

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Design Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Noor (2014: 14) mengemukakan bahwa data kuantitatif adalah data yang dapat dinyatakan dalam bentuk angka-angka. Sehingga metode kuantitatif adalah metode penelitian yang memaparkan atau menjelaskan data melalui angka-angka. deskriptif kuantitatif, yaitu model penelitian yang dibuat dalam rangka memberikan lukisan secara sistematis tentang informasi ilmiah yang berasal dari objek atau subjek penelitian (Anwar, 2011: 13)

Menurut Sugiyono (2012: 8) Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Penulis menjelaskan mengenai pengaruh Lokasi, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Indomarco Prismaatama kota batam. Teknik pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner berupa pertanyaan tertulis yang diberikan kepada responden.

3.2. Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2012: 38) bahwa operasional variabel penelitian adalah suatu karakter atau sikap dan nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk ditelaah dan kemudian ditarik kesimpulan. Adapun batasan atau operasional variabel yang diteliti adalah variabel independen dan variabel dependen.

3.2.1. Variabel bebas

Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus predictor, antecedent* atau disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas yaitu variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi penyebab perubahan atau timbulnya variabel terikat (Sugiyono, 2012: 39). Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah Lokasi (X1), Harga (X2) dan Promosi (X3).

Menurut Raharjo & Santosa (2015: 3) Indikator untuk lokasi adalah :

1. Kemudahan dalam menjangkau,
2. Kemudahan dilihat konsumen,
3. Kedekatan dengan jalan raya

Menurut Kotler dan Armstrong dalam Riyono & Budiharja (2016: 101)

ada 4 indikator yang mencirikan harga yaitu:

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

Menurut Sari, Tjahjaningsih, & Hayuningtias (2018: 680) ada 4 indikator yang mencirikan promosi.

1. Potongan harga
2. Kualitas penyampaian pesan di media promosi
3. Hubungan masyarakat
4. Adanya pelayan konsumen

3.2.2. Variabel Terikat

Sering disebut sebagai variabel keluaran, kriterial, dan konsekuen atau sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2012). Variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y). Mongi, Mananeke, & Repi (2013: 2338) mengidentifikasikan 4 Indikator yang mencirikan keputusan pembelian, yaitu:

1. Keperluan dan keinginan akan suatu produk
2. Keinginan mencoba
3. Keyakinan akan kualitas suatu produk
4. Kepuasan pembelian ulang

Berikut ini adalah Tabel 3.4 Operasional Variabel Penelitian :

Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Lokasi (X1)	Lokasi adalah Lokasi adalah salah satu strategi operasi yang krusial dalam merespon keinginan pasar dan perubahan lingkungan (Kosasih, 2009: 133)	1. kemudahan dalam menjangkau, 2. kemudahan dilihat konsumen, 3. kedekatan dengan jalan raya	<i>Likert</i>
Harga (X2)	Harga adalah sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk jumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa (Widjaja, 2009: 78).	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat.	<i>Likert</i>
Promosi (X3)	Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran, yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia memberi keputusan dalam menerima pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan Kotler dan Armstrong (Kotler & Armstrong, 2012: 408)	1. Potongan harga 2. Kualitas penyampaian pesan di media promosi 3. Hubungan masyarakat 4. Adanya Spg, pelayanan konsumen	<i>Likert</i>
<i>Keputusan Pembelian</i> (Y)	Keputusan Pembelian adalah sebagai tahap penilaian keputusan yang menyebabkan konsumen membentuk pilihan mereka diantara berbagai merek produk yang tergabung dalam perangkat pilihan (Kotler, 2008: 266)	1. Kebutuhan dan keinginan akan suatu produk 2. Keinginan mencoba 3. Kemantapan akan kualitas suatu produk 4. Keputusan pembelian ulang	<i>Likert</i>

Sumber : Penelitian 2018

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi adalah kumpulan dari individu yang sejenis yang terdiri atas: obyek/subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang dipastikan oleh peneliti untuk ditelaah dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012: 80). Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen yang telah membeli produk pada PT Indomaret Prismatama Jl. Raden patah, komplek lucky permai no 27-28 cabang batam kelurahan lubuk baja pada bulan Mei 2018 – September 2018 yaitu :.

**Tabel 3.2 Pengunjung Indomaret
dari bulan mei 2018 – September 2018**

No	Bulan	Jumlah Pembeli
1	Mei	7247
2	Juni	8396
3	Juli	7273
4	Agustus	7132
5	September	6964
Total		37012

Sumber : Indomaret lucky permai no 27-28, Batam, 2018

3.3.2. Sampel

Sampel adalah bagian kecil yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2012: 81). Untuk menentukan sampel yang diambil, teknik pengambilan yang dipakai adalah teknik non random sampling jenis *purposive sampling*. Menurut Kuswanto (2012: 61) *Purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang memusatkan pada reaksi-reaksi tertentu untuk pengambilan sampel. Pertimbangan yang dimaksud yaitu:

1. Konsumen yang mendatangi lebih dari 3 (tiga) kali

2. Konsumen yang berpendidikan minimal SMA/SMK

Pengambilan sampel ditetapkan menggunakan rumus tingkat kesalahan 10% (Kuswanto, 2012: 61). Jumlah responden ditentukan dengan menggunakan Metode Slovin, dengan rumus sebagai berikut:

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

Rumus 3.1 Rumus Slovin

Sumber: (Noor, 2011: 158)

Keterangan:

n = Ukuran sample

N = Ukuran populasi

e = tingkat kesalahan (catatan: umumnya digunakan 1% atau 0,01, 5% atau 0,05 dan 10% atau 0,1 (catatan: dapat dipilih oleh peneliti)

Berdasarkan rumus diatas peneliti menggunakan tingkat kesalahan 10 persen, maka jumlah sampel penelitian ini adalah:

$$\begin{aligned} n &= \frac{37012}{1 + 37012(0.1)^2} \\ &= \frac{37012}{1 + 37012(0,01)} \\ &= \frac{37012}{1 + 370,12} = \frac{37012}{371,12} = 99,73 \text{ dibulatkan menjadi } 100 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas , maka jumlah sampel diperoleh dalam penelitian ini adalah 100 responden. Jadi sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden (n = 100).

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Untuk melakukan penelitian dan mendapatkan data, maka perlu ditetapkan teknik pengumpulan data yang akan dipakai. Teknik pengumpulan data adalah cara yang dapat dipakai oleh peneliti dalam mengumpulkan data.

Data yang digunakan dalam melakukan penelitian ini adalah data primer dan data sekunder :

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2012: 137) data primer adalah data yang langsung diambil dari responden.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2012: 137) data sekunder adalah data yang diberikan kepada pengumpul data secara tidak langsung, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.

Sedangkan metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara :

1. Wawancara

Menurut Sugiyono (2012: 137) Teknik pengumpulan data ini apabila peneliti ingin melakukan pembelajaran terdahulu untuk mencari permasalahan yang harus diteliti dan juga peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang secara mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil. Teknik pengumpulan data ini didasari pada laporan tentang diri sendiri atau *self-report* atau setidaknya pada pengetahuan dan kepercayaan pribadi.

2. Observasi

Menurut Sugiyono (2012: 145) Teknik pengumpulan data ini mempunyai ciri yang istimewa bila di bandingkan dengan teknik wawancara ciri yang spesial bila di bandingkan dengan teknik wawancara dan kuesioner. Kalau wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek alam yang lain.

3. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2012: 142) Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner 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.

Skala pengukuran yang dipakai dalam penelitian ini adalah skala *likert*, Menurut Sugiyono (2012: 93) Skala *likert* yaitu jenis skala yang dipakai untuk mengukur sifat, reaksi, dan pandangan seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Dengan skala *likert*, maka variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai tolok ukur untuk menyusun hasil instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Dimana hasil dalam kuesioner dibuat dengan nilai 1 sampai 5 untuk mewakili pendapat responden seperti sangat setuju, setuju, cukup, tidak setuju, sangat tidak setuju dan di hubungkan dengan bentuk pernyataan atau dukungan sikap yang di ungkapkan dengan kata sebagai berikut:

Tabel 3.3 Skala Likert

Skala Likert	Nilai
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber: Sugiyono (2012: 94)

3.5. Metode Analisis Data

Analisis data dilakukan setelah data terkumpul. Penelitian ini menggunakan metode analisis yang dibantu dengan program Komputer yaitu SPSS Versi 23. Proses analisis data merupakan usaha untuk memperoleh jawaban permasalahan penelitian. Analisis yang dipakai dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif. Menurut Sugiyono (2012: 147) Analisis data 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 penelitian untuk menjawab rumusan

masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

3.5.1. Uji Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2012: 147) Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk analisis data dengan cara rinci atau melukiskan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat hasil yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Penelitian yang dilakukan pada populasi (tanpa diambil sampelnya) jelas akan memakai statistik deskriptif dalam analisisnya.

Analisis deskriptif dalam penelitian ini bertujuan untuk menciptakan informasi atau menjelaskan dari variabel independen yaitu Lokasi, Harga dan Promosi, serta variabel dependen adalah Keputusan pembelian.

3.5.2. Uji Kualitas Instrumen

Penelitian yang berupa balasan atau penanganan masalah penelitian, dimuat berdasarkan hasil proses pengujian data meliputi: tekad, pengambilan dan analisis data. Oleh karena itu, tergantung pada kualitas data yang dianalisis dan instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Ada dua konsep untuk mengukur kualitas data, yaitu validitas dan reliabilitas.

3.5.2.1. Uji Validitas Data

Suatu instrumen pengukuran dikatakan valid jika instrumen dapat mengukur sesuatu dengan tepat apa yang hendak diukur. Validitas yang digunakan dalam

penelitian merupakan pengujian validitas isi (*content validity*) yaitu suatu alat pengukur ditentukan oleh sejauh mana alat pengukur tersebut mewakili semua aspek yang dianggap sebagai aspek kerangka konsep (Anwar, 2011: 77)

Dari uji ini dapat diketahui apakah detail-detail pertanyaan atau pengamatan yang disarankan dalam kuesioner dapat dipakai untuk menafsirkan keadaan responden yang sebenarnya dan menyempurnakan kuesioner tersebut. Validitas mengungkapkan sejauh mana perbedaan yang didapatkan melalui alat pengukur mencerminkan perbedaan yang sebenarnya di antara responden yang diteliti. Pengujian untuk membuktikan valid dan tidaknya item kuesioner dapat dilakukan dengan melihat angka koefisien korelasi *pearson product moment*. Koefisien korelasi tersebut adalah angka yang mengungkapkan hubungan antara skor pertanyaan atau pengamatan dengan skor total (*item-total correlation*).

Valid tidaknya alat ukur bergantung pada mampu tidaknya alat pengukur tersebut memperoleh tujuan yang mau diukur. Suatu alat ukur yang valid bukan hanya mampu menyiratkan data dengan akurat namun juga harus mampu memberikan khayalan yang cermat dan tepat mengenai data tersebut. Dalam menentukan kelayakan dan tidaknya suatu item yang akan digunakan biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf 0,05 artinya suatu item dianggap memiliki tingkat keberterimaan atau valid jika memiliki korelasi signifikan terhadap skor total item (Wibowo, 2012: 35).

Besaran nilai koefisien korelasi *pearson product moment* dapat diperoleh dengan rumus:

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

Rumus 3.2 Pearson Product Moment

Sumber: 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 nilai r hitung $> r$ tabel (uji dua sisi dengan sig 0,050) maka item-item pada pertanyaan dinyatakan berkorelasi signifikan terhadap skor total item tersebut, maka item dinyatakan valid.
2. Jika nilai r hitung $< r$ 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

Menurut Ghazali (2016: 47) Reabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk.

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika respon seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Uji reliabilitas dilakukan untuk mendapatkan tingkat ketepatan alat pengumpulan data yang dipakai. Rumus yang digunakan untuk mencari besaran angka reliabilitas adalah dengan metode *Cronbach's Alpha*, yang dirumuskan sebagai berikut:

$$R_i = \frac{k}{(k-1)} \left\{ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right\}$$

Rumus 3.3 Koefisien Reliabilitas Alfa Cronbach

Sumber: Wibowo (2012: 61)

Keterangan:

R_i = Koefisien reliabilitas *Alfa Cronbach*

k = jumlah butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = Mean kuadrat kesalahan

σ_1^2 = Varians total

Menurut Wibowo (2012: 52) Kriteria penilaian uji reliabilitas adalah:

- A. Apabila hasil koefisien Alpha > dari taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut handal (*reliable*).
- B. Apabila hasil koefisien Alpha < dari taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut tidak handal (*reliable*).

3.5.3. Uji Asumsi Klasik

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

Dalam penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji kolmogorov-smirnov.

3.5.3.1. Uji Normalitas

Menurut Wibowo (2012: 61) 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 dibidang tidak normal jika mempunyai nilai yang ekstrim atau biasanya jumlah hasil yang terlalu sedikit. metode yang digunakan untuk uji normalitas adalah analisis grafik normalitas atau histogram, grafik Normal P Plot dan Scatter Plot.

3.5.3.2. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2016: 103) Uji multikolinearitas berencana untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik sebaiknya tidak terjadi kolerasi di antara variabel independen, variabel independen saling berkolerasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai kolerasi antar sesama yang independen sama dengan nol. Uji multikolinearitas dalam penelitian ini dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance* pada model regresi, jika nilai VIF kurang dari 10 dan *Tolerance* lebih dari 0.10 maka model regresi bebas dari multikolinearitas.

3.5.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2016: 134) Uji heteroskedastisitas bermaksud menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari residual satu penglihatan ke penglihatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas. Kebanyakan data cross section mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, dan besar).

Uji heteroskedastisitas diperlukan untuk menguji ada tidaknya gejala tersebut. Untuk melakukan uji ini digunakan metode uji *Gleyser* dengan cara mengorelasikan nilai *absolute residual*-nya dengan masing-masing variabel

independen. Jika hasil nilai probabilitasnya memiliki signifikan $>$ nilai α (0.05) maka model tidak mengalami heteroskedastisitas (Ghozali, 2013: 142)

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 menambahkan jumlah variabel bebas yang sebelumnya hanya satu menjadi dua atau lebih variabel bebas (Anwar, 2011: 134)

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Rumus 3.4 Regresi Linear Berganda

Keterangan:

Y = Variabel Dependen (Keputusan Pembelian)

X_1 = Variabel Independen pertama (Lokasi)

X_2 = Variabel independen kedua (Harga)

X_3 = Variabel independen ketiga (Promosi)

e = variabel pengganggu

a = konstanta

b = koefisien regresi

3.5.4.2. Uji F

Menurut Priyatno (2011: 52) uji F ini digunakan untuk mengukur apakah variabel bebas secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. 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 :

- Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, dengan nilai signifikan kurang dari 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 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 3.5 Uji F

Sumber : Sugiyono (2012: 192)

Dimana :

R = Koefisien korelasi ganda

k = jumlah variabel idenpenden

n = anggota sampel

3.5.4.3 Uji T

Uji t ini digunakam untuk mengukur apakah dalam model regresi variabel bebas secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat Priyatno, (2011:52)

Rumusnya adalah:

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

Rumus 3.6 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:

1. 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 terikat.
2. 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 terikat

3.5.4.4. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Wibowo (2012: 135) analisis ini digunakan 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 dapat menjelaskan kondisi yang sebenarnya. Koefisien tersebut dapat diartikan sebagai besaran proporsi atau persentase keragaman Y (variabel terikat) yang diterangkan oleh X (variabel bebas).

Uji R^2 (koefisien determinasi) ini untuk melihat kemampuan variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen. Nilai R^2 mempunyai range

antara 0 (nol) sampai dengan 1 (satu).Tampilan di program SPSS ditunjukkan dengan melihat besarnya *Adjusted R²* pada tampilan *model summary*.

3.6. Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.6.1. Lokasi Penelitian

Lokasi yang menjadi objek penelitian penulis adalah pada PT Indomarco Prismatama Jl. Raden patah, komplek lucky permai no 27-28 cabang batam kelurahan lubuk baja.

3.6.2. Jadwal Penelitian

Penelitian akan dilaksanakan pada rentang waktu bulan September 2018 sampai dengan bulan Februari 2019. Adapun jadwal kegiatan pokok adalah sebagai berikut.

Tabel 3.4 Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Waktu Pelaksanaan					
		Sept 2018	Okt 2018	Nop 2018	Des 2018	Jan 2019	Feb 2019
1	Penentuan lokasi dan judul penelitian						
2	Pengajuan Judul						
3	Penulisan Bab I						
4	Penulisan Bab II						
5	Penulisan Bab III						
6	Pembagian kuesioner						
7	Pengolahan data dan penulisan Bab IV						
8	Penulisan Bab V						
9	Penulisan Jurnal						
10	Penyelesaian Penelitian						

Sumber : Peneliti, 2019