



2. Metode pengumpulan data

Klarifikasi ini membedakan antara proses pengamatan dan komunikasi. Proses pengamatan meliputi studi dimana periset memeriksa kegiatan subjek atau sifat suatu material tanpa berupaya untuk mendapatkan tanggapan dari siapapun. Dalam studi komunikasi, periset mengajukan pertanyaan kepada subjek dan mengumpulkan tanggapan mereka baik secara pribadi maupun non pribadi. Berdasarkan metode pengumpulan data, penelitian ini menggunakan studi komunikasi dengan cara melakukan survei, menyebarkan kuesioner yang berisi daftar pertanyaan kepada responden, dengan mengajukan pertanyaan kepada subjek dan mengumpulkan jawaban – jawaban dari pertanyaan – pertanyaan dalam kuesioner tersebut.

3. Pengontrolan variabel oleh periset

Penelitian ini menggunakan desain eksperimental dimana periset berupaya mengontrol atau memanipulasi variabel dalam studi. Desain eksperimental cocok pada saat seseorang berharap untuk menemukan apakah variabel tertentu memberikan dampak pada variabel lain. Eksperimen memberikan dukungan yang sangat kuat untuk hipotesis sebab akibat.

4. Tujuan studi

Penelitian ini termasuk dalam studi deskriptif. Penelitian deskriptif berkaitan dengan mencari tahu tentang apa, siapa, dimana, kapan, atau berapa banyak yang digunakan untuk menggambarkan bagaimana penelitian konsumen terhadap *smartphone* Xiaomi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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 dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



5. Dimensi waktu

Berdasarkan dimensi waktu, penelitian ini menggunakan studi lintas bagian (*cross section*) yaitu studi dilakukan hanya sekali dan mewakili satu periode tertentu dalam waktu.

6. Cakupan topik

Penelitian ini merupakan studi statistik yaitu didesain untuk memperluas studi bukan untuk memperdalamnya. Studi tersebut berupaya memperoleh karakteristik populasi dengan membuat kesimpulan dari karakteristik sampel. Hipotesis diuji secara kuantitatif. Kesimpulan mengenai hasil temuan disajikan berdasarkan keterwakilan sampel dan validitas.

7. Lingkungan riset

Penelitian ini tergolong sebagai penelitian lapangan karena subjek dan objek penelitian berada dalam lingkungan nyata yang sebenarnya (bukan simulasi).

8. Persepsi peserta

Dalam penelitian ini persepsi peserta yang diusahakan supaya peserta tidak merasakan adanya penyimpangan dari rutinitas sehari – hari sampai peserta merasakan adanya penyimpangan tetapi tidak terkait dengan periset.

C. Variabel penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, variabel yang akan penulis teliti terdiri dari dua jenis yaitu :



1. Variabel bebas (Independent Variable)

Menurut Sugiyono (2012: 39) variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Yang menjadi variabel bebas dalam penelitian ini adalah :

Tabel 3.1

Operasional Variabel Citra Merek

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Citra merek Darmadi, Dumanto, Sugarto dan Tony Sitinjak (2001:70)	<i>Product Atributtes</i> (atribut produk)	<i>smartphone</i> Xiaomi memiliki fitur yang canggih	Interval
		<i>smartphone</i> Xiaomi memiliki model dan desain yang bagus	interval
	<i>Customer's benefit</i> (manfaat bagi pelanggan)	<i>Smartphone</i> Xiaomi memberi manfaat yang bernilai bagi pelanggan	Interval
		<i>Relative price</i> (harga relatif)	Harga <i>smartphone</i> Xiaomi terjangkau
	<i>Competitor</i> (pesaing)	<i>Smartphone</i> Xiaomi termasuk <i>smartphone</i> yang unggul dikelasnya dibandingkan merek – merek pesaingnya	Interval



Tabel 3.2

Operasional Variabel Persepsi Harga

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Persepsi harga dan jurnal Chen dan Sadeque (2007: 41)	Kesadaran harga	Harga <i>smartphone</i> Xiaomi lebih murah dibandingkan dengan harga merek <i>smartphone</i> lainnya	Interval
	Kesadaran nilai	Saat saya membeli <i>smartphone</i> Xiaomi saya sadar akan nilai yang saya dapatkan dari merek Xiaomi	Interval
	Asosiasi harga berkualitas	Kualitas <i>smartphone</i> Xiaomi sebanding dengan harganya	Interval

2. Variabel Terikat (Dependent Variable)

Menurut Sugiyono (2012: 39) variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah keputusan pembelian dimana menunjukkan perilaku konsumen dalam memutuskan pembelian *smartphone* Xiaomi. Pembelian merupakan tindakan khusus atau perilaku dari individu dengan cara tertentu terhadap objek tertentu.

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



Tabel 3.3

Operasionalisasi variabel Keputusan Pembelian

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Keputusan pembelian Sutisna, 2003	<i>Benefit association</i>	kualitas <i>smartphone</i> Xiaomi sesuai dengan yang dijanjikan mereknya	Interval
	Loyalitas	Saya akan lebih memilih membeli <i>smartphone</i> Xiaomi dibandingkan dengan <i>smartphone</i> pendatang baru lainnya	Interval
	<i>repurchasing</i>	Saya akan membeli lagi <i>smartphone</i> Xiaomi di masa yang akan datang	Interval

D. Teknik Pengumpulan Data

teknik pengumpulan data dengan menggunakan cara teknik komunikasi. Data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh dari sumber pertama. Untuk memperoleh data primer tersebut yang diperlukan dalam penelitian skripsi ini adalah dengan cara menyebarkan kuesioner pada pengguna *smartphone* Xiaomi. Kuesioner berupa daftar pertanyaan tertutup yang alternatif – alternatif jawabannya telah disediakan oleh peneliti yang disebarkan kepada 100 responden. Kuesioner disebarkan dengan menggunakan *Google Docs*. Dengan penyebaran kuesioner ini diharapkan peneliti dapat menghasilkan informasi dari responden yang dijadikan informasi yang digunakan untuk penelitian.

Menurut Sugiyono (2012: 132) skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.



Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item – item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Dalam penelitian ini, item – item instrumen yang dibuat berupa pernyataan yang disajikan kepada setiap responden. Ini adalah skala interval (*interval scale*).

E. Teknik Pengambilan Sampel

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer yang merupakan data yang didapat langsung dari sumber pertama (subyek penelitian), teknik pengambilan data yang digunakan adalah wawancara.

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data dengan mewawancarai responden untuk memperoleh informasi mengenai isu yang diteliti yaitu untuk mengetahui apakah responden yang ingin diteliti pernah membeli atau menggunakan produk *smartphone* Xiaomi, selain itu dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden yang pernah membeli atau menggunakan produk *smartphone* Xiaomi. Kuesioner yang disebar adalah kuesioner yang berisikan beberapa pertanyaan yang bersifat tertutup yaitu suatu cara pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan tertulis dengan dua pilihan atau lebih dimana jawabannya sudah ditentukan oleh peneliti kepada konsumen – konsumen *smartphone* Xiaomi mengenai pengaruh citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi.



F. Teknik Analisis Data

Desain pertanyaan dan pilihan jawaban didalam kuesioner dengan menggunakan skala *likert*. Skala *likert* ialah skala yang berisi lima tingkat preferensi jawaban dengan pilihan sebagai berikut :

<u>Skala Peringkat</u>	<u>Bobot</u>
1 Sangat tidak setuju	1
2 Tidak setuju	2
3 Netral	3
4 Setuju	4
5 Sangat setuju	5

Hasil jawaban para responden akan diolah menjadi dua kategori yaitu jawaban yang baik (*favourable response*) dan jawaban yang tidak baik (*unfavourable response*).

Kategori *unfavourable response* (UR) yaitu untuk jawaban 1, 2, dan 3. Sedangkan untuk kategori *favourable response* (FR) yaitu untuk jawaban 4 dan 5.

Setelah semua kuesioner terkumpul, lalu data mentah tersebut diolah agar menghasilkan informasi yang berguna bagi penelitian. Terdapat beberapa teknik analisis data untuk membantu menganalisis data – data untuk mendukung hasil penelitian, yaitu :

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 dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



1. Analisis Presentase

Analisis presentase digunakan untuk mengetahui karakteristik dari responden, yang terdiri dari jenis kelamin, usia, pekerjaan, pengeluaran, dan pendidikan. Analisis profil dilakukan dengan menghitung presentase dengan rumus

$$Fr_1 = \frac{\sum fi}{n} \times 100\%$$

Keterangan :

Fr_1 = frekuensi alternatif ke-i setiap kategori

$\sum fi$ = jumlah kategori yang termasuk kategori i

N = total responden

2. Uji Validitas

Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan – pertanyaan pada kuesioner yang harus dibuang/diganti karena dianggap tidak relevan. Suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Dalam penelitian ini akan digunakan rumus korelasi *pearson product moment*. Rumusnya dapat diformulasikan sebagai berikut :

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 dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



$$r_{xy} = \frac{N \sum NY - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- Keterangan :
- X = skor pertanyaan
 - Y = skor total
 - r_{xy} = koefisien korelasi
 - n = banyaknya responden

jika koefisien (r) yang diperoleh \geq koefisien table r product moment maka pertanyaan dinyatakan valid.

3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menetapkan apakah instrumen, yang dalam hal ini adalah kuesioner, dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak untuk responden yang sama. Suatu kuesioner dinyatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Perhitungan reliabilitas dapat ditulis sebagai berikut dengan menggunakan rumus *cronbach's alpha* :

$$a = \frac{b}{b - 1} \left[1 - \frac{\sum_{r=1}^b S_i^2}{S_t^2} \right]$$

- Keterangan :
- a = reliabilitas instrumen
 - b = jumlah butir dalam skala pengukuran

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 dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



S_i^2 = ragam (*variance*) dari butir ke-i

S_t^2 = ragam (*variance*) dari skor total

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

4. Chi-kuadrat (*Chi Square*)

Chi-kuadrat adalah teknik yang digunakan untuk menguji hipotesis deskriptif bila dalam populasi terdiri atas dua atau lebih kelas, data terbentuk nominal dan sampelnya besar. Yang dimaksud hipotesis deskriptif di sini bisa merupakan estimasi/dugaan terhadap ada tidaknya perbedaan frekuensi antara kategori satu dan kategori lain dalam sebuah sampel tentang sesuatu hal. Chi-kuadrat bermanfaat dalam rangka melakukan uji hubungan antarvariabel dan uji homogenitas antarvariabel. Rumus untuk chi kuadrat adalah sebagai berikut :

$$x_c^2 = \sum \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

Keterangan : O_i = frekuensi observasi

E_i = frekuensi harapan

Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

- 1) Jika Sig. \leq 0.05 maka terima H_0 , yang berarti antara variabel independen dan variabel dependen memiliki interdependensi.
- 2) Jika Sig. $>$ 0.05 maka tolak H_0 , yang berarti antara variabel independen dan variabel dependen tidak memiliki interdependensi.

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 dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



5. Kekuatan Hubungan (*Contingency Coefficient*)

© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Kegunaan eknik korelasi koefisien adalah untuk mencari atau menghitung keeratan hubungan antara dua variabel yang mempunyai gejala ordinal (kategori), atau paling tidak berjenis nominal. Korefisien kontingensi (C) disebut juga koefisien bersyarat. Koefisien kontingensi memiliki pengertian yang sama dengan koefisien korelasi.

Untuk meghitung koefisien kontingensi digunakan rumus :

$$C = \sqrt{\frac{X^2}{X^2 + n}}$$

Keterangan : X^2 = harga Chi Square

C = *Coefficient contingency*

n = banyaknya sampel

Apabila nilai C semakin mendekati nilai 1, maka interdependensi yang terjadi semakin erat dan jika mendekati 0 maka interdependensi yang terjadi semakin lemah.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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 dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.