

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Menurut (Sugiyono,2016 : 24) pada dasarnya untuk mendapatkan suatu data atau melihat bagaimana suatu kejadian ataupun alat dapat berguna sebelumnya yakni dengan dilakukannya penelitian. Dimana dipakainya dalam penelitian ini jenis kuantitatif agar mampu meneliti suatu jenis sampel pada populasi tertentu. Dimana pengumpulan data tersebut dilakukan untuk menghasilkan jawaban yang tepat dari hasil hipotesis sebelumnya (Sugiyono, 2016: 25).

3.2 Operasional Variabel

Kerlinger (Sugiyono, 2016: 38) menyatakan bahwa variabel adalah konstruk (*constructs*) atau sifat yang akan dipelajari. Variabel yang digunakan dalam penelitian dapat diklasifikasikan menjadi: (1) variabel dimana ia menjelaskan serta mampu mempengaruhi variabel lainnya yang disebut dengan variabel bebas. dan (2) sedangkan yang lainnya ialah variabel yang keberadaanya dipengaruhi oleh variabel bebas tersebut dimana dapat dikatakan sebagai variabel terikat.

Dari penjabaran tersebut serta hipotesis yang ada, terdapat variabel dalam penelitian ini yang akan di analisis yakni variabel terikat dan variabel bebas dimana terdapat indikator yang mampu mempengaruhi kepuasan pengguna jasa atravel PT Rizki Evati Bersahaja.

3.1.1 Variabel Dependen

Menurut (Sugiyono, 2016: 97) menjelaskan tentang variabel dependen dimana sering juga disebut dengan variabel terikat. Yakni variabel yang keberadaannya dipengaruhi atau tidak dapat berdiri tanpa adanya variabel bebas. Dimana variabel ini pada penelitian kuantitatif dijelaskan dan keberadaannya dianggap penting dalam penelitian ini. Adapun variabel terikat dalam penelitian ini ialah kepuasan konsumen (Y).

3.1.3.1 Kepuasan Konsumen

Variabel kepuasan konsumen sebagai variabel (Y) yang dari jumlah score daftar pertanyaan untuk konsumen yang menggunakan jasa travel PT Rizki Evanti Bersahaja dan berkedudukan sebagai variabel dependen.

Tabel 3.2 Indikator Variabel Dependen

| Konsep Variabel | Indikator | Skala |
|-----------------------|---------------------------------------|--------|
| Kepuasan Konsumen (Y) | 1. Harapan (<i>Expectations</i>) | Likert |
| | 2. Kinerja (<i>Performance</i>) | Likert |
| | 3. Perbandingan (<i>Comparison</i>) | Likert |
| | 4. Pengalaman (<i>Experience</i>) | Likert |
| | 5. Konfirmasi (<i>Confirmation</i>) | Likert |

Sumber : (Priansa, 2017: 210)

Menurut (Sugiyono, 2016: 96), pengertian variabel independen (variabel bebas) yakni variabel yang menyebabkan adanya variabel terikat, sebab keberadaannya menjadikan pengikat dari variabel terikat. Dimana pada penelitian ini yang menjadi variabel bebas yakni *Customer Experience* (X1) dan Kepercayaan (X2).

3.1.3.2 *Customer Experience (X1)*

Customer Experience merupakan suatu interaksi pemberi layanan dimana hasil dari interaksi tersebut mampu menghasilkan bermacam pengetahuan sehingga konsumen mau untuk melakukan atau menggunakan jasa maupun produk. Hasil dari pengalaman tersebut tersimpan secara otomatis didalam ingatan pelanggan. (Zahra & Lutfie, 2017: 573)

3.1.3.3 Kepercayaan (X2)

Kepercayaan di anggap sebagai tolak ukur bahwa seseorang akan mendapatkan suatu keinginannya yang di anggap mampu didapati dari cara mereka bersosialisasi dengan mitranya. Kepercayaan juga menjadi tolak ukur bagaimana seseorang mampu membangun rasa percaya setelah mereka memberikan dengan harapan mereka selanjutnya (Setyowati, 2018: 44).

Tabel 3.2 Indikator Variabel Independen

| Konsep Variabel | Indikator | Skala |
|--|----------------------------------|--------|
| <i>Customer Experience (X₁)</i> | 1. <i>Sense</i> | Likert |
| | 2. <i>Feel</i> | Likert |
| | 3. <i>Think</i> | Likert |
| | 4. <i>Act</i> | Likert |
| | 5. <i>Relate</i> | Likert |
| Kepercayaan (X ₂) | 6. <i>Integritas (Integrity)</i> | Likert |
| | 7. <i>Kebaikan (Benevolence)</i> | Likert |
| | 8. <i>Kompetisi (Competence)</i> | Likert |

Sumber : Dirbawanto & Sutrasnawati(2016 : 72) dan (Priansa, 2017: 125)

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Sugiyono (2016 : 80) mengemukakan populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu

yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini adalah para konsumen Paket Batam - Malaysia yang menggunakan jasa PT Rizki Evanti Bersahaja di Batam. Berdasarkan jumlah populasi yang menggunakan jasa tersebut yaitu sebanyak 334 konsumen.

3.2.2 Sampel

Sugiyono (2016 : 81) menjelaskan bahwasannya sampel ialah suatu karakteristik serta bagian dari adanya populasi. Dapat dikatakan bahwa sampel ialah bebrapa bagian populasi yang mampu terpilih dengan menggunakan tata cara tertentu yang diharapkan dapat mewakili penelitian tersebut (Martono, 2016: 76-77).

Teknik sampling adalah metode untuk menentukan sampel dan berapa banyak sampel yang diperlukan. Adapun untuk dilakukan penelitian, digunakan teknik *nonprobability* sampling yakni dengan cara tidak memebrikan kesempatan bagi setiap anggota untuk dipilih menjadi sampel dalam penelitian. Purposive sampling adalah salah satu teknik sampling non random dimana peneliti menentukan pengambilan sampel dengan cara mnetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian. Dimana dalam penelitian ini, peneliti mengajukan kuesioner pada responden dengan batasan usia 17 tahun keatas, karena dianggap lebih mengerti tentang apa yang ditanyakan.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan rumus slovin untuk menentukan sampel. Rumus slovin adalah sebagai berikut(Sugiyono, 2016: 87):

Tabel 3.3Rumus Slovin

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

Keterangan:

n = Ukuran sampel/jumlah responden

N = Ukuran populasi

e = Presentase kelonggaran ketelitian pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir;

Nilai e = 0,05(5%)

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 334 konsumen, sehingga presentase kelonggaran yang digunakan adalah sebanyak 5% dan hasil perhitungan yang dibutuhkan untuk mencapai kesesuaian. Maka untuk mengetahui sampel penelitian, dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{334}{1 + 334(0,05)^2}$$

$$= \frac{334}{1,835}$$

n = 182,01 dibulatkan menjadi 183

3.2.3 Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

3.2.3.1 Jenis Data

a. Data Kuantitatif

Sugiyono menjelaskan (2016: 13) dimana data kuantitatif yaitu sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah angket atau kuesioner. Adanya hasil pengukuran ketiga variabel *Customer Experience* (X1), Kepercayaan (X2), serta variabel terikat adalah Kepuasan Konsumen (Y) yang sesuai dengan tujuan dan metode penelitian yang sudah ditetapkan, dengan penelitian berjenis kuantitatif.

Didapati skala interval sebagai skala dalam penelitian ini yang disusun agar mengetahui seberapa kuat hasil dari responden yang setuju dengan item pernyataan yang telah dibuat (Sekaran & Bougie, 2016 : 207).

Tabel. 3.3 Skala Likert

| Skala Likert | Kode | Nilai |
|---------------------|------|-------|
| Sangat Setuju | SS | 5 |
| Setuju | S | 4 |
| Netral | N | 3 |
| Tidak Setuju | TS | 2 |
| Sangat Tidak Setuju | STS | 1 |

Sumber: (Sekaran & Bougie, 2016 : 207)

3.2.3.2 Sumber Data

a. Observasi

Sutrisno Hadi dalam Sugiyono (2016 : 145) menjelaskan bahwa observasi ialah penelitian secara langsung di suatu tempat kejadian untuk melihat secara langsung proses dalam objek yang akan langsung di amati. Diketahui dengan cara langsung mengamati objek sasaran.

b. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Responden dapat memberi jawaban dengan memberi tanda pada salah satu atau beberapa jawaban yang telah disediakan.

c. Penelitian Kepustakaan

Studi kepustakaan mengambil setiap teori dan mengutipnya kedalam penelitian, dimana kutipan tersebut sesuai dengan teori yang berkaitan dengan *Customer Experience* (X1), Kepercayaan (X2), dan Kepuasan Konsumen (Y).

3.3 Metode Analisis Data

Sugiyono (2016 : 147), dijelaskan bahwasannya kegiatan dimana data yang telah didapatkan keseluruhannya yang kemudian di lakukan penganalisisan untuk mendapatkan hasil dari penelitian baik dari keseluruhan responden maupun data yang lain. Dimana caranya yaitu dengan melakukan penggabungan data tersebut sesuai dengan variabel serta macam responden, kemudian disajikan serta di teliti dan didapati hasil dari perolehan hipotesis yang sebelumnya dilakukan.

Metode penelitian data dalam penelitian ini adalah mencari pengaruh dari sebuah variabel independen terhadap variabel dependen yakni dinamakan dengan penelitian kuantitatif. Dimana pengolahan ataupun analisis data dibantu dengan menggunakan sistem perangkat lunak SPSS 2.5 (*Statistical package for social sciences*).

3.3.1 Analisis Deskriptif

Sugiyono (2016: 148), dijelaskan bahwa statistic deskriptif digunakan sebagai dasar penganalisisan data dengan menjelaskan dan mengurutkan serta menggambarkan data yang dikumpulkan tanpa bermaksud memberikan kesimpulan secara generalisasi.

Dalam penelitian ini, analisis data yang dipakai yakni deskripsi dimana hasil jawabankuesioner yang disebarakan bagi pengguna jasa travel pada PT Rizki Evanti Bersahaja, yang kemudian *ouputnya* akan di proses menggunakan statistik deskriptif untuk mengestrasikan data dari responden. Adapun rumus untuk menghitung rentang skala adalah:

$$RS = \frac{n(m-1)}{m}$$

Rumus 3.1 Rentang skala

Sumber:(Sugiyono, 2016: 87)

Keterangan:

n = jumlah sampel

m = jumlah alternatif jawaban tiap item

RS = renang skala

Hal yang dilakukan terlebih dahulu dalam mencari rentang skala adalah menentukan hasil terendah serta hasil tertinggi. Sampel responden berjumlah 183 orang dan banyak alternatif jawaban berjumlah 5 orang.

$$RS = \frac{183(5-1)}{5}$$

$$RS = \frac{183(4)}{5}$$

$$RS = 146,4$$

Dari hasil perhitungan rentang skala di atas hasil yang didapat yaitu:

Tabel 3.4 Rentang Skala

| No | Pertanyaan | Skor |
|----|-------------|---------------------|
| 1 | 183-329,4 | Sangat Tidak Setuju |
| 2 | 329,5-475,8 | Tidak Setuju |
| 3 | 475,9-622,2 | Netral |
| 4 | 622,3-768,6 | Setuju |
| 5 | 768,7-915 | Sangat Setuju |

Sumber: Penelitian 2019

3.3.2 Uji Kualitas Data

Dijelaskan bahwa melakukan uji validitas data dapat dikelola dengan uji validitas serta reliabilitas. Sanusi (2016: 76), untuk mendapatkan data yang memiliki tingkat konsistensi serta akurasi yang tinggi, harus adanya proses instrument penelitian bernilai valid serta reliabel. Apabila suatu instrument dapat mengukur sebuah data yang mampu di ukur, maka instrument tersebut dapat di katakana valid.

3.3.2.1 Uji Validitas Data

Uji validitas data penelitian ditentukan oleh proses pengukuran yang akurat. Wibowo (2016 : 36), mengemukakan bahwa pencapaian sebanyak 0,30 yakni menjadi pembeda yang cukup memuaskan atau dianggap valid . Wibowo (2016: 37), untuk menilai besaran koefisien korelasi *Pearson Moment* dapat dilakukan dengan menggunakan rumus, dimana salah satunya ialah sebagai berikut:

$$r_w = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Rumus 3.2 *Pearson Moment*

Keterangan :

- r_{xy} = koefisien korelasi
- y = skor Item
- x = skor total dari x
- n = jumlah banyaknya subjek

3.3.2.2 Uji Reliabilitas Data

Menurut Sekaran(Rumengan, 2016 : 86) reliabilitas adalah suatu pengukuran menunjukkan stabilitas dan konsistensi dari suatu instrument yang mengukur suatu konsep dan berguna untuk mengakses kebaikan dari suatu pengukuran. Sedangkan Ghiselli et al (Rumengan, 2016 : 135) reliabilitas adalah suatu pengukuran sebagai seberapa besar variasi tidak sistematis dari penjelasan kuantitatif dari karakteristik-karakteristik suatu individu jika individu yang sama diukur beberapa kali.

(Wibowo, 2016: 52) terdapat cara untuk menilai besaran angka reliabilitas dimana salah satunya memakai metode *Cronboach's Alpha* rumus yang digunakan yaitu sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{(k-1)} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma^2} \right) \quad \text{Rumus 3.3 Cronbach's Alpha}$$

Keterangan :

r_{11} = reliabilitas instrument

k = jumlah butir pertanyaan

$\sum ab^2$ = jumlah varian pada butir

σ^2 = varian total

3.3.3 Uji Asumsi Klasik

Diketahui bahwasannya apakah model yang dipergunakan tersebut mampu mewakili kenyataan yang sesungguhnya. Yang kemudian dilakukan sebuah

pengujian untuk membuktikan kebenaran tersebut. Dimana uji yang akan dilakukan ialah membuat analisis korelasinya. Sebelumnya untuk mengetahui hal tersebut, harus terlebih dahulu memenuhi uji asumsi klasik. Model analisis regresi penelitian ini mensyaratkan uji asumsi terhadap data meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas.

3.3.3.1 Uji Normalitas

Residual yang didapatkan baik apabila memiliki distribusi normal. Didasari pada hal tersebut di jadikan bahwa untuk melakukan pengujian normalitas agar diketahui sampel yang dipilih berdistribusi normal atau tidak dan sampel yang bernilai normal telah lulus uji normalitas (Priyatno, 2016: 144).

(Wibowo, 2016: 62) uji normalitas dapat dilakukan menggunakan *Histogram Regression Residual* yang sudah distandarkan, analisis *Chi Square*, dan juga menggunakan nilai *Kolmogorov-Sminorv Z < Z* tabel kemudian jika dalam gambar akan berbentuk *Bell-Shaped curve* dan dalam menggunakan *P-P Plot* akan membentuk garis-garis di sekitar diagonal. Kurva nilai Residual terstandarisasi dikatakan normal jika: Nilai *Kolmogorov-Sminorv Z < Z* tabel ; atau menggunakan *Nilai Probability Sig (2tailed) > α ; sig > 0,05* (Wibowo, 2016 : 61).

3.3.3.2 Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah hubungan linier sempurna atau pasti diantara beberapa atau semua variabel independen dari model regresi. 1). Dimana dikatakan bahwa model regresi yang dikatakan baik seharusnya tidak terdapat korelasi yang sempurna antara variabel bebasnya. Terjadinya multikolinieritas

yaitu karena adanya kesalahan yang terdapat, kesalahan tersebut terjadi sangat besar dan tidak terhingga. (Priyatno, 2016: 152).

Metode uji multikolinearitas terbagi dalam dua bagian, yaitu:

- a. Dengan membandingkan nilai koefisien determinasi individual (r^2) dengan nilai determinasi secara serentak (R^2)
- b. Dengan melihat nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF) pada model regresi.

Untuk mengetahui suatu model regresi bebas dari multikolinearitas, yaitu mempunyai nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) kurang dari 10 dan mempunyai angka *Tolerance* lebih dari 0,1 (Priyatno, 2016: 152).

3.3.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak sama pada semua pengamatan di dalam model regresi. Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas (Priyatno, 2016: 160). Uji heteroskedastisitas diperlukan untuk menguji ada tidaknya varian variabel dalam model yang tidak sama. Untuk melakukan uji tersebut ada beberapa metode yang dapat digunakan, misalnya metode *Barlet* dan *Rank Spearman* atau Uji *Spearman's rho*, metode grafik *Park Gleyser* (Wibowo, 2016: 93).

Pengujian heteroskedastisitas bila diketahui variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap absolut residual ($\alpha = 0,05$) dimana mengartikan bahwa tidak adanya terjadi gejala heteroskedastisitas. Dengan metode pengujian yakni Gleyer tahapannya yaitu menyusun regresi dan nilai absolut. (Sanusi, 2016 :

134). Dari hasil tersebut, ketika didapati signifikansi $>0,05$ berarti telah terjadi masalah heterokedastisitas.

3.3.4 Uji Pengaruh

Agar mengetahui kebenaran dari hipotesisi dimana dikatakan bahwa variabel terikat berpengaruh dengan variabel bebas maka dilakukanlah pengujian pengaruh pada sebuah penelitian. Dimana hal yang dianggap memiliki pengaruh tersebut diuji dengan menggunakan uji regresi serta uji *R Square*.

3.3.4.1 Analisis Linear Berganda

Analisis linear berganda berguna untuk menganalisis hubungan linear antara 2 variabel independen atau lebih dengan 1 variabel dependen (Priyatno, 2016 : 137). Pada dasarnya analisis linear berganda ialah regresi linear sederhana yang sudah diperluas, dimana adanya penambahan dari banyaknya variabel bebas yang mana sebelumnya hanya satu dan saat ini bisa menjadi dua variabel bebas (Sanusi, 2016: 134).

Rumusan persamaan regresi berganda dalam penelitian ini menggunakan dua prediktor ataupun variabel bebas dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Rumus 3.4 Regresi Linear Berganda

Keterangan :

Y = variabel dependen (kepuasan konsumen)

a = nilai konstan

b = nilai koefisien regresi

X_1 = variabel independen pertama (*customer experience*)

X_2 = variabel independen kedua (kepercayaan)

3.3.4.2 Koefisien Determinan (R^2)

Sanusi (2016: 136), mengemukakan koefisien determinan (R^2) sering disebut sebagai koefisien determinasi majemuk yang hampir sama dengan koefisien r^2 . R juga menjabarkan adanya proporsi variasi pada variabel terikat (Y) yang di terangkan pada variabel bebas yaitu lebih dari satu variabel yang terdapat didalamnya. Pada dasarnya, koefisien determinasi dipakai untuk menganalisis R^2 yang sudah di jelaskan sebelumnya (R^2_{adjusted}).

3.3.5 Uji Hipotesis

Sugiyono (2016: 159), menjabrakan hipotetsis di jelaskan sebagai jawaban saat ini yang di dapati dari rumusan masalah yang terdapat dalam penelitian. Pada penelitian ini, didapati hipotesis akni variabel customer experience (X_1) serta kepercayaan (X_2) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y) memakai uji t dengan kesamaan secara parsial memakai uji F.

3.3.5.1 Pengujian Secara Simultan (Uji F)

Digunakannya uji F dengan maksud agar tahu pengaruh secara bersama yakni variabel independen dengan variabel dependen (Priyatno, 2016 : 89).

Keseluruhan uji koefisien secara bersama-sama (Uji F) dilakukan dengan langkah yakni sebagai berikut:

1. Menentukan hipotesis nol (H_0) dan hipoesis alternative (H_a)

H_0 ; tidak ada pengaruh positif antara *customer experience* dan kepercayaan secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

H_a ; ada pengaruh positif antara *customer experience* dan kepercayaan secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

2. Membandingkan nilai F_{hitung} dengan nilai F_{tabel} yang tersedia pada α tertentu, misalnya 5%; $df = k; n - (k + 1)$.
3. Membuat kesimpulan dengan kriteria sebagai berikut :
 - a. $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
 - b. $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
 - c. Nilai $sig \geq \alpha = 5\%$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
 - d. Nilai $sig < \alpha = 5\%$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

3.5.5.2 Pengujian Secara Parsial (Uji t)

Dilakukannya uji signifikansi pada setiap koefisien agar mampu mengetahui apakah terdapat signifikansi terhadap pengaruh dari variabel bebas (X) pada variabel terikat (Y), dalam kajian ini kemudian uji signifikansi secara parsial dapat digunakan dalam melakukan uji hipotesis tersebut secara parsial menggunakan uji t (Sanusi, 2016 : 138).

Sanusi (2016: 138), menjabarkan berbagai langkah dalam melakukan uji t pada penelitian ini yakni sebagai berikut:

1. Pengujian hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternative (H_a)

H_0 ; tidak ada pengaruh positif antara *customer experience* terhadap kepuasan konsumen.

H_a ; ada pengaruh positif antara *customer experience* terhadap kepuasan konsumen.

H_0 ; tidak ada pengaruh positif antara *customer experience* terhadap kepuasan konsumen.

H_a ; ada pengaruh positif antara kepercayaan terhadap kepuasan konsumen.

H_0 ; tidak ada pengaruh positif antara kepercayaan terhadap kepuasan konsumen.

H_a ; ada pengaruh positif antara kepercayaan terhadap kepuasan konsumen.

2. Membandingkan nilai F_{hitung} dengan nilai F_{tabel} dengan taraf signifikan yaitu 5%; $df = N-2$
3. Membuat kesimpulan sebagai berikut:
 - a. $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
 - b. Nilai $sig \geq \alpha = 5\%$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
 - c. Nilai $sig < \alpha = 5\%$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

3.6 Lokasi Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini lokasi peneliti adalah dimana tempat peneliti untuk melakukan penelitian, serta memperoleh data-data yang dibutuhkan. Lokasi dalam penelitian ini adalah PT Rizki Evanti Bersahaja Ruko Mega Legenda blok C3 No. 5 Batam.

3.7 Waktu Penelitian

Secara jelas bahwa jadwal penelitian ini dilakukan dalam rentan waktu yakni:

Tabel 3.4 Jadwal Penelitian

| Kegiatan | Petemuan | | | | | | | | | | | | | |
|-----------------------|----------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 |
| Identifikasi | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | |
| Studi Pustaka | | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | |
| Metodologi Penelitian | | | | ■ | ■ | | | | | | | | | |
| Pengambilan Data | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | |
| Pengolahan Data | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | | | | |
| Penyusunan Laporan | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | | |
| Kesimpulan | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ |