

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Subjek dan Tempat Penelitian**

Penulis bekerja di Sekolah Vokasi IPB Bogor sehingga Penelitian ini, subjek penelitian dilakukan kepada mahasiswa Sekolah Vokasi IPB Bogor. Alasan dipilih objek penelitian ini karena penulis bekerja di kampus tersebut. Penelitian ini mendeskripsikan *Brand Image* dan Promosi serta pengaruhnya terhadap Keputusan Memilih Progam studi Sekolah Vokasi IPB Bogor. Sumber data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden yang dijadikan sampel.

#### **B. Desain Penelitian**

Desain penelitian yaitu sebuah rencana kerja yang terstruktur serta komprehensif berkaitan dengan hubungan-hubungan antar variabel yang disusun sedemikian rupa agar hasil risetnya dapat memberikan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan riset (Umar, 2015:56). Adapun waktu pelaksanaan penelitian ini dimulai dari bulan Juni sampai dengan bulan Agustus 2020. Jenis penelitian ini yaitu kuantitatif, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random atau acak, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. (Sugiyono, 2014:58).

### C. Operasional Variabel

Operasional Variabel adalah definisi yang didasarkan atas sifat-sifat hal yang didefinisikan yang dapat diamati (Sumadi, 2013:22). Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu variabel bebas (*Brand Image* dan Promosi) dan variabel terikat (Keputusan Memilih), berikut penulis operasional variabel penelitian seperti pada tabel di bawah ini

Tabel 4  
Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala
<i>Brand Image</i> (X <sub>1</sub> )	<i>Brand image</i> adalah representasi dari keseluruhan persepsi kepada sebuah merek dan dibentuk oleh informasi serta pengalaman masa lalu terhadap merek tersebut	✓ Citra Korporat, ✓ Citra Produk/konsumen, ✓ Citra Pemakai.	Ordinal Likert
Promosi (X <sub>2</sub> )	Promosi merupakan sebuah upaya membangun berbagai saluran informasi dan persuasi yang dilakukan sebuah organisasi dalam rangka untuk menjual barang dan jasa atau memperkenalkan suatu gagasan kepada customer.	✓ Iklan, ✓ Pemasaran Langsung, ✓ Pemasaran Interaktif, ✓ Promosi Penjualan, ✓ Hubungan Masyarakat ✓ Personal Selling.	Ordinal Likert
Keputusan Memilih (Y)	Keputusan memilih adalah pengambilan sebuah keputusan yang dilakukan oleh seseorang untuk memilih atau tidak memilih sebuah produk atau jasa dan merupakan sebuah alternatif pilihan yang penting bagi customer dalam hal menentukan pilihannya.	✓ Kebutuhan dan motivasi, ✓ Kepribadian, ✓ Pengolahan informasi dan persepsi, ✓ Proses belajar, ✓ Pengetahuan ✓ Sikap.	Ordinal Likert

Sumber: Data Diolah, (2020)

## D. Populasi dan Sampel Penelitian

### 1. Populasi

Populasi merupakan sebuah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014:56). Berdasarkan pengertian tersebut, maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa sekolah vokasi IPB Bogor sebanyak 17 Program studi yang berjumlah 6.670 mahasiswa dan yang diambil yaitu Program Studi Manajemen Agribisnis dan Komunikasi yang berjumlah sebanyak 1.730 mahasiswa.

### 2. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2014:56). Sehingga sampel merupakan bagian dari populasi yang ada, sehingga untuk pengambilan sampel harus menggunakan cara tertentu yang didasarkan oleh pertimbangan-pertimbangan yang ada.

Penentuan ukuran sampel responden dilakukan dengan menggunakan rumus slovin dengan tingkat kesalahan 10%. Adapun formulasi rumus slovin adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Populasi

e = Persentase kelonggaran ketidak terikatan karena kesalahan pengambilan sampel yang masih diinginkan (nilai e = 0,1 atau 10%).

Berikut adalah perhitungan jumlah sampel menggunakan metode slovin:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{1.730}{1 + 1.730(0,1)^2}$$

$$n = \frac{1.730}{1 + 1.730 \times 0,01}$$

$$n = \frac{1.730}{1 + 17,3}$$

$$n = \frac{1.730}{18,3}$$

n = 94,53 dibulatkan 100

Berdasarkan perhitungan di atas maka sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 mahasiswa. Sebelum kuesioner disebarakan kepada 100 mahasiswa penulis terlebih dahulu akan menyebarkan kepada 20 orang untuk uji validitas dan reliabilitas. Dan cara penyebarannya menggunakan teknik *accidental sampling* yaitu pengambilan secara kebetulan, setiap mahasiswa yang penulis temui dan layak menjadi responden penulis beri kuesioner penelitian.

## **E. Metode Pengumpulan Data**

### **1. Jenis dan Sumber Data**

#### **a. Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dan data kualitatif (Sugiyono, 2014:66). Data kuantitatif dan data kualitatif tersebut adalah sebagai berikut:

1) Data Kuantitatif

Data Kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan. Data kuantitatif berfungsi untuk mengetahui jumlah atau besaran dari sebuah objek yang akan diteliti. Dalam penelitian ini data kuantitatif merupakan hasil pengolahan secara *statistic* dan matematis dari jawaban kuesioner seluruh responden.

2) Data Kualitatif

Data Kualitatif adalah data yang berbentuk kata, kalimat, skema, dan gambar. Data kualitatif berfungsi untuk mengetahui kualitas dari sebuah objek yang akan diteliti.

2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terdiri yaitu data primer dan data sekunder (Sugiyono, 2014:67), yaitu sebagai berikut:

- a. Data Primer adalah data yang diperoleh langsung dari narasumber atau informan yang dianggap berpotensi dalam memberikan informasi yang relevan dan sebenarnya di lapangan melalui wawancara.
- b. Data Sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Data sekunder merupakan data pendukung dari data primer yang diperoleh dari literatur dan dokumen serta data yang diperoleh dari organisasi tempat dilakukannya penelitian.

## **F. Prosedur Pengumpulan Data**

Metode yang digunakan untuk memperoleh data-data dalam penelitian ini adalah dengan teknik sebagai berikut:

### 1. Studi Pustaka (*Library Research*)

Studi kepustakaan berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti. Studi pustaka ini dilakukan untuk memperoleh teori-teori yang berkaitan dengan penelitian dari literatur-literatur, dokumen maupun penelitian terdahulu (Sugiyono, 2014:69).

### 2. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2014:79).

## **G. Instrumen Pengujian Data**

Pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner selanjutnya menilai setiap jawaban responden diukur dengan menggunakan skala *likert*. Skala *likert* yaitu sebuah alat yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang tentang gejala atau fenomena yang dihadapi ( Arifin, 2017:15). Skala likert terdiri dari 5 jawaban yang berkisar dari 1 menunjukkan sangat tidak setuju, 2 menunjukkan tidak setuju, 3 menunjukkan netral, 4 menunjukkan setuju dan 5 menunjukkan sangat setuju.

Bobot yang digunakan untuk mengukur setiap jawaban yang digunakan dalam setiap pernyataan adalah sebagai berikut:

Tabel 5  
Skala Likert

Pernyataan	Nilai
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (SS)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

### 1. Uji Validitas

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2014:78). Uji validitas instrumen dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut (Riduwan, 2013:23):

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r = Koefisien validitas yang dicari

n = Jumlah responden

X = Skor pernyataan

Y = Skor Total

Namun demikian dalam penelitian ini uji validitas tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus di atas melainkan dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science* (SPSS). Guna melihat valid atau tidaknya butir pernyataan kuesioner maka kolom yang dilihat adalah kolom *Corrected Item-Total Correlation* pada tabel *Item-Total Statistics* hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS tersebut. Dikatakan valid jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (Situmorang, et.al, 2013:36).

## 2. Uji Reliabilitas

Setelah semua butir pernyataan kuesioner dinyatakan valid, maka langkah selanjutnya adalah melakukan uji kualitas data kedua yaitu uji reliabilitas. Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui tingkat konsistensi butir pernyataan. Butir pernyataan dikatakan *reliabel* atau handal jika jawaban responden terhadap pernyataan yang diajukan selalu konsisten. Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya konsistensi kuesioner dalam penggunaannya. Butir pernyataan kuesioner dikatakan *reliabel* atau handal jika butir pernyataan tersebut konsisten apabila digunakan berkali-kali pada waktu yang berbeda. Dalam uji reliabilitas digunakan teknik *Alpha Cronbach*, dimana suatu instrumen dapat dikatakan handal (*reliabel*) bila memiliki koefisien keandalan atau alpha sebesar 0,6 atau lebih, dengan menggunakan rumus alpha, sebagai berikut:

$$r_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum S_i}{S_t} \right)$$

Keterangan:

$r_{11}$  = Nilai Reliabilitas

$\sum S_i$  = Jumlah Variabel Skor Setiap Item

$S_t$  = Varians Total

$k$  = Banyaknya Butir Pertanyaan

Sumber: Arikunto dalam Unaradjan (2013:186)

Namun demikian dalam penelitian ini uji *reliabel* tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus di atas melainkan dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science (SPSS)*. Guna melihat *reliabel* atau tidaknya butir pernyataan kuesioner



maka dapat dilihat nilai *Cronbach's Alpha* yang tertera pada tabel *Reability Statistics* hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS. Jika nilai *Cronbach's Alpha* tersebut lebih besar dari 0,6 maka dapat dikatakan bahwa semua instrumen yang digunakan dalam penelitian ini handal (*reliabel*) sehingga dapat digunakan untuk uji-uji selanjutnya (Situmorang, et.al., 2013:43).

## H. Uji Asumsi Klasik

Untuk menguji hipotesis, hasil estimasi akan ditaksir dengan metode *Ordinary Least Square (OLS)*, yaitu sebagai berikut:

### 1. Uji Normalitas

Uji ini dimaksudkan untuk mengetahui normalitas data yang digunakan dari populasi yang berdistribusi normal. Menurut Ghozali (2015:160), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal, bila asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi valid untuk jumlah sampel kecil. Uji Normalitas data dilakukan dengan metode grafik histogram, normal *prohability* plot serta uji *Kolmogorov-Smirnov*.

### 2. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2015:105), Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independen*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel *independen*. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam regresi pada penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai *VIF (Varian Inflated Factor)* dimana jika nilai  $VIF > 10$ , maka dapat dikatakan terjadi gejala multikolinieritas.

### 3. Uji Heterokedastisitas

Menurut Ghozali (2015:139), Uji Heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika *varians* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heterokedastisitas. Uji regresi Heterokedastisitas dalam regresi ini menggunakan *Scatterplot*. *Scatterplot* adalah sebuah grafik yang diplot poin atau titik yang menunjukkan hubungan antar dua pasang data.

## I. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif mengacu pada bagaimana menata atau mengorganisasi data, menyajikan dan menganalisis data. Menata, menyajikan dan menganalisis data dapat dilakukan misalnya dengan menentukan nilai rata-rata hitung (Sugiyono, 2013). Maka statistik deskriptif yang dilakukan dalam penelitian ini bertujuan untuk menentukan nilai rata-rata hitung dari variabel, dalam penelitian ini juga akan ditentukan nilai minimum, nilai maksimum, mode, median, dan standar deviasi dari masing-masing variabel tersebut.

## J. Profil Responden

Penelitian ini penulis menyebarkan kuesioner sebanyak 100 buah kepada mahasiswa dan mahasiswi program studi komunikasi dan manajemen agribisnis, untuk mendapatkan gambaran responden yang menjadi responden dalam penelitian ini berikut akan diuraikan pengelompokan responden berdasarkan:

Tabel 13

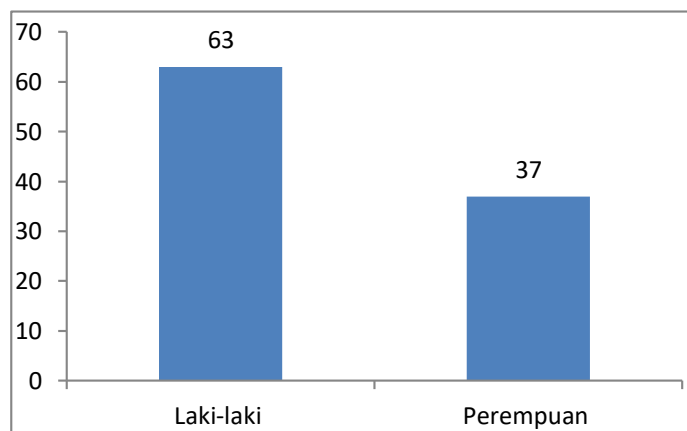
### Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Keterangan	Jumlah	Presentase
1	Laki-laki	63	63%
2	Perempuan	37	37%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data Primer diolah (2020)

Responden berdasarkan jenis kelamin, terlihat bahwa 63 responden berjenis kelamin laki-laki atau sebesar (63%), 37 responden berjenis kelamin perempuan atau sebesar (37%).

Grafik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Gambar dibawah ini :



Gambar 4  
Grafik responden berdasarkan jenis kelamin

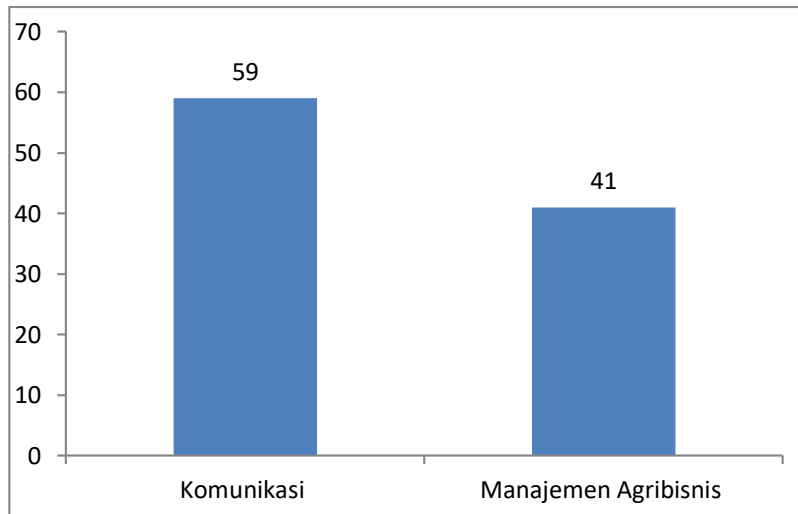
Data responden berdasarkan program studi dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 14  
Data Responden Berdasarkan Program Studi

No	Keterangan	Jumlah	Presentase
1	Komunikasi	59	59%
2	Manajemen Agribisnis	41	41%
Jumlah		100	100,00%

Sumber : Data Primer diolah (2020)

Responden berdasarkan program studi terlihat bahwa 59 responden mengambil program studi komunikasi atau sebesar (59%) dan 41 responden mengambil program studi manajemen agribisnis atau sebesar (41%). Grafik responden berdasarkan program studi dapat dilihat pada Gambar dibawah ini :



Gambar 5

Grafik responden berdasarkan Program Studi

Data responden berdasarkan daerah asal dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

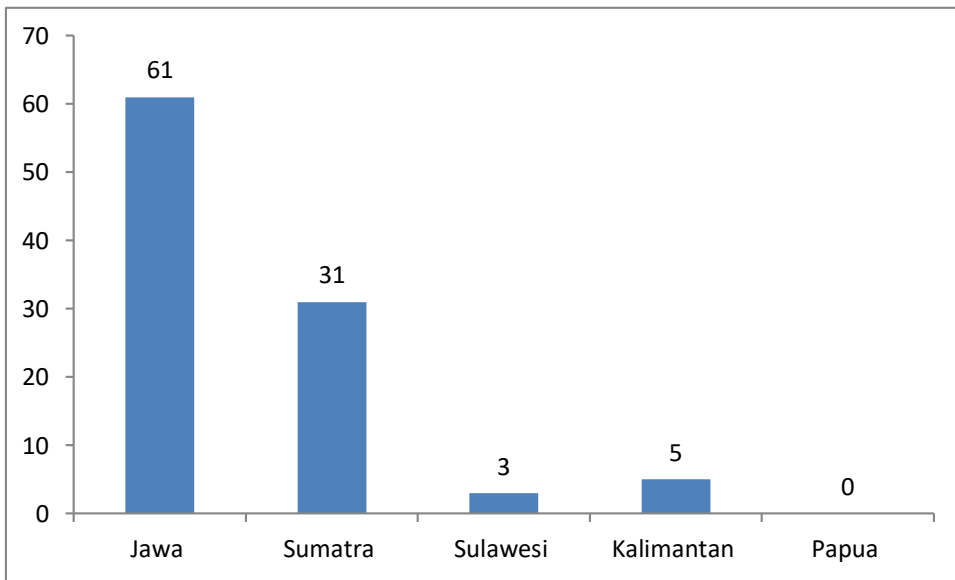
Tabel 15  
Data Responden Berdasarkan Daerah Asal

No	Keterangan	Jumlah	Presentase
1	Jawa	61	61%
2	Sumatra	31	31%
3	Sulawesi	3	3%

4	Kalimantan	5	5%
5	Papua	0	0%
Jumlah		100	100,00%

Sumber : Data Primer diolah (2020)

Responden berdasarkan daerah asal, terlihat bahwa ternyata responden yang paling banyak yaitu berasal dari Jawa sebanyak 61 responden atau (61%), mahasiswa dari Sumatra sebanyak 31 responden atau (31%), mahasiswa dari Sulawesi sebanyak 3 responden atau (3%), mahasiswa dari Kalimantan sebanyak 5 responden atau (5%). Grafik responden berdasarkan daerah asal dapat dilihat pada Gambar dibawah ini :



Gambar 6  
Grafik responden berdasarkan daerah asal

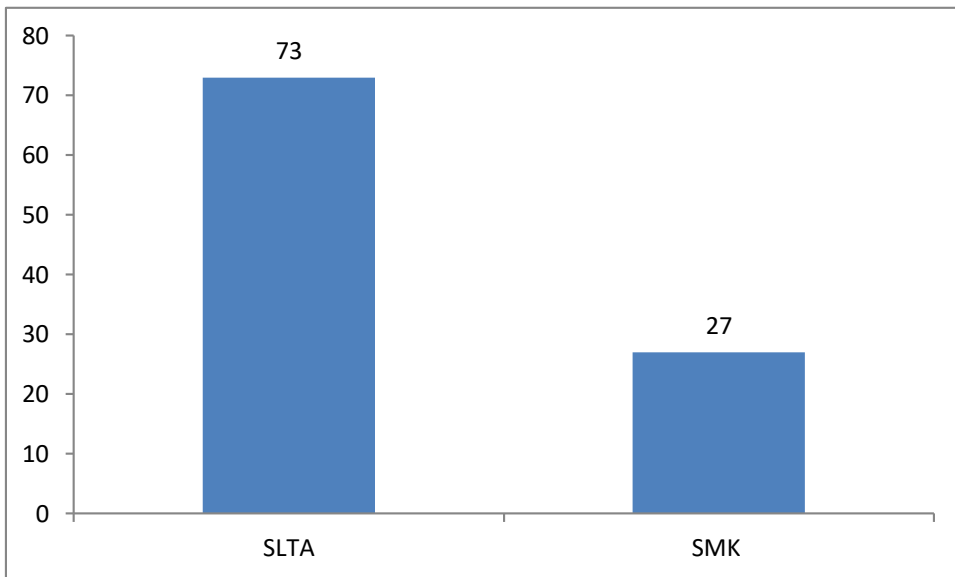
Data responden berdasarkan pendidikan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 16  
Data Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Keterangan	Jumlah	Presentase
1	SLTA	73	73%
2	SMK	27	27%
Jumlah		100	100,00%

Sumber : Data Primer diolah (2020)

Responden berdasarkan pendidikan, terlihat bahwa ternyata responden yang paling banyak berasal dari pendidikan SLTA yaitu sebanyak 73 responden atau (73%) dan mahasiswa dari pendidikan SMK sebanyak 27 responden atau (27%). Grafik responden berdasarkan sekolah asal dapat dilihat pada Gambar dibawah ini :



Gambar 7  
Grafik responden berdasarkan sekolah asal

## K. Analisa Korelasi

Kegiatan dalam analisis data diantaranya adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2014:79). Untuk mempermudah dan mempercepat proses perhitungan, pengolahan data dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan program komputer SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) For Windows Versi 20.0.

#### 1. Analisis Korelasi Berganda (*Multiple Correlation*)

Korelasi merupakan istilah yang digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antar variabel. Analisis korelasi adalah cara untuk mengetahui ada atau tidak adanya hubungan antar variabel. Dari analisis korelasi, dapat diketahui hubungan antar variabel tersebut, yaitu merupakan suatu hubungan kebetulan atau memang hubungan yang sebenarnya (Riduwan, 2013:29).

#### 2. Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini digunakan analisis regresi berganda yaitu untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Analisis regresi ganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi atau hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih ( $X_1$ ), ( $X_2$ ), ..... ( $X_n$ ) dengan satu variabel terikat (Unaradjan, 2013:225). Guna menguji pengaruh beberapa variabel bebas dengan variabel terikat dapat digunakan model matematika sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel Terikat (Keputusan Memilih)

a = Intersep (Titik Potong Dengan Sumbu Y)

b<sub>1</sub>...b<sub>2</sub> = Koefisien Regresi (Konstanta) X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>

X<sub>1</sub> = *Brand Image*

X<sub>2</sub> = Promosi

e = Standar *Error*

Sumber: Arikunto dalam Unaradjan (2013:225)

## L. Pengujian Hipotesis

### 1. Uji Parsial (Uji t)

Uji t bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variabel bebas yang diteliti dengan variabel terikat secara individu (parsial). Adapun rumus yang digunakan, sebagai berikut:

$$t = \frac{r(n - 2)}{(1 - r^2)}$$

Keterangan:

r = Koefisien Korelasi

r<sup>2</sup> = Koefisien Determinasi

n = Banyaknya Sampel

Sumber: Arikunto dalam Widayat (2013:73)

Adapun bentuk pengujiannya adalah:

1) H<sub>0</sub> : β<sub>i</sub> ≤ 0 dimana i = 1, 2



Artinya variabel bebas yang diteliti, secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikatnya

2)  $H_a : \beta_i > 0$  dimana  $i = 1,2$

Artinya variabel bebas yang diteliti, secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikatnya

Uji t dilakukan dengan cara membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  pada taraf nyata 5% ( $\alpha 0,05$ ) dengan ketentuan sebagai berikut:

1)  $t_{hitung} > -t_{tabel}$  atau  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

Artinya variabel *Brand Image* dan Promosi secara sendiri-sendiri (parsial) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Memilih.

## 2. Uji Simultan (Uji F)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Ghozali, 2015:87). Dalam penelitian ini uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh secara simultan variabel *Brand Image* ( $X_1$ ) dan Promosi ( $X_2$ ) terhadap variabel *dependen* Keputusan Memilih ( $Y$ ). Tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) = 0,05 dapat membuktikan secara statistik bahwa keseluruhan koefisien regresi signifikan dalam mempengaruhi variabel *dependen*. Statistik uji F dihitung dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

F = Koefisien F

R = Koefisien Korelasi Ganda

n = Jumlah Sampel

k = Jumlah Variabel Bebas

Langkah-langkah uji F sebagai berikut:

$H_0 : \beta_i = 1,2 = 0$ , yaitu tidak ada pengaruh *Brand Image* dan Promosi secara simultan terhadap Keputusan Memilih.

$H_1 : \beta_i = 1,2 \neq 0$ , yaitu ada pengaruh *Brand Image* dan Promosi secara simultan terhadap Keputusan Memilih.

- 1) Menentukan tingkat signifikansi, tingkat signifikansi menggunakan 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ).
- 2) Menentukan  $F_{hitung}$
- 3) Menentukan  $F_{tabel}$
- 4) Pengambilan Keputusan
- 5)  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$  maka,  $H_0$  diterima,  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka,  $H_0$  ditolak

Kesimpulan:

- 1) Jika,  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$  maka,  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya *Brand Image* dan Promosi secara simultan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Memilih.
- 2) Jika,  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka,  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya *Brand Image* dan Promosi secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Memilih.

#### 1. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) dilakukan untuk melihat adanya hubungan yang sempurna atau tidak, yang ditunjukkan pada apakah perubahan variabel bebas akan diikuti oleh variabel terikat pada proporsi yang sama. Pengujian ini dengan melihat nilai R Square ( $R^2$ ). Nilai koefisien determinasi antara 0 sampai dengan 1. Selanjutnya nilai  $R^2$  yang kecil

berarti kemampuan variabel–variabel *independen* dalam menjelaskan variabel–variabel *dependen* amat terbatas. Nilai mendekati 1 berarti variabel-variabel *independen* memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel *dependen* (Riduwan, 2013:98). Secara matematis koefisien determinasi dapat dicari dengan persamaan:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi