

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Menurut Surjaweni, (2015:71) Desain penelitian adalah pedoman atau prosedur serta teknik dalam perencanaan penelitian yang berguna sebagai panduan untuk membangun strategi yang menghasilkan modal atau *blue print* penelitian.

Adapun metode penelitian yang digunakan sesuai dengan tujuan dan permasalahan dalam penelitian ini, maka metode yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif, 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, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.2. Operasional Variabel

Erlina (2011: 48) menyatakan bahwa “Operasional adalah menjelaskan karakteristik dari objek kedalam elemen-elemen yang dapat diobservasikan yang menyebabkan konsep dapat diukur dan di operasionalkan kedalam penelitian. Setiap konsep variabel yang digunakan dalam penelitian harus memiliki definisi yang jelas. Jika tidak maka akan menimbulkan pengertian yang berbeda. Operasional variabel dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh pengukuran variabel-variabel penelitian. Variabel-variabel tersebut dapat dibagi menjadi

variabel independen dan variable dependen yang akan diuraikan seperti dibawah ini:

3.2.1. Variabel Independen (X)

1. Harga (X1)

Indikator harga menurut Stanton dalam Lembang (Ofela, 2016:3), ada empat indikator yang mencirikan harga yaitu:

1. Keterjangkauan harga

Keterjangkauan harga adalah harga sesungguhnya dari suatu produk yang tertulis di suatu produk, yang harus dibayarkan oleh pelanggan. Maksudnya adalah pelanggan cenderung melihat harga akhir dan memutuskan apakah akan menerima nilai yang baik seperti yang di harapkan.

2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Terlebih dahulu harga yang tercantum pada sebuah produk, karena sebelum membeli konsumen sudah berfikir tentang sistem hemat yang tepat. Selain itu konsumen dapat berfikir tentang harga yang di tawarkan memiliki kesesuaian dengan produk yang telah di beli.

3. Daya saing harga

Penawaran harga yang diberikan oleh produsen atau penjual berbeda dan bersaing dengan yang di berikan oleh produsen lain, pada satu jenis produk yang sama.

4. Kesesuaian harga dengan manfaat

Aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen atau penjual yang sesuai dengan manfaat yang dapat di peroleh konsumen dari produk yang dibeli.

2. Kualitas Produk (X2)

Menurut David Garvin dalam (Oentoro, 2012:129), Kualitas Produk memiliki indikator-indikator yaitu sebagai berikut :

1. Kinerja (*Performance*)

Berkaitan dengan aspek fungsional suatu barang dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan pelanggan dalam membeli barang tersebut.

2. Fitur (*feature*)

Aspek performansi yang berguna untuk menambah fungsi dasar, berkaitan dengan pilihan-pilihan produk dan pengembangannya.

3. Keandalan (*Realibility*)

Berkaitan dengan probabilitas atau kemungkinan suatu barang berhasil menjalankan fungsinya setiap kali digunakan dalam periode waktu tertentu dan dalam kondisi tertentu pula.

4. Kesesuaian (*Conformance*)

Berkaitan dengan tingkat kesesuaian terhadap spesifikasi yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan pelanggan.

5. Daya Tahan (*Durability*)

Yaitu suatu releksasi umur ekonomis berupa ukuran daya tahan atau masa pakai barang.

6. Layanan (*Serviceability*)

Yaitu karakteristik yang berkaitan dengan kecepatan, kompetensi, kemudahan, dan akurasi dalam memberikan layanan untuk perbaikan barang.

7. Estetika (*Aesthetics*)

Yaitu karakteristik yang bersifat subyektif mengenai nilai-nilai estetika yang berkaitan dengan pertimbangan pribadian refleksi dari preferensi individual.

8. Sesuai dan Selesai (*Fit and Finish*)

Berkaitan dengan perasaan pelanggan mengenai keberadaan produk tersebut sebagai produk yang berkualitas.

3.2.2. Variabel dependen (Y)

Menurut Sarwono (2012: 12) variabel terikat (*dependent variable*) adalah variabel yang memberikan reaksi atau respon jika dihubungkan dengan variabel bebas. Variabel ini adalah variabel yang diamati dan diukur untuk menentukan pengaruh yang disebabkan oleh variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Kepuasan konsumen (Y).

Menurut Dutka dalam jurnal (David & Lego, 2016:726) terdapat tiga dimensi dalam mengukur kepuasan pelanggan secara universal, yaitu:

1. *Attributes related to product*

Dimensi kepuasan yang berkaitan dengan atribut dari produk seperti penetapan nilai yang didapatkan dengan harga, kemampuan produk menentukan kepuasan, benefit dari produk tersebut.

2. *Attributes related to service*

Dimensi kepuasan yang berkaitan dengan atribut dari pelayanan misalnya dengan garansi yang dijanjikan, proses pemenuhan pelayanan atau pengiriman, dan proses penyelesaian masalah yang diberikan.

3. *Attributes related to purchase*

Dimensi kepuasan yang berkaitan dengan atribut dari keputusan untuk membeli atau tidaknya dari produsen seperti kemudahan mendapat informasi, kesopanan karyawan dan juga pengaruh reputasi perusahaan.

Tabel 3. 1. Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Harga (X1)	Harga adalah suatu nilai tukar yang bias disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat 	Likert
Kualitas Produk (X2)	Kualitas produk merupakan hal yang perlu mendapat perhatian utama dari perusahaan atau produsen, mengingat kualitas suatu produk berkaitan erat dengan kepuasan konsumen, yang merupakan tujuan dari	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kinerja 2. Fitur 3. Keandalan 4. Kesesuaian 5. Daya Tahan 6. Layanan 7. Estetika 8. sesuai dan Selesai 	Likert

	kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan.		
Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja dan hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Kualitas jasa bisa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan.	1. <i>Attributes Related to Product</i> 2. <i>Attributes Related to Service</i> 3. <i>Attributes Related to Purchase</i>	Likert

Sumber: Pamuji dan Sugianto (2011: 9), Hutapea dan Nuriana (2012: 12)

3.3. Populasi dan Sample

3.3.1. Populasi

Menurut (Surjaweni, 2015:80) Populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri dari atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang akan ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi data adalah 190 konsumen yang diambil dari September 2017–Januari 2018.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen PT Indragiri Makmur Sentosa :

Tabel 3. 2. Populasi

NO	BULAN	JUMLAH KONSUMEN
1.	SEPTEMBER	47 Konsumen
2.	OKTOBER	46 Konsumen

3.	NOVEMBER	40 Konsumen
4.	DESEMBER	30 Konsumen
5.	JANUARI	27 Konsumen
TOTAL KONSUMEN		190 Konsumen

3.3.2. Sampel

Sample merupakan 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.

Untuk menentukan jumlah sampel yang akan diambil digunakan rumus slovin, yaitu:

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Ukuran populasi

e = Tingkat kesalahan = 5 %

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

$$n = \frac{190}{1 + 190(0,05)^2}$$

$$n = \frac{190}{1 + 190(0,0025)}$$

$$n = \frac{190}{1+0,475} = 128,81$$

Rumus 3. 1. Slovin

Melalui perhitungan rumus Slovin diperoleh jumlah sampel sebanyak 128 orang konsumen. Kemudian untuk menarik sampel dari populasi digunakan teknik *Simple Random Sampling*, yaitu pengambilan sampel anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data (Sanusi, 2011:105) dalam penelitian ini terdiri atas:

1. Wawancara yaitu teknik pengumpulan data yang menggunakan pertanyaan secara lisan kepada subjek penelitian. Pada saat mengajukan pertanyaan , peneliti dapat bicara berhadapan langsung dengan responden
2. Kuesioner yaitu pengumpulan data tidak memerlukan kehadiran cukup di wakili oleh daftar pertanyaan.
3. Observasi yaitu cara pengumpulan data melalui proses pencatatan perilaku subjek (orang), objek (benda), atau kejadian yang sistematis tanpa adanya pertanyaan.

3.4.1. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah sesuatu alat yang digunakan oleh peneliti untuk mengukur fenomena alam atau social (Sanusi, 2011:67). Instrumen ada yang sudah tersedia ada yang belum (dibuat sendiri oleh peneliti itu sendiri). Titik tolak dari penyusunan instrumen penelitian adalah variabel penelitian itu sendiri.

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert. Skala Likert adalah skala yang didasarkan pada penjumlahan sikap responden dalam merespons pernyataan berkaitan indikator-indikator suatu konsep atau variabel yang sedang diukur (Sanusi, 2011:59). Skala Likert menggunakan 5 skor dengan rincian sebagai berikut:

1. Sangat setuju (SS), diberi skor 5.
2. Setuju (S), diberi skor 4.
3. Netral (R), diberi skor 3.
4. Tidak setuju (TS), diberi skor 2.
5. Sangat tidak setuju (STS), diberi skor 1.

3.5. Metode Analisis Data

Peneliti harus memilih metode statistik yang relevan untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan agar diperoleh kesimpulan yang logis. Relevan tidaknya metode statistik yang akan dipilih paling tidak ditentukan oleh tujuan studi dan skala ukur variabel penelitian. Adapun tujuan studi dalam penelitian ini adalah tujuan menguji hipotesis, yakni uji hubungan kausalitas (Sanusi, 2011:115).

3.5.1. Analisis Deskriptif

Apabila peneliti bermaksud untuk menjelaskan data dari sesuatu variabel yang diteliti (Sanusi, 2011:116). Peneliti dapat menggunakan statistik deskriptif. Ukuran deskriptif yang sering di gunakan untuk mendeskripsi data penelitian

adalah frekuensi rata-rata. Untuk analisis kecenderungan, biasanya di gunakan *analisis trend*.

3.5.2. Uji Kualitas Data

Data merupakan hal yang paling penting dalam suatu penelitian karena data merupakan gambaran dari variabel yang akan diteliti dan berfungsi sebagai alat pembuktian hipotesis. Sebelum data yang diperoleh dari responden diolah, tingkat keabsahan dan kepercayaan data harus diuji melalui uji kualitas data. Uji kualitas data dapat dilakukan melalui uji validitas dan reliabilitas instrumen. agar data yang diperoleh mempunyai tingkat akurasi dan konsistensi yang tinggi, instrumen penelitian yang digunakan harus valid dan reliabel. Suatu instrumen dikatakan valid jika instrumen tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur (Sanusi, 2011:76).

Reliabilitas suatu alat pengukur menunjukkan konsistensi hasil pengukuran sekiranya alat pengukur itu digunakan oleh orang yang sama dalam waktu yang berlainan atau digunakan oleh orang yang berlainan dalam waktu yang bersamaan atau waktu yang berlainan. Secara implisit, reliabilitas ini mengandung objektivitas karena hasil pengukuran tidak terpengaruh oleh siapa pengukurnya (Sanusi, 2011:80).

3.5.2.1 Uji Validitas Instrumen

Validitas instrumen ditentukan dengan mengorelasikan antara skor yang diperoleh setiap butir pertanyaan atau pernyataan dengan skor total (Sanusi, 2011:77). validitas instrumen ditentukan dengan mengorelasikan antara skor yang

diperoleh setiap butir pertanyaan atau pernyataan dengan skor total. Skor total adalah jumlah dari semua skor pertanyaan atau pernyataan. Jika skor tiap butir pertanyaan berkorelasi secara signifikan dengan skor total pada tingkat alfa tertentu, maka dapat dikatakan bahwa alat pengukur itu valid. Sebaliknya, jika korelasi tidak signifikan, alat pengukur itu tidak valid dan alat pengukur itu tidak perlu dipakai untuk mengukur atau mengambil data. Rumus yang digunakan untuk mencari nilai korelasi adalah korelasi *Pearson Product Moment* yang dirumuskan sebagai berikut:

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

Rumus 3. 2. Korelasi Pearson Product
Moment

Sumber: (Sanusi, 2011:77)

Dimana:

- r = Koefisien korelasi
- X = Skor butir
- Y = Skor total butir
- N = Jumlah sampel (responden)

Nilai r dibandingkan dengan nilai r tabel dengan derajat bebas (n-2). Kaidah yang digunakan dalam uji validitas ini (Sanusi, 2011:77) adalah:

1. Jika r hitung > r tabel, maka instrumen yang digunakan valid.
2. Jika r hitung < r tabel, maka instrumen yang digunakan tidak valid.

3.5.2.2. Uji Reliabilitas Instrumen

reliabilitas sesuatu alat pengukuran yang menunjukkan konsistensi hasil pengukuran sekiranya alat pengukur di gunakan oleh orang yang sama dalam

waktu yang berlainan (Sanusi, 2011:80). perhitungan reliabilitas dilakukan terhadap butir pertanyaan atau pernyataan yang sudah valid (Sanusi, 2011:81). Cara pengukuran ulang adalah pernyataan atau pertanyaan yang sama diberikan kepada responden yang sama pada waktu yang berbeda-beda. Diharapkan waktunya tidak terlalu dekat dan tidak terlalu lama untuk menghindari bias daya ingat responden terhadap pertanyaan atau pernyataan yang pernah diberikan dan bias karena perubahan fenomena.

3.5.3. Uji Asumsi Klasik

3.5.3.1. Uji Normalitas

Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan *Histogram Regression Residual* yang sudah distandarkan, analisis *Chi Square*, dan juga menggunakan nilai *Kolmogorov-Smirnov*, kurva nilai residual terstandarisasi dikatakan normal jika nilai *Kolmogorov-Smirnov* $Z < Z_{tabel}$, kemudian jika dalam gambar akan berbentuk *Bell-Shaped curved* dan dalam menggunakan *P-P Plot* akan membentuk garis-garis di sekitar diagonal.

3.5.3.2 Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas merupakan hubungan linier yang sempurna antara beberapa atau semua variabel bebas. Pengujian multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (Sanusi, 2011:135).

3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah keragaman dari selisih nilai pengamatan dan pendugaan sama untuk semua nilai pendugaan Y . Jika terjadi heteroskedastisitas maka pendugaan koefisien regresi menjadi tidak akurat. Pengujian heteroskedastisitas dilakukan secara berpasangan antara variabel tak bebas dengan variabel bebas (Sanusi, 2011:135).

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan metode Glejser dengan cara menyusun regresi antara nilai absolut residual dengan variabel bebas. Apabila masing-masing variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap absolut residual ($\alpha = 0,05$) maka dalam model regresi tidak terjadi gejala heteroskedastisitas (Sanusi, 2011:135).

3.5.4 Uji Pengaruh

3.5.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linear berganda pada dasarnya merupakan perluasan dari regresi linear sederhana, yaitu menambah jumlah variabel bebas yang sebelumnya hanya 1 menjadi 2 atau lebih variabel bebas (Sanusi, 2011:134). Analisis regresi ganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila 2 atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya) (Sugiyono, 2011:275).

Dalam penelitian ini terdapat 2 variabel bebas dan 1 variabel terikat. Kedua variabel bebas adalah Pengawasan Kerja dan Disiplin kerja. Variabel

terikat adalah Kinerja. Persamaan regresi untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Rumus 3. 3. Regresi Linear Berganda

Sumber: (Sugiyono, 2011:275)

Dimana:

Y = Variabel terikat

a = Nilai konstanta

$b_{1,2}$ = Nilai koefisien regresi

X_1 = Variabel bebas pertama

X_2 = Variabel bebas kedua

3.5.4.2 Analisis Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) sering disebut dengan koefisien determinasi majemuk (*multiple coefficient of determination*) yang hampir sama dengan koefisien r^2 . R juga hampir serupa dengan r, tetapi keduanya berbeda dalam fungsi. R^2 menjelaskan proporsi variasi dalam variabel terikat (Y) yang dijelaskan oleh variabel bebas (lebih dari 1 variabel X) secara bersama-sama. Sementara itu, r^2 mengukur kebaikan-kebaikan sesuai (*goodness-of-fit*) dari persamaan regresi, yaitu memberikan persentase variasi total dalam variabel terikat (Y) yang dijelaskan oleh hanya 1 variabel bebas (X). Koefisien R adalah koefisien korelasi majemuk yang mengukur tingkat hubungan antara variabel terikat (Y) dengan semua variabel bebas yang menjelaskan secara bersama-sama dan nilainya selalu positif. Sedangkan koefisien r menjelaskan keeratan hubungan linear di antara 2 variabel, nilainya dapat negatif dan positif (Sanusi, 2011:136).

3.5.5. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis mutlak dilakukan karena kebenaran yang terkandung dalam pernyataan hipotesis masih bersifat sementara. Uji hipotesis sama artinya dengan menguji signifikansi koefisien regresi linear berganda secara parsial maupun secara simultan (Sanusi, 2011:9). Pengujian hipotesis yang dilakukan akan memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

1. Uji hipotesis merupakan uji dengan menggunakan data sampel.
2. Uji menghasilkan keputusan menolak H_0 atau sebaliknya menerima H_0 .
3. Nilai uji dapat dilihat dengan menggunakan nilai F atau nilai t hitung maupun nilai Sig.
4. Pengambilan kesimpulan dapat pula dilakukan dengan melihat gambar atau kurva, untuk melihat daerah tolak dan daerah terima suatu hipotesis nul.

Dalam penelitian ini, peneliti hanya menggunakan 2 metode untuk uji hipotesis. Kedua metode adalah uji t dan uji F (Wibowo, 2012:125).

3.5.5.1. Uji T (Uji Parsial)

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah masing-masing variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat secara parsial dengan $\alpha=0,05$ dan juga penerimaan atau penolakan hipotesis.

Langkah-langkah pengujian adalah menentukan formasi H_0 dan H_1 yaitu $H_1: \beta \neq 0$, berarti Harga (X_1) berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Indragiri Makmur Sentosa di Batam. (Y): $\beta \neq 0$, berarti

Kualitas Produk (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Indragiri Makmur Sentosa di Batam.

Level of significant, sampel 190 orang $\alpha=0,05$, uji dua pihak dan derajat kebebasan = $n-2$, maka $t_{tabel}=1,979$ dengan melakukan kriteria pengujian yaitu apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima dan apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima H_1 ditolak.

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh variable penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variable terikat. Rumusnya adalah :

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Rumus 3. 4. Uji t
Sumber : (Sugiyono, 2011;230)

Dimana :

t = Nilai t_{hitung} yang selanjutnya dikonsultasikan dengan t_{tabel}

r = korelasi persial yang ditemukan

n = jumlah sampel

Dasar pengambilan keputusan pengujian adalah :

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima

Hipotesis 1 = Harga dan Kualitas Produk memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.

1. H_0 : tidak ada pengaruh yang positif dan signifikan antara Harga dan kualitas Produk terhadap Kepuasan.

2. H_1 : Ada pengaruh yang positif dan signifikan antara Harga dan kualitas Produk terhadap Kepuasan.

3.5.5.2. Uji F (Uji Simultan)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau variabel terikat (Ghozali, 2012:98).

Rumus untuk menguji uji F sebagai berikut (Sugiyono, 2011:235).

$$F_h = \frac{R^2/K}{(1-R^2)/(n-k-1)} \quad \text{Rumus 3. 5. Uji F}$$

Sumber : (Sugiyono, 2011:235)

Keterangan :

F_h = Besarnya F_{hitung}

n = Jumlah anggota sampel

k = Jumlah variabel independen

R^2 = Koefisien determinasi

Dengan formasi hipotesis H_0 dan H_1 :

H_0 = Harga (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Indragiri Makmur Sentosa di Batam (Y).

H1 = Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Indragiri Makmur Sentosa di Batam (Y).

Menyebutkan bahwa harga F hitung dibandingkan dengan harga F tabel dengan pembilang = k dan dk penyebut = (n-k-1). Dengan taraf kesalahan ($\alpha=0,05$ / $\alpha=5\%$) maka $F_{tabel} = 3,07$, dasar pengambilan keputusannya adalah apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak H_1 diterima, maka koefisien relasi ganda yang ditemukan adalah signifikan (Sugiyono, 2011:235).

3.6. Lokasi & Jadwal Penelitian

3.6.1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan suatu tempat atau wilayah dimana penelitian tersebut akan dilakukan. Adapun penelitian yang dilakukan oleh penulis mengambil lokasi di Komp Sunday Park Blok E no5-8, Tiban. Waktu yang digunakan dalam penelitian ini selama bulan September 2017 di mulai pada saat pengambilan data pertama mengenai sejarah dan gambaran umum Komp Sunday Park Blok E no5-8, Tiban sampai selesai untuk pengambilan sampel dari para pelanggan.

3.6.2. Jadwal Penelitian

Penelitian ini direncanakan akan dilaksanakan selama 5 bulan yakni mulai September 2017 s.d Januari 2018. Untuk lebih jelasnya, peneliti menampilkan jadwal penelitian pada table dibawah ini :

Tabel 3. 3. Jadwal Penelitian.

No	Tahapan penelitian	Sep	Okto	Nov	Des	Jan
1	Pencarian data awal					
2	Perancangan					
3	Studi Pustaka					
4	Penentuan Model Penelitian					
5	Penyusunan Kuesioner					
6	Penyebaran Kuesioner					
7	Analisis Hasil Kuesioner					
8	Penyusunan Skripsi					