

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan “penelitian dengan meneliti seberapa besar pengaruh variabel bebas (independent) terhadap variabel terikat (dependent)”.¹

Pendapat lain mengatakan bahwa penelitian kuantitatif merupakan suatu pendekatan yang banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data, serta penampilan dari hasilnya.²

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif (hubungan) yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini bentuk hubungannya bersifat sebab akibat (kausal) yaitu hubungan yang bersifat mempengaruhi dua

¹Sugiono, *Statistik Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2006), hal. 11.

²Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hal. 12.

variabel atau lebih. Variabel-variabel yang digunakan untuk mengetahui hubungan yang bersifat sebab akibat (kausal) antara variabel independen dengan bersifat sebab akibat (kausal) antara variabel independen dengan variabel dependen ini ialah dengan proses penganalisaan data yang berupa data kuantitatif. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linear berganda dimana variabel terikatnya (Y) dihubungkan atau dijelaskan lebih dari satu variabel bebas X ($X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$) yang masih dalam lingkup hubungan linear.

B. Definisi Konsep dan Operasional

Penelitian menetapkan secara teoritis dan operasional mengenai variabel dan indikator yang akan diteliti yaitu definisi konsep dan operasional variabel adalah sebagai berikut:

1. Variabel citra merek (X_1) Secara konseptual adalah (a) citra pembuatan (b) citra produk (c) citra pemakaian. Dan operasionalnya sebagai berikut:

$X_{1.1}$ teknologi Smartphone xiaomi sudah bagus dibandingkan produk smatphone lainnya.

$X_{1.2}$ Smartphone Xiaomi memeiliki manfaat yang banyak dibandingkan smartphone lainnya.

$X_{1.3}$ Smartphone Xiaomi akan selalu berkesan didalm pikiran saya dibandingkan Smartphone lainnya.

X_{1.4} mengenai Smartphone Xiaomi terlihat elegan dengan desain yang menarik.

X_{1.5} Menurut saya Smartphone Xiaomi memiliki warna pilihan silver, gold, dan rose gold mengingatkan saya akan merek tersebut dibandingkan merek lainnya.

2. Variabel kualitas produk (X₂) Secara konseptual adalah : (a) kinerja produk yang didasari prefensi subjektif, (b) aspek yang berguna untuk menambah fungsi dasar, (c) kemungkinan suatu barang berhasil menjalankan fungsinya, (d) keinginan pelanggan, (e) daya tahan atau masa pakai barang, (f) memberikan layanan untuk perbaikan barang.

Dan operasionalnya sebagai berikut:

X_{2.1} Memilih smartphone Xiaomi karena kinerjanya memuaskan.

X_{2.2} Memilih smartphone Xiaomi karena fungsinya sesuai harapan saya.

X_{2.3} smartphone Xiaomi karena memiliki ukuran yang sangat nyaman digunakan.

X_{2.4} smartphone Xiaomi karena memiliki ukuran yang memudahkan pengoperasiannya.

X_{2.5} smartphone Xiaomi karena model bentuk yang memudahkan penggunaannya.

X_{2.6} smartphone Xiaomi karena memiliki desain yang berbeda dari merek yang lainnya.

3. Variabel harga (X_3) Secara konseptual adalah :(a) keterjangkauan harga , (b) kesesuaian harga dengan kualitas produk, (c) daya saing harga, dan (d) kesesuaian harga dengan manfaat Dan operasionalnya sebagai berikut:

$X_{3.1}$ Harga Smartphone Xiaomi sangat terjangkau.

$X_{3.2}$ Kualitas Smartphone Xiaomi bagus.

$X_{3.3}$ spesifikasi Smartphone Xiaomi lengkap harga murah kualitas bagus.

$X_{3.4}$ smartphone Xiaomi banyak fitur-fitur terbaru.

$X_{3.5}$ Smartphone Xiaomi memiliki garansi produk berkualitas tinggi.

4. Variabel Keputusan Pembelian (Y) Secara konseptual adalah: (a) pengenalan masalah , (b) pencarian informasi, (c) evaluasi alternatif, (d) keputusan pembelian, dan (e) tingkah laku pasca pembelian. Dan operasionalnya sebagai berikut:

$X_{4.1}$ Smartphone Xiaomi karena pengaruh dari fitur yang ada di dalamnya.

$X_{4.2}$ produk smartphone Xiaomi untuk mempermudah berkomunikasi dengan orang lain.

$X_{4.3}$ produk smartphone Xiaomi karena produk yang ditawarkan lebih baik dari produk pesaing.

$X_{4.4}$ Smartphone Xiaomi karena adanya pengaruh dari teman sabaya saya.

X_{4.5} Smartphone Xiaomi bukan karena kebutuhan saja melainkan keinginan saya.

X_{4.6} Merasa puas dan mengambil keputusan secara sadar,rasional,obyektifdan terencana.

X_{4.7} Membeli smartphone Xiaomikarena harga murah kualitas bagus.

C. Populasi , Sampling, dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah jumlah keseluruhan dari individu yang akan diteliti.³ Populasi merujuk pada sekumpulan orang atau objek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal yang membentuk masalah pokok dalam suatu penelitian.⁴

Dari penjelasan diatas dapat dikatakan populasi penelitian adalah keseluruhan obyek yang akan akan diteliti. Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa IAIN Tulungagung Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam penggunaan produk smartphone Xiaomi.

³Masri Singarimbun dan Sofyan Effendi, *Metode Penelitian Survei*,(Jakarta : LP3ES, 1989), hlm. 152.

⁴Muhammad, *Metode Penelitian ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*, (Yogyakarta :UPFE-UMY, 2005), hlm. 97.

2. Sampling dan Sampel Penelitian

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Dalam teknik ini sampling ada 2 macam yaitu probability sampling dan non probability sampling. Probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi tiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel sedangkan non probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.⁵

Didalam penelitian ini peneliti menggunakan non probability sampling dengan teknik purposive sampling. Purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.⁶ Pertimbangan untuk sampel yang peneliti ambil dalam penelitian ini adalah responden dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Merupakan mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.
- b. Penggunaan atau pernah menggunakan produk Xiaomi jenis smartphone.
- c. Telah melakukan pembelian produk smartphone Xiaomi lebih dari satu kali.

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2015),

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung : Alfabeta, 2007), hal. 73.

Sementara untuk jumlah anggota sampel menurut Roscoe dalam Sugiyono, untuk penelitian dengan analisis multivariate (korelasi atau regresi berganda misalnya) jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti.⁷

Dalam penelitian ini jumlah variabel penelitiannya ada 4 (independen + dependen), maka perhitungan jumlah anggota sampelnya adalah $4 \times 10 = 40$. Jadi sampel minimal dalam penelitian ini adalah 40 responden. Namun atas dasar pertimbangan peneliti dan agar sampel yang digunakan lebih representatif maka peneliti menetapkan sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 63 responden.

D. Sumber data, Variabel, dan Skala Pengukuran

1. Sumber Data

Dalam penelitian ini peneliti dalam pengumpulan data menggunakan dua cara yaitu :

- a. Data primer, yaitu data yang dikumpulkan sendiri secara langsung. Dalam penelitian ini sumber data primer diperoleh langsung berupa hasil dari penyebaran kuesioner kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.

⁷*Ibid.*, 121

- b. Data sekunder, yaitu data yang dikumpulkan oleh orang atau lembaga lain. Dalam penelitian ini sumber data sekunder diperoleh dari sejumlah buku-buku web site dan contoh penelitian sebelumnya yang berakitan dengan penelitian ini.

2. Variabel Penelitian

Variabel adalah suatu sifat atau obyek atau apapun yang sudah ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan ditarik kesimpulan. Variabel yang peneliti ambil adalah sebagai berikut:

1. Variabel Bebas (independen)

- a. Citra Merek (X_1), yaitu sekumpulan asosiasi merek yang terbentuk dibenak konsumen. Indikator untuk mengukur citra merek adalah citra pembuat, citra produk dan citra pemakai.
- b. Kualitas Produk (X_2), yaitu kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya atau sesuai dengan manfaat dan tujuannya. Adapaun indicator untuk mengukur kualitas produk adalah kinerja, reliabilitas, *feature*, keawetan (*durability*), konsisten dan desain.
- c. Harga (X_3), merupakan jumlah dari seluruh nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat memiliki atau menggunakan dari sebuah produk atau jasa. Adapun indicator pengukurannya adalah keterjangkauan harga, sesuai dengan kualitas produk, daya saing harga dan kesesuaian harga dengan manfaat.

2. Variabel dependen

Keputusan pembelian (Y), adalah sebuah keputusan yang dibuat oleh seseorang konsumen ketika memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada. Adapun indikator untuk mengukur keputusan pembelian adalah pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan tingkah laku pasca pembelian.

3. Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif.⁸

Dalam penelitian ini menggunakan skala likert dimana Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Fenomena sosial telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti yang selanjutnya disebut variabel penelitian.⁹

Untuk pemberian skor skala likert ini sebagai berikut :

- a. Jawaban SS (sangat setuju) diberi skor 5
- b. Jawaban S (setuju) diberi skor 4

⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis...*, hal. 105.

⁹*Ibid.*, hal.107.

- c. Jawaban N (netral) diberi skor 3
- d. Jawaban TS (tidak setuju) diberi skor 2
- e. Jawaban STS (sangat tidak setuju) diberi skor 1

E. Tehnik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

1. Tehnik Pengumpulan Data

Tekhnik pengumpulan data dan metodenya adalah dengan cara-cara yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data. Teknik yang digunakan dalam peneliti ini sebagai berikut :

a. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data penelitian yang digunakan untuk menghimpun data penelitian, data-data peneliti tersebut dapat diamati oleh peneliti.¹⁰

Dalam penelitian ini langkah awal yang dilakukan oleh peneliti adalah melakukan pengamatan pada lokasi penelitian yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung., kemudian peneliti melakukan pengamatan secara sistematis, pelaksanaannya fokus pada yang ingin diteliti melalui pengamatan yang telah disusun secara rinci berdasarkan kategori masalah yang ingin diteliti.

¹⁰ Burhan Bengin. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. (Jakarta : Prenada Media : 2005). hal. 134.

b. Kuesioner atau angket

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden.¹¹ Dalam penelitian ini peneliti dalam mencari data dengan menyebar angket yang diisi oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung, yang diambil sebagai sampel.

2. Instrumen Penelitian

Pada prinsipnya meneliti adalah melakukan pengukuran terhadap fenomena social maupun alam.¹² Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang dipergunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap, dan sistematis sehingga lebih mudah diolah. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan instrumen berupa kuesioner/angket.

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan mendapatkan hasil yang lebih baik, cermat, lengkap dan sistematis sehingga lebih mudah diolah. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan instrumen kuesioner dengan menggunakan likert dengan 5 opsi jawaban.

¹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methode)*, (Bandung :Alfabeta, 2015), hal. 193.

¹² Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*,hal. 139.

Penelitian menetapkan secara teoritis mengenai variasi penelitian dan indikator yang akan diteliti yang kemudian dikemukakan oleh para pakar adalah sebagai berikut:

1. Pada variabel citra merek peneliti menggunakan teori variabel Fariyah yaitu: (a) citra pembuatan, (b) citra produk dan (c) citra pemakaian. Dari landasan teori yang dipaparkan diatas dapat dimapping, sebagai berikut:

Variabel	Teori	Indikator	Skala	No Item
Citra Merek (X ₁)	Citra pembuatan	Teknologi Smartphone xiaomi sudah bagus dibandingkan produk smatphone lainnya	Likert	1
		Smartphone Xiaomi memeiliki manfaat yang banyak dibandingkan smartphone lainnya		2
	Citra produk	Smartphone Xiaomi akan selalu berkesan didalm pikiran saya dibandingkan Smartphone lainnya		3
		Mengenai Smartphone Xiaomi terlihat elegan dengan desain yang menarik		4

	Citra pemakaian	Smartphone Xiaomi memiliki warna pilihan silver, gold, dan rose gold mengingatkan saya akan merek tersebut dibandingkan merek lainnya.		5
--	-----------------	--	--	---

2. Pada variabel kualitas produk peneliti menggunakan teori variabel sviokla yaitu: (a) kinerja produk yang didasari prefensi subjektif, (b) aspek yang berguna untuk menambah fungsi dasar, (c) kemungkinan suatu barang berhasil menajalankan fungsinya, (d) keinginan pelanggan, (e) daya tahan agtau masa pakai barang, (f) memberikan layanan untuk perbaikan barang. Dari landasan teori yang dipaparkan diatas dapat dimapping, sebagai berikut:

Variabel	Teori	Indikator	Skala	No Item
Kualitas Produk (X ₂)	Kinerja produk	memilih smartphone Xiaomi karena kinerjanya memuaskan.	Likert	6
	Menambahkan fungsi dasar	memilih smartphone Xiaomi karena fungsinya sesuai harapan saya.		7
	Menjalankan fungsinya	smartphone Xiaomi karena memiliki ukuran yang sangat nyaman digunakan.		8
	Keinginan	smartphone		9

	pelanggan	Xiaomi karena memiliki ukuran yang memudahkan pengoperasiannya	
	Daya tahan barang	smartphone Xiaomi karena model bentuk yang memudahkan penggunaannya	10
	Layanan yang baik	smartphone Xiaomi karena memiliki desain yang berbeda dari merek yang lainnya.	11

3. Pada variabel harga peneliti menggunakan indikator variabel Kotler dan Armstrong yaitu: (a) keterjangkauan harga , (b) kesesuaian harga dengan kualitas produk, (c) daya saing harga, dan (d) kesesuaian harga dengan manfaat. Dari landasan teori yang dipaparkan diatas dapat dimapping, sebagai berikut:

Variabel	Teori	Indikator	Skala	No Item	
Harga (X ₃)	keterjangkauan harga	Harga Smartphone Xiaomi sangat terjangkau	Likert	12	
	kesesuaian harga dengan kualitas produk	Kualitas Smartphone Xiaomi bagus		13	
	daya saing harga	spesifikasi Smartphone Xiaomi lengkap		harga murah	14
				kualitas bagus	15
	kesesuaian harga dengan manfaat	smartphone Xiaomi banyak fitur-fitur terbaru		16	

		Smartphone Xiaomi memiliki garansi produk berkualitas tinggi		17
--	--	---	--	----

4. Pada variabel Keputusan Pembelian peneliti menggunakan indikator variabel Kotler dan Amstrong yaitu: (a) pengenalan masalah, (b) pencarian informasi, (c) evaluasi alternatif, (d) keputusan pembelian, dan (e) tingkah laku pasca pembelian. Dari landasan teori yang dipaparkan diatas dapat dimapping, sebagai berikut:

Variabel	Teori	Indikator	Skala	No Item
Keputusan Pembelian (Y)	pengenalan masalah	Smartphone Xiaomi karena pengaruh dari fitur yang ada di dalamnya.	Likert	18
		produk smartphone Xiaomi untuk mempermudah berkomunikasi dengan orang lain		19
	pencarian informasi	produk smartphone Xiaomi karena produk yang ditawarkan lebih baik dari produk pesaing.		20
		Smartphone Xiaomi karena adanya pengaruh dari teman sabaya saya.		21
	evaluasi alternative	Smartphone Xiaomi bukan karena kebutuhan saja melainkan keinginan saya.		22
	keputusan pembelian	Merasa puas dan mengambil keputusan secara sadar,rasional,obyektifdan terencana.		23
	tingkah	Membelismartphone		24

	laku pasca pembelian	Xiaomikarena murah kualitas bagus	harga		
--	----------------------	-----------------------------------	-------	--	--

F. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif analisis data kegiatan setelah data dari keseluruhan responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan dan responden, mentabulasi dan berdasarkan variable yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah di sajikan.¹³ Jadi dalam penelitian ini apabila terdapat variabel bebas lebih dari satu maka yang digunakan adalah regresi linear berganda.

Data yang telah dikumpulkan (data mentah) kemudian diolah. Pengelolaan data dimaksudkan sebagai suatu proses untuk memperoleh data ringkasan dari data mentah dengan menggunakan rumus tertentu. Data ringkasan yang diperoleh dari pengolahan data itu berupa jumlah (*total*), rata-rata (*average*), presentase (*percentage*), sebagainya.¹⁴ Setelah mendapatkan data penelitian berupa jawaban responden atas angka yang dibagikan dikumpulkan, setelah itu dilakukan analisis data menggunakan :

1. Pengukuran Variabel

Pengukuran variabel dalam penelitian adalah dengan membagikan kuesioner atau angket kepada responden yaitu konsumen yang

¹³Sugiyono, *Metode Penelitian bisnis...*, hal. 142.

¹⁴Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Statistik I (Statistik Deskriptif)*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2005), hal. 18.

kemudian disusun berdasarkan pernyataan-pernyataan tersebut. Responden yang diteliti kemudian memilih tingkar jawaban yang disediakan oleh peneliti. Beberapa prosedur pengukuran data variabel dengan menggunakan pengelolaan data sebagai berikut :

a. Editing

Editing merupakan kegiatan dalam memeriksa data yang dilaksanakan setelah peneliti selesai penghimpun data di lapangan. Kegiatan ini menjadi penting karena kenyataannya data yang terhimpun kadangkala belum memenuhi harapan oleh peneliti, ada diantaranya kurang atau terlewatkan tumpang tindih, berlebihan dan terlupakan.

b. Coding

Memberikan tanda kode agar mudah memeriksa jawaban. Dalam penelitian ini adalah kode pada setiap variabel sebagai berikut :

- 1) Data tentang Citra Merek (X₁)
- 2) Data tentang Kualitas Produk (X₂)
- 3) Data tentang Harga (X₃)
- 4) Data Keputusan pembelian (Y)

c. Scoring

Scoring dapat dikatakan kegiatan memberikan angka dan data yang dikuantifikasikan dan menghitungnya untuk jawaban setiap responden. Untuk skor dari jawaban setiap pernyataan ditentukan

sesuai dengan tingkat pilihan dari penelitian. Pemberian skor terhadap pemilihan jawaban adalah sebagai berikut :

- 1) Skor 5 apabila jawaban angket memilih alternatif SS (sangat setuju)
 - 2) Skor 4 apabila jawaban angket memilih alternatif S (setuju)
 - 3) Skor 3 apabila jawaban angket memilih alternatif N (netral)
 - 4) Skor 2 apabila jawaban angket memilih alternatif TS (tidak setuju)
 - 5) Skor 1 apabila jawaban angket memilih alternatif STS (sangat tidak setuju)
- d. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan analisis untuk mengolah dan membuat analisis terhadap data sebagai dasar bagian penarikan kesimpulan. Analisis yang dimaksud adalah dengan memberikan perhitungan secara statistik terhadap data yang masuk.

2. Uji Validitas dan Reabilitas

a. Uji validitas

Uji validitas yang digunakan untuk mengetahui kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti, sehingga terdapat data yang valid. Data dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut.

Suharmisi Arikunto mengatakan uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan dan keabsahan suatu instrumen. Instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkapkan data variabel yang diteliti secara tepat.¹⁵

b. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji yang menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen tersebut dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrumen tersebut sudah baik.

Untuk memperoleh indeks reliabilitas soal dapat menggunakan pengukuran one shot yaitu pengukuran hanya sekali yang hasilnya dapat dibandingkan dengan lain.

Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach's* diukur berdasarkan skala *Alpha Cronbach* 0 sampai 1.¹⁶

Jika skala itu dikelompokkan dalam lima kelas dengan range yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1. Nilai alpha cronboach 0,00 s,d 0,20, berarti kurang reliabel
2. Nilai alpha cronboach 0,21 s,d 0,40, berarti agak reliabel
3. Nilai alpha cronboach 0,41 s,d 0,40, berarti cukup reliabel
4. Nilai alpha cronboach 0,61 s,d 0,80, berarti reliabel

¹⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), hal. 144-145.

¹⁶ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik*, (Jakarta : Prestasi Pustaka, 2009), hal. 97.

5. Nilai alpha cronboach 0,81 s,d 1,00, berarti sangat reliabel.

3. Uji Asumsi klasik

Uji asumsi klasik adalah uji yang digunakan untuk mengetahui model regresi layak dipakai atas variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian. Uji tersebut adalah :

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas adalah sebuah uji yang dilakukan yang bertujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Agus Eko Sujianto mengatakan uji distribusi normal adalah uji untuk mengukur apakah data kita memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik.¹⁷

b. Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah hubungan adanya linear yang sempurna diantara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan dari regresi. Metode ini digunakan untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dalam penelitian menggunakan tolerance dan variance inflation factor (VIF). Uji ini bertujuan menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel-variabel bebas. Pada model regresi

¹⁷Ibid.... hal. 77.

yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas/ independen.¹⁸

c. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan dalam menguji apakah dalam regresi terjadi kesamaan varian nilai residual atau pengamatan yang lain. Model regresi yang baik itu adalah yang heteroskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Dalam pendeteksian ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model penguji melakukan dengan melihat scatter plot dengan dasar analisis sebagai berikut :¹⁹

- 1) Jika terdapat pola tertentu, seperti titik atau poin yang membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka dapat dikatakan terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi berganda seringkali digunakan untuk mengatasi analisis regresi yang melibatkan hubungan dari dua atau lebih variabel bebas.²⁰

¹⁸Ibid... hal. 77.

¹⁹ Imam Ghozali, *aplikasi analisis multivariate dengan progam IBM spss 19*, (Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), hal. 91.

²⁰ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik...* hal. 56.

Setelah terdapat data penelitian berupa jawaban responden atas angket yang dibagikan dan dikumpulkan selanjutnya yang dilakukan adalah menganalisis data dengan berpedoman pada analisis regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan konsumen

a = Bilangan konstanta

$b_1b_2b_3$ = Koefisien variabel

X_1 = Variabel Citra Merek

X_2 = Variabel Kualitas produk

X_3 = Variabel Harga

e = *error of term*

5. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis adalah suatu pernyataan mengenai keadaan populasi yang akan diuji kebenarannya berdasarkan data yang diperoleh dari sampel penelitian sebagai suatu taksiran keadaan populasi melalui data sampel.²¹ Untuk menguji hipotesis menggunakan tingkat signifikansi ditentukan dengan $\alpha = 5\%$. Dapat dengan cara lain yaitu uji t. Uji t adalah dengan pengujian hipotesis yang digunakan untuk

²¹Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*.... hal.56.

mengetahui adaitidaknya perbedaan yang meyakinkan dari dua mean sampel.²² Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen secara sama-sama (simultan) terhadap variabel dependen digunakan adalah anova atau F-test. Sedangkan pengaruh dari masing-masing variabel independen secara parsial (individu) diukur dengan menggunakan uji t-statistik.

a. Uji T-test

- 1) Apabila t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} maka H_0 diterima, artinya masing-masing variabel citra merek, kualitas produk, dan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone Xiaomi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.
- 2) Apabila t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} maka H_0 diterima, artinya masing-masing variabel citra merek, kualitas produk, dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone Xiaomi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.

b. Uji F

Untuk mengetahui apakah variabel citra merek, kualitas produk, dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian

²²Hartono, *SPSS 16,0 Analisis Data Statistika dan Penelitian*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2008), hal. 146.

smartphone Xiaomi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.

- 1) Apabila F_{hitung} lebih kecil dari F_{tabel} maka keputusannya menerima hipotesis nol (H_0), artinya variabel tidak citra merek, kualitas produk, dan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone Xiaomi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.
- 2) Apabila F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} maka keputusannya menolak hipotesis nol (H_0), dan menerima hipotesis alternatif (H_1), artinya variabel tidak citra merek, kualitas produk, dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone Xiaomi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.

6. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.²³

Koefisien determinasi pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen atau terikat. Nilai koefisiensi determinasi adalah nol dan satu.

²³Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21, Edisi 7*, (Semarang : Universitas Diponegoro, 2013), hal. 83.

Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Rumus yang digunakan adalah :

$$R^2 = (r^2)$$

Keterangan :

R^2 = Koefisien determinasi

r^2 = Koefisien korelasi