

## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

### 3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Miss Cimory Center Cibinong pada Bulan Maret 2022 sampai dengan Agustus 2022, sesuai dengan jadwal penelitian yang tertera pada tabel di bawah ini

Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian

No	Kegiatan	Maret 2022				April 2022				Mei 2022				Juni 2022				Juli 2022				Agustus 2022			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Observasi Awal	■	■	■	■																				
2	Pengajuan Izin Penelitian					■	■	■	■																
3	Persiapan Instrumen Penelitian									■	■	■	■												
4	Pengumpulan Data													■	■	■	■								
5	Pengolahan Data																	■	■	■	■				
6	Analisis dan Evaluasi																					■	■	■	■
7	Penulisan Laporan																					■	■	■	■
8	Seminar Hasil Penelitian																					■	■	■	■

Sumber : Rencana Penelitian (2022)

### 3.2. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survei yaitu penelitian yang datanya dikumpulkan dari sampel atas populasi untuk mewakili seluruh populasi. Maksud penelitian survei untuk penjajagan (*explorative*), deskriptif, penjelasan (*explanatory atau confirmatory*), evaluasi, prediksi atau peramalan, penelitian operasional dan pengembangan indikator-indikator sosial. Metode survei digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, tes, wawancara terstruktur dan sebagainya (Sugiyono, 2014:6).

### 3.3. Populasi dan Sampel

#### 3.3.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dalam objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari yang kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2009:90). Sedangkan sampel adalah bagian dan jumlah karakteristik dari populasi tersebut. Populasi dapat diidentifikasi sebagai keseluruhan obyek/ subyek yang menjadi sumber data penelitian. Adapun populasi dalam penelitian disini adalah konsumen yang membeli susu Cimory di Miss Cimory Center Cibinong. Berdasarkan informasi dari Miss Cimory jumlah pelanggan selama 3 bulan terakhir rata-rata setiap bulannya adalah 600 pelanggan. Oleh sebab itu dalam penelitian ini kami menggunakan angka 600 sebagai populasi penelitian.

#### 3.3.2. Sampel

Jenis sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik nonprobability sampling, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel menurut Sugiyono (2007:7) dan metode yang digunakan adalah *sampling accidental*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja masyarakat sebagai konsumen yang secara kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Sampel yang baik adalah yang kesimpulannya dapat dikenakan pada populasi yaitu sampel yang bersifat representatif atau yang dapat menggambarkan karakteristik populasi. Rumus penentuan jumlah sampling dalam penelitian ini menggunakan rumus dari Slovin dan Husein Umar (2001:78), yaitu :

$$\text{Rumus} \quad n = \frac{N}{Nd^2+1}$$

Dimana :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

d<sup>2</sup> = Presisi yang ditetapkan (dalam penelitian ini ditetapkan sebesar 10%)

Sumber : Rakhmad dalam Unaradjan (2013:124)

Dalam penelitian ini :

$n = X$

$N = 600$  orang (*Data Miss Cimory Center Cibinong Jan – Maret 2022*)

$d = 10\%$

maka,  $n = \frac{600}{600(0,1)^2+1} = 85.7 \approx 86$

Dengan demikian jumlah sampel yang diambil adalah 86 orang.

Guna mendapatkan sampel yang representif yaitu dapat mewakili populasi di atas, maka menggunakan teknik pengambilan sampel berupa *purposive sampling* dengan pertimbangan tertentu dengan kriteria sebagai berikut:

1. Seseorang yang sudah melakukan pembelian berkelanjutan
2. Seseorang yang membeli untuk dikonsumsi sendiri
3. Seseorang yang sudah bisa memberikan pendapat
4. Minimal pembelian sebesar Rp. 100.000,- (seratus ribu rupiah) untuk satu kali transaksi atau kontinuitas

### **3.4. Teknik Pengumpulan Data**

Proses pengumpulan data sebenarnya dapat dilakukan dengan beberapa cara. Sugiyono (2014:137) menyatakan bahwa:

”Terdapat dua hal utama yang mempengaruhi kualitas data hasil penelitian yaitu kulaitas instrumen penelitian dan kualitas pengumpulan data. Kualitas instrumen penelitian berkenaan dengan validitas dan reliabilitas instrumen dan kualitas pengumpulan data berkenaan ketepatan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data. Oleh karena itu instrumen yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya, belum tentu dapat menghasilkan data yang valid dan reliabel, apabila instrumen tersebut tidak digunakan secara tepat dalam pengumpulan datanya.”

Selanjutnya perlu penulis sampaikan bahwa dalam melakukan penelitian ini penulis mengumpulkan data primer yaitu data asli yang dikumpulkan oleh periset untuk menjawab masalah riset secara khusus (Sunyoto, 2014:28). Juga data sekunder yaitu data yang tidak langsung berasal dari sumber datanya dimana biasanya data tersebut

dikumpulkan oleh lembaga pengumpul data dan dipublikasikan kepada masyarakat pengguna data (Sunyoto, 2014:42). Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner.

Kuesioner (Angket) Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara membuat pertanyaan atau kuesioner yang akan dibagikan kepada responden yang menjadi objek penelitian. Responden diminta untuk memilih salah satu jawaban yang telah dipersiapkan pada lembaran kuisisioner.

### **3.5. Definisi Operasional Variabel**

Dalam sebuah artikel yang membahas mengenai variabel, dikutip di dalamnya bahwa variabel adalah entitas atau kesatuan apapun yang memiliki nilai yang berbeda/bervariasi, senada dengan yang disampaikan referensi penulis yang secara garis besar bahwa operasional variabel adalah proses mendefinisikan variabel dengan tegas dalam lingkup obyek penelitian atau obyek yang diteliti sehingga menjadi fakto-faktor yang bervariasi dan dapat diukur. Terdapat empat variabel yang penulis angkat dalam penelitian ini, yang mana empat variabel tersebut digolongkan menjadi tiga variabel yang disebut variabel bebas (*independent variables*) yang diantaranya adalah harga (X1), Promosi (X2) dan Kualitas pelayanan (X3) serta variabel terikat (*dependent variables*) yang disini adalah Keputusan Pembelian (Y).

Dalam penelitian ini penulis menggunakan data kualitatif yang dikuantitatifkan yang didapat dari data primer dengan cara membuat angket atau kuesioner.

#### **3.5.1 Variabel Bebas**

Variabel bebas (*independent variable*) atau yang biasa disebut dengan variabel X yaitu variabel yang mempengaruhi variabel terikat (*dependent variable*) atau yang sering disebut dengan variabel Y. Dalam penelitian ini digunakan variabel bebas harga, promosi dan kualitas pelayanan yang penulis defenisikan sebagai berikut :

- a. Harga (X1).

Harga adalah sejumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. McCharity (Swastha, 2010:125). Ada 4 indikator yang mencirikan harga, yaitu:

1. Tingkat harga

Tingkat harga adalah angka yang menunjukkan nilai, harga, dan produksi berdasarkan satuan ukur tertentu; biaya premi asuransi, beban biaya, ongkos, atau harga.

2. Potongan harga

Potongan harga adalah salah satu cara yang dipergunakan perusahaan untuk menarik minat pembeli agar melakukan pembelian. Potongan harga adalah pengurangan harga suatu produk dari harga normalnya dalam suatu periode tertentu.

3. Waktu pembayaran

Waktu pembayaran adalah waktu yang ditetapkan untuk pembayaran suatu transaksi.

4. Syarat pembayaran

Syarat pembayaran adalah suatu mekanisme ataupun perjanjian yang dijalin antara pihak penjual dan pihak pembeli untuk bisa melakukan kegiatan transaksi pada suatu barang. Syarat pembayaran ini bisa berhubungan dengan potongan tunai, lamanya waktu pembayaran, dan juga jumlah potongan yang diberikan.

b. Promosi (X2).

Promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Nickels (Swastha & Irawan, 2008:349). Indikatornya yaitu :

1. Pesan promosi

Membuat pesan promosi yang efektif merupakan sesuatu yang penting dalam komunikasi bisnis. Dimana dengan adanya perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang kini telah menghadirkan bermacam media baru.

2. Media promosi

Media promosi adalah sarana yang digunakan dalam mendukung kegiatan promosi dan pengenalan produk atau jasa kepada masyarakat.

### 3. Waktu promosi

Waktu promosi adalah lamanya promosi yang dilakukan oleh perusahaan.

#### c. Kualitas Pelayanan (X3)

kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Fandy Tjiptono (2012:157) Indikator-indikator variabel kualitas pelayanan dalam penelitian ini meliputi:

1. Keandalan (*Reliability*), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan.
2. Daya Tanggap (*Responsiveness*), yaitu respon karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap yang meliputi: kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi, dan penanganan atas keluhan pelanggan.
3. Kepastian/jaminan (*Assurance*), meliputi kemampuan karyawan atas; pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas keramahan, perhatian dan kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan didalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan, dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.
4. Empati (*Empathy*), yaitu perhatian yang diberikan karyawan kepada pelanggan, seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan, dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggannya.
5. Produk-produk fisik (*Tangibles*), misalnya meliputi penampilan fasilitas fisik, seperti gedung dan ruangan *front office*, tersedianya tempat parkir, kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan serta kelengkapan peralatan komunikasi.

#### 3.5.2. Variabel Terikat

Variabel terikat (*dependent variable*) adalah variabel yang dapat dipengaruhi oleh variabel lain dalam hal ini variabel bebas (*independent variable*)

##### a. Keputusan Pembelian (Y)

Sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, mencari informasi, beberapa penilaian alternative, membuat keputusan membeli, dan

perilaku setelah membeli yang dilalui konsumen. Kotler dan ketller (2008:212).

Indikatornya yaitu :

1. Kebutuhan

Pembeli mengenali masalah atau kebutuhan. Pembeli merasakan perbedaan antara keadaan nyata dengan keadaan yang diinginkan.

2. Publik

Merupakan tahap pengambilan keputusan dimana konsumen telah tertarik mencari lebih banyak informasi melalui media masa atau organisasi penilai pelanggan.

3. Manfaat

Tahap proses pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen menggunakan informasi untuk mengevaluasi manfaatnya.

4. Sikap orang lain

Merupakan tahap dalam pengambilan keputusan dimana konsumen mendapat rekomendasi dari orang lain.

5. Kepuasan

Dimana konsumen akan mengambil tindakan lebih lanjut setelah membeli berdasarkan kepuasan atau ketidakpuasan yang mereka rasakan.

**Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel**

Variabel	Definisi	Indikator	Ukuran
Harga (X1)	Harga adalah sejumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. McCharity (Swastha, 2010:125)	1. Tingkat harga 2. Potongan harga 3. Waktu pembayaran 4. Syarat pembayaran	Skala Likert
Promosi (X2)	Promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Nickels (Swastha & Irawan, 2008:349)	1. Pesan promosi 2. Media promosi 3. Waktu promosi	Skala Likert
Kualitas Pelayanan (X3)	Kualitas Pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Fandy Tjiptono (2012:157)	1. <i>Tangibles</i> (bukti fisik) 2. <i>Reliability</i> (kehandalan) 3. <i>Responsiveness</i> (daya tanggap) 4. <i>Assurance</i> (jaminan) 5. <i>Empathy</i> (empati)	Skala Likert

Keputusan Pembelian (Y)	Sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, mencari informasi, beberapa penilaian alternative, membuat keputusan membeli, dan perilaku setelah membeli yang dilalui konsumen. Kotler dan ketller (2008:212)	1. Kebutuhan 2. Publik 3. Manfaat 4. Sikap Orang Lain 5. Kepuasan	Skala Likert
-------------------------	---	---	--------------

### 3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data bertujuan untuk menjawab rumusan masalah maupun hipotesis penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya. Data-data yang telah dikumpulkan akan diolah sehingga bisa diambil kesimpulan sesuai dengan jenis uji yang akan digunakan nantinya. Pada akhir kesimpulan itulah nantinya akan diketahui bagaimana pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini.

#### 3.6.1 Skala dan Angka Penafsiran

Dalam penelitian ini nanti akan digunakan kuesioner. Adapun penilaiannya dengan menggunakan Skala Likert, untuk memudahkan penilaian dari jawaban responden, maka dibuat kriteria penilaian sebagai berikut :

- a. Sangat Setuju (Skor 5)
- b. Setuju (Skor 4)
- c. Ragu-Ragu (Skor 3)
- d. Tidak Setuju (Skor 2)
- e. Sangat Tidak Setuju (Skor 1)

Dengan menggunakan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Selanjutnya indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan. Jawaban atas pernyataan itulah yang nantinya akan diolah sampai menghasilkan kesimpulan.

Guna menentukan gradasi hasil jawaban responden maka diperlukan angka penafsiran. Angka penafsiran inilah yang digunakan dalam setiap penelitian kuantitatif untuk mengolah data mentah yang akan dikelompok-kelompokkan sehingga dapat diketahui hasil akhir degradasi atas jawaban responden, apakah responden sangat setuju,

setuju, ragu-ragu, tidak setuju atau bahkan sangat tidak setuju atas apa yang ada dalam pernyataan tersebut.

### 3.6.2. Persamaan Regresi

Pengukuran pengaruh variabel yang melibatkan satu variabel bebas (X). digunakan analisis regresi linier sederhana, disebut linier karena setiap estimasi atas nilai diharapkan mengalami peningkatan atau penurunan mengikuti garis lurus. Berikut ini estimasi regresi linier sederhana :

$$Y = a + bX$$

Dimana	: Y	= Variabel Terikat ( <i>dependent</i> )
	X	= Variabel Bebas ( <i>independent</i> )
	a	= Nilai Konstanta
	b	= Nilai Koefisien Regresi

Dari perhitungan analisis korelasi Pearson, maka hasil data yang diperoleh akan diinterpretasikan dengan menggunakan pedoman interval koefisien berdasarkan pendapat dari Sugiyono (2007:216).

Pengukuran pengaruh variabel yang melibatkan lebih dari satu variabel bebas ( $X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$ ), digunakan analisis regresi linier berganda, disebut linier karena setiap estimasi atas nilai diharapkan mengalami peningkatan atau penurunan mengikuti garis lurus. Berikut ini estimasi regresi linier berganda :

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

Dimana	: Y	= Keputusan Pembelian
	X1	= Harga
	X2	= Promosi
	X3	= Kualitas Pelayanan
	a	= Nilai Konstanta
	b (1,2, ...)	= Nilai Koefisien Regresi

Dari perhitungan analisis korelasi Pearson, maka hasil data yang diperoleh akan diinterpretasikan dengan menggunakan pedoman interval koefisien berdasarkan pendapat dari Sugiyono (2007:216).

### 3.6.3 Uji Kualitas Data

Penelitian yang mengukur variabel dengan menggunakan instrumen kuesioner harus dilakukan pengujian kualitas atas data yang diperoleh. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan valid dan reliabel atau tidak. Sebab kebenaran data yang diperoleh akan sangat menentukan kualitas hasil penelitian.

#### 1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk memastikan seberapa baik suatu instrumen digunakan untuk mengukur konsep yang seharusnya diukur. Untuk menguji validitas dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor butir pertanyaan dengan skor totalnya.

Rumus yang digunakan untuk mengukur validitas, yaitu:

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

apabila hasil yang diperoleh  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka instrumen tersebut valid. Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikan 0,05.

#### 2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas instrumen dapat dilakukan secara eksternal dan internal. Secara eksternal pengujian dapat dilakukan dengan *test-retest (stability)*, *equivalent*, dan gabungan keduanya. Sedangkan pengujian reliabilitas instrumen secara internal dapat dilakukan dengan menganalisis konsistensi item-item yang ada pada instrumen dengan teknik tertentu. Instrumen dikatakan reliabel apabila hasil uji statistik Alpha  $\alpha > 0,60$  (Ghozali, 2006:21).

### 3.6.4 Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linear berganda yang berbasis *Ordinary Least Square (OLS)*. Ada beberapa jenis uji asumsi klasik diantaranya adalah :

#### 1. Uji Normalitas

Uji yang digunakan untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Dasar pengambilan keputusan uji normalitas dapat dilihat dari data yang diolah menggunakan rumus Kolmogorov-smirnov dengan asumsi jika nilai sig (signifikansi)  $>$

0,05 maka dapat dinyatakan bahwa data berdistribusi normal. Juga bisa mendeteksi dengan melihat grafik normal probability.

## 2. Uji Multikolinearitas

Uji yang digunakan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas atau sering disebut dengan kebiasaan dalam suatu model regresi linear berganda. Pengambilan keputusan dalam uji ini dengan melihat nilai toleransi harus lebih besar dari 0,10 dan melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) harus berada dibawah 10,00.

## 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini bertujuan untuk mengetahui terdapatnya perbedaan variance residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain atau gambaran hubungan antara nilai yang diprediksi dengan studentized delete residual nilai tersebut. Prinsipnya ingin menguji apakah sebuah grup mempunyai varians yang sama diantara anggota grup tersebut. Jika varians sama, dan ini yang seharusnya terjadi maka dikatakan ada homoskedastisitas (tidak terjadi heteroskedastisitas) dan ini yang seharusnya terjadi. sedangkan jika varian tidak sama maka dikatakan terjadi heteroskedastisitas (Situmorang, et.al., 2007:63).

Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu dengan melihat pola gambar scatterplot maupun dengan uji statistik misalnya uji glejser ataupun uji park. Namun demikian dalam penelitian ini akan digunakan SPSS dengan pendekatan grafik yaitu dengan melihat pola gambar scatterplot yang dihasilkan SPSS tersebut. Dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas jika titik-titik yng ada menyebar secara acak dan tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y dan di kanan maupun kiri angka nol sumbu X (Situmorang, et.al., 2007:68).

### 3.6.5 Uji Hipotesis

Setelah melakukan uji kualitas data dan uji asumsi klasik maka langkah selanjutnya yang harus dilakukan adalah melakukan uji hipotesis. Uji hipotesis pada dasarnya merupakan metode pengambilan keputusan yang didasarkan pada analisis data.

Dalam penelitian ini akan dilakukan uji hipotesis yang meliputi uji F (uji simultan), dan uji t (uji parsial).

1. Uji Hipotesis dengan Uji t (Parsial)

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

Rumus digunakan untuk pembuktian hipotesis yang telah dibuat, dengan interpretasi berdasarkan Sugiyono (2010:251), yaitu : “ketentuannya jika thitung lebih besar dari Ttabel ( thitung >ttabel) maka H1 dan H2 diterima”.

2. Uji Hipotesis dengan Uji f (Simultan)

Uji f digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat. Signifikan berarti hubungan yang terjadi dapat berlaku untuk populasi. Penggunaan tingkat signifikansinya beragam, tergantung keinginan peneliti, yaitu 0,01 (1%) ; 0,05 (5%) dan 0,10 (10%).

Hasil uji f dilihat dalam tabel ANOVA dalam kolom sig. Sebagai contoh, kita menggunakan taraf signifikansi 5% (0,05), jika nilai probabilitas < 0,05, maka dapat dikatakan terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Namun, jika nilai signifikansi > 0,05 maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui sumbangsih atau kontribusi seluruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y), dan koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui hubungan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Koefisien determinasi diperoleh dengan cara mengkuadratkan koefisien korelasi sesuai dengan Sugiyono (2010:253).

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

Ket : r = Nilai korelasi (didapat dari menghitung korelasi).