

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

3.1.1 Metode pengumpulan sampel

a. Populasi

Merupakan jumlah dari keseluruhan obyek (individu-individu) yang akan diwakili oleh sampel, untuk diteliti apa yang mempengaruhi keputusan responden dalam membeli asesories hand phone di Dazzle seluler. Dalam penelitian ini populasinya meliputi :

- Semua masyarakat yang sedang membeli asesories handphone di Dazzle seluler Yogyakarta.
- Konsumen yang membelanjakan uangnya dalam membeli asesories handphone dalam sebulan kurang dari Rp 100.000,00 , Rp 100.000,00 – Rp 200.000,00 , lebih dari Rp 200.000,00

b. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki dan bias mewakili keseluruhan populasi. Dengan mengacu pada populasi, maka sampel yang diambil adalah semua konsumen yang sedang membeli asesories handphone di Dazzle seluler, Yogyakarta. Sampael yang diambil sebanyak 100 orang konsumen dan sampling yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah accidental sampling, yaitu teknik sampling yang dijadikan anggota sample adalah konsumen yang kebetulan berbelanja

asessories handphone di Dazzle seluler, Yogyakarta. Maksudnya bahwa sampel yang diambil dari konsumen yang telah membeli lebih dari sekali di toko yang sama, yakni di Dazzle seluler, Yogyakarta.

c. Definisi Oprasional Variabel

A. Asessories handphone merupakan pelengkap dari handphone itu sendiri, dimana bersifat melengkapi dari suatu handphone dan bersifat penting untuk digunakan, karena disamping memberikan tampilan yang baik, juga sebagai syarat agar suatu handhpone dapat beroperasi dengan normal. Asessories ini meliputi : casing, batu battrey, sarung handphone dan keypad.

B. Variabel Independen (variabel produk)

- Harga

Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan asessories handphone.

- Kualitas produk

Merupakan kesesuaian antara keinginan konsumen akan suatu produk dengan kualitas atau kehandalan suatu produk.

- Jangka waktu garansi

Waktu dimana produk masih dalam jaminan dari toko apabila terjadi kecacatan atau kerusakan dan dapat dikembalikan untuk ditukarkan dengan produk sejenis.

- Variasi produk

Merupakan ragam atau banyaknya produk sejenis dengan variasi yang beraneka ragam, sehingga konsumen lebih bisa memilih apa yang mereka kehendaki.

- Pelayanan

Segala sesuatu yang dapat membantu konsumen pada saat berbelanja dan tidak mengganggu kebebasan konsumen dalam memilih produk yang dibutuhkan.

- Merek

Merupakan atribut yang melekat pada suatu produk yang juga mencerminkan kualitas suatu produk tersebut dimata konsumen.

3.1.2 Metode pengumpulan data

a. Data Primer

Data primer didapatkan dari hasil penelitian pada masing-masing responden sebagai sampel dengan menggunakan komponen-komponen yang mempengaruhi motivasi dari responden. Data primer diperoleh dari :

✓ Kuisisioner

Yaitu membuat daftar pertanyaan yang relevan dengan faktor-faktor yang berpengaruh kepada penelitian, yang dibagikan kepada responden dan responden akan mengisi jawaban sesuai dengan

pendapat masing-masing. Pembagian kuisisioner dilakukan di Dazzle seluler, dengan memberikan kuisisioner kepada konsumen yang sedang membeli asesories hand phone.

- Bagian I berisi daftar pertanyaan menurut karakteristik konsumen
- Bagian II berisi daftar pertanyaan tentang pilihan atribut yang memotivasi konsumen dalam membeli asesories handphone di Dazzle seluler, Yogyakarta.

3.1.3 Metode Analisis Data

3.1.3.1 Analisis Deskriptif

Digunakan untuk menganalisa data dengan cara memberikan keterangan-keterangan dan penjas-penjas tentang obyek yang dibahas. Keterangan-keterangan dan penjas-penjas ini berupa presentasi tentang hal-hal yang ada hubungannya dengan motivasi konsumen yang berdasarkan permasalahan.

3.1.3.2 Analisis statistik

Yaitu analisis yang berdasarkan perhitungan obyektif.

- Analisa Chi Square (kai kuadrat)

Analisis ini digunakan untuk menguji ada tidaknya perbedaan pilihan atribut yang memotivasi konsumen untuk membeli asesories handphone di Dazzle seluler.

Langkah-langkah pengujian yang dilakukan :

1. Menentukan formulasi hipotesis nihil (H_0) dan hipotesis alternative (H_a).

H_0 : tidak ada perbedaan pilihan atribut yang memotivasi konsumen dalam membeli asessorics handphone di Dazzle seluler.

H_a : ada perbedaan pilihan atribut yang memotivasi konsumen dalam membeli asessorics handphone di Dazzle seluler.

2. Menentukan derajat kebebasan (dk) dengan rumus :

$$dk = (\sum \text{baris} - 1) (\sum \text{kolom} - 1)$$

Kemudian menentukan taraf signifikansi yang digunakan sebesar 5%.

3. Menentukan nilai chi square dengan rumus :

$$X^2 = \sum \frac{(f_o - f_h)^2}{f_h} \quad \text{dan} \quad f_h = \frac{\sum \text{baris} \times \sum \text{kolom}}{\sum \text{data}}$$

4. Kesimpulan, dengan membandingkan hasil perhitungan pada langkah 2 dengan langkah 3 untuk kemudian diambil kesimpulan H_0 diterima atau ditolak.

- ✓ H_0 diterima jika X^2 hitung $\leq X^2$ tabel, berarti tidak ada perbedaan motivasi konsumen dalam membeli asessorics handphone.
- ✓ H_0 ditolak jika X^2 hitung $\geq X^2$ tabel, berarti ada perbedaan motivasi konsumen dalam membeli asessorics handphone.