**BAB III**

**METODOLOGI PENELITIAN**

1. **Desain Penelitian**

Menurut Sugiyono (2019: 13) metode penelitian kuantitatif adalah analisis data yang menggunakan statistik berupa statistik deskriptif dan statistik induktif. Adapun pengertian dari deskriptif menurut Sugiyono (2019: 147) adalah metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana mestinya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum. Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif.

1. **Obyek Penelitian**

Objek penelitian merupakan suatu penelitian seseorang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2019: 39). Adapun obyek yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan J&T Express yang ada di Surakarta.

1. **Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini ditujukan untuk para pengguna jasa pengiriman barang J&T Express yang ada di wilayah Kota Surakarta. Waktu dilakukannya penelitian ini dimulai pada Oktober-Desember 2021.

Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada masyarakat yang pernah menggunakan jasa pengiriman J&T Express. Untuk mengetahui, menguji serta memberikan secara empiris apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari *Brand Image,* Ketepatan Waktu Pengiriman dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan.

1. **Populasi dan Sampel**
2. Populasi

Menurut Arikunto (2013: 173) populasi adalah keseluruhan objek penelitian. Apabila seseorang ingin melakukan penelitian semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi. Populasi pada penelitian ini adalah para pengguna jasa pengiriman barang J&T Express di Surakarta yang jumlahnya tidak dapat diketahui secara pasti.

1. Sampel

Menurut Sugiyono (2019: 127) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui oleh peneliti, maka dalam penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Cochran sebagai berikut (Sugiyono, 2019: 148):

Dimana: n= Z2*pq*

 *e2*

n : Jumlah sampel yang diperlukan

Z : Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam sampel, yakni 95%

p : Peluang Benar 50%

q : Peluang Salah 50%

*Moe* : *Margin of Error* atau tingkat kesalahan maksimum yang dapat di tolerir

 Tingkat keyakinan yang digunakan adalah 95% dimana nilai Z sebesar 1,96 dan tingkat *error* maksimum sebesar 10%. Jumlah ukuran sampel dalam penelitian ini sebagai berikut:

 n= (1,96)2(0,5)(0,5)

 (0,1)2

n= 96,04

Berdasarkan rumus tersebut maka n yang didapatkan adalah 96,04 = 100 orang, sehingga pada penelitian ini setidaknya memiliki 100 responden.

1. **Teknik Sampling**

Teknik pengambilan sampling dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling. Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2019: 81). Kriteria dari sampel atau responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat umum yang pernah menggunakan jasa pengiriman barang J&T Express, dengan alasan agar nantinya data yang diperoleh dapat dipertanggung jawabkan. Peneliti telah menentukan batasan-batasan yang akan dijadikan sampel pada penelitian yaitu dengan didasarkan pada asal kecamatan, usia, pendapatan perbulan.

1. **Definisi Operasional**

Definisi Operasional merupakan penentuan konstrak atau sifat yang akan dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapatdiukur (Sugiyono, 2019: 31). Definisi operasional digunakan untuk memberi tahu bagaimana cara mengukur variabel sehingga dengan adanya pengukuran tersebut dapat diketahui indikator-indikator apa saja yang dapat dijadikan sebagai pendukung untuk dianalisa kedalam variabel-variabel yang terdapat pada penelitian teersebut. Definisi operasional yang digunakan pada penelitian ini kemudian diuraikan menjadi indikator empiris.

**Tabel III.1**

**Tabel Definisi Operasional Variabel**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Variabel** | **Definisi Variabel** | **Indikator** | **Kisi-kisi** |
| *Brand Image*(X1) | Keyakinan atau kepercayaan yang dimiliki oleh pelanggan terhadap suatu produk yang tercermin pada asosiasi ingatan pelanggan mengenai nama, istilah, tanda, simbol, atau rancangan. | 1. *Corporate image* (Citra Perusahaan)
2. *User Image* (Citra Pengguna)
3. *Product Image* (Citra Produk)

(Simamora, 2016)(( | 1. Perusahaan jasa pengiriman J&T Express populer di masyarakat
2. Warna, logo dan tagline J&T Express mudah diingat dan dikenali
3. Pengguna J&T Express dari berbagai kalangan usia
4. J&T Express cocok untuk pelaku bisnis online
5. J&T Express memiliki mutu yang baik
6. Layanan yang ditawarkan J&T Express memuaskan
 |
| Ketepatan Waktu Pengiriman(X2) | Pelayanan yang secara tepat waktu sesuai jadwal yang telah ditentukan untuk penyampaian barang kepada para pelanggan. | 1. Pengiriman
2. Informasi
3. Pelayanan

(Rohman & Abdul, 2020) | 1. Setiap produk yang dikirim datang tepat waktu pada tempat tujuan pengiriman.
2. Waktu operasional J&T Express yang beroperasi tanpa hari libur dapat memberikan pengiriman paket tepat waktu.
3. J&T Express memberikan informasi yang jelas terkait pengiriman.
4. Karyawan melakukan pencatatan paket yang akurat
5. Pelayanan terkait pengiriman dan penjemputan yang dilakukan cukup profesional.
6. J&T Express menjawab pertanyaan terkait posisi paket melalui sistem pelacak dari situs web.
 |
| Lokasi(X3) | Suatu tempat dimana perusahaan beroperasi dan menghasilkan barang dan jasa serta pemilihan suatu lokasi perusahaan sangat menentukan keberhasilan suatu usaha. | 1. Akses
2. Visibilitas
3. Fasilitas parkir
4. Ekspansi
5. Lingkungan

(Sari & Hidayat, 2020) | 1. Akses menuju J&T Express mudah dijangkau
2. Tersedianya angkutan umum untuk menuju lokasi J&T Express
3. Kantor J&T Express dapat dilihat jelas dari jarak jauh
4. Lokasi kantor J&T Express mudah ditemukan
5. Kantor J&T Express memiliki tempat parkir cukup luas
6. Keamanan pada tempat parkir terjamin
7. Ukuran bangunan kantor J&T Express cukup luas
8. Keleluasaan bergerak didalam kantor J&T Express
9. Kantor J&T Express berada didekat pusat keramaian
10. Lingkugan sekitar kantor yang cukup aman
 |
| Kepuasan Pelanggan(Y) | Perasaan seorang pelanggan baik berupa perasaan senang atau kecewa yang dihasilkan dari penggunaan produk yang telah didapatkan apakah sesuai dengan harapan dan kebutuhannya dapat terpenuhi. | 1. Kepuasan terhadap produk
2. Kepuasan terhadap harga
3. Kepuasaan terhadap pelayanan
4. Biaya dan Kemudahan

(Rufliansah, 2020) | 1. J&T Express menawarkan varian produk jasa pengiriman.
2. Harga jasa pengiriman masih cukup terjangkau.
3. Pelayanan yang diberikan cepat dan tepat sesuai dengan permintaan pelanggan.
4. Jasa pengiriman J&T Express memberikan kemudahaan dalam pengiriman dan penerimaan barang
 |

1. **Jenis dan Sumber Data**
2. Jenis Data

Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif, yaitu data yang diperoleh dari pelanggan J&T Express di Surakarta melalui observasi, kuesioner dan studi pustaka.

1. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah dari data primer dan data sekunder :

1. Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2019: 137). Data primer yang diperoleh dari penelitian ini yaitu hasil pengisian kuesioner yang didapatkan responden.
2. Data sekunder adalah data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, melainkan data yang bersifat mendukung data primer seperti buku- buku, bacaan dan literatur (Sugiyono, 2019: 137). Data sekunder yang terdapat pada penelitian ini yaitu buku-buku literasi, penelitian terdahulu yang relevan dan media internet. Penelitian ini membahas tentang kepuasan pelanggan *brand image*, ketepatan waktu pengiriman, dan lokasi.
3. **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan cara-cara yang dilakukan untuk memperoleh data dan keterangan-keterangan yang diperlukan dalam penelitian. (Sugiyono, 2019: 137). Teknik pengumpulan data digunakan untuk mengetahui pengaruh antara *Brand Image,* Ketepatan Waktu Pengiriman dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express di Surakarta. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah :

1. Metode Survey (Kuesioner)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawabnya (Sugiyono, 2019: 142). Pada kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dibuat berbetuk skala *Likert* yang masing- masing jawaban akan diberikan skor dan berisi 5 tingkatan preferensi jawaban sebagai berikut :

5 skor untuk mewakili jawaban “Sangat Setuju” (SS)

4 skor untuk mewakili jawaban “Setuju” (S)

3 skor untuk mewakili jawaban “Netral” (N)

2 skor untuk mewakiti jawaban “Tidak Setuju” (TS)

1 skor untuk mewakili jawaban “Sangat Tidak Setuju” (STS)

1. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data untuk mengamati perilaku manusia, proses kerja, dan gejala-gejala alam, dan responden (Sugiyono, 2019: 203). Teknik pengumpulan data ini dilakukan dengan pengamatan langsung untuk menemukan fakta-fakta di lapangan dan dilakukan pencatatan sistematik dalam suatu gejala yang tampak pada objek sehingga dapat diperoleh gambaran yang lebih luas mengenai permasalahan yang diteliti.

1. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan merupakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan bahan-bahan tertulis dan referensi yang bersumber dari internet, jurnal maupun buku yang berhubungan atau relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

1. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2019: 476) dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini dapat berbetuk karya tulis akademik yang sudah ada, karya- karya monumental dari seseorang ataupun gambar.

1. **Teknik Analisis Data**
2. **Uji Instrumen**

Morrisan (2012: 98) mengatakan bahwa penggunaan pengukuran skala tanpa didahului dengan uji coba merupakan riset yang tidak baik. Uji coba ini dilakukan untuk memastikan reliabilitas dan validitas pengukuran skala yang akan digunakan. Setiap hasil dari pengukuran pasti mengandung unsur kesalahan di dalamnya. Kesalahan yang terjadi bisa saja berasal dari sumber seperti ketidakjelasan dalam membuat pertanyaan untuk kuesioner, kesalah teknis dari peneliti, atau kekeliruan responden pada saat memberikan jawaban untuk pertanyaan.

1. **Uji Validitas**

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan program statistik dengan kriteria sebagai berikut :

1. Jika r hitung > r tabel maka pertanyaan dapat dikatakan valid
2. Jika r hitung < r tabel maka pertanyaan dapat dikatakan tidak valid

Hasil uji validitas pada variabel penelitian yaitu *brand Image,* ketepatan waktu pengiriman, dan lokasi dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel III.2**

**Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Pertanyaan | r hitung | r tabel | Keterangan  |
| Y1.1 | 0,506 | 0,433 | Valid |
| Y1.2 | 0,678 | 0,433 | Valid |
| Y1.3 | 0,562 | 0,433 | Valid |
| Y1.4 | 0,914 | 0,433 | Valid |

Sumber: data primer diolah, 2021 terlampir

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji validitas instrumen variabel kepuasan pelanggan (Y) semua butir pertanyaan nilai r hitung > 0, 433 yang artinya semua butir pertanyaan valid. Hal ini menunjukkan bahwa 4 butir pertanyaan bisa dipakai dalam penelitian ini.

**Tabel III.3**

**Hasil Uji Validitas *Brand Image***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Pertanyaan | r hitung | r tabel | Keterangan  |
| X1.1 | 0,913 | 0,433 | Valid  |
| X1.2 | 0,977 | 0,433 | Valid  |
| X1.3 | 0,929 | 0,433 | Valid  |
| X1.4 | 0,977 | 0,433 | Valid  |
| X1.5 | 0,867 | 0,433 | Valid  |
| X1.6 | 0,977 | 0,433 | Valid  |

Sumber : data primer diolah, 2021 terlampir

Berdasarkan tabel diatas, hasil uji validitas instrumen variabel *brand image* (X1) semua butir pertanyaan nilai r hitung > 0, 433 yang artinya semua butir pertanyaan valid. Hal ini menunjukkan bahwa 6 butir pertanyaan bisa dipakai dalam penelitian ini.

**Tabel III.4**

**Hasil Uji Validitas Ketepatan Waktu Pengiriman**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Pertanyaan | r hitung | r tabel | Keterangan |
| X2.1 | 0,532 | 0,433 | Valid |
| X2.2 | 0,873 | 0,433 | Valid  |
| X2.3 | 0,798 | 0,433 | Valid  |
| X2.4 | 0,586 | 0,433 | Valid  |
| X2.5 | 0,798 | 0,433 | Valid  |
| X2.6 | 0,709 | 0,433 | Valid  |

Sumber : data primer diolah, 2021 terlampir

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji validitas instrumen variabel ketepatan waktu pengiriman (X2) semua butir pertanyaan nilai r hitung > 0, 433 yang artinya semua butir pertanyaan valid. Hal ini menunjukkan bahwa 6 butir pertanyaan bisa dipakai dalam penelitian ini.

**Tabel III.5**

**Hasil Uji Validitas Lokasi**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Pertanyaan  | r hitung | r tabel | Keterangan  |
| X3.1 | 0,960 | 0,433 | Valid  |
| X3.2 | 0,936 | 0,433 | Valid  |
| X3.3 | 0,960 | 0,433 | Valid  |
| X3.4 | 0,925 | 0,433 | Valid  |
| X3.5 | 0,819 | 0,433 | Valid  |
| X3.6 | 0,838 | 0,433 | Valid  |
| X3.7 | 0,727 | 0,433 | Valid  |
| X3.8 | 0,775 | 0,433 | Valid |
| X3.9 | 0,925 | 0,433 | Valid  |
| X3.10 | 0,648 | 0,433 | Valid  |

Sumber : data primer diolah, 2021 terlampir

 Berdasarkan tabel di atas, hasil uji validitas instrumen lokasi (X3) semua butir pertanyaan nilai r hitung > 0, 433 yang artinya semua butir pertanyaan valid. Hal ini menunjukkan bahwa 10 butir pertanyaan bisa dipakai dalam penelitian ini.

1. **Uji Reliabilitas**

Menurut Siregar (2013: 55) reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Adapaun kriteria dari uji reliabiltas yaitu :

1. Apabila nilai Cronbach Alpha > 0,60 maka instrumen dari kuesioner dapat dinyatakan reliabel
2. Apabila nilai Cronbach Alpha < 0,60 maka instrumen dari kuesioner dapat dinyatakan tidak reliabel

**Tabel III.6**

**Hasil Uji Reliabilitas**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Variabel | *Cronbach’s Alpha* | Keterangan |
| Kepuasan Pelanggan | 0,629 | Reliabel |
| *Brand Image* | 0,819 | Reliabel |
| ketepatan waktu pengiriman | 0,709 | Reliabel |
| Lokasi | 0,850 | Reliabel |

Sumber: data primer diolah, 2021 terlampir

 Hasil pengujian reliabilitas terhadap semua variabel dengan Cronbach’s Alpha sebagaimana terlihat pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai Alpha lebih dari 0,6. oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua instrumen penelitian ini adalah reliabel.

1. **Analisis Regresi Linier Berganda**

Menurut Sugiyono (2019: 307) Analisis regresi ganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediator di manipulasi (di naik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel bebas, yaitu *brand image,* ketepatan waktu pengiriman dan lokasi terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan. Persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

Y = α+β1X1+β2X2+β3X3+e

Keterangan:

Y : Kepuasan Pelanggan

α : Konstanta

β1, β2, β3 : Koefisien besarnya regresi/ besarnya pengaruh

X1, X2, X3 : *Brand Image,* Ketepatan Waktu Pengiriman dan Lokasi

e : Faktor *error*

1. **Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik digunakan untuk menguji suatu mode apakah layak atau tidak digunakan dalam suatu penelitian. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

1. **Uji Normalitas**

Menurut Ghozali (2018: 161) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam satu model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji t dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Sunyoto (2016: 92) menjelaskan uji normalitas digunakan untuk menguji data variabel bebas (X) dan data variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan. Berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Pada uji normalitas yang dilakukan menggunakan *Kolmogrov-Smirnov Test* dengan kriteria sebagai berikut :

1. Jika nilai signifikan > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi normal.
2. Jika nilai signifikan < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian tidak berdistribusi normal.

Deteksi normalitas data penelitian dapat diketahui dengan melihat sebaran data pada sumbu diagonal suatu grafik. Dasar yang digunakan untuk pengambilan keputusan pada uji normalitas adalah :

1. Apabila data tersebut menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas.
2. Apabila data tersebut menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka dapat dikatakan model regresi tersebut tidak memenuhi asumsi normalitas.
3. **Uji Heteroskedastisitas**

Ghozali (2011: 139) mengatakan bahwa uji heterokedastisitas bertujuan untuk apakah di dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka hal ini disebut homo kedastisitas, namun apabila berbeda maka yang terjadi adalah heteroskedastisitas. Sunyoto (2016: 90) menjelaskan uji heteroskedastisidas sebagai berikut: "Dalam persamaan regresi berganda perlu juga diuji mengenai sama atau tidak varian dari residual dari observasi yang satu dengan observasi yang lain. Jika residualnya mempunyai varian yang sama disebut terjadi homoskedastisitas dan jika variansnya tidak sama atau berbeda disebut terjadi heteroskedastisitas. Persamaan regresi yang baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas". Model regresi yang baik yaitu yang tidak terjadi heterkedastisitas. Kriteria terjadinya heteroskedastisitas dalam suatu model regresi yaitu jika nilai signifikansinya lebih kecil dari 0.05.

1. **Uji Multikolinieritas**

Ghozali (2018: 107) menyatakan bahwa uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar satu atau semua variabel bebas (independen). Menurut Sunyoto (2016: 87) menjelaskan uji multikolinearitas diterapkan untuk analisis regresi berganda yang terdiri atas dua atau lebih variabel bebas atau independen variabel (X1,2,3,...,n) di mana akan di ukur keeratan hubungan antar variabel bebas tersebut melalui besaran koefisien korelasi (r)". Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada sebuah model regresi ditentukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem multikolinearitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika terbukti ada multikolinearitas, sebaiknya salah satu dari variabel independen yang ada dikeluarkan dari model, lalu pembuatan model regresi diulang kembali (Santoso, 2012: 234). Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dapat dilihat dari besaran *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*. Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinieritas dalam model regresi dapat dilakukan dengan menganalisis nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan kriteria sebagai berikut :

1. Jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) > 10 dan *Tolerance <*0,1 maka dapat disimpulkan bahwa dalam persamaan regresi terdapat multikolinieritas.
2. Jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10 dan *Tolerance* > 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa dalam persamaan regresi tidak terdapat multikolinieritas.
3. **Uji Hipotesis**
4. **T-test (Parsial)**

Pengujian hipotesis dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan antara variabel independen kepada variabel dependen. Sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2019: 242). Dasar pengambilan keputusan yang digunakan pada uji t parsial yaitu jika nilai signifikan < 0,05 maka dapat diartikan variabel independen (X) secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen (Y) (Ghozali, 2016: 128). Langkah- langka yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Menentukan Ho dan Ha
2. Menentukan *level of significance* ; α = 0,05
3. Kriteria pengujian :

diterima apabila -t tabel ≤ t hitung ≤ t tabel

ditolak apabila t hitung > t tabel atau t hitung <-t tabel

1. **R2-test (Koefisien Determinasi)**

Pada intinya koefisien determinan digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan yang dimiliki oleh model dalam menerapkan variasi variabel dependen atau variabel terikat. Nilai yang dimiliki koefisien determinasi yaitu antara nol dan satu. Nilai yang mendekati satu dapat diartikan bahwa variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Nilai R2 kecil berarti kemampuan yang dimiliki variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas.

Secara umum koefisien determinasi untuk data silang relatif rendah karena adanya variasi yang besar anatara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtut waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi. Jika nilai R2 = 1 maka Adjusted R2 = 1 sedangkan jikai nilai R2 = 0 maka adjusted R2 = (1-k)/n-k). Jika k>1, maka adjusted R2 akan bernilai nilai negatif (Ghozali, 2016: 134).