

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat yang dipilih oleh peneliti untuk diadakan suatu penelitian yang berkaitan dengan topik yang ingin diteliti oleh peneliti.

Lokasi penelitian yang dipilih untuk dilakukan di dalam kegiatan ataupun aktivitas penelitian ini adalah pada perusahaan PT. Surya Toto.

3.1.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian didefinisikan sebagai waktu (dalam konteks tanggal penelitian) yang dipilih oleh peneliti untuk melakukan sebuah penelitian.

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti dilaksanakan dalam periode ataupun jangka waktu 2 bulan, yakni Maret 2022 sampai April 2022.

3.2 Jenis Data dan Sumber Data Penelitian

3.2.1 Jenis Data

Data sebuah penelitian terbagi menjadi 3 jenis apabila diklasifikasikan menurut dasarnya yaitu berdasarkan sifat, skala pengukuran dan sumbernya. Masing masing dasar klasifikasi jenis data juga memiliki pembagian tersendiri dimana berdasarkan sifatnya, jenis data dibedakan menjadi dua jenis yaitu data kuantitatif (data dengan bentuk angka atau nomor yang bisa dianalisa secara statistik) dan data kualitatif (jenis data berbentuk interpretasi konsep data).

Penulis melakukan penelitian menggunakan penelitian kuantitatif dikarenakan data yang didapat ataupun diperoleh berupa angka yang akan dilaksanakan analisis secara lebih lanjut dan mendalam dalam sebuah kegiatan analisis data. Penelitian kuantitatif yang dilakukan ini juga terdiri atas tiga variabel, yaitu *Digital Marketing* sebagai variabel yang tergolong bebas yang tidak terikat ataupun bergantung pada variabel lain (*independent*), Intensitas Persaingan sebagai variabel yang bersifat bebas (*independent*) dan Keputusan Pembelian sebagai variabel dengan sifat ataupun atribut terikat (*dependent*).

3.2.2 Sumber Data

Sumber data dapat dijelaskan ataupun didefinisikan sebagai segala sesuatu (baik berupa tabel ataupun hasil perhitungan) yang mampu memberikan informasi mengenai sebuah data. Sumber data menurut Asep Hermawan (2005:168) dibagi maupun dikategorikan menjadi dua buah jenis, yakni:

1. Data primer yaitu data yang diambil dan dikumpulkan oleh sebuah peneliti yang melakukan penelitian tersebut secara langsung dengan maksud khusus menjawab permasalahan dari penelitian yang sedang dilakukan.
2. Data sekunder yang berupa data yang dapat diperoleh oleh peneliti melalui sumber dari pihak yang lain seperti perusahaan, internet, perpustakaan umum ataupun berasal dari lembaga pendidikan sehingga peneliti dapat menjawab permasalahan di dalam penelitian yang dijalankan dengan mudah dan cepat.

Dalam penelitian yang dilakukan terhadap PT. Surya Toto ini, peneliti memutuskan untuk memakai sumber data jenis data primer yaitu melalui hasil dari kuisioner yang dibagikan ke berbagai responden.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi dideskripsikan sebagai wilayah, area ataupun kelompok yang menjadi generalisasi yang terdiri atas obyek ataupun subyek yang memiliki kualitas, karakteristik ataupun ketentuan tertentu (misalkan memiliki produk dengan merek tertentu) yang ditentukan maupun ditetapkan oleh peneliti supaya dijadikan objek observasi dan pembelajaran dan kemudian dibentuk sebuah kesimpulannya. Populasi yang dipilih oleh peneliti untuk digunakan di dalam penelitian ini adalah konsumen pelanggan tetap produk dari PT. Surya Toto pada tahun 2020 yang berjumlah 67 orang.

3.3.2 Sampel

Sampel dapat dijelaskan sebagai sebagian dari jumlah atau karakteristik tertentu yang ditarik ataupun diambil dari suatu populasi yang telah dipilih untuk diteliti secara rinci.

Sampel pilihan untuk penelitian yang dilakukan peneliti ini diambil dengan metode sampel jenuh yaitu mengambil semua dari anggota sebuah populasi berjumlah 67 orang responden dikarenakan jumlah populasi yang dipakai dan digunakan dalam penelitian ini tidak lebih tinggi, besar ataupun melebihi dari 100 orang responden sehingga penulis mengambil 100% pada jumlah populasi pelanggan tetap produk PT. Surya Toto untuk dijadikan sebagai sampel.

3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel dari sebuah penelitian dapat didefinisikan ataupun dijelaskan sebagai suatu atribut, sifat ataupun nilai dari sebuah objek maupun kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang peneliti telah tentukan untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.

Berdasarkan sifat hubungan diantara variabel, variabel penelitian dibagi 2 yaitu variabel independen (variabel bebas) yang merupakan sebuah variabel yang memiliki pengaruh atas perubahan yang terjadi pada variabel lain, beserta variabel dependen (variabel terikat) yang merupakan variabel yang mengalami pengaruh oleh variabel bebas dimana variabel terikat tersebut menjadi akibat dari adanya variabel bebas dimana sebuah variabel terikat tidak dapat muncul apabila tidak ada variabel bebas yang mempengaruhinya.

Dalam penelitian ini terdapat tiga buah variabel penelitian yaitu, variabel independen yaitu *Digital Marketing* dan Intensitas Persaingan sebagai variabel (X1) dan (X2) beserta variabel dependen yaitu keputusan pembelian sebagai variabel (Y).

Tabel 3.1
Tabel Definisi Operasional Variabel

Variabel	Pengertian Variabel	Indikator
<i>Digital Marketing</i> (X1)	Pemasaran online yang dilakukan baik melalui situs web, iklan <i>online</i> , <i>opt-in email</i> , kios interaktif, TV interaktif ataupun ponsel seluler yang melibatkan mendekati pelanggan, memahami pelanggan lebih baik dan mempertahankan dialog dengan pelanggan. Sumber: Smith dan Chaffey (2013:15 dan 542)	1. Permintaan atau petunjuk 2. Penjualan 3. Pangsa pasar 4. Keterlibatan media sosial Sumber: Smith dan Chaffey (2013:15 dan 542)
Intensitas Persaingan (X2)	Intensitas persaingan merupakan tingkat persaingan yang dialami oleh perusahaan dalam pasar. Sumber: Ford dan Honeycutt (2015:221)	1. Harga 2. Perbedaan Kinerja 3. Keuntungan Industri 4. Pengeluaran Pemasaran Sumber: Magin (2007:57-58)
Keputusan Pembelian (Y)	Tahap dimana konsumen membentuk maksud untuk membeli merek yang paling disukai setelah membentuk preferensi antarmerek dalam kumpulan pilihan yang akan dilaksanakan setelah menetapkan subkeputusan dalam melaksanakan maksud pembelian tersebut Sumber: Kotler & Keller (2009:178-185)	1. Pengenalan Masalah 2. Pencarian Informasi 3. Evaluasi Alternatif 4. Keputusan Pembelian 5. Perilaku Pasca Pembelian Sumber: Kotler & Keller (2009:178-185)

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Metode ataupun cara peneliti melakukan pengumpulan sebuah data di lapangan merupakan langkah penting dalam proses melakukan sebuah kegiatan penelitian dikarenakan data yang terkumpul akan dijadikan bahan analisis dalam penelitian. Metode yang diaplikasikan oleh peneliti dalam penelitian kuantitatif ini adalah dengan metode ataupun cara angket (kuesioner).

Kuesioner dapat diartikan atau dijelaskan secara mendasar dalam konteks penelitian sebagai teknik atau cara peneliti melakukan pengumpulan sebuah data di lapangan yang dilaksanakan dengan memberi atau membagikan beberapa pernyataan bersifat tertulis ditujukan kepada seorang responden untuk dijawabnya. Kuesioner yang dipergunakan untuk kegiatan penelitian ini menggunakan metodekuesioner tertutup (jawaban kuesioner dibatasi peneliti).

Instrumen penelitian berupa sebuah kuesioner harus diukur tingkat validitas (*Validity*) dan tingkat reliabilitas (*Reliability*) sehingga kuesioner yang dipakai untuk penelitian mendapatkan dan menghasilkan data yang dapat tergolong *valid* dan *reliable*. Instrumen sebuah penelitian yang tergolong atau dikategorikan sebagai instrumen valid memiliki arti bahwa instrumen penelitian dapat dengan benar dipergunakan untuk melakukan pengukuran data dalam sebuah penelitian, sedangkan instrumen yang dianggap atau tergolong *reliable* adalah instrumen penelitian yang bisa dipakai berulang kali untuk mengukur objek target penelitian yang sama dan instrumen akan selalu menghasilkan atau mendapatkan data yang serupa, mirip ataupun sama seperti penggunaan instrumen yang sama pada waktu sebelumnya. Instrumen yang dipakai oleh peneliti untuk mengukur variabel penelitian ini dengan mempergunakan skala likert 5 poin.

Skala likert didefinisikan oleh Habiby (2017:28) sebagai skala pengukuran yang dipakai, memanfaatkan dan dipergunakan oleh seorang peneliti untuk mengukur, mengetahui, ataupun mengidentifikasi sikap seseorang dengan menempatkan kedudukan sikapnya pada kesatuan perasaan yang terjadi secara berurutan dari sikap “sangat positif” sampai “sangat negatif”.

Jawaban responden di dalam kuesioner dengan sifat tertutup dengan instrument skala likert lima poin memiliki lima pilihan jawaban secara umum berupa:

1. SS : Sangat Setuju (respon paling positif)
2. S : Setuju (respon positif)
3. N : Netral (jawaban tidak condong positif atau negative)
4. TS : Tidak Setuju (respon negative)
5. STS : Sangat Tidak Setuju (respon paling negative)

Masing-masing jawaban kuesioner tersebut memiliki berat nilai sebagai berikut:

1. SS : 5
2. S : 4
3. N : 3
4. TS : 2
5. STS : 1

3.6 Teknik Analisa Data

Teknik analisa data didefinisikan sebagai teknik menyusun data dari lapangan yang telah didapat, diperoleh maupun dikumpulkan oleh seorang peneliti dari berbagai sumber (baik melalui kuisisioner ataupun catatan observasi lapangan dan sumber lain)

secara sistematis sesuai dengan penelitian yang dilaksanakan dan membuat sebuah kesimpulan, penjelasan singkat ataupun keterangan mendasar sehingga data dapat mudah dijelaskan, dimengerti dan dipahami oleh diri peneliti sendiri maupun pihak lain yang melihat data tersebut.

Teknik melakukan sebuah analisis dari data yang digunakan dalam penelitian ini yang peneliti putuskan untuk lakukan adalah melalui:

1. Uji Validitas
2. Uji Reliabilitas
3. Uji Asumsi Klasik
 - a. Uji Normalitas
 - b. Uji Multikolinearitas
 - c. Uji Heteroskedastisitas
4. Analisis Regresi Linear Berganda
5. Uji Hipotesis
 - a. Uji t
 - b. Uji F
6. Uji Koefisien Determinan (R^2)

3.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

3.6.1.1 Uji Validitas

Validitas dalam konteks penelitian menurut Darma (2021:7) dimaksudkan sebagai “kemampuan suatu alat ukur untuk mengukur sasaran ukurnya”.

Kuesioner yang dipakai seorang peneliti dapat dikatakan atau disimpulkan bersifat valid (tepat), jika pertanyaan yang tercantum pada kuesioner yang dibuat terbukti mampu mengungkapkan sesuatu yang ingin diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dimaksud untuk mengukur apakah suatu kuisisioner dan pertanyaannya tergolong sah atau tidak. Suatu instrumen pengukur dikatakan valid apabila instrumen tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur atau dapat memberikan hasil sesuai dengan yang diharapkan peneliti. Uji validitas dilakukan terhadap poin pernyataan di dalam kuesioner untuk menguji apakah data yang didapat dari kuesioner tersebut tergolong valid. Metode *Pearson's Product Moment Correlation* digunakan untuk menghitung apakah kuesioner yang dipergunakan oleh peneliti memiliki tingkat validitas tinggi ataupun rendah dimana *Pearson's Product Moment Correlation* merupakan metode yang dilakukan dengan menghitung korelasi atau hubungan antara skor item pernyataan dengan skor total dimana validitas indikator diputuskan apabila:

- a. Apabila hasil perbandingan r hitung $>$ r tabel dengan nilai positif atau signifikan $<$ 0,05 maka indikator dinyatakan valid.
- b. Apabila hasil perbandingan r hitung $<$ r tabel dan signifikan $>$ 0,05 maka indikator dinyatakan tidak valid.

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(N \sum x^2 - (\sum x)^2)(N \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Dimana:

r_{xy} = Koefisien korelasi atau hubungan *product moment* (korelasi antara variabel X beserta Y)

$\sum xy$ = Jumlah dari perkalian antara variabel X dengan Y

$\sum x^2$ = Hasil perhitungan dari kuadrat nilai X

$\sum y^2$ = Hasil perhitungan dari kuadrat nilai Y

$(\sum x)^2$ = Jumlah nilai X yang kemudian dikuadratkan

$(\sum y)^2$ = Jumlah nilai Y yang kemudian dikuadratkan

3.6.1.2 Uji Reliabilitas

Darma (2021:17) memiliki pendapat bahwa pada dasarnya uji reliabilitas mengukur variabel yang digunakan melalui pertanyaan ataupun pernyataan yang digunakan dimana uji reliabilitas instrumen digunakan, dipakai, ataupun diaplikasikan supaya peneliti dapat mengetahui dan mengenal apakah data yang muncul dan dihasilkan dari kuesioner yang disusun beserta dibuat oleh peneliti dapat diandalkan atau bersifat tangguh sehingga tetap terpercaya dan terbebas dari kesalahan pengukuran.

Uji reliabilitas dilakukan, diaplikasikan ataupun dipergunakan dengan menggunakan koefisien nilai *Croanbach Alpha* dimana secara umum instrumen untuk mengukur masing-masing variabel dikatakan reliabel jika memiliki *Croanbach Alpha* lebih tinggi, besar ataupun melebihi dari 0,70.

Rumus Uji Reliabilitas (*Alpha Croanbach*):

$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma^2} \right)$$

r_{11} : reliabilitas yang dicari

n : jumlah pertanyaan yang diuji

$\sum \sigma_t^2$: jumlah varians skor tiap item

σ_t^2 : varians total

3.6.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Priyono (2021:25) menjelaskan bahwa Analisis Regresi digunakan untuk menyatakan hubungan secara fungsional antara variabel yang diamati peneliti dalam penelitian yang dibagi menjadi dua berupa variabel terikat/*dependent variable* (biasanya dilambangkan dengan Y) dan variabel bebas/*independent variable* (biasanya dilambangkan dengan X). Dimana hubungan fungsional antara satu variabel terikat dan satu variabel bebas dinamakan Analisis Regresi Sederhana, sementara jika hubungannya antara satu variabel terikat/*dependent* dan lebih dari satu variabel bebas/*independent* maka disebut sebagai Analisis Regresi Berganda.

Regresi Linear merupakan bentuk regresi dengan bentuk polinom derajat satu (tingkat tertinggi seluruh suku adalah 1, misalkan x^1) yang paling sering dipakai peneliti dalam memecahkan sebuah permasalahan ataupun fenomena yang diteliti dalam penelitiannya.

Rumusan dari Analisis Regresi Linear Berganda secara mendasar berupa:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2$$

Dimana:

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

b_1, b_2 = Koefisien korelasi ganda

x_1 = *Digital Marketing*

x_2 = Intensitas Persaingan

Untuk melakukan regresi linier berganda dengan Uji Hipotesis, yaitu dengan alat Uji-T (Uji Parsial) dan Uji-F (Uji Simultan).

- 1) Uji-T (Uji Parsial) digunakan supaya peneliti dapat menguji pengaruh signifikan dari variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). Kriteria ujinya adalah:

Koefisien $\alpha = 0,05$

Df (dk) = n-2

Rumus Uji-T:

$$t = \frac{\bar{X} - \mu}{s/\sqrt{n}}$$

Derajat kebebasan: n-1

\bar{x} : Sample mean

μ : Mean populasi yang dihipotesiskan

s : Simpangan baku sampel

n : Jumlah sampel

Syarat memutuskan hipotesis dalam Uji-T:

- a) Jika $\alpha \leq 0,05$ dan t hitung $>$ t tabel maka hipotesis dengan simbol H_a diterima, terdapat pengaruh signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen (ada pengaruh).
- b) Jika $\alpha > 0,05$ dan t hitung $<$ t tabel maka hipotesis dengan simbol H_0 diterima, terdapat pengaruh tidak signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen (tidak ada pengaruh).

- 2) Uji-F digunakan supaya peneliti dapat menguji pengaruh variabel bebas/*Independent* (X) terhadap variabel terikat/*Dependant* (Y) secara simultan atau bersama. Rumusan Uji-F berupa:

$$F = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

R^2 : Koefisien determinasi

k : Jumlah variabel independen

n : Jumlah anggota data atau kasus

Kriteria pengujian Uji-F:

- a) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_a diterima, terdapat pengaruh signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen (ada pengaruh).
- b) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima, terdapat pengaruh tidak signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen (tidak ada pengaruh).

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Gunawan (2020:108) menjelaskan secara mendasar bahwa tujuan dilakukannya sebuah pengujian asumsi klasik adalah supaya dapat memberikan kepastian bahwa sebuah persamaan regresi yang didapat oleh peneliti memiliki ketepatan dalam estimasi dan konsisten sehingga penelitian dianggap baik, dimana uji asumsi klasik yang digunakan biasanya berupa uji normalitas residual, uji multikolinearitas (korelasi antar variabel bebas), uji autokorelasi (korelasi residual antar periode) dan uji heteroskedastisitas (varians dari residual tiap pengamatan)

3.6.3.1 Uji Multikolinearitas

Yudiatmaja (2013:78) berpendapat bahwa Uji multikolinearitas adalah uji untuk variabel bebas, dimana korelasi diantara beberapa variabel bebas dilihat. Jika ada dua variabel yang bersifat bebas dimana kedua variabel tersebut memiliki korelasi ataupun hubungan ataupun korelasi (*Correlation*) yang tergolong sangat kuat atau tinggi, maka persamaan regresinya sudah cukup jika diwakili oleh salah satu variabel saja.

Nugraha (2022:13) juga memiliki penjelasan mengenai Uji Multikolinearitas sebagai uji yang bertujuan untuk menyatakan bahwa variabel independen (variabel yang tidak terikat, biasanya memakai sebutan Variabel huruf X) harus terbebas dari gejala multikolinearitas (gejala korelasi ataupun hubungan atau koneksi yang signifikan antar variabel-variabel yang bersifat independen atau tidak terikat) dengan pelaksanaan uji menggunakan VIF (*Varian Inflation Factor*/Faktor Inflasi Varian), dimana salah satu solusi perbaikan model regresi yang memiliki masalah multikolinearitas adalah dengan menghilangkan variabel dari model regresi.

Hipotesis yang diambil dalam uji ini berupa:

- a. H_0 : H_0 diterima jika nilai $r^2 = VIF > \text{nilai } 10,00$, dengan kesimpulan terjadi multikolinearitas.
- b. H_1 : H_1 diterima jika nilai $r^2 = VIF < \text{nilai } 10,00$, dengan kesimpulan tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Multikolinearitas dapat disimpulkan merupakan uji yang memiliki tujuan untuk menguji ataupun memeriksa apakah dalam sebuah model regresi yang dipakai peneliti terdapat adanya korelasi atau hubungan antara beberapa variabel independen.

3.6.3.2 Uji Heteroskedastisitas

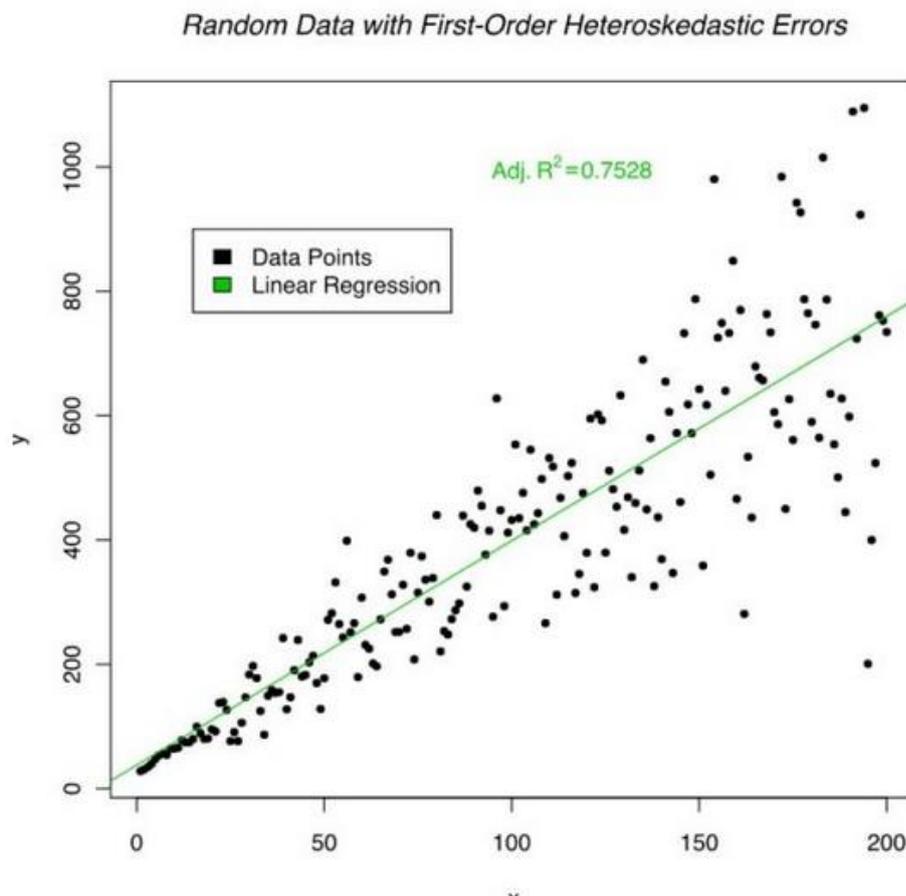
Yudiatmaja (2013:78) berpendapat bahwa uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat ketidaksamaan varian dari residual pengamatan yang satu ke pengamatan lainnya dimana apabila timbul ketidaksamaan varian, maka terdapat masalah heteroskedastisitas sehingga persamaan yang dihasilkan bukanlah persamaan yang bersifat BLUE (*Best Linear Unbias Estimator*).

Gunawan (2020:128) juga menjelaskan jika varians dari sebuah nilai residual dari salah satu pengamatan ke pengamatan lain adalah tetap, maka itu disebut sebagai Homoskedastisitas. Jika variansnya berbeda dari suatu pengamatan ke pengamatan lain maka itu disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang tergolong sebagai model regresi baik merupakan model regresi dimana Heteroskedastisitas tidak terjadi melainkan Homoskedastisitas terjadi.

Beberapa cara ataupun metode yang dapat diaplikasikan untuk melakukan Uji Heteroskedastisitas menurut Gunawan (2020:128) melalui program SPSS yaitu berupa:

1. Metode korelasi *Sperman's rho*
2. Metode Grafik
3. Metode uji Gletjer

Contoh dari kumpulan data yang mengalami masalah Heteroskedastisitas adalah dalam bentuk seperti berikut:



Gambar 3.1
Contoh Data Dengan Masalah Heteroskedastisitas

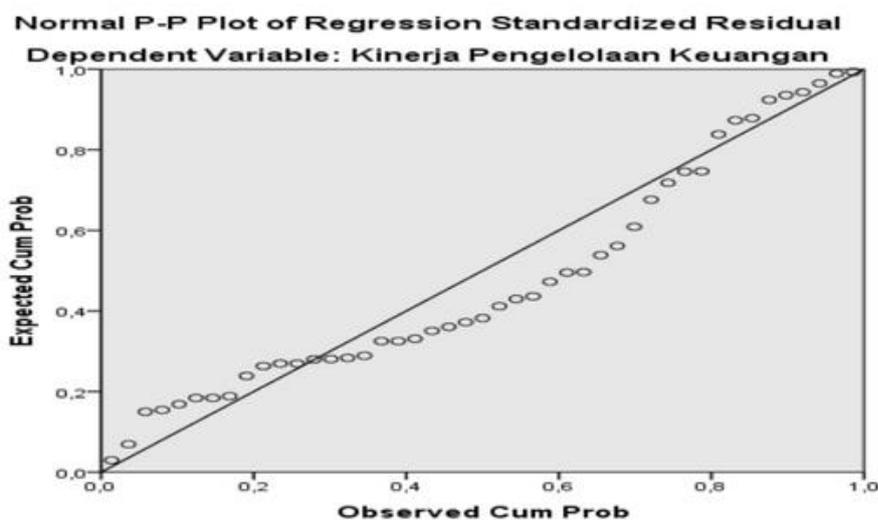
3.6.3.3 Uji Normalitas

Menurut Purnomo dan Ambarwati (2016:108) Uji normalitas pada model regresi digunakan oleh peneliti untuk menguji model regresinya apakah sebuah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi, tersebar ataupun terbagi secara normal ataupun tidak normal, dimana model regresi yang tergolong dan dikategorikan sebagai baik adalah model regresi yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal.

Beberapa metode yang dapat digunakan peneliti untuk melakukan uji normalitas bisa saja berupa melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik

Normal P-P Plot of regression standardized residual ataupun dengan melakukan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov*.

Rahman (2021:49) menjelaskan bahwa uji normalitas dengan pendekatan uji *p-plot* mengatakan regresi disebut berdistribusi normal jika garis data rill mengikuti garis diagonal, sementara uji normalitas dengan pendekatan uji *Kolmogorov Smirnov* mengatakan regresi tergolong berdistribusi normal jika *asymptotic significant* data memiliki hasil nilai yang lebih besar ataupun melebihi 0.05 ($p > 0.05$). Hasil dari kedua pengujian dapat terlihat dalam bentuk grafik dan tabel seperti:



Gambar 3.2
Contoh Grafik Normalitas P-Plot

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		VAR00001	VAR00002	VAR00003
N		200	200	200
Normal Parameters ^a	Mean	55.3895	56.7950	49.9850
	Std. Deviation	23.04537	24.32471	27.70837
Most Extreme Differences	Absolute	.072	.092	.114
	Positive	.049	.051	.093
	Negative	-.072	-.092	-.114
Kolmogorov-Smirnov Z		1.023	1.301	1.610
Asymp. Sig. (2-tailed)		.246	.068	.011

a. Test distribution is Normal.

Gambar 3.3
Contoh Gambar Tabel Normalitas Kolmogorov-Smirnov

3.6.3.4 Uji Koefisien Determinan (R^2)

Uji Koefisien Determinan (R^2) digunakan oleh seorang peneliti untuk melakukan pengujian seberapa baik variabel yang bersifat dependen (dengan sebutan Y) yang dijelaskan oleh **variabel** bersifat independen (dengan sebutan X) di dalam garis regresi ataupun besar proporsi variasi dari variabel Y (variabel dependen) yang dijelaskan dengan baik oleh variabel X (variabel independen).

Jika nilai dari uji koefisien determinasi (R-Squared atau R^2) suatu estimasi mendekati angka satu (1), maka disimpulkan bahwa variabel dependen (Y) dijelaskan dengan baik oleh variabel independen (X) dan sebaliknya jika nilai uji koefisien determinasi menjauhi angka satu (1).