

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Obyek Penelitian dan Variabel Penelitian

1) Tempat dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian yang dipilih adalah PT Mekar Unggul Sari yang berlokasi di Jalan Raya Cileungsi-Jonggol, tepatnya di KM 3, kawasan Cileungsi.

2) Jenis Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode asosiatif, yaitu suatu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara empat variabel yang diteliti yaitu pengaruh produk, media promosi, orang, dan bukti fisik terhadap keputusan kunjungan wisata.

3) Data dan Sumber Data

Dalam penelitian ini data yang dipergunakan adalah data primer yaitu dengan penyebaran kuesioner kepada wisatawan Taman Buah Mekarsari yang diperoleh secara langsung dan relevan terhadap keputusan kunjungan.

4) Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini, produk, media promosi, orang, dan bukti fisik sebagai variable *independen* (X1, X2, X3, dan X4) serta pengaruhnya terhadap keputusan kunjungan wisatawan.

Tabel 3
Operasional Variabel

Variabel Independent (X)	Definisi Oprasional	Indikator	Skala
Menurut Lovelock (2010:98) (X1 : Produk)	Produk jasa adalah suatu pemberian layanan yang dialami, bukan dimiliki oleh penggunaanya .	1. Ragam 2. Kualitas 3. Desain 4. Fitur 5. Nama Merek 6. Kemasan 7. Layanan	Likert
Menurut Buchari Alma (2011:179) (X2 : Media Promosi)	Media Promosi adalah “sejenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa dengan tujuan untuk memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan dan meyakinkan calon konsumen.	1. Iklan (<i>Advertising</i>) 2. Publisitas (<i>Publicity</i>) 3. Promosi penjualan (<i>sales promotion</i>) 4. Pemasaran Langsung (<i>Direct Marketing</i>) 5. Penjualan perseorangan (<i>Personal selling</i>)	Likert
menurut Latief (2016:27) (X3 : Orang)	Orang sebagai Elemen-elemen yang terdiri dari pegawai perusahaan, konsumen, dan konsumen lain dalam lingkungan jasa.	1. Pelayanan (<i>service People</i>) 2. Pelanggan (<i>Costumer</i>)	Likert
Lovelock (2002) dalam Latief (2015: 29) (X4 : Bukti Fisik)	Bukti fisik bahwa unsur-unsur yang termasuk didalam saluran fisik antara lain lingkungan fisik dalam hal ini bangunan fisik, peralatan, logo, warna dan barang-barang lainnya yang disatukan dengan service yang diberikan seperti tiket, sampul, label, dan lain sebagainya	1. Desain fasilitas (<i>facility design</i>) 2. Peralatan (<i>equipment</i>) 3. Tanda (<i>signage</i>) 4. Baju karyawan (<i>employee dress</i>) 5. Laporan fisik lainnya (<i>other tangibles report</i>) 6. Kartu bisnis (<i>business card</i>) 7. Pernyataan (<i>statements</i>) 8. Jaminan (<i>guarantees</i>).	Likert
Kotler dan Armstrong	Keputusan kunjungan ialah yang paling disukai	1. Kemantapan pada sebuah	Likert

(2012:181) (Y: keputusan kunjungan wisatawan)	dari berbagai alternatif yang ada, tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian”. Faktor pertama adalah sikap orang lain dan faktor yang kedua adalah faktor situasional. Oleh karena itu, preferensi dan niat pembelian tidak selalu menghasilkan pembelian yang aktual.	produk. 2. Kebiasaan dalam membeli sebuah produk. 3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain. 4. Melakukan pembelian ulang.	
--	--	---	--

B. Populasi dan Sampel

Populasi adalah jumlah dari keseluruhan objek (satu atau individu) yang karakteristiknya hendak diduga. Menurut Sugiyono (2013), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi penelitian ini adalah wisatawan Taman Buah Mekarsari.

Sampel adalah “sebagian jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul *representative*. Populasi dalam penelitian ini adalah umlah pengunjung yang ada didaerah kota maupun kabupaten Bogor, serta pengunjung yang berasal dari luar kota Bogor dan jumlahnya sangat banyak sehingga tidak diketahui, Sugiyono(2013).

“Karena populasi tidak diketahui, maka besarnya sampel yang diperlukan sangat dipengaruhi oleh maksimum *error*(i) dan derajat kepercayaan dalam penaksiran populasi tersebut” menurut Aaker dan Kumar (2010). Sehingga besarnya sampel dapat diketahui sebagai berikut :

- 1) Besarnya sampel dapat diturunkan sebagai berikut: Aaker dan Kumar(2010:53)

$$\frac{n=Z^2p(1-p)}{(i)^2}$$

Dimana n adalah jumlah sampel, p adalah proporsi populasi dan Z adalah skor Z pada derajat kepercayaan tertentu serta μ adalah *sampling error* nilai p selalu berkisaran antara 0 - 1 maka besar p (1-p) dapat dicari sebagai berikut :

Jika $p=1-p$

$$p=1-p$$

p maksimum jika

$$\frac{dp}{dp}=0$$

$$1 - 2p = 0$$

$$p = 0,5$$

Substitusional nilai p tersebut ke rumus sampel persamaan maka diperoleh :

$$n = \frac{Z^2 0,5(1-0,5)}{\mu^2}$$

$$n = \frac{Z^2}{4\mu^2}$$

2) Jika derajat kepercayaan ditentukan 95% dengan tingkat kesalahan 5% ($\text{Alpha}/2 = 0,025$ diperoleh Z table sebesar 1,96) dan nilai μ adalah 10% dengan nilai Z adalah 1,96, maka jumlah sampelnya adalah :

$$n = \frac{(1,96)^2}{4(0,1)^2} = \frac{3,8416}{4(0,1)} = 96,04 \approx 100$$

Jadi, besarnya sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 96,04 atau dibulatkan menjadi 100 responden (sampel).

Peneliti menyebarkan kuesioner dengan menggunakan teknik Accidental Sampling. Accidental Sampling adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu sesuai dengan sumber data. Sugiyono(2013:67).

C. Teknik Pengumpulan Data

Terdapat dua hal utama yang mempengaruhi kualitas data hasil penelitian, yaitu kualitas instrument penelitian dan kualitas pengumpulan data. Kualitas instrument penelitian berkenaan dengan validitas dan reliabilitas instrument, sedangkan kualitas pengumpulan data berkenaan dengan ketepatan cara yang digunakan untuk mengumpulkan data.

Adapun pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik wawancara, observasi, serta kuesioner, yaitu pengumpulan data dengan cara memberikan beberapa daftar pertanyaan kepada para pengunjung wisata Taman Buah Mekarsari dengan menggunakan tiga tahapan : 1. Membagikan kuesioner, 2. Responden diminta untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan kuesioner tersebut di kolom jawaban yang telah disiapkan, 3. Kemudian apabila telah terjawab semua, lembar kuesioner dikumpulkan, diseleksi, disortir, diolah, lalu kemudian dianalisis.

D. Variabel Pengukuran

Dalam penelitian ini, variabel yang diteliti adalah variabel bebas/independent (X) yaitu variabel yang mempengaruhi variabel lain dan terikat/dependent (Y) yaitu variabel yang dipengaruhi variabel lain.

Item-item dalam metode pengukuran skala likert ialah menyediakan respon dengan kategori yang berjenjang. Biasanya banyaknya jenjang terdapat lima jenjang, yaitu : sangat setuju sekali, sangat setuju, setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Setiap kategori respon, selanjutnya diberi skor. Untuk item positif, skor terbesar adalah 5, sedangkan skor terkecil adalah 1, dan berlaku sebaliknya jika item negatif.

Lalu untuk jawaban akan dihubungkan dengan bentuk pernyataan atau dukungan sikap yang diungkapkan dengan kata-kata sebagai berikut :

Tabel 4
Skala pengukuran

Pernyataan	Nilai
Sangat Setuju Sekali (SSS)	5
Sangat Setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Indikator tersebut dipakai untuk menyusun kuesioner yang menggunakan skala likert, yaitu skala yang mengukur kesetujuan atau ketidaksetujuan seseorang terhadap serangkaian pernyataan berkaitan dengan keyakinan atau perilaku mengenai suatu objek tertentu.

1. Variabel Produk

Menurut Kotler dan Armstrong (2010) menjelaskan “produkialah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar agar menarik perhatian, akuisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan”. Produk mencakup lebih dari sekedar barang-barang yang berwujud (*tangible*). Dalam arti luas, produk meliputi objek-objek fisik, jasa, acara, orang, tempat, organisasi, ide, atau bauran entitas-entitas ini. Produk juga merupakan elemen kunci dalam keseluruhan penawaran pasar.

2. Variabel Media Promosi

“Media Promosi adalah salah satu komponen prioritas dari kegiatan pemasaran yang memberitahukan kepada konsumen bahwa perusahaan meluncurkan produk baru yang menggoda konsumen untuk melakukan kegiatan pembelian” Menurut Agus Hermawan (2013:38).

3. Variabel Orang

“Orang adalah pegawai perusahaan, konsumen, dan konsumen lain dalam lingkungan jasa”. Semua sikap dan tindakan karyawan bahkan cara berpakaian karyawan dan penampilan karyawan mempunyai pengaruh terhadap persepsi konsumen atau keberhasilan penyampaian jasa (*service encounter*), Menurut Latief (2016:27).

4. Variabel Bukti Fisik

Menurut Vellas dan Becherel (2008:143) “Bukti Fisik, perhatian dipusatkan pada dekor, lingkungan, dan suasana produk atau di mana produk akan dikonsumsi (penting terutama bagi pariwisata)”. Bentuk bukti fisik termasuk ukuran gedung, citra perusahaan, suasana, kenyamanan, fasilitas, dan kebersihan.

5. Variabel Keputusan Kunjungan

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:181), “yang paling disukai dari berbagai alternatif yang ada, tetapi dua faktor bisa berdaantara niat pembelian dan keputusan pembelian”. Faktor pertama adalah sikap orang lain dan faktor yang kedua adalah faktor situasional. Oleh karena itu,

preferensi dan niat pembelian tidak selalu menghasilkan pembelian yang aktual.

E. Metode Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Sedangkan rumus yang digunakan dalam mengukur validitas instrumen ini adalah rumus *product momen* dari pearson.

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

(Sumber : Suharsimi Arikunto, 1998:162)

Keterangan:

R_{xy} = Koefisien korelasi

N = Jumlah subyek / responden

X = Skor butir

Y = Skor total

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat nilai X

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat nilai Y

Syarat tersebut menurut Sugiyono (2014:173-174) yang harus dipenuhi yaitu harus memiliki kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka item-item pertanyaan dari kuesioner adalah valid.
- 2) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka item-item pertanyaan dari kuesioner adalah tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat ukur untuk mengukur kehandalan suatu indikator. Reliabilitas merupakan konsistensi atau kestabilan skor suatu instrumen penelitian terhadap individu yang sama, dan diberikan dalam waktu yang berbeda. Wrightstone menulis bahwa reabilitas sebagai suatu perkiraan tingkatan (*degree*) konsistensi atau kestabilan antara pengukuran ulangan dan pengukuran pertama dengan menggunakan instrumen yang sama (Yusuf, 2017:242). Dengan demikian, reliabilitas menunjukkan konsistensi suatu alat ukur dalam mengukur alat yang sama. Uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode Cronbach Alpha. Adapun rumusnya adalah sebagai berikut:

$$r_i = \frac{k}{(k-1)} \left\{ 1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right\}$$

Sumber: Sugiyono (2013:365)

Dimana:

K = Mean kuadran antara subyek

$\sum s_i^2$ = Mean kuadran kesalahan

s_t^2 = Varians total

Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel dengan menggunakan teknik ini, bila nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 menurut Nunnally dalam Sugiyono (2013:42).

2. Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2013:160) mengemukakan bahwa, uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas diperlukan karena untuk melakukan pengujian-pengujian variabel lainnya dengan mengansumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Untuk menguji suatu data berdistribusi normal atau tidak, dapat diketahui dengan menggunakan grafik dan analisis statistik.

Metode yang digunakan untuk melakukan uji normalitas dalam penelitian ini adalah dengan analisis statistik yang menggunakan *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test*, dengan taraf signifikan 0,05 atau 5%. Dasar pengambilan keputusan untuk pengujian normalitas adalah sebagai berikut:

- 1) Jika taraf signifikan yang dihasilkan $> 0,05$ maka H_0 diterima, sehingga data tersebut terdistribusi normal.
- 2) Jika taraf signifikan yang dihasilkan $< 0,05$ maka H_0 diterima, sehingga data tersebut tidak terdistribusikan secara normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas menguji terjadinya perbedaan *variance residual* suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain, atau gambaran hubungan antara nilai yang diprediksi dengan *Studentized Delete Residual* nilai tersebut. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki persamaan *variance residual* suatu periode pengamatan dengandengan periode pengamatan yang lain, atau adanya hubungan antara nilai yang diprediksi dengan *Studentized Delete Residual* nilai tersebut sehingga dapat dikatakan model tersebut homokedastisitas. Pengujian Heteroskedastisitas ini menggunakan bantuan perangkat komputer dengan program SPSS 20.

Cara memprediksi ada tidaknya heterokedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola *scatterplot* model tersebut dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau sekitar angka 0.
- 2) Titi-titik data mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.
- 3) Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
- 4) Penyebaran titik-titik data sebaliknya tidak berpola.

c. Uji Multikolineritas

Uji multikolineritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan dengan variabel independen lain dalam satu model. Kemiripan antar variabel independen dalam suatu model akan menyebabkan terjadinya korelasi yang sangat kuat antara suatu variabel independen dengan variabel independen yang lain. Selain itu deteksi terhadap multikolineritas juga bertujuan untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan kesimpulan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Deteksi multikolieritas pada suatu model dapat dilihat dari beberapa hal, antara lain:

- 1) Jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) lebih kecil dari 10 dan nilai *Tolerance* tidak kurang dari 0,1, maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolineritas $VIF = 1 / Tolerance$, jika $VIF = 10$,

maka $Tolerance = 1/10 = 0,1$. Semakin tinggi VIF maka semakin rendah $Tolerance$.

- 2) Jika nilai koefisien korelasi antar masing-masing variabel independen kurang dari 0,70, maka model dapat dinyatakan bebas dari asumsi klasik multikolinieritas. Jika lebih dari 0,7 maka diasumsikan terjadi korelasi yang sangat kuat antar variabel independen sehingga terjadi multikolinieritas.
- 3) Jika nilai koefisien determinan, baik dilihat dari R^2 maupun R - $Square$ di atas 0,60 namun tidak ada variabel independen yang berpengaruh terhadap variabel dependen, maka ditengarai model terkena multikolinieritas.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda menurut Sunyoto (2012:139) menyatakan bahwa analisis regresi berganda untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel bebas ($X_{1, 2, 3, \dots, n}$) terhadap variabel terikat (Y). Dalam penelitian ini analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas, yaitu produk, media promosi, orang, dan bukti fisik terhadap variabel terikat yaitu keputusan kunjungan wisata. Analisis data dilakukan dengan menggunakan program *SPSS 20*.

Persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

Sumber: Sugiyono (2013:275)

Keterangan:

- Y = Loyalitas Konsumen
a = Konstanta
b₁ = Koefisien regresi Produk
b₂ = Koefisien Regresi Media Promosi
b₃ = Koefisien Regresi Orang
b₄ = Koefisien Regresi Bukti Fisik
X₁ = Produk
X₂ = Media Promosi
X₃ = Orang
X₄ = Bukti Fisik

Persamaan Regresi Berganda dapat digunakan dalam analisis jika telah memenuhi syarat asumsi klasik.

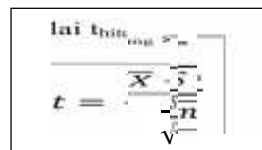
4. Uji Hipotesis

Uji Hipotesis dilakukan untuk mengetahui seberapa pengaruh produk, media promosi, orang, dan bukti fisik terhadap keputusan kunjungan wisata di Taman Buah Mekarsari. Dengan menggunakan analisis regresi berganda dan pengolahan data dilakukan dengan menggunakan

program SPSS. Dalam penelitian ini dilakukan uji Hipotesa dengan langkah-langkah dan asumsi sebagai berikut:

a. Hipotesis statistik secara Parsial (Uji t).

Menurut *Ghozali* (2013, 98) uji t atau pengujian secara parsial pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual atau parsial dalam menerangkan variasi variabel dependen. Menurut *Sugiyono* (2015, 250) rumus yang digunakan untuk mencari nilai t_{hitung} sebagai berikut:



$$t = \frac{\bar{X} - \mu_0}{\frac{s}{\sqrt{n}}}$$

Keterangan:

t = nilai t yang dihitung

\bar{X} = nilai rata-rata

μ_0 = nilai yang dihipotesiskan

s = simpangan baku sampel

n = jumlah sampel

Pengujian hipotesis secara parsial (uji t), yaitu:

1) $H_0: =0$

Tidak ada pengaruh produk secara parsial terhadap keputusan kunjungan wisata.

$H_0: 0$

Ada pengaruh produk secara parsial terhadap keputusan kunjungan wisata.

2) $H_0: =0$

Tidak ada pengaruh media promosi secara parsial terhadap keputusan kunjungan wisata.

$H_0: 0$

Ada pengaruh media promosi secara parsial terhadap keputusan kunjungan wisata.

3) $H_0: =0$

Tidak ada pengaruh orang secara parsial terhadap keputusan kunjungan wisata.

$H_0: 0$

Ada pengaruh orang secara parsial terhadap keputusan kunjungan wisata.

4) $H_0: =0$

Tidak ada pengaruh bukti fisik secara parsial terhadap keputusan kunjungan wisata.

$H_0: 0$

Ada pengaruh bukti fisik secara parsial terhadap keputusan kunjungan wisata.

b. Pengujian Secara Simultan (Uji F)

Menurut *Ghozali* (2013, 98) uji simultan atau uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan

dalam model memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Menurut *Sugiyono* (2015, 257) untuk memperoleh hasil uji F, maka digunakan rumus sebagai berikut:

$$F = \frac{\frac{R^2}{K}}{\frac{1-R^2}{n-k-1}}$$

Keterangan:

R^2 = Koefisien korelasi ganda

n = Jumlah sampel

k = Jumlah variabel independen

Pengujian hipotesis secara simultan (uji F), yaitu:

- 1) H_0 : $\beta = 0$ (tidak ada hubungan antara X dengan Y)

Tidak terdapat pengaruh antara variabel produk, media promosi, orang, dan bukti fisik secara simultan dengan variabel keputusan kunjungan wisata di Taman Buah Mekarsari.

- 2) H_a : $\beta \neq 0$ (terdapat hubungan antara X dengan Y)

Terdapat pengaruh antara variabel variabel produk, media promosi, orang, dan bukti fisik secara simultan dengan variabel keputusan kunjungan wisata di Taman Buah Mekarsari.

5. Analisis Korelasi

Korelasi ganda (*multiple correlation*) merupakan angka yang menunjukkan arah dan kuatnya hubungan antara dua variabel independen secara bersama-sama atau lebih dengan satu variabel dependen disebut korelasi ganda, dan bisa disimbolkan R.

Rumus korelasi ganda dari empat variabel bebas (X_1, X_2, X_3 dan X_4) dengan satu variabel terikat (Y) sebagai berikut:

$$R_{y. x_1 x_2} = \sqrt{\frac{r_{yx_1}^2 + r_{yx_2}^2 - 2r_{yx_1} r_{yx_2} r_{x_1 x_2}}{1 - r_{x_1 x_2}^2}}$$

Sumber: Sugiyono (2013:233)

Dimana:

$R_{y. x_1 x_2}$ = Korelasi antara variabel X_1 dengan X_2 secara bersama-sama dengan variabel Y.

r_{yx_1} = Korelasi product moment antara X_1 dengan Y

r_{yx_2} = Korelasi product moment antara X_2 dengan Y

$r_{x_1 x_2}$ = Korelasi product moment antara X_1 dengan X_2

Dalam menguji ada tidaknya hubungan yang erat antara produk, media promosi, orang dan bukti fisik terhadap keputusan kunjungan, penulis menggunakan tabel interpretasi koefisien korelasi sebagai ditunjukkan pada tabel 5 berikut:

Tabel 5
Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2013:231)

6. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi yaitu analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh X terhadap Y. Untuk mengetahui besarnya koefisien determinasi tersebut, maka dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\mathbf{KD = r_{xy}^2 \times 100\%}$$

Dimana:

KD = Seberapa besar perubahan variabel Y yang dipengaruhi oleh variabel X.

r_{xy}^2 = Kuadrat koefisien korelasi ganda