

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Pada dasarnya Penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2014: 2). Segala prosedur aktifitas penelitian yang peneliti lakukan dalam menyusun penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2014: 16), penelitian kuantitatif pada prinsipnya adalah untuk menjawab masalah. Sedangkan metode yang digunakan yaitu desain penelitian kausalitas. Menurut Sanusi (2014: 14), desain penelitian kausalitas adalah desain penelitian yang disusun untuk meneliti kemungkinan adanya hubungan sebab-akibat ataupun pengaruh antar variabel. Dalam penelitian ini umumnya hubungan sebab-akibat sudah dapat diprediksi oleh peneliti, sehingga peneliti dapat menyatakan klarifikasi variabel penyebab, variabel perantara, dan variabel terikat.

3.2 Operasional Variabel

Menurut Kerlinger (dalam Sugiyono, 2014: 38), variabel adalah konstruk (*construct*) atau sifat yang akan dipelajari. Sedangkan menurut Sugiyono (2014: 38), variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Operasional variabel berguna

untuk mengidentifikasi variabel-variabel apa saja yang akan diteliti, variabel apa yang termasuk variabel *independen* dan variabel apa yang termasuk variabel *dependen*. Di dalam penelitian ini terdapat 2 variabel *independen*, yaitu kualitas pelayanan (X1) dan lokasi (X2), serta 1 variabel *dependen*, yaitu *customer retention*.

3.2.1 Variabel Independen

Menurut Sugiyono (2014: 39), variabel *independen* yang dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel *dependen* (terikat). Variabel *independen* juga sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor atau *antecedent*. Di dalam penelitian ini terdapat 2 variabel *independen*, yaitu Kualitas Pelayanan dan Lokasi yang akan mempengaruhi variabel Y, yaitu *Customer Retention*.

Tabel 3.1. Operasional Variabel X

Variabel	Operasional Variabel		
	Indikator	Kategori	Tingkat Pengukuran (Skala)
Kualitas Pelayanan (X1)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bukti Langsung (<i>Tangibles</i>) 2. Keandalan (<i>Reliability</i>) 3. Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>) 4. Jaminan (<i>Assurance</i>) 5. Empati (<i>Empathy</i>) <p>(Tjiptono 2008: 26)</p>	Sangat Tidak Setuju-Sangat Setuju (1-5)	<i>Likert</i>
Lokasi (X2)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akses 2. Visibilitas 3. Lalu Lintas (<i>Traffic</i>) 4. Lingkungan 5. Tempat Parkir 6. Kompetisi <p>(Tjiptono 2011: 42)</p>	Sangat Tidak Setuju-Sangat Setuju (1-5)	<i>Likert</i>

3.2.2 Variabel Dependen

Variabel *dependen* atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2014: 39). Penelitian ini memiliki 1 variabel *dependen*, yaitu *Customer Retention* dengan operasional variabel sebagai berikut:

Tabel 3.2. Operasional Variabel Y

Variabel	Operasional Variabel		
	Indikator	Kategori	Tingkat Pengukuran (Skala)
<i>Customer Retention (Y)</i>	1. Rekomendasi kepada orang lain (<i>Word-of-Mouth</i>) 2. Harapan untuk melakukan pembelian ulang (<i>Retention</i>) 3. Kesetiaan pelanggan (<i>Customer Loyalty</i>) (Tawinunt <i>et al.</i> 2015: 468)	Sangat Tidak Setuju-Sangat Setuju (1-5)	<i>Likert</i>

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2014: 80), 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. Populasi merupakan obyek/subyek yang berada pada suatu tempat/wilayah yang sudah ditetapkan oleh peneliti menjadi obyek penelitian dan memenuhi kriteria-kriteria yang berkaitan dengan masalah penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelanggan yang pernah melakukan pembelian tiket pesawat pada PT Patam Mulya Jaya di Batam selama tahun 2016 sebanyak 230 konsumen. Jumlah konsumen ini diperoleh dari data pelanggan perusahaan pada tahun 2016.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang sedang kita teliti (Sugiyono, 2014: 81). Apabila populasi yang ditetapkan oleh peneliti dalam obyek penelitian jumlahnya besar, peneliti tidak mungkin mengadakan penelitian terhadap keseluruhan populasi. Hal ini disebabkan karena keterbatasan dana, waktu dan tenaga. Pengambilan sampel harus *representatif* (mewakili) dan kesimpulan yang diperoleh dari sampel dapat digeneralisasikan terhadap populasi.

Teknik sampling dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan sistem *Purposive Sampling* yakni teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2014: 85). Seberapa banyak jumlah responden yang akan diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin (Sanusi, 2014: 101) yang dapat dicari sebagai berikut.

$$n = \frac{N}{1 + N\alpha^2}$$

Rumus 3.1 Rumus Slovin

Keterangan rumus:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran Populasi

α = Tingkat kesalahan

Dalam penelitian ini jumlah populasi diambil dari data pelanggan yang datang selama tahun 2016 yaitu sebanyak 230 konsumen. Kemudian diambil tingkat kesalahan 5% untuk menjaga representatif dari sampel penelitian, maka diperoleh:

$$n = \frac{230}{1 + 230(0,05)^2}$$

= 146,03 ~ 146 Responden

Untuk keperluan penelitian, maka sampel yang akan digunakan adalah 146 responden dengan membulatkan jumlah nilai hitung dari rumus Slovin di atas.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Tahap yang penting dalam penelitian adalah teknik pengumpulan data karena berdasarkan data yang terkumpul akan dilakukan analisis sebelum akhirnya ditarik kesimpulan. Data yang dikumpulkan harus valid dan reliabel karena akan digunakan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data yang dilakukan secara sistematis dan sengaja melalui pengamatan dan pencatatan terhadap gejala objek yang diteliti. Menurut Sutrisno Hadi (dalam Sugiyono, 2014: 145) mengemukakan bahwa observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah pengamatan dan ingatan. Teknik observasi merupakan metode mengumpulkan data dengan mengamati langsung di lapangan. Observasi bisa dikatakan kegiatan yang meliputi pencatatan secara sistematis kejadian-kejadian, perilaku, obyek-obyek yang dilihat dan hal-hal lain yang diperlukan dalam mendukung penelitian yang sedang dilakukan.

2. Wawancara

Wawancara adalah cara pengumpulan data dengan jalan tanya jawab sepihak yang dikerjakan secara sistematis dan berlandaskan tujuan penelitian. Wawancara dilakukan dengan *face to face* maupun yang menggunakan pesawat telepon (Sugiyono, 2014: 137).

3. Kuesioner (Angket)

Menurut Sugiyono (2014: 142) Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu pasti variabel yang diukur dan tahu apa yang diharapkan dari responden.

Dengan melakukan penyebaran kuesioner untuk mengukur persepsi responden digunakan Skala Likert yang dikembangkan oleh Rensis Likert. Skala Likert umumnya menggunakan 5 angka penelitian yaitu:

Tabel 3.3 Skor Kategori Skala Likert

No	Alternatif Jawaban	Bobot	
		Positif	Negatif
1.	Sangat setuju/selalu/sangat positif	5	1
2.	Setuju/sering/positif	4	2
3.	Ragu-ragu/kadang-kadang/netral/tidak tahu	3	3
4.	Tidak setuju/hampir tidak pernah/negatif	2	4
5.	Sangat tidak setuju/tidak pernah/sangat negatif	1	5

Sumber: Sugiyono (2014: 94)

Urutan setuju atau tidak setuju dapat dibalik mulai dari sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju.

3.5 Metode Analisis Data

Setelah semua data terkumpul, langkah selanjutnya dalam penelitian kuantitatif adalah melakukan analisis. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian. Menurut Sugiyono (2014: 147), analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data dari tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Analisis data ini merupakan tahap yang sangat penting dalam penelitian ilmiah karena dengan analisis maka rumusan masalah dapat dipecahkan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, yaitu penelitian yang kemudian diolah dan dianalisis untuk diambil kesimpulan.

3.5.1 Analisis Deskriptif

Metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi (Sugiyono, 2014: 147). Analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Analisis deskriptif bekerja dengan menggambarkan distribusi data. Distribusi data yang dimaksud adalah pengukuran tendensi pusat dan pengukuran

bentuk. Teknik yang digunakan dalam statistik deskriptif pada penelitian ini adalah persentase, rata-rata, dan standar deviasi. Data yang telah terkumpul akan disusun dalam bentuk tabel frekuensi dari masing-masing item pernyataan sehingga data tersebut dapat memberikan gambaran jawaban responden secara menyeluruh. Kemudian dilakukan analisis deskripsi dari masing-masing item pernyataan dengan menghitung rata-ratanya sehingga dapat diketahui interpretasi terhadap masing-masing pernyataan.

3.5.2 Uji Kualitas Instrumen

3.5.2.1 Uji Validitas

Penelitian pada prinsipnya adalah melakukan pengukuran yang diharuskan menggunakan alat ukur/instrumen yang baik. Dua bentuk pengujian instrumen dalam penelitian ini adalah uji validitas dan uji realibilitas. Dua pengujian ini merupakan tahap yang penting karena dengan menggunakan instrumen yang valid dan reliabel maka data yang didapat juga akan mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliabel (Sugiyono, 2014: 122).

Menurut Sugiyono (2014: 121) Uji validitas dilakukan untuk memastikan seberapa baik suatu instrumen digunakan untuk mengukur konsep yang seharusnya diukur. Menurut Sugiyono (2014: 133) untuk menguji validitas konstruk dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor butir pernyataan dengan skor totalnya. Pengujian validitas instrumen dalam penelitian ini adalah dengan mencari besaran nilai koefisien korelasi *Pearson Product Moment*

(Sugiyono, 2014: 134), Menurut Sanusi (2014: 77) jika skor tiap butir pernyataan berkorelasi secara signifikan dengan skor total pada tingkat alfa tertentu maka dapat dikatakan bahwa alat pengukur itu valid. Rumus yang digunakan untuk mencari korelasi Rumusan untuk mencari korelasi *Pearson Product Moment* adalah sebagai 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 3.2 *Pearson Product Moment*
Sumber: Sanusi (2014: 77)

Dimana r = koefisien korelasi; X = skor butir; Y = skor total butir; dan N = jumlah sampel (responden).

Dari hasil perhitungan r_{xy} diatas bila koefisien korelasi sama dengan 0,3 atau lebih maka butir instrumen dinyatakan valid (Sugiyono, 2014: 134). Sedangkan menurut Sanusi (2014: 77) Cara untuk membuktikan valid atau tidaknya instrumen yang digunakan dalam sebuah penelitian ialah dengan membandingkan perhitungan nilai korelasi *product moment* (r hitung) terhadap nilai r tabel. Nilai r tabel dihitung untuk $\alpha = 0,05$ dan derajat kebebasan ($dk = n-2$) dengan kaidah keputusan sebagai berikut.

1. Jika r hitung $>$ r tabel berarti valid
2. Jika r hitung $<$ r tabel berarti tidak valid.

Dalam praktiknya untuk menguji validitas kuesioner akan menggunakan bantuan *software Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 24.

3.5.2.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2014: 121), instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Menurut Sanusi (2014: 80) Pengujian reliabilitas adalah berkaitan dengan masalah konsistensi dari hasil pengujian instrumen tersebut dengan menunjukkan hasil yang tetap walaupun digunakan oleh orang yang sama dalam waktu yang berlainan ataupun digunakan oleh orang yang berlainan dalam waktu yang sama. Dengan demikian, masalah reliabilitas instrumen berhubungan dengan masalah ketepatan hasil. Menurut Sugiyono (2014: 135) pengukuran reliabilitas dilakukan dengan teknik belah dua (*Split half*) yang dianalisis dengan rumus Spearman Brown. Sanusi (2014: 82) juga menyebutkan untuk mencari reliabilitas suatu instrumen penelitian dapat menggunakan rumus Spearman Brown yang diformulasikan sebagai berikut:

$$r_{sb} = \frac{2r_{pm}}{1 + r_{pm}}$$

Rumus 3.3 Rumus Spearman Brown
Sumber: Sanusi (2014: 83)

Keterangan:

r_{sb} = Nilai reliabilitas instrumen

r_{pm} = nilai korelasi *product moment*

Selanjutnya nilai koefisien korelasi hasil perhitungan ini dibandingkan dengan nilai didalam r tabel dengan alfa 5% (N-2), jika nilai koefisien korelasi hasil perhitungan lebih besar dari nilai dalam r tabel dapat dikatakan instrumen penelitian reliabel.

3.5.3 Uji Asumsi Klasik

3.5.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas perlu dilakukan dalam setiap penelitian sebelum dilakukan pengujian hipotesis. Hal ini untuk memastikan apakah data yang akan dianalisis berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas dalam penelitian ini yang pertama menggunakan *histogram regression residual* yang sudah distandarkan, pada histogram ini nilai residu yang berdistribusi normal akan digambarkan membentuk lonceng atau *bell shaped* (Wibowo, 2012: 61). Cara yang kedua untuk menguji normalitas data pada penelitian ini adalah menggunakan *grafik normal P-P plots*, Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal menunjukkan distribusi normal dan model regresi memenuhi asumsi normalitas. Selain menggunakan gambar dan grafik pengujian normalitas yang terakhir adalah menggunakan pendekatan *numeric* yaitu uji Kolmogorov Smirnov, pada uji ini data dikatakan memiliki distribusi normal jika nilai Kolmogorov Smirnov memiliki tingkat signifikansi diatas 0,05 (Wibowo, 2012: 72).

3.5.3.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Untuk mendeteksinya dengan cara menganalisis nilai toleransi dari *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem multikolinieritas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi

adalah dengan melihat nilai *significance* (2-tailed), jika nilai $VIF > 10$ maka terdapat gejala multikolinieritas yang tinggi (Sanusi, 2014: 136).

3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas. Jika varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas, dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilihat dari dua metode. Pertama dengan menggunakan Uji *Park Gleyser* yaitu dengan cara mengorelasikan nilai *absolute* residualnya dengan masing-masing variabel bebas, jika hasil nilai probabilitasnya memiliki signifikansi lebih besar dari nilai alphanya (0,05) maka model tidak mengalami heteroskedastisitas (Sanusi, 2014: 135). Kedua menggunakan metode grafik yaitu dengan melihat pola titik-titik pada scatterplot regresi, jika titik-titik menyebar dengan pola yang tidak jelas diatas dan dibawah angka 0 dan sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Priyatno, 2013: 69).

3.5.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu Kualitas Pelayanan (X1) dan Lokasi (X2) terhadap variabel terikatnya yaitu *Customer Retention* (Y). Persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut (Sanusi, 2014: 135):

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + e$$

Rumus 3.4 Regresi Linier Berganda

Sumber: Sanusi (2014: 135)

Keterangan:

Y = Variabel dependen (*Customer Retention*)

A = Konstanta

b1, b2 = Koefisien garis regresi

X1, X2= Variabel independen (Kualitas Pelayanan, Lokasi)

e = *Error* / variabel pengganggu

Persamaan Regresi adalah persamaan yang mendefinisikan sifat hubungan antara dua atau lebih variabel. Regresi merupakan beberapa syarat yang harus dipenuhi sebagai model untuk menilai suatu pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya (Wibowo, 2012: 116). Dalam praktiknya untuk melakukan uji regresi linier berganda akan menggunakan bantuan *software Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 24.

3.5.5 Uji Hipotesis

Uji Hipotesis artinya menguji signifikansi koefisien regresi linier berganda baik secara parsial maupun simultan yang sekait dengan pernyataan hipotesis penelitian (Sanusi, 2014: 144). Pengujian hipotesis untuk penelitian ini dilakukan

dengan menggunakan Uji t (parsial), Uji F dan Analisis Koefisien Determinasi (R^2) dengan dua rancangan hipotesis (Sanusi, 2014: 46) sebagai berikut:

1. H_0 (Hipotesis nol) adalah hipotesis yang menyatakan tidak adanya hubungan atau perbedaan antara satu variabel dengan variabel lainnya.
2. H_a (Hipotesis alternatif) adalah hipotesis yang menyatakan adanya hubungan atau perbedaan antara satu variabel dengan variabel lainnya.

Berdasarkan rancangan hipotesis diatas, maka rumusan hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. H_0 (Hipotesis nol) adalah variabel-variabel bebas yaitu kualitas pelayanan dan lokasi secara parsial maupun simultan tidak berpengaruh positif dan simultan terhadap variabel terikatnya yaitu *customer retention*.
2. H_a (Hipotesis alternatif) adalah variabel-variabel bebas yaitu kualitas pelayanan dan lokasi secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan simultan terhadap variabel terikatnya yaitu *customer retention*.

3.5.5.1 Uji t (Parsial)

Menurut Sanusi (2014: 138) Uji t pada dasarnya diperlukan untuk mengetahui signifikan atau tidak pengaruh dari masing-masing variabel bebas (X) terhadap variabel terikatnya (Y).

Rumus untuk t hitung adalah:

$$t = \frac{R\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-R^2}}$$

Rumus 3.5 t Hitung
Sumber: Sugiyono (2014: 184)

Keterangan :

R = Koefisien korelasi

R^2 = Koefisien determinasi

n = Banyaknya sampel

Menurut Wibowo (2012: 133) Kaidah pengambilan keputusan dalam pengujian ini adalah:

1. Jika t hitung $>$ t tabel dan nilai signifikan $<$ 0,05 , maka H_0 ditolak dan H_a diterima, jadi variabel *independen* (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *dependen* (Y).
2. Jika t hitung $<$ t tabel dan nilai signifikan $>$ 0,05 , maka H_0 diterima H_a ditolak, jadi variabel *independen* (X) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *dependen* (Y).

3.5.5.2 Uji F

Dalam penelitian ini, uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Sanusi, 2014: 137). Dalam penelitian ini, hipotesis yang digunakan adalah:

H_0 : Variabel-variabel bebas yaitu kualitas pelayanan dan lokasi secara bersama-sama mempunyai pengaruh tidak signifikan terhadap variabel terikatnya yaitu *customer retention*.

H_a : Variabel-variabel bebas yaitu kualitas pelayanan dan lokasi secara bersama-sama mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikatnya yaitu

customer retention.

Dasar pengambilan keputusannya (Sanusi, 2014: 138) adalah dengan menggunakan hasil dari nilai F hitung, yaitu:

1. Apabila F hitung $>$ F tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
2. Apabila F hitung $<$ F tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

3.5.5.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Sanusi (2014: 136) Koefisien determinasi (R^2) pada intinya menjelaskan proporsi variasi dalam variabel terikat (Y) yang dijelaskan oleh variabel bebas (lebih dari satu variabel X) secara bersama-sama. Nilai (R^2) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas (kualitas pelayanan dan lokasi) dalam menjelaskan variasi variabel terikat (*customer retention*) amat terbatas. Begitu pula sebaliknya, nilai yang mendekati satu berarti variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat. R adalah koefisien korelasi majemuk yang mengukur tingkat hubungan antara variabel terikat dengan semua variabel bebas yang menjelaskan secara bersama-sama dan nilainya selalu positif.

3.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian

Peneliti menentukan lokasi dan jadwal penelitian berdasarkan persetujuan dari manajemen PT Patam Mulya Jaya di Batam dengan rincian lokasi dan jadwal sebagai berikut:

3.6.1 Lokasi Penelitian

Objek penelitian adalah PT Patam Mulya Jaya yang beralamat di Jalan Ir. Sutami Blok A, No. 3A Sirion Indah, Sekupang – Batam, Indonesia.

3.6.2 Jadwal Penelitian

Penelitian ini dilakukan mulai September 2016 sampai dengan Januari 2017. Pengumpulan data dilakukan pada jam kerja untuk menyebar kuesioner. Adapun rincian dalam penelitian tertuang dalam tabel jadwal penelitian sebagai berikut:

Tabel 3.4. Jadwal Penelitian

Tahap Penelitian	Sep-16				Okt-16				Nop-16				Des-16				Jan-17			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1. Studi Kepustakaan	■	■																		
2. Penentuan Judul dan Obyek			■																	
3. Pengajuan Proposal				■																
4. Revisi Proposal					■	■	■	■												
5. Pengambilan Data									■	■	■	■								
6. Pengolahan dan Analisis Data													■	■	■	■				
7. Penyusunan Laporan Penelitian																	■	■	■	■