

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Rancangan Penelitian**

Rancangan penelitian ini merupakan jenis penelitian verifikatif dengan menggunakan metode ekplanasi (*explanatory research*). Menurut Sugiyono (2010:21) eksplanatori adalah penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain. Penelitian dilakukan dengan obyek konsumen pengguna AMDK Ades dengan kasaran sampel yang digunakan adalah 100 responden.

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan cara kuesioner atau angket yang diberikan pada responden. Skala pengukuran menggunakan skala *Likert*. Tehnik sampel menggunakan *accidental sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan regresi linier berganda. Uji asumsi klasik menggunakan uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinieritas, uji autokorelasi. Untuk pengujian hipotesis menggunakan uji parsial (t) dan koefisien determinan ( $R^2$ ). Data yang diolah menggunakan SPSS.

#### **3.2 Lokasi dan Objek Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada masyarakat di Kecamatan Jombang. Objek penelitian ini adalah pengaruh *green product* dan *brand trust* (kepercayaan

merek) terhadap minat beli (studi pada konsumen AMDK Ades di Kecamatan Jombang).

### **3.3 Pengukuran Variabel Penelitian dan Definisi Operasional**

#### **3.3.1 Pengukuran Variabel Penelitian**

Menurut Sugiyono (58:2010) variabel penelitian pada dasarnya adalah suatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tiga variabel yang terdiri dari, dua variabel independen atau variabel bebas dan satu variabel dependen atau variabel terikat.

a. Variabel independen :

(X1) = *Green Product*

(X2) = *Brand Trust* (Kepercayaan Merek)

b. Variabel dependen :

(Y) = Minat Beli

#### **3.3.2 Definisi Operasional**

Adapun definisi operasional penelitian ini adalah :

1. Minat Beli

Mengacu konsep Kotler dan Keller (2009) dalam penelitian ini didefinisikan minat beli diungkapkan bahwa konsumen produk AMDK ades dimana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli produk atau

memilih berdasarkan pengalaman, menggunakan dan mengkonsumsi. Dimana minat beli tersebut dapat diukur dengan indikator menurut Ferdinand (2014):

- a. Minat Transaksional
- b. Minat Refrensial
- c. Minat Preferensial
- d. Minat Eksploratif

## 2. *Green Product*

Mengacu konsep Durif *et al.*, (2010) dalam penelitian ini didefinisikan bahwa *green product* merupakan sebuah produk yang dapat mengurangi kerusakan lingkungan dan dapat didaur ulang serta tidak beracun. Yang diukur dengan indikator Menurut Santoso dan Fitriyani (2016:149) :

- a. *Green product* bermanfaat bagi lingkungan

Produk dapat menekan pengaruh produk pada lingkungan serta produk yang tidak menimbulkan dampak negatif bagi lingkungan.

- b. Kinerja *green product* sesuai harapan saya

Mengonsumsi *green product* akan memberi perasaan yang lebih aman dan akan dianggap lebih sehat dan sesuai dengan standar, sehingga menjamin konsumen dengan produk yang berkualitas baik. Kualitas *green product* memiliki dampak secara langsung pada kinerja dan

memiliki hubungan yang erat dengan persepsi maupun minat beli konsumen.

- c. Bahan baku *green product* terbuat dari bahan-bahan yang tidak berbahaya

Menggunakan bahan baku pilihan yang memiliki kualitas dan manfaat yang baik untuk kesehatan konsumen dan untuk kelestarian lingkungan.

### 3. *Brand Trust* (Kepercayaan Merek)

Mengacu konsep Delgado (2004) dalam penelitian ini didefinisikan bahwa *brand trust* (kepercayaan merek) adalah sejauh mana merek dapat memenuhi janji pada konsumen dan menjadikan kepentingan konsumen didepan kepentingannya sendiri supaya konsumen percaya bahwa merek yang konsumen pilih tepat. Yang diukur dengan indikator Menurut Delgado dalam jurnal (Mini, 2016) :

- a. *Brand reliability* (kehandalan merek)

*Brand Reliability* adalah kehandalan merek yang berasal dari kepercayaan konsumen bahwa produk tersebut mampu memenuhi nilai yang dijanjikan atau, dengan kata lain, persepsi bahwa merek tersebut mampu memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasan

- b. *Brand intentions* (keyakinan merek)

Niat merek atau minat merek mencerminkan keyakinan konsumen bahwa merek mampu memprioritaskan minat konsumen ketika masalah

konsumen muncul secara tak terduga. Oleh karena itu, intensionalitas terkait dengan keyakinan bahwa merek akan tertarik pada apa yang dibutuhkan konsumen dan tidak akan memanfaatkan ketidaktahuan konsumen.

**Tabel 3.1**  
**Kisi-kisi indikator penelitian**

<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Item Pernyataan</b>	<b>Sumber</b>
Minat Beli (Y)	Minat Transaksional	1. Saya akan membeli produk air minum Ades karena adanya kebutuhan saya.	(Ferdinand, 2014)
	Minat Refrensial	2. Sayan akan merekomendasikan produk air minum Ades yang ada kepada orang lain	
	Minat Preferensial	3. Saya akan menjadikan air minum Ades sebagai alternatif utama untuk dibandingkan dengan air minum lain.	
	Minat Eksploratif	4. Saya akan mencari tahu tentang pengalaman orang lain yang menggunakan produk air minum Ade.	
<i>Green Product</i> (X1)	<i>Green product</i> bermanfaat bagi lingkungan	5. Produk air minum Ades dapat mengurangi pencemaran lingkungan.	(Santoso & Fitriyani, 2016:149)
	Kinerja <i>green product</i> sesuai harapan saya	6. Produk air minum Ades memiliki kinerja yang sesuai dengan harapan saya.	
	Bahan baku <i>green product</i> terbuat dari bahan-bahan yang tidak berbahaya	7. Produk air minum Ades menggunakan sumberdaya bahan baku yang tidak berbahaya. 8. Product air minum Ades menggunakan kemasan yang dapat di daur ulang.	
<i>Brand Trust</i> (X2)	<i>Brand reliability</i> (kehandalan merek)	9. Ades mampu menepati janji kepada konsumen. 10. Ades mampu memberikan rasa segar kepada konsumen	(Mini, 2016)
	<i>Brand intentions</i> (keyakinan merek)	11. Ades mampu meyakinkan konsumen, bahwa produk yang dimikin aman untuk dikonsumsi 12. Ades meyakinkan konsumen, bahwa produknya berkualitas	

### **3.4 Skala dan Pengukuran Data**

Pengukuran nilai dari angket ini dengan menggunakan skala likert, skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2010:132). Pada penelitian ini responden diharapkan memilih salah satu dari kelima alternatif jawaban yang tersedia, kemudian setiap jawaban yang diberikan akan diberi nilai tertentu (1, 2, 3, 4, dan 5). Nilai yang diperoleh akan dijumlahkan dan jumlah tersebut menjadi nilai total. Nilai total inilah yang akan ditafsirkan sebagai posisi responden dalam skala likert. Alternatif jawaban yang tersedia sebagai berikut (Sugiyono, 2010:133) :

- Sangat setuju (SS) : skor 5
- Setuju (S) : skor 4
- Netral (N) : skor 3
- Tidak setuju (TS) : skor 2
- Sangat tidak setuju (STS) : skor 1

### **3.5 Populasi dan Sampel**

#### **3.5.1 Populasi**

Populasi adalah gabungan dari seluruh 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, 2014:171). Populasi dari penelitian ini adalah konsumen AMDK Ades di wilayah Kecamatan Jombang yang dipilih acak

yaitu Pulolor, Jabon, Sengon, Jombatan, Candimulyo, Kaliwungu, Plandi, Tunggorono.

### 3.5.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2010). Sampel ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin bagi kita untuk meneliti semua anggota populasi, jadi kita membentuk sebuah perwakilan populasi. Dalam pengambilan sampel peneliti menggunakan teknik *accidental sampling*. Menurut Sugiyono (2011) *accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Penentuan jumlah sampel yang tidak diketahui jumlah populasinya adalah menggunakan rumus sebagai berikut (Wibisono, 2003) :

$$n = \left( \frac{Z_{\alpha/2} \sigma}{e} \right)^2$$

Keterangan :

$n$  = Jumlah Sampel

$Z_{\alpha}$  = Nilai yang diperoleh dari tabel normalitas tingkat keyakinan

$e$  = Kesalahan Penarikan Sampel

$2\sigma$  = Standar Deviasi

Tingkat keyakinan dalam penelitian ini ditentukan sebesar 95%, maka nilai  $Z_{\alpha 0,05}$  adalah 1,96 dan standar deviasi ( $\sigma$ ) = 0,25. Tingkat kesalahan dalam penarikan sampel ditentukan sebesar 5% atau 0,05 maka dengan menggunakan rumus tersebut dapat ditentukan jumlah sampelnya yaitu:

$$n = \left( \frac{1,96 \cdot 0,25}{0,05} \right)^2$$

$$n = 96,04$$

Jadi berdasarkan rumus diatas, besarnya sampel sebesar 96,04 orang. Jika ada responden dengan jawabannya terjadi *missing* maka responden dibulatkan menjadi 100 orang responden.

### **3.6 Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data**

#### **3.6.1 Jenis Data**

##### 1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2010:193) data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari objek yang diteliti baik dari wawancara maupun dari angket yang di rancang oleh peneliti sesuai dengan permasalahan yang diteliti. Data yang dapat di himpun dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dengan cara menyebarkan angket kepada konsumen yang telah menggunakan produk AMDK Ades.

## 2. Data Sekunder

Berupa pengumpulan data yang didapat dari perusahaan, penelitian terdahulu, referensi dan studi kepustakaan, terkait dengan profil perusahaan yang diteliti.

### 3.6.2 Teknik Pengumpulan Data

Dalam teknik pengumpulan data, peneliti menggunakan metode pengumpulan data kuesioner (angket). Kuesioner atau angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2014). Hal ini karena data yang diperoleh adalah data yang diperoleh langsung dari sumber pertama. Data ini adalah data mentah yang harus diolah dan diproses lebih lanjut.

## 3.7 Uji Instrumen

### 3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur apakah data yang diperoleh setelah penelitian adalah data yang valid dengan alat ukur yang digunakan (kuesioner) (Sugiyono, 2010). Uji validitas dilakukan untuk melihat seberapa baik suatu instrumen digunakan untuk mengukur konsep yang akan diukur. Teknik uji yang digunakan adalah *Corrected Item Correlatio*. Tingkat validitas dapat diukur dengan dengan cara membandingkan  $r$  hitung  $> 0,3$  berarti butir

pernyataan tersebut dinyatakan valid, apabila  $r$  hitung  $< 0,3$  berarti butir pernyataan dinyatakan tidak valid (Sugiyono, 2010).

Pengujian validitas dilakukan pada 30 responden berikut ini hasil pengujian validitas :

**Tabel 3.2**  
**Hasil Pengujian Validitas**

No.	Variabel	r hitung	r kritis	Keterangan
1.	<i>Green Product (X1)</i>	0,624	0,3	Valid
2.		0,443	0,3	Valid
3.		0,662	0,3	Valid
4.		0,546	0,3	Valid
5.	<i>Brand Trust (X2)</i>	0,491	0,3	Valid
6.		0,659	0,3	Valid
7.		0,395	0,3	Valid
8.		0,473	0,3	Valid
8.	Minat Beli (Y)	0,387	0,3	Valid
10.		0,617	0,3	Valid
11.		0,623	0,3	Valid
12.		0,503	0,30	Valid

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

Tabel 3.2 menunjukkan bahwa terlihat korelasi antara masing-masing indikator terhadap total skor dari setiap variabel menunjukkan hasil yang signifikan dan menunjukkan bahwa  $r$  hitung  $> 0,3$  sehingga dapat disimpulkan bahwa item pernyataan dinyatakan valid.

### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Instrumen dikatakan reliabel apabila instrumen tersebut mampu mengungkapkan data yang bisa dipercaya dan sesuai dengan kenyataan yang sebenarnya. Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk, suatu

kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2018). Instrumen yang berbentuk *multiple choice* (pilihan ganda) maupun skala bertingkat maka suatu variable dikatakan reliabilitas jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 (Ghozali 2006). Reliabilitas dihitung dengan rumus rumus :

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum a_b^a}{a_1^2} \right]$$

Keterangan :

$r_{11}$  = reliabilitas instrumen

$k$  = banyaknya butir pertanyaan atau soal

$\sum a_b^a$  = varian total

$a_1^2$  = jumlah varian butir atau item

Hasil reliabilitas untuk masing-masing variabel dapat dilihat pada Tabel 3.3 di bawah ini :

**Tabel 3.3**  
**Hasil Pengujian Reliabilitas**

<b>Variabel</b>	<b>Nilai <i>Cronbach Alpha</i></b>	<b>Keterangaa</b>
Minat Beli (Y)	0,735	Reliabel
<i>Green Product</i> (X1)	0,765	Reliabel
<i>Brand Trust</i> (X2)	0,711	Reliabel

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

Tabel 3.3 menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai nilai di atas 0,6 sehingga dinyatakan semua variabel adalah reliabel, dan selanjutnya semua item dalam setiap variabel layak untuk dijadikan sebagai alat ukur.

## 1.8 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan cara yang dipergunakan untuk menjawab rumusan masalah dan untuk menguji hipotesis yang sudah dirumuskan. Berikut analisis data yang dipergunakan dalam penelitian ini.

### 3.8.1 Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2011:206) metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi.

Analisis deskriptif digunakan untuk menentukan frekuensi dan variasi jawaban terhadap item atau butir pernyataan dalam angket, untuk mengetahui kategori rata-rata skor menggunakan perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Rentan Skor} &= \frac{\text{nilai skor tertinggi} - \text{nilai skor terendah}}{\text{jumlah katagori}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0,8 \end{aligned}$$

Rentan interval skor 0,8 artinya katagori jawaban responden dengan rentan nilai 0,8 maka ditentukan skala intervalnya dengan sebagai berikut:

1. 1,0 – 1,8 = Sangat Buruk
2. 1,9 – 2,6 = Buruk
3. 2,7 – 3,4 = Cukup
4. 3,5 – 4,2 = Baik
5. 4,3 – 5,0 = Sangat Baik

### 3.8.2 Teknik Analisis Linier Regresi Berganda

Regresi berganda berguna untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan antara dua buah variabel bebas (X) atau lebih dengan sebuah variabel terikat (Y). Analisis regresi linier berganda menurut Sugiyono (2014:277) adalah meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai prediator dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2. Adapun bentuk persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y : Minat beli

a : Konstanta

$X_1$  : *Green Product*

$X_2$  : *Brand Trust* (Kepercayaan Merek)

$\beta_1, \beta_2$  : Koefisien Regresi

e : Standar eror

## 1.9 Uji Asumsi Klasik

Model regresi yang diperoleh dari metode kuadrat terkecil biasa (Ordinary Least Square/OLS) merupakan model regresi yang menghasilkan estimator linear yang tidak bias yang terbaik (Best Linear Unbias Estimator/BLUE)” Untuk mendapatkan nilai pemeriksa yang efisien dan tidak bias atau BLUE dari satu persamaan regresi berganda dengan metode kuadrat terkecil (least square), maka perlu dilakukan pengujian untuk mengetahui model regresi yang dihasilkan memenuhi persyaratan asumsi klasik. Untuk meyakinkan bahwa persamaan garis regresi yang diperoleh adalah linear dan dapat dipergunakan valid untuk mencari peramalan, maka akan dilakukan uji asumsi klasik yaitu dengan menggunakan uji normalitas, uji heteroskedastistas, uji multikolinieritas, dan uji autokorelasi.

### 3.9.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dalam ini digunakan untuk menemukan distribusi model regresi dalam variabel dependen dan variabel independen normal atau tidak normal. Model regresi yang dikatakan baik ialah model regresi yang mempunyai distribusi normal ataupun mendekati normal (Ghozali, 2013). Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan menggunakan uji P-plot, histogram dan uji *Kolmogorov-Smirnov* :

#### 1. P-Plot (*probability plot*)

*Probability plot* digunakan untuk membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dan distribusi normal (Ghozali, 2018). Dikatakan berdistribusi normal jika data plotting (titik-titik)

yang menggambarkan data sesungguhnya mengikuti garis diagonal (Ghozali, 2011:161)

## 2. Histogram

Grafik histogram digunakan untuk membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal (Ghozali, 2018:161).

Dasar pengambilan keputusan P-Plot dan Histogram (Ghozali, 2018) :

- Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas
- Jika data menyebar jauh dari diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

## 3. Uji *Kolmogorov Smirnov*

Analisis menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* (K-S). Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Dasar dari pengambilan keputusan tersebut berdasarkan pada taraf signifikan hasil perhitungan dengan ketentuan sebagai berikut :

- Jika nilai signifikan  $> 0,05$  : hipotesis diterima karena data terdistribusi secara normal.
- Jika nilai signifikan  $< 0,05$  : hipotesis ditolak karena data tidak terdistribusi secara normal.

### 3.9.2 Uji Heteroskedastistas

Salah satu asumsi regresi linier yang harus dipenuhi adalah homogenitas variansi dari error (homokedastistas). Menurut Ghozali (2013:105) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain, jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Salah satu cara untuk mendeteksi heteroskedastistas adalah dengan melihat grafik *scatterplot* antara nilai prediksi variabel terikat (*ZPRED*) dan nilai residualnya (*SRESID*). Jika titik-titik membentuk pola tertentu yang teratur seperti gelombang besar melebar, kemudian menyempit maka telah terjadi heteroskedastistas. Jika titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y tanpa membentuk pola tertentu, maka tidak terjadi heteroskedastistas.

### 3.9.3 Uji Multikolonieritas

Uji multikolinearitas pada penelitian ini ialah bertujuan untuk menguji apakah didalam regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas dalam penelitian (Ghozali, 2018). Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas pada penelitian ini dapat dilihat dari nilai *tolerance value* dan nilai *Variance Influence Factor (VIF)*.

Kedua ukuran tersebut menunjukkan variabel bebas yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Dimana apabila nilai *tolerance value*  $> 0,10$  dan nilai *VIF*  $< 10$ , maka diambil kesimpulan bahwa model regresi bebas dari

multikolinearitas, Dan begitu pula sebaliknya, jika nilai tolerance value  $< 0,10$  dan nilai VIF  $> 10$ , maka terjadi multikolinearitas yang tinggi diantara variabel bebas.

### 3.9.4 Uji Autokorelasi

Autokorelasi dalam konsep regresi linier berarti komponen *error* berkorelasi berdasarkan urutan waktu (pada data berkala) atau urutan ruang (pada data tampang lintang), atau korelasi pada dirinya sendiri. Penelitian ini dalam menguji Autokorelasi menggunakan uji Durbin-Watson. Uji Durbin-Watson hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu (*first order autocorrelation*) dan mensyaratkan adanya *intercept* (konstanta) dalam model regresi dan tidak ada variabel lagi diantara variabel independen. Apabila nilai Durbin-Watson ( $d$ ) lebih besar daripada batas atas ( $d_U$ ) dan lebih kecil dari nilai  $4-d_U$ , maka dapat dinyatakan tidak terdapat autokorelasi (Ghozali, 2016). Model regresi yang baik adalah yang bebas dari autokorelasi (Ghozali, 2018).

## 3.10 Pengujian Hipotesis

### 3.10.1 Uji Parsial (t)

Uji t digunakan untuk menguji apakah suatu korelasi memiliki perbedaan secara signifikan dari nol (tidak ada hubungan atau korelasi sama sekali) (Morissan, 2014). Metode ini memungkinkan untuk mengetahui apakah suatu korelasi memiliki nilai lebih besar daripada sekadar kebetulan. Untuk menguji hipotesis ini digunakan statistik t dengan kriteria pengambilan keputusan

apabila probabilitas signifikan  $< 0,05$  maka terdapat pengaruh dari variabel X terhadap variabel Y, dan apabila probabilitas signifikan  $> 0,05$  maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

### **3.10.2 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk melihat seberapa besar variabel independen ( $X_1$ ,  $X_2$ ) memiliki dampak terhadap variabel dependen (Y) yang dinyatakan dalam persentase. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) merupakan alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2013). Nilai koefisien determinasi antara nol atau satu. Nilai ( $R^2$ ) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Dan sebaliknya jika nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen.