

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif asosiatif dengan pendekatan explanatory research, yang bertujuan untuk menganalisis hubungan antara promosi, variasi produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan KSP Kokardi. Penelitian kuantitatif berfokus pada pengukuran objektif menggunakan data numerik yang dianalisis secara statistic. Tujuan penelitian ini adalah menguji efektivitas promosi dalam menarik anggota, menganalisis dampak variasi produk terhadap keputusan penggunaan layanan, serta mengevaluasi kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan anggota (Sari et al., 2022).

Desain penelitian yang digunakan adalah desain deskriptif dan kausal. Deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik variabel penelitian berdasarkan persepsi responden. Kausal bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

3.2 Objek, Waktu dan Lokasi Penelitian

Objek penelitian ini adalah keputusan nasabah dalam memilih Koperasi Simpan Pinjam Kokardi, yang dipengaruhi oleh tiga variabel utama, yaitu produk, promosi, dan pelayanan. Ketiga variabel ini menjadi fokus utama karena berperan penting dalam membentuk persepsi nasabah terhadap koperasi. Dengan memahami ketiga aspek ini, penelitian bertujuan mengungkap faktor dominan yang memengaruhi keputusan nasabah, sehingga koperasi dapat mengoptimalkan strategi bisnisnya.

Penelitian ini akan dilaksanakan dalam kurun waktu enam bulan, dimulai pada bulan Februari hingga Juli 2025. Berikut ini adalah tabel rencana dari penelitian ini:

3.1 Tabel Jadwal Pelaksanaan Penelitian

No	Tahapan Penelitian	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul
1	Penyusunan Proposal	■					
2	Seminar Proposal		■				
3	Pengumpulan Data (Kuesioner & Wawancara)		■	■			
4	Observasi Lapangan		■	■			
5	Analisis Data			■	■		
6	Penyusunan Bab IV & Bab V				■	■	
7	Uji Validitas & Revisi					■	
8	Penyelesaian Skripsi & Sidang					■	■

Sumber: Peneliti (2025)

Penelitian ini akan dilaksanakan di Koperasi Simpan Pinjam Kokardi, yang berlokasi di Jalan Ranggagading No. 1, Kelurahan Gudang, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat 16123.

3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif, yaitu data yang berbentuk angka dan dapat dianalisis secara statistic (tSurvey.id, 2024). Data kuantitatif dipilih untuk mengukur hubungan antara variabel produk, promosi, dan pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam memilih Koperasi Simpan Pinjam Kokardi. Selain itu, penelitian ini bersifat deskriptif dan kausal, di mana data yang dikumpulkan tidak hanya menggambarkan fenomena yang terjadi tetapi juga menguji hubungan sebab-akibat antara variabel yang diteliti (Putri et al., 2022).

Sumber data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua kategori utama, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari nasabah Koperasi Simpan Pinjam Kokardi yang telah menggunakan layanan koperasi. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner yang disusun dengan skala Likert untuk mengukur persepsi responden terhadap kualitas produk, efektivitas promosi, serta kualitas pelayanan koperasi. Selain itu, wawancara

terstruktur dengan pengelola koperasi juga dilakukan untuk memperoleh wawasan tambahan mengenai strategi layanan dan pemasaran yang diterapkan.

Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber yang mendukung penelitian ini, antara lain:

1. Laporan tahunan dan dokumen internal Koperasi Simpan Pinjam Kokardi, yang memberikan gambaran mengenai jumlah anggota, pertumbuhan koperasi, serta strategi layanan yang diterapkan.
2. Jurnal dan artikel ilmiah yang membahas topik terkait dengan produk, promosi, pelayanan, dan keputusan nasabah dalam memilih layanan keuangan.
3. Regulasi dan kebijakan terkait koperasi, seperti peraturan dari Kementerian Koperasi dan UKM, yang mengatur operasional koperasi simpan pinjam di Indonesia.
4. Buku dan referensi akademik, yang digunakan sebagai landasan teoritis dalam penelitian ini, terutama terkait konsep bauran pemasaran, kualitas pelayanan, serta perilaku konsumen dalam memilih jasa keuangan.

3.4 Populasi dan Sampel Penelitian

3.4.1 Populasi Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah aktif Koperasi Simpan Pinjam Kokardi yang telah menggunakan layanan koperasi, baik dalam bentuk simpanan maupun pinjaman. Jumlah anggota koperasi tercatat sebanyak 546 anggota, yang akan dijadikan sebagai populasi penelitian. Populasi ini dipilih karena mereka memiliki pengalaman langsung terhadap produk, promosi, dan pelayanan koperasi, sehingga dapat memberikan gambaran yang valid mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan mereka dalam memilih koperasi.

3.4.2 Sampel Penelitian

Penelitian ini menggunakan teknik random sampling, metode pengambilan sampel di mana setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih, sehingga menghasilkan sampel yang representatif dan memungkinkan generalisasi

hasil penelitian ke seluruh populasi. (Salmaa, 2023). Teknik ini dipilih agar responden yang terlibat memiliki pemahaman dan pengalaman dalam menggunakan layanan KSP Kokardi, sehingga dapat memberikan data yang lebih akurat dan sesuai dengan kebutuhan penelitian.

Untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini, digunakan rumus Slovin, yang umum digunakan dalam penelitian kuantitatif untuk menentukan ukuran sampel dari suatu populasi dengan tingkat kesalahan tertentu (Siliwadi & Fachrurrazy, 2023). Rumus Slovin adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

- n = jumlah sampel
- N = jumlah populasi (total anggota dalam periode 2024)
- e = tingkat kesalahan (margin of error), dalam penelitian ini ditetapkan 10% (0,1)

Jika total anggota koperasi dalam periode 2024 adalah **546 orang**, maka perhitungan jumlah sampel adalah:

$$N = \frac{546}{1 + 546(0,1)^2} = \frac{546}{1 + 5,46} = \frac{546}{6,46} = 84,52 \text{ (dibulatkan menjadi 85 Nasabah)}$$

Dengan demikian, jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah 85 responden, yang dianggap cukup mewakili populasi dengan tingkat kesalahan 10%.

3.5 Operasional Variabel

Dalam penelitian ini, terdapat dua jenis variabel utama yang digunakan untuk menganalisis pengaruh faktor-faktor tertentu terhadap keputusan nasabah dalam memilih Koperasi Simpan Pinjam Kokardi. Variabel tersebut terdiri dari variabel independen (X) dan variabel dependen (Y).

Tabel 3.2 Operasional Variabel

No	Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
1	Promosi	Daya Tarik Promosi	Likert (1-5)
2		Jangkauan Promosi	Likert (1-5)
3		Tingkat Partisipasi Konsumen	Likert (1-5)
4	Variasi Produk	Jumlah Produk yang Ditawarkan	Likert (1-5)
5		Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Variasi Produk	Likert (1-5)
6		Kontribusi Variasi Produk terhadap Keputusan Konsumen	Likert (1-5)
7	Kualitas Pelayanan	Kecepatan Respon terhadap Keluhan	Likert (1-5)
8		Aksesibilitas Layanan	Likert (1-5)
9		Ketersediaan Sarana dan Prasarana	Likert (1-5)
10	Keputusan Nasabah	Rekomendasi kepada Orang Lain	Likert (1-5)
11		Keputusan Berulang dalam Menggunakan Layanan	Likert (1-5)
12		Respon terhadap Promosi dan Program Koperasi	Likert (1-5)

Seluruh indikator dalam penelitian ini akan diukur menggunakan skala Likert dengan rentang 1-5, di mana:

- 1 = Sangat Tidak Setuju
- 2 = Tidak Setuju
- 3 = Netral
- 4 = Setuju
- 5 = Sangat Setuju

3.6 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data dirancang secara sistematis untuk memperoleh informasi yang akurat dan relevan mengenai pengaruh produk, promosi, dan pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam memilih Koperasi Simpan Pinjam Kokardi. Metode ini mencakup data primer dan data sekunder, yang

dikumpulkan melalui berbagai teknik agar hasil penelitian lebih komprehensif dan dapat dipercaya.

1. Pengumpulan Data Primer

Data primer diperoleh langsung dari responden, yaitu nasabah Koperasi Simpan Pinjam Kokardi yang telah menggunakan layanan koperasi. Untuk mendapatkan data yang objektif, penelitian ini menggunakan beberapa teknik berikut:

a. Kuesioner

Kuesioner merupakan instrumen utama dalam penelitian ini. Kuesioner disusun dengan skala Likert 5 poin, yang memungkinkan responden memberikan penilaian terhadap produk, promosi, pelayanan, serta keputusan mereka dalam memilih koperasi. Karakteristik kuesioner (Siliwadi & Fachrurrazy, 2023):

- Berisi pertanyaan tertutup, di mana responden memilih jawaban berdasarkan opsi yang tersedia untuk memudahkan analisis kuantitatif.
- Dibagi dalam beberapa bagian, mencakup identitas responden, pengalaman mereka dalam menggunakan layanan koperasi, serta penilaian mereka terhadap variabel yang diteliti.
- Diuji validitas dan reliabilitasnya sebelum digunakan secara luas, guna memastikan bahwa instrumen ini mampu mengukur variabel penelitian dengan akurat.
- Disebarkan secara langsung maupun online, tergantung pada ketersediaan dan kenyamanan responden dalam menjawab kuesioner.

b. Observasi Langsung

Peneliti juga akan melakukan observasi langsung ke Koperasi Simpan Pinjam Kokardi untuk melihat bagaimana pelayanan diberikan kepada nasabah, bagaimana nasabah berinteraksi dengan petugas, serta bagaimana promosi dilakukan. Aspek yang diobservasi:

- Kualitas layanan di kantor koperasi, seperti kecepatan dan keramahan petugas.
- Tampilan dan aksesibilitas informasi promosi, baik dalam bentuk brosur maupun media digital.
- Tingkat kenyamanan fasilitas koperasi, seperti ruang layanan, antrian, dan ketersediaan informasi produk.

2. Pengumpulan Data Sekunder

Selain data primer, penelitian ini juga menggunakan data sekunder yang diperoleh dari berbagai sumber relevan, guna memperkuat analisis dan pembahasan hasil penelitian. Sumber data sekunder yang digunakan meliputi:

- Laporan tahunan koperasi, yang mencakup jumlah anggota, pertumbuhan koperasi, serta kebijakan terkait produk dan layanan.
- Dokumen regulasi koperasi, seperti peraturan dari Kementerian Koperasi dan UKM, untuk memahami standar operasional yang berlaku di koperasi simpan pinjam.
- Penelitian terdahulu, baik dalam bentuk jurnal ilmiah, skripsi, maupun artikel akademik yang membahas faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih koperasi.
- Buku dan referensi akademik, yang digunakan sebagai dasar teori dalam memahami konsep produk, promosi, pelayanan, dan keputusan nasabah.

3. Proses Pengumpulan Data

Untuk memastikan data yang dikumpulkan valid dan reliabel, proses pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan tahapan berikut:

- Persiapan Instrumen Penelitian: Menyusun kuesioner dan daftar pertanyaan wawancara berdasarkan teori dan penelitian terdahulu.
- Uji Validitas dan Reliabilitas: Menguji kuesioner pada sekelompok kecil responden sebelum disebarkan secara luas, guna memastikan bahwa setiap pertanyaan dapat dipahami dengan baik dan mampu mengukur variabel penelitian secara akurat.
- Penyebaran Kuesioner: Dilakukan secara langsung dan melalui platform online kepada nasabah Koperasi Simpan Pinjam Kokardi.

- d. Pelaksanaan Wawancara dan Observasi: Mengunjungi koperasi untuk melakukan wawancara dengan nasabah dan pengelola serta mengamati langsung operasional koperasi.
- e. Pengumpulan Data Sekunder: Mengumpulkan dokumen, jurnal, dan laporan tahunan koperasi untuk mendukung analisis penelitian (Siliwadi & Fachrurrazy, 2023).

3.7 Metode Pengolahan atau Analisis Data

Dalam penelitian ini, metode pengolahan dan analisis data dirancang secara sistematis agar hasil yang diperoleh akurat, valid, dan dapat memberikan wawasan yang mendalam mengenai pengaruh produk, promosi, dan pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam memilih Koperasi Simpan Pinjam Kokardi. Data yang telah dikumpulkan melalui kuesioner, wawancara, dan observasi akan diolah menggunakan metode kuantitatif dengan bantuan perangkat lunak statistik (Siliwadi & Fachrurrazy, 2023).

1. Tahapan Pengolahan Data

Pengolahan data dilakukan melalui beberapa langkah utama agar data yang digunakan dalam analisis memiliki tingkat validitas dan reliabilitas yang tinggi.

a. *Editing* (Pemeriksaan Data)

Sebelum dilakukan analisis, data yang telah dikumpulkan melalui kuesioner dan wawancara diperiksa untuk memastikan bahwa semua jawaban lengkap, tidak ada kekeliruan dalam pengisian, serta tidak ada data yang tidak relevan atau tidak dapat digunakan.

b. *Coding* (Pemberian Kode Data)

Setiap jawaban dalam kuesioner diberikan kode numerik agar dapat diolah dalam perangkat lunak statistik. Misalnya, pada skala Likert 5 poin, jawaban "Sangat Tidak Setuju" diberikan kode 1, sementara "Sangat Setuju" diberikan kode 5.

c. Tabulasi Data

Data yang telah dikodekan kemudian ditabulasi dalam bentuk tabel agar lebih mudah dianalisis. Tabulasi dilakukan untuk melihat distribusi frekuensi jawaban serta pola jawaban responden terhadap setiap variabel penelitian.

d. Uji Validitas dan Reliabilitas

- Sebelum dilakukan analisis lebih lanjut, instrumen penelitian diuji validitas dan reliabilitasnya untuk memastikan bahwa pertanyaan dalam kuesioner benar-benar mengukur apa yang ingin diteliti dan memiliki tingkat konsistensi yang tinggi.
- Uji Validitas dilakukan dengan metode Corrected Item-Total Correlation, di mana suatu item dianggap valid jika nilai korelasinya atau r hitung di atas r tabel.
- Uji Reliabilitas dilakukan menggunakan Cronbach's Alpha, dengan nilai reliabilitas yang dapat diterima jika lebih dari 0,60.

2. Teknik Analisis Data

Setelah proses pengolahan data selesai, langkah selanjutnya adalah melakukan analisis data dengan teknik statistik. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

a. Analisis Deskriptif

Analisis ini digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden serta memberikan gambaran umum mengenai persepsi nasabah terhadap produk, promosi, dan pelayanan koperasi. Data dalam analisis ini disajikan dalam bentuk tabel distribusi frekuensi, diagram batang, dan statistik deskriptif seperti mean dan standar deviasi.

b. Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan analisis regresi, data diuji untuk memastikan bahwa model yang digunakan memenuhi asumsi statistik. Uji yang dilakukan antara lain:

- Uji Normalitas – Untuk memastikan bahwa data terdistribusi normal, menggunakan Kolmogorov-Smirnov Test.
- Uji Multikolinearitas – Untuk memastikan tidak ada hubungan yang sangat kuat antar variabel independen, diuji dengan melihat Variance Inflation Factor (VIF), di mana nilai VIF di bawah 10 menunjukkan tidak adanya multikolinearitas.
- Uji Heteroskedastisitas – Untuk memastikan bahwa varians error dalam model regresi bersifat konstan, diuji dengan metode Scatterplot Test.

c. Analisis Regresi Linear Berganda

Karena penelitian ini memiliki lebih dari satu variabel independen, maka digunakan regresi linear berganda untuk mengukur pengaruh masing-masing variabel terhadap keputusan nasabah (Siliwadi & Fachrurrazy, 2023). Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e_i$$

di mana:

Y = Keputusan Nasabah dalam Memilih Koperasi

X₁ = Promosi

X₂ = Variasi Produk

X₃ = Kualitas Pelayanan

β₀ = Konstanta

β₁, β₂, β₃ = Koefisien regresi untuk masing-masing variabel independent

e = Error term

d. Uji Hipotesis

Untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen, dilakukan uji hipotesis dengan metode berikut:

1) Uji t (Parsial)

Dalam penelitian mengenai Pengaruh Promosi, Variasi Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Jasa KSP Kokardi, uji regresi parsial (uji t) digunakan untuk menganalisis pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara individual. Pengujian ini bertujuan untuk menentukan apakah setiap variabel bebas, yaitu promosi (X_1), variasi produk (X_2), dan kualitas pelayanan (X_3), memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah (Y).

Hipotesis yang diuji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Hipotesis Parsial Promosi terhadap keputusan nasabah
- $H_0: b_1 = 0 \rightarrow$ Tidak terdapat pengaruh parsial antara Promosi (X_1) terhadap Keputusan Nasabah (Y).
 - $H_a: b_1 \neq 0 \rightarrow$ Terdapat pengaruh parsial antara Promosi (X_1) terhadap Keputusan Nasabah (Y).
- b) Hipotesis Parsial Variasi Produk terhadap keputusan nasabah
- $H_0: b_2 = 0 \rightarrow$ Tidak terdapat pengaruh parsial antara Variasi Produk (X_2) terhadap Keputusan Nasabah (Y).
 - $H_a: b_2 \neq 0 \rightarrow$ Terdapat pengaruh parsial antara Variasi Produk (X_2) terhadap Keputusan Nasabah (Y).
- c) Hipotesis Parsial Kualitas Pelayanan terhadap keputusan nasabah
- $H_0: b_3 = 0 \rightarrow$ Tidak terdapat pengaruh parsial antara Kualitas Pelayanan (X_3) terhadap Keputusan Nasabah (Y).
 - $H_a: b_3 \neq 0 \rightarrow$ Terdapat pengaruh parsial antara Kualitas Pelayanan (X_3) terhadap Keputusan Nasabah (Y).

Pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan nilai t-hitung dengan t-tabel serta melihat tingkat signifikansi ($\alpha = 5\%$ atau 0,05).

a) Metode Uji Hipotesis t

a. Berdasarkan Nilai Signifikansi (p-value):

- Jika p-value $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti variabel bebas memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
- Jika p-value $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang berarti variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

b. Berdasarkan Perbandingan Nilai t-hitung dan t-tabel:

- Jika t-hitung $< t$ -tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang berarti tidak ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.
- Jika t-hitung $> t$ -tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Metode uji t ini penting dalam analisis regresi karena dapat mengidentifikasi faktor mana yang paling berkontribusi dalam mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan layanan koperasi (Siliwadi & Fachrurrazy, 2023).

2) Uji F (Simultan)

Dalam penelitian mengenai Pengaruh Promosi, Variasi Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Jasa KSP Kokardi, dilakukan uji regresi simultan (Uji F) untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Uji F bertujuan untuk menguji hubungan antara promosi (X_1), variasi

produk (X_2), dan kualitas pelayanan (X_3) terhadap keputusan nasabah (Y) secara simultan.

b) Hipotesis Penelitian

- $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0 \rightarrow$ Tidak terdapat pengaruh simultan antara promosi, variasi produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah.
- $H_a : \beta_1, \beta_2, \beta_3 \neq 0 \rightarrow$ Terdapat pengaruh simultan antara promosi, variasi produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah.

c) Metode Uji F

Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai F-hitung dengan F-tabel serta melihat tingkat signifikansi ($\alpha = 5\%$ atau 0,05).

a. Berdasarkan Nilai Signifikansi (p-value):

- Jika p-value $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat.
- Jika p-value $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang berarti variabel bebas secara bersama-sama tidak memiliki pengaruh terhadap variabel terikat.

b. Berdasarkan Perbandingan Nilai F-hitung dan F-tabel:

- Jika F-hitung $< F$ -tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang berarti tidak ada pengaruh simultan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.
- Jika F-hitung $> F$ -tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Melalui Uji F, penelitian ini dapat memastikan apakah promosi, variasi produk, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan layanan

koperasi. Hasil pengujian ini akan menjadi dasar dalam memberikan rekomendasi strategis bagi KSP Kokardi untuk meningkatkan efektivitas pemasaran dan pelayanan guna meningkatkan kepuasan serta loyalitas nasabah (Zakariah et al., 2020).

3) Koefisien Determinasi (R^2)

Dalam penelitian mengenai Pengaruh Promosi, Variasi Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Jasa KSP Kokardi, uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen (Siliwadi & Fachrurrazy, 2023). Nilai R^2 (R Square) menunjukkan persentase kontribusi promosi (X_1), variasi produk (X_2), dan kualitas pelayanan (X_3) dalam menjelaskan perubahan pada keputusan nasabah (Y).

Nilai koefisien determinasi (R^2) berkisar antara 0 hingga 1. Jika nilai R^2 mendekati 0, berarti pengaruh variabel independen terhadap keputusan nasabah sangat lemah. Sebaliknya, jika nilai R^2 mendekati 1, maka variabel independen memiliki pengaruh yang kuat terhadap variabel dependen.

Koefisien determinasi dihitung dengan rumus berikut:

$$KD = r^2(100\%)$$

Keterangan:

- KD = Koefisien Determinasi
- r^2 = Kuadrat Koefisien Korelasi

Melalui uji ini, dapat diketahui seberapa besar pengaruh promosi, variasi produk, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama dalam mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan jasa KSP Kokardi (Zakariah et al., 2020).