

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

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

Desain penelitian (disebut juga rancangan penelitian, proposal penelitian, asal usul penelitian) adalah penjelasan mengenai bagian-bagian yang akan digunakan oleh peneliti selama proses penelitian.

Desain penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis SEM (*Structural Equation Modeling*). SEM memiliki fleksibilitas yang lebih tinggi bagi peneliti untuk menghubungkan antara teori dan data (Ghozali, 2014: 3). Variabel dalam penelitian ini yaitu: variabel bebas (*independen variable*), variabel terikat (*dependent variable*), dan variabel antara (*intervening variable*). Untuk dapat menentukan kedudukan variabel tersebut harus dilihat konteksnya dengan dilandasi konteks teoritis yang mendasari maupun hasil dari pengamatan yang empiris (Sugiyono, 2012: 41).

Menurut Yamin (2011: 7) SEM merupakan suatu teknik statistik yang memiliki kemampuan untuk menganalisis pola hubungan antara konstruk laten dan indikatornya, konstruk laten yang satu dengan lainnya, serta kesalahan pengukuran secara langsung

Menurut Ghozali (2014: 3) *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) merupakan metode alternative untuk model persamaan struktural (*Structural Equation Modeling*) untuk menguji secara simultan hubungan antar konstruk laten dalam hubungan linear ataupun non-linear dengan banyak indikator baik berbentuk mode A (refleksif), mode B (formatif).

Menurut Santoso (2012: 9) Variabel laten dalam model SEM dapat berfungsi sebagai variabel eksogen dan variabel endogen, variabel eksogen adalah variabel independen yang memengaruhi variabel dependen. Pada model SEM, variabel eksogen ditunjukkan dengan adanya anak panah yang berasal dari variabel tersebut menuju ke variabel endogen dan sebaliknya variabel endogen adalah variabel dependen yang dipengaruhi oleh variabel independen.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut Sumanto (2014: 10) metode kuantitatif tertarik dengan pengukuran secara objektif terhadap fenomena social. Metodologi ini pada dasarnya merupakan bentuk yang lebih operasional dari paradigma empirisme yang sering disebut pendekatan kuantitatif-empiris.

Menurut Sujarweni (2014: 6) Penelitian Kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Disini peneliti juga menggunakan data primer dengan cara menggunakan kuesioner.

Pada penelitian ini peneliti mencari Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam membentuk Loyalitas Pelanggan.

## 3.2. Operasional Variabel

Variabel Penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012: 38). Penelitian ini menggunakan 30 buah pertanyaan yang mengacu pada kualitas pelayanan 10 buah pertanyaan, kepuasan pelanggan 10 buah pertanyaan, dan loyalitas pelanggan 10 buah pertanyaan. Operasional variabel dalam penelitian ini adalah:

### 3.2.1. Variabel Independen

Variabel Independen atau *predictor* atau anteseden yang dalam kasus tertentu disebut sebagai kovariat atau faktor. Terdapat dua tipe variabel independen, yaitu variabel independen aktif dan atribut. Variabel independen aktif atau manipulasian adalah variabel yang pada level tertentu mengalami perubahan nilai selama masa periode tertentu penelitian dan Variabel independen atribut atau ukuran adalah variabel yang tidak dapat dimanipulasi (Abdillah dan Jogiyanto, 2015: 18).

Menurut Indriantoro dan Supomo (2009: 63) Variabel independen adalah tipe variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel lain. Dalam penelitian ini variabel independent adalah Kualitas layanan.

### **3.2.2. Variabel Dependen**

Variabel dependen juga disebut variabel *output*, kriteria, konsekuensi, atau variabel terikat. Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau akibat karena adanya variabel bebas (Sumanto, 2014: 39).

Menurut Indriantoro dan Supomo (2009: 63) Variabel dependen adalah tipe variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Kepuasan konsumen.

### **3.2.3. Variabel Intervening**

Variabel ini merupakan variabel penyela/antara yang terletak diantara variabel independen dan dependen, sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2012: 39).

Menurut Umar (2009: 48) Variabel intervening seperti variabel moderator, tetapi nilainya tidak dapat diukur, seperti kecewa, gembira, sakit hati. dengan variabel dependen mejadi hubungan yang tidak langsung. Variabel intervening dalam penelitian ini adalah Loyalitas pelanggan.

### **3.2.4. Kualitas Layanan**

Kualitas merupakan salah satu unsur untuk mengukur upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam

mengimbangi harapan konsumen. Indikator dari variabel kualitas layanan adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.1**  
**Indikator Kualitas Layanan (X)**

Konstruk	Operasional Variabel	Indikator	Variabel	Butir
Kualitas Layanan	Upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianny dalam mengimbangi harapan konsumen	Peralatan dan Perlengkapan yang disediakan PT Jodoh Centre Indotama lengkap.	X1	1
		Materikomunikasi (informasi dan petunjuk jelas) di PT Jodoh Centre Indotama sangat jelas.	X2	2
		Karyawan PT Jodoh Centre Indotama berpenampilan rapi dan bersih.	X3	3
		Kecepatan dan ketepatan dalam layanan.	X4	4
		Karyawan PT Jodoh Centre Indotama mengetahui kebutuhan pelanggan.	X5	5
		Karyawan PT Jodoh Centre Indotama tetap ada pada jam-jam kerja (sibuk).	X6	6
		Sungguh-sungguh mengutamakan kepentingan pelanggan	X7	7
		Karyawan yang secara konsisten bersikap sopan	X8	8
		Kasir selalu mengucapkan Terima kasih dan selamat datang kembali setelah melakukan pembayaran	X9	9
		Semua transaksi dilayani atau dilaksanakan dengan cepat dan tepat	X10	10

Sumber : Diadopsi dari Parasuraman, *et al.* (1985) dalam Tjiptono (2016: 136) oleh peneliti

### 3.2.5. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan merupakan salah satu unsur untuk mengukur kesesuaian layanan dengan yang diharapkan, Kesesuaian layanan dengan harga yang dibayarkan, kepuasan pelanggan akan layanan yang ditawarkan. Indikator dari variabel kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.2**  
**Indikator Kepuasan Pelanggan (Y)**

Konstruk	Operasional Variabel	Indikator	Variabel	Butir
Kepuasan Pelanggan	Kesuaian layanan dengan yang diharapkan, Kesuaian layanan dengan harga yang dibayarkan, kepuasan pelanggan akan layanan yang ditawarkan	Saya merasa puas dengan pelayanan yang cepat dan tepat diberikan PT Jodoh Centre Indotama.	Y1	1
		Saya akan kembali belanja di PT Jodoh Centre Indotama	Y2	2
		Karyawan cepat dan tanggap ketika saya mendapati masalah dengan pembelian saya.	Y3	3
		Harga produk sesuai dengan kualitas pelayanan yang saya harapkan.	Y4	4
		Saya puas dengan PT Jodoh Centre Indotama pada faktor situasi dan pengalaman masa lalu dalam mengkonsumsi produk dan jasa yang sama.	Y5	5
		Alat transaksi pembayaran lengkap baik cash maupun menggunakan kartu kredit.	Y6	6
		Karyawan mengenal pelanggan reguler.	Y7	7
		PT Jodoh Centre Indotama buka tepat pada waktunya.	Y8	8
		Saya merasa puas dengan kesopanan yang dimiliki karyawan PT Jodoh Centre Indotama.	Y9	9
		Dibandingkan dengan supermarket yang lain saya lebih memilih PT Jodoh Centre Indotama.	Y10	10

**Sumber : Diadopsi dari Tjiptono (2016: 219) oleh peneliti**

### 3.2.6. Loyalitas Pelanggan

Loyalitas merupakan salah satu unsur untuk mengukur kesetiaan pelanggan untuk terus berbelanja dan Merekomendasikan ke orang lain.

Indikator dari variabel loyalitas pelanggan adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.3**  
**Indikator Loyalitas Pelanggan (Z)**

<b>Konstruk</b>	<b>Operasional Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Variabel</b>	<b>Butir</b>
Loyalitas Pelanggan	Kesetiaan pelanggan untuk terus berbelanja, dan Merekomendasikan ke orang lain	Saya berkeinginan untuk tetap menjadi pelanggan PT Jodoh Centre Indotama.	Z1	1
		Saya sudah setia untuk membeli kebutuhannya pada PT Jodoh Centre Indotama karena produknya yang sangat berkualitas.	Z2	2
		Konsumen menjadi loyal karena informasi dari pengalaman konsumen lain yang sudah pernah berbelanja pada PT Jodoh Centre Indotama.	Z3	3
		PT Jodoh Centre Indotama selalu memberikan yang terbaik untuk para pelanggannya.	Z4	4
		Saya adalah pelanggan setia PT Jodoh Centre Indotama dan di masa yang akan datang saya akan lebih sering berbelanja di Jodoh Centre Indotama	Z5	5
		Harga bukanlah masalah yang penting bagi anda untuk belanja di Jodoh Centre Indotama.	Z6	6
		Secara keseluruhan anda lebih sering berbelanja di PT Jodoh Centre Indotama dibandingkan Supermarket lain.	Z7	7
		Saya akan mengatakan hal-hal yang baik/positif mengenai PT Jodoh Centre Indotama.	Z8	8
		Saya tidak terpengaruh oleh harga yang lebih murah yang ditawarkan oleh Supermarket lain.	Z9	9
		Saya akan merekomendasikan kepada orang lain untuk belanja di PT Jodoh Centre Indotama.	Z10	10

**Sumber : Diadopsi dari Hasan (2014: 140) oleh peneliti**

### **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, 2012: 80).

Menurut Yusuf (2014: 145) Populasi merupakan salah satu hal yang esensial dan perlu mendapatkan perhatian dengan seksama apabila penelitian ingin menyimpulkan suatu hasil yang dapat dipercaya dan tepat guna untuk daerah atau objek penelitian.

Jadi menurut peneliti populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/ sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah jumlah pelanggan PT Jodoh Centre Indotama. Menurut data sekunder dari PT Jodoh Centre Indotama jumlah Populasi pelanggan PT Jodoh Centre Indotama adalah sebanyak 9.281.

#### **3.3.2. Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2012: 81).

Menurut Sujarweni (2015: 81) Sampel merupakan bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian.

Menurut Sunyoto (2016: 12) Sampel adalah sebagian data yang merupakan objek yang diambil dari populasi.

Jadi menurut peneliti bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi.

Dalam penelitian ini adalah pelanggan PT Jodoh Centre Indotama, besarnya jumlah sampel ditentukan berdasarkan pendapat Slovin dengan rumus sebagai berikut:

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

**Sumber: Sanusi (2013: 101)**

Keterangan :

n = Jumlah elemen/anggota sampel

N = Jumlah elemen/anggota populasi

E = *Error level* (tingkat kesalahan) 0.05 (5%)

Populasi (N) sebanyak 9281 pelanggan dengan tingkat kesalahan e = 5%, maka jumlah sampel (n) adalah

$$\frac{9281}{1+9281(0,05)^2} = 383,47 \text{ responden}$$

Dari hasil perhitungan diatas, maka jumlah sampel yang digunakan sebanyak 383,47 responden dan dibulatkan menjadi 383 responden dengan tingkat kesalahan pengambilan sampel sebesar 5%.

Secara umum, teknik pengambilan sampel ada dua jenis (Wiyono, 2011: 86) yaitu:

1. *Probability Sampling*

*Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik ini meliputi *simple random sampling*, *proportionate stratified random*, *disproportionate stratified random*, *sampling area (cluster) sampling* (*sampling* menurut daerah).

2. *Nonprobability Sampling*

*Nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/ kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampel ini meliputi, *sampling* sistematis, kuota, aksidental, *purposive*, jenuh, *snowball*.

Jadi teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *Sampling Purposive*.

### **3.4. Teknik Pengumpulan data**

#### **3.4.1. Data Primer**

Menurut Abdillah dan Jogiyanto (2015: 51) Sumber primer adalah data yang diperoleh melalui atau berasal dari pihak pertama yang memiliki suatu data. Pengumpulan data primer dilakukan dengan metode survei menggunakan media angket (kuesioner). Sejumlah pertanyaan yang diajukan kepada responden dan kemudian diminta menjawab sesuai pendapat mereka. Untuk mengukur pendapat responden digunakan skala likert lima angka untuk mengukur Kualitas pelayanan, Kepuasan pelanggan, dan Loyalitas pelanggan yaitu mulai angka 1 untuk pendapat sangat tidak setuju (STS) hingga angka 5 untuk pendapat sangat setuju (SS). Berikut perinciannya:

Angka 1	= Sangat Tidak Setuju (STS)
Angka 2	= Tidak Setuju (TS)
Angka 3	= Netral (N)
Angka 4	= Setuju (S)
Angka 5	= Sangat Setuju (SS)

#### **3.4.2. Data Sekunder**

Menurut Abdillah dan Jogiyanto (2015: 51) Sumber sekunder adalah data yang diperoleh melalui atau berasal dari pihak kedua yang ikut mengetahui atau memiliki

suatu data. Sumber sekunder dapat diragukan keasliannya karena data telah diolah/diinterpretasikan dan disajikan sesuai dengan kepentingan pemegang data.

### 3.5. Metode Analisis Data

#### 3.5.1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagai mana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum dan generalisasi (Sugiyono, 2012:147).

Penggunaan skor dalam uji deskriptif ini digunakan sesuai dengan lima kategori skor yang dikembangkan dalam skala likert dan digunakan dalam penelitian. Adapun kriteria yang dimaksud yaitu:

**Tabel 3.4 Kriteria Analisis Deskripsi**

<b>Rentang Kategori Skor</b>	<b>Penafsiran</b>
1,00 - 1,79	Sangat Tidak Baik/Sangat Rendah
1,80 - 2,59	Tidak Baik/Rendah
2,6 - 3,39	Cukup/Sedang
3,40 - 4,19	Baik/Tinggi
4,20 - 5,00	Sangat Baik/ Sangat Tinggi

**Sumber: Muhidin dan Abdurrahman, 2007**

### 3.5.2. Analisis SEM dengan *SmartPLS 2.0*

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai teknik dan analisis data dengan digunakan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan analisis jalur (*path analysis*). *Path Analysis* dikategorikan dalam konteks teknik analisis *multivariant* sebagaimana varian dari *part analysis* yaitu *structural equation modeling* (SEM) yang merupakan pengembangan *path analysis*. Salah satu ciri teknik analisis *multivariant* adalah menggunakan variabel bebas lebih dari satu dengan satu atau lebih variabel tergantung.

Seperti yang dinyatakan oleh Wold (1985) dalam Ghozali (2014: 7) *Partial Least Square* (PLS) merupakan metode analisis yang *powerfull* oleh karena tidak didasarkan banyak asumsi. Data tidak harus berdistribusi *normal multivariant* (Indikator dengan skala kategori, ordinal, interval sampai ratio dapat digunakan pada model yang sama), sampel tidak harus besar. Walaupun PLS dapat juga digunakan untuk mengkonfirmasi teori, tetapi dapat juga digunakan untuk mengkonfirmasi teori, tetapi dapat juga digunakan untuk menjelaskan ada atau tidaknya hubungan antar variabel laten. Oleh karena lebih menitik beratkan pada data dan dengan prosedur estimasi yang terbatas, maka mispesifikasi model tidak begitu berpengaruh terhadap estimasi parameter.

PLS dapat menganalisis sekaligus konstruk yang dibentuk dengan indikator refleksif dan indikator formatif dan hal ini tidak mungkin dijalankan dalam CBSEM karena akan terjadi *unidentified model*. Oleh karena algoritma dalam PLS menggunakan analisis *series ordinary least square*, maka identifikasi model bukan masalah dalam model *recursive* dan juga tidak mengasumsikan bentuk distribusi

tertentu dari pengukuran variabel. Lebih jauh efisiensi perhitungan algoritma mampu mengestimasi model yang besar dan kompleks dengan ratusan variabel laten dan ribuan indikator Falk dan Miller dalam (Ghozali, 2014: 8) *Dalam analisis SEM ini menggunakan program Smart PLS 2.0.*

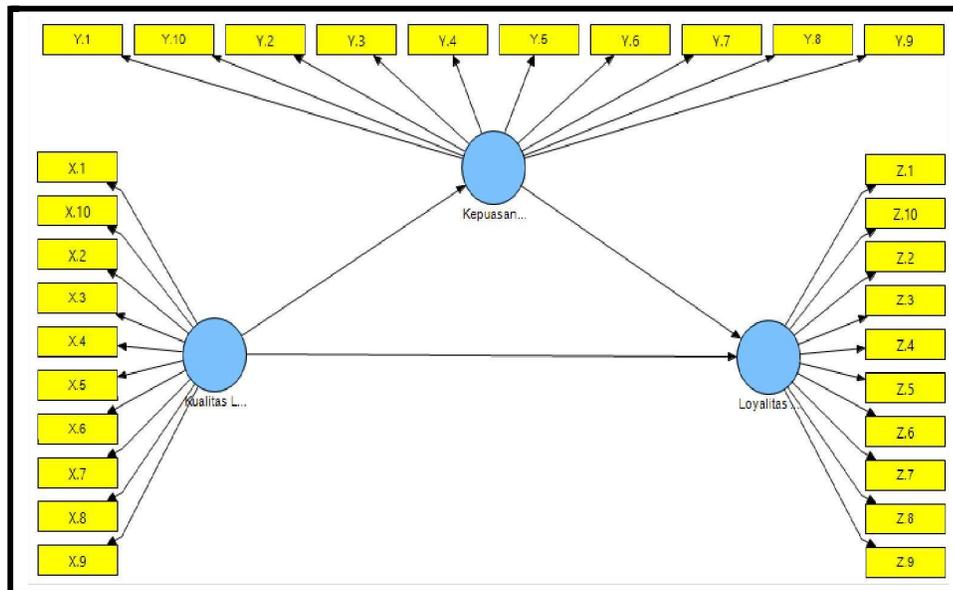
**Tabel 3.5**  
**Perbedaan PLS dan CBSEM**

<b>Kriteria</b>	<b>PLS</b>	<b>CBSEM</b>
Tujuan	Orientasi Prediksi	Orientasi Paramater
Pendekatan	Berdasar <i>Variance</i>	Berdasar <i>Covariance</i>
Asumsi	Spesifikasi prediktor ( <i>nonparametric</i> )	<i>Multivariate normal distribution, independence observation (Parametric)</i>
Estimasi Parameter	Konsisten sebagai indikator dan <i>sample size</i> meningkat ( <i>consistency at large</i> )	Konsisten
Skore Variabel Laten	Secara eksplisit di estimasi	<i>Inderminate</i>
Hubungan <i>epistemic</i> antara variabel laten dan indikatornya	Dapat dalam bentuk <i>reflective</i> maupun <i>formative</i> indikator	Hanya dengan <i>reflective</i> indikator
Implikasi	Optimal untuk ketepatan prediksi	Optimal untuk ketepatan parameter
Kompleksitas model	Kompleksitas besar (100 konstruk dan 1000 indikator)	Kompleksitas kecil sampai menengah (kurang dari 100 indikator)
Besar sampel	Kekuatan analisis didasarkan pada porsi dari model yang memiliki jumlah prediktor terbesar. Minimal di rekomendasikan berkisart dari 30 sampai 100 kasus	Kekuatan analisis didasarkan pada model spesifik-minimal di rekomendasikan berkisar dari 200 sampai 800

**Sumber : Ghozali (2014: 9)**

### 3.5.3. Spesifikasi Model

Analisis hubungan antar variabel dan indikator terdiri dari : *Outer Model*, *Inner Model*. Ilustrasi model penelitian sebagai berikut :



**Gambar 3.1 Ilustrasi Model Penelitian**

**Sumber : Data primer, data diolah 2016.**

#### 3.5.3.1. Outer Model

Menurut Wiyono (2011: 398) *Outer Model* yaitu spesifikasi hubungan antara variabel laten dengan indikatornya, disebut juga dengan *outer relation* atau *measurement model*, yang menjelaskan karakteristik variabel laten dengan indikator atau variabel manifestnya.

### 3.5.3.2. *Inner Model*

Persamaan Model Indikator reflektif sebagai berikut:

H1: Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan

H2: Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan

H3: Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan

### 3.5.4. Uji Model

Uji Model dilakukan melalui *outer model* dan *inner model*. *Outer model* atau model pengukuran, pada prinsipnya adalah menguji indikator terhadap variabel laten atau dengan kata lain mengukur seberapa jauh indikator itu dapat menjelaskan variabel latennya. Indikator *reflektif* diuji dengan *convergent validity*, *discriminant validity* atau dengan *average variance extracted (AVE)* dan *composite reliability*. *Inner Model* atau model struktural pada prinsipnya adalah menguji pengaruh antara satu variabel laten dengan variabel laten lainnya baik *exsogen* maupun *endogen*. Dapat dikatakan juga menguji hipotesis antara satu variabel laten yang satu dengan yang lain. Pengujian dilakukan dengan melihat presentase varian yang dijelaskan yaitu  $R^2$  untuk variabel laten dependen yang dimodelkan mendapat pengaruh dari variabel laten independen dengan menggunakan ukuran *stone-geisser Q square test*, serta melihat besarnya koefisien jalur strukturalnya. Stabilitas dari estimasi ini di uji dengan menggunakan uji t-statistik yang diperoleh lewat prosedur *bootsraping*.

**Tabel 3.6**  
**Kriteria Penilaian SEM-PLS**

Uji Model	Output	Kriteria
<i>Outer Model</i> (Uji Indikator)	<i>Convergent Validity</i>	Nilai <i>loading factor</i> 0,50 sampai 0,60 sudah dianggap cukup
	<i>Discriminant Validity</i>	Nilai korelasi <i>cross loading</i> dengan variabel latennya harus lebih besar dibandingkan dengan korelasi terhadap variabel laten yang lain.
	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	Nilai AVE harus diatas 0,50
	<i>Composite Reliability</i>	Nilai <i>Composite reliability</i> yang baik apabila memiliki $\geq 0,70$ .
<i>Inner Model</i> (Uji Hipotesis)	R <sup>2</sup> untuk variabel latent endogen	Hasil R <sup>2</sup> sebesar 0,67; 0,33; dan 0,19 mengindikasikan bahwa model "Baik", "Moderat", dan "Lemah".
	Koefisien parameter dan t-Statistik	Nilai estimasi untuk hubungan jalur dalam model struktural harus signifikan, yang dapat diperoleh dengan prosedur <i>bootstrapping</i> .

**Sumber : Wiyono (2011: 403)**

Kemudian untuk evaluasi *Goodness of Fit* kita dapat mengetahuinya dengan melakukan perhitungan *Q-square Predictive Relevance* dengan rumus sebagai berikut (Noor, 2014: 149):

$$Q^2 = 1 - (1 - R^2) (1 - R_2^2) - (1 - R_p^2) \quad \text{Rumus 3.1 Q-square}$$

Dimana:

$R_1^2, R_2^2 \dots R_p^2 = R$  square variabel endogen dalam model

Besaran  $Q^2$  memiliki nilai dengan rentang  $0 < Q^2 < 1$ , dimana semakin mendekati 1 maka model akan semakin baik, besaran  $Q^2$  ini setara dengan koefisien determinasi total pada analisis jalur  $R^2$ .

### 3.6. Lokasi dan Jadwal Penelitian

#### 3.6.1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dimana penelitian itu dilakukan (Sujarweni, 2014: 73). Lokasi dalam penelitian ini dilakukan di PT Jodoh Centre Indotama Cabang Jodoh sebagai objek untuk memperoleh data yang diperlukan.

#### 3.6.2. Jadwal Penelitian

Jadwal penelitian adalah tanggal bulan dan tahun dimana kegiatan penelitian tersebut dilakukan (Sujarweni, 2014: 73). Adapun penelitian ini direncanakan sebagai berikut :

**Tabel 3.7 Jadwal Penelitian**

Nama Kegiatan	Okt'16				Nov'16				Des'16				Jan'17	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Penentuan Objek Penelitian	■													
Pengajuan Judul	■													
Pengajuan Bab I		■	■	■										
Pengajuan Bab II				■	■									
Pengajuan Bab III						■	■							
Pembuatan Kuesioner								■						
Penyebaran Kuesioner dan Pengumpulan Data									■	■	■			
Pengajuan Bab IV, Bab V, dan Jurnal											■	■	■	
Pengumpulan Skripsi														■

**Sumber : Peneliti (2017)**