

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Dalam dunia pendidikan, metode penelitian merupakan faktor penting yang menentukan berhasil atau tidaknya suatu penelitian dalam menguji hipotesis berdasarkan metode yang digunakan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji faktor-faktor yang mungkin mempengaruhi keputusan pembelian pasta gigi click yang berasal dari Korea. Jenis penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Tujuan dari jenis penelitian kuantitatif ini adalah untuk menguji ketiga hipotesis serta mengetahui pengaruh antar variabel. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang menitikberatkan pada pengukuran objektif dan analisis statistik terhadap data numerik yang dikumpulkan melalui kuesioner atau survei dan menggunakan kelompok orang untuk menggeneralisasi atau menjelaskan suatu fenomena (Harahap *et al.*, 2021).

Metode kuantitatif dilakukan dengan menentukan jumlah sampel populasi yang tepat dan pengukuran sampel dihitung menggunakan formula tertentu yang disesuaikan dengan populasi dan jenis penelitian (Ahyar *et al.*, 2020). Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, sebagai pemecahan masalah dengan cara mendeskripsikan subjek atau objek dalam penelitian saat ini berdasarkan fakta-fakta yang ada, tanpa pengurangan atau penambahan.

Data pada penelitian ini akan diperoleh dari mengumpulkan informasi penelitian survei dengan melakukan penyebaran kuesioner. Penelitian dilakukan dengan penelitian eksplorasi untuk mengumpulkan fakta tentang kemungkinan situasi dan menemukan penjelasan yang realistis. Dalam survei ini, hasilnya akan digunakan sebagai informasi untuk perencanaan dan pengambilan keputusan ke depan (Harahap *et al.*, 2021).

## 3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian adalah aspek penting dalam suatu penelitian, yang mengharuskan peneliti fokus melihat fenomena yang perlu diperdalam untuk membentuk hasil yang bermanfaat dan menjadi perhatian bagi objek yang diteliti. Objek yang peneliti gunakan berkaitan dengan *purchase decision* dari sebuah produk pasta gigi Korea Click yang merupakan pasta gigi Korea pertama di Indonesia. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan *Brand Ambassador* (X1), *Media Sosial* (X2) dan *Product Quality* (X3) sebagai variabel independen serta *Purchase Decision* (Y) sebagai variabel dependen. Unit analisis objek penelitian atau responden dijangkau melalui para penggemar dari NCT 127 berdomisili JABODETABEK, hal ini dikarenakan untuk lebih mengetahui pengaruh dari *brand ambassador* dapat mempengaruhi keputusan pembelian untuk objek penelitian produk pasta gigi Click.

## 3.3 Populasi dan Sampel

### 3.3.1. Populasi

Populasi adalah objek dan juga topik penelitian yang ingin dipelajari oleh peneliti dimana didalamnya dirangkum dengan ciri-ciri dan kualitas yang ditentukan oleh peneliti (Sugiyono, 2018). Pada kesempatan kali ini, para penggemar NCT 127 di Jabodetabek terpilih untuk menjadi populasi penelitian dengan jumlah populasi tidak diketahui.

### 3.3.2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik populasi, seorang peneliti dapat mengambil sampel dari populasi harus benar-benar yang representatif dikarenakan tidak memungkinkan bagi seorang peneliti untuk mempelajari keseluruhan populasi dengan jumlah yang banyak (Sugiyono, 2018).

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode non-probability sampling dimana Teknik ini tidak memberi setiap elemen atau anggota populasi kesempatan yang sama untuk menjadi sampel (Sugiyono, 2018). Sampel diperoleh dengan cara *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah pemilihan atau pengambilan sampel dari populasi dengan karakteristik tertentu. Penyebaran kuesioner penelitian akan dilakukan dengan

menyebarkan pada Media Sosial dengan menuliskan syarat yang dibutuhkan sebagai sampel. Dalam penelitian ini terdapat karakteristik sampel yang menjadi responden, antara lain:

1. Mengetahui produk pasta gigi Click.
2. Mengetahui Brand Ambassador produk pasta gigi Click (NCT 127).
3. Berdomisili di JABODETABEK

Jumlah atau ukuran sampel minimal 100 atau lebih. Jika ukuran sampel kurang dari 50, ukuran sampel tidak dapat dianalisis. Pada umumnya besar sampel minimal adalah 5 sampai 10 kali jumlah elemen yang akan dianalisis (Hair *et al.*, 2010). Pada penelitian ini memiliki 18 sampel, jadi ukuran sampel minimal yang dibutuhkan adalah  $18 \times 10 = 180$  sampel.

### **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

- Peneliti memperoleh data melalui teknik kuesioner (angket). Peneliti memasukkan pertanyaan tentang tujuan penelitian yang harus dijawab oleh responden. Peneliti membagikan survei kepada responden yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang perlu dijawab. Responden memilih dari serangkaian respons yang telah ditentukan sebelumnya yang tersedia dalam survei.

Peneliti dalam melakukan penelitian ini menggunakan Skala Likert untuk mengukur beberapa variabel yang akan diteliti. Variabel diukur dan diubah menjadi indikator variabel. Indikator variabel tersebut akan digunakan sebagai tolak ukur untuk menyusun instrument pertanyaan kuisisioner dan diberikan skor standar Likert. Penelitian ini akan mengevaluasi setiap respons terhadap beberapa pertanyaan yang diajukan kepada responden berupa mencetak angka pada setiap jawaban pertanyaan atau pernyataan. Berikut ini adalah lima instrumen dan nilai dari jawaban masing-masing, yaitu:

Tabel 3. 1 Skala Pengukuran

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

Sumber : (Sugiyono, 2018)

### 3.5 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah konsep yang bertujuan untuk mengembangkan, mendefinisikan, atau membuat seperangkat aturan, metrik, atau tolok ukur untuk menggambarkan arti dari variabel atau elemen. Definisi operasional dapat dengan jelas mendefinisikan populasi penelitian yang digunakan untuk mengidentifikasi dan mengumpulkan informasi yang diperlukan juga digunakan sebagai dasar pelaksanaan kuesioner untuk mengumpulkan data dan informasi seakurat mungkin.

Pada penelitian ini terdapat empat variabel yang terdiri dari *Brand Ambassador* (X1), *Media Sosial* (X2), *Product Quality* (X3) dan *Purchase Decision* (Y). Untuk menghindari kesalahan terhadap pertanyaan, maka setiap variabel penelitian kali ini memiliki konsep indikator. Kedua variabel independen dan dependen diukur kemudian. Oleh karena itu, setiap variabel yang diteliti memiliki konsep indeks aktivitas sebagaimana diuraikan di bawah ini :

Tabel 3. 2 Definisi Operasional Brand Ambassador beserta dimensi dan indikator

No	Variabel	Indikator	Item Pernyataan
1.	<i>Brand Ambassador</i> (X1) Sumber : (Rossitter & Percy, 1985)	<i>Visibility</i>	1. <i>Brand Ambassador</i> memiliki reputasi yang baik 2. <i>Brand Ambassador</i> memiliki popularitas yang baik
		<i>Credibility</i>	3. <i>Brand Ambassador</i> memiliki keahlian dalam mengiklankan produk 4. <i>Brand Ambassador</i> memiliki pengalaman dalam mengiklankan produk
		<i>Attraction</i>	5. <i>Brand Ambassador</i> memiliki daya Tarik terhadap merek produk pasta gigi Click 6. <i>Brand Ambassador</i> memiliki charisma yang menarik
		<i>Power</i>	7. <i>Brand Ambassador</i> dapat meyakinkan responden

Tabel 3. 3 Definisi Operasional Konten Media Sosial beserta dimensi dan indikator

No.	Variabel	Dimensi	Indikator
2.	Konten Media Sosial (X2) Sumber: (DeMers, 2014)	Tulisan yang berkualitas	1. Media social dari produk memiliki tulisan yang berkualitas

		Foto yang menarik	2. Media social dari produk memiliki foto yang menarik
		Keaktifan <i>posting</i>	3. Media social dari produk memiliki frekuensi posting yang aktif

Tabel 3. 4 Definisi Operasional Product Quality beserta dimensi dan indikator

No.	Variabel	Dimensi	Indikator
3.	<i>Product Quality</i> (X3) Sumber : (Kotler & Armstrong, 2008)	<i>Performance</i> (Kinerja)	1. Produk pasta gigi Click memiliki tekstur yang bagus
		<i>Features</i> (keistimewaan)	2. Produk memiliki sejumlah variasi rasa yang menarik
		<i>Reliability</i> (keandalan)	3. Produk memiliki manfaat yang berfungsi dengan baik dalam periode waktu tertentu
		<i>Conformance</i> (konformasi)	4. Harga produk sesuai dengan kualitas
		<i>Durability</i> (daya tahan)	5. Produk pasta gigi Click tahan lama untuk digunakan
		<i>Service ability</i> (kecepatan dan kemudahan)	6. Produk mudah ditemukan di

			berbagai e-commerce
		<i>Aesthetics</i> (estetika)	7. Produk memiliki daya tarik
		<i>Perceived Quality</i> (persepsi terhadap kualitas)	8. Persepsi responden terkait kualitas dalam mengkonsumsi produk

Tabel 3. 5 Definisi Operasional Purchase Decision beserta dimensi dan indikator

No.	Variabel	Dimensi	Indikator
4.	<i>Purchase Decision</i> (Y) Sumber : (Kotler , 2019)	Kemantapan pada sebuah produk	1. Responden memiliki kemantapan untuk membeli terhadap produk pasta gigi Click.
		Memberikan rekomendasi kepada orang lain	2. Responden memberikan rekomendasi tentang produk pasta gigi Click kepada orang lain.
		Melakukan pembelian ulang	3. Responden melakukan tindakan pembelian ulang produk pasta gigi Click

### 3.6 Teknik Analisis Data

Dalam menganalisis data, peneliti akan mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, menyajikan data tentang variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah yang telah dibuat serta menyediakan data untuk menghitung hipotesis yang diajukan (Sugiyono,

2018). Dalam analisis data, data akan diproses dan diolah sehingga data menjadi informasi dan dapat dengan mudah dipahami serta digunakan untuk memecahkan masalah dalam kegiatan penelitian. Dalam penelitian kuantitatif, kegiatan analisis data dibagi menjadi dua yaitu kegiatan mendeskripsikan data dan kegiatan uji statistik (inferensi). Dalam kegiatan mendeskripsikan data, peneliti menggambarkan data yang ada untuk memperoleh bentuk konkrit dari responden sehingga dapat dengan mudah dipahami oleh peneliti dan pihak lain yang berkepentingan dengan hasil penelitian yang dilakukan. Kegiatan mendeskripsikan data dapat dilakukan dengan mengukur statistik deskriptif.

Teknik analisis inferensi menggunakan rumus statistik dan menggunakan hasil yang diperoleh dari perhitungan tersebut sebagai dasar kesimpulan yang digeneralisasikan (Harahap *et al.*, 2021). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode analisis uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinieritas & uji heteroskedastisitas), analisis regresi berganda dan uji Hipotesis (uji T, uji F dan koefisien determinasi). Alat ukur yang digunakan untuk menguji data dalam penelitian ini adalah SPSS.

### **3.7 Uji Validitas**

Dalam uji validitas, instrument dalam penelitian diuji untuk memastikan bahwa alat ukur yang digunakan dapat mengukur secara akurat dan sesuai yang diinginkan (Darwin *et al* , 2021). Uji validitas bertujuan untuk melihat kelayakan butir-butir dari pernyataan pada suatu kuesioner. Dalam penelitian ini, uji validitas yang digunakan adalah *Pearson Correlation* dengan batas kritis yang digunakan adalah  $\alpha = 0.05$  atau 5%.

Dasar pengambilan keputusan pada uji validitas adalah dengan ketentuan serta kriteria sebagai berikut:

1. Jika  $r$  hitung  $> r$  tabel maka butir soal dinyatakan valid.
2. Jika  $r$  hitung  $< r$  tabel maka butir soal dinyatakan tidak valid

### **3.8 Uji Reliabilitas**

Dalam uji reliabilitas, instrument penelitian diuji konsistensi dan kestabilannya sehingga dapat dipastikan peneliti akan mendapat hasil yang sama setiap pengukuran (Darwin *et al.*, 2021). Teknik yang digunakan dalam uji



reliabilitas ini adalah metode *Cronbach's Alpha*. Uji *cronbach's alpha* merupakan uji reliabilitas internal yang konsisten dimana instrumen penelitian diuji hanya 1 (satu) kali, lalu data yang dihasilkan, dianalisis dan hasilnya digunakan sebagai indikator reliabilitas instrument (Sugiyono, 2018). Kriteria atau ketentuan untuk uji reliabilitas *menggunakan Cronbach alpha* sebagai dasar adalah sebagai berikut:

1. Jika nilainya  $> 0,60$ , maka kuesioner dinyatakan reliabel atau konsisten.
2. Jika nilainya  $< 0,60$ , maka kuesioner dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten.

### **3.9 Uji Asumsi Klasik**

Sebelum melakukan analisis regresi, perlu dilakukan pengujian asumsi klasik. Hal ini dimaksudkan agar data sampel yang diolah dapat secara akurat mewakili seluruh populasi. Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui kelayakan dari suatu model regresi. Beberapa pengujian asumsi pada penelitian ini yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heterokedastisitas.

#### **3.9.1. Uji Normalitas**

Model regresi yang baik memiliki distribusi data yang normal atau mendekati normal. Artinya distribusinya tidak miring ke kiri atau ke kanan (kurva normal). Tujuan dilakukannya uji normalitas adalah untuk menguji data variabel independent, dependen dalam model regresi sudah terdistribusi normal atau tidak. Metode yang dapat digunakan dalam uji normalitas adalah menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Menurut (Nanincova, 2019) dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$ , maka data tersebut berdistribusi normal
2. Jika nilai signifikansi  $< 0,05$ , maka data tersebut tidak berdistribusi normal

#### **3.9.2 Uji Multikolinieritas**

Model regresi yang baik seharusnya tidak menunjukkan korelasi antar variabel independen. Tujuan dari pengujian ini adalah untuk menguji apakah model regresi telah mendeteksi serta mencegah adanya korelasi antar variabel bebas (Nanincova, 2019). Mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dalam

suatu model regresi ditunjukkan dengan VIF (*Variance Inflation Factor*) dan besarnya *tolerance*. Ketika nilai VIF lebih besar dari 10 maka menunjukkan multikolinearitas dan sebaliknya. Tidak ada multikolinearitas untuk nilai VIF kurang dari 10. Regresi bebas dari multikolinearitas jika besar nilai *tolerance*  $> 0,10$ .

### 3.9.3 Uji Heterokedastisitas

Adanya heterokedastisitas sebuah model regresi adalah ketika terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah apabila terdapat kesamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya

(homoskedastisitas) atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan tujuan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Nanincova, 2019). Suatu model regresi dapat diartikan memenuhi syarat jika terdapat kesamaan varians (homokedastisitas) dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya.

Alat uji yang digunakan untuk menguji gejala heteroskedastisitas adalah pendekatan Glejser. Pengujian ini menyarankan regresi pada nilai absolut dari residual variabel independen. Jika hasil nilai probabilitasnya signifikan  $>$  nilai  $\alpha = 0,05$  atau 5% maka model tidak mengalami heteroskedastisitas. Jika nilai signifikansinya  $\geq 0,05$ , maka tidak ada masalah heteroskedastisitas dan sebaliknya jika nilai signifikansinya adalah  $< 0,05$ , maka ada masalah heteroskedastisitas.

Mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dideteksi dengan ada tidaknya pola tertentu pada scatterplot. Jika terdapat plot tertentu, hal ini menunjukkan telah terjadi persebaran yang tidak merata (heterokedastisitas), tetapi jika tidak terdapat pola penyebaran titik-titik yang jelas di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

### 3.10 Uji Analisis Regresi berganda

Analisis regresi adalah teknik statistik yang membantu mengeksplorasi dan memodelkan hubungan antar variabel. Regresi linier berganda merupakan evolusi dari regresi linier sederhana, kecuali pada regresi linier berganda

variabel bebas lebih banyak dari pada prediktornya. Regresi berganda biasanya digunakan untuk memecahkan masalah analisis regresi yang menghasilkan hubungan antara dua atau lebih variabel bebas dengan tujuan untuk mengestimasi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui. Analisis regresi berganda adalah analisis yang menggambarkan hubungan antara variabel respon (variabel dependen) dan variabel prediktor (variabel independen) dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya.

Model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3.. + b_nX_n$$

$Y'$  = nilai pengaruh yang diprediksikan

$a$  = konstanta atau bilangan harga

$X = 0$

$b$  = koefisien regresi

$X$  = nilai variable dependen

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *Brand Ambassador*, Media Sosial dan *Product Quality*, Sedangkan untuk variabel terikatnya adalah *Purchase Decision*. Metode analisis ini menggunakan program SPSS. Adapun bentuk persamaannya yaitu :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

$Y$  = *Purchase Decision*

$a$  = Konstanta Regresi

$b_1, b_2, b_3, b_4 =$

$b_1$  (Koefisien Regresi *Brand Ambassador*)

$b_2$  (Koefisien Regresi Konten Media Sosial)

$b_3$  (Koefisien Regresi *Product Quality*)

$X_1, X_2, X_3, X_4 =$

$X_1$  (*Brand Ambassador*)

$X_2$  (Media Sosial)

$X_3$  (*Product Quality*)

### 3.11 Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah uji statistik inferensial yang digunakan untuk menguji ketepatan apakah suatu pernyataan dapat diterima atau ditolak (Darwin *et al.*, 2021). Pengujian hipotesis juga digunakan untuk melihat apakah ada pengaruh yang signifikan antar variabel. Hipotesis adalah jawaban sementara dari rumusan masalah penelitian yang belum terbukti kebenarannya (Herispon, 2020).

Keputusan ini digunakan untuk menguji hipotesis tidak pasti sehingga keputusannya benar atau salah dan keputusan ini dapat menyebabkan risiko probabilitas. Dengan menguji hipotesis ini, penulis memutuskan menggunakan uji signifikansi untuk menentukan hipotesis nol ( $H_0$ ) dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ). Berdasarkan penjelasan diatas maka hipotesis dalam penelitian ini diuji oleh beberapa uji, yaitu uji T, uji F dan koefisien determinasi.

#### 3.11.1. Uji T

Uji-T digunakan untuk uji hipotesis. Teknik ini dapat menentukan signifikansi statistik antara rata-rata distribusi sampel dengan sebuah parameter. Dalam uji-T, dilakukan perbandingan antara nilai T-statistik dengan Ttabel, dimana nilai T-tabel pada  $\alpha = 0.05$ . Oleh karena itu, pengujian hipotesis dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Artinya, terdapat pengaruh antar variabel dalam hipotesis tersebut ( $sig < \alpha (0,05)$ ).
- b. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_1$  ditolak dan  $H_0$  diterima. Artinya, tidak terdapat pengaruh antar variabel dalam hipotesis tersebut ( $sig > \alpha (0,05)$ ).

Peneliti kemudian merumuskan hipotesis yang akan diuji dan dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Hipotesis antara variabel  $X_1$  (*Brand Ambassador*) dengan variabel  $Y$  (*Purchase Decision*)

$H_0$  : Tidak ada pengaruh antara *Brand Ambassador* terhadap *Purchase Decision* untuk produk pasta gigi Click

$H_1$  : Ada pengaruh antara *Brand Ambassador* terhadap *Purchase Decision* untuk produk pasta gigi Click

2. Hipotesis antara variabel X2 (Konten Media Sosial) dengan variabel Y (*Purchase Decision*)

H<sub>0</sub> : Tidak ada pengaruh antara Konten Media Sosial terhadap *Purchase Decision* untuk produk pasta gigi Click

H<sub>1</sub> : Ada pengaruh antara Konten Media Sosial terhadap *Purchase Decision* untuk produk pasta gigi Click

3. Hipotesis antara variabel X3 (*Product Quality*) dengan variabel Y (*Purchase Decision*)

H<sub>0</sub> : Tidak ada pengaruh antara *Product Quality* terhadap *Purchase Decision* untuk produk pasta gigi Click

H<sub>1</sub> : Ada pengaruh antara *Product Quality* terhadap *Purchase Decision* untuk produk pasta gigi Click

### 3.11.2 Uji F

Uji F digunakan untuk menguji salah satu hipotesis di dalam penelitian yang menggunakan analisis regresi linier berganda. Uji statistik F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas memiliki pengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat. Selain itu, uji F digunakan melalui uji F hitung dengan Ftabel pada  $\alpha = 0.05$ . Berdasarkan angka signifikan, hipotesis dapat diterima atau ditolak apabila:

- a. Jika angka signifikan  $< 0,05$  maka H<sub>0</sub> ditolak
- b. Jika angka signifikan  $> 0,05$  maka H<sub>0</sub> diterima.

Hasil uji F dilihat dalam tabel ANOVA dalam kolom sig. dengan kriteria:

- a. Jika nilai probabilitas  $< 0,05$ , maka dapat dikatakan terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara variabel bebas terhadap variabel terikat.
- b. Jika nilai probabilitas  $> 0,05$ , maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara variabel bebas terhadap variabel terikat

Kriteria keputusan yang diambil adalah sebagai berikut :

- a. H<sub>0</sub> akan diterima jika Fhitung  $<$  Ftabel atau .sig F  $<$   $\alpha$  (0,05)

- b.  $H_0$  akan ditolak jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $.sig F > \alpha (0,05)$

### 3.11.3 Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*)

Setelah dilakukan uji-F, selanjutnya menghitung koefisien determinasi untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel bebas. Nilai  $R^2$  dari tabel *Model Summary* digunakan untuk menghitung koefisien determinasi. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Dengan kata lain, jika mendekati 1 dapat dikatakan bahwa variabel bebas mampu memberikan seluruh data yang diperlukan. Namun, ada batasan variabel bebas yang menjelaskan variabel terikat pada nilai yang lebih kecil.