# BAB III
# METODE PENELITIAN

## 3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Metode survei digunakan untuk memperoleh data secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner guna mengetahui dan menganalisis pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian pada Dilla Putri Mebeul.

Menurut Sugiyono (2019:15), "metode survei merupakan metode penelitian yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah, dengan cara mengumpulkan data menggunakan instrumen penelitian seperti kuesioner, wawancara terstruktur, dan observasi." Metode ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian yang berfokus pada pengumpulan data empiris dari konsumen sebagai responden.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, karena data yang diperoleh berupa data angka yang dianalisis menggunakan teknik statistik untuk menguji hipotesis penelitian. Sugiyono (2019:16) menyatakan bahwa penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian dan analisis data bersifat statistik.

Selain itu, penelitian ini bersifat deskriptif dan verifikatif. Sifat deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai desain produk dan keputusan pembelian konsumen, sedangkan sifat verifikatif digunakan untuk menguji

kebenaran hipotesis mengenai pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian berdasarkan data yang diperoleh dari hasil survei.

## 3.2 Definisi Dan Operasional Variabel

### 3.2.1 Definisi Variabel

**1) Variabel Independen (Variabel X)**

Yaitu variabel bebas, yang tidak dipengaruh oleh variabel lainnya atau variabel yang menimbulkan variabel dependen. Variabel bebas merupakan variabel yang mepengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) (Sugiyono, 2019:24). Variabel independen dalam penelitian ini adalah Desain Produk.

**2) Variabel Dependen (Variabel Y)**

Yaitu variabel terikat, yang dipengaruhi oleh variabel lainnya atau variabel yang menjadi akibat karena adanya variabel independen. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2019:25). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian.

### 3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Menurut Nazir (2015:126) dalam (Gusman, 2025) berpendapat bahwa: "Operasional variabel adalah suatu definisi yang tersusun atas dasar kegiatan lain yang terjadi, bagaimana sifat serta cara beroprasinya dan bagaimana hal yang didefinisikan itu muncul yang harus dilakukan untuk memperoleh kontrak yang didefinisikan". Sesuai dengan judul penelitian ini, "Pengaruh Desain Produk

Terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Studi Pada Dilla Putri Mebeul)", maka terdapat dua variabel yaitu:

1) Desain Produk sebagai variabel independen atau variabel (X)
2) Keputusan Pembelian sebagai variabel dependen atau variabel (Y).

Selanjutnya operasional variabel adalah sebagai berikut:

**Tabel 3. 1**
**Operasionalisasi Variabel**

| Variabel | Konsep Variabel | Indikator | Skala |
|---|---|---|---|
| Desain Produk (Variabel X) | Desain produk dipandang sebagai karakteristik produk yang mencakup bentuk, fitur, kualitas, daya tahan, dan gaya yang bertujuan memberikan nilai serta daya tarik bagi konsumen. Desain produk yang baik mampu membedakan produk dari pesaing dan meningkatkan ketertarikan konsumen. Konsep ini didukung oleh pandangan Kotler**,** Keller**,** dan Tjiptono**.** | a. Bentuk<br>b. Fitur<br>c. Mutu<br>d. Daya tahan<br>e. Keandalan<br>f. Mudah diperbaiki<br>g. Gaya.<br>Kotler dan Amstrong (2012,410). | Interval |
| Keputusan Pembelian (Variabel Y) | Keputusan pembelian merupakan proses konsumen dalam memilih dan membeli produk berdasarkan pertimbangan terhadap atribut produk. Keputusan ini tercermin dari pemilihan produk, merek, waktu, dan jumlah pembelian. Konsep keputusan pembelian didukung oleh Kotler dan Keller serta Schiffman dan Kanuk**.** | a. Pilihan produk,<br>b. Pilihan Merek,<br>c. Pilihan Tempat<br>d. Jumlah Pembelian (Kuantitas)<br>e. Waktu Pembelian<br>f. Metode Pembayaran.<br>Kotler dan Armstrong (2016:166). | Interval |

## 3.3 Populasi Dan Sampel Penelitian

### 3.3.1 Populasi

Menurut Vogt & Johnson (2015:3) mengatakan bahwa *"Population is a group of persons (or institutions, events, or other subjects of study) that one wants to describe or about which one wants to generalize."* Yang artinya populasi adalah sekelompok orang (atau lembaga, peristiwa, atau subjek studi lainnya) yang ingin dideskripsikan atau yang ingin digeneralisasikan. Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah konsumen yang membeli produk mebeul pada Dilla Putri Mebeul. Berikut adalah data pembeli yang dilihat dari data jumlah penjualan yang tertera pada tabel dibawah:

**Tabel 3. 2**
**Data Konsumen Dilla Putri Mebeul**
**Mei-Desember 2025**

| No | Bulan | Jumlah Pembeli |
|---|---|---|
| 1 | Mei | 11 |
| 2 | Juni | 10 |
| 3 | Juli | 9 |
| 4 | Agustus | 7 |
| 5 | September | 5 |
| 6 | Oktober | 7 |
| 7 | November | 10 |
| 8 | Desember | 13 |
| **Total** | | **72 orang** |

Sumber: Data Penjualan Dilla Putri Mebeul 2025

### 3.3.2 Sampel

Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah sampling jenuh atau sensus. Teknik ini dipilih karena jumlah populasi relatif kecil, yaitu kurang dari 100 populasi, sehingga seluruh anggota populasi dijadikan sebagai sampel penelitian. Menurut Sugiyono (2019:85), sampling jenuh adalah

teknik penentuan sampel apabila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Oleh karena itu, dalam penelitian ini tidak digunakan rumus penentuan sampel seperti Slovin, melainkan seluruh populasi dijadikan responden agar hasil penelitian lebih akuran dan representatif. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah konsumen Dilla Putri Mebeul pada periode Mei-Desember 2025 yaitu sebanyak 72 orang.

## 3.4 Sumber Dan Teknik Pengumpulan Data

### 3.4.1 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa data primer dan data sekunder. Berikut adalah penjelasannya :

**a. Data Primer**

Data primer menurut Sugiyono (2019:194) adalah "Sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data." Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung pada saat melakukan penelitian. Bisa dengan cara studi lapangan dengan mengamati mengenai kebenaran data dan informasi yang mendukung dengan cara datang langsung ke Lokasi/tempat perusahaan. Atau bisa dengan interview dengan pihak Perusahaan untuk memperoleh penjelasan yang diperlukan sehubungan dengan masalah yang akan diteliti.

**b. Data Sekunder**

Data Sekunder menurut Sugiyono (2019:193) adalah "Sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpulan data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen". Data tersebut merupakan data yang diperoleh

secara tidak langsung dan data pun sudah diolah oleh pihak-pihak lain. Pada penelitian ini data sekunder diperoleh dari sumber internet atau website, jurnal-jurnal atau hasil penelitian terdahulu yang ada kaitannya dengan permasalahan yang akan diteliti.

### 3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mempermudah dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode pengumpulan data menurut Sugiyono (2017:309) sebagai berikut:

a. Observasi
   Mengadakan pengamatan secara langsung terhadap kegiatan yang terjadi dilapangan. Untuk mendapat data-data informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini.
b. Wawancara
   Bentuk komunikasi secara lisan yang bertujuan untuk memperoleh informasi tentang keadaan perusahaan.
c. Studi Pustaka
   Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan membaca buku-buku, literature, jurnal-jurnal, referensi yang berkaitan dengan penelitian ini.
d. Kuisioner
   Kuisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi serangkaian pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab oleh responden.
   Peneliti akan menguraikan jawaban responden yang di kelompokkan dalam kategori dengan skala likert sebagai berikut:

**Tabel 3. 3**
**Pembobotan Nilai Jawaban**

| No | Pilihan Jawaban | Bobot/Nilai |
|---|---|---|
| 1 | Sangat Tidak Setuju (STS) | 1 |
| 2 | Tidak Setuju (TS) | 2 |
| 3 | Kurang Setuju (KS) | 3 |
| 4 | Setuju (S) | 4 |
| 5 | Sangat Setuju (SS) | 5 |

Sumber: Sugiyono (2017)

## 3.5 Teknik Analisis Data

### 3.5.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan metode analisis yang digunakan untuk mengetahui gambaran nilai variabel independen dan variabel dependen dalam suatu penelitian. Menurut Sugiyono (2019:206), analisis 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. Analisis deskriptif daam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan statistik deskriptif yang meliputi frekuensi persentase, nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata (mean), dan standar devoasi yang bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai kecenderungan jawaban responden terhadap masing-masing variabel penelitian. Dalam penelitian ini, analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian pada Dilla Putri Mebeul berdasarkan data yang diperoleh dari hasil pengisian kuesioner yang disebarkan kepada responden yang pernah melakukan pembelian. Kuesioner disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel, yaitu desain produk dan keputusan pembelian, dengan menggunakan skala Likert yang terdiri dari kategori sangat tidak setuju, tidak setuju, kurang setuju, setuju, dan sangat setuju, di mana setiap kategori jawaban memiliki bobot penilaian tertentu. Sesuai yang tertera pada tabel 3.3.

Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis dengan menyajikan tabel frekuensi skor untuk mengetahui distribusi dan penyebaran skor jawaban responden pada masing-masing variabel penelitian. Penyajian tabel frekuensi skor bertujuan

untuk memberikan gambaran mengenai kecenderungan jawaban responden secara keseluruhan. Selanjutnya, dilakukan penentuan nilai terendah dan nilai tertinggi berdasarkan skor yang diperoleh responden, di mana nilai terendah menunjukkan skor minimum dan nilai tertinggi menunjukkan skor maksimum dari hasil pengolahan data kuesioner. Selain itu, perhitungan nilai rata-rata total dilakukan untuk mengetahui kecenderungan umum penilaian responden terhadap variabel yang diteliti.

Untuk mengetahui pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian, maka dilakukan langkah-langkah analisis deskriptif dengan cara sebagai berikut:

**a. Rumus Frekuensi & Persentase**

Untuk mengetahui distribusi data responden, digunakan analisis statistik deskriptif berupa frekuensi dan persentase**.** Analisis ini bertujuan untuk menggambarkan jumlah dan proporsi setiap kategori jawaban yang diperoleh dari responden.

**Rumus Frekuensi:**

$$f = \frac{n}{N}$$

Keterangan:

f = Frekuensi relatif

n = Jumlah kejadian atau jumlah responden pada kategori tertentu

N = Jumlah seluruh responden atau total data.

**Rumus Persentase:**

$$P = \frac{f}{N} \times 100\%$$

Keterangan:

P = Persentase

f = Frekuensi, yaitu jumlah responden pada kategori tertentu

N = Jumlah seluruh responden

**b. Nilai Minimun dan Maksimum**

Nilai minimum menunjukkan skor terendah yang diberikan responden, sedangkan nilai maksimum menunjukan skor tertinggi yang diperoleh dari hasil pengisian kuesioner.

**c. Analisis *Mean* (rata-rata)**

Untuk mengetahui nilai rata-rata *(mean)* dari skor yang diperoleh responden, digunakan perhitungan mean sebagai salah satu ukuran pemusatan data. Mean digunakan untuk menggambarkan kecenderungan umum jawaban responden terhadap variabel yang diteliti, sehingga dapat memberikan gambaran tingkat penilaian responden secara keseluruhan. Menurut Sugiyono (2019:49), *mean* merupakan nilai rata-rata yang diperoleh dengan cara menjumlahkan seluruh nilai data kemudian dibagi dengan jumlah data, sehingga hasil perhitungan mean dapat digunakan sebagai dasar dalam analisis deskriptif penelitian. Berikut ini adalah rumus rata-rata dari data tunggal:

$$\overline{X} = \frac{\sum X}{n}$$

Keterangan:

$\bar{X}$ = Mean (nilai rata-rata)

∑X = Jumlah seluruh skor yang diperoleh responden

n = Jumlah responden.

Rata-rata data memiliki frekuensi, dengan rumus sebagai berikut:

$$\bar{X} = \frac{\sum f X}{n}$$

Keterangan:

f = Frekuensi

X = Skor atau nilai data

∑(fX) = Jumlah hasil perkalian antara frekuensi dan skor

∑f = Jumlah seluruh frekuensi.

**d. Standar Deviasi**

Untuk mengetahui tingkat penyebaran data dari nilai rata-rata (mean) yang diperoleh responden, digunakan perhitungan standar deviasi. Standar deviasi digunakan untuk mengukur sejauh mana data menyebar dari nilai rata-rata, sehingga dapat diketahui tingkat variasi jawaban responden terhadap variabel yang diteliti.

$$s = \sqrt{\frac{\sum f(X - \bar{X})^2}{n - 1}}$$

Keterangan:

S = Standar deviasi

X = Skor atau nilai data

$\bar{X}$ = Mean (nilai rata-rata)

f = Frekuensis

$\sum f(X - \bar{X})^2$ = Jumlah hasil perkalian frekuensi dengan kuadrat selisih antara skor dan nilai rata-rata

∑f = Jumlah seluruh frekuensi.

Untuk mempermudah interpretasi nilai rata-rata yang diperoleh, maka digunakan kategori penilaian berdasarkan interval kelas skala likert. Penentuan interval kelas dilakukan dengan cara mengurangi skor tertinggi dengan skor terendah, kemudian dibagi dengan jumlah kategori. (Sugiyono, 2019:148):

**Tabel 3. 4**
**Kategori Penilaian Skala Likert Interval Kelas**

| Interval Nilai | Kategori |
|---|---|
| 1,00 -1,80 | Sangat Tidak Baik |
| 1,81 – 2,60 | Tidak Baik |
| 2,61 – 3,40 | Cukup Baik |
| 3,41 – 4,20 | Baik |
| 4,21 – 5,00 | Sangat Baik |

Sugiyono (2019:148).

### 3.5.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikaf merupakan analisis yang digunakan untuk membahas data kuantitatif yang bersumber dari data primer. Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian, maka dilakukan langkah-langkah pengujian statistik sebagai berikut:

**a. Uji Validitas**

Uji validitas adalah pengujian untuk mengetahui sejauh mana suatu instrumen penelitian (misalnya kuesioner atau tes) mampu mengukur apa yang seharusnya diukur sesuai dengan tujuan penelitian. Dengan kata lain, uji validitas digunakan untuk memastikan bahwa setiap butir pertanyaan benar-benar merepresentasikan variabel yang diteliti, seperti dalam penelitian ini yaitu desain produk atau keputusan pembelian. Valid tidaknya alat ukur tersebut dapat diuji dari penjumlahan semua skor pertanyaan. Apabila korelasi antara skor total masing-

masing pertanyaan signifikan, maka dapat dikatakan bahwa alat pengukur tersebut valid (Darna, *at.al.* 2023:121). Umumnya dilakukan dengan korelasi Pearson Product Moment, yaitu membandingkan: r hitung (hasil perhitungan statistik) dan r tabel (berdasarkan jumlah responden dan taraf signifikansi).

a) Jika r hitung > r tabel, maka item valid
b) Jika r hitung ≤ r tabel, maka item tidak valid.

**b. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas adalah pengujian untuk mengetahui sejauh mana suatu instrumen penelitian memberikan hasil yang konsisten dan stabil apabila digunakan berulang kali pada objek yang sama. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup. penelitian ini menggunakan teknik *alpha cronbach.* Alat ukur ini digunakan untuk mengukur tingkat konsistensi internal suatu instrumen penelitian. Semakin mendekati angka 1, maka reliabilitas instrumen semakin baik.

Kriteria:

a) $\alpha \geq 0{,}60 \rightarrow$ Instrumen reliabel
b) $\alpha < 0{,}60 \rightarrow$ Instrumen tidak reliabel

Rumusnya adalah sebagai berikut:

$$\alpha = \frac{k}{k-1}\left(1 - \frac{\Sigma S_i^2}{S_t^2}\right)$$

Keterangan:
α (alpha) : Koefisien reliabilitas instrumen
k : Jumlah item atau butir pernyataan
$S_i^2$ : Varians skor setiap item
$\Sigma S_i^2$ : Jumlah varians seluruh item

$S_t^2$ : Varians total skor instrumen.

**c. Uji Statistik Kolerasi Sederhana**

Koefisien kolerasi bertujuan untuk mengetahui arah dan kekuatan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Analisis parsial ini digunakan untuk mengetahui kekuatan hubungan antara korelasi kedua variabel dimana variabel lainnya dianggap berpengaruh dikendalikan atau dibuat tetap (sebagai variabel kontrol). Koefisien korelasi bertujuan untuk mengetahui arah dan kekuatan hubungan antara variabel independen dan dependen. Arah hubungan dalam korelasi ada dua, yaitu:

Menurut Sugiyono (2019:246) penentuan koefisien korelasi dengan menggunakan metode analisis korelasi *Pearson Product Moment* dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

Rumus korelasi *pearson product moment:*

$$r = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n\sum X^2 - (\sum X)^2)(n\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

(Sugiyono, 2019:246)

Keterangan:

r : Koefisien korelasi *Pearson*

n : Jumlah responden

X : Skor setiap butir pernyataan

Y : Skor total variabel

ΣX : Jumlah seluruh skor item

ΣY : Jumlah seluruh skor total

$\Sigma X^2$ : Jumlah kuadrat skor item

$\Sigma Y^2$ : Jumlah kuadrat skor total

$\Sigma XY$ : Jumlah hasil perkalian antara skor item dan skor total.

ssUntuk menafsirkan kekuatan hubungan digunakan skala penafsiran dari besarnya nilai korelasi sebagai berikut:

**Tabel 3. 5**
**Kategori Kuat Lemahnya Hubungan Antar Variabel**

| Interval Koefisien | Tingkat Hubungan |
|---|---|
| 0,000 – 0,199 | Sangat Lemah |
| 0,200 - 0,399 | Lemah |
| 0,400 – 0,599 | Cukup Kuat |
| 0,600 – 0,799 | Kuat |
| 0,800 – 1,000 | Sangat Kuat |

Sugiyono (2019:248)

**d. Uji Statistik Regresi Linier Sederhana**

Regresi linier sederhana merupakan salah satu teknik analisis statistik yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara satu variabel independen (X) terhadap satu variabel dependen (Y). Analisis ini juga dapat digunakan untuk memprediksi nilai variabel dependen berdasarkan perubahan yang terjadi pada variabel independen. Menurut Sugiyono (2022:300), regresi linier sederhana digunakan untuk memprediksi atau meramalkan nilai variabel dependen apabila nilai variabel independen diketahui, serta untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

$$\hat{Y} = a + bX$$

Keterangan:

$\hat{Y}$ = nilai Y yang diprediksi

X = variabel bebas

a = konstanta (intersep)

b = koefisien regresi.

**e. Analisis Koefisien Determinasi**

Koefisien determinasi merupakan ukuran untuk mengetahui kesesuaian atau ketepatan antara nilai dugaan atau garis regresi dengan data sampel. Apabila nilai koefisien korelai sudah diketahui, maka untuk mendapatkan koefisien determinasi dapat diperoleh dengan mengkuadratkan. Besarnya koefisien determinasi dapat dihitung dengan mengunakan rumus sebagai berikut:

$$kd = r^2 \text{ x } 100\%$$

Keterangan:

Kd = Koefisien determinasi atau seberapa jauh perubahan variabel terikat

$r^2$ = Korelasi beranda

Kriteria dalam melakukan analisis koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

1) Jika Kd mendeteksi nol (0), maka pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent lemah atau antara variabel tidak ada hubungan.
2) Jika Kd mendeteksi satu (1), maka pengaruh variabel independent terhadap dependent kuat dan positif.
3) Jika r = -1 atau mendekati, dikatakan bahwa hubungan antara variabel yang kuat dan negatif.

**f. Uji T**

Uji T (t- test) melakukan pengujian terhadap koefisien regresi secara parsial, pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikan peran secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan mengasumsikan bahwa

variabel independen lain dianggap konstan. (Sugiyono, 2019:250) Untuk mencari nilai t-hitung maka pengujian tingkat signifikan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\mathbf{t}=\frac{\sqrt[r]{\boldsymbol{n-2}}}{\sqrt{\boldsymbol{1-r^2}}}$$

Sumber: Sugiyono (2019:250)

Keterangan:

r = Korelasi

n = Banyaknya sampel

t = Tingkat signifkan ($t_{hitung}$) yang selanjutnya dibandingkan dengan $t_{tabel}$

Kemudian menentukan model keputusan dengan menggunakan statistik uji t, dengan melihat asumsi sebagai berikut:

Interval keyakinan α = 0,05

Derajat kebebasan = n-2

Dari hasil hipotesis $t_{hitung}$ dibandingkan $t_{tabel}$ dengan ketentuan uji kriterian sebagai berikut:

a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada α = 0,05 (5%) maka $H_0$ ditolak dan $H_1$ diterima (berpengaruh)

b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada α = 0,05 (5%)S maka $H_0$ diterima dan $H_1$ ditolak (tidak berpengaruh).

### 3.6 Tempat Dan Waktu Penelitian

#### 3.6.1 Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada konsumen Dilla Putri Mebeul yang berlokasi disekitar Ciamis. Khususnya di Desa Sukamulya, Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis.

#### 3.6.2 Waktu Penelitian

Waktu yang digunakan untuk melakukan penelitian ini dimulai dari bulan November sampai dengan Mei. Adapun untuk lebih jelaskan, peneliti akan menyajikan dalam bentuk tabel dibawah ini:

**Tabel 3. 6**
**Rencana Pelaksanaan Penelitian**

| No<br>Jenis Kegiatan | Waktu Penelitian | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 2025 | | 2026 | | | | | | |
| | Nov | Des | Jan | Feb | Mar | Apr | Mei | Juni | Juli |
| 1. Persiapan Penelitian | | | | | | | | | |
| a. Studi Pustaka dan Pra Survey | | | | | | | | | |
| b. Penyusunan Usulan Penelitian | | | | | | | | | |
| c. Seminar UP | | | | | | | | | |
| d. Penyelesaian Usulan Penelitian | | | | | | | | | |
| 2. Pelaksanaan Penelitian Lapangan | | | | | | | | | |
| 3. Penulisan Skripsi | | | | | | | | | |
| 4. Sidang Skripsi | | | | | | | | | |