

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Menurut Sugiyono (2020), penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan data yang diperoleh melalui pengukuran atau observasi terhadap variabel-variabel yang telah ditentukan sebelumnya. Dalam penelitian kuantitatif, data yang diperoleh biasanya berupa angka atau nilai numerik, dan dianalisis dengan menggunakan teknik-teknik statistik. Tujuan dari penelitian kuantitatif adalah untuk menghasilkan informasi yang dapat diuji kebenarannya dan secara umum, penelitian kuantitatif digunakan untuk menjawab pertanyaan "apa", "berapa", dan "bagaimana" terkait dengan suatu fenomena yang diamati.

Dalam penelitian ini, digunakan hipotesis yang melibatkan hubungan antara dua variabel, serta variabel yang dapat atau tidak dapat dipengaruhi oleh variabel lain. Untuk mengumpulkan data terkait hipotesis tersebut, penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai metode pengumpulan data. Melalui kuesioner, responden akan diminta untuk menjawab serangkaian pertanyaan yang berkaitan dengan variabel yang diteliti, sehingga memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data yang diperlukan untuk menguji hubungan antarvariabel dalam hipotesis penelitian. Penggunaan kuesioner sebagai metode pengumpulan data umumnya efektif dalam penelitian yang melibatkan pengukuran pendapat, persepsi, atau sikap responden terhadap variabel yang diteliti.

3.2 Objek penelitian

Penelitian ini dilakukan di sebuah Hotel yang terletak di Depok. Fokus penelitian difokuskan pada objek penelitian yang diteliti sehingga menghasilkan hasil yang bermanfaat dan menjadi perhatian bagi objek penelitian. Menurut (Heryana, 2020) objek penelitian merupakan langkah awal dalam melakukan penelitian, dengan merumuskan masalah terlebih dahulu untuk mengetahui objek penelitian yang akan dijadikan fokus, kemudian mencari informasi untuk mendapatkan data, lokasi, dan waktu penelitian yang penting.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Menurut Sugiyono, (2020), populasi dapat didefinisikan sebagai "kumpulan dari seluruh obyek, subjek, atau unit analisis yang memiliki karakteristik tertentu yang menjadi sasaran penelitian." Populasi dapat terdiri dari berbagai jenis entitas seperti manusia, hewan, tumbuhan, objek fisik, dan elemen lain yang relevan dengan tujuan penelitian. Oleh karena itu, definisi populasi harus dijelaskan secara jelas dan akurat dalam suatu penelitian karena hal ini akan mempengaruhi teknik pengambilan sampel dan generalisasi hasil penelitian. Menurut Lau dan Phillips (2018), populasi dalam penelitian kuantitatif merujuk pada kumpulan semua unit pengamatan yang memenuhi kriteria tertentu atau karakteristik yang ingin diteliti. Populasi dapat berupa individu, kelompok, atau objek yang diteliti. Sebagai contoh, populasi dalam penelitian tentang preferensi makanan dapat berupa seluruh individu yang tinggal di suatu wilayah atau kelompok masyarakat tertentu. Menurut Kotler dan Keller (2021), karakteristik populasi yang penting untuk dipertimbangkan dalam pemasaran adalah usia, jenis kelamin, pendapatan, pendidikan, dan wilayah tempat tinggal. Dengan memahami karakteristik populasi pasar target, perusahaan dapat menyesuaikan produk atau layanan mereka, strategi promosi, dan kebijakan harga agar lebih sesuai dengan kebutuhan dan preferensi konsumen. Populasi dari penelitian ini adalah tamu dari salah satu hotel di Depok 8.828 orang atau periode bulan Oktober – Desember 2022.

3.3.2. Sampel

Kotler dan Keller (2021) menjelaskan bahwa sampel merupakan subset dari populasi yang dipilih untuk diobservasi atau diukur dalam suatu penelitian. Sampel digunakan untuk membuat generalisasi tentang keseluruhan populasi. Dalam konteks pemasaran, penggunaan sampel sangat penting untuk mengumpulkan data dan informasi tentang perilaku konsumen, preferensi produk, serta kebutuhan dan harapan konsumen terhadap produk atau layanan yang ditawarkan. Dalam pengambilan sampel, penting untuk memastikan bahwa sampel yang diambil merupakan representasi yang akurat dari populasi yang ingin diteliti. Hal ini dapat dilakukan dengan memilih sampel secara acak dan proporsional, dengan memperhatikan karakteristik populasi yang ingin dituju. Dengan melakukan pengambilan sampel yang baik,

hasil yang diperoleh dapat digeneralisasi ke seluruh populasi, asalkan sampel tersebut representatif dan valid.

Penggunaan sampel dalam analisis data memungkinkan peneliti atau pemasar untuk membuat inferensi tentang populasi secara lebih efisien dan ekonomis. Dengan asumsi bahwa sampel yang diambil adalah representatif, valid, dan ukurannya memadai, hasil penelitian atau data yang diperoleh dari sampel dapat memberikan informasi yang dapat diandalkan untuk pengambilan keputusan bisnis yang lebih baik. Secara keseluruhan, pemahaman tentang sampel dan penggunaannya dalam penelitian dan pemasaran sangat penting untuk memastikan validitas, reliabilitas, dan generalisabilitas hasil yang diperoleh, sehingga dapat memberikan wawasan yang berguna dan mendukung pengambilan keputusan yang tepat. Menurut jurnal Septiani, (2020) dalam penentuan besarnya ukuran sampel penelitian ditentukan menggunakan rumus slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(d^2)}$$

Keterangan :

n = besar sampel

N = besar populasi

d = ketepatan yang diinginkan (0,1)

Dalam menentukan jumlah sampel dihitung berdasarkan rumus *slovin*, sebagai berikut :

$$n = \frac{8.828}{1 + 8.828(0.1^2)}$$

$$n = 98.87 \text{ (dibulatkan 99)}$$

Maka diperoleh hasil jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 99 responden. Alasan peneliti menggunakan rumus dari *slovin* karena tempat yang diteliti sudah memiliki data populasi sehingga peneliti memilih rumus *slovin* untuk menentukan sampel.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam ulasan ini, spesialis melibatkan jajak pendapat sebagai perangkat pemilahan informasi. Jajak pendapat adalah ikhtisar pertanyaan atau penjelasan yang harus dijawab oleh responden. Kuesioner umumnya digunakan dalam penelitian kuantitatif untuk mengumpulkan data tentang variabel-variabel yang dapat diukur atau dihitung. Sugiyono (2020) menjelaskan bahwa kuesioner dapat dikembangkan dengan menggunakan berbagai jenis skala pengukuran, salah satunya adalah skala Likert. Skala Likert adalah teknik pengukuran yang sering digunakan dalam penelitian kuantitatif. Skala ini terdiri dari sejumlah pernyataan yang harus dijawab oleh responden dengan menunjukkan tingkat setuju atau tidak setuju mereka terhadap pernyataan tersebut. Skala Likert umumnya memiliki lima, enam, tujuh, atau lebih pilihan jawaban.

Dalam penelitian ini, kuesioner akan disebarakan kepada responden yang telah ditetapkan sebagai sampel penelitian. Media sosial seperti WhatsApp dan Instagram akan digunakan untuk mendistribusikan kuesioner kepada responden. Pernyataan dalam survei akan digabungkan dengan jawaban pilihan yang dipilih oleh responden dan diestimasi menggunakan skala Likert. Dengan menggunakan kuesioner dan skala Likert, peneliti dapat mengumpulkan data yang dapat diukur secara kuantitatif dan menganalisis tingkat setuju atau tidak setuju responden terhadap pernyataan-pernyataan yang diajukan. Hal ini akan membantu peneliti dalam memperoleh informasi yang relevan mengenai variabel-variabel yang diteliti dan mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang persepsi, preferensi, atau sikap responden terhadap topik penelitian yang sedang diinvestigasi. Biasanya, pilihan jawaban pada skala likert adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Skala Likert

No	Item Instrument	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Kurang Setuju (KS)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (TS)	1

Sumber : Ghozali (2021)

Pilihan jawaban pada skala likert dapat diubah menjadi angka dengan nilai tertinggi untuk pilihan jawaban "Sangat Setuju" dan nilai terendah untuk pilihan jawaban "Sangat Tidak Setuju". Nilai ini dapat digunakan untuk menghitung rata-rata atau skor total dari jawaban responden.

3.5 Definisi Operasional

Menurut Wahjono Soekotjo (2020), definisi operasional variabel merupakan suatu penjabaran atau spesifikasi yang jelas dan terperinci mengenai suatu variabel penelitian, sehingga dapat diukur secara objektif. Definisi operasional diperlukan untuk menghindari ambiguitas dan penafsiran yang berbeda-beda terhadap suatu variabel, serta memastikan bahwa variabel yang diukur benar-benar mencerminkan konsep atau fenomena yang dimaksud dalam penelitian. Definisi operasional biasanya dihasilkan melalui tahapan konseptualisasi variabel, yang meliputi identifikasi aspek-aspek atau dimensi yang terkait dengan variabel, serta pemilihan indikator atau pengukuran yang paling tepat untuk merepresentasikan aspek-aspek tersebut.

Penelitian ini membahas tentang variabel independen (variabel bebas), yaitu Kualitas Pelayanan (X1), dan Harga (X2) Variabel dependent (variabel terikat), yaitu Kepuasan Konsumen (Y) pada Hotel Savero di Depok. Definisi operasional variabel pada penelitian ini adalah :

1. Variabel Independen

Dalam penelitian, variabel independen merujuk pada variabel yang menyebabkan perubahan pada variabel terikat. Dalam hal ini, Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) merupakan variabel bebas dalam penelitian ini (X).

2. Variabel Dependen

Menurut Sugiyono (2020), variabel terikat adalah variabel yang muncul sebagai hasil dari pengaruh variabel bebas. Variabel terikat, dalam konteks penelitian ini, adalah Kepuasan Konsumen (Y), yang dipengaruhi oleh variabel bebas.

Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Sumber
Kualitas Pelayanan	1. Tangibles	Kotler dan Keller (2021)
	2. Reliability	
	3. Responsiveness	
	4. Assurance	
	5. Empathy	
Harga	1. Harga Kamar	Kotler dan Keller (2021)
	2. Biaya Tambahan	
	3. Promosi Harga	
	4. Perbandingan Harga	
	5. Nilai Tambah	
Kepuasan Konsumen	1. Kepuasan Tamu	Kotler dan Keller (2021)
	2. Tamu Yang Kembali	
	3. Ulasan Online	
	4. Keluhan Pelanggan	
	5. Loyalitas Pelanggan	

Sumber : Kotler dan Keller (2021)

A. Kualitas Pelayanan

a) *Tangibles*

Mencakup tampilan fisik fasilitas dan peralatan yang digunakan dalam memberikan layanan, serta kemampuan karyawan untuk memperlihatkan penampilan yang rapi dan profesional.

b) Reliability

Mengacu pada kemampuan penyedia layanan untuk memberikan layanan yang konsisten dan dapat diandalkan, serta menghormati waktu dan janji.

c) Responsiveness

Mencakup kemampuan penyedia layanan untuk memberikan layanan yang cepat dan efisien, serta memberikan respons yang baik terhadap permintaan, keluhan, dan pertanyaan dari konsumen.

d) Assurance

Melibatkan kepercayaan dan keyakinan konsumen pada kemampuan penyedia layanan dan karyawan untuk memberikan layanan yang berkualitas dan memiliki kompetensi yang memadai.

e) Empathy

Mengacu pada kemampuan penyedia layanan dan karyawan untuk memahami dan merespons kebutuhan, keinginan, dan perasaan konsumen dengan empati dan pengertian yang baik.

B. Harga

a) Harga kamar

Harga kamar yang tinggi atau rendah dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas hotel dan dapat mempengaruhi kepuasan mereka.

b) Biaya tambahan

Biaya tambahan seperti biaya parkir, biaya internet, atau biaya telepon juga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Jika biaya tambahan tidak wajar, konsumen mungkin merasa tidak puas dengan pengalaman menginap mereka.

c) Promosi harga

Promosi harga seperti diskon atau penawaran khusus juga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Konsumen mungkin merasa senang dengan promosi harga yang diberikan dan merasa bahwa mereka mendapatkan nilai tambah dari pengalaman menginap mereka.

d) Perbandingan harga

Konsumen juga dapat membandingkan harga hotel dengan hotel lain di daerah yang sama. Jika harga hotel lebih tinggi daripada hotel lain dengan fasilitas yang sama, maka konsumen mungkin tidak merasa puas.

e) Nilai tambah

Nilai tambah seperti sarapan gratis atau layanan antar-jemput bandara juga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Jika hotel dapat memberikan nilai tambah yang baik, maka konsumen mungkin merasa puas dengan pengalaman menginap mereka.

C. Kualitas Pelayanan

a) Survei kepuasan tamu

Tingkat kepuasan tamu dapat diukur dengan mengirimkan survei kepuasan tamu setelah mereka menginap. Survei ini dapat mencakup berbagai aspek, seperti kualitas kamar, pelayanan, fasilitas hotel, makanan dan minuman, dan lain sebagainya.

b) Jumlah tamu yang kembali

Tingkat pengulangan tamu dapat menjadi indikator kepuasan pelanggan karena tamu yang puas cenderung kembali ke hotel yang sama di masa depan.

c) Ulasan pelanggan online

Ulasan pelanggan online di situs seperti TripAdvisor, Google, atau platform lainnya dapat menjadi indikator kepuasan pelanggan. Jumlah dan jenis ulasan dapat memberikan gambaran tentang tingkat kepuasan pelanggan.

d) Tingkat keluhan pelanggan

Jika jumlah keluhan pelanggan rendah, ini dapat menjadi indikasi bahwa pelanggan puas dengan layanan hotel. Sebaliknya, jika tingkat keluhan tinggi, hotel perlu memperbaiki layanannya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

e) Tingkat kesetiaan pelanggan

Tingkat kesetiaan pelanggan dapat diukur dengan melihat jumlah dan frekuensi tamu yang kembali ke hotel yang sama dalam periode waktu tertentu. Semakin tinggi tingkat kesetiaan pelanggan, semakin besar kemungkinan bahwa pelanggan puas dengan layanan hotel.

3.6 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2020), teknik analisis data merujuk pada metode yang digunakan untuk memproses dan menganalisis data yang telah dikumpulkan dalam suatu penelitian. Dalam konteks penelitian ini, proses analisis data dilakukan setelah semua data penelitian telah terkumpul secara lengkap. Prosedur pemeriksaan informasi yang digunakan adalah berbagai penyakit relaps langsung dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Social Science*). Analisis ini dilakukan dengan beberapa tahapan seperti berikut:

1. Uji Validitas

Menurut Syamsuryadin & Wahyuniati (2018), validitas mengacu pada sejauh mana suatu instrumen pengukuran dapat mengukur konstruk atau variabel yang ingin diukur secara akurat dan tepat. Dalam penelitian kuantitatif, uji validitas bertujuan untuk mengevaluasi apakah instrumen pengukuran yang digunakan benar-benar mampu mengukur variabel atau konstruk yang diinginkan dengan cara yang tepat, serta sejauh mana hasil pengukuran dapat diandalkan. Uji validitas menjadi sangat penting dalam penelitian kuantitatif karena membantu memastikan bahwa data yang diperoleh dari instrumen pengukuran dapat diandalkan dan digunakan untuk membuat kesimpulan yang valid. Dengan melakukan uji validitas yang tepat, peneliti dapat memverifikasi bahwa instrumen pengukuran yang digunakan sesuai untuk mengukur variabel atau konstruk yang sedang diteliti.

Menurut Kotler dan Keller (2021), Nilai signifikansi pada r hitung dan r tabel tergantung pada nilai p -value yang dihasilkan dari uji korelasi Pearson antara variabel-variabel pada instrumen pengukuran. P -value merupakan nilai probabilitas dari distribusi nol bahwa tidak ada korelasi antara variabel-variabel tersebut. Semakin kecil nilai p -value, semakin signifikan hasil korelasi tersebut.

Aturan umum untuk menentukan signifikansi dari nilai korelasi (r) adalah sebagai berikut:

- a) Jika nilai p -value kurang dari atau sama dengan 0,05 (tingkat signifikansi 0,05), maka nilai korelasi tersebut signifikan secara statistik dan hipotesis nol (tidak ada korelasi antara variabel-variabel) dapat ditolak.

b) Jika nilai p-value lebih besar dari 0,05 (tingkat signifikansi 0,05), maka nilai korelasi tersebut tidak signifikan secara statistik dan hipotesis nol tidak dapat ditolak.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Janna & Herianto (2021), uji reliabilitas adalah suatu proses untuk menguji konsistensi dan keandalan instrumen pengukuran atau tes dalam menghasilkan hasil yang serupa ketika diulang dalam waktu dan situasi yang berbeda. Uji reliabilitas dalam penelitian kuantitatif dilakukan untuk mengukur sejauh mana instrumen pengukuran dapat diandalkan dalam mengukur variabel yang sama. Tujuan utama uji reliabilitas adalah memastikan bahwa instrumen pengukuran atau tes yang digunakan dalam penelitian memiliki tingkat konsistensi dan keandalan yang tinggi, sehingga dapat memberikan hasil yang akurat dan dapat diandalkan. Dengan menggunakan instrumen pengukuran yang reliabel, hasil penelitian dapat diharapkan lebih valid dan dapat dipercaya.

Menurut Creswell (2018), Metode Alpha Cronbach adalah salah satu metode yang umum digunakan dalam menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian kuantitatif. Metode ini didasarkan pada asumsi bahwa semua item dalam kuesioner mengukur konsep yang sama dan memiliki tingkat konsistensi yang tinggi. Interpretasi nilai koefisien Alpha Cronbach dalam penelitian kuantitatif adalah sebagai berikut (Creswell, 2018, hlm. 25):

1. Kurang dari 0,6: Kuesioner memiliki reliabilitas yang rendah dan harus direvisi.
2. Antara 0,6 dan 0,7: Kuesioner memiliki reliabilitas yang cukup dan dapat digunakan dalam penelitian dengan beberapa penyesuaian.
3. Antara 0,7 dan 0,8: Kuesioner memiliki reliabilitas yang baik dan dapat digunakan dalam penelitian.
4. Antara 0,8 dan 0,9: Kuesioner memiliki reliabilitas yang sangat baik dan sangat sesuai untuk digunakan dalam penelitian.
5. Lebih dari 0,9: Kuesioner memiliki reliabilitas yang sangat tinggi dan sangat cocok untuk digunakan dalam penelitian.

3. Uji Asumsi Klasik

A. Uji Normalitas

Tes kebiasaan digunakan untuk memeriksa apakah informasi yang digunakan dalam berbagai pemeriksaan kekambuhan langsung memiliki daya angkut normal atau tidak. Uji

ini adalah metode statistik yang digunakan untuk menentukan apakah sampel data mengikuti pola distribusi yang sesuai dengan distribusi normal. Dalam analisis regresi linier berganda, penting untuk memeriksa normalitas data karena beberapa metode regresi linier bergantung pada asumsi bahwa data terdistribusi secara normal. Dengan melakukan uji normalitas, kita dapat memastikan bahwa asumsi normalitas terpenuhi, sehingga hasil analisis regresi linier berganda dapat diandalkan.

B. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah suatu teknik statistik yang digunakan untuk mengevaluasi tingkat keterkaitan antara variabel independen dalam model regresi linier berganda. Tujuan dari uji ini adalah untuk mengidentifikasi apakah terdapat masalah multikolinearitas dalam model tersebut. Multikolinearitas terjadi ketika terdapat hubungan kuat antara variabel independen, yang menyulitkan dalam menentukan kontribusi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara terpisah. Uji multikolinearitas membantu mengukur sejauh mana tingkat korelasi antar variabel independen dalam model, dan jika ditemukan adanya masalah multikolinearitas, langkah-langkah koreksi dapat dilakukan untuk memperbaiki model regresi linier berganda yang digunakan (Hair, 2018).

C. Uji Statistik

Uji t merupakan salah satu metode statistik parametrik yang digunakan untuk membandingkan nilai rata-rata antara dua kelompok atau lebih yang berbeda. Uji t dapat diterapkan pada data yang bersifat interval atau rasio, serta memenuhi asumsi normalitas dan homogenitas varians. Terdapat dua jenis uji t, yaitu uji t satu sampel dan uji t dua sampel. Uji t satu sampel digunakan untuk menguji apakah nilai rata-rata suatu sampel sama dengan nilai rata-rata populasi yang diketahui, sedangkan uji t dua sampel digunakan untuk membandingkan nilai rata-rata antara dua kelompok yang berbeda. Metode pengujian t juga dapat dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak statistik seperti SPSS (Sugiyono, 2021) untuk mempermudah proses analisis data

D. Uji Linear Berganda

Uji regresi linier berganda adalah metode analisis statistik yang digunakan untuk mengevaluasi hubungan antara satu variabel dependen dengan dua atau lebih variabel independen secara simultan. Tujuan dari uji regresi linier berganda adalah untuk mengukur seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen,

serta untuk menentukan apakah pengaruh tersebut signifikan secara statistik. Uji regresi linier berganda dapat dilakukan menggunakan berbagai teknik statistik, seperti regresi linier berganda, analisis varians berganda, atau analisis jalur. Melalui uji ini, kita dapat memahami bagaimana variabel independen berkontribusi terhadap variasi yang terjadi pada variabel dependen dan mengidentifikasi variabel independen yang memiliki pengaruh yang paling signifikan pada variabel dependen yang sedang diteliti.

uji linear berganda melibatkan persamaan regresi berganda yang dapat digunakan untuk memprediksi nilai variabel respon berdasarkan nilai beberapa variabel prediktor yang saling berkaitan. Persamaan regresi berganda dapat ditulis sebagai berikut:

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

Keterangan :

Y	= Kepuasan Konsumen
α	= Konstanta
$\beta_1, \beta_2, \beta_3$	= Koefesien Regresi
X1	= Kualitas Pelayanan
X2	= Harga
e	= Standart error

E. Uji F

Menurut Sugiyono, (2021) Uji F adalah uji terukur yang digunakan untuk menguji makna bersamaan dari beberapa faktor bebas dalam model relaps. Tes ini berencana untuk memutuskan apakah ada hubungan kritis antara faktor bebas bersama dengan variabel dependen. Spekulasi yang dicoba dalam uji F adalah sebagai berikut:

- H0 (spekulasi tidak valid): tidak ada hubungan yang besar antara faktor bebas dengan variabel dependen.
- Ha (spekulasi pilihan): terdapat hubungan kritis antara faktor bebas dengan variabel terikat.

Nilai F yang ditentukan diperoleh kemudian dikontraskan dengan nilai F tabel dengan menentukan apakah H_0 dapat diakui atau ditolak. Jika nilai F yang ditentukan lebih besar dari nilai F tabel pada derajat kepentingan tertentu, maka H_0 ditolak dan H_a diakui, artinya ada hubungan yang sangat besar antara faktor otonom dengan faktor dependen. variabel.

F. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Sugiyono (2021) masuk akal bahwa koefisien uji jaminan digunakan untuk mengukur sejauh mana varietas dalam variabel dependen dapat dipahami oleh varietas dalam faktor otonom dalam model relaps. Koefisien jaminan, atau disebut R-kuadrat atau R^2 , memiliki nilai antara 0 dan 1. Semakin tinggi nilai R^2 , semakin menonjol tingkat variasi variabel dependen yang dapat dipahami oleh faktor otonom dalam model relaps. Dengan demikian, koefisien uji penjaminan memberikan data tentang seberapa baik variabel otonom memahami variasi dalam variabel dependen. Nilai koefisien determinasi dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Jika nilai R^2 mendekati 0, maka variabel bebas tidak dapat menjelaskan variasi dari variabel terikat.
- Jika nilai R^2 mendekati 1, maka variabel bebas dapat menjelaskan sebagian besar variasi dari variabel terikat.

Namun, perlu diperhatikan bahwa nilai R^2 tidak dapat digunakan untuk menyimpulkan bahwa variabel bebas menyebabkan perubahan pada variabel terikat, karena hubungan sebab-akibat hanya dapat diketahui melalui penelitian eksperimen yang dilakukan secara kontrol.