

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Rancangan Penelitian**

Desain penelitian ini menggunakan penelitian verifikatif. Menurut Arikunto (2006) penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran melalui pengumpulan data di lapangan. Sedangkan metode yang akan digunakan adalah *explanatory survey*. Penelitian eksplanasi (*explanatory research*), menurut Singarimbun dan Effendi, (2006), adalah penelitian yang menjelaskan hubungan antara variabel-variabel penelitian melalui pengujian hipotesis. Skala pengukuran menggunakan skala Likert, metode pengumpulan data dengan cara angket, serta dokumentasi. Teknik analisis data peneliti menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa pengguna yang melakukan perpindahan merek *handphone* dari Samsung ke Oppo di STIE PGRI Dewantara Jombang, dengan teknik sampling kuota.

#### **3.2. Lokasi dan Obyek Penelitian**

Lokasi penelitian ini di STIE PGRI Dewantara Jombang dan obyek penelitian adalah ketidakpuasan konsumen, kebutuhan mencari variasi dan perpindahan merek *handphone* dari Samsung ke Oppo.

### 3.3. Definisi Oprasional

#### 1. Ketidakpuasan Konsumen(X1)

Adalah suatu keadaan dimana pengharapan konsumen tidak sama atau lebih tinggi dari kinerja produk. Ketidakpuasan konsumen ini diukur dengan indikator sebagai berikut (Naibaho, 2009):

- a. Harga dibanding merek lain
- b. Kerusakan
- c. Pemanfaatan fasilitas tambahan
- d. Kemampuan produk
- e. Kesesuaian
- f. Pelayanan
- g. Desain produk

#### 2. Kebutuhan Mencari Variasi (X2)

Adalah salah satu bentuk perilaku manusia, dimana setiap konsumen selalu menginginkan hal baru dan bervariasi. Kebutuhan Mencari Variasi ini dapat diukur dengan indikator (Dharmaseta dan Shellyana (2002; dalam Indrawati, 2016)) :

- a. Pilihan Merek
- b. Pilihan produk inovatif
- c. Pilihan harga
- d. Pengalaman konsumsi

### 3. Perpindahan Merek (Y)

Adalah tindakan mendapatkan alternatif baru yang lebih baik.

Perpindahan Merek dalam hal ini dapat diukur dengan indikator sebagai berikut (Arianto (2011), Dewi (2014) dan penelitian yang dilakukan oleh Wibowo (2014)):

- a) Ketidaksediaan menggunakan produk
- b) Lebih memilih merek lain
- c) Kepuasan setelah berpindah merek
- d) Pemecahan masalah

#### 3.3.1 Instrumen Penelitian

**Tabel 3.1**  
**Operasionalisasi variabel**

Variabel	Indikator	Item	Skala
Ketidakpuasan Konsumen (X1)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Harga di banding merek lain</li> <li>2. Kerusakan</li> <li>3. Pemanfaatan fasilitas tambahan</li> <li>4. Kemampuan produk</li> <li>5. Kesesuaian</li> <li>6. Pelayanan</li> <li>7. Desain produk</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Harga Handphone</i> Samsung tidak sebanding dengan manfaat produk</li> <li>2. <i>Handphone</i> Samsung terkadang mengalami kerusakan (<i>hang</i>) ketika di pergunakan.</li> <li>3. Fasilitas tambahan yang ada pada <i>handphone</i> Samsung lebih sedikit dibandingkan merek Oppo.</li> <li>4. Kemampuan batrei <i>handphone</i> Samsung tidak maksimal untuk menopang fitur – fitur yang ditanamakan dalam <i>handphone</i>.</li> <li>5. Spesifikasi produk Samsung yang diiklankan kurang sesuai dengan sebenarnya.</li> <li>6. Proses perbaikan <i>hanphone</i> disamsung center memiliki prosedur yang rumit</li> <li>7. Desain <i>handphone</i> Samsung kurang menarik.</li> </ol>	Ordinal

Lanjutan tabel 3.1

Kebutuhan Mencari Variasi (X2)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 Pilihan Merek</li> <li>2 Pilihan produk inovatif</li> <li>3 Pilihan harga</li> <li>4 Pengalaman konsumsi</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 Saya menggunakan merek <i>handphone</i> Oppo tahu keunggulannya</li> <li>2 <i>Handphone</i> Oppo lebih canggih</li> <li>3 Saya memilih merek <i>handphone</i> Oppo dengan harga yang lebih murah</li> <li>4 Saya telah lama menggunakan <i>handphone</i> Samsung</li> </ol>	Ordinal
Perpindahan Merek (Y)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 Ketidaksediaan menggunakan produk</li> <li>2 Lebih memilih merek lain</li> <li>3 Kepuasan setelah berpindah merek</li> <li>4 Pemecahan masalah</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ketidaksediaan menggunakan produk Samsung</li> <li>2. Lebih suka memilih desain <i>handphone</i> Oppo</li> <li>3. Saya puas pada teknologi Oppo yang lebih canggih</li> <li>4. Memecahkan masalah penggunaan <i>handphone</i></li> </ol>	

Sumber : Naibaho, (2009), Arianto (2011), Dharmaseta dan Shellyana (2002; dalam Indrawati, 2016) dan Wibowo (2014)

### 3.4. Skala Pengukuran

Pengukuran angket dengan menggunakan skala Likert. Menurut Sugiyono (2007) 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 pernyataan atau pertanyaan. Untuk keperluan analisis secara kuantitatif, maka jawaban diberi nilai, yaitu nilai dari 1 sampai dengan 5. Jawaban dari

responden yang bersifat kualitatif dikuantitatifkan, dimana jawaban untuk pertanyaan diberi nilai sebagai berikut:

**Tabel 3.2**  
**Instrument Skala Likert**

No	Pernyataan	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Netral	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2007)

Pada penelitian ini responden diharapkan memilih salah satu dari kelima alternatif jawaban yang tersedia, kemudian setiap jawaban yang diberikan akan diberikan nilai tertentu (1, 2, 3, 4, dan 5). Nilai yang diperoleh akan dihitung rata-rata. Nilai rata-rata inilah yang akan ditafsirkan sebagai posisi responden dalam skala likert.

### **3.5. Populasi dan Sampel**

#### **3.5.1 Populasi**

Populasi dapat diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2010). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi target adalah seluruh mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang yang melakukan perpindahan merek *handphone* dari Samsung ke Oppo. Dengan jumlah mahasiswa sebanyak 1.443 orang.

### 3.5.2 Sampel

#### 1. Penentuan Jumlah Sampel

Menurut Arikunto (2006) sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Pada penelitian ini, populasi yang diambil berukuran besar dan jumlahnya tidak diketahui.

Pada penelitian ini, penentuan sampel menggunakan sampel kuota. Sampel kuota (*quota sample*) adalah prosedur pengambilan sampel yang termasuk jumlah tertentu dari responden yang memiliki karakteristik yang diketahui atau diyakini mempengaruhi subjek yang diteliti. (sugiyono, 2012) Pemilihan sampel secara tidak acak dapat dilakukan berdasarkan kuota (jumlah tertinggi) untuk setiap kategori dalam suatu populasi target yaitu mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang yang melakukan perpindahan merek *handphone* dari Samsung ke Oppo dengan jumlah sampel yang ditentukan adalah 60 orang.

#### 2. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik yang digunakan dalam penentuan sampel adalah dengan cara sampling kuota (*Quota sampling*) adalah teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah (kuota) yang diinginkan, menurut Sugiyono (2001). Pada penelitian ini berdasarkan tujuan pengguna Oppo dan dulunya pengguna Samsung.

### 3.6. Jenis dan Sumber Data

#### 1. Data Primer

Data primer adalah data yang dihimpun langsung oleh peneliti (Riduwan, 2008). Data primer adalah data yang diperoleh dengan mengadakan penyebaran angket kepada responden yang telah ditetapkan.

#### 2. Data sekunder

Menurut Umar (2008), data sekunder adalah data primer yang telah diolah lebih lanjut baik oleh pengumpul data atau pihak lain. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari literatur, buku, atau majalah dan administrasi dan data-data lain yang diperlukan dalam penulisan proposal ini.

### 3.7. Metode Pengumpulan Data

Pada penelitian ini ada beberapa cara yang digunakan peneliti dalam proses pengumpulan data seperti angket dan dokumentasi. Berikut akan dijabarkan beberapa cara tersebut:

#### a. Angket

Yaitu teknik pengumpulan data dengan memberikan serangkaian pertanyaan yang diajukan pada pihak responden, dalam hal ini mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang yang melakukan perpindahan merek *handphone* dari Samsung ke Oppo.

b. Dokumentasi

Dokumentasi, data yang berupa data fisik maupun file. Dengan menggunakan data-data yang sudah ada dalam file STIE PGRI Dewantara Jombang berupa gambaran umum lokasi penelitian.

c. Observasi

Yaitu teknik pengumpulan data dengan jalan mengadakan pengamatan secara langsung pada obyek penelitian.

d. Wawancara

Yaitu teknik pengumpulan data dengan cara mengadakan tanya jawab secara langsung kepada mahasiswa/mahasiswi.

### **3.8. Uji Instrumen Penelitian**

Untuk meyakinkan bahwa pengukuran yang digunakan adalah pengukuran yang tepat dalam penelitian ini, maka peneliti melakukan pengujian terhadap kualitas data dengan bantuan program SPSS. Kualitas data yang dihasilkan dari penggunaan instrument penelitian dapat dievaluasi melalui uji validitas dan reliabilitas, Arikunto (2010).

#### **3.8.1 Uji Validitas**

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan (kesalahan) suatu instrumen Arikunto (2010). Instrumen yang valid atau tepat dapat digunakan untuk mengukur obyek yang ingin diukur. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur suatu data agar tidak menyimpang dari gambaran variabel yang dimaksud agar tercapai kevalidannya.

Cara yang dipakai untuk tingkat kevalidan adalah dengan validitas internal, yaitu untuk menguji apakah terdapat kesesuaian antara bagian instrumen secara keseluruhan. Untuk mengukur validitas yaitu dengan menggunakan analisis butir, artinya menghitung korelasi antara masing-masing butir dengan skor total (skor yang ada) dengan menggunakan rumus teknik korelasi *product moment*, rumus sebagai berikut :

$$r = \frac{n (\sum XY) - (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{\{n(\sum X^2 - (\sum X)^2)\} \{n(\sum Y^2 - (\sum Y)^2)\}}}$$

Dimana : r = korelasi

X = skor item X

Y = total item Y

n = banyaknya sampel dalam penelitian

Adapun dasar pengambilan keputusan suatu item valid atau tidak valid menurut Sugiyono (2012), dapat diketahui dengan cara mengkorelasikan antara skor butir dengan skor total bila korelasi r diatas 0,30 maka dapat disimpulkan bahwa butir instrumen tersebut valid sebaliknya bila korelasi r dibawah 0,30 maka dapat disimpulkan bahwa butir instrumen tersebut tidak valid sehingga harus diperbaiki atau dibuang. Pada penelitian ini digunakan sampel untuk pengujian validitas dan reliabilitas sebanyak 30 responden. Berikut hasil uji validitas item pernyataan :

**Tabel 3.3**  
**Hasil Pengujian Validitas**

No item	Variable	r hitung	r kritis	Keterangan
1	Ketidakpuasan konsumen (X <sub>1</sub> )	0,608	0,3	Valid
2		0,476	0,3	Valid
3		0,711	0,3	Valid
4		0,557	0,3	Valid
5		0,571	0,3	Valid
6		0,554	0,3	Valid
7		0,576	0,3	Valid
1	Kebutuhan mencari variasi (X <sub>2</sub> )	0,863	0,3	Valid
2		0,869	0,3	Valid
3		0,613	0,3	Valid
4		0,439	0,3	Valid
1	keputusan perpindahan merek (Y)	0,706	0,3	Valid
2		0,749	0,3	Valid
3		0,751	0,3	Valid
4		0,821	0,3	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Tabel 3.3 terlihat bahwa korelasi antara masing-masing item pernyataan terhadap total skor dari setiap variabel menunjukkan hasil yang signifikan, dan menunjukkan bahwa r hitung  $>0,3$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dinyatakan valid

### 3.8.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik (Arikunto,2006). Untuk mengetahui suatu alat ukur itu reliabel, dapat diuji dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha* sebagai berikut :

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \left( 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right)$$

Dengan keterangan :

$r_{11}$  = Reliabilitas instrumen

$k$  = Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sigma_b^2$  = Jumlah varian butir

$\sigma_1^2$  = Varian total

Apabila variabel yang diteliti mempunyai *cronbach's alpha* ( ) > 60 % (0,60) maka variabel tersebut dikatakan reliabel sebaliknya *cronbach's alpha* ( ) < 60 % (0,60) maka variabel tersebut dikatakan tidak reliabel.

Hasil pengujian reliabilitas untuk masing-masing variabel yang diringkas pada tabel 3.3 berikut ini

**Tabel 3.4**  
**Hasil Pengujian Reliabilitas**

Variabel	Alpha	Koefisien $\alpha$	Keterangan
Ketidakpuasan konsumen (X <sub>1</sub> )	0,661	0,6	Reliabel
Kebutuhan mencari variasi (X <sub>2</sub> )	0,664	0,6	Reliabel
keputusan perpindahan merek (Y)	0,751	0,6	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai koefisien Alpha yang cukup besar yaitu diatas 0,6 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel sehingga untuk selanjutnya item-item pada masing-masing konsep variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur

### 3.9. Teknis Analisis Data

#### 3.9.1 Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2010) metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi. Analisa deskriptif dipergunakan untuk mengetahui frekuensi dan variasi jawaban terhadap item atau butir pernyataan dalam angket, untuk mengetahui kategori rata-rata skor menggunakan perhitungan sebagai berikut.

**Range : skor tertinggi – skor terendah**

**Range skor**

$$Range = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Sehingga range adalah 0,8

Range Skor : 1 – 1,8 = Sangat Rendah

1,9– 2,6 = Rendah

2,7 – 3,4 = Cukup / Sedang

3,5 – 4,2 = Tinggi

4,3 – 5 = Sangat Tinggi (Sudjana, 2005)

### 3.9.2 Analisis Inferensi

#### 3.9.2.1 Analisis Regresi Berganda

Menurut Sugiyono (2012) mengatakan bahwa analisis regresi berguna untuk melakukan prediksi seberapa tinggi nilai variabel dependen bila nilai variabel independen dimanipulasi (dirubah-rubah). Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh Ketidakpuasan konsumen ( $X_1$ ) dan Kebutuhan mencari variasi ( $X_2$ ) terhadap keputusan perpindahan merek ( $Y$ ). Persamaan Regresi Berganda tersebut menggunakan rumus (Sugiyono, 2012):

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \epsilon$$

Keterangan :

- Y = Keputusan perpindahan merek
- a = Konstanta
- $b_1$  = Koefisien regresi Ketidakpuasan konsumen
- $b_2$  = Koefisien regresi Kebutuhan mencari variasi
- $X_1$  = Ketidakpuasan konsumen
- $X_2$  = Kebutuhan mencari variasi
- $\epsilon$  = Standar error

#### 3.9.2.2 Uji Asumsi Klasik

##### 1. Uji Normalitas Data

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel pengganggu atau residual mempunyai

distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2011). Jika terdapat normalitas, maka residual akan terdistribusi secara normal dan independen. Model yang paling baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Uji ini dilakukan melalui analisis *Kolmogorov Smirnov*.

## 2. Uji Multikolinearitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model sebuah regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (Ghozali, 2011). Hubungan linier antar variabel independen inilah yang disebut dengan multikolinieritas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel bebasnya. Metode untuk mendeteksi adanya multikolinearitas pada penelitian ini menggunakan *Value Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai tolerance value  $< 0,01$  atau  $VIF > 10$  maka terjadi multikolinearitas. Dan sebaliknya apabila *tolerance value*  $> 0,01$  atau  $VIF < 10$  maka tidak terjadi multikolinearitas.

## 3. Uji Autokorelasi

Istilah autokorelasi dapat didefinisikan sebagai korelasi antar sesama urutan pengamatan dari waktu ke waktu. Untuk dapat mendeteksi adanya autokorelasi dalam situasi tertentu, biasanya memakai uji *Durbin Watson*, dengan keputusan nilai *durbin watson* diatas nilai  $d_U$  dan kurang dari nilai  $4-d_U$ ,  $d_U < dw < 4-d_U$  dan dinyatakan tidak ada Autokorelasi.(Ghozali, 2011)

## 4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dan residual satu pengamatan kepengamatan lain (Ghozali, 2011). Heteroskedastisitas berarti penyebaran titik dan populasi pada bidang regresi tidak konstan gejala ini ditimbulkan dari perubahan-perubahan situasi yang tidak tergambar dalam model regresi. Jika *variance* dan residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut sebagai homoscedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas.

### 3.9.2.3 Uji Hipotesis dengan uji t

a) Membuat formulasi hipotesis

Artinya ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen ( X ) terhadap variabel dependen ( y ).

b) Menentukan level signifikansi.

c) Mengambil keputusan

- Jika  $t_{sig} = 0,05$  , maka hipotesis diterima

- Jika  $t_{sig} > 0,05$  , maka hipotesis ditolak (Sugiyono, 2010)

### 3.9.2.4 Koefisien Diterminasi ( $R^2$ )

Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen (Ketidakpuasan konsumen dan Kebutuhan mencari variasi) secara serentak terhadap variabel dependen (Keputusan perpindahan merek). Nilai  $R^2$  terletak antara 0 sampai dengan 1 ( $0 \leq R^2 \leq 1$ ). Tujuan menghitung koefisien determinasi adalah untuk

mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Perhitungan nilai koefisien determinasi ini diformulasikan sebagai berikut:

$$R^2 = 1 - \frac{SSe}{SSt}$$

(Ghozali, 2011)