

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Paradigma penelitian kuantitatif menekankan pada pengujian teori melalui pengukuran variabel penelitian melalui angka, kemudian dilakukan analisis data melalui prosedur statistik (Paramita & Rizal, 2018: 10).

Metode penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang dilakukan untuk menjawab pertanyaan dengan menggunakan rancangan yang terstruktur, sesuai dengan sistematika penulisan karya tulis ilmiah. Penelitian kuantitatif dapat bersifat *time series*, *cross sectional* ataupun penggabungan keduanya (Paramita & Rizal, 2018: 11).

3.2 Obyek penelitian

Objek penelitian ini adalah variabel independen penggunaan citra perusahaan dan pelayanan terhadap variabel dependen yaitu minat anggota untuk menganalisis variabel independen dan dependen tersebut. Penelitian ini dilakukan anggota Koperasi Mulia di Pulo Tempeh Lumajang.

3.3 Jenis dan sumber data

3.3.1 Jenis data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer. Data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, kelompok fokus dan panel, atau juga data hasil wawancara peneliti dengan narasumber. Data yang diperoleh dari data primer ini harus diolah lagi. Sumber data yang langsung memberikan data kepada

pengumpul data (Wiratna, 2014: 73). Data primer pada penelitian ini menggunakan data yang berasal dari kuisioner oleh responden yaitu konsumen Koperasi Mulia di Pulo Tempeh Lumajang.

3.3.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data eksternal. Data eksternal adalah data yang didapat dari luar perusahaan atau organisasi (Paramita & Rizal, 2018: 72). Data eksternal meliputi fenomena penggunaan media sosial, pengaruh teman sebaya dan keputusan pembelian. Data eksternal dalam penelitian ini diambil dari teori landasan yang tepat untuk mendukung penelitian ini, yang berupa buku, artikel, makalah, dan jurnal. Data internal dalam penelitian ini diperoleh dari Koperasi Mulia di Pulo Tempeh Lumajang.

3.4 Populasi, Sampel, Dan Teknik Sampling

3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2015: 148). Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen atau anggota Koperasi Mulia Pulo Tempeh Lumajang sejumlah 115 anggota.

3.4.2 Sampel

Menurut (Sugiyono, 2015: 136) Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang di miliki oleh populasi tersebut. Apabila populasi tersebut dalam jumlah besar dan peneliti tidak bisa untuk mempelajari semua yang ada

pada populasi, contohnya: keterbatasan jumlah keuangan, waktu dan sejumlah tenaga maka peneliti dapat menggunakan sampel yang telah di ambil dari populasi tersebut.

Dalam menentukan ukuran sampel pada penelitian ini menggunakan teknik Slovin. Adapun penelitian ini menggunakan rumus Slovin karena dalam penarikan sampel, jumlahnya harus representative agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannya pun tidak memerlukan tabel jumlah sampel, namun dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan sederhana. Rumusnya sebagai berikut:



Keterangan :

n = Sampel

N = Populasi

e = Perkiraan tingkat kesalahan 10% (Siregar, 2013:34).

Dimana dalam penelitian ini, pengambilan sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{115}{1 + 115(0,1)^2}$$

$$n \frac{115}{2,15} = 53,4 \text{ dibulatkan menjadi } 53$$

Sehingga jumlah ukuran sampel dalam penelitian ini berjumlah 53 orang anggota Koperasi Mulia di Pulo Tempeh Lumajang.

3.4.3 Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini diambil secara *probability sampling*, dan teknik yang dipilih yaitu *simple random sampling*. *Simple random sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2012: 118).

3.5 Variabel Penelitian, Definisi Konseptual Dan Definisi Operasional

3.5.1 Variabel Penelitian

Berdasarkan judul penelitian “Pengaruh Citra Perusahaan dan Pelayanan terhadap Minat Anggota pada Koperasi Mulia di Pulo Tempeh Lumajang”. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu variabel independen atau bebas (citra perusahaan dan pelayanan) dan variabel dependen atau terikat (minat anggota).

a. Variabel Independen

(Sugiyono, 2012: 59) dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).

Variabel ini dilambangkan dengan X ini memiliki pengaruh positif maupun negatif terhadap variabel dependennya. Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel Independennya adalah :

- 1) Citra Perusahaan (X_1)
- 2) Pelayanan (X_2)

b. Variabel Dependen

Sugiyono (2012: 59) sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah minat anggota (Y).

3.5.2 Definisi Konseptual

a. Citra Perusahaan

Ratih Permata Sari (2019:12) Citra perusahaan merupakan hasil dari kumpulan proses dimana konsumen membandingkan berbagai atribut yang dimiliki oleh perusahaan.

b. Pelayanan

Menurut Hasibuan (2005: 78), pelayanan koperasi adalah usaha koperasi memberikan pelayanan yang sebaik mungkin terhadap apa yang diperlukan anggota sehingga anggota memperoleh kemudahan dalam memperoleh barang atau jasa yang di gunakan untuk memenuhi kebutuhan.

c. Minat Anggota

Sugiono Sugiharto (2013) minat adalah sesuatu yang pribadi dan berhubungan dengan sikap, individu yang berminat terhadap suatu obyek akan mempunyai kekuatan atau dorongan untuk melakukan serangkaian tingkah laku untuk mendekati atau mendapatkan objek tersebut.

3.5.3 Definisi Operasional

a. Citra Perusahaan

Indikator Citra Perusahaan Menurut (Pasaribu, 2020)

- 1) *Personality* (kepribadian dari perusahaan)
- 2) *Reputation* (reputasi yang dimiliki perusahaan)
- 3) *Kredibilitas* (kualitas yang ada di perusahaan)
- 4) *Reliabilitas* (potensi atau keandalan yang dimiliki perusahaan)
- 5) *Trustworthines* (kepercayaan yang layak yang dimiliki perusahaan)
- 6) *Responsibility* (kemampuan perusahaan bertanggung jawab)
- 7) *Value* (nilai lebih yang dimiliki perusahaan yang menjadi)
- 8) *Corporate identity* (identitas perusahaan bagi konsumen)

b. Pelayanan.

Menurut (Tjiptono & Chandra, 2017:78) pelayanan dapat diidentifikasi melalui indikator sebagai berikut:

- a. *Tangible* (berwujud)
- b. *Reliability* (kehandalan)
- c. *Responsiviness* (respon/ketanggapan)
- d. *Assurance* (jaminan)
- e. *Empaty* (empati).

c. Variabel Dependen Minat Anggota

Minat beli dapat di identifikasikan melalui indikator-indikator sebagai berikut:

- a. Minat transaksional
- b. Minat refrensial
- c. Minat eksploratif

3.6 Instrumen penelitian

Tabel 3.1
Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Instrument	Skala	Sumber
1.	Citra perusahaan (X1)	<i>Personality</i> (kepribadian dari perusahaan)	Koperasi Mulia Pulo di Tempeh Lumajang sangat baik dan bagus	Ordinal	Pasaribu (2020)
		<i>Reputation</i> (reputasi yang dimiliki perusahaan)	Koperasi Mulia Pulo di Tempeh Lumajang memiliki reputasi yang tinggi	Ordinal	
		<i>Kredibilitas</i> (kualitas yang ada di perusahaan)	Kualitas Koperasi Mulia Pulo di Tempeh Lumajang diatas standar	Ordinal	
		<i>Reliabilitas</i> (potensi atau keandalan yang dimiliki perusahaan)	Banyaknya kendala pada Koperasi Mulia Pulo di Tempeh Lumajang dalam jam operasionalnya	Ordinal	
		<i>Trustworthines</i> (kepercayaan yang layak dimiliki perusahaan)	Anggota memiliki rasa percaya yang tinggi dan aman pada Koperasi Mulia Pulo di	Ordinal	

			Tempeh Lumajang		
		<i>Responsibility</i> (kemampuan perusahaan bertanggung jawab)	Koperasi Mulia Pulo Tempeh memiliki tanggung jawab jika ada kesalahan pada sistem kerjanya	Ordinal	
		<i>Value</i> (nilai lebih yang dimiliki perusahaan)	Koperasi Mulia Pulo Tempeh telah memiliki nilai lebih dimata anggota	Ordinal	
		<i>Corporate identity</i> (identitas perusahaan bagi konsumen)	Koperasi Mulia Pulo Tempeh memiliki identitas tersendiri.	Ordinal	
2	Pelayanan (X2)	<i>Tangible</i> (berwujud)	Karyawan berpenampilan rapi selama jam operasional berlangsung	Ordinal	Tjiptono & Chandra (2017:78)
		<i>Reliability</i> (kehandalan)	Koperasi Mulia Pulo Tempeh memberikan pelayanan dengan memberikan kemudahan anggota dalam berproses.	Ordinal	
		<i>Responsiviness</i> (respon/ketangapan)	Karyawan dengan cepat memberi respon ke anggota yang ingin	Ordinal	

			mendapatkan pelayanan		
		<i>Assurance</i> (jaminan)	Karyawan memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan	Ordinal	
		<i>Empaty</i> (empati).	Mendahulukan anggota atau pemohon dengan bersikap ramah	Ordinal	
3	Minat anggota (Y)	Minat transaksional	Anggota memiliki minat bertransaksi pada Koperasi Mulia Pulo Tempeh	Ordinal	Pramono & Ferdinand (2012)
		Minat refrensial	Anggota memiliki minat untuk merekomendasikan produk yang ditawarkan Koperasi Mulia Pulo Tempeh kepada orang lain	Ordinal	
		Minat eksploratif	Anggota berminat mencari informasi mengenai produk dari Koperasi Mulia Pulo Tempeh	Ordinal	

Sumber : Citra Persahaan Pasaribu (2020), Pelayanan Tjiptono & Chandra (2017:78), Minat Anggota Pramono & Ferdinand (2012)

3.7 Metode Pengumpulan Data

3.7.1 Observasi

Menurut (Sugiyono, 2008:93) Sugiyono (2008:93) Observasi Merupakan metode penelitian dimana peneliti mengamati secara langsung obyek penelitian, guna menambah data dan informasi yang diperlukan. Observasi yang dilakukan peneliti adalah datang dan mengamati secara langsung obyek penelitian di Koperasi Mulia Pulo Tempeh Lumajang.

3.7.2 Wawancara

Menurut (Sugiyono, 2012) wawancara atau *interview* adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab, sambil bertatap muka antara si penanya atau pewawancara dengan peneliti.

Wawancara dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara dengan pelanggan Koperasi Mulia Pulo Tempeh Lumajang.

3.7.3 Kuesioner

Menurut (Sugiyono, 2012) kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden.

Untuk penyebaran kuesioner sebagai bahan peneliti diberikan kepada pelanggan Koperasi Mulia Pulo Tempeh Lumajang. Menentukan skor atas setiap pertanyaan dalam kuesioner yang disebarakan menggunakan skala likert.

Adapun bentuk skala *likert* Menurut (Sugiyono, 2012) sebagai berikut :

Tabel 3.2
Bobot Nilai Setiap Pertanyaan

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
Sangat setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Sumber: (Sugiyono, 2012)

3.7.4 Dokumentasi

Menurut (Arikunto, 2012:199) dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat, kabar, majalah, prasasti, nopyulen rapat, lengger, agenda, dan sebagainya.

Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan mengumpulkan, mencatat, meng-*copy* dokumen yang ada dilokasi penelitian.

3.7.5 Studi pustaka

Menurut Sugiyono (2008:93) Studi pustaka merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan data-data yang diperlukan dalam penelitian dengan cara membaca literatur-literatur yang berhubungan dengan permasalahan yang akan diteliti.

3.8 Teknik analisis data

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan analisis regresi linear berganda, mencari hubungan *assosiatif* yang bersifat kausal. (Sugiyono, 2012) menyatakan bahwa penelitian *assosiatif* adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih.

Hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi disini ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependen (dipengaruhi).

Sebelum dilakukan analisis dan uji pengaruh, maka terhadap kuesioner perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Selanjutnya akan dilakukan analisis dan uji pengaruh yang menggunakan asumsi dasar regresi linier berganda bahwa data harus berdistribusi normal, terbebas dari Multikolinieritas (*Multicolonearity*) dan Heterokedastisitas (*Heterokedasticity*).

3.8.1 Uji Instrumen Penelitian

Sebelum dilakukan pengujian terhadap hipotesis, maka perlu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas terhadap kuesioner yang digunakan untuk menjangking data responden, dimana asumsi dasar yang harus dipenuhi oleh kuesioner adalah data harus valid dan reliabel untuk bisa dilakukan pengujian hipotesis tahap berikutnya.

a. Uji Validitas

Sugiyono (2015) menyatakan bahwa validitas adalah derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dilakukan oleh peneliti. Dengan demikian, data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian.

Pengujian validitas penelitian ini mempergunakan analisis korelasi *Product Moment* dengan mengkorelasikan skor tiap item dengan skor sebagai jumlah skor item. Rumus korelasi *Product Moment* (Muhyiddin, 2017) adalah sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\Sigma XY) - (\Sigma X \Sigma Y)}{\sqrt{(n\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2)(n\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2)}}$$

r = Koefisien validitas

x = Nilai Pemanding

y = Nilai dari instrumen yang akan dicari validitasnya

n = Banyaknya sampel

Sunyoto (2011) validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah.

b. Uji Reliabilitas

Augustine & Kristaung (2013) menyatakan bahwa reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk menunjukkan hasil pengukuran relatif konsisten jika pengukuran dilakukan dua kali atau lebih. Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sampai mana alat pengukur dapat menghasilkan data yang valid.

Nugroho (2011) uji realibitas dapat dilakukan dengan melihat koefisien *Alpha Cronbach*. Indeks kriteria reliabilitas dibedakan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 3.3.
Indeks Kriteria Reliabilitas

No	Interval <i>Alpha Cronbach</i>	Tingkat Reliabilitas
1.	0,00 – 0,20	Kurang Reliabel
2.	0,201 – 0,49	Agak Reliabel
3.	0,401 – 0,60	Cukup Reliabel
4.	0,60 – 0,80	Reliabel
5.	0,80 – 1,00	Sangat Reliabel

Sumber: Nugroho (2011)

Dasar pengambilan keputusan:

- Jika nilai Alpha (r_{hitung}) $>$ r_{tabel} maka item atau angket reliabel atau konsisten.
- Jika nilai Alpha (r_{hitung}) $<$ r_{tabel} maka item atau angket tidak reliabel.

3.8.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda adalah suatu metode analisis yang digunakan untuk menentukan ketepatan prediksi dari pengaruh yang terjadi antara variabel *independen* (X) terhadap variabel *dependen* (Y):

Formula untuk regresi berganda adalah sebagai berikut:

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

Dimana

MA= Variabel dependen yaitu minat anggota

CP = Citra perusahaan

P = Pelayanan

a = Konstanta

β = Koefisien regresi variabel *independen*

e = Error

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

Kualitas data dalam penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik uji asumsi klasik digunakan untuk menguji data yang telah dikumpulkan oleh peneliti untuk mengetahui kualitas baik dari data tersebut. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari uji normalitas data, uji multikolinearitas, uji autokorelasi dan uji heteroskedastisitas. Jika data yang telah dikumpulkan tersebut

memenuhi seluruh kriteria asumsi klasik, maka data tersebut termasuk dalam kategori data yang baik (Ghozali, 2013).

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas data merupakan uji distribusi data yang akan dianalisis, apakah penyebarannya normal atau tidak, sehingga dapat digunakan dalam analisis parametrik (Lupiyoadi & Ikhsan, 2015). Dalam menentukan apakah suatu model berdistribusi normal atau tidak, biasanya dapat dilakukan dengan melihat pada bentuk histogram residual yang bentuknya seperti lonceng atau tidak, atau menggunakan *normal probability plot* dengan mengacu pada nilai residu yang membentuk pola tertentu.

Sugiyono (2015), hipotesis yang telah dirumuskan akan diuji dengan statistik parametris, antara lain dengan menggunakan *t-test* untuk satu sampel, korelasi dan regresi, analisis varian dan *t-test* untuk dua sampel. Penggunaan statistik parametris mensyaratkan bahwa setiap variabel yang akan dianalisis harus berdistribusi normal.

(Lupiyoadi & Ikhsan, 2015) menyatakan bahwa, normalitas data dapat diuji dengan beberapa cara sebagai berikut:

- 1) Menggunakan rasio *skewness* dan rasio kurtosis yang dapat dijadikan petunjuk apakah suatu data berdistribusi normal atau tidak dengan cara melakukan pembagian dengan standar *error skewness*, begitu juga untuk kurtosis. Dengan cara ini, batasan data dikatakan berdistribusi normal jika nilai rasio kurtosis dan *skewness* berada di antara -2 hingga 2, di luar nilai tersebut maka data tidak berdistribusi normal. Dengan rumus:

$$Z_{skewness} = \frac{Skewness}{\sqrt{6/N}} \quad \text{dan} \quad Z_{kurtosis} = \frac{kurtosis}{\sqrt{6/N}}$$

Dimana N adalah jumlah sampel, jika $Z_{hitung} > Z_{tabel}$, maka distribusi tidak normal.

- 2) Pengujian normalitas dapat juga dihitung dengan menggunakan metode uji *Kolmogorof Smirnov* atau uji K-S termasuk dalam golongan non-parametrik karena peneliti belum mengetahui apakah data yang digunakan termasuk data parametrik atau bukan. Pada uji K-S, data dikatakan normal apabila nilai sign $> 0,05$ dan sebaliknya apabila nilai sign $< 0,05$ maka tidak berdistribusi normal.

Pengujian normalitas data dalam penelitian ini adalah dengan melihat penyebaran data melalui sebuah grafik. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah terjadinya korelasi atau hubungan yang hampir sempurna di antara variabel independen. Pada model yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Adanya multikolinieritas menyebabkan suatu model regresi memiliki varian yang besar sehingga sulit mendapatkan estimasi yang tepat. Multikolinieritas dapat diketahui dengan melihat nilai VIF (*Variance inflation factor*), dimana jika nilai VIF dibawah 10 maka bisa dikatakan multikolinieritas yang terjadi tidak berbahaya atau lolos dari uji multikolinieritas (Paramita & Rizal, 2018).

c. Uji Heteroskedastisitas

Suatu model pengujian seperti regresi linier berganda, maka data harus terbebas dari gejala heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas berarti variasi residual tidak sama dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain, sehingga variasi residual harus bersifat homoskedastisitas, yaitu pengamatan yang lain sama agar memberikan pendugaan model yang lebih akurat (Lupiyoadi & Ikhsan, 2015).

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji ketidaksamaan varian dari residual yang satu dengan residual yang lain pada semua pengamatan model regresi. Pada dasarnya model regresi harus dipenuhi syarat tidak adanya heteroskedastisitas. Jika pada *scatterplot* titik-titiknya mempunyai pola yang teratur baik menyempit, melebar maupun bergelombang maka di asumsikan bahwa tidak adanya heteroskedastisitas (Sunyoto, 2011).

3.8.4 Uji Hipotesis

Setelah dilakukan analisis regresi linier berganda kemudian dilakukan pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dan seberapa besar pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen

(Lupiyoadi & Ikhsan, 2015), uji t digunakan untuk menguji apakah sebuah variabel bebas benar memberikan pengaruh terhadap variabel terikat. Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu citra perusahaan dan pelayanan terhadap variabel terikat yaitu minat anggota secara parsial dan simultan yang diuji dengan cara signifikan.

Adapun langkah-langkah pengujian hipotesis menurut (Nugroho, 2011) sebagai berikut:

1) Merumuskan Hipotesis

H₁: citra perusahaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat anggota pada Koperasi Mulia di Pulo Tempeh Lumajang.

H₂: pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat anggota pada Koperasi Mulia di Pulo Tempeh Lumajang.

2) Menentukan level of signifikan dengan $\alpha = 5\%$

3) Menentukan kriteria pengujian :

Jika $-t_{\text{tabel}} > t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$, maka H₀ ditolak H_a diterima

Jika $-t_{\text{tabel}} > t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$, maka H₀ diterima H_a ditolak

4) Membuat kesimpulan dengan membandingkan hasil t_{hitung} dengan t_{tabel} .

3.8.5 Koefisien Determinasi (R²)

Sanusi (2011) menyatakan bahwa koefisien determinasi (R²) juga disebut dengan determinasi majemuk atau *multiple coefficient of determination* yang hampir sama dengan koefisien r². R juga hampir sama dengan r, yang menjadi pembeda adalah fungsinya, kecuali regresi linear sederhana. R² menjelaskan proporsi variasi dalam variabel terikat (Y) yang dijelaskan oleh variabel bebas yang berjumlah lebih dari satu variabel secara bersama – sama.

Sementara itu, r² mengukur kebaikan sesuai *goodness – of – fit* dari persamaan regresi, yakni memberikan presentase variasi total dalam variabel terikat (Y) yang dijelaskan oleh hanya satu variabel bebas (X). r merupakan koefisien korelasi yang menjelaskan keeratan hubungan linear diantara dua variabel yang nilainya dapat negatif atau positif. R merupakan koefisien korelasi majemuk yang mengukur tingkat hubungan antara variabel terikat (Y) dengan

semua variabel bebas yang menjelaskan secara bersama-sama dan nilainya selalu positif.

