

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Menurut (Erlina, 2011: 74) mengatakan bahwa desain penelitian merupakan rencana induk yang berisi metode dan prosedur untuk mengumpulkan dan menganalisis informasi yang dibutuhkan, menetapkan sumber- sumber informasi, teknik yang akan digunakan, metode sampling sampai dengan analisis data untuk dapat menjawab pertanyaan- pernyataan penelitian.

Desain penelitian ini mencakup proses- proses sebagai berikut :

1. Identifikasi dan pemilihan masalah penelitian.
2. Pemilihan kerangka konseptual untuk masalah penelitian serta hubungan- hubungan dengan penelitian sebelumnya.
3. Merumuskan masalah penelitian termasuk membuat spesifikasi dari tujuan, luas jangkau (*scope*), dan hipotesis untuk diuji.
4. Membangun penyelidikan atau percobaan pra- penelitian.
5. Memberi serta memilih definisi terhadap pengukuran variabel- variabel.
6. Memilih prosedur dan teknik sampling yang digunakan.
7. Menyusun alat serta teknik untuk pengumpulan data.
8. Menganalisis data serta pemilihan prosedur statistik untuk mengadakan generalisasi serta *inferensi statistic*.

9. Pelaporan hasil penelitian, termasuk proses penelitian, diskusi serta interpretasi data, generalisasi, kekurangan- kekurangan dalam penemuan, serta menganjurkan berberapa saran- saran dan kerja penelitian yang akan datang.

Metode pengumpulan data untuk mendapatkan data primer menggunakan metode survei, sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik kuesioner (angket) yaitu suatu teknik yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

3.2. Operasional Variabel

Menurut (Erlina, 2011: 36) variabel adalah sesuatu yang dapat membedakan atau mengubah nilai. Nilai dapat berbeda pada waktu yang berbeda untuk obyek atau obyek yang berbeda.

Adapun operasional variabel yang menjadi fokus yang diteliti dalam penelitian ini, antara lain :

3.2.1. Variabel Independen

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

3.2.1.1. Harga (X_1)

Harga merupakan elemen penting dalam strategi pemasaran dan harus senantiasa dilihat dalam hubungannya dengan strategi pemasaran. Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa di samakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang dan jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan ditempat tertentu.

Tabel 3.1 Harga

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Harga (X_1)	Pengorbanan yang harus dikeluarkan untuk mendapatkan produk/jasa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan Harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian Harga Dengan Manfaat 	Skala Likert

3.2.1.2. Promosi (X_2)

Promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa pada dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Dengan adanya promosi produsen atau distributor mengharapkan kenaikan angka penjualan. Promosi adalah kegiatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk menunjukkan keistimewaan-keistimewaan produk yang diciptakan dan merayu konsumen agar membelinya.

Tabel 3.2 Promosi

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Promosi (X ₂)	Tindakan yang dilakukan perusahaan dengan jalan mempengaruhi konsumen secara langsung untuk menciptakan pertukaran dalam pemasaran	<ol style="list-style-type: none"> 1. Iklan 2. Promosi penjualan 3. Hubungan masyarakat 4. Penjualan personal 5. <i>Direct marketing & online marketing</i> 	Skala Likert

3.2.1.3. Kualitas (X₃)

Konsumen senantiasa melakukan penilaian terhadap kinerja suatu produk, hal ini dapat dilihat dari kemampuan produk menciptakan kualitas produk dengan segala spesifikasinya sehingga dapat menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk tersebut. Berdasarkan bahasan di atas dapat dikatakan bahwa kualitas yang diberikan suatu produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

Tabel 3.3 Kualitas

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Kualitas (X ₃)	Persepsi konsumen mengenai kualitas produk	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bentuk 2. Fitur 3. Kualitas Kerja 4. Kesan kerja 5. Ketahanan 6. Keandalan 	Skala Likert

3.2.2. Variabel Dependen

Variabel Dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, dan konsekuen atau sebagai variabel terikat, variabel merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2012: 39).

3.2.2.1. Kepuasan Konsumen (Y)

Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan.

Tabel 3.4 Kepuasan Konsumen

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Kepuasan Konsumen (Y)	Perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konsumsi produk 2. Perasaan puas atau tidak puas 3. Perilaku keluhan konsumen 4. Disposisi barang 5. Pembentukan kesetiaan merek 	Skala Likert

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Menurut (Sugiyono, 2010: 115) 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.

Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi objek dan benda- benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari, tetapi juga meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan produk HNI HPAI yang berjumlah 135 konsumen.

3.3.2. Sampel

Menurut (Sugiyono, 2010: 116) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel

Metode penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini mengacu kepada pendekatan Slovin, pendekatan ini dinyatakan dengan rumus sebagai berikut :

Rumus Slovin 3.1

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

Keterangan :

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = tingkat kesalahan dalam penelitian 5 % atau 0.05

Berdasarkan rumus diatas, maka dapat diketahui sampel yang akan diambil dalam penelitian ini melalui perhitungan berikut ini :

$$\begin{aligned} n &= \frac{135}{1 + 135(0.05)^2} \\ &= 100,935 = 101 \end{aligned}$$

Dengan menggunakan rumus di atas bahwa dengan populasi sebanyak 135 responden HNI HPAI, tingkat kesalahan yang digunakan sebesar 5% maka dapat diketahui sampel yang akan diteliti adalah sebanyak 101 responden HNI HPAI dengan pembulatan.

3.4. Teknik dan Alat Pengumpulan Data

3.4.1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini dalam pengambilan data ada dua cara yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data yang didapat langsung dari sumber, dengan menyebarkan kuesioner kepada Konsumen HNI HPAI.

2. Data Sekunder

Data yang diperoleh secara resmi dari Business Center Batam 2 serta yang didapat dari buku, jurnal yang berhubungan dengan objek yang diteliti.

3.4.2. Alat Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini alat yang digunakan untuk pengambilan data adalah menggunakan kuesioner.

Menurut (Sugiyono, 2013: 142), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.

3.5. Metode Analisa Data

3.5.1. Analisis Deskriptif

Menurut (Sugiyono, 2013: 147) analisis deskriptif bertujuan untuk menyajikan informasi profil responden seperti jenis kelamin, usia dan pekerjaan. Statistik deskriptif 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.

Penggunaan skor kategori ini digunakan sesuai dengan lima kategori skor yang dikembangkan dalam skala likert dan digunakan dalam penelitian. Adapun kriteria yang dimaksud yaitu:

Tabel 3.5 Skala Likert

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

Menurut (Sugiyono, 2013: 168) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala likert, maka variabel 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. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif.

Perhitungan skor setiap hari komponen yang diteliti adalah dengan mengendalikan seluruh frekuensi data dengan nilai bobot. Skor terendah dapat diperoleh dari bobot terendah dikali dengan jumlah sampel, sedangkan skor tertinggi dapat diperoleh dari bobot tertinggi dikalikan dengan jumlah sampel.

Rumus Rentang Nilai 3.2 :

$$(RK) = \frac{n(m-1)}{m}$$

Keterangan:

N =Sumpah Sampel

M =Jumlah alternative item jawaban

RK =Rentang skala

Berdasarkan rumus tersebut, maka diperoleh jumlah rentang skala sebagai berikut:

$$Rk = \frac{101 (5 - 1)}{5}$$

$$Rk = 80,8 = 81 \text{ (dibulatkan)}$$

Hasil perhitungan rentang skala yang diperoleh selanjutnya dibuat dalam bentuk tabel dibawah:

Tabel 3.6. Rentang Skala Penelitian

No	Rentang Skala	Kriteria
1	101 – 182	Sangat Tidak Bermanfaat/Sangat Tidak Positif/ Sangat Tidak Lancar
2	182 – 263	Tidak Bermanfaat/Tidak Positif/Tidak Lancar
3	263 – 344	Cukup Bermanfaat/Cukup Positif/Cukup Lancar
4	344 – 425	Bermanfaat/positif/lancar
5	425 – 506	Sangat Bermanfaat/Sangat Positif/Sangat Lancar

Sumber: Data diolah sendiri

3.5.2. Uji Kualitas Data

Untuk mengetahui validitas dan reliabilitas kuesioner perlu dilakukan pengujian atau kuesioner dengan menggunakan uji validitas dan uji realibititas. Oleh karena itu validitas dan reliabititas ini bertujuan untuk menguji apakah kuesioner yang disbarkan unruk mendapatkan data penelitian adalah valid dan reliable, maka untuk itu, peneliti juga akan melakukan kedua uni ini terhadap instrument penelitian (kuesioner).

3.5.2.1. Uji Validitas

Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas sering digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuisioner atau skala, apakah item-item pada kuesioner tersebut sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin diukur (Priyatno, 2010: 90).

Uji validitas yang digunakan adalah uji validitas item. Validitas item ditunjukkan dengan adanya korelasi atau dukungan terhadap item lokal (skor total), perhitungan dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor item dengan skor total item. Dari hasil perhitungan korelasi akan didapat suatu koefisien korelasi yang digunakan untuk mengukur tingkat validitas suatu item dan untuk menentukan apakah suatu item layak digunakan atau tidak.

Pada program SPSS teknik pengujian yang sering digunakan untuk uji validitas adalah menggunakan korelasi *bivariate pearson (produk momen pearson)* Analisis ini dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total. Skor total adalah penjumlahan dari keseluruhan item. Item-item pertanyaan yang berkorelasi signifikan dengan skor total menunjukkan item-item tersebut mampu memberikan dukungan dalam mengungkap apa yang ingin diungkap.

Untuk mengetahui nilai tabel koefisien korelasi pada derajat bebas (df) = $n - 2$ dengan signifikan untuk $\alpha = 5\%$ atau 0,05. Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikan 0.05. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- a. Jika $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid)
- b. Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig. 0.05) maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

3.5.2.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukuran yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Ada beberapa metode pengujian reliabilitas, diantaranya metode tes ulang, formula belah dua dari *spearman-brown*, formula rulon, formula flanagan, *Cronbach's alpha*, metode formula KR-20, KR-21, dan metode Anova Hoyt (Priyatno, 2010: 98).

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menghitung nilai *Cronbach's Alpha* dari masing-masing variabel yang di uji. Apakah nilai *Cronbach's Coefficient Alpha* lebih kecil dari 0,6 maka jawaban dari responden pada kuesioner sebagai alat pengukuran kurang baik, sebaliknya jika nilai *Cronbach's Coefficient Alpha* 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 adalah lebih baik.

3.5.3. Uji Asumsi Klasik

Menurut (Wibowo, 2012: 61) uji asumsi digunakan untuk memberikan pre-tes, 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 bias menjadi terpenuhi atau, sehingga prinsip Best Linier Unbiased Estimator atau BLUE terpenuhi. Uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji heteroskedastisitas dan uji multikolineralitas sebagai berikut:

3.5.3.1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji kenormalan distribusi data. Uji ini dilakukan guna mengetahui apakah nilai residu (perbedaan yang ada) yang diteliti memiliki distribusi normal atau tidak normal (Wibowo, 2012: 61). Uji normalitas dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu uji normalisasi dengan gambar dan uji normalitas dengan angka.

Pada hasil uji normalitas dengan menggunakan gambar, nilai residu yang berdistribusi normal akan membentuk suatu kurva dengan bentuk lonceng (*bell shaped curve*). Sedangkan uji normalitas dengan angka dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan nilai *Kolmogrov-Smirnov*. Kurva nilai residual terstandarisasi dikatakan normal jika nilai probability Sig (2-tailed) $> \alpha$ atau Sig $> 0,05$.

Menurut (Wibowo, 2012: 69) untuk menguji suatu data berdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggunakan grafik normal plot, pada grafik normal plot. Dengan asumsi

1. Apabila data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau garis histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Apabila data menyebar jauh disekitar garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau garis histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.5.3.2. Uji Multikolinearitas

Dalam persamaan regresi, tidak boleh terjadi multikolinearitas. Maksudnya adalah 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, (Wibowo, 2012: 87).

Gejala multikolinearitas dapat diketahui melalui suatu uji yang dapat mendeksi dan menguji apakah persamaan yang dibentuk terjadi gejala multikolinearitas. Menurut (Algifari, 2012: 87) dalam wibowo, jika VIF kurang dari 10, itu menunjukkan model tidak terdapat gejala multikolinearitas, artinya tidak terdapat hubungan antara variabel bebas.

3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Priyatno, 2010: 83) heteroskedastisitas adalah keadaan dimana terjadi ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya masalah Heteroskedastisitas.

Pada pembahasan ini akan dilakukan uji Heteroskedastisitas dengan menggunakan uji *Spearman's rho*, yaitu mengkorelasikan nilai residual (*Unstandardized residual*) dengan masing-masing variabel independen.

Jika signifikan korelasi < 0.05 maka pada model regresi terjadi masalah Heteroskedastisitas dan apabila signifikan korelasi > 0.05 maka pada model regresi tidak terjadi masalah Heteroskedastisitas.

3.5.4. Uji Pengaruh

Tujuan dari uji pengaruh adalah untuk mengetahui antara variabel bebas dengan variabel terikat memiliki keterkaitan dan pengaruh satu sama lain. Hal ini dapat di ketahui dengan melakukan pengujian multiple R dan R Square.

3.5.4.1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen ($X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk memprediksikan nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negative, (Priyatno, 2010: 61)

Rumus 3.3 Persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + b_nX_n$$

Keterangan:

- | | |
|-----------------------------|---|
| Y' | = Variabel dependen (nilai yang diprediksikan) |
| $X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$ | = Variabel independen |
| a | = Konstanta (nilai Y' apabila $X_1, X_2, X_3, \dots, X_n = 0$) |
| $b_1, b_2, b_3, \dots, b_n$ | = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan) |

3.5.4.2. Analisis Determinasi (R^2)

Menurut (Priyatno, 2010: 66) analisis determinasi digunakan untuk mengetahui prosentase sumbangan pengaruh variabel independen ($X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$) secara serentak terhadap variabel dependen (Y). Koefisien ini menunjukkan seberapa besar prosentase variasi variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi variabel dependen. R^2 sama dengan 0, maka tidak ada sedikit pun prosentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen, atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikit pun variasi variabel dependen. Sebaliknya R^2 sama dengan 1, maka persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel dependen adalah sempurna, atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model menjelaskan 100% variasi variabel dependen

3.5.4.3. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji T)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen ($X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y) (Priyatno, 2010: 68).

Hasil uji t dapat dilihat pada output *Coefficients* dari hasil analisis regresi *linier* berganda di atas.

Langkah-langkah uji t sebagai berikut:

1. Menentukan Hipotesis

Ho: Secara parsial tidak ada pengaruh antara harga promosi dan kualitas secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen.

Ha: Secara parsial ada pengaruh antara harga promosi dan kualitas secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen.

2. Menentukan tingkat signifikan

Tingkat signifikan menggunakan 0,005 ($\alpha = 5\%$)

3. Menentukan t hitung

4. Menentukan t tabel

Tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 5\% : 2=2,5\%$ (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) $n-k-1$ (n adalah kasus dan k adalah jumlah variabel independen).

5. Kriteria pengujian

- a. Ho diterima jika $-t \text{ tabel} \leq t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$

- b. Ho ditolak jika $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$

6. Membandingkan t hitung dengan t tabel

7. Menarik kesimpulan

3.5.4.4. Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-sama (Uji F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen ($X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y).

Menurut (Priyatno, 2010: 67) untuk mencari F hitung dapat dicari dengan rumus sebagai berikut:

Hasil uji F dapat dilihat pada *output ANOVA* dari hasil analisis regresi linear berganda diatas. Tahap-tahap untuk melakukan uji F, adalah:

1. Merumuskan Hipotesis

Ho: Tidak ada pengaruh antara harga promosi dan kualitas secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen.

Ha: Ada pengaruh antara harga promosi dan kualitas secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen.

Menentukan tingkat signifikan. Tingkat signifikan menggunakan 0,005 ($\alpha = 5\%$).

2. Menentukan F hitung

3. Menentukan F tabel

Dengan menggunakan tingkat keyakinan 95%, $\alpha = 5\%$, df 1 (jumlah variabel-1) atau $3-1=2$, dan df 2 ($n-k-1$) (n adalah jumlah kasus dan k adalah jumlah variabel independen).

4. Kriteria pengujian
 - a. H_0 diterima apabila $F_{hitung} \leq F_{tabel}$
 - b. H_0 ditolak bila $F_{hitung} > F_{tabel}$
5. Membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel}
6. Menarik kesimpulan

3.6. Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.6.1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Business Center Batam 2 Ruko City Makmur No 12 (Blok B) Kelurahan Kibing, Batu Aji Batam. Kepulauan Riau.

3.6.2. Jadwal Penelitian

Jadwal penelitian yang ditunjuk adalah mulai pada minggu kedua bulan Oktober 2016 sampai Maret 2017 dengan rincian sebagai berikut :

Tabel 3.7 Jadwal Penelitian

No	Tahapan Penelitian	Okt 2017	Nov 2017	Des 2017	Jan 2018	Feb 2018	Mar 2018
1	Studi Pustaka						
2	Pemutusan Judul						
3	Pengajuan Proposal Skripsi						
4	Pengambilan Data						
5	Pengolahan Data						
6	Penyusunan Laporan Skripsi						
7	Penjujian Skripsi						
8	Penyerahan hasil Skripsi						
9	Penerbitan Jurnal						
10	Penyelesaian Skripsi						