

BAB III METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Tempat penelitian dilaksanakan di Pasar Gelugur Rantauprapat tepatnya di Jalan Gelugur Sirandorong, Kota Rantauprapat, Kabupaten Labuhan Batu, Sumatera Utara.

2. Waktu Penelitian

Dalam melaksanakan suatu penyusunan skripsi penelitian. Adapun adapun waktu penelitian direncanakan sebagai berikut :

Tabel 3.1
Jadwal Kegiatan Penelitian

No.	Uraian Kegiatan	Bulan / Tahun 2022 s/d 2023							
		Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei
1.	Pengajuan Judul								
2.	Judul Acc								
3.	Penyusunan Proposal								
4.	Bimbingan Proposal								
5.	Seminar Proposal								
6.	Penelitian Skripsi								
7.	Bimbingan Skripsi								
8.	Sidang Meja Hijau								

Sumber : *Data yang diolah tahun 2023*

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan dari sekumpulan elemen atau objek dan subjek yang memiliki sejumlah karakteristik umum yang diminati oleh peneliti untuk dipelajari, diteliti dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2016:126). Populasi merupakan obyek yang dijadikan dalam suatu pengamatan untuk dilakukan penarikan sampel. Dalam hal ini populasi 10 pedagang, sedangkan populasi penelitian ini adalah pelanggan yang melakukan pembelian terdapat pedagang kaki lima selama 1 bulan pada saat penulis selesai seminar proposal dan akan melakukan penelitian.

2. Sampel

Menurut Arikunto (2017:173) menyatakan “Apabila subjeknya kurang dari 100, maka seluruh populasi menjadi sampel penelitian. tetapi jika subjeknya lebih dari 100 maka dapat diambil 10-15% atau 15-25%”. Teknik dalam suatu penelitian ini ialah menggunakan teknik sampling atau disebut teknik *aksidental sampling*. *Aksidental sampling* ialah suatu tentuk penentu sampel yang berdasarkan suatu kebetulan yaitu siapa saja yang kebetulan yang akan dapat digunakan sebagai suatu sampel. Berdasarkan populasi di atas maka penulis mengambil sampel sebanyak 30 orang, 10 pedagang dan 20 pelanggan.

C. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana caranya mengukur suatu variabel. Variabel dalam penelitian ini dibagi menjadi dua kelompok yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*). Definisi operasional untuk masing-masing variabel adalah sebagai berikut :

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
Kualitas Produk (X1)	Kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian, yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan (Kotler dan Keller, 2016)	1) Kinerja 2) Fitur 3) Keandalan (keandalan produk) 4) Konformasi Tingkat 5) Tahan lama	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	1) Pesan Promosi 2) Media Promosi 3) Waktu Promosi 4) Hubungan Promosi ke Masyarakat 5) Promosi penjualan	Likert

	dalam Swastha & Irawan, 2008)		
Harga (X3)	Harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang dan jasa sehingga menimbulkan kepuasan konsumen (Alma, 2011)	<ol style="list-style-type: none"> 1) Keterjangkauan harga 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3) Kesesuaian harga dengan manfaat 4) Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga 5) Jarak yang dapat mempengaruhi harga 	Likert
Loyalitas Pelanggan (Y)	Loyalitas pelanggan adalah komitmen yang dipegang erat oleh pelanggan untuk membeli atau mengedepankan suatu produk berupa barang atau jasa secara konsisten, hal ini menyebabkan pembelian berulang pada brand yang sama, meskipun pelanggan tersebut mendapatkan pengaruh situasional atau marketing dari kompetitor untuk mengganti brand lain	<ol style="list-style-type: none"> 1) Melakukan pembelian ulang atau <i>repeat order</i> 2) Terbiasa mengonsumsi merek tertentu 3) Menyukai <i>brand</i> 4) Tidak beralih, meskipun ada pilihan 5) Beranggapan merek pilihannya yang terbaik 	Likert

	(Oliver (2014) dalam Jeremia dan Djurwati, 2019)		
--	--	--	--

D. Jenis dan Sumber Data

Jenis penelitian ialah penelitian kuantitatif yang bersumber dari macam jenis sumber data primer dan juga data sekunder. Alasan mengapa penelitian memilih jenis kuantitatif di karenakan penulis ingin melihat suatu pengaruh dalam hasil berdasarkan instrument yang telah ada.

Penulis menggunakan berbagai sumber data. Adapun data yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Data Primer

Data primer ialah data yang dapat diperoleh secara langsung melalui terjun ke lapangan yang bersumber dari hasil suatu pengamatan langsung pengaruh kualitas produk dan desain terhadap strategi pemasaran.

2. Data Sekunder

Data sekunder ialah data pendukung dari data primer yang mampu di peroleh dari berbagai bahan-bahan literature seperti dokumen-dokumen, laporan-laporan dan keputusannya yang dapat berkaitan dengan kualitas dan desain produk terhadap strategi pemasaran.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang di lakukan dengan menggunakan wawancara, dokumentasi, kuesioner/angket.

1. Dokumentasi

Adalah suatu proses pemerolehan data dengan informasi dari tangan pertama, dengan cara melakukan secara langsung sebagai pengamatan.

2. Wawancara

Wawancara ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat dan ide-idenya (Sugiyono, 2016:31). Jenis wawancara yang digunakan dalam penelitian ini yaitu wawancara terbuka. Wawancara terbuka bersifat bebas dimana tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis.

3. Kuesioner/Angket

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner, yaitu pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada 30 responden. Dalam kuisisioner ini menggunakan skala likert sebagai pengukuran variabelnya. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan (Sugiyono, 2016:133). Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka dapat diberi skor dari skala likert, yaitu:

Tabel 3.3
Skala Pengukuran Likert

No.	Item Instrumen	Bobot
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Netral	3
4	Kurang Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono (2016)

F. Kode Identifikasi Variabel

Adapun variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dua variabel, yaitu :

1. Variabel terikat atau dependent variabel (Y) adalah variabel penelitian yang diukur untuk mengetahui besarnya efek atau pengaruh variabel lain. Besar efek tersebut diamati dari ada tidaknya, timbul hilangnya, besar mengecilnya, atau berubahnya variasi yang tampak sebagai akibat perubahan pada variabel lain termaksud (Azwar, 2007:62).
2. Variabel bebas atau independent variabel (X) yaitu suatu variabel yang variasinya mempengaruhi variabel lain. Dapat pula dikatakan bahwa variabel bebas adalah variabel yang pengaruhnya terhadap variabel lain ingin diketahui. Variabel ini dipilih dan sengaja dimanipulasi oleh peneliti agar efeknya terhadap variabel lain tersebut dapat diamati dan diukur (Azwar, 2007:62).

Identifikasi variabel pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Variabel terikat atau dependent variabel (Y) : Loyalitas Pelanggan
- b. Variabel bebas atau independent variabel (X) : Kualitas Produk, Promosi, dan Harga

G. Uji Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2016:140) menyatakan “Terdapat dua macam instrumen yakni instrumen yang berbentuk tes dan instrumen yang berbentuk non tes seperti angket atau kuesioner, observasi dan wawancara”.

Dalam penelitian ini alat pengumpulan data (instrumen) yang digunakan non tes yakni berupa angket atau kuesioner dan observasi. Butir-butir pertanyaan atau

pernyataan dalam kuesioner berdasarkan teori manajemen yang relevan dan dari temuan hasil peneliti terdahulu. Menurut Sugiyono (2016:141) menyatakan “Pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner diukur dengan menggunakan skala likert yaitu suatu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi, seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial”. Jawaban dari responden bersifat kualitatif di kuantitatifkan, di mana pertanyaan atau pernyataan diberi skor dengan menggunakan skala likert.

a. Uji Validitas

Uji validitas yang dapat digunakan untuk mengukur suatu kecepatan pada penelitian tentang isi mapun arti yang sebenarnya diukur. Uji Validitas dilakukan dengan hitungan koefisien antar subjek pada suatu item pertanyaan dengan skor test yang akan diperoleh dari hasil kuesioner.

Jika koefisien antara item dengan total item sama atau diatas 0,3 maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi jika nilai korelasinya dibawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak valid. Untuk mencari nilai koefisien, maka peneliti menggunakan rumus pearson product moment sebagai berikut :

$$r = \frac{n(\sum x_i y_i) - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{((n\sum x_i^2 - (\sum x_i)^2)(n\sum y_i^2 - (\sum y_i)^2))}}$$

r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

$\sum xy$ = Jumlah perkalian antara variabel x dan Y

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

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

$(\sum x)^2$ = Jumlah nilai X kemudian dikuadratkan

$(\sum y)^2$ = Jumlah nilai Y kemudian dikuadratkan

Uji instrument ini dilakukan terhadap 30 responden diluar target sampel tetapi sesuai dengan karakteristik populasi. Untuk pengambilan keputusan berdasarkan responden dan nilai rtable pada taraf signifikansi 5%, yaitu 0,361. Artinya, item instrument disebut valid jika lebih besar dari 0,361. Adapun hasil uji validitas untuk instrument dalam penelitian ini dapat di ilustrasikan sebagaimana tabel berikut :

Tabel 3.4
Variabel Kualitas Produk (X1)

Variabel	r hitung	r tabel	Nilai probabilitas (sig)	Ket.
X1.1	0,799	0,361	0,000	Valid
X1.2	0,936	0,361	0,000	Valid
X1.3	0,912	0,361	0,000	Valid
X1.4	0,789	0,361	0,000	Valid
X1.5	0,910	0,361	0,000	Valid

Sumber : Data primer yang diolah dengan SPSS, 2023

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa setiap instrumen pertanyaan yang digunakan memiliki nilai rhitung pada item pertanyaan lebih besar dari pada rtabel sehingga instrumen X1 dapat dinyatakan valid, karena nilai rhitung lebih besar dari rtabel dengan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu setiap butir pertanyaan sudah memenuhi syarat digunakan sebagai instrumen pertanyaan.

Tabel 3.5
Variabel Promosi (X2)

Variabel	r hitung	r tabel	Nilai probabilitas (sig)	Ket.
X2.1	0,831	0,361	0,000	Valid
X2.2	0,793	0,361	0,000	Valid
X2.3	0,749	0,361	0,000	Valid
X2.4	0,782	0,361	0,000	Valid
X2.5	0,848	0,361	0,000	Valid

Sumber : Data primer yang diolah dengan SPSS, 2023

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa setiap instrumen pertanyaan yang digunakan memiliki nilai r hitung pada item pertanyaan lebih besar dari pada r tabel sehingga instrumen X2 dapat dinyatakan valid, karena nilai r hitung lebih besar dari r tabel dengan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu setiap butir pertanyaan sudah memenuhi syarat digunakan sebagai instrumen pertanyaan.

Tabel 3.6
Variabel Harga (X3)

Variabel	r hitung	r tabel	Nilai probabilitas (sig)	Ket.
X3.1	0,848	0,361	0,000	Valid
X3.2	0,750	0,361	0,000	Valid
X3.3	0,609	0,361	0,000	Valid
X3.4	0,634	0,361	0,000	Valid
X3.5	0,812	0,361	0,000	Valid

Sumber : Data primer yang diolah dengan SPSS, 2023

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa setiap instrumen pertanyaan yang digunakan memiliki nilai r hitung pada item pertanyaan lebih besar dari pada r tabel sehingga instrumen X3 dapat dinyatakan valid, karena nilai r hitung lebih besar dari r tabel dengan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu setiap butir pertanyaan sudah memenuhi syarat digunakan sebagai instrumen pertanyaan.

Tabel 3.7
Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

Variabel	r hitung	r tabel	Nilai probabilitas (sig)	Ket.
Y1	0,808	0,361	0,000	Valid
Y2	0,826	0,361	0,000	Valid
Y3	0,826	0,361	0,000	Valid
Y4	0,766	0,361	0,000	Valid
Y5	0,838	0,361	0,000	Valid

Sumber : Data primer yang diolah dengan SPSS, 2023

Syarat minimum untuk dianggap suatu butir instrument valid adalah nilai indeks valid adalah nilai indeks validitasnya $\geq 0,3$ (Sugiyono, 2016:179). Oleh karena itu, semua pernyataan yang memiliki tingkat korelasi dibawah 0,3 harus diperbaiki karena dianggap tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ialah guna untuk mengetahui konsistensi suatu alat pengukur, apakah dapat di andalkan dan akan tetap konsistensi dalam pengukuran tersebut di ulang, teknik ulangan yaitu dengan cara memberi

angket yang sama dengan sebanyak dua kali dengan sejumlah subyek yang sama dalam waktu yang berbeda, kondisi dalam suatu pengukuran akan di jaga agar relative sama.

$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma^2} \right)$$

r_{11} = reliabilitas yang dicari

n = Jumlah item pertanyaan yang di uji

$\sum \sigma_t^2$ = Jumlah varians skor tiap-tiap item

σ^2 = varians total

Sebagaimana langkah-langkah tersebut, maka penulis juga menggunakan langkah-langkah tersebut sebagai cara untuk mengukur tingkat reliabilitas. Sedangkan perhitungannya menggunakan SPSS. Uji reliabilitas instrument dalam penelitian ini akan dilakukan terhadap 30 responden Adapun hasil uji reliabilitas untuk instrument dalam penelitian ini dapat di ilustrasikan sebagaimana tabel berikut :

Tabel 3.8
Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	<i>cronbach alpha</i> (α) > 0,60	Ket.
Kuallitas Produk (X1)	0,920	0,600	Reliabel
Promosi (X2)	0,849	0,600	Reliabel
Harga (X3)	0,779	0,600	Reliabel

Loyalitas Pelanggan (Y)	0,857	0,600	Reliabel
----------------------------	-------	-------	----------

Menurut Ghozali (2016), suatu variabel dapat dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha* (α) > 0,60. Dari tabel diatas dapat dilihat nilai *cronbach alpha* untuk setiap pernyataan > 0,60. Maka, dapat disimpulkan bahwa setiap pernyataan dalam kuisisioner dapat dinyatakan reliabel atau handal untuk digunakan sebagai alat ukur variabel.

H. Metode Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan pengujian analisis regresi linier berganda terhadap hipotesis penelitian, maka terlebih dahulu perlu dilakukan suatu pengujian asumsi klasik atas data yang akan diolah sebagai berikut :

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak dilakukan uji statistik *Kolmogorov-Smirnov Test*. Residual berdistribusi normal jika memiliki nilai signifikansi >0,05 (Imam Ghozali, 2016:160-165).

$$X^2_{\text{Hitung}} = \sum \left(\frac{(O_i - E_i)^2}{E_i} \right)$$

b. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2016:105-106) menyatakan “Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen)”. Untuk menguji multikolinieritas dengan cara melihat nilai VIF masing-masing variabel independen, jika nilai VIF < 10, maka dapat disimpulkan data bebas dari gejala multikolinieritas.

Rumus:

$$d = \frac{\sum_{i=2}^n (e_i - e_{i-1})^2}{\sum_{i=1}^n e_i^2}$$

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Ada beberapa cara yang dapat dilakukan untuk melakukan uji heteroskedastisitas, yaitu uji grafik plot, uji park, uji glejser, dan uji white. Pengujian pada penelitian ini menggunakan Grafik Plot antara nilai prediksi variabel dependen yaitu dengan residualnya. Tidak terjadi heteroskedastisitas apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. (Ghozali, 2016: 139-143).

$$t_1 = \frac{0,391 \sqrt{15 - 2}}{\sqrt{1 - (0,391^2)}} = 1,531$$

2. Uji Regresi Linier Berganda

Model regresi linier berganda merupakan suatu persamaan yang menggambarkan hubungan antara dua atau lebih variabel bebas (X_1, X_2, \dots, X_n) dan satu variabel tak bebas (Y). Tujuan dari analisis regresi linier berganda adalah untuk memprediksi nilai variabel tak bebas (Y) jika nilai variabel-variabel bebas (X_1, X_2, \dots, X_n) diketahui. Analisis regresi linear berganda sebenarnya sama dengan analisis regresi linear sederhana, hanya variabel bebasnya lebih dari satu buah. Persamaan umumnya adalah :

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

Y = loyalitas pelanggan

a = konstanta b_1, b_2, b_3

b_n = koefisien regresi $X_1, X_2, X_3,$

X_n = variabel bebas

Dengan Y adalah variabel bebas, dan X adalah variabel-variabel bebas, a adalah konstanta dan b adalah koefisien regresi pada masing-masing variabel bebas.

Interpretasi terhadap persamaan juga relatif sama, sebagai ilustrasi, pengaruh antara kualitas produk (X1), Promosi (X2) dan harga (X3) terhadap loyalitas pelanggan (Y) menghasilkan persamaan sebagai berikut :

$$Y = -1,200 + 0,044 X_1 + 0,056 X_2 + 0,956 X_3$$

Keadaan-keadaan bila nilai koefisien-koefisien regresi b_1, b_2 dan b_3 adalah :

- 1) bernilai 0, maka tidak ada pengaruh X_1, X_2 dan X_3 terhadap Y
- 2) bernilai negatif, maka terjadi hubungan yang berbalik arah antara variabel bebas X_1, X_2 dan X_3 dengan variabel tak bebas Y
- 3) bernilai positif, maka terjadi hubungan yang searah antara variabel bebas X_1, X_2 dan X_3 dengan variabel tak bebas Y

Metode analisis ini menggunakan program SPSS (*Statistic Product and Service Solution*).

3. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh beberapa variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Analisis linier berganda dilakukan dengan uji koefisien determinasi, uji t, dan uji F.

a. Uji t

Uji t dilakukan untuk melihat pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen secara individual (parsial),

dengan menganggap variabel lainnya konstan. Jika tingkat profitabilitasnya lebih kecil dari 0.05 maka dapat dikatakan variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Adapun prosedur pengujiannya adalah setelah melakukan perhitungan terhadap t hitung, kemudian membandingkan nilai t hitung dengan t tabel. Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

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

- 1) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan tingkat signifikansi $(\alpha) < 0,05$ maka H_a ditolak (H_0 diterima), yang berarti secara parsial variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan tingkat signifikansi $(\alpha) > 0,05$ maka H_a diterima (H_0 ditolak), yang berarti secara parsial variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

b. Uji F

Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama (simultan). Apabila tingkat probabilitasnya lebih kecil dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa semua variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Adapun prosedur pengujiannya adalah setelah melakukan perhitungan terhadap F hitung kemudian membandingkan nilai F hitung dengan F tabel. Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

$$F = \frac{R^2 / (n - 1)}{(1 - R^2) / (n - k)}$$

- 1) Apabila F hitung > F tabel dan tingkat signifikansi (α) < 0,05 maka H_a ditolak (H_0 diterima), yang berarti secara simultan semua variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Apabila F hitung < F tabel dan tingkat signifikansi (α) > 0,05 maka H_a diterima (H_0 ditolak), yang berarti secara simultan semua variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

c. Uji koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2016: 97).

$$R^2 = \frac{(ryx_1)^2 + (ryx_2)^2 - 2 \cdot (ryx_1) \cdot (ryx_2) \cdot (rx_1x_2)}{1 - (rx_1x_2)^2}$$

Keterangan:

- R^2 = Koefisien Determinasi
- ryx_1 = Korelasi sederhana (product moment pearson) antara X_1 dengan Y
- ryx_2 = Korelasi sederhana antara X_2 dengan Y
- rx_1x_2 = Korelasi sederhana antara X_1 dengan X_2