

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Rancangan penelitian

Menurut (Sugiyono, 2011) penelitian eksplanatori adalah penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel yang mempengaruhi

Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif. Sedangkan menurut metode penelitian kuantitatif menurut (Sugiyono, 2013) sebagai berikut :“Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara *random*, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/ statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

Penelitian ini menggunakan penelitian verifikatif dengan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan jenis penelitian *eksplanatori* yaitu penelitian yang dirancang untuk menentukan pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini variabel independen yaitu mencari variasi, harga, dan kualitas produk, sedangkan variabel dependen yaitu perpindahan merek. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna *smartphone* di Kota Jombang. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah menggunakan *Purposive sampling*. Metode pengumpulan data pada penelitian ini dengan menyebarkan kuisioner (angket) yang berisi pernyataan untuk diisi oleh responden. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *Likert*. Responden akan diminta untuk memberikan penilaian terhadap setiap item pernyataan dengan mengisi angka 1 yang berarti sangat tidak setuju sampai 5. Teknik analisis data yang menggunakan *software* SPSS dengan analisis regresi.

## **3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional**

### **3.2.1 Variabel Penelitian**

Penelitian ini menggunakan empat variabel yang terdiri dari tiga variabel independen yaitu Mencari Variasi (X1), Harga (X2) dan Kualitas Produk (X3) serta satu variabel dependen yaitu Perpindahan Merek (Y).

### **3.2.2 Definisi Operasional**

Definisi operasional adalah definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan cara memberikan arti atau menspesifikan kegiatan atau memberi suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut. Definisi operasional adalah mengubah konsep yang masih berupa abstrak dengan kata-kata yang menggambarkan perilaku yang dapat diuji dan ditentukan kebenarannya oleh orang lain berdasarkan variabel yang digunakan (Sugiyono, 2004)

#### **1. Mencari Variasi**

Mengacu pada konsep yang dikemukakan oleh Peter dan Olson (dalam Arianto, 2011) mencari variasi merupakan sikap konsumen yang bosan pada sesuatu yang telah lama dikonsumsi, sehingga selera konsumen akan berubah karena timbulnya rasa kebosanan pada produk yang mereka miliki, serta diasosiasikan sebagai ingin berganti.

Tingkat kebutuhan mencari variasi dalam menggunakan smartphone dapat diukur dengan indikator sebagai berikut:

- a. Adanya rasa bosan

- b. Tertarik mencoba merek lain
- c. Mencari merek lain

## 2. Harga

Mengacu pada konsep yang dikemukakan oleh Basu Swasta (dalam Nilasari, 2012) harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya.

Tingkat harga dalam menggunakan smartphone dapat diukur dengan indikator sebagai berikut:

- a. Keterjangkauan harga produk
- b. Kesesuaian harga produk dengan kualitas produk
- c. Kesesuaian harga merek sekarang dengan manfaatnya
- d. Daya saing harga produk

## 3. Kualitas Produk

Mengacu pada konsep yang dikemukakan oleh Kolter (dalam Sulistyari, 2012) yang mengatakan adanya kesediaan konsumen untuk membeli suatu produk dengan harga yang lebih tinggi asalkan ada jaminan bahwa produk tersebut berkualitas tinggi dan memuaskan segala keinginan dan kebutuhannya.

Yang dapat diukur menggunakan indikator sebagai berikut:

- a. Daya tahan produk
- b. Kinerja produk
- c. Fitur produk
- d. Keandalan produk

## 4. Perpindahan Merek

Mengacu pada konsep yang dikemukakan oleh (Sarah Chalida S, 2014) perpindahan merek merupakan perilaku pemilihan merek merupakan suatu proses dimana konsumen mengevaluasi berbagai alternatif dan membanding-bandingkan merek untuk dipilih.

Tingkat perpindahan merek dalam menggunakan smartphone dapat diukur dengan indikator sebagai berikut:

- a. Ingin merasakan yang berbeda
- b. Keinginan untuk berpindah merek smartphone lain
- c. Mencari informasi

**Tabel 3.1**  
**Kisi- kisi instrumen**

Variabel	Indikator	Kisi-kisi Angket	Sumber
Mencari variasi	1.Adanya rasa bosan 2.Tertarik mencoba merek lain 3.Mencari merek lain	1.Saya bosan terhadap smartphone yang saya pakai 2.Saya tertarik membeli berbagai smartphone merek lain 3.Banyak yang merekomendasikan menggunakan smartphone merek lain	Irawan (2011 )
Harga	1.Keterjangkauan harga produk 2.Kesesuain harga produk dengan kualitas produk 3.Kesesuain harga merek sekarang dengan manfaatnya 4.Daya saing harga produk	1.Kesesuaian harga dengan daya beli 2.Harga smartphone merek lain sesuai dengan kualitasnya 3.Harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang saya terima 4. Smartphone lain memiliki harga yang bersaing	Sulistyari (2012)
Kualitas produk	1.Daya tahan produk 2.Kinerja produk 3.Fitur produk 4.Kehandalan produk	1.Daya tahan smartphone merek lain lebih bagus 2.Smartphone merek lain memiliki kinerja lebih bagus 3.Fitur merek lain sangat beragam 4.Kehandalan smartphone merek lain sudah teruji	Sulstyari (2012 )



### **3.4 Populasi dan Sampel**

#### **3.4.1 Populasi**

Populasi penelitian ini adalah pada pengguna smartphone di kota Jombang. Agar dalam pengambilan data bisa tepat sasaran, maka populasi dibatasi pada pengguna smartphone lenovo di kota Jombang. Hal ini juga agar mempermudah peneliti dalam pengambilan sampel.

Populasi adalah gabungan dari keseluruhan elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian (Ferdinand,2006:223). Populasi dalam penelitian ini adalah para penggunaan smartphone di Jombang.

Berikut adalah data penjualan smrtphone di kota Jomabang

No	2015 Company	Market Share	2016 Company	Market Share
1	Samsung	28,0%	Samsung	26,6%
2	Oppo	16,4%	Oppo	16,4%
3	Lenovo	7,9%	Vivo	7,4%
4	Vivo	6,0%	Xiaomi	6,6%
5	Xiaomi	5,9%	Lenovo	6,5%
6	Apple	5,2%	Apple	6,1%
7	Huawei	4,2%	Huawei	4,1%
8	Sony	3,9%	Sony	4,0%
9	Advan	3,1%	Advan	3,4%
10	Smartfrend	2,7%	Smartfrend	3,1%
	Other	16,7%	Other	15,8%

### 3.4.2 Sampel

Sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Subset ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu dibentuk perwakilan populasi (Ferdinand,2006:223). Sampel dalam penelitian ini adalah perpindahan konsumen smartphone lenovo ke merek lain di kota Jombang.

Rumus untuk mencari sampel dari hasil penelitian (Djarwanto dan Subagyo,2000:159)

$$n = 1/4 \left| \frac{Z_{\alpha/2}}{E} \right|^2$$

Keterangan

n = sampel

$\alpha = 0,10$  maka  $Z = 1,96$

E = Tingkat kesalahan. Dalam penelitian ini E ditetapkan sebesar 10% sehingga n yang dihasilkan adalah :

$$n = 1/4 \left| \frac{1,96}{0,1} \right|^2$$

n= 96,04

Atas dasar perhitungan diatas, maka sampel yang diambil adalah berjumlah 96,04 orang, dibulatkan menjadi 100 responden.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan ialah teknik sampling Insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Adapun penyebaran kuisioner dilakukan oleh peneliti selama 14 hari mulai akhir Agustus sampai dengan awal September 2017. Pengambilan sampel dilakukan pada pukul 11.00 – 15.00 dengan mengambil lokasi di TOP SELL Jombang. Alasan mengambil di TOP SELL karena sudah diketahui bahwasanya memiliki harga yang lebih murah dibandingkan toko *smartphone* yang lain, selain itu di TOP SELL dari segi ketersediaan barang juga lebih lengkap. Jadi peneliti mengambil di TOP SELL melihat dari keramaian konsumen yang akan membeli membantu memudahkan dalam penyebaran kuisioner lebih cepat.

### **3.5 Jenis dan Sumber Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer dan data sekunder diuraikan sebagai berikut:

#### **3.5.1 Data Primer**

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diamati dan dicatat untuk pertama kalinya. Dalam penelitian ini data primer bersumber dari penyebaran kuesioner secara langsung kepada pengguna *smartphone* yang berpindah merek di jombang, dimana hasil data tersebut dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti.

### **3.5.2 Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung baik berupa keterangan maupun literatur yang ada hubungannya dalam penelitian yang sifatnya melengkapi atau mendukung data primer. Dalam penelitian ini, data sekunder bersumber dari studi pustaka melalui berbagai jurnal, artikel yang diambil dari internet.

## **3.6 Metode Pengumpulan Data**

### **3.6.1 Kuesioner**

Kuesioner yang diberikan berbentuk pernyataan terstruktur dan pertanyaan terbuka di mana di dalam kuesioner tersebut menyajikan sebuah pernyataan yang harus ditanggapi oleh responden secara terstruktur. Memperoleh data melalui pernyataan yang dijangkar kiri dan kanan dengan tingkatan jawaban yang peneliti harapkan, cenderung bersifat interval. Interval pernyataan dalam penelitian ini adalah 1-5.

### **3.6.2 Wawancara**

Yaitu teknik pengumpulan data yang diperoleh dengan cara tanya jawab langsung dengan pihak-pihak yang terlibat langsung dan berkompeten dengan permasalahan yang penulis teliti.

### **3.6.3 Observasi**

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

### **3.6.4 Dokumentasi**

Sebuah bukti cara yang digunakan untuk menyediakan dokumen-dokumen dengan menggunakan bukti yang akurat dari pencatatan sumber-sumber informasi khusus dari karangan atau tulisan buku dan sebagainya.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan angket sebagai cara pengumpulan data, karena dengan memberikan angket data bisa lebih mudah di pahami responden, sehingga data yang didapatkan akan sesuai dengan yang sebenarnya.

## **3.7 Uji Instrumen Penelitian**

### **3.7.1 Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner (Ghozali,2009:49). Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Jadi, validitas adalah mengukur apakah pernyataan dalam kuesioner yang sudah dibuat betul-betul dapat mengukur apa yang hendak diukur.

Dengan jumlah sampel (n) adalah 100 tingkat signifikansinya 0,05 maka r tabel pada penelitian ini adalah:

$$r(0,05;100-4) \Rightarrow 0,197$$

1. Jika r hitung > r tabel dan nilai signifikansi < 0,05 maka dapat dinyatakan bahwa indikator adalah valid.
2. Jika nilai r hitung < r tabel dan nilai signifikansi > 0,05 maka dapat dikatakan bahwa nilai indikator tidak valid.

Dalam penelitian ini penguji menggunakan alat bantu program SPSS. Dasar pengambilan keputusan dinyatakan valid apabila r hitung lebih besar dari r tabel (Ghozali, 2016)

Dari perhitungan perhitungan uji validitas variabel independen dan dependen dari 100 responden diperoleh hasil berikut:

**Tabel 3.2**  
**Hasil Uji Validitas Instrumen**

<b>Variabel</b>	<b>Item pernyataan</b>	<b>r hitung</b>	<b>BATAS MINIMAL CORRELATION ITEM</b>	<b>Keterangan</b>
Mencari Variasi ( $X_1$ )	X1.1	0.848	0.3	Valid
	X1.2	0.862	0.3	Valid
	X1.3	0.890	0.3	Valid
Harga ( $X_2$ )	X2.1	0.872	0.3	Valid
	X2.2	0.794	0.3	Valid
	X2.3	0.850	0.3	Valid
	X2.4	0.839	0.3	Valid
Kualitas Produk ( $X_3$ )	X3.1	0.900	0.3	Valid
	X3.2	0.863	0.3	Valid
	X3.3	0.830	0.3	Valid
	X3.4	0.845	0.3	Valid
Perpindahan Merek (Y)	Y.1	0.859	0.3	Valid
	Y.2	0.893	0.3	Valid
	Y.3	0.895	0.3	Valid
	Y.4	0.863	0.3	Valid

Sumber : data diolah SPSS (2017)

Berdasarkan tabel 3.2 maka dapat disimpulkan bahwa semua instrumen yang terdapat pada variabel mencari variasi, harga, kualitas produk dan perpindahan merek memperoleh hasil r hitung lebih besar dari batas minimal correlation, hal ini berarti semua instrumen variabel valid.

### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk (Ghozali,2009:45). Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Jawaban responden terhadap pernyataan ini dikatakan reliabel jika masing-masing pernyataan dijawab secara konsisten atau jawaban tidak boleh acak oleh karena masing-masing pernyataan hendak mengukur hal yang sama. Jika jawaban terhadap indikator ini acak, maka dapat dikatakan bahwa tidak reliabel (Ghozali,2009:46).

Pengukuran reliability dapat dilakukan dengan One Shot atau pengukuran sekali saja. Pengukuran hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pernyataan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pernyataan. Alat untuk mengukur reliability adalah Cronbach Alpha. Suatu variabel dikatakan reliabel, apabila hasil  $\alpha \geq 0,60$  = reliabel dan hasil  $\alpha < 0,60$  = tidak reliabel.

Adapun uji coba realibilitas dengan sampel 30 responden, dengan hasil uji realibilitas instrumen dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 3.3**  
**Hasil Uji Realibilitas Instrumen**

Variabel	Alpa Cronbach	Kriteria	Keterangan
X <sub>1</sub>	0,833	Alpa Cronbach >0,6 maka realibel	Realibel
X <sub>2</sub>	0,859		Realibel
X <sub>3</sub>	0,881		Realibel
Y	0,890		Realibel

Sumber : data diolah SPSS (2017)

Dari tabel 3.3 menunjukkan bahwa semua instrumen yang digunakan dalam penelitian ini realibel. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *alpha cornbach* lebih besar dari 0,6

### 3.8 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik terhadap model regresi yang digunakan, dilakukan agar dapat diketahui apakah model regresi tersebut merupakan model regresi yang baik atau tidak (Ghozali,2005). Dalam penelitian ini uji asumsi klasik yang digunakan adalah uji normalitas, uji heteroskedastisitas dan uji multikolinieritas.

#### 3.8.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data yang akan digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak (Ghozali,2009:147). Untuk menguji suatu data berdistribusi normal atau tidak, dapat diketahui dengan menggunakan grafik normal plot (Ghozali,2009:147). Pada grafik normal, dengan asumsi :

- a. Apabila data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Apabila data menyebar jauh dari diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi uji asumsi normalitas.

### **3.8.2 Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastitas (Ghozali,2009:125).

Deteksi aada tidaknya problem heteroskedastisitas adalah dengan media grafik, apabila grafik membentuk pola khusus maka model terdapat heteroskedastisitas (Ghozali,2009:126).

Dasar analisis :

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik (point-point) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang,

melebar kemudian menyempit), maka telah terjadi Heteroskedastisitas.

- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas.

### **3.8.3 Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antara sesama variabel bebas sama dengan nol (0). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi adalah sebagai berikut (Ghozali,2009:95) :

- a. mempunyai angka tolerance diatas ( $>$ ) 0,1
- b. mempunyai nilai VIF di bawah ( $<$ ) 10

## **3.9 Teknik Analisis Data**

### **3.9.1 Analisis Deskriptif**

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan frekuensi masing-masing item variabel dengan skala pengukuran satu sampai lima, untuk mengetahui kategori rata-rata skor menggunakan perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{Rentang skor} &= \frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{jumlah kategori}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0,8
 \end{aligned}$$

Sehingga interpretasi skor sebagai berikut:

- a. 1,0 – 1,8 = Sangat buruk
- b. 1,9 – 2,6 = Buruk
- c. 2,7 – 3,4 = Cukup
- d. 3,5 – 4,2 = Baik
- e. 4,3 – 5,0 = Sangat baik

### 3.9.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Secara umum analisis ini digunakan untuk meneliti pengaruh dari beberapa variabel independen (variabel X) terhadap variabel dependen (variabel Y) (Ghozali,2009). Pada regresi berganda variabel independen ( variabel X) yang diperhitungkan pengaruhnya terhadap variabel dependen (variabel Y), jumlah lebih dari satu. Dalam penelitian ini, variabel independen adalah mencari variasi (X1), harga (X2), kualitas produk (X3) sedangkan variabel dependen adalah perpindahan smartphone lenovo ke merek lain (Y) sehingga persamaan regresi bergandanya adalah

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana :

Y = Perpindahan Merek

a = Konstanta

$b_1$  = Koefisien regresi variabel X1 ( mencari variasi )

$b_2$  = Koefisien regresi variabel X2 ( harga )

$b_3$  = Koefisien regresi variabel X3 ( kualitas produk )

$X_1$  = Mencari Variasi

$X_2$  = Harga

$X_3$  = Kualitas Produk

e = Error atau variabel pengganggu

### 3.9 Uji Hipotesis

#### 3.10.1 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2009). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu, nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-

variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

### **3.10.2 Uji t ( Uji Statistik Parsial )**

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi konstanta dari setiap variabel independen, apakah mencari variasi (X1), harga (X2), dan kualitas produk (X3) benar-benar berpengaruh secara parsial (terpisah) terhadap variabel dependennya yaitu perpindahan merek (Y). Kriteria pengujian dengan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) = 0,05 ditentukan sebagai berikut :

$t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima

$t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak