

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tipe Penelitian

Penelitian ini bersifat survey deskriptif dengan pendekatan metode kuantitatif, yaitu untuk menjelaskan suatu hal dengan pengamatan dan penarikan kesimpulan berdasarkan hasil analisis data yang mendukung. Pada penelitian ini akan menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian konsumen terhadap *Smartphone* merek Samsung.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini yaitu di Universitas Islam Riau, Fakultas Ilmu Sosial Prodi Administrasi bisnis. Alasan penulis memilih lokasi penelitian di Program Studi Administrasi Bisnis UIR adalah sebagai berikut : (1). Berdasarkan skripsi sebelumnya belum ada seseorang peneliti pun yang telah meneliti tentang keputusan pembelian *smartphone* sehingga hal ini mendorong penulis untuk melakukan penelitian di Prodi Administrasi Bisnis UIR. (2). Hal ini karena Mahasiswa merupakan konsumen yang sering berganti merek *smartphone* dengan berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

C. Populasi dan sampel

1. Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiono, 2002;720).

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Islam Riau (UIR) Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Program Studi Administrasi Bisnis yang pernah menjadi pengguna *handphone* merek Samsung. Jumlah populasinya adalah 173 orang, hal ini diketahui dari hasil survey awal.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semuanya maka peneliti dapat menggunakan sebagian sampel yang diambil dari populasi (Sugiono,1999:73). Sampel dalam penelitian ini berjumlah 50 orang.

Tabel III. 1 Populasi dan Sampel Penelitian

No	Angkatan Tahun-	Populasi	Sampel
1	2012	80 orang	10 orang
2	2013	42 orang	10 orang
3	2014	50 orang	10 orang
4	2015 Kelas A	34 orang	10 orang
5	2015 Kelas B	44 orang	10 orang
		250 ORANG	50 orang

Sumber : Data Tata Usaha Prodi Administrasi Bisnis UIR, 2016

D. Teknik Penarikan Sampel

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengambilan sampel yang sesuai kriteria atau *purpose sampling* dimana setiap anggota yang sesuai dengan kriteria, yaitu pernah menggunakan *smartphone* Samsung dimasukkan dalam sampel penelitian, dalam hal ini sampel adalah mahasiswa administrasi bisnis UIR yang pernah menggunakan *smartphone* Samsung.

E. Jenis dan Sumber Data

Sumber data pada penelitian ini menggunakan dua data :

1. Data Primer, yaitu data yang berasal dari pengamatan langsung dan jawaban kuisioner responden. Data primer ini adalah data-data yang diperoleh secara langsung dari obyek penelitian.
2. Data Sekunder , yaitu data yang berupa literature-literatur yang berkaitan dengan faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen (Sudjana, 2010).

F. Teknik pengumpulan data

1. Observasi

Peneliti melakukan observasi awal untuk mengetahui jumlah mahasiswa FISIPOL Universitas Islam Riau yang menggunakan *Smartphone* Samsung, yang kemudian dapat dijadikan sebagai sampel penelitian.

2. Kuosioner

Pengumpulan data untuk penelitian ini juga dilakukan dengan kuosioner yaitu dengan memberikan seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab, dan kuesioner tersebut akan diantar langsung ke responden dengan dipandu oleh peneliti dengan menjelaskan item-item pertanyaan kepada responden pada saat pengisian kuesioner tersebut dilakukan.

3. Wawancara

Wawancara dilakukan pada mahasiswa yang pernah memakai *smartphone* Samsung, wawancara ini bertujuan untuk melihat pandangan mahasiswa

terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian terhadap *smartphone* Samsung.

4. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan bukti fisik dari penelitian ini, berupa foto-foto penelitian dan surat-surat yang telah diperoleh selama penulis melakukan penelitian.

G. Teknik Analisis Data

Setelah pengumpulan data dilakukan maka data hasil kuosioner dikelompokkan menurut jenisnya, dan selanjutnya data tersebut dideskripsikan secara terperinci dan sistematis. Kemudian data dianalisis dan diinterpretasikan secara kuantitatif berlandaskan konsep dan teori-teori yang relevan dengan penelitian ini, untuk kemudian dapat diperoleh suatu kesimpulan hasil penelitian.

H. Jadwal Kegiatan Penelitian

Tabel III.2. Jadwal dan Waktu Kegiatan Penelitian Faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Pembelian *Smartphone* pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Islam Riau

No	Jadwal Kegiatan	Bulan dan Minggu Ke																			
		November 2016				Desember 2016				Januari 2017				Februari 2017				Maret 2017			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Penyusunan UP	X	X	X	X																
2	Revisi UP					X	X	X	X	X											
3	Seminar UP											X	X								
4	Revisi Kuosioner													X							
5	Rekomendasi Survey															X					
6	Survey Lapangan															X					
7	Analisis Data																X				

8	Revisi Skripsi																	X	X	X			
9	Ujian <i>comprehensif</i> Skripsi																				X		
10	Revisi skripsi																					X	X
11	Pengadaan Skripsi																					X	X

