

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu Dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini direncanakan atau akan dilaksanakan selama 6 bulan yaitu mulai dari bulan Oktober 2022 sampai bulan Maret 2023. Dalam penelitian ini penulis mengambil lokasi penelitian pada CV. SUKSES ABADI Kecamatan Sugio Kabupaten Lamongan yang berlokasi di Jl. Raya Sugio No. 5 Lamongan (Pertigaan Telon Singgang) Kecamatan Sugio Kabupaten Lamongan.

3.2 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019:17) 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 atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian *explanatory* yang bertujuan untuk menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta pengaruh antara variabel satu dengan variabel lainnya. Peneliti juga mengumpulkan data dengan cara membagikan kuesioner dan wawancara. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Harga (X_1), Lokasi (X_2), dan Promosi (X_3) Terhadap Minat Beli Konsumen (Y).

3.3 Teknik Penarikan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2019:80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi pada sebuah penelitian mencakup keseluruhan objek yang akan diteliti dan karakteristik objek yang akan diambil untuk dijadikan sampel sehingga perhitungan akan lebih terperinci, menghemat waktu, biaya dan tenaga.

Populasi juga dapat diartikan sebagai sekumpulan individu yang memiliki karakteristik yang menjadi perhatian dalam sebuah penelitian atau pengamatan yang ingin diteliti. Adapun populasi pada penelitian ini yaitu konsumen yang melakukan pembelian produk pada CV. SUKSES ABADI Kecamatan Sugio Kabupaten Lamongan yang berjumlah 400 orang berdasarkan data pada bulan Oktober 2022 - Januari 2023.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2019:81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel merupakan sebagian dari anggota populasi yang diambil berdasarkan prosedur tertentu dan diharapkan bisa mewakili populasinya. Untuk memperoleh sampel yang baik diperlukan teknik pengambilan sampel yang tepat. Sampel pada penelitian ini adalah para konsumen yang melakukan

pembelian pada CV. SUKSES ABADI Kecamatan Sugio Kabupaten Lamongan.

Apa yang dipelajari sampel itu kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi, untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul *representative* (mewakili). Sampel dalam penelitian ini dapat diketahui dengan menggunakan rumus Slovin adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e^2 = Tarif Kesalahan (Error) Sebesar 0,01 (10%)

Dengan jumlah populasi sebesar 400, maka diperoleh jumlah sampel sebagai berikut :

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

$$n = \frac{400}{1 + 400(10\%)^2}$$

$$n = \frac{400}{1 + 400(0,1)^2}$$

$$n = \frac{400}{1 + 4}$$

$$n = 80$$

Berdasarkan perhitungan rumus Slovin di atas, dapat diketahui jumlah sampel yang diperlukan untuk dijadikan responden adalah 80 orang.

3.3.3 Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2020:128) teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Adapun teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini yaitu Sampling Jenuh. Menurut Sugiyono (2019) Sampling Jenuh adalah teknik pemilihan sampel apabila semua anggota populasi dijadikan sampel. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan Teknik Sampling Jenuh, yang mana semua populasi pada penelitian ini dijadikan sampel.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Adapun yang menjadi metode pengumpulan data dalam penyusunan skripsi ini antara lain :

3.4.1 Jenis Data

Data itu sendiri dibagi menjadi 2 (dua) yakni data primer dan data sekunder :

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2019:194) data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data penelitian ini diperoleh secara langsung dari sumber asli yang diperoleh dengan cara melakukan observasi, wawancara dan hasil pengisian kuesioner dari konsumen yang melakukan pembelian di CV. SUKSES ABADI Kecamatan Sugio Kabupaten Lamongan.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2019:194) data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau dokumen. Data tersebut diperoleh secara tidak langsung yaitu data yang diperoleh penulis dari buku-buku penunjang materi penelitian, jurnal, majalah, atau literatur-literatur yang di peroleh dari perpustakaan yang berkaitan dengan pengaruh harga, lokasi dan promosi terhadap minat beli konsumen.

3.4.2 Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2019:102) instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena-fenomena alam maupun sosial yang diamati. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Observasi

Menurut Sugiyono (2018:229) observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Observasi dilakukan untuk mengumpulkan data dengan pengamatan secara langsung terhadap objek yang akan diteliti guna untuk memperkuat data yang diperoleh tentang keadaan lokasi penelitian secara umum.

Dalam penelitian ini akan dilakukan observasi secara langsung dengan mendatangi CV. SUKSES ABADI Kecamatan Sugio Kabupaten Lamongan dengan tujuan untuk memperoleh data tentang pengaruh harga, lokasi dan promosi terhadap minat beli konsumen.

2. Wawancara (Interview)

Menurut Sugiyono (2018:140) wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara (*interview*) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (*interviewer*) untuk memberikan jawaban atas pertanyaan yang diberikan. Wawancara ini dilakukan dengan pemilik dan konsumen yang melakukan pembelian produk pada CV. SUKSES ABADI Kecamatan Sugio Kabupaten Lamongan sebagai pendukung metode kuesioner dalam pengumpulan data, apabila metode kuesioner kurang mendalam sehingga dengan metode wawancara akan mendapatkan informasi lebih mendalam tentang pengaruh harga, lokasi dan promosi terhadap minat beli konsumen pada CV. SUKSES ABADI Kecamatan Sugio Kabupaten Lamongan.

3. Angket (Kuesioner)

Menurut Sugiyono (2019:199) kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Peneliti menyebarkan kuesioner untuk diisi oleh responden dengan jumlah pernyataan berupa 4 butir untuk variabel X_1 , 4 butir untuk variabel X_2 , 4 butir untuk variabel X_3 dan 4 butir untuk variabel Y sehingga jumlah seluruh butir pernyataan sebesar 16 butir.

Responden pada penelitian ini adalah konsumen CV. SUKSES ABADI Kecamatan Sugio Kabupaten Lamongan. Pemberian kuesioner

dilakukan untuk mendapatkan data secara langsung dari sumber aslinya. Kesungguhan responden dalam menjawab pertanyaan merupakan hal yang penting, mengingat pengumpulan data ini dilakukan dengan kuesioner dengan harapan data yang diperoleh dapat dianalisis dan diinterpretasikan untuk diambil kesimpulan.

Kuesioner yang dibagikan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono (2019:146) skala likert digunakan untuk mengukur pendapat, sikap dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Skala likert mempunyai tingkat penilaian yaitu terdiri dari sangat tidak setuju, tidak setuju, cukup, setuju dan sangat setuju. Terdapat pilihan bentuk instrumen dalam skala likert diantaranya berupa centang atau pilihan ganda. Skala interval 1 sampai 5, kelima pilihan atau kategori tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 3.1
Skala Likert

No	Pilihan Jawaban	Nilai Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Cukup (C)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.5 Operasional Variabel

Operasional variabel menjelaskan mengenai variabel yang diteliti, konsep indikator, serta skala pengukuran yang akan dipahami dalam operasionalisasi variabel peneliti. Dengan tujuan untuk memudahkan pengertian dan menghindari perbedaan persepsi dalam penelitian. Variabel-variabel yang

digunakan dalam penelitian terdapat tiga variabel bebas (*independent variable*) dan satu variabel terikat (*dependent variable*).

3.5.1 Variabel Bebas atau Independen Variabel (X)

Menurut Sugiyono (2019:69) variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel independen atau variabel bebas dilambangkan dengan (X). Variabel independen dalam penelitian ini adalah:

1 . Harga (X₁)

Menurut Kotler (2019: 131) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu. Indikator yang digunakan adalah (dikembangkan untuk penelitian ini):

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

2. Lokasi (X₂)

Menurut Tjiptono (2017:106) lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya. Indikator yang digunakan adalah (dikembangkan dalam penelitian ini) :

1. Akses

2. Visibilitas
 3. Tempat parkir yang luas
 4. Ekspansi
3. Promosi (X_3)

Menurut Laksana (2019:129) promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut. Indikator yang digunakan adalah (dikembangkan dalam penelitian ini) :

1. Pesan Promosi
2. Media Promosi
3. Waktu Promosi
4. Frekuensi promosi

3.5.2 Variabel Dependen atau Variabel Terikat (Y)

Menurut Sugiyono (2019:69) variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel dependen atau variabel terikat dilambangkan dengan (Y). Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu minat beli konsumen (Y). Menurut John Budiman Bancin (2021) minat beli konsumen adalah kesediaan konsumen untuk membeli suatu produk berdasarkan penilaian sampai kepada keputusan untuk membeli suatu produk tersebut. Indikator yang digunakan adalah (dikembangkan dalam penelitian ini):

1. Minat Transaksional
2. Minat Referensial
3. Minat Preferensial
4. Minat Eksploratif

Tabel 3.2
Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1.	Variabel Bebas: Harga (X ₁)	Menurut Kotler (2019: 131) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan Harga 2. Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk 3. Daya Saing Harga 4. Kesesuaian Harga Dengan Manfaatnya 	Likert
2.	Variabel Bebas: Lokasi (X ₂)	Menurut Tjiptono (2017:106) lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akses 2. Visibilitas 3. Tempat Parkir yang Luas 4. Ekspansi 	Likert
3.	Variabel Bebas: Promosi (X ₃)	Menurut Laksana (2019:129) promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pesan Promosi 2. Media Promosi 3. Waktu Promosi 4. Frekuensi Promosi 	Likert

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
		menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut		
4.	Variabel Terikat: Minat Beli (Y)	Menurut John Budiman Bancin (2021) minat beli konsumen adalah kesediaan konsumen untuk membeli suatu produk berdasarkan penilaian sampai kepada keputusan untuk membeli suatu produk tersebut	1. Minat Transaksional 2. Minat Referensial 3. Minat Preferensial 4. Minat Eksploratif	Likert

3.6 Metode Analisis Data

Penelitian ini merupakan penelitian dengan menggunakan metode kuantitatif dengan dengan alat pengolahan data SPSS versi 26 yang digunakan untuk menguji apakah ada pengaruh atau tidak antara variabel independen terhadap variabel dependen secara positif dan signifikan. Berikut metode analisis data yang digunakan peneliti :

3.6.1 Uji Validitas

Menurut Ghazali (2019:5) uji validitas dalam sebuah penelitian digunakan sebagai pengukur sah atau tidaknya sebuah kuesioner. Kuesioner dianggap valid apabila pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner dapat menggambarkan sesuatu yang akan diukur. Menurut

Gunawan (2019:12) suatu pernyataan dalam sebuah kuesioner dinyatakan valid atau tidak apabila sebagai berikut :

1. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka item tersebut dinyatakan valid. Namun, apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka item tersebut dinyatakan tidak valid.
2. Jika nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka item dinyatakan valid. Begitupun dengan sebaliknya, apabila $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ maka item tersebut dinyatakan tidak valid.

Rumus :

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x) - (\sum y)}{\sqrt{n\sum x^2 - (\sum x)^2} - \sqrt{n\sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

Keterangan :

r = Koefisien korelasi

n = Jumlah subjek atau responden

x = Jumlah skor butir soal

y = Jumlah skor total

\sum_x = Jumlah skor total

\sum_y = Jumlah skor total soal

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ berarti valid

Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ berarti tidak valid

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2020:66) reliabilitas adalah salah satu cara mengukur sebuah kuesioner yang terdiri dari indikator dari sebuah peubah ataupun konstruk. Menurut Ghazali (2016:47) kuesioner

dikatakan reliabel apabila jawaban seorang responden mengenai pernyataan yang diberikan stabil atau konsisten dari waktu ke waktu.

Rumus reliabilitas sebagai berikut :

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_{2t}^2} \right)$$

Keterangan :

r_{11} = reliabilitas instrument

k = jumlah kuesioner

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varian item

σ_{2t}^2 = varian total

Kriteria Uji :

1. Apabila nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60 penelitian tersebut dikatakan reliabel.
2. Apabila nilai *Cronbach Alpha's* < 0,60 penelitian tersebut dianggap kurang reliabel.

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis model regresi yang akan digunakan dalam penelitian ini, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik agar hasil kesimpulan yang diperoleh tidak menimbulkan nilai yang bias. Adapun uji asumsi klasik dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018;161) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antar

kesalahan pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Syarat dalam melakukan uji normalitas adalah data harus terdistribusi normal. Apabila data memiliki nilai signifikansi 0,05 maka dapat dikatakan bahwa data tersebut normal. Dengan melakukan uji statistik *Kolmogorov Smirnov Test* untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak dengan rumus sebagai berikut :

$$D = \frac{\text{Max}}{f_0(X_i) - SN(X_i)}$$

$$SN(X_i) = \frac{F_i}{N}$$

Keterangan :

$f_0(X_i)$ = Fungsi distribusi yang ditentukan

$SN(X_i)$ = Distribusi frekuensi kumulasi

i = 1,2,...N

2. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2018:107) uji multikolinieritas bertujuan menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar satu atau semua variabel bebas (independen). Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dapat dilihat dari besaran *variance inflation factor (VIF)* dan *Tolerance*. Pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinieritas adalah mempunyai angka *tolerance* mendekati 1. Batas VIF adalah 10, jika nilai VIF dibawah 10, maka tidak terjadi multikolinieritas.

Tolerance mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai

tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF=1/tolerance$). Pengujian multikolinearitas dapat dilakukan sebagai berikut:

1. *Tolerance value* < 0.10 atau $VIF > 10$: terjadi multikolinearitas.
2. *Tolerance value* > 0.10 atau $VIF < 10$: tidak terjadi multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018:137) uji heteroskedastisitas bertujuan apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Pada uji heteroskedastisitas menggunakan uji *scatterplot* dan apabila hasil kurang kuat akan dilakukan uji glejser sebagai penguat uji *scatterplot*. Menurut Ghozali (2016:139) cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat grafik *scatterplot* antara nilai prediksi variabel terikat yaitu ZPRED dengan residunya SRESID dengan dasar analisis sebagai berikut.

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah adalah angka nol pada sumbu Y, maka tidak ada heteroskedastisitas.

4. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi digunakan dalam model regresi linier untuk menyelidiki hubungan antara kesalahan pengganggu pada periode t dan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$. Regresi bebas autokorelasi dianggap sebagai model regresi yang sangat baik. Hipotesis berikut dinilai menggunakan uji *Durbin-Watson* (uji DW), metode yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antar variabel:

HO : tidak ada autokorelasi ($r = 0$)

HA : ada autokorelasi ($r \neq 0$)

3.6.4 Uji Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda yang digunakan untuk menganalisis suatu variabel terikat yang dipengaruhi lebih dari satu variabel bebas. Analisis regresi linear berganda ini digunakan dengan tujuan penelitian untuk mengetahui Pengaruh Harga, Lokasi dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen pada CV. SUKSES ABADI Kecamatan Sugio Kabupaten Lamongan dengan program SPSS dalam menganalisis data. Model regresi linear berganda ditunjukkan oleh persamaan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

α = Konstanta

b_1 - b_4 = Koefisien Regresi

X_1 = Harga

X_2 = Lokasi

X_3 = Promosi

e = Standar Error

3.6.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2018:27) koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerapkan variasi variabel dependen. Nilai dari koefisien determinasi atau *R Square* berkisar antara 0-1. Nilai R^2 yang mendekati angka 0 maka hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen hasilnya semakin lemah. Sedangkan nilai yang mendekati angka 1 maka dapat dikatakan hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen hasilnya semakin kuat. Rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD = Nilai Koefisien Determinasi

r^2 = Nilai Koefisien Korelasi

3.6.6 Uji Parsial (Uji t)

Menurut Sugiyono (2018:206) uji parsial (Uji t) digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidaknya terhadap variabel dependen.

Uji t dapat dihitung dengan rumus :

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

Keterangan :

r = Koefisien korelasi

n = Jumlah sampel / responden

Dengan menggunakan tingkatan signifikansi sebesar (α) 5% atau 0,05 dan untuk menentukan nilai t_{tabel} dengan ($\alpha/2 : n - k - 1$).

Berikut kriteria pengambilan keputusannya:

1. H_0 diterima H_1 ditolak jika angka signifikansi $> 0,05$ (α) atau $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$
2. H_0 ditolak H_1 diterima jika angka signifikansi $< 0,05$ (α) atau $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$



Gambar 3.1
Kurva daerah Penerimaan dan Penolakan Pada Uji t
(Sumber : Elsa Dwi Rachmadani 2022)

3.6.7 Uji Simultan (Uji F)

Menurut Sugiyono (2018:206) Uji F bertujuan untuk menguji apakah variabel independen secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Syarat Uji F yaitu jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ atau signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya, semua variabel bebas (independen) memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat (dependen). Jika $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ atau nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya, semua variabel bebas (independen) tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat (dependen).

Uji F dapat dihitung dengan menggunakan rumus :

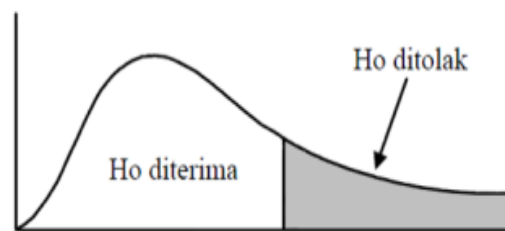
$$Fh = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Keterangan :

R^2 = Koefisien korelasi yang telah ditentukan

K = Jumlah variabel independen

n = Jumlah anggota sampel



Gambar 3.2
Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Pada Uji F
(Sumber : Elsa Dwi Rachmadani 2022)

3.7 Jadwal Penelitian

Di bawah ini peneliti memaparkan jadwal penelitian yang akan dilaksanakan untuk memudahkan dalam mengefisiensikan waktu dalam melakukan penelitian.

Tabel 3.3
Jadwal Pelaksanaan Penelitian
Fakultas Ekonomi Manajemen
Universitas Islam Lamongan

No	Uraian Kegiatan	Jadwal Kegiatan /Bulan																							
		Oktober 2022				November 2022				Desember 2022				Januari 2023				Februari 2023				Maret 2023			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul	■	■																						
2	Draf Proposal			■	■	■	■	■																	
3	Survey Awal					■	■	■																	
4	Konsultasi Proposal							■	■	■	■														
5	Proposal Jadi									■															
6	Seminar Proposal											■													
7	Proses Penelitian												■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
8	Konsultasi Penelitian													■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
9	Pembuatan Laporan															■	■	■	■	■	■	■	■	■	
10	Komperhensif																■	■	■	■	■	■	■	■	
11	Penulisan Skripsi																	■	■	■	■	■	■	■	
12	Draf Skripsi Jadi																			■	■	■	■	■	
13	Ujian Skripsi																					■	■	■	

