

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek dari penelitian ini yaitu adalah konsumen di Sentra Batik Cigeureung Kota Tasikmalaya. Penelitian ini akan dilaksanakan dengan mengambil data untuk penelitian ini dilakukan dengan membagikan kuesioner secara langsung kepada konsumen di Sentra Batik Cigeureung Kota Tasikmalaya.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang akan digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif, data yang diperoleh merupakan data primer karena akan didapatkan hasil dengan menyebarkan kuesioner yang berisi jawaban dari konsumen di Sentra Batik Cigeureung Kota Tasikmalaya.

3.2.1 Operasionalisasi Variabel

Dalam penelitian ini digunakan dua jenis variabel penelitian yaitu variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen) berikut penjelasan dasar dari dua variabel tersebut yaitu:

1. Variabel Bebas

Menurut (Sugiyono, 2004: 33), variabel bebas adalah variabel yang memberikan perubahan pada variabel terikat. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu diantaranya (X1) kualitas produk dan (X2) harga.

2. Variabel Terikat

Menurut (Sugiyono, 2004: 33), merupakan variabel yang mendapatkan pengaruh dari data karena adanya variabel bebas. Variabel terikat yang

digunakan dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen (Y). dari variabel-variabel tersebut bisa dilihat pembagian tugasnya. Berikut ini penjelasan mengenai variabel yang digunakan dalam penelitian disajikan dalam tabel:

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

No.	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
1	Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan Konsumen adalah tingkat perasaan kepuasan terhadap suatu produk barang yang diharapkan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian Harapan 2. Minat Berkunjung Kembali 3. Ketersediaan Merekomendasi 	Ordinal
2	Kualitas Produk (X₁)	Kualitas produk adalah suatu produk yang memiliki alat ukur yang dilihat bagaimana bentuk produk tersebut	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keistimewaan 2. Keandalan. 3. Daya Tahan. 4. Kesesuaian Spesifikasi. 	Ordinal
3.	Harga (X₂)	Harga adalah jumlah uang yang dibebankan untuk suatu produk atau	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan Harga. 	Ordinal

		<p>pun jasa yang sama dengan nilai yang akan ditukar oleh konsumen untuk mendapatkan suatu manfaat karena telah menggunakan produk/jasa yang sudah ditukarnya</p>	<p>2. Kesesuaian Harga dengan kualitas produk.</p> <p>3. Daya Saing Harga.</p> <p>4. Kesesuaian Harga Dengan Manfaat.</p>	
--	--	---	---	--

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan penyebaran kuesioner kepada konsumen di Sentra Batik Cigeureung Kota Tasikmalaya.

3.2.2.1 Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian atau analisis ini berupa data primer. Menurut Sugiyono (2018:456), Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuisisioner kepada konsumen di Sentra Batik Cigeureung Kota Tasikmalaya.

3.2.2.2 Populasi Sasaran

Populasi Menurut Suryani dan Hendryadi (2015:190-191) populasi yaitu sekelompok orang, kejadian atau benda yang memiliki karakteristik tertentu dan

dijadikan objek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen di Sentra Batik Cigeureung Kota Tasikmalaya.

3.2.2.3 Penentuan Sampel

Sampel merupakan suatu bagian dari populasi yang telah ditetapkan sebelumnya (Sugiyono, 2016:116). Teknik Penarikan sampel dalam menentukan penelitian ini digunakan teknik *probability sampling* dengan cara *random sampling*. Menurut Sugiyono (2016: 82) *Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Dengan cara *random sampling*, nantinya akan disebar kuesioner secara langsung dan jika nanti seorang konsumen yang berminat mengisi kuesioner sesuai dengan ketentuan maka itu termasuk orang yang terpilih sebagai sampel sebagai responden.

Menurut Sugiyono (2017) dalam Dalame (2020), untuk menentukan jumlah populasi yang tidak diketahui, maka penentuan sampel menggunakan rumus Cochran yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

Dimana:

- n : Jumlah sampel yang diperlukan
- Z : Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam sampel, yakni 95%
- p : Peluang benar 50%
- q : Peluang salah 50%
- Moe : *Margin of error* atau tingkat kesalahan yang dapat di tolelir

Tingkat keyakinan yang digunakan adalah 95% di mana nilai Z sebesar 1,96 dan tingkat eror maksimum sebesar 10%. Jumlah ukuran sampel dalam penelitian ini adalah:

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n = 96,04$$

Maka sampel yang akan ambil adalah 100 responden, yaitu hasil pembulatan dari $n = 96,04$.

3.2.2.4 Prosedur Pengumpulan Data

Prosedur pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Penulis melakukan observasi ke lapangan mengenai jumlah konsumen di Sentra Batik Cigeureung Kota Tasikmalaya.

2. Kuesioner

Penulis melakukan pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yaitu konsumen Sentra Batik Cigeureung Kota Tasikmalaya.

3.3 Model Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah diuraikan, maka peneliti membentuk sebuah model penelitian yang terdiri dari variabel bebas (X1 dan X2) yakni kualitas produk dan harga, serta variabel terikat (Y) yakni variabel kepuasan konsumen.

Adapun model dalam penelitian ini dinyatakan sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Konsumen

X1 = Kualitas Produk

X2 = Harga

β_1, β_2 = Koefisien regresi dari setiap variabel independen

β_0 = Konstanta

E = *Error term*

3.4 Pengujian Instrumen Penelitian

3.4.1 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian ini yaitu suatu alat yang digunakan untuk mengukur penelitian. Menurut Sugiyono (2014), skala likert adalah sebagai skala dalam jenis data penelitian senantiasa dipergunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi terhadap individu atau kelompok terkait dengan fenomena sosial yang sedang menjadi subjek penelitian hasil pengoperasian variabel disusun dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan (kuesioner atau angket). Di mana kualitas produk (variabel X1) dan harga (variabel X2) kepuasan konsumen (variabel Y), setiap item dari kuesioner tersebut memiliki lima jawaban dengan bobot nilai yang berbeda sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Skala Likert

<i>Skala Likert</i>	Jawaban Responden
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Kurang Setuju
4	Setuju
5	Sangat Setuju

3.4.2 Nilai Jenjang Interval (NJI)

Mengacu pada metode sebelumnya, bahwa dalam penelitian menggunakan skala likert dan dalam setiap pertanyaan mempunyai bobot nilai. Nilai tersebut akan dihitung menggunakan perhitungan statistika agar dapat diketahui hubungan antara variabel yang diteliti, tingkatan pengaruh dari setiap variabel, dan akan disajikan dalam tabel agar dapat dilihat rata-rata yang akan didapat dari setiap variabel.

Rumus Nilai Jenjang Interval (NJI), yaitu:

$$\text{Nilai Jenjang Interval (NJI)} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terkecil}}{\text{Jenjang Ordinal}}$$

Untuk menghitung nilai/skor terbesar:

= Jumlah responden x jenjang ordinal terbesar x jumlah indikator

Untuk menghitung nilai/skor terkecil:

= Jumlah responden x jenjang ordinal terkecil x jumlah indikator

Misal untuk variabel kualitas produk :

$$\begin{array}{l}
 \text{Skor terbesar:} \quad 100 \times 5 \times 4 = 2000 \\
 \text{Skor terkecil} \quad 100 \times 1 \times 4 = 400 \quad - \\
 \hline
 \text{NJI} \quad \quad \quad = \frac{1600}{5} \\
 = 320
 \end{array}$$

Maka, kategori kelas intervalnya dapat diketahui sebagai berikut:

Untuk mengetahui skor yang didapat dapat dihitung terlebih dahulu dari perhitungan kuesioner. Misalnya dalam perhitungan untuk variabel kualitas produk mendapatkan total nilai 1.800, maka variabel kualitas produk masuk ke dalam kelas interval sangat baik.

Tabel 3.3 Klasifikasi Penilaian Kategori Interval

Nilai	Klasifikasi Penilaian
400 – 719	Sangat Tidak Baik
720 – 1.039	Tidak Baik
1.040 – 1.359	Kurang Baik
1.360 – 1.679	Baik
1.680 – 2000	Sangat Baik

Sumber: Data hasil perhitungan penilaian interval

3.5 Teknik Analisis Data

3.5.1 Uji Validitas dan Uji Realibilitas

1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2013:202), validitas adalah derajat ketetapan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan pada penelitian. Dengan demikian, data yang valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya

terjadi pada obyek penelitian. Uji validitas (*validity*) dimaksudkan untuk menguji kualitas kuesioner. Kuesioner yang baik adalah kuesioner yang dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Hasil korelasi dibandingkan dengan nilai kritis pada taraf signifikan 5%. Tinggi rendahnya validitas instrumen akan menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud.

Jika $r\text{-tabel} < r\text{-hitung}$ maka dinyatakan valid

Jika $r\text{-tabel} > r\text{-hitung}$ maka dinyatakan tidak valid

Rumus yang digunakan untuk menguji validitas instrumen ini adalah Korelasi Product Momen dari Karl Pearson, sebagai berikut:

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

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien antara variabel x dan y

N = Jumlah responden

x = Skor item

y = Skor total

$\sum x$ = Jumlah skor item

$\sum y$ = Jumlah skor total

$\sum x^2$ = Jumlah kuadrat skor item

$\sum y^2$ = Jumlah kuadrat skor total

Nilai r-hitung dibandingkan dengan r-tabel *product moment* pada taraf signifikan 5%. Jika r-hitung lebih besar dari r-tabel dengan taraf 5%, maka variabel tersebut valid.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2013:213) menyebutkan, bahwa uji reliabilitas digunakan untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan *reliable* dan digunakan untuk mengukur berkali-kali untuk menghasilkan data yang sama (konsistensi). Untuk uji reliabilitas digunakan metode *cronbachs alpha*, hasilnya bisa dilihat dari nilai *Correlation Between Forms*. Apabila nilai *alpha* > dari nilai r_{tabel} 0,7 maka dapat dikatakan *reliable*. Jika *alpha* > 0,9 maka reliabilitas sempurna. Jika *alpha* antara 0,7–0,9 maka reliabilitas tinggi. Jika *alpha* 0,5–0,7 maka reliabilitas moderat. Jika *alpha* < 0,5 maka reliabilitas rendah. Jika *alpha* rendah, kemungkinan satu atau beberapa item tidak reliabel.

3.5.2 Method of Successive Interval (MSI)

Menurut Jonathan Sarwono, Metode Suksesif Interval adalah proses mengubah data ordinal menjadi data interval. Menurut Umi Narimawati dkk. (2010), langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Menghitung frekuensi (f) setiap pilihan jawaban berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pertanyaan.
- b. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pertanyaan dilakukan perhitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi dengan jumlah responden.
- c. Berdasarkan proporsi tersebut dilakukan perhitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan pertanyaan.

- d. Menentukan nilai batas Z (tabel normal) untuk setiap pilihan jawaban pertanyaan.
- e. Menentukan nilai interval rata-rata (*scale value*) untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut:

$$\begin{aligned} & \text{Scale Value} \\ &= \frac{(\text{Density At Lower Limit}) - (\text{Density At Upper Limit})}{(\text{Area Below Upper Limit}) - (\text{Area Below Lower Limit})} \end{aligned}$$

- f. Menghitung nilai hasil transformasi setiap pilihan jawaban melalui rumus persamaan sebagai berikut:

$$\text{Nilai hasil transformasi: score} = \text{scale value minimum} + 1.$$

Data yang telah terbentuk skala interval kemudian ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan variabel tersebut.

3.5.3 Analisis Regresi Berganda

Dalam penelitian ini menggunakan alat analisis regresi berganda. Satu analisis bernilai pengaruh dua variabel bebas terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidak hubungan kasual antara dua variabel bebas, teknik ini diutamakan untuk memperhitungkan dan memperkirakan secara kualitatif beberapa faktor secara bersama – sama terhadap kepuasan konsumen di Sentra Batik Cigeureung, pengujian hipotesis, serta dapat diketahui pengaruh masing – masing variabel bebas yang digunakan.

Untuk menguji hipotesis mengenai pengaruh variabel independen kualitas produk (X_1), dan harga (X_2) terhadap dependen yaitu kepuasan konsumen di Sentra

Batik Cigeureung Kota Tasikmalaya (Y) digunakan analisis regresi berganda dengan persamaan kuadrat terkecil (OLS).

3.5.4 Uji Asumsi Klasik

Pengujian persyaratan analisis digunakan sebagai persyaratan dalam penggunaan model analisis regresi linear berganda. Suatu model regresi harus dipenuhi syarat-syarat bahwa data berdistribusi normal, memiliki hubungan yang linear, tidak terjadi multikolinieritas dan heteroskedastisitas. Jika tidak ditemukan permasalahan nya maka akan dilanjutkan dengan pengujian hipotesis dengan analisis regresi. Dalam regresi linier, untuk memastikan agar model tersebut *BLUE* (*Best Linier Unbiased Estimator*) dilakukan pengujian sebagai berikut:

3.5.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas ini dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel bebas, variabel terikat, dan variabel keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik yaitu model regresi yang berdistribusi normal atau mendekati normal. Untuk mengetahui apakah model regresi berdistribusi normal atau tidak dapat dilakukan dua cara berikut:

1. Metode Grafik

Uji normalitas residual dengan metode grafik yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik *Normal P-P Plot of regression standardized residual*. Sebagai dasar pengambilan keputusannya, jika titik-titik menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal maka nilai residual tersebut telah normal.

2. Uji Jarque-Bera

Pada uji ini menggunakan perhitungan skewnes dan kurtois. Jika suatu variabel didistribusikan normal maka nilai koefiensi $S=0$ dan $K=3$, oleh karena itu jika residual terdistribusi secara normal maka diharapkan nilai statistik Jarque-Bera akan = 0. Jarque-Bera didasarkan pada distribusi *chi square* dengan $df = 2$. Jika nilai probabilitas Jarque-Bera besar atau tidak signifikan maka kita menerima hipotesis bahwa residual mempunyai distribusi normal karena nilai statistik Jarque-Bera mendekati nol dan sebaliknya.

3.5.4.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah ada korelasi atau tidak dalam hubungan antara variabel bebas dalam model regresi. Multikolinearitas mengindikasikan bahwa terdapat hubungan linear yang sempurna atau pasti di antara beberapa atau hampir seluruh variabel bebas dalam model. Hal ini mengakibatkan koefisien regresi tidak tertentu dan kesalahan standarnya tidak terhingga, hal ini akan menimbulkan bias dalam spesifikasi. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas.

Dapat dilihat dari ciri- ciri sebagai berikut :

- 1 Nilai R^2 yang dihasilkan sangat tinggi (lebih dari 95%) dan secara individu variabel-variabel independen banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen.
- 2 Jika antar variabel independen mempunyai korelasi yang sangat kuat.
- 3 Dilihat dari tolerance value (TOL), eigen value, dan yang paling umum digunakan adalah varians inflation factor (VIF), dimana:

- a. Tolerance untuk mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya.
- b. $VIF = 1/\text{tolerance}$
- c. Jika nilai tolerance $< 0,1$ atau $VIP > 10$ maka disimpulkan adanya multikolinearitas.
- d. Klein (1962) menunjukkan bahwa, jika VIP lebih besar dari $1/(1-R^2)$ atau nilai toleransi kurang dari $(1-R^2)$, maka multikolinearitas dianggap signifikan secara statistik.

3.5.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah model regresi terdapat ketidaksamaan varians dari residual atau pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah, apabila dalam regresi terdapat homokedastisitas, yaitu apabila varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap. Sebaliknya apabila berbeda disebut heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan cara uji *white*.

Uji *white* dilakukan dengan meregresikan residual kuadrat sebagai variabel dependen dengan variabel dependen ditambah dengan kuadrat. Variabel independen kemudian ditambahkan lagi dengan perkalian dua variabel independen. Prosedur pengujian dilakukan dengan hipotesis sebagai berikut:

H_0 : Tidak terdapat masalah heteroskedastisitas

H_1 : Ada heteroskedastisitas

Jika $\alpha = 5\%$, maka tolak H_0 , jika $\text{obs} * R\text{-square} > X^2$ atau $P\text{-value} < \alpha$

3.5.5. Uji Hipotesis

1. Uji t

Uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Penelitian ini membandingkan signifikansi masing-masing variabel independen dengan taraf sig $\alpha = 0,05$. Apabila nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis diterima, yang artinya variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, pada tingkat signifikansi yang lebih besar dari 0,05 maka variabel tersebut memiliki pengaruh yang kecil.

Hipotesis dalam uji t ini adalah:

$$H_0: \beta_i \leq 0 \quad H_a: \beta_i > 0$$

Adapun kriteria pengujian hipotesisnya sebagai berikut :

1. $H_0: \beta_1 \leq 0$ yaitu tidak ada pengaruh signifikan kualitas produk secara individu terhadap kepuasan konsumen di Sentra Batik Cigeureung Kota Tasikmalaya .
2. $H_a: \beta_1 > 0$ yaitu terdapat pengaruh positif signifikan kualitas produk secara individu terhadap kepuasan konsumen di Sentra Batik Cigeureung Kota Tasikmalaya.
3. $H_0: \beta_2 \leq 0$ yaitu tidak ada pengaruh signifikan harga secara individu terhadap kepuasan konsumen di Sentra Batik Cigeureung Kota Tasikmalaya.

4. $H_a: \beta_2 > 0$ yaitu terdapat pengaruh positif signifikan harga secara individu terhadap kepuasan konsumen di Sentra Batik Cigeureung Kota Tasikmalaya.

Dengan ketentuan H_0 ditolak apabila nilai dari probabilitas tersebut ternyata lebih rendah dibandingkan pada 0,05 atau 5% sementara itu untuk H_0 diterima apabila nilai dari probabilitas ternyata lebih tinggi dibandingkan pada 0,05 atau 5%. Adapun kriteria pengujian hipotesisnya sebagai berikut :

- 1) Jika $t_{\text{statistik}} > t_{\text{tabel}}$ H_0 ditolak, maka salah satu variabel independen mempengaruhi variabel dependen.
- 2) Jika $t_{\text{statistik}} \leq t_{\text{tabel}}$ H_0 diterima, maka salah satu variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen.

2. Uji F

Uji statistik F dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas yang terdapat dalam model memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen

Hipotesis dalam uji F ini yaitu:

1. $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$ atau $\beta_1 = \beta_2 = \gamma_1 = 0$, yaitu tidak ada pengaruh signifikan variabel kualitas produk dan harga.

2. $H_a : \text{tidak semua koefisien slope bersimultan nol atau } \beta_1 \neq \beta_2 \neq \gamma_1 \neq 0$, yaitu terdapat pengaruh signifikan variabel kualitas produk dan harga.

Kriteria dalam uji F yaitu sebagai berikut :

1. H_0 diterima dan H_a ditolak apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ yang artinya variabel penjelas secara serentak atau bersama-sama tidak mempengaruhi variabel yang dijelaskan secara signifikan.

2. H_0 ditolak dan H_a diterima apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ yang artinya variabel penjelas secara serentak dan bersama-sama mempengaruhi variabel yang dijelaskan secara signifikan.

Selain itu uji F dapat dilakukan dengan tingkat signifikansi 5% yang mana kriteria dari pengujian ialah seperti di bawah ini :

1) H_0 diterima, sementara itu untuk H_a ditolak apabila nilai dari probabilitas lebih besar dari 0,05. Hal ini memiliki makna bahwa variabel prediktor atau penjelas secara bersama-sama atau serentak tidak mampu memberikan pengaruh secara signifikan pada variabel yang dilaksanakan penjelasan.

2) H_0 ditolak, sementara itu H_a diterima apabila nilai dari probabilitas lebih rendah dari 0,05. Hal ini memiliki makna bahwa variabel prediktor atau penjelas secara bersama-sama atau serentak signifikan dapat memberikan sumbangan pengaruh pada variabel yang dilaksanakan penjelasan secara bersama-sama atau serentak.

3.5.6 Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Basuki (2016: 46) nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 menjelaskan seberapa besar proporsi variasi variabel dependen dijelaskan oleh variasi independen. Keputusan R^2 adalah sebagai berikut:

1. Nilai R^2 mendekati nol, berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas atau tidak ada keterkaitan.
2. Nilai R^2 mendekati satu, berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen atau terdapat keterkaitan.