BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Desain penelitian adalah desain penelitian yang disusun dalam rangka memberikan gambaran secara sistematis tentang informasi ilmiah yang berasal dari subjek atau objek penelitian menurut (Sanusi, 2012: 13). Penelitian menggunakan metode kausalitas yang disusun untuk meneliti kemungkinan adanya hubungan sebab-akibat antarvariabel (Sanusi, 2012: 14), yaitu variabel bebas dan variabel terikat antara variabel produk, harga, promosi, lokasi (Bauran pemasaran) terhadap variabel keputusan pembelian sepeda motor Yamaha pada PT Alfa Scorpii di Kota Batam. Jenis penelitian survei dimana sampel diambil menggunakan teknik *simple random sampling* dari semua populasi konsumen PT Alfa Scorpii dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengukur data.

Desain penelitian yang diterapkan didalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Pertama menetapkan judul yang akan diteliti, sehingga dapat diketahui apa yang akan diteliti dan menjadi masalah dalam penelitian. Penelitian ini mengangkat judul : Bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha (studi kasus pada PT.Alfa Scorpii Batam).

2. Merumuskan tujuan penelitian secara spesifik.
3. Menetapkan masalah yang hendak untuk diteliti dalam penelitian dan pembuatan perancang hipotesis.
4. Kemudian memilih serta memberikan pengukuran variabel penelitian. Variabel penelitian yang di angkat adalah Bauran pemasaran (produk, harga, lokasi, dan promosi) dan keputusan pembelian. Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala *likert*.
5. Selanjutnya memilih prosedur dan teknik yang digunakan. Prosedur penelitian yang digunakan adalah :
 1. Menetapkan populasi dan sampel. Dalam penelitian ini populasinya adalah konsumen PT Alfa Scorpii Batam. Teknik penentuan sampel digunakan adalah rumus Slovin.
 2. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Data-data penelitian yang dibutuhkan bersumber dari data primer.
 3. Di ikuti dengan menentukan serangkain data dan pengujian dengan prosedur statistik. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dengan menggunakan deskriptif kuantitatif. Pengujian yang digunakan adalah uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji pengaruh.
 4. Di akhiri dengan pelaporan hasil penelitian termasuk penlitian dan interprestasi data.

3.2. Operasional Variabel

Untuk mendapatkan gambaran yang lebih spesifik tentang variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian maka variabel-variabel tersebut terlebih dahulu perlu diubah menjadi pengertian yang bersifat pasti sebagai nilai ukur sebuah variabel, definisi operasional adalah definisi yang diberikan pada suatu variabel dengan memberi arti atau menspesifikasikan kegiatan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut. Untuk pengukuran variabel tersebut digunakan skala *likert*, karena peneliti menggunakan sistem penyebaran angket (kuesioner). Alasan menggunakan metode pengukuran skala *likert*. Menurut (Sanusi, 2013: 59) skala *likert* adalah skala yang didasarkan pada penjumlahan sikap responden dalam variabel yang merespon pernyataan indikator suatu konsep atau variabel yang sedang diukur.

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012: 38). Adapun batasan atau operasional variabel yang diteliti adalah variabel independen dan variabel dependen.

3.2.1. Variabel Independen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *predictor*, *antecedent*. Dalam Bahasa Indonesia variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen atau terikat (Hazriyanto, 2015: 1). Variabel penelitian yang akan dibahas dalam penelitian

ini antaranya dimensi bauran pemasaran (produk, harga, lokasi, promosi) dimana bauran pemasaran adalah sejumlah alat-alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk menyakinkan objek pemasaran atau target pasar yang dituju dapat diterima konsumen, berdasarkan hasil yang sesungguhnya diterima oleh konsumen, berdasarkan hasil yang sesungguhnya diterima oleh konsumen dengan menggunakan indikator sebagai berikut:

3.2.1.1. Produk (X1)

produk adalah sesuatu yang ditawarkan dan dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen (Sunyoto, 2014: 64).

Dengan indikator produk menurut (Sunyoto, 2014: 64) sebagai berikut:

1. Desain dan tampilan produk
2. Kualitas produk/jasa
3. Kemasan produk
4. Keanekaragaman produk

3.2.1.2. Harga (X2)

Harga merupakan alat yang sangat penting, faktor yang mempengaruhi keputusan pembeli di dalam sektor publik (Supranto & Limakrisna, 2010: 96).

Indikator yang digunakan untuk variabel harga menurut Fure dalam (Afifudin, 2016: 6) adalah:

1. Keterjangkaun harga
2. Daya saing harga
3. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
4. Kesesuaian harga dengan manfaat

3.2.1.3. Lokasi (X3)

Lokasi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian, dimana lokasi yang tepat, sebuah gerai akan lebih sukses dibandingkan gerai lainnya yang berlokasi kurang strategi, meskipun keduanya produk yang sama. Saluran distribusi merupakan suatu struktur organisasi dalam perusahaan dan luar perusahaan yang terdiri atas agen, dealer, pedangan besar dan pengecer, yang melaluinya sebuah komodit, produk atau jasa dipasarkan Menurut (Sukardi Kodrat, 2009: 20) .

Indikator yang digunakan untuk variabel lokasi menurut (Afifudin, 2016: 92) adalah:

1. Keterjangkauan lokasi
2. Kelancaran akses menuju lokasi
3. Kedekatan lokasi

3.2.1.4. Promosi (X4)

Promosi adalah suatu aktivitas pemasaran yang dilakukan untuk menginformasikan, membujuk dan mengingatkan pasar sasaran terhadap suatu produk maupun perusahaan (Oesman, 2010: 117)

Indikator variabel promosi adalah sebagai berikut menurut (Afifudin, 2016: 217):

1. Jangkauan promosi.
2. Kualitas penyanagan iklan di media promosi.
3. Kualitas penyampaian pesan dalam penayangan iklan di media promosi.

3.2.2. Variabel dependen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam Bahasa Indonesia disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi tau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas atau variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel independen (Hazriyanto, 2015: 2). Variabel dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian, dimana Keputusan pembelian adalah beberapa tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan keputusan membeli suatu produk (Kotler & Purba, 2016: 3). Berdasarkan identifikasi diatas maka dengan indikator-indikator keputusan pembelian yang digunakan Menurut (Dharmmesta, 2008: 102) adalah:

1. Sesuai kebutuhan,
2. Mempunyai manfaat,
3. Keputusan yang tepat dalam membeli produk.

Tabel 3. 1 Operasional Variabel X dan Y

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
Bauran pemasaran	Produk (<i>product</i>) X1	<ol style="list-style-type: none"> 1. Desain dan tampilan produk 2. Kualitas produk/jasa 3. Kemasan produk 4. Keanekaragaman produk 	<i>Likert</i>
	Harga (<i>price</i>) X2	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkaun harga 2. Daya saing harga 3. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 4. Kesesuaian harga dengan manfaat 	<i>Likert</i>
	Lokasi (<i>place</i>) X3	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan lokasi 2. Kelancaran akses menuju lokasi 3. Kedekatan lokasi 	<i>Likert</i>
	Promosi (<i>promotion</i>) X4	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jangkauan promosi. 2. Kualitas penayangan iklan di media promosi. 3. Kualitas penyampaian pesan dalam penayangan iklan di media promosi. 	<i>Liker</i>
Keputusan pembelian		<ol style="list-style-type: none"> 1. Sesuai kebutuhan, 2. Mempunyai manfaat, 3. Keputusan yang tepat dalam membeli produk. 	<i>Liker</i>

3.3 . Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi adalah suatu kelompok atau kumpulan subjek atau objek yang akan dikenai generalisasi hasil penelitian (Duwi, 2010: 8). Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2008: 80). Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam lain. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli sepeda motor Yamaha Cabang Bengkong baik konsumen tetap (langganan) maupun tidak tetap sebanyak 314 orang dalam 3 bulan terakhir.

3.3.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang akan diteliti (Duwi, 2010: 8). Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Menurut (Sanusi, 2013: 58) dalam menentukan ukuran sampel penelitian, slovin memasukkan unsur kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi. Nilai toleransi ini dinyatakan dalam persentase, misalnya 5%. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

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

Rumus 3. 1 Sampel Slovin

Dimana :

n : jumlah sampel

N : jumlah populasi

e : batas toleransi kesalahan (*error toleransi*)

Dengan menggunakan margin of error sebesar 5% maka jumlah sampel minimal yang dapat diambil sebesar:

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

$$N = \frac{314}{(1 + 314 \times 0,05^2)}$$

$$= \frac{314}{(1 + 314 \times 0,0025)} = 175,92.$$

Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka jumlah sampel yang digunakan adalah 175,92 responden. Agar penelitian ini menjadi lebih fit maka sampel diambil 176 responden. Jadi, jumlah sampel yang akan dipakai dalam penelitian ini adalah berjumlah 176 responden.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis 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 (Sugiyono, 2008: 62).

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti dijelaskan sebagai berikut:

3.4.1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden. Data primer diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada respondennya, yaitu konsumen sepeda motor PT Alfa Scorpii cabang Bengkong, kota Batam.

Adapun alat pengumpulan data yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah sebagai berikut.

1. Kuesioner (angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2008b: 62). Peneliti ini menggunakan skala *likert* untuk dalam menyusun kuesioner ini.

3.4.2. Alat Pengumpulan Data

Alat pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner yang kemudian di uji dengan statistik dan aplikasi praktis SPSS dalam penelitian. Jawaban setiap item instrumen yang digunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai dengan sangat negatif dengan kategori sebagai berikut Menurut (Sugiyono, 2008: 64).

Tabel 3. 2 Skala likert

Keterangan	Skala
Sangat setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Sumber : Sugiyono, 2008

3.5. Metode Analisis Data

Metode analisis dipergunakan untuk mendapatkan keterangan tentang besarnya kekuatan variabel independent terhadap perubahan variabel dependent dengan menggunakan metode linier berganda. Metode analisis ini terdiri dari metode analisis deskriptif kuantitatif dan uji data (Sugiyono, 2008: 87). Penelitian kuantitatif, merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul.

Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

3.5.1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah suatu data yang telah dikumpulkan dan diringkas pada aspek-aspek penting berkaitan dengan data atau data mengenai deskripsi dari jawaban responden yang mengisi data kuesioner dalam penelitian (Wibowo, 2012: 24).

3.5.2. Uji Kualitas Data

Ada dua syarat penting yang berlaku pada uji kualitas data dalam sebuah kuesioner yaitu harus valid dan reliabel. Suatu kuesioner dikatakan valid (sah/akurat) jika butir pertanyaan pada suatu kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Sedangkan suatu butir pertanyaan dikatakan reliabel (konsisten) jika jawaban seseorang terhadap butir pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Jika butir-butir pertanyaan tersebut sudah valid dan reliabel berarti butir-butir tersebut sudah dapat mengukur faktornya, yang kemudian menguji apakah faktor-faktor sudah valid untuk mengukur konstruk yang ada. Adapun uji kualitas data dijelaskan satu persatu sebagai berikut:

3.5.2.1. Uji Validitas

Valid tidaknya alat ukur bergantung pada mampu tidaknya alat pengukur tersebut memperoleh tujuan yang hendak diukur. Suatu alat pengukur yang valid bukan hanya mampu menyiratkan data dengan akurat namun juga harus mampu memberikan gambaran yang cermat dan tepat mengenai data tersebut. Dalam

menentukan kelayakan dan tidaknya suatu item yang akan digunakan biasanya dilakukan uji signifikansi tingkat keberterimaan atau valid jika memiliki korelasi signifikan terhadap skor total item (Wibowo, 2012: 35).

Besarnya nilai korelasi *pearson product moment* dapat diperoleh dengan rumus:

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

Rumus 3. 2 *Pearson Product Moment*

Sumber : wibowo (2012:37)

Dimana :

r_{ix} = angka korelasi

I = skor item

x = skor total dari x

N = jumlah banyaknya subjek

Nilai uji akan dibuktikan dengan menggunakan uji dua sisi pada taraf signifikansi 0,05. Kriteria diterima dan tidaknya suatu data valid atau tidak , jika:

1. Jika $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$ (uji dua sisi dengan sig 0,050) maka item-item pada pertanyaan diyatakan berkorelasi signifikan terhadap skor total item tersebut, maka item dinyatakan valid.
2. Jika $r \text{ hitung} \leq r \text{ tabel}$ (uji dua sisi dengan sig 0,050) 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

Reliabilitas adalah suatu indeks yang menunjukkan sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Uji ini digunakan untuk mengetahui dan mengukur tingkat konsistensi alat ukur (Wibowo, 2012: 52). Cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner adalah dengan menggunakan Rumus Koefisien Alfa dari Conbrach, dengan rumus :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Rumus 3.3 Cronbach Alfa

Sumber : wibowo (2012:52)

Dimana :

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = jumlah butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varian pada butir

σ_1^2 = varian total

Uji reliabilitas akan dibuktikan dengan menggunakan uji dua sisi pada taraf signifikan 0,05. Pada pembahasan ini, pengguji menggunakan metode *Cronbach alfa* dimana suatu kuesioner dinyatakan reliabel jika nilai reliabilitasnya $> 0,6$. Apakah koefisien alpa Cronbach lebih kurang dari 0,6 dianggap memiliki reliabilitas yang kurang, sedangkan nilai 0,7 dapat diterima dan nilai diatas 0,8 dianggap baik.

3.5.3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi digunakan untuk memberikan pre-test, atau uji awal terhadap suatu perangkat atau instrument yang digunakan dalam pengumpulan data, bentuk data, dan jenis data yang akan diproses lebih lanjut dari suatu kumpulan data awal yang telah diperoleh, sehingga syarat untuk mendapatkan data yang tidak bisa menjadi terpenuhi atau, sehingga prinsip *Best Linier Unbiased Estimator* atau *BLUE* terpenuhi (Wibowo, 2012: 61).

3.5.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan guna mengetahui apakah nilai residu (perbedaan yang ada) yang diteliti memiliki distribusi normal atau tidak normal. Nilai residu yang berdistribusi normal akan membentuk suatu kurva yang kalau digambarkan akan berbentuk lonceng, *bell-shaped curve*. kedua sisi kurva melebar sampai tidak terhingga. Suatu data dikatakan tidak normal jika memiliki nilai yang ekstrim atau biasanya jumlah data yang terlalu sedikit. Jika melihat pada diagram *Normal P-P plot regression standardized*, keberadaan titik-titik berada di sekitar garis, demikian pula jika memiliki titik-titik tersebut membayar, hal ini menunjukkan bahwa model tersebut berdistribusi normal (Wibowo, 2012: 61).

3.5.3.2. Uji Kolmogorov-Smirnov

Uji Kolmogorov-Smirnov adalah data benar-benar memiliki ditribusi normal direkomendasikan untuk menguji lagi dengan menggunakan uji numerik, yaitu

mengambil besaran nilai kuantitatif yang diperbandingkan paneliti hanya mengutamakan pendekatan gambar dan grafik. Salah satu uji yang digunakan adalah Kolmogorov. Dalam hasil tersebut adan diperoleh kesimpulan bahwa data memiliki ditribusi normal karena nilai kolmoforof ≥ 0.05 (Wibowo, 2012: 72).

3.5.3.3. Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Di dalam persamaan regresi tidak boleh terjadi multikolinieritas, maksudnya tidak boleh ada korelasi atau hubungan yang sempurna atau mendekati sempurna antara variabel bebas yang membentuk persamaan tersebut. Jika pada model persamaan tersebut terjadi gejala multikolinearitas itu berarti sesama variabel bebasnya terjadi korelasi. Gejala multikolinearsitas dapat diketahui melalui suatu uji yang dapat mendeteksi dan menguji apakah persamaan yang dibentuk terjadi gejala multikolineartas. Salah satu cara dari beberapa cara untuk mendeteksi gejala multikolineartas adalah dengan menggunakan tau melihat *tool* uji yang disebut *Variance Inflation Faktor* (VIF) (Wibowo, 2012: 87).

Caranya adalah dengan melihat nilai masing-msing variabel bebas terhadap variabel terkaitnya. Pedoman dalam melihat apakah suatu variabel bebas memiliki koreasi dengan variabel bebas yang lain dapat dilihat berdasarkan nilai VIF tersebut. jika nilai VIF kurang dari 10, itu menunjukkan model tidak terdapat gejala multikolinearitas, artinya tidak terdapat hubungan antara variabel bebas.

3.5.3.4. Uji Heteroskedastisitas

Suatu model dikatakan memiliki *problem* heteroskedastisitas itu berarti ada atau terdapat varian variabel dalam model yang tidak sama. Gejala ini dapat pula diartikan bahwa dalam model terjadi ketidaksamaan varian dari residuk pada pengamatan model regresi tersebut. Uji heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan metode *Park Gleysler* dengan cara mengkorelasikan nilai absolut residualnya dengan masing-masing variabel independen. Jika hasil nilai probabilitasnya memiliki nilai signifikansi lebih besar dari nilai α nya (0,05). Maka model tidak mengalami heteroskedastisitas (Wibowo, 2012: 93).

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain (Ghozali, 2013: 139). Jika varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap disebut homoskedastisitas, sedangkan untuk varians yang berbeda disebut heteroskedastisitas. Untuk melakukan uji ini dilakukan metode uji *Gleysler* dengan cara mengorelasikan nilai absolut residualnya dengan masing-masing variabel independen. Jika hasil nilai probabilitasnya memiliki signifikan $>$ nilai α (0,05) maka model tidak mengalami heteroskedastisitas.

3.5.4. Uji pengaruh

3.5.4.1. Analisis Regresi Linear Berganda

Model regresi linear berganda dengan sendirinya menyatakan suatu bentuk hubungan linear antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependennya. Dalam penggunaan analisis ini beberapa hal yang bisa dibuktikan adalah bentuk dan arah hubungan yang terjadi antara variabel independen dan variabel dependen, serta dapat mengetahui nilai estimasi atau predeksi nilai dari masing-masing nilai variabel independen terhadap variabel dependennya jika suatu kondisi terjadi. Kondisi tersebut adalah naik turunnya nilai masing-masing variabel independen itu sendiri yang disajikan dalam model regresi (Wibowo, 2012: 126).

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nx_n$$

Rumus 3. 4

Regresi Linear Berganda

Sumber : Wibowo (2012: 127)

Keterangan :

Y = Variabel Dependen

a = nilai konstanta

b = nilai koefisien regresi

x1 = variabel independen pertama

x2 = variabel independen kedua

xn = variabel independen ke-n

3.5.4.2. Analisis Determinasi (R^2)

Analisis ini digunakan dalam hubungan dalam hubungannya untuk mengetahui jumlah atau persentase sumbangan pengaruh variabel bebas dalam model regresi yang secara serentak atau bersama-sama memberikan pengaruh terhadap variabel tidak bebas. Koefisien angka yang ditunjukkan memperlihatkan sejauh mana model yang terbentuk dalam menjelaskan kondisi yang sebenarnya. Koefisien tersebut dapat diartikan sebagai besaran proporsi atau persentase keragaman Y (variabel terikat) yang diterangkan oleh X (variabel bebas) (Wibowo, 2012: 153)

Setiap tambahan satu variabel independen, maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai *Adjusted R^2* pada saat mengavaluasi mana model regresi yang baik. Tidak seperti R^2 pada saat mengevaluasi mana model regresi yang baik. Tidak seperti R^2 , nilai *adjusted R^2* dapat naik atau turun apabila ditambahkan satu variabel independen kedalam model (Ghozali & Iman, 2013: 97).

3.5.5. Rancangan Uji Hipotesis

3.5.5.1. Uji t

Uji t digunakan untuk mengukur apakah dalam model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Priyatno, 2016: 66).

Rumusnya adalah :

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

Rumus 3. 5 Uji t

Sumber : Sugiyono (2012:184)

Dimana :

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

r = Korelasi parsial yang ditemukan

n = jumlah sampel

Kriteria penilaian uji t adalah:

- a. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai signifikan kurang dari 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen berpengaruh pada variabel dependen.
- b. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ dengan nilai signifikan lebih dari 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen tidak berpengaruh pada variabel dependen.

3.5.5.2.Uji F

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Priyatno, 2016: 63).

Hipotesis dalam pengujian ini, sebagai berikut:

H_0 = Variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y

H_a = Variabel X berpengaruh terhadap variabel Y

Kriteria penilaian uji F dengan membandingkan F tabel :

- a) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, dengan nilai signifikan kurang dari 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- b) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, dengan nilai signifikan lebih dari 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

F_{hitung} dapat dicari dengan rumus:

$$F_{hitung} = \frac{R^2 / K}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Rumus 3. 6 Uji F

Sumber : Sugiyono (2012:192)

Dimana :

R = Koefisien korelasi ganda

K = jumlah variabel independen

n = anggota sampel

3.6. Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.6.1. Lokasi penelitian

Lokasi yang menjadi objek penelitian penulis adalah PT Alfa Scorpii, kompleks Green Town, Jl. Bengkong Baru Blok Q no. 1-3, Cabang Bengkong-Batam.

3.6.2. Jadwal penelitian

Waktu penelitian ini berlangsung dari bulan Maret 2018 sampai dengan bulan Agustus 2018.

Tabel 3. 3 Tabel Waktu Penelitian

Kegiatan	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus
Pengajuan Judul						
Bab 1						
Bab 2						
Bab 3						
Kuesioner						
Mengolah Data						
Bab 4						
Bab 5						
Daftar Pustaka						
Abstrak						
Penyerahan Hasil Penelitian						

Sumber : peneliti, 2018