

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan pada Mahasiswa/i UIN Suska Riau yang berlokasi di Jln. H.R Soebrantas, No.155, Km. 18, Simpang Baru, Panam, Pekanbaru.

Penelitian ini dimulai pada bulan Januari – Juli 2018.

#### 3.2 Jenis dan Sumber Data

Data yang dibutuhkan untuk analisis pada penelitian ini dikumpulkan dari sumber data primer dan sekunder dengan ketentuan sebagai berikut :

##### 3.2.1 Data primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. (Siregar, 2013:16).

Data Primer yaitu data yang langsung peneliti peroleh dari jawaban responden terhadap kuisisioner tentang “Analisis Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Fitur dan Harga terhadap Keputusan Pembelian smartphone merek Xiaomi (Studi kasus pada mahasiswa UIN Suska Riau) yang dibagikan kepada mahasiswa di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

##### 3.2.2 Data sekunder

Data sekunder adalah data yang sudah jadi atau data yang sudah ada sebagai hasil penelitian orang lain, namun perlu dianalisa kembali sebagai pelengkap terhadap data primer atau objek yang diteliti. Data ini biasanya

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

diperoleh melalui dokumen-dokumen, buku-buku, laporan-laporan atau hasil ilmiah lainnya yang ada kaitannya dengan penelitian tentang Analisis Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Fitur dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone merek Xiaomi Studi kasus pada Mahasiswa UIN Suska Riau

### 3.3 Populasi dan Sampel

#### 3.3.1 Populasi

Menurut (Sugiyono, 2013:119) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi yang diambil adalah jumlah Mahasiswa UIN Suska Riau yang memakai produk Smartphone merek Xiaomi. Karena jumlah Mahasiswa UIN Suska Riau yang memakai produk Smartphone merek Xiaomi tidak diketahui secara pasti, maka jumlah populasi penelitian ini tidak diketahui secara pasti.

#### 3.3.2 Sampel

Karena Jumlah Populasi penelitian tidak diketahui secara pasti, Menurut Irwan, 1995 : 58 dalam Sukandarrumidi dan Haryanto (2014:14) menyatakan agar penelitian dapat dianalisis dengan statistic jumlah sampel yang diambil minimum 30 responden, dan ada pula yang menyarankan jumlah sampel minimum 100 responden. Jadi, dalam penelitian ini sampel yang diambil adalah 100 responden Mahasiswa yang menggunakan produk Smartphone Xiaomi di UIN Suska Riau.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik metode *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi obyek atau situasi sosial yang diteliti (Sugiyono, 2013:219). Adapun kriteria sampel dalam penelitian ini adalah, sampel merupakan Mahasiswa UIN Suska Riau dan Mahasiswa yang menggunakan Smartphone merek Xiaomi.

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini yaitu Kuisisioner. Kuisisioner menurut Sugiyono (2009:199) Kuisisioner yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab oleh responden. Dengan menyebarkan pertanyaan atau kuisisioner kepada responden / konsumen yang menggunakan produk smartphone merek Xiaomi

Pertanyaan pada angket berpedoman pada indikator-indikator variabel, pengerjaannya dengan memilih salah satu *alternative* jawaban yang telah disediakan. Setiap butir pertanyaan disertai lima jawaban dengan menggunakan skala skor nilai..

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 3.5 Teknik Analisis Data

#### 3.5.1 Teknik skala pengukuran

Untuk keperluan analisis, penulis mengumpulkan dan mengolah data yang diperoleh dan kuesioner dengan cara memberikan bobot penilaian setiap jawaban pertanyaan berdasarkan skala Likert menurut (Siregar, 2013:25), skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena social.

Adapun bobot penelitian terhadap jawaban kuesioner adalah sebagai berikut

Jawaban	Bobot
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-ragu (RR)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

#### 3.5.2 Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif adalah analisis yang digunakan untuk mengolah data yang pertanyaan yang berupa kuesioner kedalam bentuk angka-angka dan perhitungan dengan metode statistik. Dalam penelitian ini menggunakan program SPSS 22.

#### 3.5.3 Analisis deskriptif

Analisis deskriptif adalah analisis tentang karakteristik dari suatu keadaan objek yang diteliti. Analisis ini mengemukakan data-data responden seperti jenis kelamin usia atau pekerja.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 3.6 Uji Kualitas Data

Untuk menemukan batas-batas kebenaran, ketetapan alat ukur (kuesioner) suatu indikator variabel penelitian dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

#### 3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu item dikatakan valid jika nilai *corrected item-total correlation* lebih besar dibandingkan 0,3 seperti yang dijelaskan oleh **Sugiyono** dalam (**Siregar, 2013:47**) yang mengatakan bila korelasi tiap faktor positif dan besarnya 0,3 ke atas maka faktor tersebut merupakan *construct* yang kuat. Item kuesioner yang valid dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya.

#### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Dalam (**Siregar, 2013:55**) reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Metode yang digunakan adalah *Cronbach's Alpha* yaitu metode yang menghitung reliabilitas suatu tes yang mengukur sikap atau perilaku. Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan *reliabel* dengan menggunakan teknik *Cronbach's Alpha* bila koefisien realibilitas besar dari 0,6 ( $r > 0,6$ )

#### 3.6.3 Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk menguji apakah nilai residual yang telah distandarisasi pada model regresi berdistribusi normal atau

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tidak. Nilai residual bisa dikatakan berdistribusi normal jika nilai residual terstandarisasi tersebut sebagian besar mendekati nilai rata-ratanya. Nilai residual terstandarisasi yang berdistribusi normal jika digambarkan dengan bentuk kurva akan membentuk gambar lonceng (*bell-shaped curve*) yang kedua sisinya melebar sampai titik terhingga. Dan berdasarkan grafiknya terlihat bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal. (Suliyanto, 2011: 71).

### 3.7 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik antara lain meliputi :

#### 3.7.1 Uji Autokorelasi

Autokorelasi merupakan korelasi atau hubungan yang terjadi antara anggota-anggota dari serangkaian pengamatan yang pada waktu yang berbeda. Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi (Ghozali, 2006:95).

Pengujian ini dilakukan Durbin-Watson (tabel DW Test), dasar pengambilan keputusan adalah (Ghozali, 2006:96):

- a. Jika  $dw < dL$  maka terdapat autokorelasi positif,
- b. Jika  $dw > dU$  maka tidak terdapat autokorelasi positif,
- c. Jika  $dL < dw < dU$  maka pengujian tidak meyakinkan atau tidak dapat disimpulkan.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 3.7.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variance dan residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika *Variance* dan residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka terjadi Heteroskedastisitas. Salah Satu cara Uji Heteroskedastisitas adalah dengan metode *Rank Spearman* ditujukan dari masing-masing Variabel bebas dengan nilai *absolute* residualnya. Jika nilai Signifikan lebih besar dari nilai alpha ( $\text{sig} > \alpha$ ) atau apabila  $t$  hitung  $< t$  table maka tidak terjadi Heteroskedastisitas.

### 3.7.3 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi yang terbentuk ada korelasi yang tinggi atau sempurna di antara variabel bebas atau tidak. Salah satu cara untuk menguji multikolinieritas dalam model regresi adalah dengan melihat nilai TOL (*Tolerance*) dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya. (Gujarati, 1995 dalam Suliyanto 2011: 82).

## 3.8 Analisis Linear Berganda

Untuk pengujian hipotesis, data yang diolah dan dianalisis dengan menggunakan teknik analisis Regresi Linear Berganda. Analisis ini digunakan untuk membuat prediksi (ramalan) tentang seberapa besarnya pengaruh nilai variable terhadap keputusan pembelian konsumen. Formula untuk regresi linear berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + e$$

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dimana :

Y	= Keputusan Pembelian
a	= Konstanta
$b_1$	= Koefisien Regresi Brand Image
X1	= Brand Image
$b_2$	= Koefisien Regresi Brand Trust
X2	= Brand Trust
$b_3$	= Koefisien regresi Fitur
X3	= Fitur
$b_4$	= Koefisien regresi Harga
X4	= Harga
e	= error

### 3.9 Uji Hipotesis

#### 3.9.1 Uji Signifikan Parsial (Uji T)

Uji secara parsial (Uji T) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variable independen (X1,X2,X3, dan X4) secara parsial terhadap variable dependen (Y) dengan asumsi variable lainnya adalah konstan. Adapun kriteria pengambilan keputusan yang digunakan dalam uji ini adalah :

1. Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $sig < \alpha$  maka:

$H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya, Brand Image, Brand Trust, Fitur, dan Harga mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap



## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Keputusan pembelian smartphone merek Xiaomi (Studi kasus pada Mahasiswa UIN Suska Riau)

2. Apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $Sig > \alpha$  maka:

$H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Artinya, Brand Image, Brand Trust, Fitur, dan Harga tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap Keputusan pembelian smartphone merek Xiaomi (Studi kasus pada Mahasiswa UIN Suska Riau)

### 3. 9. 2 Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji secara simultan (Uji F) digunakan untuk mengetahui seberapa besar variable independen ( $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$ , dan  $X_4$ ) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variable dependen.

Analisa uji F dilakukan dengan membandingkan F hitung dan F tabel. Sebelum membandingkan nilai F, harus ditentukan tingkat kepercayaan ( $1 - \alpha$ ) dan derajat kebebasan (*degree of freedom*)  $- n - (k+1)$  agar dapat ditentukan nilai kritisnya. Adapun nilai Alpha yang digunakan dalam penelitian ini adalah 0,05. Dimana kriteria pengambilan keputusan yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $sig < \alpha$  maka:

$H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya, Brand Image, Brand Trust, Fitur, dan Harga mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap Keputusan pembelian smartphone merek Xiaomi (Studi kasus pada Mahasiswa UIN Suska Riau)

2. Apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  atau  $sig > \alpha$  maka:

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

$H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Artinya, Brand Image, Brand Trust, Fitur, dan Harga tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap Keputusan pembelian smartphone merek Xiaomi (Studi kasus pada Mahasiswa UIN Suska Riau)

### 3.9.3 Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ )

Koefisien determinasi merupakan besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel bergantungnya. Semakin tinggi koefisien determinasi, semakin tinggi kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi perubahan pada variabel tergantungnya (Suliyanto, 2011: 39). Tingkat Korelasi dan nilai R dijelaskan dibawah ini :

0	= Tidak Berkorelasi
0,1-0,20	= Sangat Rendah
0,21-0,40	= Rendah
0,41-0,60	= Agak Rendah
0,61-0,80	= Cukup
0,81-0,99	= Tinggi
	= Sangat Tinggi