

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian *verifikatif*. Menurut Sugiyono (2017), penelitian *verifikatif* merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih melalui pengumpulan data dilapangan, sifat *verifikatif* pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilakukan melalui pengumpulan data dilapangan. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *explamatory research*.

Populasi dari penelitian ini adalah Mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang. Teknik pengumpulan data dengan cara penyebaran kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah Regresi Linier Berganda dengan pengujian Hipotesis Uji t dan *Koefisien Diterminasi* (R^2).

3.2 Subyek dan Lokasi Penelitian

3.2.1 Subyek Penelitian

Subyek pada penelitian ini adalah pengguna produk Ms Glow mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang.

3.2.2 Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian di tempat STIE PGRI Dewantara Jombang yang beralamat di Jln.Prof. Muh. Yamin No.77, Jabon, Pandanwangi, Kec. Diwek, Kabupaten Jombang, Jawa Timur 61471.

3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut, sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari sehingga memperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014). Kegunaan dari operasionalisasi variabel adalah untuk mengidentifikasi variabel penelitian agar pengukuran yang dilakukan dapat lebih mudah.

3.3.1 Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua variabel, yang terdiri dari variabel terikat (*dependen*) dan variabel bebas (*independen*).

Variabel-variabel tersebut adalah:

1. Variabel *Dependen* (Y) = Minat Beli Ulang
2. Variabel *Independen* (X) = *Kredibilitas Influencer* (X1), *E-review* (X2)

3.3.2 Definisi Operasional Variabel dan Indikator

Menurut pendapat (Sugiyono, 2022), definisi operasional merupakan suatu definisi yang diberikan kepada variabel dengan memberi arti atau membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdapat 2 variabel, yaitu:

1. Variabel bebas (*independent*) terdiri dari :
 - a. *Kredibilitas Influencer* (X1), Menurut Shimp (2014:304) dengan indikator :

1. *Trustworthiness* (Kepercayaan)

Kepercayaan adalah kemampuan yang menunjukkan kejujuran, integritas dan kepercayaan dalam menyampaikan informasi.

2. *Expertise* (Keahlian)

Keahlian adalah pengetahuan yang dimiliki oleh seorang *influencer* akan merek yang sedang diiklankan.

3. *Attractiveness* (Daya Tarik Fisik)

Daya tarik adalah daya tarik fisik seseorang yang dapat ditunjukkan melalui penampilan, keanggunan, dan kecantikan wajah.

- b. *E-review* (X2), Menurut Auliya dkk (2017) dengan indikator :

1. *Perceived Usefulness* (Manfaat yang dirasakan)

Konsumen mendapatkan manfaat yang dirasakan dengan adanya *online customer review* yang ada pada situs belanja online. Item yang digunakan untuk indikator ini adalah *online customer review* membuat lebih mudah pada saat berbelanja online dan *online customer review* juga membuat lebih mudah untuk mencari serta menemukan informasi tentang suatu produk.

2. *Argument Quality* (Kualitas Argumen)

Kualitas argumen mengacu pada kekuatan persuasif argumen yang terkait dengan pesan informasi. Item yang digunakan dalam indikator ini adalah review pada produk Ms Glow memberikan informasi mengenai kelebihan dan kekurangan produk yang diulas dari konsumen yang sudah membeli dan menggunakan produk Ms Glow

dan dari ulasan tersebut juga akan membantu calon konsumen dalam menentukan keputusan pembelian.

3. *Valensi* (Nilai)

Valensi atau nilai mengarah kepada karakteristik positif atau negatif dari sebuah pernyataan informasi dapat membawa pengaruh penting dalam sikap konsumen yang pada akhirnya akan mempengaruhi keputusan pembelian. Item yang digunakan untuk indikator ini adalah *review* produk Ms Glow memberikan informasi yang benar, memberikan gambaran yang lengkap mengenai produk secara keseluruhan, dengan adanya *review* yang positif dapat mempengaruhi pendapat konsumen terhadap suatu produk dan apabila terdapat *review* negatif maka konsumen akan mencari alternatif produk lain.

4. *Volume of Review* (Jumlah Ulasan)

Jumlah dari ulasan dapat mempresentasikan angka dari konsumen yang tertarik dengan pembelian sebelumnya atau dengan pengalaman konsumen sebelumnya mengenai suatu produk. Item yang digunakan pada indikator ini adalah semakin banyak jumlah *review* positif maka akan semakin baik reputasi dari sebuah produk tersebut.

5. *Source Credibility* (Kredibilitas Sumber)

Kredibilitas sumber adalah persepsi penerima informasi mengenai keahlian sumber dan kepercayaan terhadap suatu informasi. *Source credibility* adalah kepada fitur *online customer review* yang disediakan

oleh Instagram pada akun Ms Glow dan percaya kepada review yang diberikan oleh para konsumen yang sudah membeli produk tersebut.

2. Variabel terikat (*dependen*) yaitu Minat Beli Ulang (Y), Menurut (Kotler & Keller, 2021) dengan indikator :
 1. Minat *Transaksional* yaitu minat ini menggambarkan kecenderungan seseorang untuk membeli ulang suatu produk.
 2. Minat *Refrensial* yaitu minat ini menggambarkan kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada oranglain.
 3. Minat *Preferensial* yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.
 4. Minat *Eksploratif* yaitu minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi-informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sikap-sikap positif dari produk tersebut.

3.3.3 Instrumen Penelitian

Menurut (Handani dkk., 2020), Instrumen merupakan suatu alat yang memenuhi persyaratan akademis sehingga dapat dipergunakan sebagai alat untuk mengukur suatu objek ukur atau mengumpulkan data mengenai suatu variabel. Instrumen dapat berbentuk tes dan juga dapat berbentuk non tes, namun untuk memperoleh sampel tingkah laku dari ranah kognitif digunakan tes (Sugiyono, 2022).

Tabel 3.1 Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Item
<i>Kredibilitas Influencer</i> (X1) Shimp (2014:304)	1. <i>Trustworthiness</i> (Kepercayaan) 2. <i>Expertise</i> (Keahlian) 3. <i>Attractiveness</i> (Daya Tarik Fisik)	1. Nagita Slavina sebagai influencer memberikan <i>review</i> produk Ms Glow dengan jujur 2. Nagita Slavina sebagai influencer memiliki tingkat wawasan terhadap pengetahuan produk Ms Glow dengan baik 3. Kecantikan Nagita Slavina sebagai influencer mampu menarik perhatian followers produk Ms Glow
<i>E-review</i> (X2) Auliya dkk (2017)	1. <i>Perceived Usefulness</i> (Manfaat yang dirasakan) 2. <i>Argument Quality</i> (Kualitas argument) 3. <i>Valensi</i> (Nilai) 4. <i>Volume of review</i> (Jumlah ulasan) 5. <i>Source Credibility</i> (Kredibilitas sumber)	1. Online customer review memudahkan saya untuk berbelanja produk Ms Glow secara online 2. Online customer review memberikan saya informasi tentang kelebihan dan kekurangan produk Ms Glow 3. Online customer review yang baik dapat mempengaruhi pendapat saya terhadap produk Ms Glow 4. Semakin banyak review positif dari konsumen maka akan semakin baik reputasi dari sebuah produk Ms Glow 5. Online customer review yang diberikan oleh konsumen lain terhadap produk Ms Glow dapat saya percaya
Minat Beli Ulang (Y) (Kotler & Keller, 2021)	1. Minat <i>Transaksional</i> 2. Minat <i>Refrensial</i> 3. Minat <i>Preferensial</i> 4. Minat <i>Eksploratif</i>	1. Saya memiliki kecenderungan untuk membeli ulang produk Ms Glow 2. Saya memiliki kecenderungan untuk mereferensikan produk Ms Glow kepada oranglain 3. Saya lebih tertarik untuk membeli produk Ms Glow dibandingkan dengan merek produk lain 4. Saya mencari berbagai informasi mengenai produk Ms Glow

Sumber: Penelitian Terdahulu (2024)

3.4 Uji Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini, analisis data yang dilakukan adalah analisis kuantitatif. Menurut Widodo (2009) mengungkapkan bahwa uji instrumen variabel dalam penelitian kuantitatif harus melalui beberapa pengujian agar menghasilkan data pengukuran variabel penelitian yang akurat. Pengujian instrumen yang paling banyak digunakan dalam penelitian yaitu uji validitas dan reabilitas, para ahli juga mengungkapkan bahwa pengujian ini bersifat baku. Sehingga dalam penelitian ini juga digunakan uji validitas dan reabilitas.

3.4.1 Uji Validitas

Uji Validitas menurut Sugiyono (2016:177) menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk mencari validitas sebuah item, uji ini mengkorelasi skor dengan total item-item tersebut. Jika koefisien antara item dengan total item sama atau diatas 0,3 maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi jika nilai korelasinya dibawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak valid.

Untuk mencari nilai koefisien, maka peneliti menggunakan Rumus *Pearson Product Moment* berikut :

Rumus :

$$r = \frac{n(\sum X_1 X_{1tot}) - (\sum X_1)(\sum X_{1tot})}{\sqrt{((n\sum X_1^2 - (\sum X_1)^2)(n\sum X_{1tot}^2) - (\sum X_1 X_{1tot})^2)}}$$

r = Korelasi product moment

$\sum X_i$ = Jumlah skor suatu item

$\sum X_{tot}$ = Jumlah total skor jawaban

$\sum x_i^2$ = Jumlah kuadrat skor jawaban suatu item

$\sum x_{tot}^2$ = Jumlah kuadrat total skor jawaban

$\sum X_i X_{tot}$ = Jumlah perkalian skor jawaban suatu item dengan total skor

Syarat minimum untuk dianggap suatu butir instrument valid adalah nilai indeks valid adalah nilai indeks validitasnya $> 0,3$ (Sugiyono, 2016 : 179).

Oleh karena itu, semua pernyataan yang memiliki tingkat korelasi dibawah 0,3 harus diperbaiki karena dianggap tidak valid.

3.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2012:177).

Uji reliabilitas kuesioner dalam penelitian menggunakan metode *split half* item tersebut dibagi menjadi dua kelompok yaitu kelompok item ganjil dan kelompok item genap. Kemudian masing- masing kelompok skor tiap itemnya dijumlahkan sehingga menghasilkan skor total. Apabila korelasi 0,7 maka dapat dikatakan item tersebut memberikan tingkat reliabel yang cukup, begitupun sebaliknya apabila nilai korelasi dibawah 0,7 maka dapat dikatakan item tersebut kurang reliabel.

Andapun Rumus untuk mencari Reliabilitas adalah sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\Sigma AB) - (\Sigma A)(\Sigma B)}{\sqrt{((n\Sigma A^2) - (\Sigma A)^2)(n(\Sigma B^2) - (\Sigma B)^2)}}$$

r = Koefisien korelasi

n = Banyaknya responden

A = Skor item pertanyaan ganjil

B = Skor pertanyaan genap

Setelah koefisien korelasi diketahui, maka selanjutnya hasil tersebut dimasukan kedalam spearman brown dengan rumus sebagai berikut :

$$r = \frac{2rb}{1+rb}$$

Dimana :

r = nilai reliabilitas

rb = korelasi produk moent antara belahan pertama (ganjil) dan belahan kedua (genap).

3.5 Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi

Populasi merupakan keseluruhan dari unit yang diteliti. Populasi merupakan kumpulan dari individu dengan kualitas ciri-ciri yang ditetapkan. Populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada subjek yang diteliti, akan tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki subjek tersebut (Kurniawan & Puspitaningtiyas, 2012). Sedangkan Menurut Salim, (2014) populasi adalah keseluruhan gejala atau sesuatu

yang ingin diteliti. Populasi yang dituju dalam penelitian ini ialah Mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang yang menggunakan produk Ms Glow.

3.5.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2018:81). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *accidental sampling* adalah metode pengambilan berdasarkan salah satu yang cocok, yang artinya sampel yang diperoleh oleh seorang peneliti secara kebetulan tanpa ada perencanaan terlebih dahulu dan peneliti meyakini bahwa orang tersebut layak dijadikan sumber informasi untuk penelitiannya (Sugiyono, 2017:85). Menurut Riyanto dan Hermawan (2020) perhitungan sampel dengan pendekatan Rumus *Lemeshow* dapat digunakan untuk menghitung jumlah sampel dengan total populasi yang tidak dapat diketahui secara pasti. Dalam menghitung jumlah populasi yang menggunakan Rumus *Lemeshow* sebagai berikut :

$$N = \frac{z^2 \cdot P \cdot (1-P)}{D^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

z = Skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

p = Maksimal estimasi = 0,5

d = Alpa (0,1) atau sampling error = 10%

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5(1-0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Dari hasil tersebut, maka didapatkan $n = 96,04$ dibulatkan menjadi 102 yang merupakan jumlah minimal responden.

3.6 Teknik Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel yang digunakan untuk *sampling incidental/accidental sampling*. Menurut Sugiyono, (2019) *sampling incidental/accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang menggunakan produk Ms Glow pada Mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

3.7 Jenis dan Sumber Data

3.7.1 Data Primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2023). Data primer yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan daftar pernyataan secara tertulis kepada responden untuk dijawab melalui instrumen utama berupa kuesioner. Data yang telah diperoleh tersebut masih merupakan data mentah yang berupa data angka yang kemudian akan diolah oleh peneliti.

3.7.2 Data Sekunder

Data Sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2023). Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah jurnal-jurnal terkait *kredibilitas influencer*, *e-review*, minat beli ulang, buku-buku literature yang terkait dengan penelitian dan sumber internet lainnya yang tertera pada daftar pustaka.

3.8 Metode Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan kuesioner dalam metode pengumpulan data. Kuesioner merupakan metode pengumpulan data dengan memberikan responden serangkaian pernyataan tertulis untuk dijawab (Sugiyono, 2022).

Pengisian angket dalam penelitian ini menggunakan Skala Likert agar mempermudah peneliti ketika melakukan pengujian terhadap analisa yang digunakan. Menurut (Sugiyono, 2022) Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Untuk jawaban diberi skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pernyataan tidak mendukung pernyataan. Skor atas pilihan jawaban untuk angket yang diajukan untuk pernyataan positif dan negative adalah sebagai berikut.

Tabel 3.1 Pengukuran Skala Likert

No	Keterangan	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Netral (N)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

3.9 Teknik Analisis Data

3.9.1 Analisa Deskriptif

Analisa deskriptif digunakan untuk menggambarkan frekuensi masing-masing item variabel dengan skala pengukuran satu sampai lima, untuk mengetahui kategori rata-rata skor menggunakan perhitungan sebagai berikut

Nilai Skor tertinggi-nilai skor terendah

Jumlah kategori

$$= \frac{5-1}{5}$$

$$= 0,8$$

Sehingga interpretasi skor sebagai berikut :

1. 1,0-1,8 = Buruk Sekali

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

Sumber : (Sudjana, 2005)

3.9.2 Analisis Inferensial

Menurut Sugiyono (2021) analisis inferensial adalah teknik statistic yang digunakan untuk menganalisa data sampel dan hasilnya dapat disimpulkan sebagai populasi.

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah suatu hubungan secara linier antara variabel *independen* yang berjumlah lebih dari satu biasanya menggunakan simbol X_1 , X_2 , X_3 dengan variabel dependen menggunakan simbol Y . Analisis ini digunakan untuk mengetahui apakah setiap variabel independen memiliki hubungan positif atau negatif.

$$\text{Rumus} : Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Minat Beli Ulang (Variabel *Dependen*)

X_1 = *Kredibilitas Influencer* (Variabel *Independen*)

X_2 = *E-review* (Variabel *Independen*)

e = Residu tau Prediction Error

a = Konstanta Persamaan Regresi

b_1, b_2 = Koefisien Regresi

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah langkah awal sebelum melakukan uji statistik, dimana pengujian ini adalah dasar dari analisa regresi. Dalam ujiasumsi klasik ini terdapat tiga langkah awal dalam analisa regresi, yaitu :

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali(2013) uji normalitas adalah pengujian yang bertujuan untuk mengetahui apakah pada model regresi kedua variabel yaitu variabel terikat dan variabel bebas keduanya memiliki distribusi yang normal atau tidak. Pengujian ini sangat penting dilakukan karena akan berpengaruh pada pengujian-pengujian selanjutnya. Jika uji normalitas ini tidak dilakukan maka akan berakibat pada uji statistik yang tidak valid dan statistik parametrik juga tidak bisa digunakan. Untuk mendeteksi tingkat normalitas dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu :

a. Analisis Grafik

Tingkat normalitas dapat diketahui melalui grafik histogram, namun akan lebih mudah dengan cara melihat normal *probability plot* dengan perbandingan antara distribusi kumulatif dari distribusi normal.

Pengambilan keputusan ini diambil sesuai dengan dasar berikut :

1. Apabila diketahui data yang dihasilkan menyebar pada sekitar daerah diagonal dan mengikuti garis lurus diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pada model distribusi normal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi sudah memenuhi asumsi normalitas.
2. Apabila data menyebar jauh pada sekitar area diagonal dan grafik histogram juga tidak menunjukkan pola distribusi normal, sehingga model regresi tersebut tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Statistik

Untuk pengujian statistik yang dapat digunakan dalam uji statistik adalah non-parametrik *kosmolgorov-Smirnov* (K-S). Data dari setiap variabel berdistribusi normal apabila memiliki nilai yang signifikan atau lebih dari 0,05.

b. Uji Multikoleniaritas

Uji *Multikoleniaritas* dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat atau tidaknya gejala korelasi antar variabel bebas (*independen*) dalam model regresi. Menurut (Ghozali, 2018) model regresi dapat dinyatakan baik apabila tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (*independen*). Untuk mengetahui apakah dalam suatu model regresi terdapat *multikoleniaritas* atau tidak, maka cara yang dapat digunakan adalah sebagai berikut : jika nilai tolerance $> 0,1$ dan nilai VIF (*Variance Inflation Factors*) < 10 , maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada *multikoleniaritas* antar variabel *independen* dalam model regresi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji *Heteroskedastisitas* dilakukan untuk menguji data dalam suatu model regresi yang dimana terjadi ketidaksamaan *variance* antara residual satu observasi ke observasi lainnya. Jika *variance* dari residual satu observasi ke observasi lainnya sama maka disebut *Homoskedastisitas*, tetapi jika observasi satu ke observasi lainnya berbeda maka disebut *Heteroskedastisitas*. Suatu model regresi dinyatakan baik apabila tidak mengalami *Heteroskedastisitas* (Ghozali, 2018).

d. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi dilakukan untuk menguji apakah pada model regresi linier terdapat sebuah korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t sama kesalahan di periode $t-1$ (sebelumnya). Bila terjadi korelasi, maka dinamakan masalah autokorelasi. Autokorelasi muncul berdasarkan observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Masalah ini timbul sebab residual (kesalahan pengganggu) bukan bebas pada satu observasi ke observasi lainnya.

3. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui apakah koefisien regresi yang bernilai signifikan atau tidak. Maka dari itu setiap koefisien regresi wajib diuji. Dalam hal ini jenis hipotesis yang dapat digunakan ada dua yaitu uji t . Pengujian ini pada dasarnya digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh satu variabel *independen* secara individual dalam menerangkan variabel *dependen*. Cara melakukan uji t adalah dengan menggunakan perbandingan antara nilai statistik t dengan titik kritis sesuai tabel.

Uji t dilakukan dengan dasar Probabilitas/sig. Apabila $P \text{ value} > 0.05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Sedangkan, apabila $P \text{ value} < 0.05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Keterangan :

Ho = variabel independen tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen.

Ha = variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen.

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) ini digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel *dependen*. Nilai dari koefisien determinan sebesar nol dan satu. Nilai (R^2) yang diperoleh minim memiliki pengertian dimana kapasitas dari semua variabel *independen* menjelaskan variasi variabel sangat terbatas. Nilai (R^2) yang diperoleh mendekati atau satu memiliki pengertian dimana dari semua variabel independen memberikan hampir semua informasi yang akan dibutuhkan untuk memprediksikan variasi variabel *dependen*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin kuat kemampuan variabel *independen* maka bisa memberikan penjelasan tentang variabel *dependen*.