

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Menurut (Sujarweni, 2015: 71) desain penelitian adalah pedoman atau prosedur serta teknik dalam perencanaan penelitian yang berguna sebagai panduan untuk membangun strategi yang menghasilkan model atau blue print.

Menurut (Sedarmayanti & Hidayat, 2011: 206) desain penelitian adalah semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kausalitas untuk meneliti kemungkinan adanya hubungan sebab-akibat antar variabel.

3.2 Operasional Variabel

Menurut (Sugiyono, 2013: 38) secara teoritis variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang, atau objek yang mempunyai variasi antara satu orang dengan yang lain atau satu objek dengan objek yang lain. Variabel dalam penelitian ini menggunakan dua jenis variabel, antara lain variabel independen (X) yaitu (X1) kualitas produk (X2) harga (X3) promosi dan variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian.

3.2.1 Variabel Independen

Menurut (Sugiyono, 2013: 38) variabel independen sering disebut sebagai variabel stimulus, predictor, antecedent. Variabel bebas atau Independence variable adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab bagi variabel lain. variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat), Biasanya dinotasikan dengan simbol X. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah:

3.2.1.1 Kualitas Produk (X1)

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk dalam melakukan fungsi-fungsinya. merupakan penilaian yang dilakukan atas pembelian barang yang kita beli, apakah sudah sesuai dengan apa yang di inginkan konsumen (Allysa.,et all, 2018: 776). Indikator kualitas produk Menurut Lubis (2015: 4) menyatakan bahwa kualitas produk dapat diukur dengan menggunakan beberapa indikator diantaranya sebagai berikut :

1. Kinerja Merupakan elemen kualitas produk yang berkaitan langsung dengan bagaimana produk dapat menjalankan fungsinya untuk memenuhi kebutuhan konsumen.
2. Reliabilitas Merupakan daya tahan produk selama dikonsumsi
3. Fitur Merupakan fungsi-fungsi sekunder yang ditambahkan pada suatu produk, misal fitur kendali jauh

4. Keawetan (durability) Dimensi kualitas produk yang menunjukkan suatu pengukuran terhadap siklus produk, baik secara teknis maupun waktu. Produk dikatakan awet jika dapat bertahan dalam pemakaian yang berulang-ulang
5. Konsistensi
6. Bagaimana suatu produk tersebut tetap konsisten dengan standar kualitas yang di tentukan.

3.2.1.2 Harga (X2)

Menurut Kotler dan Amstrong (2012:278) ada empat indikator harga, antara lain yaitu:

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

3.2.1.3 Promosi X3

Promosi adalah segala jenis kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk mendorong permintaan (Suharsono & Sari, 2019: 43) . Dalam suatu strategi pemasaran, promosi merupakan kunci yang paling utama dalam memperkenalkan perusahaan beserta produknya. Indikator promosi menurut(Suharsono & Sari, 2019:47). Adalah sebagai berikut:

1. Frekuensi Promosi

Frekuensi promosi merupakan promosi penjualan yang dilakukan dalam kurun waktu tertentu melalui media promosi penjualan.

2. Kualitas promosi

Kualitas promosi merupakan tolok ukur seberapa baik promosi penjualan dapat menarik perhatian dan keinginan konsumen untuk membeli.

3. Kuantitas promosi

Kuantitas promosi didefinisikan sebagai jumlah atau nilai promosi penjualan yang diberikan konsumen.

4. Waktu promosi

Waktu promosi merupakan ukuran lamanya promosi yang dilakukan oleh perusahaan.

5. Ketepatan atau kesesuaian sasaran promosi

Hal ini merupakan faktor penting dan sangat diperlukan untuk dapat mencapai target yang diinginkan.

3.2.2 Variabel Dependen

Menurut (Sugiyono, 2013: 38) variabel dependen atau terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Pada penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah Keputusan Pembelian (Y).

3.2.2.1 Keputusan Pembelian (Y)

Indikator dari keputusan pembelian (Anshari, 2015:233). Adalah sebagai berikut:

1. Kebutuhan yang dirasakan
2. Kegiatan sebelum membeli
3. Perilaku waktu memakai
4. Perilaku pasca pembelian

Tabel 3. 1 Variabel penelitian dan Definisi operasional

Variabel penelitian	Definisi Operasional	Indikator
Kualitas produk	Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk dalam melakukan fungsi-fungsinya dan merupakan penilaian atas pembelian barang yang kita beli apakah sudah sesuai dengan konsumen. (Allysa et al., 2018: 776)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kinerja merupakan elemen kualitas produk yang berkaitan langsung dengan bagaimana produk dapat menjalankan fungsinya untuk memenuhi kebutuhan konsumen 2. Reabilitas merupakan daya tahan produk selama dikonsumsi 3. Fitur merupakan fungsi-fungsi skunder yang ditambahkan pada suatu produk, misl fitur kendali jauh 4. Keawetan (durability) 5. Konsistensi 6. Estetika

Harga	<p>Harga adalah Jumlah uang yang mengandung kegunaan atau nilai yang diperlukan untuk mendapatkan sebuah produk maupun barang atau jasa. (Candra, 2012: 3)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat
Promosi	<p>Promosi adalah semua kegiatan yang dimaksudkan untuk menyampaikan atau mengkomunikasikan suatu produk kepada pasar sasaran untuk memberikan informasi tentang keistimewaan, kegunaan, dan keberadaan produk itu. (Cahyono, 2018: 62)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Frekuensi promosi 2. Kualitas promosi 3. Kuantitas promosi 4. Waktu promosi 5. Ketepatan atau kesesuaian sasaran promosi
Keputusan pembelian	<p>Keputusan pembelian merupakan perilaku konsumen yaitu bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka (Amstrong, 2016: 188)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kebutuhan yang dirasakan. 2. Kegiatan sebelum membeli 3. Perilaku waktu memakai 4. Perilaku pasca pembelian

3.2.3 Populasi Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2013: 80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi merupakan keseluruhan karakteristik dari objek yang akan diteliti. Pertama kali peneliti menentukan strategi penentuan secara jelas yang akan dijadikan sasaran penelitian, yang umumnya disebut target. Berdasarkan pada objek yang ada dalam penelitian ini adalah konsumen salsa perfume di Kota Batam dengan keseluruhan populasi tak terhingga, (Sedarmayanti, 2011:122), dikenal dua macam ukuran Populasi populasi yaitu:

1. Tak Hingga, dimana Populasi didalamnya terdapat banyak tak terhingga pada objek.
2. Populasi Terhingga, dimana semua terdapat populasi yang terhingga. Populasi bukan hanya jumlah yang ada tetapi meliputi objek. Objek penelitian adalah calon pembeli dan pembeli refill perfume premium salsa.

Di dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh pengunjung yang ingin membeli refill perfume salsa yang ada di Kota Batam cabang seraya tersebut.

3.2.4 Sample Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2013: 80) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Peneliti biasanya melakukan seleksi terhadap bagian elemen-elemen populasi dengan harapan hasil seleksi tersebut dapat merefleksikan seluruh karakteristik yang ada. Elemen adalah subjek di mana pengukuran itu dilakukan. Bagian dari elemen-elemen populasi yang terpilih disebut sampel. Terdapat beberapa keuntungan dalam melakukan pengamatan dengan menggunakan sampel, antara lain:

1. Mutu studi lebih baik karena dapat melakukan investigasi yang lebih cermat terhadap informasi, supervisi dapat dilakukan dengan lebih baik, dan pemrosesan lebih akurat.
2. Memberikan hasil penelitian yang lebih cepat sehingga memperkecil waktu antara munculnya keinginan akan informasi dengan ketersediaan informasi tersebut.

Teknik pengambilan sampel (*sampling*) adalah cara peneliti untuk mengambil sampel atau contoh yang representatif dari populasi yang tersedia. Adapun penelitian ini menggunakan metode pengambilan sampel adalah *convenience sampling*, merupakan teknik penentuan sampel yang penggunaannya dijadikan sampel dimana penelitian melakukan pengambilan secara sehendak hatinya (Erlina, 2011:87). Data sampel yang digunakan dalam penelitian ini dijelaskan pada table berikut: Menurut rumus unknown karena jumlah populasi tersebar dan sulit diketahui secara pasti maka untuk penentuan jumlah sampel dalam penelitian menggunakan metode rumus tak terhingga sebagaimana tertera dibawah ini:

Rumus 3.1 *unknown*

$$n = \frac{Z^2}{4(Moe)^2}$$

Keterangan:

Z = tingkat keyakinan yang dalam penentuan sampel = 1,96

Moe = margin of error atau kesalahan maksimum yang bisa di tolerir, di tetapkan sebesar 10%

N = jumlah sampel

Dengan menggunakan tingkat keyakinan 95 persen atau Z = 1,96 dan Moe = 10 persen (0,10, maka jumlah sampel penelitian ini adalah

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2} = 96,04$$

Berdasarkan fenomena diatas, dalam penelitian menggunakan 96 dibulatkan menjadi sampel minimum sebesar 100 responden.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Kualitas pengumpulan data berkenaan dengan ketepatan cara-cara yang digunakan dalam mengumpulkan data. Dalam pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, berbagai sumber dan berbagai cara.. teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian (Sugiyono, 2014:137). Karena tujuan utama dari penelitian merupakan mendapatkan data. Adapun sumber data yang cenderung pada pengertian dari sumbernya data itu berasal. Berdasarkan

sumbernya terdapat dua data yang digunakan dalam pengumpulan data yaitu data primer dan data sekunder.

untuk mengetahui data mengenai pengaruh harga, kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan menggunakan alat bantu berupa draft atau isian pertanyaan. Skala pengukuran yang digunakan dalam kuesioner ini adalah skala likert. Menurut (Sanusi, 2012 : 59) skala likert adalah skala yang didasarkan pada penjumlahan sikap responden merespon pernyataan berkaitan indikator-indikator suatu konsep atau variabel yang diukur. Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban di beri skor.

3.3.1 Data primer

Data primer merupakan data yang berasal dari sumber asli atau sumber pertama yang secara umum disebut sebagai narasumber dan data ini tidak tersedia dalam bentuk terkompilasi ataupun dalam bentuk file-file (Jonathan, 2012:37). Teknik yang digunakan peneliti dalam data primer merupakan kuesioner, wawancara dan survey (Jonathan, 2012:37) :

1. Kuesioner

Daftar pertanyaan atau pernyataan yang dibuat berdasarkan indikator-indikator dari variabel penelitian yang diberikan kepada responden. Penggunaan kuesioner dilatarbelakangi oleh kondisi aktual jika wawancara kurang mungkin dilakukan oleh peneliti untuk menjangkau keseluruhan responden yang

lokasinya berjauhan dan dalam waktu yang relatif terbatas (Widodo, 2017:72).

Respondennya merupakan konsumen refill perfume salsa.

2. Survei

Survei merupakan studi yang bersifat kuantitatif yang digunakan untuk meneliti gejala suatu kelompok atau perilaku individu. Survei juga menggunakan kuesioner sebagai alat pengambil data (Fenti, 2017:18).

3.3.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang tidak langsung diperoleh dari sumber pertama dan telah tersusun dalam bentuk dokumen tertulis. Data sekunder dapat diperoleh dari buku cetak (Wiratna, 2015:84).

3.4.3. Alat pengumpulan data

untuk mengetahui data mengenai pengaruh harga, kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian dengan menggunakan alat bantu berupa draft atau isian pertanyaan. Skala pengukuran yang digunakan dalam kuesioner ini adalah skala likert. Menurut (Sanusi, 2012 : 59) skala likert adalah skala yang didasarkan pada penjumlahan sikap responden merespon pernyataan berkaitan indikator-indikator suatu konsep atau variabel yang diukur. Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban di beri skor.

Tabel 3. 2 Skala Likert

No	Pernyataan	Skor
1	Sangat setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak setuju (TS)	2
5	Sangat tidak setuju (STS)	1

Sumber : (Sugiyono, 2018:135)

3.5 .Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini tekni analisis data yang digunakan adalah teknik analisis kuantitatif yang akan dicari pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data terkumpul. Setelah data diperoleh dari sampel yang mewakili populasi, langkah berikutnya adalah menganalisisnya untuk menguji hipotesis penelitian. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program SPSS.

3.5.1. Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif adalah 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). Penyajian data dalam statistik deskriptif adalah melalui tabel, grafik, diagram lingkaran, perhitungan modus, median, mean, persentase dan perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi.

3.5.2 Uji Kualitas Data

3.5.2.1 Uji Validitas

Validitas adalah derajat yang menunjukkan dimana suatu tes mengukur apa yang hendak diukur (Sanusi, 2012:77). Uji validitas dapat diperoleh dengan menggunakan bantuan program SPSS. Dalam pengambilan keputusan untuk menguji validitas dari indikatornya adalah sebagai berikut (Wibowo, 2012: 37)

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka item pada pertanyaan dinyatakan berkorelasi signifikan terhadap skor total item tersebut, maka item dinyatakan valid.
2. Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka item-item pada pertanyaan dinyatakan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total item tersebut, maka item dinyatakan tidak valid.

Tabel 3. 3 Range Validitas

Interval Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
0,80 - 1,000	Sangat Kuat
1,60 - 0,799	Kuat
0,40 - 0,599	Cukup Kuat
0,20 - 0,399	Rendah
0,00 -0,199	Sangat Rendah

Sumber : (Wibowo, 2012 : 36)

3.5.2.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran pengukuran diulangi dua kali atau lebih. Reliabilitas juga dapat menunjukkan dapat dipercaya atau tidak. Uji ini digunakan untuk mengetahui dan mengukur tingkat konsisten alat ukur (Wibowo, 2012: 52).

Tabel 3. 4 Indeks Koefisien Reliabilitas

Skor Total Item Pernyataan	Kriteria
< 0,20	Sangat Rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Cukup
0,60 - 0,799	Tinggi
0,80 - 1,00	Sangat Tinggi

Sumber : (Wibowo, 2012: 53)

3.5.2.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi digunakan untuk memberikan pre-test, atau uji awal terhadap suatu perangkat atau instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data, bentuk data dan jenis data yang akan diproses lebih lanjut dari suatu kumpulan data awal yang telah diperoleh (Wibowo, 2012: 61).

3.5.2.4 Uji Normalitas

Uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Jadi uji normalitas bukan dilakukan pada masing-masing variabel tetapi pada nilai residualnya (Priyatno, 2012 : 144).

Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan hisogram regression residual yang sudah di standarkan, analisis chi square dan juga menggunakan nilai kolmogorov smirnov. Kurva nilai residual terstandarisidikatakan normal jika (Wibowo, 2012: 62)

1. Jika nilai kolmogorov-smirnov $Z < Z$ tabel atau
2. Nilai probability Sig (2 tailed) $> \alpha$; Sig $> 0,05$ (Wibowo, 2012 : 62)

3.5.2.5 Uji Multikolinieritas

Multikolinearitas adalah keadaan dimana pada model regresi ditemukan adanya korelasi sempurna atau mendekati sempurna antar variabel independen. Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi sempurna atau mendekati sempurna di antara variabel bebas, korelasinya 1 atau mendekati 1 (Priyatno, 2012 : 151). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas didalam model regresi adalah sebagai berikut (Wibowo, 2012: 87).

1. Jika $VIF > 10$, maka menunjukkan terdapat gejala multikolinieritas
2. Jika $VIF < 10$, maka menunjukkan tidak terdapat gejala multikolinieritas

3.5.2.6 Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas. Berbagai macam uji heterokedastisitas yaitu dengan uji Glejser, dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya. Jika nilai signifikansi

antara variabel independen dengan absolut residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heterokedastisitas (Priyatno, 2012: 158).

3.5.3 Uji Pengaruh

Uji pengaruh dilakukan untuk menguji apakah terdapat pengaruh antara variabel dependen dengan variabel independen untuk membuktikan kebenaran hipotesis dan uji yang digunakan merupakan regresi (Wiratna, 2015:3).

3.5.3.1 Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah analisis untuk mengukur besarnya pengaruh antara dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen dan memprediksi variabel dependen dengan menggunakan variabel independen. Dalam regresi linier berganda terdapat asumsi klasik yang harus terpenuhi, yaitu nilai residual terdistribusi normal, tidak adanya multikolinearitas, tidak adanya heterokedastisitas dan tidak adanya autokorelasi pada model regresi (Priyatno, 2012 : 127).

Rumus 3. 2 Persamaan Regresi Linier Berganda

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

Sumber : (Priyatno, 2012 : 136)

Keterangan:

Y = Variabel dependen (nilai yang diprediksikan)

X₁ dan X₂ = Variabel independen

a = Konstanta (nilai Y apabila X₁, X₂,.....X_n = 0)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

3.2.1.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis ini digunakan dalam hubungannya untuk mengetahui jumlah atau persentase sumbangan pengaruh variabel bebas dalam model regresi yang secara serentak bersama-sama memberikan pengaruh terhadap variabel tidak bebas. Jadi koefisien angka yang ditunjukkan memperlihatkan sejauh mana model yang terbentuk dapat menjelaskan kondisi yang sebenarnya. Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu. Jika koefisien determinasi = 1, artinya variabel-variabel independen memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk emprediksi variasi variabel dependen. Jika koefisien determinasi = 0, artinya variabel independen tidak mampu menjelaskan variasi-variasi variabel dependen (Wibowo, 2012: 135).

3.5.3.2 Koefisien Determinan (R^2)

Analisis R^2 (R Squer) atau koefisien determinasi yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Duwi, 2016:63). Apabila koefisien korelasi dikuadratkan maka akan menjadi koefisien determinasi. Artinya penyebab perubahan pada variabel terikatnyang datang dari variabel bebas sebesar kuadrat koefisien korelasinya. Koefisien determinasi menjelaskan besarnya pengaruh nilai suatu variabel terhadap naik atau turunnya (variasi) nilai variabel lainnya (Nila et al., 2017:109). Nilai koefisien determinasi determinasi yang digunakan untuk analisi merupakan nilai R^2 yang telah disesuaikan (R^2_{adjusted}) dalam tiap perhitungan nilai ini

selalu menghasilkan nilai yang lebih kecil dari R^2 dan nilai ini bisa bertanda negatif. Kriteria yang digunakan sebagai pedoman merupakan jika nilai *standard error of the estimate* lebih kecil dari standar deviasi Y maka model regresi semakin baik dalam memprediksi nilai variabel terikat (Y) (Edy, 2012:137). Penerapan koefisien determinasi dengan menggunakan dua variabel independen maka rumusnya merupakan sebagai berikut :

Rumus 3. 3 Koefisien Determinasi (R^2)

$$R^2 = \frac{(ryx_1)^2 + (ryx_2)^2 - 2(ryx_1)(ryx_2)(rx_1x_2)}{1 - (rx_1x_2)^2}$$

Sumber : (Edy, 2012:136)

Keterangan :

R^2 = Koefisien Determinasi

ryx_1 = Korelasi variabel x_1 dengan y

ryx_2 = Korelasi variabel x_2 dengan y

rx_1x_2 = Korelasi variabel x_1 dengan variabel x_2

3.5.4 Uji Hipotesis

Dalam uji ini metode pengambilan keputusan didasarkan dari analisis data, baik dari percobaan yang terkontrol, maupun dari observasi (tidak terkontrol). Dalam statistik sebuah hasil bisa dikatakan signifikan secara statistik jika kejadian tersebut hampir tidak mungkin disebabkan oleh faktor yang kebetulan, sesuai dengan batas probabilitas yang sudah ditentukan sebelumnya

3.5.4.1 Uji T (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Hasil dari uji T dapat dilihat dari hasil output SPSS. Apabila T_{hitung} lebih besar dari T_{tabel} serta tingkat signifikannya ($p = value$) lebih kecil dari 5%, maka hal ini menunjukkan H_0 ditolak, hal ini berarti ada pengaruh signifikan antara variabel independen secara parsial (sanusi, 2017: 133).

3.5.4.2 Uji F (Uji Simultan)

Uji f dimaksudkan untuk melihat kemampuan meyeluruh dari variabel bebas untuk dapat atau mampu menjelaskan tingkah laku atau keragaman variabel Y dan juga dimaksudkan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas memiliki koefisien regresi sama dengan nol. Menurut (sanusi, 2017: 126) untuk menentukan apakah koefisien berganda tersebut signifikan atau tidak dikonsultasikan dengan F_{tabel} sehingga perlu ditentukan nilai F_{hitung} berdasarkan nilai koefisien korelasi berganda.

1. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka variabel independent secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. jika nilai signifikan $> 0,05$ maka variabel independent secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.6.1 Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti melakukan penelitian pada PT. ATP DZAFIRAH JAYA MAKMUR Oleh karena itu pengambilan kesimpulan yang diperoleh dari penelitian hanya terbatas pada objek yang diteliti. Adapun penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT. ATP DZAFIRAH JAYA MAKMUR berlokasi di Nagoya Garden Blok F No.14 Seraya, Batu Ampar, Kota Batam.

3.6.2 Jadwal Penelitian

Tabel 3. 5 Jadwal Penelitian

Kegiatan	Pertemuan													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Pengajuan Judul	■	■												
Studi Pustaka		■	■	■	■									
Metode Penelitian				■	■	■	■							
Kuisisioner							■	■						
Pengolahan Data									■	■	■	■		
Kesimpulan													■	■

(Sumber : Peneliti, 2020)