

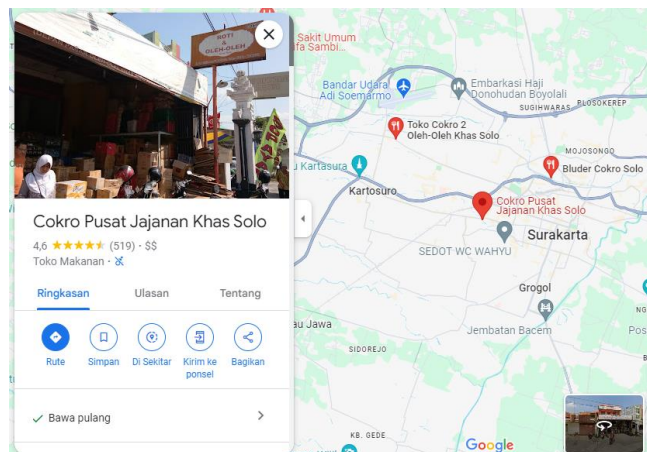
BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada toko Roti Bluder Solo yang beralamat di Jl. Dr. Rajiman No. 609, Laweyan, Surakarta. Waktu penelitian Agustus – November 2024. Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui seberapa besar korelasi positif dan signifikan antara harga, persepsi konsumen, dan kemasan yang menarik secara simultan dan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Objek penelitian dalam skripsi ini adalah pembeli di toko Roti Bluder Solo.

Berikut denah lokasi penelitian yang diambil dengan menggunakan *google maps*.



Gambar 2
Lokasi Penelitian

B. Jenis dan Sumber Data

Untuk mencapai keberhasilan dalam suatu penelitian, penting untuk menerapkan metode yang efektif agar tujuan bisa tercapai dengan optimal. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis memilih metode pengumpulan data sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Desain penelitian yang digunakan adalah metode asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Untuk analisis data, penulis memanfaatkan perangkat lunak SPSS versi 18. Menurut P. D. Sugiyono, 2010, penelitian kuantitatif ditandai dengan filosofi positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan instrumen yang telah ditentukan, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dan bertujuan untuk menguji hipotesis yang ada. Pendekatan kuantitatif lebih menekankan pada analisis data numerik yang dikumpulkan melalui kuesioner dan diolah menggunakan metode statistik. Penelitian ini menggunakan strategi asosiatif, yang bertujuan untuk mencari tahu hubungan antara dua variabel atau lebih. Tujuan dasarnya adalah mengungkap kebenaran guna menyelesaikan masalah yang sedang diteliti. Metode penelitian yang tepat dan relevan penting untuk mencapai tujuan ini. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga (X1), persepsi konsumen (X2), dan kemasan (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) di Roti Bluder Solo.

2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini dibagi menjadi:

a. Data primer

Data yang diperoleh secara langsung dari sumber yang diamati dan dicatat untuk pertama kalinya. Data ini diperoleh dari para pembeli di Roti Bluder Solo.

b. Data sekunder

Data yang dikumpulkan oleh pihak lain, bukan oleh penulis secara langsung. Data sekunder ini berasal dari arsip yang berhubungan dengan permasalahan yang akan diteliti, yang termasuk buku-buku, literatur, dan informasi lain yang relevan dengan penelitian ini.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut (Renggo dan Kom, 2022), populasi adalah sekumpulan orang, peristiwa, atau segala hal yang memiliki karakteristik tertentu. Populasi merupakan area generalisasi yang terdiri atas objek-objek yang memiliki kualitas dan karakteristik spesifik yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan diambil kesimpulannya. Dalam penelitian ini, populasi merupakan semua pembeli di Roti Bluder Solo. Berdasarkan hasil wawancara dan penggalan data dengan Bapak Hari Sasono sebagai pemilik toko roti Bluder Solo, diperoleh data jumlah data pengunjung dan pembeli di toko roti Bluder Solo selama periode penelitian sejumlah

87.900 orang, untuk selanjutnya jumlah itu digunakan sebagai jumlah populasi.

2. Sampel

Menurut P. D. Sugiyono, 2010, sampel diartikan sebagai bagian dari totalitas karakteristik yang dimiliki populasi. Sampel diambil dari populasi atau kelompok yang memiliki kesamaan karakteristik, membantu dalam penelitian jika populasi yang diteliti memiliki jumlah yang besar. Sebuah sampel dianggap representatif jika karakteristiknya relevan dengan populasi yang bersangkutan:

- 1) Responden yang telah melakukan pembelian produk Roti Bluder Solo minimal sekali.
- 2) Responden yang berjenis kelamin laki-laki atau perempuan dengan usia 17 tahun ke atas.

3. Teknik Sampling

Proses pengambilan sampel dilakukan melalui metode purposive sampling, dimana menurut Renggo dan Kom, 2022, adalah pengumpulan data berdasarkan strategi kecakapan atau pertimbangan individu.

(Notoatmodjo, 2010) menjelaskan bahwa teknik purposive sampling dilakukan berdasarkan pertimbangan yang dibuat peneliti mengenai populasi. Pertimbangan tersebut mencakup karakteristik dan sifat dari populasi. Menurut (P. D. Sugiyono, 2010), purposive sampling adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan penetapan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu.

Menurut (Winarno, 2013) Purposive sampling adalah metode yang dilakukan dengan pertimbangan spesifik, bukan berdasarkan strata atau wilayah, melainkan berdasarkan tujuan penelitian. Arikunto (1998) menyatakan bahwa purposive sampling yaitu teknik pengumpulan data yang berlandaskan pada pertimbangan khusus dan bukan melalui acak untuk mencapai tujuan tertentu.

Arikunto (1998) mengemukakan beberapa kriteria yang harus dipenuhi agar purposive sampling tetap relevan dan valid. Antara lain:

1. Ciri-ciri populasi harus sesuai dengan tujuan penelitian.
2. Sampel yang diambil dari individu, kelompok, atau area harus memenuhi latar belakang yang diinginkan oleh penelitian.
3. Sampel yang dipilih harus benar-benar mencerminkan karakteristik mayoritas populasi.

Teknik pemilihan sampel ini digunakan karena peneliti ingin mendapatkan informasi yang berhubungan dengan pembeli roti di Bluder Solo; jadi, peneliti dapat memilih pembeli roti di Bluder Solo sebagai sampel untuk penelitian ini. Para pembeli roti di Bluder Solo adalah subjek yang ideal untuk memberi informasi berdasarkan pertimbangan tertentu. Faktor kemudahan (waktu yang cepat dan biaya rendah) menjadi pertimbangan utama dalam metode pemilihan sampel non-acak.

Rumus Slovin adalah formula yang dipakai untuk menghitung jumlah sampel minimal yang diperlukan dalam suatu penelitian untuk mengestimasi proporsi.

Berdasarkan hasil wawancara dan pengumpulan data dengan Bapak Hari Sasono, pemilik toko roti Bluder Solo, diperoleh informasi mengenai jumlah pengunjung dan pembeli di toko roti tersebut selama periode studi yang berjumlah 87.900 orang. Jumlah ini akan digunakan sebagai populasi dan untuk menentukan jumlah sampel yang proporsional dalam penelitian ini dengan rumus Slovin.

Adapun notasi rumus Slovin dinyatakan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Dengan keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Batas kesalahan maksimal yang ditolerir dalam sampel 10% (Nurfalah et al., 2022)

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

$$n = \frac{87.900}{1+87900(0,1)^2}$$

$$n = \frac{87900}{1+87900(0,01)}$$

$$n = \frac{87900}{1+879}$$

$$n = \frac{87900}{880}$$

$$n = 99,89$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka sampel dalam penelitian ini adalah 99,89 dibulatkan menjadi 100 responden.

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner (Angket)

Kuesioner ini berisi tentang variabel bebas (harga, persepsi konsumen, dan kemasan) dan variabel terikat (keputusan pembelian). Skala pengukuran yang digunakan oleh peneliti untuk menyatakan tanggapan dari responden terhadap setiap pertanyaan yang diberikan digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomenasional. Menurut (P. D. Sugiyono, 2010), jawaban setiap item instrument menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai negative yang memiliki rentang nilai dalam mengukur sikap responden terhadap pernyataan yang disajikan yang terbagi menjadi

- a. Sangat setuju (SS) : Skor 5
- b. Setuju (S) : Skor 4
- c. Netral (N) : Skor 3
- d. Tidak Setuju (TS) : Skor 2
- e. Sangat tidak setuju (STS) : Skor 1

2. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang memiliki ciri yang spesifik jika dibandingkan dengan cara yang lain. Observasi juga tidak terbatas pada orang, namun juga objek-objek alam yang lainnya (P. D.

Sugiyono, 2010). Pada penelitian ini, peneliti melaksanakan observasi di saat pra penelitian.

E. Definisi Operasional

Definisi operasional dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 2
Definisi Operasional

Variabel	Pengertian	Indikator	Pernyataan
X1	Harga	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas. 3. Kesesuaian harga dengan manfaat 4. Daya saing harga	1. Saya merasa bahwa harga terjangkau 2. Saya merasa bahwa harga sesuai dengan kualitasnya. 3. Harga sesuai dengan manfaat 4. Menurut saya, harga bersaing dengan produk sejenis dari toko lain
X2	Persepsi Konsumen	a. Tanggapan (<i>respon</i>) b. Pendapat c. Penilaian	1. Menurut saya, rasanya enak 2. Roti Bluder Solo menyediakan berbagai varian 3. Pendapat saya, secara umum roti Bluder Solo memiliki kualitas yang baik
X3	Kemasan	1. Warna (<i>colour</i>) 2. Bahan (<i>material</i>) 3. Bentuk (<i>form</i>)	1. Menurut saya, warna kemasan cukup menarik 2. Bahan kemasan roti Bluder Solo bagus. 3. Saya berpendapat bahwa kemasannya mempunyai bentuk yang menarik

		4. Ukuran (size) 5. Logo (brand) 6. Topografi (text)	4. Ukuran kemasan terasa praktis dan simpel 5. Logo roti Bluder Solo mudah dikenali 6. Tulisan pada setiap kemasan jelas
Y	Keputusan Pembelian	1. Sesuai kebutuhan konsumen 2. Mempunyai manfaat bagi konsumen. 3. Ketepatan dalam membeli produk 4. Pembelian berulang.	1. Saya merasa bahwa produk roti Bluder Solo sesuai kebutuhan konsumen 2. Produk dari roti Bluder Solo mempunyai manfaat yang baik 3. Saya merasa puas dengan produk dan pelayanan 4. Saya akan merekomendasikan kepada orang lain untuk melakukan pembelian roti Bluder Solo .

F. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan salah satu cara yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana variabel yang satu mempengaruhi variabel yang lain, dalam hal ini digunakan untuk mengetahui pengaruh harga, kemasan, dan persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian di Toko Roti Bluder Solo.

1. Uji Validitas

Uji Validitas adalah metode yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat digunakan dalam pengukuran objek yang ingin diukur. (P. D. Sugiyono, 2010) menyatakan bahwa validitas merupakan alat untuk menilai keaslian, atau apakah kuesioner itu dapat diterima. Setelah membuat kuesioner, langkah selanjutnya adalah melakukan uji coba pada sejumlah responden.

Menurut (P. D. Sugiyono, 2010), “validitas mengacu pada sejauh mana kesesuaian antara data nyata yang terjadi pada objek penelitian dan data yang dilaporkan oleh penelitian itu sendiri”. Oleh karena itu, data yang dikategorikan sebagai valid adalah yang tidak berbeda antara laporan peneliti dan kenyataan di lapangan. Data yang telah dikumpulkan kemudian diuji validitasnya dengan menganalisis korelasi antar item pertanyaan. Uji validitas digunakan untuk menilai sejauh mana butir-butir pertanyaan dalam suatu kuesioner dapat mendefinisikan suatu variabel. Kuesioner ini biasanya berkaitan dengan sekelompok variabel tertentu.

Dalam penelitian ini, pengujian validitas dilakukan dengan metode yang diperkenalkan oleh Karl Pearson, yaitu menggunakan rumus korelasi product moment.

Suatu instrument penelitian dikatakan valid apabila memenuhi kriteria sebagai berikut:

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

Keterangan:

r_{xy} : Koefisien korelasi

X : Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item

Y : Skor total yang diperoleh dari seluruh item

$\sum X$:Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$:Jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum X^2$: Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X

$\sum Y^2$:Jumlah kuadrat dalam skor distribusi

Y n : Banyaknya responden (S. Sugiyono, 2007)

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan r hitung dengan nilai r_{tabel} . Dengan menggunakan taraf signifikansi sebesar 5%, valid atau tidaknya dengan ketentuan sebagai berikut:

Bila $r \text{ hitung} > r \text{ table}$, maka dinyatakan valid.

Bila $r \text{ hitung} < r \text{ table}$, maka dinyatakan tidak valid

2. Uji Reliabilitas

Menurut (S. Sugiyono, 2007), reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan seberapa tepat instrumen dalam menilai konsep, serta mengukur konsistensi dan stabilitas dari alat ukur tersebut. (P. D. Sugiyono, 2010) mengemukakan bahwa reliabilitas konsumen dihitung dengan mengkorelasikan dua instrumen, satu dibandingkan dengan instrumen lain yang dianggap setara. Jika korelasinya positif dan signifikan, maka instrumen tersebut dapat dianggap reliabel.

Uji reliabilitas adalah tes yang dilakukan untuk menilai apakah kuesioner yang akan digunakan dalam penelitian untuk mengumpulkan data variabel penelitian dapat diandalkan atau tidak. Sebuah kuesioner dianggap reliabel jika ketika diukur lagi menghasilkan hasil yang serupa.

Pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan metode one shot, yaitu melakukan pengukuran satu kali saja. Di sini, variabel diukur sekali dan hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain untuk mengevaluasi korelasi antar jawaban.

Sebuah variabel dikategorikan sebagai reliabel jika memiliki nilai Cronbach alpha lebih dari 0,6, yang menunjukkan bahwa instrumen tersebut dapat digunakan sebagai pengumpul data yang kredibel, yaitu hasil pengukuran koefisien relatif jika diuji ulang. Uji reliabilitas ini bertujuan untuk mengevaluasi konsistensi (Mahdy dan Ghozali, 2012).

Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus Cronbach Alpha, yaitu:

$$r_i = \frac{k}{(k - 1)} \left(\frac{1 - \sum S_i^2}{\sum S_t^2} \right)$$

Keterangan:

r_{ii} : Reliabilitas instrument

k : Banyaknya butir pertanyaan

$\sum S_i^2$: Jumlah butir pertanyaan

S_t^2 : Varians total

3. Uji Normalitas

Uji Normalitas merupakan suatu pengujian yang dilakukan untuk mengevaluasi distribusi data dalam suatu kelompok atau variabel, apakah distribusi data tersebut mengikuti pola normal atau tidak. Menurut Mahdy dan Ghozali pada tahun 2012, uji ini bertujuan untuk menginvestigasi apakah variabel independen dan variabel dependen dalam model regresi memiliki distribusi normal. Jika variabel tidak mengikuti distribusi normal, maka hasil dari uji statistik akan menurun. Prosedur uji normalitas data dapat dilakukan dengan memakai One Sample Kolmogorov Smirnov, dengan ketentuan bahwa jika nilai signifikansi lebih dari 0,05, data dianggap terdistribusi normal. Sementara itu, jika hasil dari One Sample Kolmogorov Smirnov menunjukkan nilai signifikansi di bawah 0,05, maka data dianggap tidak berdistribusi normal.

Ketika dikatakan bahwa data memiliki distribusi normal, itu berarti bahwa data tersebut mengikuti pola distribusi normal, sebagaimana diungkapkan oleh Nugrahani dan Hum pada tahun 2014. Dalam menetapkan hipotesis pada uji normalitas, ada beberapa pernyataan yang harus diperhatikan, antara lain:

- a) H_0 : H_1 diterima jika nilai tertinggi lebih besar dari nilai tabel, yang akhirnya menyimpulkan bahwa data berdistribusi normal.
- b) H_1 : H_0 diterima jika nilai tertinggi.

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah prosedur untuk mengevaluasi apakah terdapat perbedaan varian dari residual dalam semua pengamatan pada model regresi linear. Tujuan dari uji ini adalah untuk menentukan apakah dalam model regresi terdapat perbedaan varian residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya. Jika varian residual pada setiap pengamatan tetap konstan, keadaan ini disebut homoskedastisitas; jika ada perbedaan, maka disebut heteroskedastisitas.

Menurut (Mahdy dan Ghazali, 2012), pengujian ini bertujuan untuk menilai apakah terdapat ketidaksamaan varian dan residual pada pengamatan yang berbeda dalam model regresi. Sebuah model yang baik seharusnya bebas dari heteroskedastisitas, artinya varian residual antar pengamatan tidak boleh berbeda. Untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas, kita bisa menggunakan pendekatan scatterplot. Jika hasil pengujian menunjukkan bahwa titik-titik menyebar di atas dan di bawah garis nol serta tidak membentuk pola tertentu, maka dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas. Menurut (Mahdy dan Ghazali, 2012), analisis grafik scatter plot menyatakan bahwa jika terlihat pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola teratur (bergelombang, melebar, lalu menyempit), ini menandakan terjadinya heteroskedastisitas. Namun, jika tidak terdapat pola yang jelas dan titik-titik tersebar di atas serta di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

5. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas adalah prosedur yang dilakukan untuk mengecek apakah terdapat interaksi atau kolinearitas di antara variabel bebas dalam sebuah model regresi. Tujuan dari pengujian ini adalah untuk menentukan apakah ada korelasi yang terlihat di antara variabel independen dalam model regresi tersebut. (Mahdy dan Ghozali, 2012)

Sesuai dengan (Mahdy dan Ghozali, 2012), tujuan dari pengujian multikolinearitas adalah untuk menilai apakah pada model regresi ditemukan hubungan antar variabel bebas (independen). Penilaian multikolinearitas merupakan suatu pemeriksaan dengan tujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat hubungan antara variabel independen. Dampak dari multikolinearitas ini adalah meningkatkan nilai variabel pada sampel. Ini akan mengakibatkan kesalahan standar yang lebih besar, sehingga saat koefisien diperiksa, nilai t yang dihasilkan akan lebih kecil daripada nilai t tabel.

Uji multikolinearitas menunjukkan bahwa variabel independen harus bebas dari adanya gejala multikolinearitas. Gejala ini adalah tanda adanya korelasi di antara variabel independen. Tanda tersebut terlihat melalui korelasi yang signifikan di antara variabel independen. Jika gejala multikolinearitas muncul, salah satu cara untuk memperbaiki model adalah dengan mengeluarkan salah satu variabel dari model regresi (Nugrahani dan Hum, 2014).

Jika nilai VIF lebih besar dari 10 atau jika nilai toleransi kurang dari 0,1, ini menunjukkan bahwa multikolinearitas tidak terjadi.

Dalam model regresi yang baik, seharusnya tidak ada korelasi antara variabel bebas, atau dengan kata lain, tidak ada multikolinearitas (Yasmine dan Alvia, 2023). Angka di antara nol dan satu menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

6. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi Linier Berganda adalah suatu model persamaan yang dipakai untuk menemukan persamaan regresi yang berguna dalam memprediksi nilai variabel dependen berdasarkan nilai-nilai variabel independen, baik secara bersamaan maupun terpisah.

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengevaluasi apakah variabel β independen memiliki dampak pada variabel dependen baik secara simultan maupun parsial.

Menurut S. Sugiyono (2007), regresi linier berganda dipakai oleh para peneliti untuk memprediksi kondisi (kenaikan atau penurunan) variabel dependen, atau regresi linier berganda diterapkan jika jumlah variabel independennya minimal dua. Penggunaan metode regresi linier berganda melibatkan lebih dari satu variabel dengan satu variabel terikat. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen, seperti Harga (X_1), Persepsi Konsumen (X_2), dan Kemasan (X_3). Sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y). Rumus regresi linear berganda, sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y	= Variable dependen (Keputusan Pembelian)
α	= Konstanta
$\beta_1, \beta_2, \beta_3$	= Koefisien regresi variabel independen
X1	= Variabel Harga
X2	= Variabel Persepsi Konsumen
X3	= Variabel Kemasan
e	= error (S. Sugiyono, 2007)

7. Uji Hipotesis (Uji t)

Menurut S. Sugiyono (2007), uji t digunakan untuk mengidentifikasi pengaruh setiap variabel independen terhadap variabel dependen. Apabila nilai t hitung lebih besar dari ttabel atau nilai signifikansi uji t melebihi ttabel, maka variabel independen memiliki pengaruh yang kuat terhadap variabel dependen.

Jika nilai t hitung menetapkan hipotesis yang akan diperiksa. Hipotesis yang akan diuji adalah sebagai berikut:

- $H_0: \beta_1 = 0$, yang berarti Harga tidak memengaruhi Keputusan Pembelian roti Bluder Solo.
- $H_a: \beta_1 \neq 0$, yang menunjukkan bahwa Harga memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian roti Bluder Solo.
- $H_0: \beta_2 = 0$, yang berarti Persepsi Konsumen tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian roti Bluder Solo.
- $H_a: \beta_2 \neq 0$, yang menunjukkan bahwa Persepsi Konsumen memengaruhi Keputusan Pembelian roti Bluder Solo.

- e. $H_0: \beta_3 = 0$, yang berarti Kemasan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian roti Bluder Solo.
- f. $H_a: \beta_3 \neq 0$, yang menunjukkan bahwa Kemasan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian roti Bluder Solo.

8. Analisis Koefisien Determinasi

Menurut S. Sugiyono pada tahun 2007, analisis korelasi bertujuan untuk menemukan koefisien korelasi, yaitu nilai yang menunjukkan seberapa kuat hubungan antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y), guna mengevaluasi tingkat kekuatan atau kelemahannya. S. Sugiyono juga menjelaskan bahwa analisis korelasi ganda dimanfaatkan untuk mengukur derajat atau kekuatan hubungan antara semua variabel X dengan variabel Y secara simultan. Koefisien determinasi parsial dipakai untuk memahami kontribusi pengaruh dari variabel bebas tertentu terhadap perubahan pada variabel terikat.

- a. Koefisien determinasi parsial X_1 terhadap Y dengan rumus:

$$KDY_{1.23} = (r_{Y1.23})^2 \times 100\%$$

- b. Koefisien determinasi parsial X_2 terhadap Y dengan rumus:

$$KDY_{2.13} = (r_{Y2.13})^2 \times 100\%$$

- c. Koefisien determinasi parsial X_3 terhadap Y dengan rumus:

$$KDY_{3.12} = (r_{Y3.12})^2 \times 100\%$$

Keterangan:

$$r_{Y1.23} = \text{Koefisien korelasi parsial antara } X_1 \text{ dengan } Y \text{ (} X_2, X_3 \text{ konstan)}$$

$$= \frac{r_{Y1} - (r_{Y2} \cdot r_{Y3} \cdot r_{123})}{\sqrt{(1 - (r_{Y2})^2) \cdot (1 - (r_{Y3})^2) \cdot (1 - (r_{123})^2)}}$$

$r_{Y2.13}$ = Koefisien korelasi parsial antara X_2 dengan Y (X_1, X_3 konstan)

$$= \frac{r_{Y2} - (r_{Y1} \cdot r_{Y3} \cdot r_{123})}{\sqrt{(1 - (r_{Y1})^2) \cdot (1 - (r_{Y3})^2) \cdot (1 - (r_{123})^2)}}$$

$r_{Y3.12}$ = Koefisien korelasi parsial antara X_3 dengan Y (X_1, X_2 konstan)

$$= \frac{r_{Y3} - (r_{Y1} \cdot r_{Y2} \cdot r_{123})}{\sqrt{(1 - (r_{Y1})^2) \cdot (1 - (r_{Y2})^2) \cdot (1 - (r_{123})^2)}}$$