

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian akan berguna bagi semua pihak yang terlibat dalam proses penelitian. Desain atau rancangan penelitian merupakan cetak biru bagi peneliti. Oleh karena itu, desain ini perlu disusun terlebih dahulu sebelum peneliti melaksanakan penelitian. Pada umumnya, desain penelitian ditempatkan pada bagian awal bab/materi tentang metode penelitian, dengan harapan dapat memberikan petunjuk atau arahan yang sistematis kepada peneliti tentang kegiatan-kegiatan yang harus dilakukan, kapan akan dilakukan, dan bagaimana cara melakukannya .

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah desain penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Desain penelitian deskriptif adalah desain penelitian yang disusun dalam rangka memberikan gambaran secara sistematis tentang informasi, ilmiah yang berasal dari subjek atau objek nasabah di BPR Dana Nusantara dikota Batam, yang diukur adalah loyalitas nasabah melalui variabel kualitas produk, promosi, dan kualitas pelayanan. Metode kuantitatif merupakan metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Metode kuantitatif disebut sebagai metode ilmiah karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/ empiris, obyektif dapat dilaksanakan proses pengukuran atau memiliki sifat terukur, rasional dan sistematis. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data

penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik (Sugiyono, 2014:7).

3.2 Definisi Operasional

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua macam, yaitu variabel independen (variabel bebas) dan variabel dependen (variabel terikat) yang diuraikan sebagai berikut.

3.2.1 Variabel Independen

Variabel bebas atau variabel independen adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (variabel terikat) (Sugiyono, 2014:39). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen (variabel bebas) adalah kualitas produk (X_1), promosi (X_2), kualitas pelayanan (X_3). Berikut ini adalah definisi operasional dan pengukuran variabel independen, yaitu sebagai berikut :

1. Kualitas Produk

Kualitas produk adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan identitas atau ciri pada setiap produknya sehingga konsumen dapat mengenali produk tersebut.

2. Promosi

Promosi adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah baru. Kemudian promosi juga berfungsi untuk mengingatkan nasabah akan produk, promosi juga ikut mempengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra bank di mata para nasabahnya.

3. Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para nasabah atas layanan yang mereka terima. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para nasabah atas layanan yang benar-benar mereka terima.

3.2.2 Variabel Dependen

Variabel terikat atau variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel independen (variabel bebas) (Sugiyono, 2014:39). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen (variabel terikat) adalah loyalitas nasabah (Y). Menurut ((Dharmmesta, 2017:56). Loyalitas nasabah adalah respon yang terkait erat dengan ikrar atau janji untuk memegang teguh komitmen yang mendasari keberlanjutan relasi, dan biasanya tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten. Kedua variabel di atas dapat dibuat dalam bentuk tabel definisi operasional sebagai berikut :

Tabel 3.2.2 Definisi Operasional

No	Varibael	Pengertian	Indikator	Skala
1	Kualitas Produk	Kualitas produk adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan identitas atau ciri pada setiap produknya sehingga konsumen dapat mengenali produk	1. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (<i>features</i>). 2. Keandalan (<i>reliability</i>) 3. Kesesuaian dengan spesifikasi (<i>conformance to specifications</i>) 4. Daya tahan (<i>durability</i>) 5. Kemanfaatan (<i>expediency</i>)	Likert
2	Promosi	Kegiatan yang dilakukan untuk menginformasikan, mempengaruhi,	1. Keterjangkauan (<i>affordability</i>), 2. Frekuensi (Frequency).	Likert

		mengajak pelanggan untuk bertindak sesuai dengan keinginan marketer atau perusahaan	3. Kualitas (<i>Quality</i>).. 4. Ketepatan (<i>Effectiveness</i>) 5. Daya tahan (<i>Durability</i>).	
3	Kualitas Pelayanan	Seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para nasabah atas layanan yang mereka terima.	1. Bukti fisik (<i>Tangibles</i>) 2. Keandalan (<i>Reliability</i>) 3. Daya tanggap (<i>Responsiveness</i>) 4. Jaminan (<i>Assurance</i>) 5. Empati (<i>Empathy</i>)	Likert
4	Loyalitas Nasabah	Aktivitas atau respon yang terkait erat dengan ikrar atau janji untuk memegang teguh komitmen yang mendasari keberlanjutan relasi, dan biasanya tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten.	1. Pembelian berulang 2. Merekomendasikan kepada rekan atau teman 3. Rutin menceritakan produk atau jasa yang dibeli dan dirasakan 4. Selalu membandingkan dengan yang lain 5. Tidak akan beralih ke produk atau jasa lain yang sejenis	Likert

Sumber : Peneliti (Diolah, 2019)

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014:80). Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah pada BPR Dana Nusantara di Kota Batam dengan jumlah nasabah sebanyak 368 orang.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2014:80). Sedangkan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling* yang menggunakan rumus Slovin. Karena Slovin memasukkan unsur kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel masih dapat ditoleransi. Untuk perhitungan sampel menggunakan rumus Slovin sebagai berikut :

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

Sumber : Priyatni, 2012

Keterangan :

N = Populasi

n = Sampel

e = tingkat kesalahan pengambilan sampel

Sehingga berdasarkan rumus di atas maka jumlah sampel yang dapat diambil dari populasi tersebut adalah sebesar :

$$n = \frac{368}{1 + 368 \cdot (0.05)^2}$$

$$n = 191.66$$

dari perhitungan di atas maka jumlah sampel yang dapat diambil dari populasi tersebut adalah 191.6 atau 192 responden.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, berbagai sumber, dan berbagai cara. Bila dilihat dari sumbernya datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sumber sekunder. Bila dilihat dari segi teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan wawancara (*interview*), kuesioner (angket), observasi (pengamatan), dan gabungan ketiganya (Sugiyono, 2014:80). Teknik pengumpuln data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

3.4.1 Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini jenis dan sumber data yang digunakan antara lain:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang pertama kali dicatat dan dikumpulkan oleh peneliti. Data primer diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada respondennya, yaitu nasabah pada BPR Dana Nusantara.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang sudah tersedia dan dikumpulkan oleh pihak lain Peneliti menggunakan studi pustaka untuk memperoleh data sekunder.

3.4.2 Alat Pengumpulan Data

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

1. Kuesioner (Angket)

Dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yaitu melalui rancangan pertanyaan yang secara logis berhubungan dengan masalah penelitian dan setiap

pernyataan merupakan jawaban-jawaban yang mempunyai makna dalam menguji hipotesis. Respon pernyataan ini diberikan skor yang mengacu pada skala Likert.

Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2014:93). Untuk keperluan analisis kuantitatif maka jawaban itu dapat diberi skor, misalnya

Tabel 3.4.2 Skala Likert

PERNYATAAN	BOBOT/PENILAIAN
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Sumber: (Sugiyono, 2014:94)

2. Studi Pustaka

Studi pustaka dalam penelitian ini diperoleh dari buku literatur, surat kabar, internet, jurnal dan lainnya yang dapat menunjang penelitian ini.

3.5 Metode Analisis Data

Setelah pengumpulan data mentah yang dikumpulkan dari lapangan, maka tahap selanjutnya adalah tahap analisis data. Metode Analisis data yang digunakan adalah sebagai berikut.

3.5.1 Analisis Deskriptif

Metode Analisis Deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang

berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2014:147). Analisis deskriptif dalam penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dari variabel independen yaitu kualitas produk, promosi dan kualitas pelayanan serta variabel dependen yaitu loyalitas nasabah.

3.5.1.1 Uji Kualitas Data

Untuk mempermudah pengujian validitas dan reliabilitas butir-butir pernyataan penelitian, pembentukan garis regresi beserta pengujian hipotesis penelitian menggunakan alat bantu SPSS versi 21.

3.5.1.2 Uji Validitas

Validitas adalah kecermatan suatu item atau instrumen data dalam mengukur apa yang ingin diukur (Priyanto, 2012:110). Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2016:53).

Dalam menentukan kelayakan atau tidaknya suatu item yang akan digunakan biasanya dilakukan uji signifikan koefisien korelasi pada taraf 0.05. Artinya suatu item dianggap memiliki tingkat *valid* jika memiliki korelasi signifikan terhadap skor total item.

Untuk pengujian instrumen pengumpulan data berupa uji validitas dengan menggunakan Korelasi *Bivariate Pearson* atau *Pearson Product Moment*. Analisis ini dilakukan untuk mengorelasi skor masing-masing item dengan skor totalnya (Wibowo, 2013:42). Besaran nilai koefisien korelasi *product moment* dapat diperoleh dengan rumus seperti dibawah ini:

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x \sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Rumus 3.5.1.2 Uji Validitas

Sumber : (Wibowo, 2012 : 37)

Keterangan:

r = koefisien korelasi

x = skor item

y = skor total dari y

n= jumlah banyaknya subjek

Menurut (Wibowo, Aplikasi Praktis SPSS dalam Penelitian, 2012:37)

nilai uji akan dibuktikan dengan menggunakan uji dua sisi pada taraf signifikan 0,05. Kriteria diterima dan tidaknya suatu data valid atau tidak, jika:

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka item-item pada pertanyaan dinyatakan berkorelasi signifikan terhadap skor total item tersebut, maka item dinyatakan valid.
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka item-item pada pertanyaan dinyatakan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total item tersebut, maka item dinyatakan tidak valid.

3.5.1.3 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih (Wibowo, 2012:52). Metode uji reliabilitas yang paling sering digunakan dan begitu umum untuk uji instrument pengumpulan data yaitu metode *Cronbach's Alpha*. Data dikatakan reliable apabila r_{alpha} positif dan $r_{alpha} > r_{tabel}$ $df = (\alpha, n-2)$. Untuk mencari besaran angka reliabilitas dengan menggunakan metode *Cronbach's Alpha* dapat digunakan suatu rumus sebagai berikut.

$$r = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right] \quad \text{Rumus 3.5.1.3 Uji Reliabilitas}$$

Sumber: (Wibowo, 2012 : 52)

Keterangan: r = Reliabilitas instrumen
 k = Banyaknya item pertanyaan atau pernyataan
 $\sum \sigma b^2$ = Jumlah varian butir
 σt^2 = jumlah varian total

Nilai uji akan dibuktikan dengan menggunakan uji dua sisi pada taraf signifikansi 0,05. Kriteria diterima dan tidaknya suatu data reliabel atau tidak jika:

1. Nilai alpha lebih besar dari pada nilai kritis *product moment*, atau nilai r tabel.
2. Dapat pula dilihat dengan menggunakan nilai batasan penentu, misalnya 0,6 dianggap memiliki reliabilitas yang cukup, sedangkan nilai 0,7 dapat diterima dan nilai di atas 0,8 dianggap baik.

Beberapa peneliti berpengalaman merekomendasikan dengan cara membandingkan nilai dengan tabel kriteria indeks koefisien reliabilitas berikut ini:

Tabel 3.5.1.3 Indeks Koefisien Reliabilitas

Nilai Interval	Kriteria
< 0,20	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Cukup
0,60 – 0,799	Tinggi
0,80 – 1,00	Sangat Tinggi

Sumber : (Wibowo, 2012:53)

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

3.5.2.1 Uji Normalitas

Menurut (Ghozali, 2016:145) 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 cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan uji kolmogorov smirnov, yaitu menilai perbandingan hasil uji Asymp. Signifikansi data dengan besarnya nilai alpha yang digunakan yaitu 0.05 yang penilaiannya secara rinci dijelaskan dalam paragraf berikut ini.

3.5.2.2 Uji Kolmogorov-Smirnov

Menurut (Wibowo, 2012:69) untuk lebih meyakinkan lagi bahwa data benar-benar memiliki distribusi normal ada baiknya perlu diuji lagi dengan menggunakan pendekatan *numeric*, yaitu mengambil keputusan berdasarkan besaran nilai kuantitatif yang diperbandingkan. Uji ini diperlukan untuk menghindari keputusan yang bisa jadi menyesatkan jika peneliti hanya mengutamakan pendekatan dan grafik. Jika nilai *kolmogorov – smirnov* $> 0,10$ maka data memiliki distribusi normal.

3.5.2.3 Uji Multikolinearitas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang

baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol (Ghozali, 2016:105)..

Ada beberapa cara yang digunakan untuk mendeteksi multikolonieritas, akan tetapi untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dalam model regresi dalam penelitian ini dilihat dari *tolerance value* atau *variance inflation factor* (VIF). Adapun pemilihan *tolerance value* atau *variance inflation factor* (VIF) dalam penelitian ini karena cara ini merupakan cara umum yang dilakukan dan dianggap lebih handal dalam mendeteksi ada-tidaknya multikolonieritas dalam model regresi serta pengujian dengan *tolerance value* atau *variance inflation factor* (VIF) lebih lengkap dalam menganalisis data.

Menurut (Ghozali, 2016:107) dasar pengambilan keputusan dengan *tolerance value* atau *variance inflation factor* (VIF) dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Jika nilai *tolerance* $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 , maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.
2. Jika nilai *tolerance* $< 0,1$ dan nilai VIF > 10 , maka dapat disimpulkan bahwa ada multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

3.5.2.4 Uji Heteroskedastisitas

Suatu model dikatakan memiliki *problem* heteroskedastisitas itu berarti ada terdapat varian variabel dalam model yang tidak sama . Gejala ini dapat pula diartikan bahwa model terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada pengamatan model regresi tersebut. Uji ini diperlukan untuk menguji ada tidaknya gejala heteroskedastisitas. Dalam uji ini alat yang akan digunakan adalah uji rank spearman (Wibowo, 2013:47). Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 maka dapat dinyatakan bahwa data tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

3.5.3 Uji Pengaruh

3.5.3.1 Uji Regresi Linear Berganda

Analisis uji regresi linear bergandadigunakan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel independen terhadap variabel dependen. Untuk menguji apakah masing-masing variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat secara bersama-sama dengan $\alpha = 0,05$ dan juga penerimaan atau penolakan hipotesis (Priyanto, 2012:127) yang dinyatakan dalam rumus sebagai berikut.

Rumus 3.1 **Regresi Linear Berganda**

$$y = a + b_1x_1 + b_2x_2 \dots + b_nx_n$$

Sumber: (Priyanto, 2012:127)

Keterangan :

Y = Nilai prediksi variabel dependen
 a = Konstanta
 b₁, b₂ = Koefisien variabel
 X₁, X₂, X₃ = Variabel independen

3.5.3.2 Analisis Determinasi (R^2)

Menurut (Wibowo, Aplikasi Praktis SPSS dalam Penelitian, 2012:135) Analisis ini digunakan dalam hubungannya untuk mengetahui jumlah atau persentase sumbangan pengaruh variabel bebas dalam model regresi yang serentak atau bersama-sama memberikan pengaruh terhadap variabel tidak bebas. Jadi koefisien angka yang ditunjukkan memperlihatkan sejauh mana model yang terbentuk dapat menjelaskan kondisi yang sebenarnya. Koefisien tersebut dapat diartikan sebagai besaran proporsi atau persentase keragaman Y yang diterangkan oleh X. Secara singkat koefisien tersebut untuk mengukur besar sumbangan dari variabel X (bebas) terhadap keragaman variabel Y.

$$R^2 = \frac{(r_{yx_1}) + (r_{yx_2}) - 2(r_{yx_1})(r_{yx_2})(r_{x_1x_2})}{1 - (r_{x_1x_2})^2}$$

Rumus 3.5.3.2 Determinasi (R^2)

Sumber: (Wibowo, 2012:136)

3.5.3.3 Uji Hipotesis

3.5.3.3.1 Uji Regresi Parsial (Uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan dalam model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dengan tingkat signifikansi sebesar 5% nilai t_{hitung} dari masing-masing koefisien regresi kemudian dibandingkan dengan nilai t_{tabel} . Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $prob-sig < \alpha = 5\%$ berarti bahwa masing-masing variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen (Priyanto, 2012:68).

$$t_{\text{hitung}} = \frac{b_i}{s_{b_i}} \quad \text{Rumus 3.6.1 Uji-t}$$

Sumber: (Priyanto, 2012:68).

Keterangan :

b_i = Koefisien regresi variabel independen ke i.
 s_{b_i} = Standar *error* koefisien regresi variabel independen ke i.

Langkah-langkah untuk uji-t adalah sebagai berikut:

1. Merumuskan hipotesis

- a. H_0 : kualitas produk, promosi, kualitas pelayanan (X_i) tidak berpengaruh signifikan terhadap terhadap loyalitas nasabah (Y)
- b. H_a :: kualitas produk, promosi, kualitas pelayanan (X_i) berpengaruh signifikan terhadap terhadap loyalitas nasabah (Y)

2. Menentukan tingkat signifikan (sig 0,05 atau $\alpha = 5\%$)

3. Menentukan t_{hitung}

4. Menentukan t_{tabel}

5. Kriteria pengujian

- a. H_0 diterima bila $t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$
- b. H_0 ditolak bila $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$

6. Membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} .

3.5.3.3.2 Uji Regresi Simultan (Uji - F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Dengan tingkat signifikansi sebesar 5% nilai F_{hitung} dari masing-masing koefisien regresi kemudian dibandingkan dengan nilai F_{tabel} . Jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ atau prob-sig $< \alpha =$

5% berarti bahwa variabel independen berpengaruh secara bersama-sama terhadap dependen (Priyanto, 2012:67)

$$F_{hitung} = \frac{R^2/K}{(1-R^2)/(n-k-1)} \quad \text{Rumus 3.6.2 Uji F}$$

Sumber :(Priyanto, 2012:67)

Keterangan:

R^2 = Korelasi determinasi

n = Jumlah data atau kasus

k = Jumlah variabel independen

Menurut (Priyanto, 2012:67) Langkah-langkah untuk uji-F adalah sebagai berikut:

1. Merumuskan hipotesis
 - a. H_0 : X_1, X_2 dan X_3 (kualitas produk, promosi dan kualitas pelayanan secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap Y
 - b. H_a : X_1, X_2 dan X_3 (kualitas produk, promosi dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap Y
2. Menentukan tingkat signifikan (sig 0,05 atau $\alpha = 5\%$)
3. Menentukan F_{hitung}
4. Menentukan F_{tabel}
5. Kriteria pengujian
 - a. H_0 diterima bila $F_{hitung} \leq F_{tabel}$
 - b. H_0 ditolak bila $F_{hitung} > F_{table}$

3.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.6.1 Lokasi Penelitian

Dalam penulisan skripsi ini penulis melakukan penelitian pada PT BPR Dana Nusantara cab Batam. Perusahaan ini bergerak dibidang jasa keuangan.

3.6.2 Jadwal Penelitian

Penelitian ini disesuaikan dengan jadwal dengan mengumpulkan data dari bulan September 2019 sampai dengan Januari 2020.

Tabel 3.3 Jadwal Penelitian

[illegible]