

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah penelitian dengan deskriptif analisis dengan pendekatan kuantitatif, yaitu penelitian yang kemudian diolah dan dianalisis untuk diambil kesimpulan. Menurut Sanusi (2011: 13), desain penelitian deskriptif adalah desain penelitian yang disusun dalam rangka memberikan gambar secara sistematis tentang informasi ilmiah yang berasal dari subjek atau objek penelitian. Menurut (Sugiyono, 2012: 7), pendekatan kuantitatif dapat diartikan sebagai metode yang berlandaskan pada filsafat positivisme, metode yang telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu objektif, terukur, rasional, dan sistematis, metode yang dapat ditemukan dan dikembangkan berbagai iptek baru, dan metode yang data penelitiannya berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian survei, yaitu penelitian yang mengambil sampel dari konsumen PT Super Bintang Sejahtera di kota Batam dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengukuran data. Kuesioner akan diisi sendiri oleh responden. Peneliti menunggu dan mengawasi responden pada saat pengisian kuesioner agar peneliti dapat memberikan penjelasan apabila terdapat responden yang merasa kesulitan dalam pengisian kuesioner sehingga data yang didapatkan benar.

3.2 Operasional Variabel

Definisi operasional adalah definisi yang diberikan pada suatu variabel dengan memberi arti atau menspesifikasikan kegiatan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut. Dalam pengukuran variabel tersebut digunakan skala Likert, karena peneliti menggunakan sistem penyebaran angket (kuisisioner). Menurut (Sanusi, 2011: 59), skala likert didasarkan pada penjumlahan sikap responden dalam variabel yang merespons pernyataan indikator-indikator suatu konsep atau variabel yang sedang diukur.

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

3.2.1 Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Sering disebut sebagai variabel *output*, kriteria, dan konsekuen atau sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2012: 39). Variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan dengan indikator sebagai berikut:

1. Sistem keluhan dan saran (*Complain and Suggestion System*)
2. Survei Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction Surveys*)
3. Pembeli Bayangan (*Ghost Shopping*)

4. Analisis Pelanggan yang Beralih (*Lost Customer Analysis*)

3.2.2 Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *predictor*, *andecedent* atau disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2012: 39).

Variabel independen (X_1) dalam penelitian ini adalah harga dengan indikator sebagai berikut:

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

Variabel independen (X_2) dalam penelitian ini adalah kualitas produk dengan indikator sebagai berikut:

1. Performansi (*Performance*)
2. Fitur (*Features*)
3. Keandalan (*Reliability*)
4. Kesesuaian (*Conformance*)
5. Durabilitas (*Durability*)
6. Kemampuan Pelayanan (*Service ability*)
7. Estetika (*Aesthetic*)

8. Persepsi (*Perception*)

Variabel independen (X_3) dalam penelitian ini adalah promosi dengan indikator sebagai berikut:

1. *Sales Promotion*
2. *Public Relations and Publicity*
3. *Personal Selling*
4. *Direct Marketing*

Secara keseluruhan variabel, definisi variabel, indikator variabel dan skala pengukuran data akan disajikan pada Tabel 3.1:

Tabel 3.1. Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Harga (X_1)	Harga adalah sesuatu yang harus diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keunggulan yang ditawarkan oleh bauran pemasaran perusahaan. (Cannon et al., 2009).	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat	Likert
Kualitas Produk (X_2)	Karakteristik produk yang bergantung pada kemampuannya atau daya tahannya untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan. (Kotler & Keller, 2009)	1. Performansi (<i>Performance</i>) 2. Fitur (<i>Features</i>) 3. Keandalan (<i>Reliability</i>) 4. Kesesuaian (<i>Conformance</i>) 5. Durabilitas (<i>Durability</i>) 6. Kemampuan Pelayanan (<i>Service ability</i>) 7. Estetika (<i>Aesthetic</i>) 8. Persepsi (<i>Perception</i>)	Likert
Promosi (X_3)	Usaha yang dilakukan pemasar untuk mempengaruhi pihak lain	1. <i>Sales Promotion</i> 2. <i>Public Relations and Publicity</i>	Likert

	agar berpartisipasi dalam kegiatan pertukaran.(Wariki et al., 2015)	3. <i>Personal Selling</i> 4. <i>Direct Marketing</i>	
Kepuasan Pelanggan (Y)	Tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia persepsikan dibandingkan dengan harapannya(Tjiptono, 2012b)	1. Sistem keluhan dan saran (<i>Complain and Suggestion System</i>) 2. Survei Kepuasan Pelanggan (<i>Customer Satisfaction Surveys</i>) 3. Pembeli Bayangan (<i>Ghost Shopping</i>) 4. Analisis Pelanggan yang Beralih (<i>Lost Customer Analysis</i>)	Likert

Sumber: Peneliti, 2018

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut(Sugiyono, 2012: 80), bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi, populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli peralatan elektronik di cabang PT Super Bintang Sejahtera yaitu toko Surga Elektronik berdasarkan jumlah rata-rata pelanggan yang berbelanja dimulai dari bulan Januari 2018 sampai dengan Agustus 2018 sebanyak 301.

Berikut adalah data jumlah konsumen yang berbelanja dari bulan Januari 2018 sampai dengan Agustus 2018.

Tabel 3.2 Data Penjualan dan Jumlah Pelanggan Toko Surga Elektronik bulan Januari sampai dengan Agustus 2018

No	Bulan	Total Penjualan	Jumlah Pelanggan
1	Januari	Rp3.544.410.000	278
2	Februari	Rp3.246.172.000	245
3	Maret	Rp3.238.081.000	241
4	April	Rp3.206.594.000	233
5	Mei	Rp3.992.874.000	264
6	Juni	Rp3.957.736.000	260
7	Juli	Rp3.817.966.000	248
8	Agustus	Rp3.783.744.000	242
Total		Rp28.787.577.000	2411
Rata-Rata		Rp3.598.447.000	301

Sumber: Data Penjualan Toko Surga Elektronik tahun 2018

3.3.2 Sampel

Menurut(Sugiyono, 2012: 81), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Metode pengambilan sampel yang dilakukan adalah *nonprobability sampling* dengan menggunakan metode *convenience sampling* dimana responden dipilih secara sengaja yaitu konsumen toko Surga Elektronik berdasarkan rata-rata jumlah pelanggan periode Januari sampai dengan Agustus 2018 yang bersedia mengisi kuesioner yang diberikan. Jumlah responden yang diambil berdasarkan rumus Slovin(Noor, 2011 :158), yaitu:

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

Rumus 3.1 Rumus Slovin

Keterangan:

n = Jumlah elemen/anggota sampel

N = Jumlah elemen/anggota populasi

E = *Error Level*/tingkat kesalahan (5% atau 0,05)

Berdasarkan rumus Slovin diatas, maka jumlah sampel yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{301}{1 + 301 (0,05)^2}$$

$$n = 171,75 = 172 \text{ responden}$$

Dengan menggunakan error level 5% dengan jumlah populasi sebanyak 301 pelanggan, dari rumus diatas, maka didapatkan jumlah sampel sebesar 171,75. Hasil tersebut dibulatkan menjadi 172 sampel.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Jenis-jenis Penelitian

Jenis-jenis pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer adalah sumber data asli yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2012: 137). Peneliti akan mendapatkan data secara langsung melalui wawancara, kuesioner (angket), dan observasi. (Sugiyono, 2012: 137) menyatakan bahwa kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan

atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner atau angket merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui pihak lain, atau laporan historis yang telah disusun dalam arsip yang dipublikasikan atau tidak. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa studi kepustakaan, jurnal, literatur-literatur yang berkaitan dengan permasalahan, majalah-majalah perekonomian, dan informasi dokumentasi lain yang dapat diambil melalui sumber buku dan sistem *on-line* (internet).

3.4.2 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2011: 142). Skala pengukuran untuk semua indikator pada masing-masing variabel dengan menggunakan skala Likert (skala 1 sampai dengan 5) dimulai dari Sangat Tidak Setuju (STS) sampai dengan Sangat Setuju (SS).

Berikut akan disajikan penentuan skor jawaban kuesioner sesuai dengan skala likert yang digunakan.

Tabel 3.3 Penentuan Skor Jawaban Kuesioner

Jawaban Pertanyaan	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: (Sugiyono, 2011)

3.5 Metode Analisis Data

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 (Sugiyono, 2011: 147).

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu (Sugiyono, 2011: 2). Metode penelitian merupakan cara yang dilakukan seorang peneliti untuk mengumpulkan, menyusun, serta menganalisis data, sehingga diperoleh makna yang sebenarnya dalam melakukan suatu penelitian. Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

3.5.1 Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendiskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat simpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2011: 207).

Analisis deskriptif dalam penelitian ini bertujuan untuk menyajikan informasi atau mendeskripsikan dari variabel independen yaitu harga, kualitas produk, promosi serta variabel dependen adalah kepuasan pelanggan. Berikut ini akan diuraikan rentang skala dalam bentuk tabel untuk analisis deskriptif.

Tabel 3.4 Rentang Skala

Rentang Skala	Kriteria
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: (Husein, 2009 : 164)

3.5.2 Uji Kualitas Data

3.5.2.1 Uji Validitas

Pada instrumen validitas dimintakan tanggapan kepada responden dengan memberikan nilai (skor) pada setiap butir pertanyaan atau pernyataan. 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. (Sanusi, 2012: 77) menyatakan bahwa jika skor tiap butir pertanyaan berkorelasi secara signifikan dengan skor

total pada tingkat alfa tertentu (misalnya 1%) maka dapat dikatakan bahwa alat pengukur itu valid.

Validitas menunjukkan sejauh mana perbedaan yang didapatkan melalui alat pengukur mencerminkan perbedaan yang sesungguhnya di antara responden yang diteliti.

Pengujian untuk membuktikan valid dan tidaknya item-item kuesioner dapat dilakukan dengan melihat angka koefisien korelasi *Pearson Product Moment*. Besaran nilai koefisien korelasi *Product Moment* dapat diperoleh dengan rumus seperti di bawah ini:

$r = \frac{n (\sum XY - (\sum X)(\sum Y))}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$	Rumus 3.2 Korelasi <i>product moment</i>
--	---

Sumber: (Sanusi, 2012: 77)

Keterangan:

- r = Koefisien korelasi
- X = Skor butir
- Y = Skor total dari butir
- n = jumlah sampel (responden)

Kriteria diterima dan tidaknya suatu data valid atau tidak, jika:

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

Suatu alat pengukur dikatakan reliabel bila alat itu dalam mengukur suatu gejala pada waktu yang berlainan senantiasa menunjukkan hasil yang sama. Jadi alat yang reliabel secara konsisten memberi hasil ukuran yang sama. Metode uji reliabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Cronbach's Alpha*, (Priyatno, 2013: 30). Kriteria reliabel dengan cara melihat nilai *Cronbach's Alpha*, jika nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0.6 maka dapat dikatakan item pertanyaan tersebut reliabel (Wibowo, 2012: 53). Namun dapat juga digunakan tabel index reliabilitas, jika nilai masih berada pada rentang 0.3 ke atas maka dapat dikatakan item pertanyaan memiliki derajat reliabilitas yang bisa ditoleransi.

3.5.3 Uji Asumsi Klasik

Sebuah model regresi akan digunakan untuk melakukan peramalan sebuah model yang baik adalah model dengan kesalahan peramalan yang seminimal mungkin. Karena itu, sebuah model sebelum digunakan seharusnya memenuhi beberapa asumsi, yang biasa disebut dengan asumsi klasik (Prasetyo & Jannah, 2012: 364). Berikut dijelaskan secara singkat asumsi-asumsi tersebut dan cara pengujiannya dengan SPSS.

3.5.3.1 Uji Normalitas

Penggunaan model regresi untuk prediksi akan menghasilkan kesalahan (disebut residu), yakni selisih antara data aktual dan data hasil peramalan. Residu yang ada seharusnya berdistribusi normal (Prasetyo & Jannah, 2012:

364). Pada SPSS, akan digunakan fasilitas Histogram dan *Normal Probability Plot* untuk mengetahui kenormalan residu dari model regresi (Prasetyo & Jannah, 2012: 364).

3.5.3.2 Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah keadaan dimana variabel-variabel independen dalam persamaan regresi mempunyai korelasi (hubungan) yang erat satu sama lain. Parameter yang mudah ditengarai dari adanya multikolinearitas (Pratisto, 2009: 176):

1. Biasanya regresi mempunyai persamaan dengan nilai R^2 yang tinggi, F hitung tinggi tetapi banyak variabel bebas yang tidak signifikan (t hitungnya rendah).

Multikolinearitas menyebabkan timbulnya masalah-masalah, yaitu (Pratisto, 2009: 176):

1. Koefisien regresi yang bertanda positif dalam regresi sederhana bisa berubah negatif dalam regresi berganda atau sebaliknya.
2. Fluktuasi nilai estimasi koefisien regresi sangat besar.
3. Jika variabel-variabel independen terkorelasi satu sama lain, variabel-variabel tersebut menjelaskan varian yang sama dalam mengestimasi variabel dependen. Jadi, penambahan variabel independen tidak berpengaruh apa-apa.

Pada model regresi yang bagus, variabel-variabel independen seharusnya tidak berkorelasi satu dengan yang lain. Pada SPSS, hal ini dapat dideteksi

dengan melihat korelasi antarvariabel independen, atau lewat angka VIF(Prasetyo & Jannah, 2012: 365).

3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas terjadi karena perubahan situasi yang tidak tergambarkan dalam spesifikasi model regresi. Misalnya, perubahan struktur ekonomi dan kebijakan pemerintah yang dapat mengakibatkan terjadinya perubahan tingkat keakuratan data. Dengan kata lain, heteroskedastisitas terjadi jika residual tidak memiliki varians yang konstan(Pratisto, 2009: 169).

Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode grafik, yaitu dengan melihat pola titik-titik pada *scatterplot*. Jika titik-titik menyebar dengan pola yang tidak jelas di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas(Priyatno, 2013: 69).

3.5.4 Uji Pengaruh

3.5.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda pada dasarnya merupakan perluasan dari regresi linear sederhana, yaitu menambah jumlah variabel bebas yang satu menjadi dua atau lebih variabel bebas.

Bentuk persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Rumus 3.3 Persamaan Regresi Linear Berganda

Sumber: (Sanusi, 2012: 135)

Keterangan:

Y	= Kepuasan pelanggan
α	= Konstanta
β_i	= Koefisien regresi
X_1	= Harga
X_2	= Kualitas Pelayanan
X_3	= Kualitas Produk
ε	= Variabel pengganggu

3.5.4.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) sering pula disebut dengan koefisien determinasi majemuk yang hampir sama dengan koefisien r^2 . R juga hampir serupa dengan r , tetapi keduanya berbeda dalam fungsi (kecuali regresi linear sederhana). R^2 menjelaskan proporsi variasi dalam variabel terikat (Y) yang dijelaskan oleh variabel bebas (lebih dari satu variabel) secara bersama-sama. Sementara itu, r^2 mengukur kebaikan sesuai (*goodness-of-fit*) dari persamaan regresi, yaitu memberikan persentase variasi total dalam variabel terikat (Y) yang dijelaskan oleh hanya satu variabel bebas (X). Lebih lanjut, r adalah koefisien korelasi yang menjelaskan keeratan hubungan linear di antara dua variabel, nilainya dapat negatif dan positif. Sementara itu, 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 (Sanusi, 2012).

3.5.5 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis mutlak dilakukan karena kebenaran yang terkadang dalam pernyataan hipotesis masih bersifat sementara (Sanusi, 2012). Uji hipotesis sama artinya dengan menguji signifikansi koefisien regresi linear berganda secara parsial yang sekait dengan pernyataan hipotesis penelitian (Sanusi, 2012).

Dalam penelitian ini, peneliti hanya menggunakan 2 (dua) metode untuk uji hipotesis, yaitu uji T dan uji F.

3.5.5.1 Uji Parsial (Uji T)

Uji t bertujuan untuk membuktikan hipotesis mengenai rata-rata suatu populasi. Persyaratan uji ini adalah data harus berskala interval atau rasio. Data juga harus berdistribusi normal.

$$t = \frac{\bar{x} - \mu_0}{s/\sqrt{n}}$$

Rumus 3.4 Uji T

Sumber: (Sugiyono, 2011: 96)

Dimana:

- t = Nilai t yang dihitung
- $\bar{x}$ = Rata-rata xi
- μ_0 = Nilai yang dihipotesiskan
- s = Simpangan baku
- n = Jumlah anggota sampel

Nilai t hitung ini akan dibandingkan dengan nilai t tabel dengan taraf kesalahan tertentu. Kaidah dalam uji ini menurut (Sanusi, 2012: 138) adalah:

1. H_0 diterima dan H_a ditolak jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$

2. H_0 ditolak dan H_a diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$

3.5.5.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan dengan tujuan menguji pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Rumus untuk mencari F adalah sebagai berikut.

$F = MK_{ant} / MK_{dal}$

Rumus 3.5 Uji F

Sumber: (Sugiyono, 2011: 171)

Dimana:

F = Nilai F yang dihitung

MK_{ant} = *Mean* kuadrat antar kelompok

MK_{dal} = *Mean* kuadrat dalam kelompok

Nilai F hitung ini akan dibandingkan dengan nilai F tabel dengan dk pembilang ($m - 1$) dan dk penyebut ($N - 1$). Kaidah yang digunakan dalam uji ini adalah (Sanusi, 2012: 138):

1. H_0 diterima dan H_a ditolak jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$
2. H_0 ditolak dan H_a diterima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$

3.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.6.1 Lokasi Penelitian

Proses penelitian yang dilakukan peneliti berlokasi di toko cabang PT Super Bintang Sejahtera yaitu toko Surga Elektronik, Komplek Citra Buana Centre Park II Lot No.8, Batu Ampar, Batam.

3.6.2 Jadwal Penelitian

Proses penelitian ini dilakukan peneliti dengan jadwal penelitian berdasarkan tabel di bawah ini.

Tabel 3.5 Jadwal Penelitian

Kegiatan	Tahun/ Pertemuan ke/ Bulan													
	2018									2019				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
	Sep	Okt	Okt	Okt	Okt	Okt	Nov	Des	Des	Jan	Jan	Jan	Jan	Feb
Perancangan														
Studi Pustaka														
Penentuan Mode Penelitian														
Penyusunan Kuesioner														
Penyerahan Kuesioner														
Analisis Hasil Kuesioner														
Kesimpulan														

Sumber: Peneliti, 2019