

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif yaitu jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran).¹

Desain penelitian ini adalah penelitian kausalitas yaitu desain penelitian yang disusun untuk meneliti kemungkinan adanya hubungan sebab-akibat antar variabel.² Dalam penelitian ini terdapat variabel bebas yaitu harga, fitur dan garansi, sedangkan variabel terikatnya adalah keputusan pembelian.

B. Operasional Variabel

Secara teoritis variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang, atau obyek, yang mempunyai “variasi” antara satu orang dengan yang lain atau satu obyek dengan obyek yang lain³ Sedangkan operasional adalah variabel penelitian dimaksudkan untuk memahami arti setiap variabel penelitian sebelum dilakukan analisis, instrumen, serta sumber pengukuran dari mana.⁴

¹V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta:PT Pustaka Baru Press, 2020), hlm. 39

²Anwar Sanusi, *Metode Penelitian Bisnis*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), hlm. 14

³Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: CV Alfabeta, 2013), hlm. 38.

⁴V. Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian Bisnis Dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif..*, hlm. 97.

Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas (*independent*) dan terikat (*dependen*), yaitu menggunakan tiga variabel bebas dan satu variabel terikat.

1. Variabel Bebas (*Independent*)

Variabel ini disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, antecedent. Dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen.⁵

Adapun variabel bebas dalam penelitian ini adalah:

a. Harga (X_1)

Harga adalah *value* (nilai) suatu barang yang dilambangkan dengan mata uang dan bisa ditukarkan dengan barang atau jasa.

Tabel 3. 1
Operasional Variabel Harga (X_1)

Variabel	Indikator	Skala
Harga	Keterjangkauan Harga	<i>Likert</i>
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	<i>Likert</i>
	Daya saing harga	<i>Likert</i>
	Kesesuaian harga dengan manfaat	<i>Likert</i>

b. Fitur (X_2)

Fitur adalah alat pesaing untuk membedakan produk satu perusahaan dengan perusahaan sejenis yang menjadi pesaingnya. Fitur menjadi nilai tambah bagi konsumen untuk memilih produknya.⁶

⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: CV Alfabeta, 2019), hlm. 69.

⁶Fandy Tjiptonodan G.Candra, *Strategi Pemasaran...*, hlm. 151.

Tabel 3. 2
Operasional Variabel Fitur (X₂)

Variabel	Indikator	Skala
Fitur	Kelengkapan Fitur	<i>Likert</i>
	Keragaman fitur	<i>Likert</i>
	Keunggulan Fitur	<i>Likert</i>
	Kemudahan Fitur	<i>Likert</i>

c. Garansi (X₃)

Garansi atau jaminan istimewa ini dirancang untuk menekan risiko/kerugian pelanggan, dalam hal pelanggan tidak puas dengan produk atau jasa tertentu yang telah dibayarnya.⁷

Tabel 3. 3
Operasional Variabel Garansi (X₃)

Variabel	Indikator	Skala
Garansi	Layanan garansi di sediakan penjual	<i>Likert</i>
	Dapat jaminan pengembalian uang	<i>Likert</i>
	Dapat dikembalikan ke pabrik untuk mendapat perbaikan	<i>Likert</i>
	Dapat diganti dengan produk alternatif dalam satu jenis produk	<i>Likert</i>

2. Variabel Terikat (*Dependen*)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.⁸

⁷Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran...*, hlm. 112.

⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D Edisi 2*, (Bandung: CV Alfabeta, 2019), hlm. 69.

Tabel 3. 4
Operasional Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
Keputusan Pembelian	Pengenalan kebutuhan	Dapat membedakan kebutuhan dasar dengan keinginan	<i>Likert</i>
	Pencarian informasi	1. Mencari informasi harga produk yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan 2. Mencari informasi merek produk Mengetahui manfaat produk 4. Mencari informasi tipe dan fitur produk	<i>Likert</i>
	Evaluasi alternatif	Menentukan pilihan produk	<i>Likert</i>
	Pembelian	1. Melakukan transaksi atau pembayaran 2. Mengetahui syariat Islam dalam jual beli	<i>Likert</i>
	Perilaku setelah pembelian	1. Perasaan puas setelah membeli produk 2. Moralitas dalam konsumsi 3. Perasaan ingin melakukan pembelian ulang	<i>Likert</i>

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁹ Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat muslim di Kota Tasimalaya yang menggunakan *smartphone* merek Xiaomi yang tidak diketahui jumlah populasinya.

⁹*Ibid.*, hlm.126.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.¹⁰ Adanya keterbatasan waktu, biaya dan tenaga membuat peneliti tidak mungkin untuk melakukan penelitian terhadap keseluruhan populasi yang ada. Karena populasi tidak diketahui secara pasti, maka teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling*, dengan menggunakan metode pengambilan sampel *Sampling Insidental*. *Insidental* merupakan teknik penentuan sampel secara kebetulan, atau siapa saja secara kebetulan (*Insidental*) bertemu dengan peneliti yang dianggap cocok dengan karakteristik sampel yang ditentukan akan dijadikan sampel.¹¹ Rumus yang digunakan untuk menentukan ukuran sampel minimal yang dikembangkan oleh Smith, sebagai berikut:¹²

$$n = \left[\frac{Z_{\alpha/2}\sigma}{e} \right]^2$$

Dengan standar deviasai 0.25, tingkat kepercayaan 95% dan eror estimasi μ kurang dari 0.05. Karena $\alpha = 0.05$, maka $Z_{0.05} = 1.96$.

$$n = \left[\frac{Z_{\alpha/2}\sigma}{e} \right]^2 = \left[\frac{(1.96)(0.25)}{0.05} \right]^2 = 96.04$$

Dengan demikian peneliti yakin dengan tingkat kepercayaan 95% bahwa sampel random berukuran $96.04 \approx 97$ akan memberikan selisih estimasi x dengan μ kurang dari 0.05. Penulis akan mengambil sampel minimal berjumlah 100 responden.

¹⁰Muslich Anshori dan Sri Iswati, *Buku Ajar Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Surabaya: Pusat Penerbitan dan Percetakan UNAIR, 2009), hlm. 97.

¹¹Suryani dan Hendriyadi, *Metode Riset Kuantitatif: TEORI Dan Aplikasinya Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam*, (Jakarta:Prenadamedia Group, 2015), hlm 202.

¹²Suliyanto, *Metode Penelitian Bisnis...*, hlm. 198.

D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, menggunakan teknik pengumpulan data menggunakan kuisisioner dan dokumentasi. Kuisisioner merupakan lembaran yang berisi beberapa pertanyaan dengan struktur yang baku.¹³ Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk di jawabnya.¹⁴ Penulis melakukan penyebaran kuisisioner secara *online* menggunakan *google form*.

Dokumentasi adalah ditujukan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi buku-buku yang relevan, peraturan-peraturan, laporan kegiatan, foto-foto, film dokumenter, data yang relevan penelitian.¹⁵ Penulis menggunakan penelitian terdahulu, buku, jurnal, serta mencari artikel terkait penelitian yang berasal dari sumber terpercaya dalam penelitiannya.

E. Instrumen Penelitian

Penulis menggunakan skala pengukuran *likert* dalam penelitian ini. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial.¹⁶ Skala *likert* memiliki dua bentuk pertanyaan, yaitu: pertanyaan positif dan negatif. Pertanyaan positif diberi skor 5, 4, 3, 2, dan 1; sedangkan bentuk pertanyaan negatif diberi skor 1, 2, 3, 4 dan 5.

¹³Adhi Kusumastuti, dkk. *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Penerbit Deeepublish, 2020), hlm. 4.

¹⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif...*, hlm.199.

¹⁵Sudaryono, *Metode Penelitian Penedidikan* (Jakarta: Kencana, 2016). hlm. 93.

¹⁶*Ibid.*, hlm. 100.

Bentuk jawaban skala *likert* terdiri dari sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju.¹⁷

Tabel 3. 5
Skor Alternatif Jawaban

Pertanyaan Positif (+)		Pertanyaan Negatif (-)	
Alternatif Jawaban	Skor	Alternatif Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5	Sangat Setuju (SS)	1
Setuju (S)	4	Setuju (S)	2
Kurang Setuju (KS)	3	Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2	Tidak Setuju (TS)	4
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	Sangat Tidak Setuju (STS)	5

Diperlukan kisi-kisi untuk mendapatkan instrumen yang baik dalam sebuah penelitian, susunan kisi-kisi nya sebagai berikut:

Tabel 3. 6
Kisi-Kisi Instrumen

Variabel	Indikator	Pertanyaan	Item
Harga	1. Keterjangkauan harga	Saya membeli karena banyak variasi harga yang ditawarkan dengan harga lebih murah	1
	2. Kesesuaian harga dengan kualitas	Saya membeli karena produk Xiaomi harganya murah berkualitas tinggi	2
	3. Daya saing harga	Saya membeli produk Xiaomi karena harga yang ditawarkan sangat kompetitif	3
	4. Kesesuaian harga dengan manfaat	Saya membeli karena harga sepadan dengan manfaat yang didapatkan.	4
Fitur	1. Kelengkapan fitur	Saya Membeli karena fitur pada produk Xiaomi lengkap	1

¹⁷Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual&SPSS*, (Jakarta: Kencana, 2017), hlm. 25.

	2. Kergaman fitur	Saya membeli produk Xiaomi karena banyak variasi fitur yang ditawarkan	2
	3. Kemudahan fitur	Saya membeli karena fiturnya mudah digunakan	3
	4. Keunggulan fitur	Saya membeli karena fitur produk Xiaomi canggih	4
		Saya membeli produk Xiaomi karena ada fitur yang tidak dimiliki produk lain yang sejenis	5
Garansi	1. Layanan garansi di sediakan penjual	Saya membeli karena penjual menyediakan layanan garansi	1
	2. Dapat jaminan pengembalian uang	Saya membeli karena jika ada kerusakan produk dijamin uang kembali	2
	3. Dapat dikembalikan ke pabrik untuk mendapat perbaikan	Saya membeli karena jika terjadi kerusakan menyediakan layanan perbaikan ke pabrik.	3
	4. Dapat diganti dengan produk alternatif dalam satu jenis produk	Saya membeli karena saat ada kerusakan dapat diganti dengan produk alternatif yang sejenis.	4
Keputusan Pembelian	1. Dapat mendahulukan kebutuhan dibandingkan keinginan	Saya membeli karena sudah menjadi kebutuhan <i>Tahsiniyat</i> (Skor 1; Tersier, 2-3; Sekunder, 4-5; Primer)	1
	2. Mencari informasi harga produk yang sesuai dengan kebutuhan dan sesuai kemampuan	Saya membeli produk Xiaomi yang harganya sesuai dengan kebutuhan (tidak menghambur-hamburkan uang)	2

	3. Mencari informasi merek produk	Saya membeli karena mengetahui citra merek Xiaomi	3
	4. Mengetahui manfaat produk	Saya membeli produk Xiaomi karena mengetahui kebaikan (<i>thoyyib</i>) dan manfaat yang saya akan dapatkan	4
	5. Mencari informasi tipe dan fitur produk	Saya membeli karena mengetahui tipe, jenis, dan fitur apa saja yang ada pada produk Xiaomi	5
	6. Menentukan pilihan produk	Saya membeli karena sudah menentukan pilihan produk Xiaomi yang dibutuhkan	6
		Saya membeli produk Xiaomi karena akan mendapatkan banyak manfaat dari produk tersebut	7
	7. Melakukan transaksi atau pembayaran	Saya melakukan transaksi pembelian/membayar produk Xiaomi yang saya pilih pada produk yang dibutuhkan	8
	8. Mengetahui syariat Islam dalam jual beli	Saya membeli produk Xiaomi melalui transaksi yang sesuai syariat Islam (terpenuhi rukun dan syarat jual beli)	9
	9. Perasaan puas setelah membeli produk	Saya merasa puas dengan produk Xiaomi yang saya beli karena banyak manfaatnya dan sesuai kebutuhan saya	10
	10. Moralitas dalam konsumsi	Setelah membeli produk Xiaomi saya mengucap " <i>Alhamdulillah</i> "	11

	11. Perasaan ingin melakukan pembelian ulang	Saya merasa ingin melakukan pembelian ulang produk Xiaomi di lain waktu jika kebutuhan saya sudah berbeda dengan sekarang	12
--	--	---	----

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Instrumen reliabel adalah instrumen bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Instrumen yang valid dan reliabel adalah syarat mutlak untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliabel.¹⁸

Peneliti mengukur besarnya variabel menggunakan alat ukur yang benar-benar dapat mengukur variabel tersebut (valid) dan harus memberikan hasil pengukuran yang konsisten dan dapat dipercaya (reliabel), untuk mendapatkan simpulan penelitian yang diperoleh tidak menimbulkan kekeliruan atau memberikan gambaran yang berbeda dari fenomena yang ada sebenarnya.

F. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan sah atau valid jika pertanyaan pada kuesioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.¹⁹ Teknik korelasi yang digunakan yaitu pearson product moment correlation. Perhitungan ini menggunakan aplikasi SPSS.

¹⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis...*, hlm. 176

¹⁹ V. Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian...*, hlm. 178.

Adapun kriteria penilaian uji validitas yaitu:

- a. Apabila $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$ (pada signifikansi 0.05), maka dapat dinyatakan item kuesioner tersebut valid.
- b. Apabila $r \text{ hitung} \leq r \text{ tabel}$ (pada taraf signifikansi 0.05). Maka dapat dinyatakan item kuesioner tersebut tidak valid.

2. Uji Realibilitas

Uji realibilitas dilakukan terhadap item pernyataan yang dinyatakan valid. Suatu kuesioner dikatakan realibel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.²⁰ Pengujian realibilitas ini akan menggunakan rumus koefisien Cronbach Alpha. Perhitungan realibitas ini akan dilakukan dengan bantuan aplikasi SPSS. Adapun kriteria penilaiannya, yaitu:

- a. *Cronbach Alpha* > 0.06 maka realibel
- b. *Cronbach Alpha* < 0.06 maka tidak realibel

G. Teknik Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Analisis statistik yaitu menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul tanpa bermaksud membuat kesimpulan.²¹ Terdapat dua hal yang disajikan dalam analisis deskriptif yang meliputi:

- a. Analisis mengenai karakteristik dari responden yang terdiri dari jenis kelamin, usia, pendidikan dan pekerjaan.

²⁰ *Ibid.*

²¹ Sugiyono, *Metode Penelitian...*, hlm. 206-207

- b. Data ini kemudian diolah menggunakan analisis deskriptif statistik sehingga diperoleh range, nilai maksimal, minimal, mean, standar deviasi, variansi.

2. Pengujian Prasyarat Analisis

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.²²

Kriteria jika:

- 1) Sig > 0.05 maka data berdistribusi normal
- 2) Sig < 0.05 maka data tidak berdistribusi normal

b. Uji Linearitas

Tujuan dilakukan uji linearitas adalah untuk mengetahui apakah antara variabel terikat (Y) dan variabel bebas (X) mempunyai hubungan linear. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam penerapan metode regresi linear.²³

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan alat uji model regresi untuk menemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independent). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel bebas.²⁴

d. Uji Heteroskedastisitas

²² V. Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian Bisnis...*, hlm. 179.

²³ Syofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual Dan Aplikasi SPSS Versi 17* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2013), hlm. 178.

²⁴ Echo Perdana Kusuma, *Olah Data Skripsi Dengan SPSS 22* (Bangka Belitung: LAB KOM Manajemen FE UBB, 2016), hlm. 47.

Uji heteroskedastisitas merupakan alat uji regresi untuk mengetahui ketidaksamaan variasi dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.²⁵

Heteroskedastisitas menguji terjadinya perbedaan varian residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar Scatterplot, regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas jika titik-titik dapat menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0, titik-titik data tidak hanya mengumpul di atas atau di bawah saja, penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali, penyebaran titik-titik tidak berpola.²⁶

3. Pengujian Hipotesis

a. Penentuan Hipotesis

Hipotesis 1 ($X_1 \longrightarrow Y$)

H_{o1} : Tidak terdapat pengaruh antara harga (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y) *smartphone* Xiaomi

H_{a1} : Terdapat pengaruh antara harga (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y) *smartphone* Xiaomi

²⁵ Ibid., hlm. 49.

²⁶ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis...*, hlm. 177-178.

Hipotesis 2 ($X_2 \longrightarrow Y$)

H_{o2} : Tidak terdapat pengaruh antara fitur (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) *smartphone* Xiaomi

H_{a2} : Terdapat pengaruh antara Fitur (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) *smartphone* Xiaomi

Hipotesis 3 ($X_3 \longrightarrow Y$)

H_{o3} : Tidak terdapat pengaruh antara garansi (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y) *smartphone* Xiaomi

H_{a3} : Terdapat pengaruh antara garansi (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y) *smartphone* Xiaomi

Hipotesis 4 ($X_1, X_2, X_3 \longrightarrow Y$)

H_{o4} : Tidak terdapat pengaruh antara harga, fitur dan garansi (X_1, X_2, X_3) terhadap keputusan pembelian (Y) *smartphone* Xiaomi

H_{a4} : Terdapat pengaruh antara harga, fitur dan garansi (X_1, X_2, X_3) terhadap keputusan pembelian (Y) *smartphone* Xiaomi.

b. Uji Hipotesis 1- 3

1) Regresi Sederhana

Regresi sederhana didefinisikan sebagai pengaruh antara dua variabel yang terdiri dari satu variabel bebas dan satu variabel terikat yang digunakan untuk membangun persamaan dan menggunakan persamaan tersebut untuk membuat perkiraan.²⁷

²⁷ Albert Kurniawan, *Belajar Mudah SPSS Untuk Pemula* (Yogyakarta: MediaKom, 2009). hlm. 43.

2) Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk dapat mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas menjelaskan variabel terikat menggunakan aplikasi SPSS. Koefisien determinasi terletak pada Model Summary dan tertulis R Square. Jika R^2 kecil maka kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat sangat terbatas.²⁸

3) Uji Parsial (Uji T)

Uji T digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas berpengaruh secara parsial (individu) terhadap variabel terikat. Apabila nilai Signifikansi < 0.05 maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Apabila T hitung $> T$ tabel maka H_1 diterima, begitupun sebaliknya.²⁹

c. Uji Hipotesis 4

1) Regresi Berganda

Regresi berganda bertujuan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel terikat.³⁰

2) Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel

²⁸Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), hlm. 98.

²⁹*Ibid.*, hlm. 99.

³⁰Ardiani Ika, *Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda Dengan SPSS* (Semarang: Semarang University Press, 2012). hlm. 13.

terikat. Apabila nilai signifikansi < 0.05 maka dapat dinyatakan variabel bebas berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat.³¹

3) Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui nilai R Square variabel dependen dan independen secara simultan.

H. Tempat dan Jadwal Penelitian

1. Tempat

Penelitian dilakukan di Kota Tasikmalaya, yaitu masyarakat muslim pengguna *Smartphone* Xiaomi. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga, fitur dan garansi terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi.

2. Waktu Penelitian

Berikut ini jadwal penelitian yang digambarkan dengan tabel.

Tabel 3. 7
Waktu Penelitian

No	Jadwal Kegiatan	Periode						
		Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr
1	Penyusunan Usulan Penelitian							
2	Seminar Usulan Penelitian							
3	Pelaksanaan Penelitian a. Pengumpulan data b. Pengelolaan data							
4	Pelaporan a. Penyusunan laporan b. Laporan hasil penelitian							
5	Sidang Skripsi							

³¹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate...*, hlm. 99.

