

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif kausal dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2015: 37) penelitian asosiatif kausal adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih yang bersifat sebab akibat, sehingga di dalamnya terdapat variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependen (dipengaruhi). Penelitian ini menjelaskan hubungan memengaruhi dan dipengaruhi dari variabel-variabel yang akan diteliti. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena data yang akan digunakan untuk menganalisis hubungan antar variabel dinyatakan dengan angka atau skala numerik.

3.2 Operasional Variabel

Di dalam melaksanakan penelitian, istilah variabel merupakan istilah yang tidak dapat ditinggalkan. Variabel adalah gejala-gejala yang menunjukkan variasi, baik dalam jenisnya, maupun dalam tingkatannya. Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya, (Sugiyono, 2015: 38). Variabel dalam penelitian ini terdiri atas variabel bebas (variabel independen) dan variabel terikat (variabel dependen).

3.2.1 Variabel Independen

Variabel bebas (independen) adalah variabel yang memengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (dependen), (Sugiyono, 2015: 39). Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan (X1) dan Promosi (X2).

1. Kualitas Pelayanan (X1)

Menurut (Tjiptono, 2015:16) kepuasan pelanggan merupakan konsep pokok dalam teori dan praktik pemasaran kontemporer. Dalam filosofi pemasaran, misalnya, kepuasan pelanggan dipandang sebagai elemen utama yang menentukan keberhasilan sebuah organisasi pemasaran, baik organisasi bisnis maupun nirlaba. Pemenuhan kepuasan pelanggann diyakini merupakan ‘wahana’ guna mewujudkan tujuan organisasi (penjualan, laba, pangsa pasar, pertumbuhan usaha, survival, layanan public dan seterusnya).

Tabel 3.1 Indikator Kualitas Pelayanan (X1)

VARIABEL	DEFENISI	INDIKATOR	SKALA
Kualitas Pelayanan (X1)	Kualitas pelayanan merupakan ukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan sesuai harapan pelanggan (Lewis dan Booms (1993) dalam (Afrinda Khorista Yulianto & Mawardi, 2015)	<i>Tangibels</i> (bukti fisik)	Likert
		<i>Reliability</i> (Keandalan)	Likert
		Assurance (Jaminan)	Likert
		<i>Empathy</i> (Empati)	Likert
		<i>Responsiveness</i> (Daya tanggap)	Likert

Sumber : (Cahyani, 2016)

2. Promosi (X2)

Menurut Laksana (2008) dalam (Nasution et al., n.d.) Promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku dan pembeli, yang tadinya tidak mengenal, menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut. Hal ini juga Merujuk kepada Hasil penelitian Marbun, Yona & Ariati (2016), Pitaloka, & Widiawati, (2015) dalam (Nasution et al., n.d.) mengatakan bahwa promosi berpengaruh dan signifikan terhadap volume penjualan.

Tabel 3.2 Indikator Promosi (X2)

VARIABEL	DEFENISI	INDIKATOR	SKALA
Promosi (X2)	Menurut Laksana (2008) dalam (Nasution et al., n.d.) Promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku dan pembeli, yang tadinya tidak mengenal, menjadi mengenal sehingga menjadi membeli dan tetap mengingat produk tersebut	Diskon	Likert
		Kontes (Bentuk)	Likert

Sumber : (Natalia & Mulyana, 2014)

3.2.1. Variabel Dependen

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut dengan variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas, dan yang menjadi variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan (Sugiyono, 2015:64).

Menurut (Tjiptono, 2015:16) kepuasan pelanggan merupakan konsep pokok dalam teori dan praktik pemasaran kontemporer. Dalam filosofi pemasaran, misalnya, kepuasan pelanggan dipandang sebagai elemen utama yang menentukan keberhasilan sebuah organisasi pemasaran, baik organisasi bisnis maupun nirlaba. Pemenuhan kepuasan pelanggan diyakini merupakan ‘wahana’ guna mewujudkan tujuan organisasi (penjualan, laba, pangsa pasar, pertumbuhan usaha, survival, layanan public dan seterusnya).

Tabel 3.3 Indikator Kepuasan Pelanggan (Y)

VARIABEL	DEFENISI	INDIKATOR	SKALA
Kepuasan Pelanggan (Y)	Menurut (Tjiptono, 2015:16) kepuasan pelanggan merupakan konsep pokok dalam teori dan praktik pemasaran kontemporer.	Kinerja	Likert
		Fitur	Likert
		Konfirmasi	Likert
		Kecepatan dan kemudahan untuk direparasi	Likert
		Estetika	Likert
		Persepsi terhadap kualitas	Likert

Sumber : (Ramadhan & Laily, 2016)

3.3 populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut (Sugiyono, 2015:119) 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 dalam penelitian ini adalah pelanggan yang telah melakukan pembelian di Matahari Departemen Store Nagoya Hill Batam.

3.3.2 Sampel

Menurut (Sugiyono, 2012:120). Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan nonprobability sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2009: 125).

Pengambilan sampel diambil dengan menggunakan metode *sampling Insidental* (aksidental sampling). Merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2009: 126). Dalam penelitian ini populasinya sangat besar dan tidak terbatas (infinite). Selain itu jumlah populasi tidak diketahui. Menurut Arikunto (2010:73) dalam (Gunawan & Agustin, 2016)

jumlah sampel ditentukan dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{d^2}$$

Rumus 3. 1 Lemeshow

Sumber: (Gunawan & Agustin, 2016)

Keterangan:

n = jumlah sampel

Z = nilai standar normal yang sesuai dengan tingkat keyakinan yang diharapkan

P = estimasi proporsi populasi

d = interval atau penyimpangan

q = 1-p

Dalam penelitian ini, tingkat kesalahan yang diinginkan adalah sebesar 5% dengan tingkat keyakinan yang diharapkan sebesar 95%. Karena besarnya jumlah populasi, maka estimasi proporsi populasi yang digunakan adalah 0.5.

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{d^2} = \frac{1,976^2 (0,5)(1-0,5)}{0,1^2} = 97,6$$

Dari perhitungan diatas, maka sampel yang diambil dalam penelitian adalah 97.6 responden dan dibulatkan menjadi 100 responden.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam

penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.

Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, berbagai *sumber*, dan berbagai *cara*. Bila dilihat dari *setting*-nya, data dapat dikumpulkan pada *setting* alamiah (*natural setting*), pada laboratorium dengan metode eksperimen, di sekolah dengan tenaga pendidikan dan kependidikan, di rumah dengan berbagai responden, pada suatu seminar, diskusi, di jalan, di mall dan lain-lain. Bila di lihat dari sumber datanya, maka pengumpul data dapat menggunakan *sumber primer*, dan *sumber sekunder*. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Selanjutnya bila dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan observasi (pengamatan) interview (wawancara), kuesioner (angket), dokumentasi dan gabungan ketiganya (Sugiyono, 2015:187). Dalam penelitian ini ada teknik pengumpulan data yang dipakai oleh peneliti yaitu data primer dan data sekunder.

3.4.1 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang diperoleh dapat dikelompokkan menjadi :

- a. Data Primer

Data primer biasanya diperoleh melalui wawancara atau kuesioner. Sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah tanggapan responden yang diperoleh dari hasil kuesioner tentang, Kualitas Pelayanan, Promosi dan Kepuasan Pelanggan yang disebarakan kepada sampel yang telah ditentukan sebelumnya.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari organisasi atau perorangan. Data sekunder bentuknya berupa sumber pustaka yang mendukung penelitian ilmiah serta diperoleh dari literatur yang relevan seperti majalah, surat kabar, buku referensi, jurnal, artikel, website, maupun keterangan dari kantor yang ada hubungannya dalam penelitian tersebut.

Pada penelitian ini data yang akan digunakan adalah data primer dan sekunder yang akan dilakukan melalui pemberian kuisisioner kepada Pelanggan Matahari Departemen Store Nagoya Batam.

3.4.2 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan secara acak untuk memperoleh sampel dari populasi yang telah ditentukan. Agar diperoleh data yang baik maka dilakukan dengan metode :

a. Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Teknik ini digunakan

apabila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala, dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar (Sugiyono, 2012:145). Pengamatan langsung yang dilakukan oleh penulis di tempat penelitian yaitu di Matahari Departemen Store Nagoya Batam.

b. Kuesioner

Menurut (Sugiyono, 2012:142) angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Angket yang digunakan bersifat tertutup dengan menggunakan skala semantik diferensial. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner atau angket untuk mendapatkan data tentang Kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, penggunaan rumus dalam pengambilan sampel secara tidak langsung membuat penelitian terjun ke dalam penggunaan statistik parametrik. Oleh sebab itu, penelitian menggunakan Rating Scale untuk menaikkan skala peneliti yang semulanya ordinal menjadi interval sebagai salah satu syarat dalam penggunaan statistik parametrik.

Kuesioner (angket) yang ditujukan kepada responden menggunakan skala likert dengan bentuk *checklist*. Skala likert ini meminta responden untuk merespon sejauh mana mereka setuju atau tidak setuju tentang satu objek yang dipersepsikan. Dengan skala likert, maka variable 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. Berikut tabel 3.1 skor skala likert dalam bentuk *checklist*:

Tabel 3.4 Skala likert

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

3.5. Metode Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan untuk menggunakan analisis regresi linier berganda dari variabel independen terhadap variabel dependen, yang digunakan sebagai petunjuk seberapa besar pengaruh variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan promosi untuk mengetahui pengaruh secara parsial terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan yang diteliti. Maka harus diolah dan dianalisis terlebih dahulu sehingga dapat dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan. Tujuan dari metode analisis data ini adalah untuk menginterpretasikan dan menarik kesimpulan dari data-data yang telah diperoleh.

3.5.1 Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan statistik yang 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, 2012:147).

Dalam penelitian ini, analisis data yang digunakan yaitu berdasarkan uraian hasil jawaban dari kuesioner yang telah penulis bagikan kepada pelanggan Matahari Departemen Store nagoa Batam, yang hasilnya akan diolah dengan statistik deksriptif untuk mengeksplere data responden. Menurut (A. E. Wibowo, 2012:24) statistik deskriptif adalah statistik yang menjelaskan suatu data yang telah dikumpulkan dan diringkas pada aspek-aspek penting berkaitan dengan data tersebut.

3.5.2 Uji Kualitas Data

3.5.2.1 Uji Validitas

Uji yang dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana alat pengukur itu mampu mengukur apa yang ingin diukur (Azwar, 1999) (A. E. Wibowo, 2012:35). Dalam uji vadilitas dapat digunakan *Statistical Package for the Social Science* (SPSS) dan dapat pula digunakan rumus *Pearson Product Moment*, sebagai berikut.

$$r_{ix} = \frac{n \sum ix - (\sum i)(\sum x)}{\sqrt{\{n \sum i^2 - (\sum i)^2\} \{n \sum x^2 - (\sum x)^2\}}}$$

Rumus 3.2 *Pearson Product Moment*

Sumber: (A. E. Wibowo, 2012:37)

Keterangan:

r_{ix} = koefisien korelasi

i = skor item

x = skor total dari x

N = jumlah banyaknya subjek

Kriteria diterima atau tidaknya suatu data valid atau tidak (A. E. Wibowo, 2012:37) jika:

1. Jika r hitung $\geq r$ tabel, maka item-item pada pertanyaan dinyatakan berkorelasi signifikan terhadap skor total item tersebut, maka item dinyatakan valid.
2. Jika r hitung $< r$ tabel, 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

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji mengetahui konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner (maksudnya apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali). Metode yang digunakan pada penelitian ini serta untuk mengukur skala rentangan (seperti skala Likert 1-5) adalah Cronbach Alpha. Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji Validitas dimana item yang masuk pengujian adalah item yang valid saja. Menggunakan batasan 0,6 dapat ditentukan apakah instrument reliabel atau tidak. Menurut sekaran (1992), reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima, dan di atas 0,8 adalah baik (Priyatno, 2012:120).

3.5.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dimasukkan untuk mengetahui bahwa setiap variabel telah memiliki keakuratan dan keandalan. Analisis asumsi klasik dengan menggunakan program SPSS. Analisis dilakukan dengan bantuan metode regresi linier berganda, sebelum melakukan uji analisis regresi berganda terlebih dahulu digunakan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas dan Auto korelasi (A. E. Wibowo, 2012:87).

3.5.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel bebas memiliki distribusi normal. Uji normalitas berguna untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal atau tidak normal (A. E. Wibowo, 2012:61). Suatu data yang berdistribusi normal akan membentuk suatu kurva yang kalau digambarkan akan berbentuk lonceng (*bell shaped curve*). Suatu data dikatakan tidak normal jika jika memiliki nilai data yang ekstrim, atau biasanya jumlah data terlalu sedikit. Uji ini dapat dilihat pada diagram normal *P-Plot Regression Standarize* dimana keberadaan titik-titik berasal disekitar garis. Namun untuk lebih meyakinkan lagi bahwa data benar-benar memiliki distribusi normal diuji dengan menggunakan uji *Kolmogrov-Smirnov*.

Dengan syarat bahwa kurva nilai residual terstandarisasi memiliki sebaran data normal jika (A. E. Wibowo, 2012:72):

1. Nilai KolmogrovSmirnov $Z < Z_{tabel}$:
2. Nilai Asymp. Sig (2-tailed) $> \alpha$

3.5.3.2. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas. Gejala multikolonieritas dapat diketahui melalui suatu uji yang dapat mendeteksi dan menguji apakah persamaan ang dibentuk terjadi gejala multikolonieritas. Salah satu cara dari beberapa cara untuk

mendeteksi gejala multikolinieritas adalah dengan menggunakan atau melihat *tool* uji yang disebut *Variance Inflation Factor* (VIF) (A. E. Wibowo, 2012:87). Nilai VIF antara 0,1 sampai dengan 10 menandakan tidak adanya gejala multikolinierita. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut tidak dapat problem multikolinieritas (Priyatno, 2016:131)

3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan varians residul dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dan residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Dan jika varians tersebut berbeda, maka terjadi heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Dan jika hasil nilai probabilitas signifikansi lebih besar dari (0,05), maka model tidak mengalami heteroskedastisitas (A. E. Wibowo, 2012:101).

3.5.4 Uji Pengaruh

3.5.4.1 Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah suatu metode analisa yang digunakan untuk menentukan ketepatan prediksi dari pengaruh terjadi antara variabel independen terhadap variabel dependen yaitu: Kualitas Pelayanan (X1), Promosi (X2), terhadap kepuasan Pelanggan (Y).

Bentuk persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y' = a + b_1x_1 + b_2x_2 + \dots + b_nx_n \quad \text{Rumus 3.3 Uji Regresi Linier Berganda}$$

Sumber: (A. E. Wibowo, 2012:127)

Keterangan:

Y' = variabel dependen (variabel respon)

a = nilai konstanta

b = nilai koefisien regresi

x_1 = variabel independen pertama

x_2 = variabel independen kedua

x_n = variabel independen ke-n

3.5.4.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut (A. E. Wibowo, 2012:135) analisis ini digunakan dalam hubungannya untuk mengetahui jumlah atau presentase sumbangan pengaruh variabel bebas dalam model regresi yang secara serentak atau bersama-sama memberikan pengaruh terhadap variabel tidak bebas. Nilai koefisien determinasi (R^2) menunjukkan prosentase pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai R^2 berada antara 0 sampai dengan 1. Semakin mendekati 1 maka variabel bebas hampir memberikan semua informasi untuk memprediksi variabel terikat atau merupakan indikator yang menunjukkan semakin kuatnya kemampuan menjelaskan perubahan variabel bebas terhadap variabel

terikat. Tampilan pada program SPSS ditunjukkan dengan melihat besarnya *Adjusted R²* pada tampilan *model summary*.

3.5.5 Uji Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan mengenai sesuatu hal yang harus diuji kebenarannya (A. E. Wibowo, 2012:123). Oleh karena itu perlu dilakukan pengujian hipotesis untuk menentukan apakah hipotesis tersebut didukung oleh fakta - fakta yang telah dikumpulkan dari penelitian ini. Pengujian hipotesis merupakan salah satu pengujian yang penting, karena melalui pengujian ini dapat diambil keputusannya jika hipotesis tersebut ditolak atau diterima.

Uji hipotesis dapat dilakukan dengan menggunakan dua cara yaitu dengan menggunakan tingkat signifikansi atau probabilitas (α), dan tingkat kepercayaan atau *confidence interval*. Namun dalam pengujian ini penulis akan menggunakan tingkat signifikansi atau probabilitas, yaitu tingkat probabilitas yang ditentukan untuk pengambilan keputusan mendukung atau hipotesis pada penelitian yang pada dasarnya menggunakan 0.05 (A. E. Wibowo, 2012:124).

Dalam pembuktian hipotesis, dapat dilakukan pengujian secara statistik, dimana pengujian hipotesis dilakukan dengan sebagai berikut:

3.5.5.1 Uji Parsial (uji t)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat (Sanusi, 2011:138).

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

Rumus 3. 4 Uji t

Sumber: (Sugiyono, 2009 : 250)

Keterangan:

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

r = korelasi persial yang ditemukan

n = jumlah sampel

Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai sig $< 0,05$ maka H_o ditolak atau dapat dikatakan signifikan, sebaliknya jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, atau nilai sig $> 0,05$ maka H_o diterima atau dapat dikatakan tidak signifikan yaitu terhadap pengaruh antara variabel bebas yang diteliti dengan variabel terkaitnya (Priyatno, 2016:66).

3.5.5.2 Uji Signifikasi Simultan (uji F)

Uji hipotesis dengan F tes digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara bersama-sama dengan variabel terikat (dependen). Sanusi (2011: 137) Uji F yang signifikan menunjukkan bahwa variasi variabel terikat dijelaskan sekian persen oleh variabel bebas secara bersama-sama adalah benar-benar nyata dan bukan terjadi karena kebetulan.

Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah semua parameter dalam model sama dengan nol ($H_0: \beta = 0$). Artinya apakah semua variabel independent bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependent.

Hipotesis alternatifnya (H_a) tidak semua parameter secara simultan sama dengan nol ($H_a : \beta \neq 0$). Artinya semua variabel independent secara simultan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependent.

Bila $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, berarti tidak ada pengaruh simultan, bila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima berarti terdapat pengaruh simultan.

3.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT Matahari Department Store Nagoya yang berlokasi di Jl. Teuku Umar Nagoya, Komplek Super Blok Nagoya Hill (Batam). Penelitian ini dilakukan pada bulan April sampai dengan Agustus tahun 2018.

