*Patronage*)
- e. Loyalitas Konsumen (*Recommend*)

Dari angket pertanyaan ini kemudian dibuat penskoran terhadap setiap jawaban responden. Adapun pemberian skornya adalah sebagai berikut:

- a. Switching cost, yaitu: sangat setuju = skor 5, setuju = skor 4, netral = skor 3, tidak setuju = skor 2 dan sangat tidak setuju = skor 1
- b. Kepuasan, Pelanggan, yaitu: sangat setuju = skor 5, setuju = skor 4, netral = skor 3, tidak setuju = skor 2 dan sangat tidak setuju = skor 1
- c. Loyalitas, Konsumen (*Patronage*), yaitu: sangat setuju = skor 5, setuju = skor 4, netral = skor 3, tidak setuju = skor 2 dan sangat tidak setuju = skor 1
- d. Loyalitas Konsumen (*Recommend*), yaitu: sangat setuju = skor 5, setuju = skor 4, netral = skor 3, tidak setuju = skor 2 dan sangat tidak setuju = skor 1

3.6.1 Data Primer

Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh peneliti langsung dari subjek penelitian (responden). Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan metode angket kuesioner. Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan secara tertulis yang akan di jawab oleh responden penelitian agar peneliti memperoleh data lapangan untuk memecahkan masalah penelitian dan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti membagikan angket kuesioner kepada responden yang berada di Yogyakarta. Dalam hal ini responden diminta untuk mengisi angket kuisisioner yang sesuai dengan pemikirannya diantara beberapa alternatif jawaban yang telah disediakan.

3.6.2 Data Sekunder

Data Sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data atau oleh pihak lain. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai pustaka seperti buku, jurnal, skripsi terdahulu, dan internet.

3.7 Teknik Analisis

3.7.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif yaitu analisis yang menjelaskan mengenai ketertarikan data penelitian ke dalam bentuk kalimat. Analisis deskriptif bertujuan untuk

mengubah data-data mentah menjadi data yang mudah dipahami dalam bentuk informasi yang lebih ringkas. Dalam penelitian ini, analisis yang dilakukan berdasarkan uraian hasil jawaban para responden dari kuisioner yang dibagikan. Data tersebut tercantum dalam bentuk tabel dan analisis deksriptif yang dilakukan berdasarkan data dalam tabel tersebut. Untuk mendapatkan kecenderungan jawaban responden terhadap jawaban masing-masing variabel akan didasarkan pada nilai rata-rata skor jawaban yang selanjutnya akan dikategorikan pada rentang skor berikut ini:

- Skor minimum = 1
- Skor maksimum = 5

3.7.2 Alat Statistik

Teknik analisa yang digunakan untuk menguji hipotesis pada penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda untuk menjawab hipotesis 1, 2, 3, 4, mengenai pengaruh kepuasan konsumen, *switching cost* (biaya peralihan) terhadap loyalitas konsumen (*patronage*), dan loyalitas konsumen (*recommend*) pada pengguna kartu prabayar IM3 di Daerah Istimewa Yogyakarta.

a. Regresi Berganda

Regresi berganda adalah alat statistik yang digunakan untuk mengkaji pengaruh satu atau beberapa variabel independent terhadap variable dependen (Sudarmanto, 2003). Analisis ini untuk mengetahui pengaruh antara kepuasan pelanggan, terhadap loyalitas konsumen *patronage* dan loyalitas konsumen *recommend*, dan pengaruh *switching cost* terhadap terhadap loyalitas konsumen

patronage dan loyalitas konsumen recommend. Adapun bentuk persamaan regresi berganda digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y_1 = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y_2 = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Dimana :

Y_1 = variabel loyalitas konsumen (patronage)

Y_2 = variabel loyalitas konsumen (recommend)

X_1 = variabel kepuasan pelanggan

X_2 = variabel switching cost

b_n = *standardized* beta koefisien variabel independen

a = konstanta

b. Uji F

Uji F pada dasarnya digunakan untuk mengetahui signifikansi hubungan antara semua variabel bebas dan variabel terikat yang diuji secara bersama. Uji F digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel-variabel bebas yaitu mengenai pengaruh kepuasan konsumen, switching cost (biaya peralihan) terhadap variabel terikat yaitu loyalitas konsumen (*patronage*), dan loyalitas konsumen (*recommend*).

Berikut adalah langkah-langkah pengujian:

1. H_0 : Tidak ada pengaruh yang positif kepuasan konsumen dan switching cost terhadap loyalitas konsumen (*patronage*).

Tidak ada pengaruh yang positif kepuasan konsumen dan switching cost terhadap *loyalitas konsumen (recommend)*

H_a : Ada pengaruh yang positif kepuasan konsumen dan switching cost terhadap loyalitas konsumen (*patronage*).

Ada pengaruh yang positif kepuasan konsumen dan switching cost terhadap *loyalitas konsumen (recommend)*

2. Menentukan taraf signifikansi

Dalam penelitian ini digunakan taraf signifikansi (α) sebesar 5% atau 0,05

3. Kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis sebagai berikut :

H_0 diterima jika probabilitas (p) $\geq 0,05$

H_0 ditolak jika probabilitas (p) $< 0,05$

4. Menghitung probabilitas (p) dengan regresi menggunakan program SPSS
5. Penarikan Kesimpulan : menyesuaikan hasil prosedur (3) dengan butir (4)

c. Uji t (Parsial)

Menurut Imam Ghozali (2006) uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Uji ini bertujuan untuk menguji apakah variabel secara individu mampu mempengaruhi besarnya variabel dependen Loyalitas Konsumen *Patronage* dan variabel secara individu mampu mempengaruhi besarnya variabel dependen Loyalitas Konsumen *Recommend* secara signifikan atau tidak.

Berikut adalah langkah-langkah pengujian:

1. Perumusan Hipotesis Operasional Nihil (H_0) dan Hipotesis Alternatif (H_a)

H_0 : Tidak ada pengaruh yang positif kepuasan pelanggan terhadap loyalitas konsumen loyalitas konsumen (*patronage*), tidak ada pengaruh yang positif kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen (*recommend*). Tidak ada pengaruh yang positif *switching cost* (biaya peralihan) terhadap loyalitas konsumen (*patronage*), Tidak ada pengaruh yang positif *switching cost* (biaya peralihan) terhadap loyalitas konsumen (*recommend*)

H_a : Ada pengaruh yang positif kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen (*patronage*),, Ada pengaruh yang positif kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen (*recommend*)

Ada pengaruh yang positif *switching cost* (biaya peralihan) terhadap loyalitas konsumen (*patronage*), Ada pengaruh yang positif *switching cost* (biaya peralihan) terhadap loyalitas konsumen (*recommend*).

2. Menentukan taraf signifikansi

Dalam penelitian ini digunakan taraf signifikansi (α) sebesar 5% atau 0,05

3. Kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis sebagai berikut :

- H_0 diterima jika probabilitas (p) $\geq 0,05$
- H_0 ditolak jika probabilitas (p) $< 0,05$

4. Menghitung probabilitas (p) dengan regresi menggunakan program SPSS.

5. Penarikan Kesimpulan : menyesuaikan hasil prosedur (3) dengan butir (4).

3.7.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan agar model yang diperoleh benar-benar telah memenuhi asumsi-asumsi yang mendasari model-model analisis data penelitian. Pengujian asumsi klasik diperlukan sebelum dilakukan pengujian hipotesis dengan maksud mendeteksi ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik atau persamaan regresi berganda yang digunakan. Dalam penelitian ini terdapat dua uji asumsi klasik, yaitu uji asumsi klasik untuk model regresi dan uji asumsi klasik untuk model korelasi.

3.7.3.1 Uji Asumsi Klasik untuk Model Regresi

a. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah keadaan dimana antara dua variable independen atau lebih pada model regresi terjadi hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna (Priyatno, 2009). Menurut Ghozali (2011), uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah model dalam regresi yang digunakan ditemukan adanya korelasi antar variabel independen.

Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas adalah dengan melihat nilai *tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Semakin kecil nilai *tolerance* dan semakin besar VIF maka semakin mendekati terjadinya multikolinieritas. Beberapa penelitian menyebutkan bahwa jika *tolerance* lebih dari 0,1 dan VIF kurang dari 10, maka tidak terjadi multikolinieritas (Priyatno, 2009).

Berikut ketentuan prosedur pengujiannya :

1. Perumusan Hipotesis Operasional Nihil (H_0) dan Hipotesis Alternatif (H_a)

H_0 : tidak ada multikolinieritas pada model regresi berganda

H_a : ada multikolinieritas pada model regresi berganda

2. Menetapkan kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis

- H_0 gagal ditolak jika $VIF \leq 10$ dan *tolerance* $\geq 0,1$
- H_0 ditolak jika $VIF > 10$ dan *tolerance* $< 0,1$

3. Menghitung nilai VIF dan *tolerance*

Perhitungan nilai VIF dan nilai *tolerance* dilakukan dengan program pengolahan data SPSS *for windows*.

4. Menarik Kesimpulan sesuai butir (2) dan (3).

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah di dalam model regresi terdapat atau terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya (Ghozali, 2011). Cara mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat pola titik-titik pada grafik Scatterplots regresi. Jika titik-titik menyebar dengan pola yang tidak jelas di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Priyatno, 2009). Adapun dasar pengambilan keputusan untuk uji heteroskedastisitas adalah dengan melakukan ketentuan prosedur pengujian sebagai berikut :

1. Perumusan Hipotesis Operasional Nihil (H_0) dan Hipotesis Alternatif (H_a)

H_0 : tidak ada pengaruh heteroskedastisitas pada model regresi berganda

H_a : ada pengaruh heteroskedastisitas pada model regresi berganda

2. Menetapkan kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis

- H_0 diterima jika residual pada gambar *Scatterplot* terlihat menyebar secara acak.
- H_0 ditolak jika residual pada gambar *Scatterplot* terlihat tidak menyebar secara acak.

3. Membuat gambar *Scatterplot*

Pembuatan gambar Scatterplot dilakukan dengan program SPSS *for windows*.

4. Mengambil keputusan sesuai dengan butir (2) dan (3).

c. Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk melihat spesifikasi model yang digunakan apakah benar atau tidak. Fungsi yang digunakan dalam suatu studi empiris sebaiknya berbentuk linier, kuadrat atau kubik (Kinasih, 2012). Dengan uji linieritas akan diperoleh informasi mengenai model empiris sebaiknya linier, kuadrat, atau kubik.

Uji yang dapat digunakan untuk uji linieritas yaitu uji *lagrange multiplier*. Uji ini merupakan uji alternatif yang dikembangkan oleh Engle tahun 1982. Estimasi dengan uji ini bertujuan untuk mendapatkan nilai c^2 hitung atau $n \times R^2$ (Kinasih, 2012).

Langkah-langkah dalam pengujian lagrange multiplier :

1. Lakukan regresi dengan persamaan utama LMSCR = f (LGDPR,R,RF)

2. Jika dianggap persamaan utama tersebut besar spesifikasinya maka nilai residualnya harus dihubungkan dengan nilai kuadrat variabel independen dengan persamaan regresi:

$$U_t = b_0 + B_1 \text{ LGDPR}_t + b_2 R_t + b_3 \text{ RF}_t$$

3. Dapatkan nilai R^2 untuk menghitung x^2 hitung

4. Jika x^2 hitung $>$ x^2 tabel, maka hipotesis yang menyatakan model linear ditolak.

Adapun prosedur pengujian hipotesisnya :

- a. Menentukan hipotesis operasional:

- H_0 : spesifikasi model terbentuk fungsi linier

- H_a : spesifikasi model tidak terbentuk fungsi linier

- b. Menetapkan kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis:

- H_0 diterima jika nilai x^2 hitung $<$ x^2 tabel
- H_0 ditolak jika nilai x^2 hitung \geq x^2 tabel

- c. Perhitungan

Tahap perhitungan berdasarkan alat analisis yang digunakan yaitu dengan menggunakan program *SPSS for windows*.

- d. Menarik kesimpulan sesuai dengan butir (2) dan

(3)

d. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval, ataupun rasio. Jika analisis menggunakan metode

parametrik, maka persyaratan normalitas harus terpenuhi yaitu data berasal dari distribusi yang normal (Consultant, 2011). Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal).

Beberapa metode uji normalitas yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik Normal *P-P Plot of regression standardized residual* atau dengan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* (Consultant, 2011).

Ketentuan prosedur pengujiaannya :

1. Perumusan Hipotesis Operasional Nihil (H_0) dan Hipotesis Alternatif (H_a).
 - H_0 : data residual berdistribusi normal
 - H_a : data residual tidak berdistribusi normal
2. Menetapkan kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis
 - H_0 diterima jika data tersebar sekitar garis diagonal grafik normal plot
 - H_0 ditolak jika data tersebar jauh dari sekitar garis diagonal grafik normal plot
3. Membuat grafik normal plot
4. Pembuatan grafik normal plot dilakukan dengan program SPSS for windows.
5. Mengambil keputusan sesuai dengan butir (2) dan (3).

3.7.3.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Dalam analisis regresi terdapat koefisien determinasi berganda dapat digunakan sebagai ukuran untuk menyatakan kecocokan garis regresi yang diperoleh, semakin besar nilai R^2 (R Square) maka semakin kuat kemampuan model regresi yang diperoleh untuk menerangkan kondisi yang sebenarnya. Apabila R^2 sama dengan 1 maka fungsi regresi 100% menjelaskan variasi dari nilai Y sebaliknya jika nilainya 0 maka model yang digunakan sama sekali tidak mendekati nilai Y kecocokan model dikatakan lebih baik jika nilai R^2 mendekati 1.

3.7.3.3 Koefisien Determinasi Parsial (R^2)

Koefisien determinasi parsial digunakan untuk mengukur pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara terpisah serta menetapkan variabel independen yang memiliki pengaruh paling besar terhadap variabel dependen (Ghozali,2005). Harga koefisien determinasi parsial dapat dicari dengan mengkuadratkan koefisien korelasi parsial (R) yang diperoleh dengan menggunakan program pengolahan data SPSS.