

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Desain Penelitian**

Menurut (Sujarweni, 2019: 5) Desain penelitian adalah rancangan penelitian yang meliputi prosedur atau langkah-langkah yang harus ditempuh, waktu penelitian, sumber data, serta dengan cara apa data tersebut diperoleh dan diolah atau dianalisis.

Dalam arti sempit, desain penelitian merupakan penggambaran secara jelas tentang hubungan antar variabel, pengumpulan data, dan analisis data, sehingga dengan desain yang baik peneliti maupun orang lain yang berkepentingan mempunyai gambaran mengukurnya, dan seterusnya. Secara umum, desain penelitian akan ditempatkan di awal materi "metode penelitian", dan diharapkan akan memberikan peneliti dengan bimbingan atau panduan sistematis tentang kegiatan yang diperlukan. Dengan demikian penelitian memegang peran penting dalam setiap pengambilan keputusan atau langkah - langkah dalam segala aspek.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif yang diterapkan pada metode kuantitatif, yaitu model penelitian yang dilakukan dengan terlebih dahulu mengumpulkan informasi yang diperlukan dan kemudian memproses dan menganalisis untuk merangkum atau memahami kondisi atau masalah.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survei, yang merupakan penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan sampel populasi konsumen dari PT Mega Trade Tritama menggunakan teknik kuesioner.

### **3.2. Operasional Variabel**

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan dua jenis variabel, variabel independen dan variabel dependen.

#### **3.2.1. Variabel Independen**

Menurut (Sujarweni, 2019: 86) variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X1) dan promosi penjualan (X2).

##### **3.2.1.1. Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>)**

Kualitas pelayanan sebagai suatu Konsep yang secara akurat mewakili inti dari kinerja suatu pelayanan. Dengan kata lain, jika kita memenuhi kebutuhan konsumen dan kita akan menghasilkan *feedback* yang positif oleh konsumen (keandalan), perbandingan tingkat penjualan, tingkat keunggulan yang diharapkan, dan pengendalian tingkat keunggulan (Lesmana & Ratnasari, 2019: 118). Indikator di kualitas pelayanan adalah:

1. Keandalan (*Reliability*)
2. Daya Tanggap (*Responsiveness*)
3. Jaminan (*Assurance*)
4. Empati (*Emphaty*)
5. Produk-produk fisik (*Tangibles*)

##### **3.2.1.2. Promosi Penjualan (X<sub>2</sub>)**

Promosi penjualan adalah salah satu kegiatan pemasaran utama yang bertujuan menjaga kelangsungan bisnis, meningkatkan kualitas penjualan,

dan meningkatkan kegiatan pemasaran untuk produk atau layanan perusahaan. Promosi adalah representasi luas dari kegiatan efektif perusahaan untuk mendorong konsumen menggunakan produk dan layanan yang ditawarkan (Sari, 2019: 104). Adapun indikator yaitu:

1. Voucher
2. Promo Hadiah
3. Bonus
4. Potongan Harga/Diskon
5. Percobaan Produk

### **3.2.2. Variabel Dependen**

Menurut (Sujarweni, 2019: 86) variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini, variabel dependen adalah Kepuasan konsumen (Y).

#### **3.2.2.1. Kepuasan Konsumen**

Kepuasan konsumen adalah kegembiraan atau kekecewaan yang timbul karena membandingkan kinerja yang di persepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka. Jika layanan tidak seperti yang diharapkan, konsumen akan merasa tidak puas. Jika layanan yang diberikan sesuai ekspektasi maka konsumen akan merasa puas. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen menunjukkan bahwa kepuasan konsumen sangat bergantung pada persepsi dan harapan konsumen (Sari, 2019: 104). Adapun indikator dari kepuasan konsumen yaitu:

1. Kepuasan secara keseluruhan
2. Minat pembelian ulang
3. Kesiediaan untuk rekomendasi
4. Kesesuaian harapan

**Tabel 3.1.** Operasional Variabel

Variabel	Definisi operasional	Indikator	Skala Pengukuran
Kualitas Pelayanan (X <sub>1</sub> )	Kualitas layanan yang bergantung pada kemampuan perusahaan untuk memenuhi permintaan konsumen. Kebutuhan konsumen yang disebutkan dalam penelitian ini melibatkan konsumen berdasarkan harapannya serta memberi mereka layanan sesuai dengan yang dibutuhkan konsumen.	1. Keandalan ( <i>Reliability</i> ) 2. Daya Tanggap ( <i>Responsiveness</i> ) 3. Jaminan ( <i>Assurance</i> ) 4. Empati ( <i>Emphaty</i> ) 5. Produk-produk fisik ( <i>Tangibles</i> )	Skala Likert
Promosi Penjualan (X <sub>2</sub> )	Kualitas pelayanan adalah kualitas layanan yang bergantung pada kemampuan perusahaan untuk memenuhi permintaan konsumen. Kebutuhan konsumen yang disebutkan dalam penelitian ini melibatkan konsumen berdasarkan harapannya.	1. Promosi Penjualan 2. Periklanan 3. <i>Personal Selling</i> 4. <i>Public Realation</i> 5. Pemasaran langsung	Skala Likert
Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan konsumen merupakan perasaan gembira atau kecewa yang timbul karena membandingkan kinerja yang di persepsikan produk atau hasil terhadap ekspetasi mereka. Jika layanan tidak seperti yang diharapkan, konsumen akan merasa tidak puas. Jika layanan yang diberikan sesuai ekspetasi maka konsumen akan merasa puas.	1. Kepuasan secara keseluruhan 2. Minat pembelian ulang 3. Kesiediaan untuk rekomendasi 4. Kesesuaian harapan	Skala Likert

**Sumber:** (Lesmana & Ratnasari, 2019: 118), (Sari, 2019: 104)

### 3.3. Populasi dan Sampel

#### 3.3.1. Populasi

Menurut (Sujarweni, 2019: 65) Populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang diambil dari penelitian ini selama 5 bulan terakhir yaitu bulan Juni-Oktober 2019 yang berjumlah 347 konsumen.

#### 3.3.2. Sampel

Menurut (Sujarweni, 2019: 65) Sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian. Bila populasi besar, peneliti tidak mungkin mengambil semua untuk penelitian misal karena terbatasnya dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

Ukuran sampel atau jumlah sampel yang diambil merupakan hal yang penting jika peneliti melakukan penelitian yang menggunakan analisis kuantitatif. Adapun teknik penarikan sampel yang digunakan adalah menggunakan rumusan Slovin.

$$n = \frac{N}{1+N.e^2} \quad \text{Rumus 3.1. Slovin}$$

Keterangan:

n = Sampel

N = Populasi

e= Prosentasi kelonggaran ketidakterikatan karena kesalahan pengambilan sampel yang masih diinginkan peneliti menggunakan tingkat kesalahan sebesar 5% atau 0,05. Data yang digunakan yaitu konsumen dari bulan Juni 2019 samoai dengan Oktober 2019 dan jumlah populasi konsumen yaitu 347.

$$N= \frac{347}{1+347 \times 0,05^2}$$

$$N= \frac{347}{1,8675}$$

$$N= 185,8$$

Peneliti menyatakan bahwa total sampel yang didapatkan adalah 186 responden.

### 3.3.3. Alat Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner, teknik pengumpulan data yang memberikan responden dengan serangkaian pertanyaan atau informasi tertulis.

Dalam pengukuran, setiap responden ditanya pendapatnya tentang pertanyaan atau pernyataan, penilaian skala dari 1 sampai 5.

**Tabel 3.2.** Skala *Likert*

Skala <i>Likert</i>	Kode	Nilai
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Kurang Setuju	N	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

**Sumber:** Sanusi (2017:102)

### 3.3.4. Teknik Pengumpulan Data

Menurut (Sujarweni, 2019: 74) Teknik pengumpulan data merupakan cara

yang dilakukan peneliti untuk mengungkapkan atau menjangking informasi kuantitatif dari responden sesuai lingkup penelitian. Pengumpulan data dapat menggunakan sumber data primer dan sekunder. Selain itu, jika dari perspektif metode atau teknologi, teknik pengumpulan data dapat dilakukan melalui tes, wawancara, observasi, kuesioner, survey, analisis dokumen.

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner teknis yang menggunakan kuesioner dengan memberikan beberapa pertanyaan atau informasi tertulis kepada responden. Kuesioner dalam penelitian ini akan didistribusikan kepada konsumen PT Mega Trade Tritama.

### **3.4. Metode Analisis Data**

Data penelitian menggunakan program untuk menganalisis efek antara variabel yaitu dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*) versi 25.

#### **3.4.1. Analisis Deskriptif**

Menurut (Sujarweni, 2019: 46) Analisis deskriptif adalah data statistik yang berusaha untuk menggambarkan berbagai karakteristik data yang berasal dari suatu sampel. Statistik ini dapat digunakan jika peneliti hanya ingin menggambarkan data sampel dan tidak ingin menarik kesimpulan tentang populasi yang cocok untuk mengumpulkan sampel.

Dalam penelitian ini, analisis data digunakan berdasarkan deskripsi hasil jawaban kuesioner yang dibagikan kepada konsumen PT Mega Trade Tritama, hasilnya akan diproses menggunakan statistik deskriptif untuk mengekstraksi data dari responden. Adapun rumus untuk menghitung rentang skala adalah:

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

**Rumus 3.2.** Rentang Skala

**Sumber:** (Umar, 2011:164)

Keterangan:

n = jumlah sampel

m = jumlah alternatif jawaban tiap item

RS = rentang skala

Hal yang dilakukan terlebih dahulu dalam mencari rentang skala adalah menentukan skor terendah dan skor tertinggi. Sampel responden berjumlah 186 orang dan banyaknya alternatif jawaban berjumlah 5 orang.

$$RS = \frac{232(5-1)}{5}$$

$$RS = \frac{232(4)}{5}$$

$$RS = 185,6$$

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

**Tabel 3.3.** Rentang Skala

No.	Pertanyaan	Skor Positif
1	232 - 417,6	Sangat Tidak Setuju
2	417,6 - 603,2	Tidak Setuju
3	603,2 - 788,8	Kurang Setuju
4	788,8 - 974,4	Setuju
5	974,4 - 1,160	Sangat Setuju

**Sumber:** Peneliti 2020

### 3.4.2. Uji Kualitas Data

#### 3.5.2.1. Uji Validitas

Menurut (Bahri, 2018: 105) Uji validitas adalah Suatu pengukuran yang memperlihatkan tingkat-tingkat keasahihan atau ke validan suatu instrumen. Sering kita lihat di dalam kuesioner terdapat pertanyaan-pertanyaan yang merupakan instrumen (alat) ukur yang harus mengukur apa yang menjadi tujuan penelitiannya, sehingga setiap pertanyaan yang ada didalam kuesioner harus diukur/uji aliditasnya. Jika instrumen yang sah atau valid mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki rendah.

Pengujian validitas pada penelitian ini menggunakan korelasi *Bivariate Pearson (Pearson Product Moment)*. Analisis ini dilakukan untuk mengorelasi skor masing-masing item dengan skor totalnya. Jumlah nilai dari keseluruhan skor total dari item tersebut. Suatu item yang memiliki korelasi yang signifikan dengan skor totalnya. Rumus yang digunakan untuk menemukan nilai yang relevan adalah korelasi *Pearson Product Moment*, yang memiliki rumus seperti berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

**Rumus 3.3.** Korelasi *Pearson Product Moment*

**Sumber:** (Sujarweni, 2019)

Keterangan:

r = Koefisien korelasi

x = jumlah skor item

y = jumlah skor total instrumen

n = jumlah sampel

Nilai uji akan dibuktikan dengan menggunakan uji dua sisi pada taraf signifikan 0,05 (SPSS akan secara *default* menggunakan nilai ini). Kriteria diterima dan tidaknya suatu data valid atau tidak, jika :

1. Jika  $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$  (uji dua sisi dengan nilai sig. 0,05) maka item-item pada pertanyaan dinyatakan berkorelasi signifikan terhadap skor total item tersebut, maka item dinyatakan valid.
2. Jika  $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$  (uji dua sisi dengan nilai sig. 0,05) maka item-item pada pertanyaan dinyatakan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total item tersebut, maka item dinyatakan tidak valid.

#### **3.5.2.2. Uji Reliabilitas**

Menurut (Bahri, 2018: 64) uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi unit terhadap ketersediaannya. Tujuannya adalah untuk menentukan apakah kemajuan yang diukur dan tindakan berbasis penggunaan sudah benar. Alat ukur yang *reliable* mempunyai tingkat reliabilitas tinggi yang ditentukan oleh suatu angka yang disebut koefisien reabilitas berkisar antara 0-1. Semakin tinggi koefisien reabilitas yaitu mendekati angka satu maka alat ukurnya semakin *reliable*.

Teknik pengukuran yang digunakan adalah *Spearman Brown*. Menghitung reliabilitas dengan teknik *Spearman Brown*, maka daftar pertanyaan jumlahnya harus genap sehingga memudahkan dalam mengelompokkan *item-item* pertanyaan. Skor-skor *item* pertanyaan dikelompokkan menjadi dua bagian berdasarkan nomor ganjil dan genap atau berdasarkan awal-akhir. Pertama, peneliti mengelompokkan skor *item* bernomor ganjil sebagai kelompok pertama

dan skor *item* bernomor genap sebagai kelompok kedua. Kedia, mengoreksikan skor kedua kelompok *item* pertanyaan tersebut sehingga diperoleh sebuah nilai r.

Rumus menghitung indeks reliabilitas menggunakan *Spearman Brown*, yaitu:

$$R = \frac{2r_{xy}}{1 + r_{xy}}$$

**Rumus 3.4.** *Spearman Brown*

**Sumber:** (Bahri, 2018: 120)

Keterangan:

R = indeks reliabilitas instrumen

$r_{xy}$  = koefisien korelasi antara skor kelompok *item* pertanyaan genap dan skor *item* pertanyaan nomor ganjil.

### 3.5.3. Uji Asumsi Klasik

#### 3.5.3.1. Uji Normalitas

Menurut (Bahri, 2018: 162) uji normalitas data merupakan uji distribusi data yang akan dianalisis, apakah penyebarannya dibawah kurva normal atau tidak. distribusi normal adalah distribusi yang bentuknya seperti lonceng dan simetris. Pendekatan yang digunakan untuk menguji normalitas data, yaitu metode grafik dan metode uji *One-sample Kolmogoro -smirnov*.

#### 3.5.3.2. Uji Multikolinieritas

Menurut (Bahri, 2018: 168) Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jumlah independen yang lebih dari satu variabel kemungkinan akan terjadi adanya

korelasi yang cukup tinggi antarvariabel independen, model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi sempurna atau mendekati sempurna di antara variabel bebasnya.

Dalam persamaan regresi tidak boleh terjadi multikolinieritas, maksudnya tidak boleh ada korelasi atau hubungan yang sempurna atau mendekati sempurna antara variabel bebas yang membentuk persamaan tersebut. Jika ada pada model persamaan tersebut terjadi gejala multikolinieritas itu berarti sesama variabel bebasnya terjadi korelasi.

Salah satu cara untuk mendeteksi gejala multikolinieritas adalah dengan menggunakan atau melihat tool uji yang disebut *Variance Inflation Factor (VIF)*. Caranya adalah dengan melihat nilai masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Jika nilai VIF kurang dari 10, itu menunjukkan model tidak terdapat gejala multikolinieritas, artinya tidak terdapat hubungan antara variabel bebas.

#### **3.5.3.3. Uji Heteroskedastisitas**

Menurut (Bahri, 2018: 180) Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi. Persyaratan yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya heteroskedastisitas. Ada beberapa metode pengujian yang bisa digunakan diantaranya, yaitu uji *spearman's rho*, uji *Glejser*, uji *Park*, dan melihat pola grafik regresi.

Pada pembahasan ini akan dilakukan uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji *spearman's rho*, yaitu mengkorelasikan nilai residual

(*Unstandardized Residual*) dengan masing- masing variabel independen. Jika Signifikan kolerasi kurang dari 0,05 maka pada model regresi terjadi masalah heteroskedastisitas.

### 3.5.4. Uji Pengaruh

#### 3.5.4.1. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut (Bahri, 2018: 195) Analisis regresi berganda digunakan 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 yang dinyatakan dalam rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e \quad \text{Rumus 3.5. Regresi Linier Berganda}$$

**Sumber:** (Bahri, 2018: 195)

Dimana:

X1 = Kualitas Pelayanan

X2 = Promosi Penjualan

Y = Kepuasan Konsumen

$b_1 b_2$  = Koefisien Regresi

a = Nilai Konstanta

e = Error (residu)

#### 3.5.4.2. Analisis Koefisien Determinasi (Uji $R^2$ )

Menurut (Bahri, 2018: 249) Analisis ini digunakan untuk mengetahui jumlah data 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 yang terbentuk dapat menjelaskan kondisi yang sebenarnya dalam arti koefisien tersebut untuk mengukur besar sumbangan dari variabel X (bebas) terhadap keragaman variabel Y (terikat).

Analisis determinasi digunakan dalam hubungannya untuk mengetahui jumlah atau persentase sumbangan pengaruh variabel bebas dalam model regresi yang secara serentak atau bersamaan 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 (variabel terikat) yang diterangkan oleh X (variabel bebas). Secara singkat koefisien tersebut untuk mengukur besar sumbangan (beberapa buku menyatakan sebagai pengaruh) dari variabel bebas terhadap keragaman variabel terikat.

### **3.5.5. Uji Hipotesis**

Ketika melakukan penelitian, biasanya ada dua tes hipotesis, hipotesis Nul dan hipotesis alternatif. Dalam penelitian yang akan diuji, pertimbangkan karakteristik variabel yang akan diuji, dampak kualitas pelayanan (X1) dan promosi penjualan (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y).

### **3.5.6. Uji t (parsial)**

Menurut (Bahri, 2018: 194) Nilai  $t$  diperoleh pada bagian *output* koefisien regresi. Uji statistik  $t$  digunakan untuk pengujian hipotesis pengaruh variabel independen secara individu terhadap variabel dependen.

$$R_{yx1.x^2} = \frac{r_{yx1} - r_{yx2} \cdot r_{x1.x^2}}{\sqrt{1 - r_{x1.x^2}^2} \sqrt{1 - r_{yx2}^2}} \quad \text{Rumus 3.6. Uji t/parsial}$$

**Sumber:** (Bahri, 2018: 194)

Di mana:

X<sub>1</sub> = Kualitas Pelayanan

X<sub>2</sub> = Promosi Penjualan

Y = Kepuasan Konsumen

Hipotesis Variabel Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen sebagai berikut:

1. H<sub>0</sub> = Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen PT Mega Trade Tritama.
2. H<sub>a</sub> = Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen PT Mega Trade Tritama.

Untuk menguji hipotesis tersebut digunakan statistik t dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Nilai signifikansi  $\geq 0,05$  maka H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>1</sub> ditolak, artinya variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Nilai signifikansi  $\leq 0,05$  maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima, artinya variabel independen secara individual dan signifikan berpengaruh terhadap variabel dependen.
3.  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima, artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

4.  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

### 3.5.7. Uji f (simultan)

Menurut (Bahri, 2018: 192) Nilai F terdapat dalam *output* ANOVA. Uji statistik F digunakan untuk pengujian hipotesis semua variabel independen yang dimasukkan dalam model berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen dan juga untuk menentukan model kelayakan model regresi.

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

**Rumus 3.7.** uji f/simultan

**Sumber:** (Bahri, 2018: 193)

Hipotesis Lingkungan Kerja dan Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Karyawan sebagai berikut:

1.  $H_0$  = Kualitas Pelayanan Kepuasan Konsumen tidak berpengaruh terhadap PT Mega Trade Tritama.
2.  $H_a$  = Kualitas Pelayanan Kepuasan Konsumen berpengaruh terhadap PT Mega Trade Tritama.

Kriteria pengambilan Hipotesis sebagai berikut:

1. Apabila nilai signifikansi  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
2. Apabila nilai signifikansi  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
3. Apabila  $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$  maka  $H_0$  ditolak.
4. Apabila  $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$  maka  $H_0$  diterima

### 3.6. Lokasi Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini adalah tempat peneliti melakukan penelitian untuk mendapatkan data yang diperlukan. tempat penelitian ini dilakukan berada di PT Mega Trade Tritama yang berlokasi di Komplek Dian Center Blok H No 2.

### 3.7. Jadwal Penelitian

Penelitian dimulai pada September 2019 dan berlangsung selama 6 bulan sampai Februari 2020. Kerangka waktu untuk penelitian ini termasuk penyerahan judul, pengumpulan data, pemrosesan data, analisis dan diskusi, dan rekomendasi dan kesimpulan.

**Tabel 3.4.** Jadwal Penelitian

Kegiatan	Pertemuan													
	2019 s/d 2020													
	Sept	Okt				Nov		Des			Jan		Februari	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Pengajuan Judul	■													
Studi Pustaka		■	■	■	■	■								
Metedologi Penelitian						■	■							
Penyusunan Kuisisioner							■	■						
Penyerahan Kuisisioner								■	■	■				
Pengolahan Data									■	■	■			
Kesimpulan											■	■		
Penyelesaian Penelitian												■	■	■