

BAB III

Metode Penelitian

3.1 Lokasi Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Computer Square Jl. Tuanku Tambusai komp. CNN A No :5-7 Pekanbaru.

3.2 Defenisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Tabel III.1
Operasional dan Pengukuran Variabel

No.	Variabel X	Demensi	Indikator	Skala
1.	Kualitas Produk (X ₁)	Daya tahan	Produk tidak mudah rusak dan memiliki umur ekonomis yang lama	Likert
			Kinerja Motherboard yang tangguh	
			laptop yang tahan dan tangguh dalam hal kerja prosesornya (Tjiptono (2006, 25))	
2.	Harga (X ₂)	Keterjangkauan Harga	Daftar harga terjangkau oleh semua masyarakat	
		Kesesuaian Harga dengan kualitas Produk	Daftar harga sesuai dengan kualitas produk yang di berikan	
		Kesesuaian Harga dengan manfaat	Daftar harga sesuai dengan manfaat yang diberikan	

			(Kotler dan Armstrong (2012:52))	
3.	Promosi (X ₃)	Promosi Penjualan	Mendapatkan potongan harga (Diskon)	
		Pemasaran Langsung	Memasarkan Produk Langsung dari Toko	
		Penjualan Personal	Memasarkan produk melalui komunikasi langsung dengan calon pembeli (Kotler dan Armstrong (2002:656))	
4.	Layanan Purna Jual (X ₄)	Garansi	Ketersediaan Garansi resmi	
			Pelayanan Pemeliharaan dan Perbaikan	
		Penyediaan <i>Accesories</i>	Kemudahan mencari komponen-komponen dan aksesoris Laptop(Philip Kotler (2002))	
No.	Variabel Y	Dimensi	Indikator	Skala
1.	Keputusan Pembelian	Pengenalan Kebutuhan	Laptop merupakan sarana untuk mengembakan kreatifitas dan juga sebagai hiburan Laptop merupakan sarana untuk menyelesaikan pekerjaan lebih cepat	Likert
		Pencarian Informasi	Membandingkan keunggulan dengan produk lain sebelum membeli	
		Evaluasi alternatif	Mempertimbangkan alternatif dari harga laptop	

			Mempertimbangkan alternatif dari merk laptop
		Keputusan membeli	Membeli laptop berdasarkan keinginan
			Membeli laptop berdasarkan kebutuhan
		Prilaku Pasca Pembelian	Laptop sesuai dengan harapan

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian (Ferdinand, 2006:223). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli Laptop di Computer Square Jl. Tuanku Tambusai Komp CNN Block a No:5-7 Pekanbaru. Asumsi dalam penelitian ini bahwa jumlah populasi tidak terbatas.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2009 : 61). Penentuan sampel adalah proses memilih sejumlah elemen dari populasi target sehingga dengan berdasarkan analisis terhadap sample yang memiliki karakteristik tertentu, akan dapat ditarik kesimpulan umum

(generalisasi) terhadap populasi terhadap laptop Asus yang tidak diketahui. Berdasarkan tujuan survai maka populasi target dapat ditentukan.

Sampel diambil paling sedikit 30, 50, 75, 100 atau kelipatannya (Ridwan, 2008:45). Maka dalam penelitian ini sampel yang diambil sebanyak 40 sampel dengan pertimbangan bahwa jumlah tersebut sudah melebihi jumlah sampel minimal dalam penelitian ($n=30$). Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *Accidental Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang dapat dilakukan sewaktu-waktu sampai jumlah sampel (quota) yang diinginkan terpenuhi. Siapa saja yang secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti dan sesuai dengan karakteristik, maka orang tersebut dapat digunakan sebagai sampel. Teknik ini digunakan karena peneliti kesulitan menemukan data responden yang telah membeli laptop di Computer Square tahun 2016.

3.4 Jenis dan Sumber Data

Dalam sebuah penelitian, data memegang peranan penting yaitu sebagai alat pembuktian hipotesis serta pencapaian tujuan penelitian. Penelitian harus mengetahui jenis data apa saja yang diperlukan dan bagaimana mengidentifikasi, mengumpulkan, serta mengolah data. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

3.4.1 Data Primer

Data primer adalah data yang berasal langsung dari responden. Data responden sangat diperlukan untuk mengetahui tanggapan responden mengenai keputusan pembelian konsumen terhadap laptop Asus yang dilihat dari

promosi, harga, kualitas produk dan layanan purna jual. Dalam hal ini data diperoleh secara langsung dengan membagi kuesioner atau daftar pertanyaan kepada konsumen.

3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data atau informasi yang diperoleh secara tidak langsung dari obyek penelitian yang bersifat publik, yang terdiri atas kearsipan, dokumen, laporan-laporan serta buku-buku dan lain sebagainya yg berkenaan dengan penelitian ini.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data primer dilakukan dengan menggunakan metode survey yaitu metode pengumpulan data primer yang digunakan pertanyaan tertulis. Pada penelitian ini metode survey yang digunakan adalah dengan cara penyebaran kuesioner kepada responden dalam bentuk pertanyaan tertulis. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu pasti variabel yang akan diukur atau apa yang diharapkan dari responden.

3.6 Uji Kualitas Data

Uji kualitas data adalah uji yang diisyaratkan dalam penelitian dengan instrument kuesioner. Tujuannya agar data yang diperoleh dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya. Kualitas data yang dihasilkan dari penggunaan instrument penelitian dapat dievaluasi melalui uji validitas dan reliabilitas (Imam Ghozali, 2011)

3.6.1 Uji Validitas

Validitas adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur tersebut benar-benar mengukur apa yang diukur, validitas ini menyangkut akurasi instrument S(Juliansyah Noor, 2011; 132). Suatu instrument yang valid mempunyai validitas tinggi, sebaliknya instrument yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah. Instrument dikatakan valid apabila mampu mengukur yang diinginkan serta dapat mengungkapkan data dari validitas yang diteliti secara tepat.

Penguji validitas menggunakan koreksi yang dilakukan dengan menghitung koreksi antar skor variabel. Uji validitas dapat diketahui dengan melihat r hitung, apabila r hitung sig. $\leq 0,05$ = valid dan r hitung sig. $>0,05$ = tidak valid (Ghozali, 2011).

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliable jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konstan dari waktu ke waktu. Instrument yang reliable adalah instrument yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur data yang sama (Juliansyah Noor, 2011; 131).

Penguji ini dilakukan dengan menghitung koefisien *Cronbach Alpha* dari masing-masing instrument dalam satu variabel. Suatu variabel disebut reliable apabila

hasilnya $a \geq 0,60$ maka hasilnya adalah reliable sedangkan hasil $a \leq 0,60$ maka hasilnya tidak reliable.

3.7 Uji Asumsi Klasik

Uji penyimpangan asumsi klasik menurut Imam Ghozali (2011;105) terdiri dari uji Multikolinieritas, Autokorelasi, dan Heteroskedastisitas :

3.7.1 Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak (Imam Ghozali (2011;160). Uji normalitas data digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel independen dan variabel dependen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Untuk mendeteksi normalitas data dapat menggunakan uji histogram, uji normal P Plot/ uji Chi Square, Skewness dan kurtosis atau Kolmogrov-Smirnov (K-S) melalui program SPSS version 20.0 for windows. Apabila nilai *Assymmtotic significant* $> 0,05$ maka data dikatakan telah terdistribusi secara normal.

3.7.2 Uji Multikolinieritas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik harusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Uji multikolinieritas dilakukan dengan

menggunakan uji nilai *tolerance value* atau *Variance Inflation Factor* (VIF). Guna mengetahui ada tidaknya multikolonieritas yaitu dengan cara melihat nilai *tolerance value* atau *Variance Inflation Factor* (VIF) yaitu (Imam Ghozali 2011:105) :

1. Nilai R^2 yang dihasilkan lebih besar dari nilai signifikansi yang ditetapkan yaitu 0,09 maka dapat dikatakan telah menjadi multikolonieritas.
2. Jika nilai *tolerance* $> 0,10$ dan $VIF < 10$, maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat multikolonieritas pada penelitian tersebut.
3. Jika nilai *tolerance* $< 0,10$ dan $VIF > 10$, maka dapat diartikan bahwa terjadi gangguan multikolonieritas pada penelitian tersebut.

3.7.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah didalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari suatu residual pengamatan ke residual pengamatan lain.

Pada penelitian ini untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas digunakan uji Glejser (Imam Ghozali, 2011 :139). Uji Glejser mengusulkan untuk meregresi nilai absolute residual terhadap variabel independen. Dengan dasar analisis:

- a. Tingkat signifikansi $> 5\%$, maka disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.
- b. Tingkat signifikansi $< 5\%$, maka terjadi heteroskedastisitas.

3.8 Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis regresi berganda. Analisis regresi berganda merupakan regresi yang memiliki satu variabel dependen dan lebih dari satu variabel independen, dengan program SPSS versi 20.0 model persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

X₁ = Kualitas Produk

X₂ = Harga

X₃ = Promosi

X₄ = Layanan Purna Jual

b₁ = Koefisien Regresi X₁

b₂ = Koefisien Regresi X₂

b₃ = Koefisien Regresi X₃

b₄ = Koefisien Regresi X₄

e = Faktor Kesalahan (error)

3.9 Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk membuktikan atau memperjelas tujuan semula apakah ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Pengujian hipotesis dibagi menjadi dua yaitu uji simultan dengan F-test dan uji parsial dengan t-test.

3.9.1 Uji Simultan dengan F-test

Uji simultan dengan F-test bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Hasil F-test pada output SPSS dapat dilihat pada table ANOVA. Formulasi hipotesis yang diajukan yaitu :

- a). H_0 : Semua variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen
- b). H_a : Semua variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Pengujian dilakukan dengan signifikansi $\alpha = 5\%$ yaitu :

a). Jika probabilitas (signifikansi) $< 0,05 (\alpha)$ tabel berarti hipotesis terbukti maka H_0 ditolak dan H_a diterima bila dilakukan secara simultan.

b). Sebaliknya Jika probabilitas (signifikansi) $> 0,05 (\alpha)$ berarti hipotesis tidak terbukti maka H_0 diterima H_a ditolak bila dilakukan secara simultan.

3.9.2 Uji Parsial dengan t-test

Uji parsial dengan t-test bertujuan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara individual (parsial) terhadap variabel dependen. Hasil uji parsial t-test pada output SPSS dapat dilihat pada *table Coefficientsa* . Formulasi hipotesis yang diajukan yaitu :

a). H_0 : Masing-masing variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

b). H_a : Masing-masing variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Pengujian dilakukan dengan signifikansi $\alpha = 5\%$ yaitu :

a). Jika probabilitas (signifikansi) $< 0,05 (\alpha)$ berarti hipotesis terbukti maka H_0 ditolak dan H_a diterima, bila dilakukan uji secara parsial.

b). Sebaliknya jika probabilitas (signifikansi) $> 0,05 (\alpha)$ berarti hipotesis tidak terbukti maka H_0 diterima H_a ditolak, bila dilakukan uji secara parsial.

3.10 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai koefisien determinasi kecil, berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen (pengaruh *coreproduct* dan *augmentedproduct*) sangat terbatas



BAB IV

GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN

4.1 Sejarah Toko COMPUTER SQUARE

Toko COMPUTER SQUARE berdiri pada 2 Mei 2010, seiring dengan perkembangan zaman dan tingginya permintaan pelanggan tentang pemeliharaan fasilitas komputer di dalam perusahaan, maka perusahaan ini didirikan, dan mengacu pada perusahaan yang bersifat *customer oriented*. Pertama kali berdiri, perusahaan ini bergerak di bidang usaha jual beli komputer dengan lokasi galeri yang beralamat di Jalan Tuanku Tambusai Komp. CNN Blok A No: 5-7 Pekanbaru, Ir. Ade Swandono, *owner* dari Toko COMPUTER SQUARE, sadar akan keterbutuhan pasar komputerisasi yang tidak hanya dalam masalah pengadaan, tetapi juga *servicemaintenance*, maka Toko COMPUTER SQUARE melakukan ekspansi sebagai perusahaan yang juga melayani *service maintenance* komputer.

4.2 Jenis Usaha

Toko COMPUTER SQUARE bergerak dalam penjualan dan pengadaan *Hardware* komputer dengan segala aksesorinya serta *service maintenance computer*. Toko COMPUTER SQUARE ini memiliki teknisi yang telah berpengalaman dalam bidangnya

4.3 Visi dan Misi Toko COMPUTER SQUARE

4.3.1 Visi Toko COMPUTER SQUARE

Tercapainya Pelayanan terhadap pelanggan dan juga *Marketing* yang “*Customer Oriented*”, dengan mengedepankan teknologi serta kecepatan dan ketanggapan untuk memenuhi kebutuhan customer.

4.3.2 Misi Toko **COMPUTER SQUARE**

1. Menyediakan Pelayanan dalam bentuk kepuasan, *service*, maupun jasa secara berorientasi pada kepuasan pelanggan.
2. Menyediakan jasa *service* dan *maintenance* yang dapat dilakukan dimana saja dengan kepentingan apapun yang berhubungan dengan komputerisasi.
3. Menyediakan tenaga yang ahli yang dapat dipercaya keahliannya untuk melakukan pelayanan.

