

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Metode penelitian digunakan untuk mengumpulkan data dengan tujuan-tujuan tertentu dan tersusun secara sistematis, dengan salah satu tujuannya adalah demi kepentingan akademis. Hal ini sejalan dengan penuturan Sugiyono (2013), bahwa metode penelitian ialah pendekatan ilmiah untuk memperoleh informasi atau data dengan kepentingan dan manfaat tertentu. Metode penelitian didasarkan pada sifat-sifat keilmuan seperti rasional, empiris, dan sistematis. Raco (2010) menggambarkan metode penelitian sebagai kegiatan ilmiah yang direncanakan, terstruktur, dan dilakukan secara sistematis untuk mencapai tujuan teoritis atau praktis. Dengan demikian, metode penelitian yang diterapkan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif.

Penelitian yang bertujuan untuk menginvestigasi suatu keadaan, kondisi, atau permasalahan lain yang kemudian hasilnya disuguhkan dalam wujud laporan penelitian disebut sebagai metode penelitian deskriptif (Arikunto, 2013). Metode penelitian deskriptif dapat menganalisis objek dari segi struktur, aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan, dan perbedaan antar fenomena yang ditemukan di lapangan. Sugiyono (2013) menjelaskan bahwa metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang didasarkan pada filsafat positivisme. Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data dalam pengujian hipotesis dan mengevaluasi populasi dan sampel yang ditentukan dengan instrumen penelitian untuk analisis statistik.

B. Objek Penelitian

Objek penelitian merujuk pada suatu atribut atau nilai yang dimiliki dari individu, objek, atau aktivitas dengan variasi tertentu yang dipilih oleh peneliti untuk dianalisis dan ditentukan kesimpulannya (Sugiyono, 2013). Objek dalam penelitian ini adalah aktivitas *delivery service* yang terjadi di Kantor Cabang Utama JNE Bandung yang dalam operasionalnya turut membawahi beberapa kantor perwakilan, dengan lokasi penelitian yang berada di JNE Center Soekarno Hatta, JNE Station Center Gedebage, Kantor Perwakilan JNE Naripan, Kantor Cabang JNE Kawalayaan, dan JNE Cabang Setrasari. Pembagian sistem operasional dari kelima kantor perwakilan ini didasarkan pada topologi atau tata letak *counter* untuk *walk-in customer* dengan pembagian yang didasarkan oleh JNE sendiri sebagai berikut.

1. JNE Center Soekarno Hatta beroperasi di wilayah selatan Bandung sekaligus menjadi *outbound area* untuk barang-barang yang akan dikirim ke luar Kota dan Kabupaten Bandung.
2. JNE Station Center Gedebage beroperasi sebagai *inbound area* sekaligus gudang untuk barang-barang kiriman yang akan masuk ke Kota atau Kabupaten Bandung.
3. Kantor Perwakilan JNE Naripan beroperasi di wilayah tengah Bandung.
4. Kantor Cabang JNE Kawalayaan beroperasi di wilayah timur Bandung dan bertugas sebagai kantor *pick up* barang yang berasal dari beragam *counter* dan agen yang tersebar di penjuru Bandung.
5. JNE Cabang Setrasari beroperasi di wilayah utara Bandung dan bertugas sebagai Departemen *Marketing* dari Kantor Cabang Utama JNE Bandung.

C. Populasi dan Sampling

1. Populasi

Populasi merupakan jumlah seluruh objek atau subjek yang memiliki ciri-ciri khusus yang peneliti tentukan untuk diteliti dan ditarik kesimpulannya (Sujarweni, 2014). Karena masa Ramadan memungkinkan terjadinya perubahan pola konsumsi dan pembelanjaan yang berimbas kepada perubahan volume pengiriman barang, maka populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah menggunakan jasa pengiriman barang di Kantor Cabang Utama JNE Bandung JNE Bandung selama Ramadan di tahun 2024. Pemilihan data tahun 2024 didasarkan karena perekonomian dunia telah pulih dan stabil dari pandemi Covid-19, serta terjadinya peningkatan permintaan pengiriman barang yang berdampak pada pertumbuhan perusahaan jasa pengiriman barang. Berdasarkan data yang diperoleh di lapangan melalui PIC dan staf *counter* dari kelima kantor perwakilan, terdapat sekitar 100 orang yang melakukan pengiriman dan penerimaan barang di setiap harinya selama Ramadan melalui Kantor Cabang Utama JNE Bandung. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa total populasi dalam penelitian adalah 15.000 orang.

2. Sampling

Sugiyono (2017) menyatakan bahwa sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi disebut sebagai sampel. Sampel pada penelitian ini adalah sebagian dari seluruh konsumen yang menggunakan jasa pengiriman barang di Kantor Cabang Utama JNE

Bandung JNE Bandung selama Ramadan 2024, dan ditentukan berdasarkan metode *non probability sampling*. *Non probability sampling* merupakan suatu metode pengambilan sampel yang dilakukan dengan memberikan kesempatan yang tidak sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih sebagai sampel (Sugiyono, 2017). Metode *non probability sampling* yang digunakan adalah *accidental sampling*. *Accidental sampling* ketika sampel diambil secara kebetulan, yakni siapa pun orang yang ditemui dan cocok sebagai sumber data, maka akan dijadikan sampel (Sugiyono, 2017). *Accidental sampling* digunakan karena jumlah anggota populasi dalam penelitian tidak diketahui secara pasti dalam kurun waktu tersebut. Responden, dalam hal ini adalah konsumen layanan Kantor Cabang Utama JNE Bandung, menerima kuesioner dari dalam format pranala Google Form yang telah disusun.

Untuk mendapatkan jumlah minimum sampel dari populasi yang terlalu besar dan tidak terdefinisi, digunakanlah tabel Isaac dan Michael yang terdapat dalam Sugiyono (2019) dan dijelaskan sebagai berikut.

TABEL 2
TABEL PERHITUNGAN JUMLAH SAMPEL MENURUT ISAAC DAN MICHAEL

N	Sampel		
	1%	5%	10%
10	10	10	10
15	15	14	14
...
950000	663	348	271
100000	663	348	271
∞	664	349	272

Sumber: Sugiyono, 2013

Berdasarkan perhitungan dalam Tabel Isaac dan Michael di atas dan merujuk pada penggunaan taraf kesalahan sebesar 10% untuk populasi sebanyak 15.000 orang, maka minimum besarnya sampel yang harus digunakan adalah 272 responden. Dengan adanya pembulatan ke atas, maka minimum sampel menjadi 300 orang responden. Adapun pengambilan responden disesuaikan dengan kriteria inklusi yang telah ditetapkan, yakni bersedia menjadi responden, berdomisili di Bandung dan sekitarnya, serta berusia minimal 17 tahun ketika menggunakan layanan Kantor Cabang Utama JNE Bandung.

D. Metode Pengumpulan Data

Berikut adalah metode pengumpulan data yang digunakan.

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik atau metode pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam proses penelitian karena tujuan utama dari penelitian adalah memperoleh data (Sugiyono, 2017). Pengumpulan data merujuk pada aktivitas seorang peneliti dalam mengumpulkan seluruh data relevan dengan penelitian yang dilakukan, dengan maksud untuk membantu menjawab pertanyaan penelitian dan menguji hipotesis yang diajukan. Berikut merupakan teknik pengumpulan data yang diterapkan dalam penelitian ini.

a. Kuesioner

Kuesioner merupakan metode pengumpulan data di mana responden mengisi serangkaian pertanyaan secara menyeluruh kemudian mengembalikannya kepada peneliti (Sugiyono, 2017). Kuesioner digunakan sebagai media survei dan untuk mengidentifikasi seberapa baik kinerja *delivery service* Kantor Cabang Utama JNE Bandung selama Ramadan dari perspektif konsumen. Distribusi kuesioner dilakukan dengan membagikan pranala Google Form kepada konsumen yang pernah menggunakan layanan pengiriman melalui Kantor Cabang Utama JNE Bandung selama Ramadan 2024, baik konsumen yang ditemukan di lima kantor perwakilan maupun melalui *online*. Bentuk Google Form dipilih dengan harapan memudahkan responden untuk mengisi melalui ponsel pribadi di waktu senggang.

b. Wawancara

Sugiyono (2017) mengutarakan bahwa wawancara merupakan pertemuan antara dua orang yang saling bertukar informasi melalui tanya jawab, dengan tujuan untuk menciptakan makna akan suatu topik tertentu. Pengumpulan data dalam penelitian ini tidak hanya berdasar pada kuesioner, tetapi turut dilengkapi dengan wawancara semi terstruktur kepada responden untuk menggali informasi yang relevan terkait dengan kinerja *delivery service* yang selama ini dilakukan JNE Bandung melalui perspektif konsumen serta kepada beberapa staf *counter* hingga PIC dari beberapa kantor perwakilan di bawah Kantor Cabang Utama JNE Bandung untuk mengetahui bagaimana penerapan prosedur *delivery service* yang dilakukan selama Ramadan.

c. Studi Kepustakaan

Pengumpulan data dalam penelitian ini tidak hanya bersumber dari responden (sampel), tetapi penulis turut mengumpulkan data dengan membaca, memahami, dan menganalisis buku, jurnal, hingga artikel kredibel yang berkaitan dengan variabel yang diteliti. Martono (dalam (Syafitri *et al.*, 2022) mengemukakan bahwa studi kepustakaan dilakukan untuk meningkatkan pengetahuan tentang berbagai konsep yang dijadikan landasan atau pedoman dalam kegiatan penelitian.

2. Alat Kumpul Data

Alat kumpul data atau instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan oleh peneliti untuk memperoleh data, guna menjawab masalah

penelitian dan mencapai tujuan penelitian (Sukarnyana *et al.*, 2003). Terdapat tiga jenis alat pengumpul data yang digunakan dalam penelitian ini.

a. Kuesioner

Daftar pernyataan dalam bentuk kuesioner yang diakses melalui Google Form, yang berisi 26 butir pernyataan dan disusun secara tertulis untuk memperoleh data ordinal berupa jawaban responden. Penelitian ini menggunakan Skala Likert dengan lima pilihan jawaban untuk mengukur pendapat, sikap, dan pemahaman individu atau kelompok terhadap fenomena sosial yang ada (Sugiyono, 2017). Berikut ini adalah jawaban Skala Likert yang digunakan dalam penelitian ini.

TABEL 3
SKALA LIKERT PENELITIAN

Kategori	Skor Penilaian
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-Ragu (R)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono, 2013

Kuesioner yang disebar merupakan *close ended questionnaire* (kuesioner tertutup), di mana responden hanya perlu memilih jawaban yang paling sesuai dengan diri mereka di antara jawaban yang telah tersedia.

b. Pedoman Wawancara

Dalam penelitian ini, penulis berperan sebagai pewawancara dan berkesempatan untuk mengajukan pertanyaan kepada narasumber. Dikarenakan bentuk wawancara yang berupa wawancara semi terstruktur, maka penulis hanya melontarkan pernyataan secara umum sehingga lebih mudah beradaptasi dengan kondisi narasumber.

c. Studi Kepustakaan

Digunakan pula studi kepustakaan melalui buku, artikel jurnal, hingga bantuan dari penelitian sebelumnya untuk mendapatkan informasi yang lebih lengkap dan terarah mengenai apa yang hendak diteliti. Studi kepustakaan menjadi sumber pelengkap dalam penelitian ini.

E. Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian ialah karakteristik atau sifat dari individu, objek, atau kegiatan dengan variasi atau diferensiasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, lalu ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Variabel penelitian yang digunakan harus dapat diinterpretasikan dengan baik, secara konseptual maupun operasional (Bahri, 2018). Penulis merumuskan sebuah variabel tunggal yang digunakan dalam penelitian ini, yakni variabel kinerja *delivery service*. Variabel kinerja *delivery service* didasarkan pada *Pickup and Delivery Service Theory* oleh Dinitzen dan Bohlbro (2013) dan didefinisikan sebagai salah satu bentuk jasa yang memungkinkan konsumen mengirimkan barang pesanan mereka ke lokasi yang mereka pilih (Mawarsari, dalam Lubis & Fitriasa, 2021). *Delivery service* dipengaruhi oleh tujuh indikator, berupa:

(1) *Delivery Time* (Waktu Pengiriman), (2) *Delivery Flexibility* (Fleksibilitas Pengiriman), (3) *Delivery Accuracy* (Akurasi Pengiriman), (4) *After-Sales Service* (Layanan Purna Jual), (5) *Order Management* (Manajemen Pemesanan), (6) *Marketing and Communication* (Pemasaran dan Komunikasi), (7) *E-Information* (Informasi Elektronik).

TABEL 4
MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL

Variabel	Dimensi	Indikator	Nomor Item	
<p><i>Delivery Service</i> adalah seluruh proses pengambilan barang dari lokasi yang ditentukan (<i>pick up</i>) dan mengantarkannya ke tujuan yang ditentukan (<i>delivery</i>). Layanan ini merupakan komponen penting dari logistik dan manajemen rantai pasok, yang bertujuan untuk memastikan pergerakan barang yang efisien dan tepat waktu. (Dinitzen & Bohlbro, 2013)</p>	<i>Delivery Time</i>	Estimasi waktu pengiriman	1	
		Kecepatan pengiriman	2	
	<i>Delivery Flexibility</i>	Fleksibilitas produk		3
				4
		Fleksibilitas jumlah dan jenis kiriman	5	
		Fleksibilitas waktu	6	
		Fleksibilitas tempat jangkauan	7	
	<i>Delivery Accuracy</i>	Informasi waktu	8	
		Jumlah pesanan yang diterima	9	
		Jenis barang	10	
		Kondisi barang	11	
		Kesesuaian alamat pengiriman	12	
	<i>After-Sales Service</i>	Pengajuan klaim	13	
		Garansi barang	14	
		Bantuan informasi	15	
	<i>Order Management</i>	Kejelasan proses	16	
		Penundaan pengiriman	17	
		Kecepatan dan ketanggapan menyelesaikan keluhan	18	

TABEL 4
MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL
(LANJUTAN)

Variabel	Dimensi	Indikator	Nomor Item
<i>Delivery Service</i>	<i>Marketing and Communication</i>	Pemasaran	19
			20
		Komunikasi kepada konsumen	21
	<i>E-Information</i>	Informasi layanan	22
		Konten media sosial	23
		Informasi <i>tracking</i>	24
		Metode pembayaran	25
		Keamanan data konsumen	26

Sumber: Dinitzen dan Bohlbro, 2013

F. Analisis Data

Analisis data adalah metode pengambilan dan pengumpulan data dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan sumber lainnya secara sistematis, agar data lebih mudah dipahami dan temuannya dapat dikomunikasikan kepada khalayak (Bogdan dalam Sugiyono, 2013). Berikut adalah proses analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini.

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah metode analisis data yang digunakan untuk mengelaborasi atau menafsirkan data yang telah dikumpulkan tanpa membuat kesimpulan yang dapat digeneralisasi dan diterima oleh umum (Sugiyono, 2013). Analisis deskriptif menyajikan data dengan diagram, tabel, dan perhitungan *mean*. Penulis menggunakan metode analisis ini untuk mengetahui kinerja *delivery service* yang dilakukan oleh JNE

Bandung selama Ramadan. Dalam pengolahan data penelitian ini, penulis memanfaatkan alat bantu hitung berupa SPSS, untuk menghitung hasil jawaban responden.

Setelah ketujuh indikator dalam penelitian ini mempunyai jumlah, maka diambil rata-rata (*mean*) untuk mengetahui besaran skor dari setiap dimensi *delivery service*. Penulis kemudian menempatkan besaran skor tersebut dalam sebuah garis kontinum untuk menentukan kategori dari rata-rata hasil jawaban. *Mean* atau rata-rata adalah sebuah nilai yang mewakili dari kumpulan data yang dihasilkan. Berikut adalah rumus untuk mencari nilai rata-rata.

$$M = \frac{\sum x}{n}$$

Keterangan:

M = *Mean* atau rata-rata

$\sum x$ = Jumlah nilai ke-1 sampai ke- n

n = Jumlah Data

Setelah nilai rata-rata diketahui, maka hasil tersebut digunakan untuk mengategorikan nilai rata-rata jawaban responden pada setiap dimensi penelitian dengan menampilkan hasilnya menjadi sebuah garis kontinum yang menggunakan rumus sebagai berikut.

$$\text{Nilai Jenjang Interval} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Jawaban}}$$

Dapat diketahui kategori skala berdasarkan hasil data yang didapatkan dari perhitungan di atas, sebagai berikut.

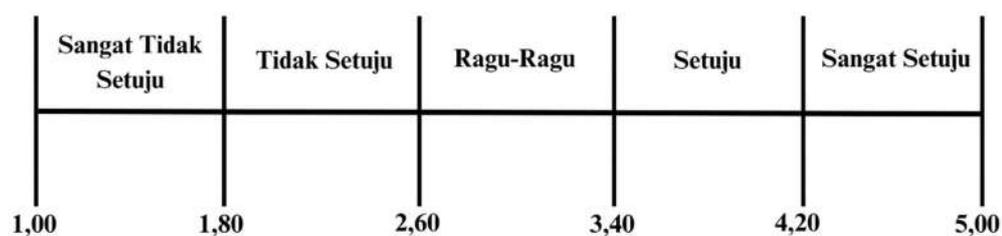
TABEL 5
KATEGORI SKALA

Kategori	Skala
Sangat Tidak Setuju	1,00 - 1,80
Tidak Setuju	1,81 - 2,60
Ragu-Ragu	2,61 - 3,40
Setuju	3,41 - 4,20
Sangat Setuju	4,21 - 5,00

Sumber: Sugiyono, 2013

Setelah nilai rata-rata jawaban telah diketahui, kemudian hasil tersebut diinterpretasikan menggunakan garis kontinum yang digambarkan sebagai berikut.

GAMBAR 4
GARIS KONTINUM



Sumber: Sugiyono, 2013

2. Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan sebelum suatu kuesioner siap digunakan atau disebarluaskan untuk mengetahui valid tidaknya suatu kuesioner

(Ghozali, 2009). Apabila suatu tes menjalankan fungsi ukurannya atau memberikan hasil sesuai dengan tujuan penggunaan tes, maka tes dapat dikatakan memiliki validitas tinggi. Oleh sebab itu, penulis menggunakan uji ini untuk membuktikan bahwa setiap pernyataan yang diberikan adalah valid.

Uji validitas dapat dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} . Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pernyataan atau pertanyaan dinyatakan valid. Sugiyono (2013) berpendapat bahwa dibutuhkan paling sedikit 30 responden untuk dapat melakukan uji validitas dan reliabilitas. Penilaian pengambilan keputusan yang dilakukan adalah sebesar $\alpha = 10\%$, sehingga apabila data memiliki nilai signifikansi $< 0,10$, maka dapat dinyatakan valid. Untuk mengetahui validitas dari jumlah skor *item* instrumen yang dikorelasikan dengan jumlah skor total (*Corrected Item-Total Correlation*), digunakanlah rumus Korelasi *Product Moment* dari Pearson sebagai berikut.

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

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien Korelasi *Product Moment*

x = Skor Butir Pertanyaan untuk Responden

y = Skor Total Variabel untuk Responden

n = Jumlah Responden

Σx^2 = Kuadrat dari Jumlah X

$$\Sigma y^2 = \text{Kuadrat dari Jumlah } Y$$

Uji validitas dapat dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} . Penulis menggunakan *software* IBM SPSS *Statistics 27* untuk melakukan penghitungan uji validitas instrumen kinerja *delivery service* berdasarkan data yang terkumpul dari 30 responden dengan signifikansi sebesar 0,05, dalam penyajian sebagai berikut.

TABEL 6
VALIDITAS ITEM VARIABEL KINERJA DELIVERY SERVICE

Dimensi	Nomor Item	r_{hitung}	\approx	r_{tabel}	Kesimpulan
<i>Delivery Time</i>	1	0,758	>	0,306	VALID
	2	0,787	>	0,306	VALID
<i>Delivery Flexibility</i>	3	0,784	>	0,306	VALID
	4	0,700	>	0,306	VALID
	5	0,699	>	0,306	VALID
	6	0,711	>	0,306	VALID
	7	0,722	>	0,306	VALID
<i>Delivery Accuracy</i>	8	0,791	>	0,306	VALID
	9	0,726	>	0,306	VALID
	10	0,782	>	0,306	VALID
	11	0,773	>	0,306	VALID
	12	0,783	>	0,306	VALID
<i>After-Sales Service</i>	13	0,819	>	0,306	VALID
	14	0,745	>	0,306	VALID
	15	0,620	>	0,306	VALID
<i>Order Management</i>	16	0,764	>	0,306	VALID
	17	0,790	>	0,306	VALID
	18	0,705	>	0,306	VALID
<i>Marketing and Communication</i>	19	0,747	>	0,306	VALID
	20	0,798	>	0,306	VALID
	21	0,809	>	0,306	VALID

TABEL 6
VALIDITAS *ITEM* VARIABEL KINERJA *DELIVERY SERVICE*
(LANJUTAN)

Dimensi	Nomor Item	r_{hitung}	\approx	r_{tabel}	Kesimpulan
<i>E-Information</i>	22	0,797	>	0,306	VALID
	23	0,732	>	0,306	VALID
	24	0,858	>	0,306	VALID
	25	0,724	>	0,306	VALID
	26	0,840	>	0,306	VALID

Sumber: Data Uji Coba Instrumen Penelitian, 2024

Tabel 6 di atas menunjukkan bahwa seluruh *item* pernyataan dari setiap dimensi dalam variabel kinerja *delivery service* dinyatakan valid untuk digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian ini, dengan perolehan nilai r_{tabel} adalah 0,3550.

3. Uji Reliabilitas

Selain melakukan uji validitas sebelum menyebarluaskan kuesioner, dilakukan pula uji reliabilitas. Pengujian reliabilitas adalah alat yang digunakan untuk mengetahui konsistensi suatu instrumen pengukuran yang menggunakan kuesioner (Bahri, 2018). Sejalan dengan hal ini, Ghozali (2018) menuturkan bahwa reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang menjadi indikator dari variabel atau konstruk.

Uji reliabilitas ini dilakukan dengan menggunakan acuan Alpha Cronbach dan bantuan SPSS. Suatu variabel dapat dianggap reliabel apabila memiliki nilai Alpha Cronbach > 0,6. Jika nilai Alpha Cronbach memiliki

angka $< 0,6$, maka instrumen penelitian tidak reliabel untuk digunakan. Adapun rumus reliabilitas Alpha Cronbach sebagai berikut.

$$r_{11} = \left(\frac{\kappa}{\kappa - 1} \right) \left(1 - \frac{\Sigma\sigma_n^2}{\sigma_n^2} \right)$$

Keterangan:

r_{11} = Koefisien Reliabilitas Instrumen

κ = Banyaknya Butir Pertanyaan

$\Sigma\sigma_n^2$ = Jumlah Varian Butir

σ_n^2 = Varian Total

Melalui penghitungan uji reliabilitas atas 30 data responden terhadap kinerja *delivery service*, dapat diperlihatkan hasil sebagai berikut.

TABEL 7
RELIABILITAS *ITEM* VARIABEL KINERJA *DELIVERY SERVICE*

Variabel	Cronbach's Alpha	Hasil
Kinerja <i>Delivery Service</i>	0,970	RELIABEL

Sumber: Data Uji Coba Instrumen Penelitian, 2024

Berdasarkan Tabel 7, hasil pengujian reliabilitas atas seluruh *item* pernyataan kinerja *delivery service* menunjukkan bahwa nilai Alpha Cronbach $> 0,60$. Dengan demikian, maka semua indikator dari setiap dimensi variabel kinerja *delivery service* dinyatakan reliabel untuk digunakan sebagai alat ukur variabel.

G. Jadwal Penelitian

TABEL 8
JADWAL PENELITIAN

No.	Nama Kegiatan	Bulan							
		Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agu
1.	Penyusunan dan Pengajuan TOR								
2.	Pengajuan dan Pembagian Dosen Pembimbing								
3.	Penyusunan Proposal Usulan Penelitian								
4.	Pengumpulan Proposal Usulan Penelitian								
5.	Seminar Usulan Penelitian								
6.	Penyebaran Kuesioner dan Olah Data								
7.	Pengumpulan Hasil Proyek Akhir								
8.	Sidang Proyek Akhir								

Sumber: Pedoman Jadwal Penelitian Politeknik Pariwisata NHI Bandung, 2024