BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Desain Penelitian merupakan kerangka kerja yang digunakan untuk melaksanakan penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bermaksud memberikan penjelasan hubungan kausalitas antar variabel melalui pengujian hipotesis. Menurut Sanusi (2011: 14) desain penelitian kausalitas adalah desain penelitian yang disusun untuk meneliti kemungkinan adanya hubungan sebab akibat antar variabel.

Di dalam penelitian ini digunakan dua jenis variabel yang terdiri dari variabel eksogen (variabel bebas/independen) yaitu Kualitas Layanan (X_1), Komitmen (X_2), Kepercayaan (X_3) dan variabel endogen (variabel terikat/dependen) yaitu Loyalitas Pelanggan (Y).

3.2. Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2013: 38).

Operasional variabel dalam penelitian ini adalah:

1. Kualitas Layanan

Untuk menghasilkan suatu pelayanan yang berkualitas, perusahaan diharapkan dapat mengukur pelayanan yang telah diberikan kepada pelanggannya. Model SERVQUAL (*Service Quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman *et al*. dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama, yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima (*perceived service*) dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan (*expected service*) (Lupiyoadi, 2013: 216).

Indikator kualitas layanan menurut Parasuraman *et.al*. dalam Lupiyoadi (2013: 216) sebagai berikut:

Tabel 3.1 Indikator Kualitas Layanan

Konstruk/ Variabel	Operasional Variabel	Dimensi	Indikator	Variabel	Butir
Kualitas Layanan	Perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang diterima	Berwujud (*tangible*)	Lokasi kantor yang strategis dan mudah dijangkau	$X_1.1$	1
			Memiliki fasilitas yang nyaman,bersih serta aman untuk digunakan	$X_1.2$	2
		Reliabilitas	Pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang dijanjikan	$X_1.3$	3
			Ketepatan dalam bertransaksi	$X_1.4$	4
		Ketanggapan	Melayani transaksi dengan cepat, tepat dan efesien	$X_1.5$	5
			Tanggap menangani keluhan pelanggan	$X_1.6$	6
		Jaminan dan kepastian (*assurance*)	Terjaminnya keamanan dalam bertransaksi	$X_1.7$	7
			Data disimpan dengan benar dan akurat	$X_1.8$	8
		Empati (*empathy*)	Bersikap ramah dan sopan dalam melayani pelanggan	$X_1.9$	9
			Bersikap simpatik terhadap permasalahan pelanggan	$X_1.10$	10
			Sabar dan penuh perhatian dalam melayani transaksi	$X_1.11$	11

Sumber: Parasuraman *et al.* dalam (Lupiyoadi, 2013: 216) diadopsi oleh peneliti (2016)

2. Kepercayaan

Kepercayaan dalam konteks *Business to Consumer* lebih menekankan pada sikap individu yang mengacu kepada keyakinan pelanggan atas kualitas dan keterandalan jasa yang diterimanya (Somad, 2014: 105).

Indikator kepercayaan menurut Moorman, Deshpande, dan Zaltman sebagai berikut:

Tabel 3.2 Indikator Kepercayaan

Konstruk/ Variabel	Operasional Variabel	Indikator	Variabel	Butir
Kepercayaan	Suatu rasa percaya kepada mitra dimana seseorang berhubungan	Keseluruhan kinerja perusahaan sesuai dengan harapan konsumen	$X_2.1$	1
		Kepercayaan bahwa perusahaan telah menerapkan prinsip kerja dengan benar dalam operasionalnya	$X_2.2$	2
		Kepercayaan bahwa perusahaan mampu memberikan kualitas layanan yang lebih baik	$X_2.3$	3
		Perusahaan dapat diperhitungkan sebagai perusahaan yang mempunyai reputasi baik	$X_2.4$	4
		Perasaan aman ketika menitipkan modal/dana pada perusahaan	$X_2.5$	5
		Kepercayaan pada informasi yang diberikan	$X_2.6$	6
		Perusahaan bertanggung jawab terhadap kebenaran informasi yang diberikan	$X_2.7$	7
		Memiliki hubungan baik dengan perusahaan sebagai penyedia jasa	$X_2.8$	8
		Perusahaan memiliki manajemen yang baik	$X_2.9$	9

Sumber: Moorman, Deshpande, dan Zaltman, diadopsi oleh peneliti (2016)

3. Komitmen

Komitmen pada dasarnya merupakan kesediaan seseorang untuk mengikatkan diri dan menunjukkan loyalitas pada organisasi karena merasakan dirinya terlibat dalam kegiatan organisasi (Wibowo, 2016: 188).

Adapun indikator dari variabel komitmen menurut Morgan dan Hunt sebagai berikut:

Tabel 3.3 Indikator Komitmen

Konstruk/ Variabel	Operasional Variabel	Indikator	Variabel	Butir
Komitmen	Suatu hasrat untuk mempertahankan keterhubungan dalam jangka panjang	Perasaan bangga menjadi konsumen pada suatu perusahaan	$X_3.1$	1
		Perasaan memiliki perusahaan	$X_3.2$	2
		Perhatian terhadap stabilitas dan keberhasilan jangka panjang perusahaan	$X_3.3$	3
		Menjadi Pendukung setia perusahaan	$X_3.4$	4
		Mempunyai ikatan khusus dengan perusahaan	$X_3.5$	5
		Merasa sulit untuk pindah ke perusahaan lain	$X_3.6$	6
		Layanan yang diberikan sangat penting	$X_3.7$	7

Sumber: Morgan dan Hunt, diadopsi oleh peneliti (2016)

4. Loyalitas Pelanggan

Menurut Assauri (2012: 14) loyalitas pelanggan merupakan kecenderungan pelanggan untuk memilih nilai organisasi yang ditawarkan di atas alternatif tawaran organisasi pesaing.

Indikator Loyalitas pelanggan menurut Griffin sebagai berikut:

Tabel 3.4 Indikator Loyalitas Pelanggan

Konstruk	Operasional Variabel	Indikator	Variabel	Butir
Loyalitas Pelanggan	Sikap positif pelanggan yang tercermin dalam	Melakukan pembelian berulang secara teratur	Y_1	1
		Membeli produk yang lain dari	Y_2	2

Konstruk	Operasional Variabel	Indikator	Variabel	Butir
	pembelian ulang yang konsisten.	perusahaan tersebut		
		Merekomendasikan kepada pihak lain	Y_3	3
		Menunjukkan kekebalan terhadap pesaing	Y_4	4
		Mengatakan hal-hal positif tentang perusahaan	Y_5	5
		Mendorong teman atau kerabat untuk menikmati layanan	Y_6	6
		Tidak terpengaruh oleh tawaran pesaing	Y_7	7
		Mempertimbangkan sebagai pilihan pertama untuk membeli	Y_8	8
		Percaya bahwa perusahaan merupakan perusahaan yang terbaik dibanding dengan perusahaan lain	Y_9	9

Sumber: Griffin (2005), diadopsi oleh peneliti (2016)

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi adalah seluruh kumpulan elemen yang menunjukkan ciri-ciri tertentu yang dapat digunakan untuk membuat kesimpulan (Sanusi, 2011: 87). Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan PT Sahabat Tours and Travel Batam yang berjumlah 3.292 orang periode Januari - Agustus 2016. Alasan pemilihan periode tersebut untuk memberikan data terbaru atau *up to date*.

3.3.2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari elemen-elemen populasi yang terpilih (Sanusi, 2011: 87). Sampel yang baik adalah sampel yang dapat mewakili karakteristik populasinya. Pengambilan sampel dilakukan karena adanya keterbatasan biaya, waktu dan tenaga sehingga tidak memungkinkan untuk mengambil seluruh anggota dari populasi.

3.3.2.1.Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel (*sampling*) adalah cara peneliti mengambil sampel atau contoh yang representatif dari populasi yang tersedia. Cara pengambilan sampel dari populasi dapat dilakukan dengan memperhatikan unsur peluang atau tidak. Jika dalam proses mengambil sampel memperhatikan unsur peluang, tipe sampling disebut sampling peluang (*probability sampling*) atau cara pengambilan sampel secara acak. Jika dalam proses pengambilan sampel tidak memperhatikan unsur peluang, tipe sampling disebut sampling nonpeluang (non-*probability sampling*) (Sanusi, 2011: 88).

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling* yaitu cara pengambilan sampel yang didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan tertentu (Sanusi, 2011: 95). Adapun pertimbangan-pertimbangan dan syarat yang digunakan dalam pengambilan sampel dengan metode *purposive sampling* adalah sebagai berikut:

1. Pelanggan PT Sahabat Tours and Travel
2. Telah melakukan transaksi pembelian tiket minimal dua kali, dengan alasan bahwa pelanggan yang telah melakukan transaksi sebanyak dua kali atau lebih cenderung merupakan pelanggan yang loyal dan melakukan pembelian ulang.
3. Tetap melakukan pembelian tiket di PT Sahabat Tours and Travel walaupun berada di luar Batam.

4. Telah mengenal dan melakukan transaksi pembelian tiket selama satu tahun lebih, sehingga dapat memberikan gambaran dan pengalaman tentang kinerja PT Sahabat Tours and Travel.

Dalam menentukan ukuran sampel penelitian, Slovin memasukkan unsur kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi. Nilai toleransi ini dinyatakan dalam presentase, misalnya 5%. (Sanusi, 2011: 101). Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$\eta = \frac{N}{1 + N.e^2}$$

Rumus 3.1 Sampel

Keterangan:

η = Jumlah elemen/anggota sampel

N = Jumlah elemen/anggota populasi

e = Error level (tingkat kesalahan) (catatan: umumnya digunakan 1% atau 0,01, 5% atau 0,05, dan 10% atau 0,10 (catatan dapat dipilih oleh peneliti).

Sampel dari penelitian ini adalah bagian dari jumlah populasi pelanggan PT Sahabat Tours and Travel yang berjumlah 3.292. Dengan menggunakan rumus slovin diatas, dengan tingkat kesalahan 5% maka dapat diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$\eta = \frac{N}{1+Ne^2}$$

$$\eta = \frac{3.292}{1+3.292\ (0{,}05^2)}$$

$$\eta = \frac{3.292}{1+8,23}$$

$$\eta = \frac{3.292}{9,23}$$

$\eta =$ 356,66 (dibulatkan menjadi 357)

3.4. Teknik dan Alat Pengumpulan Data

3.4.1. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik yang digunakan untuk pengambilan data dengan dua cara yaitu data primer dan data sekunder.

3.4.1.1. Data Primer

Data yang diperoleh langsung dari sumber yang bersangkutan, dengan membagikan kuesioner kepada pelanggan PT Sahabat Tours and Travel Batam.

3.4.1.2. Data Sekunder

Data yang diperoleh secara resmi dari perusahaan serta teori-teori yang diperoleh dari buku, jurnal dan literatur-literatur lainnya yang berhubungan dengan objek penelitian.

3.4.2. Alat Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini alat yang digunakan untuk pengumpulan data adalah menggunakan kuesioner. Menurut Sugiyono (2013: 142), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.

3.5. Metode Analisis Data

Dalam setiap penelitian, masalah penggunaan alat pengukur (instrumen) perlu mendapat perhatian agar dapat diharapkan bahwa hasil yang diperoleh adalah benar dan dapat mencerminkan keadaan yang sesungguhnya dari masalah yang diselidiki.

Penelitian ini menggunakan metode analisis data dengan menggunakan *software SmartPLS* versi 2.0. yang dijalankan dengan media komputer.

3.5.1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan untuk menyajikan informasi profil responden seperti jenis kelamin, usia dan pekerjaan. Statistik deskriptif 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, 2013: 147). Deskripsi data (gambaran variabel) mendiskripsikan variabel penelitian, digunakan kriteria tertentu yang mengacu pada rata-rata skor kategori angket yang diperoleh responden (Muhidin, 2007: 146). Penggunaan skor kategori ini digunakan sesuai dengan lima kategori skor yang dikembangkan dalam skala Likert dan digunakan dalam penelitian. Adapun kriteria yang dimaksud yaitu:

Tabel 3.5 Kriteria Analisis Deskripsi

Rentang Kategori Skor	Penafsiran
1,00 - 1,79	Sangat Tidak Baik/Sangat Rendah
1,80 - 2,59	Tidak Baik/Rendah
2,60 - 3,39	Cukup/Sedang
3,40 - 4,19	Baik/Tinggi
4,20 - 5,00	Sangat Baik/Sangat Tinggi

Sumber: Muhidin dan Abdurahman (2007: 146)

Menurut Sugiyono (2013: 168) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Untuk keperluan dianalisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor misalnya:

Sangat setuju diberi skor (5)

Setuju diberi skor (4)

Ragu-ragu diberi skor (3)

Tidak setuju diberi skor (2)

Sangat tidak setuju diberi skor (1)

3.5.2. Analisis SEM-PLS

Structural Equation Modeling (SEM) merupakan teknik statistik yang digunakan untuk membangun dan menguji model statistik yang biasanya dalam bentuk model-model sebab akibat.

SEM dibagi dalam dua jenis, yaitu *covariance-based SEM* (CB-SEM) dan *variance-based SEM* atau *Partial Least Squares* seperti pada Sholihin (2013: 6).

Partial Least Square (PLS) adalah salah satu teknik *Structural Equation Modelling* (SEM) yang mampu menganalisis variabel laten, variabel indikator dan kesalahan pengukuran secara langsung. PLS dikembangkan sebagai alternatif apabila teori yang digunakan lemah atau indikator yang tersedia tidak memenuhi model pengukuran reflektif. PLS merupakan metode analisis yang *powerfull* karena dapat diterapkan pada semua skala data, tidak banyak membutuhkan asumsi, dan ukuran sampel tidak harus besar (Wiyono, 2011: 395).

SEM yang menggunakan PLS (SEM-PLS) merupakan suatu alternatif untuk menggunakan analisis SEM dimana data tidak berdistribusi normal; oleh karena itu SEM-PLS dikenal juga sebagai teknik pemodelan lunak dimana persyaratan-persyaratannya tidak seketat yang ada pada SEM, misalnya dalam hal skala pengukuran, ukuran sampel, dan distribusi residual.

Terdapat dua hal penting dari PLS yang menggunakan pendekatan *variance based*, yaitu memiliki kemampuan menghindari dua masalah:

1. *Inadmissible Solution*

   Yaitu solusi yang tidak dapat diterima, dalam hal ini, pada PLS berbasis varians tidak akan pernah terjadi masalah *matriks singularity*. Selain itu, karena PLS bekerja pada model struktural yang bersifat rekursif, maka

masalah *unidentified, under-identified* atau *over-identified* juga tidak akan terjadi.

2. *Factor Indeterminacy*

   Faktor yang tidak dapat ditentukan, artinya jika terjadi adanya lebih dari satu faktor yang terdapat dalam sekumpulan indikator sebuah variabel, khusus indikator yang bersifat formatif tidak memerlukan adanya *common factor*, sehingga selalu diperoleh variabel laten yang bersifat komposit. Dalam hal semacam ini, variabel laten merupakan kombinasi linier dari indikator-indikatornya.

Adapun prinsip dasar penggunaan kedua pendekatan tersebut, apakah model persamaan stuktural digunakan untuk uji dan pengembangan teori ataukah untuk tujuan prediksi. Apabila tujuan utamanya untuk pengujian dan pengembangan model, pendekatan berdasarkan kovarian merupakan metode yang paling sesuai sedangkan jika untuk tujuan prediksi, maka pendekatan berdasarkan varians seperti PLS lebih tepat. Pengujian ini merupakan pengujian prediksi maka digunakan pendekatan varian dengan menggunakan PLS (Wiyono, 2011: 396).

Tabel 3.6 Perbedaan *Variance Based* dan *Covariance Based*

Aspek	Variance Based	Covariance Based
Landasan Teori	Kuat, Lemah, *Exploratif*	Kuat
Hubungan	Linier	Linier
Model Struktural	*Rekursif*	*Rekursif*, dan *Resiprokal*
Asumsi Distribusi	Tidak diperlukan; pendekatan *resampling* dengan *bootstraping*	Normal, atau : tidak diperlukan; pendekatan *resampling* dengan *boostroping*
Model Pengukuran	*Reflektif, Formatif*	*Reflektif*
Ukuran Sampel	Minimal 30	Direkomendasikan minimal 100 s/d 200
Modifikasi Model	Tidak diperlukan	Jika Model tidak Fit, dapat dilakukan modifikasi, dengan penuntun indeks modifikasi

Goodness of Fit	*Q-square predictive relevance*, prinsipnya sama dengan R^2	RAMSEA, *Chisquare*/DF, dan Lain-lain (terdapat 26 Jenis GOF)
Pengujian Model	*Theory Triming*, membuang jalur yang nonsignifikan	*Theory Triming*, membuang jalur yang nonsignifikan
Out Put	Pengukuran Model dan Uji Struktural	Pengukuran Model dan Uji Struktural
Dasar Penggunaan	Model *Prediktif*	Pengujian Model

Sumber: Wiyono (2011: 396)

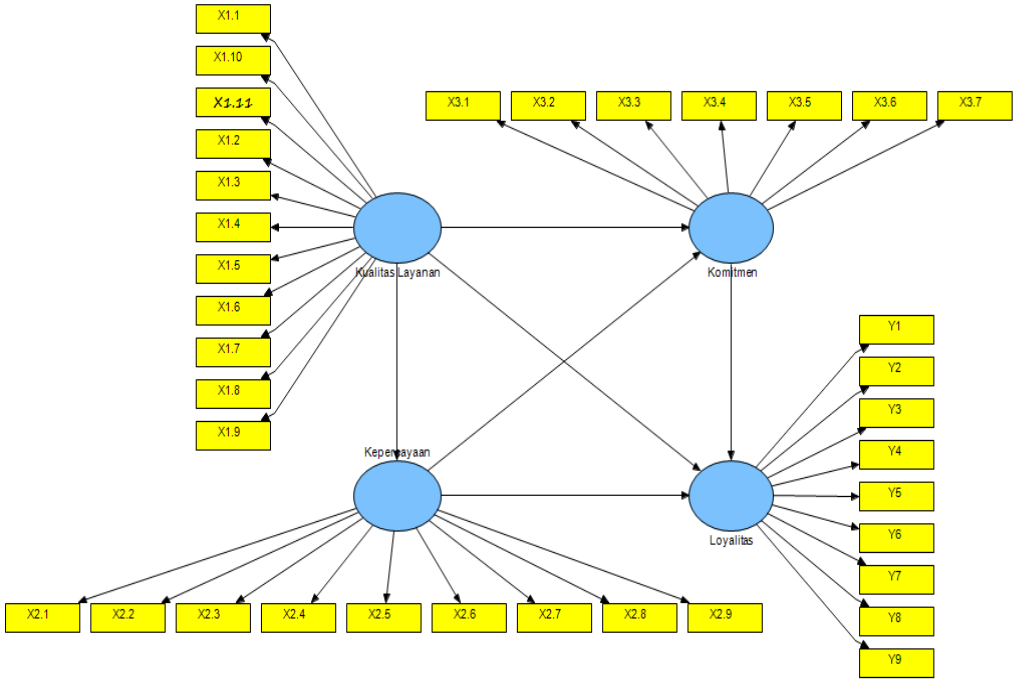
Beberapa hal penting yang menandai SEM menggunakan PLS menurut Monecke & Leisch (2012) diantaranya:

1. SEM menggunakan PLS terdiri dari tiga komponen, yaitu model struktural, model pengukuran, dan skema pembobotan.
2. SEM menggunakan PLS hanya mengizinkan model hubungan antar variabel yang rekursif (searah). Hal ini sama dengan model analisis jalur (*path analysis*).
3. Pada model struktural, yang disebut juga sebagai model bagian dalam, semua variabel laten dihubungkan satu dengan yang lain dengan didasarkan pada teori substansi.
4. Model pengukuran, yang disebut juga sebagai model bagian luar, menghubungkan semua variabel manifest atau indikator dengan variabel latennya. Dalam kerangka PLS, satu variabel manifest hanya dapat dihubungkan dengan satu variabel laten.
5. Algoritma PLS bertujuan untuk melakukan estimasi nilai semua variabel laten (nilai-nilai faktor) dengan menggunakan prosedur iterasi.
6. Skema pembobotan digunakan untuk estimasi bobot bagian dalam pada langkah kedua algoritma PLS.

7. Koefisien jalur diestimasi dengan menggunakan OLS (Ordinary Least Square) menurut model strukturalnya. Koefisien jalur dalam SEM-PLS adalah koefisien regresi baku (beta).

3.5.3. Spesifikasi Model

Analisis hubungan antarvariabel dan indikator terdiri dari: *outer model* dan *inner model*. Adapun ilustrasi model dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 3.1 Ilustrasi model penelitian

Sumber: Data primer, data diolah tahun 2016

3.5.3.1. *Outer Model*

Yaitu spesifikasi hubungan antar 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*

Yaitu spesifikasi hubungan antarvariabel laten (*structural model*), disebut juga dengan *inner relation*, menunjukkan hubungan antarvariabel laten berdasarkan *substantive theory* dari penelitian. Tanpa kehilangan sifat umumnya, diasumsikan bahwa variabel laten dan indikator diskala dengan *zero means* dan unit varians sama dengan satu, sehingga parameter lokasi (konstanta) dapat dihilangkan dari model.

3.5.3.3. Evaluasi *Goodness of Fit*

Goodness of Fit model diukur menggunakan R^2 variabel laten dependen dengan interpretasi yang sama dengan regresi. Q^2 *predictive relevance* untuk model struktural mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya (Noor, 2014: 149).

$$Q^2 = 1-(1-R_1^2)\,(1-R_2^2)\,\ldots\,(1-R_P^2)$$

Rumus 3.2 Q^2 *predictive relevance*

Besaran memiliki nilai dengan rentang 0 < > 2 pada analisis jalur (*path analysis*), dimana:

R_1^2, R_2^2, … R_P^2 adalah R square variabel endogen dalam model.

Interpretasi Q^2 sama dengan koefisien determinasi total pada analisis jalur (mirip dengan R^2 pada regresi).

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* di uji dengan *convergent validity*, *discriminant validity* atau dengan *average variance extracted* (AVE), dan *composite reliability*. Adapun *inner model* atau model struktural pada prinsipnya adalah menguji pengaruh antara satu variabel laten dengan variabel laten lainnya baik eksogen 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 mendapatkan 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 *bootstraping*. Untuk lebih jelasnya adapun kriteria dari *output* PLS yang diperlukan untuk melakukan penafsiran dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 3.7 Uji Model dan Kriteria Penilaian PLS

UJI MODEL	OUT PUT	KRITERIA
Outer Model	a. *Convergent Validity*	a. Nilai *Loading factor* 0,50 sampai 0,60 sudah dianggap cukup

(Uji Indikator)	b. *Discriminant Validity*	b. Nilai korelasi *Cross Loading* dengan variabel latennya harus lebih besar dibandingkan dengan korelasi terhadap variabel laten yang lain
	c. *Average Variance Extracted* (AVE)	c. Nilai AVE harus diatas 0,50
	d. *Composite Reliability*	d. Nilai *composite reliability* yang baik apabila memiliki ≥ 0,70
Inner Model (Uji Hipotesis)	a. R^2 untuk variabel latennya endogen	a. Hasil R^2 sebesar 0,67; 0,30; dan 0,19 mengindikasikan bahwa model "Baik", "Moderat", dan "Lemah"
	b. Koefisien parameter dan t- statistik	b. Nilai estimasi untuk hubungan jalur dalam model struktural harus siginifikan, yang dapat diperoleh dengan prosedur *bootstrapping*

Sumber : Wiyono (2011: 403)

3.6. Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.6.1. Lokasi Penelitian

Dalam penyusunan skripsi ini penulis melakukan penelitian dengan mengambil objek penelitian pada PT Sahabat Tours and Travel yang beralamat di Ruko Botania Garden Blok B2 No. 7 Batam.

3.6.2. Jadwal Penelitian

Jadwal penelitian ini berlangsung mulai bulan September 2016 sampai dengan bulan Januari 2017.

Tabel 3.8 Jadwal Penelitian

Nama Kegiatan	Sep-16		Oct-16				Nov-16				Dec-16				Jan-17	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Perancangan																
Studi Pustaka																
Penentuan judul																
Penentuan objek penelitian																
Pembuatan Bab I																
Pembuatan Bab II																

Pembuatan Bab III																
Penyebaran Kuesioner																
Pengolahan data																
Pembuatan Bab IV																
Pembuatan Bab V																
Pemeriksaan hasil																

Sumber : Data Primer, data diolah tahun 2016.

Pada tabel ini kegiatan yang paling lama adalah studi pustaka karena mencari teori-teori dan desain penelitian yang baik agar penelitian ini bisa meneliti sesuai harapan.