

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Proses penelitian bersifat deduktif, di mana untuk menjawab rumusan masalah digunakan konsep atau teori. Sehingga dapat dirumuskan hipotesis yang selanjutnya dilakukan pengujian hipotesis melalui pengumpulan data di lapangan dengan menggunakan instrumen penelitian yang kemudian dianalisis secara kuantitatif sehingga dapat disimpulkan hipotesis yang dirumuskan terbukti atau tidak (Sugiyono, 2013;6).

Metode yang digunakan adalah metode asosiatif kausal. Menurut Sugiyono (2013;37) metode asosiatif kausal adalah suatu pertanyaan penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih, jadi disini ada variabel *independent* (variabel yang mempengaruhi) dan *dependent* (dipengaruhi).

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Sekaran Kabupaten Lamongan dengan lokasi penelitian di Pasar Sekaran. Pemilihan Pasar Sekaran sebagai lokasi penelitian karena Pasar Sekaran adalah pusat kegiatan perekonomian di Kecamatan Sekaran dan tempat masyarakat Kecamatan Sekaran berkumpul untuk melakukan kegiatan perekonomian.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2013;80) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah konsumen (membeli dan mengkonsumsi) yang pernah melakukan perpindahan merek (*brand switching*) dari *Coca Cola* ke *Big Cola* di Kecamatan Sekaran.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2013;81). Dalam penentuan sampel yang dipergunakan adalah *non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono 2013;84).

Teknik sampling yang digunakan adalah *insidental sampling*. Sugiyono (2013;85) menyatakan *insidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. Bila dipndang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Sampel dalam penelitian ini mengacu pendapat yang dikemukakan oleh Ferdinand dalam Arianto (2013;299) yaitu penelitian multivariate (termasuk yang menggunakan analisis regresi multivariat) besarnya sampel ditentukan sebanyak 25 kali variabel independen. Penelitian ini menggunakan tiga variabel independen

yaitu *quality product*, *variety seeking* dan *Price*. Sehingga berdasarkan ketentuan tersebut maka besarnya sampel yang digunakan adalah $3 \times 25 = 75$ responden.

3.4 Jenis dan Sumber Data

Data yang dikumpulkan terdiri atas data primer (langsung) dan data sekunder (tidak langsung). Data primer yaitu data yang berasal langsung dari sumber data yang dikumpulkan secara khusus dan berhubungan langsung dengan permasalahan yang diteliti. Sumber data yang digunakan diperoleh dari hasil penyebaran kuisioner kepada responden yang dijadikan sampel dalam penelitian. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data yang berhubungan dengan variabel independen yaitu *quality product*, *variety seeking* serta *price* dan variabel dependen *brand switching*.

Data sekunder merupakan data yang terlebih dahulu dikumpulkan oleh perorangan atau organisasi lain. Data sekunder berupa sumber pustaka yang mendukung penulisan penelitian serta diperoleh dari literatur yang relevan dari permasalahan sebagai dasar pemahaman terhadap obyek penelitian. Penelitian ini menggunakan data sekunder dari jurnal-jurnal penelitian, buku-buku literatur, website perusahaan maupun data dokumen yang sekiranya diperlukan dalam penelitian ini. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah data-data tentang profil perusahaan *Coca Cola* dan *Big Cola*, data *market share Coca Cola* dan *Big Cola* di Indonesia dan di Kecamatan Sekaran serta data statistik tentang keadaan geografis dan kependudukan Kecamatan Sekaran.

3.5 Teknik Pengambilan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah metode kuisisioner. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu kuisisioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuisisioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet (Sugiyono, 2013;142).

3.6 Identifikasi Variabel

Variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2013;38).

1. Variabel bebas / *independent*

Variabel *Independent* (bebas) adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) (Sugiyono, 2013;39). Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini:

X1 = *quality product*

X2 = *variety seeking*

X3 = *price*

2. Variabel terikat / *dependent*

Variabel *dependent* (terikat) adalah suatu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2013;39). Variabel *dependent* dalam penelitian ini adalah keputusan perpindahan merek (*brand switching*).

3.7 Definisi Operasional

3.7.1 Variabel Independent (X)

X1 : Kualitas Produk (*quality product*)

Kotler dan Keller (2009;143) menyatakan bahwa kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Indikator kualitas produk menurut Kotler dan Keller (2009;8) seperti berikut ini :

1. Bentuk, meliputi ukuran atau struktur fisik produk
2. Desain (*design*), adalah totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan, rasa dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan.
3. Kualitas kinerja, adalah tingkat dimana karakteristik utama produk beroperasi.

X2 : Pencarian variasi (*variety seeking*)

Schiffman and Kanuk (2010;27) menyatakan kebutuhan mencari variasi merupakan perilaku yang wajar bagi konsumen karena adanya faktor stimulus dari luar yang merangsang seseorang untuk cenderung mencoba produk-produk yang dinilai baru.

Mowen and Minor dalam Firdaus (2014;27) menyebutkan indikator *variety seeking*, yaitu :

1. Keinginan untuk berganti kebiasaan.
2. Tingkat kejenuhan.
3. Adanya rasa penasaran terhadap merek lain.

X3 : Harga (*price*)

Menurut Kotler dan Amstrong (2008;345) harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Menurut Cronin, dkk. dalam Firdaus (2014;27) indikator *price*, yaitu:

1. Keterjangkauan harga.
2. Perbandingan harga dengan merek lain.
3. Kesesuaian harga dengan kualitas.

3.7.2 Variabel Dependent (Y)

Menurut Dharmmesta dalam Suzy (2008;109) perilaku peralihan merek (*brand switching*) adalah perilaku perpindahan merek yang dilakukan konsumen karena adanya merek tertentu, atau diartikan juga sebagai kerentanan konsumen untuk berpindah ke merek lain. Indikator *brand switching* menurut Mutyalestari (2009;38) seperti berikut ini :

1. Munculnya rasa penasaran.
2. Kecenderungan mempercepat pergantian merek yang dipakai.
3. Pendapat orang lain.

3.8 Teknik Pengukuran Data

Pengukuran data dilakukan dengan menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2013;93). Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka setiap jawaban diberi skor sebagai berikut :

Tabel 3.1
Kategori dan Skor Jawaban Responden

Jawaban	Kategori	Skor
A	Sangat Setuju	5
B	Setuju	4
C	Ragu-Ragu	3
D	Tidak Setuju	2
E	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono (2013;94)

3.9 Teknik Analisis Data

3.9.1 Uji Instrumen Penelitian

Sugiyono (2013;102) Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang yang diamati. Karena pada prinsipnya meneliti adalah melakukan pengukuran, maka harus ada alat ukur yang yang baik. Alat ukur yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian harus telah teruji validitas dan reabilitasnya.

3.9.1.1 Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuatu instrumen (Sugiyono, 2013;125). Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu koesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2011;52).

Langkah selanjutnya adalah secara statistik, angka korelasi yang diperoleh dengan melihat tanda bintang pada hasil skor total, atau membandingkan dengan angka bebas korelasi nilai r yang menunjukkan valid. Pada penelitian ini uji validitas akan dilakukan dengan bantuan program SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*). Untuk menentukan butir-butir pertanyaan yang valid dan yang gugur, perlu dikomparasikan dengan table r produk moment. Kriteria penilaian uji validitas sebagai berikut :

1. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item kuesioner tersebut valid.
2. Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka dapat dikatakan item kuesioner tidak valid.

3.9.1.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Pada penelitian ini untuk mencari reliabilitas instrumen menggunakan rumus alpha α ,

atau *crobanch's alpha*. Fungsi dari *crobanch's alpha* untuk mengukur tingkat reliabilitas konsistensi internal diantara butir-butir pertanyaan dalam suatu instrumen. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2013;121).

Untuk mengetahui kuesioner tersebut sudah reliabel atau tidak, peneliti melakukan pengujian reliabilitas kuesioner dengan bantuan program SPSS. Dalam uji reliabilitas ini suatu butir kuisisioner dikatakan valid jika $r_{\text{alpha}} > r_{\text{tabel}}$ (Ernawati, 2010;28).

3.9.2 Uji Asumsi Klasik

Setiadi (2015;52) uji asumsi klasik adalah persyaratan yang harus dipenuhi pada analisis linear berganda. Setidaknya ada empat uji asumsi klasik yaitu uji autokorelasi, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji normalitas. Persamaan regresi yang diperoleh dari analisis data harus menghasilkan estimator linier tidak bias atau bersifat BLUE (*Best Linier Unbias Estimator*) sehingga dalam pengambilan keputusan penentuan uji hipotesis dalam uji F dan uji t tidak terjadi bias. Untuk menghasilkan keputusan yang BLUE maka harus dipenuhi beberapa asumsi yaitu:

3.9.2.1 Autokorelasi

Autokorelasi artinya terdapat pengaruh dari variabel dalam model melalui tenggang waktu. Hal ini berarti bahwa nilai variabel saat ini berpengaruh terhadap nilai variabel lain pada masa yang akan datang. Jika dalam suatu model regresi terdapat autokorelasi maka akan menyebabkan varians sampel tidak dapat menggambarkan varians

populasi dan model regresi yang dihasilkan tidak dapat digunakan untuk menaksir nilai variabel Independent tertentu. Untuk mendiagnosis ada atau tidaknya autokorelasi dalam suatu model regresi dapat dilakukan dengan cara melakukan pengujian terhadap nilai uji Durbin-Watson (Uji DW). Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi adalah sebagai berikut:

1. Bila nilai DW terletak antara batas atas (du) dan $(4-du)$, maka koefisien autokorelasi sama dengan nol, berarti tidak ada autokorelasi.
2. Bila nilai DW lebih rendah dari pada batas bawah (dl), maka koefisien autokorelasi lebih besar dari pada nol, berarti ada autokorelasi positif.
3. Bila nilai DW lebih besar dari pada $(4-dl)$, maka koefisien autokorelasi lebih kecil dari pada nol, berarti ada auto korelasi negatif.
4. Bila nilai DW terletak antara batas atas (du) dan batas bawah (dl) atau DW terletak antara $(4du)$ dan $(4-dl)$, maka hasilnya tidak dapat disimpulkan.

3.9.2.2 Multikolinearitas

Ghozali (2011;105) uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel - variabel ini tidak *ortogonal*. Variabel *ortogonal* adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Falue* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. *Tolerance*

mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena $VIF=1/tolerance$). Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance* $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$ (Ghozali, 2011;106).

3.9.2.3 Heteroskedastisitas

Penyimpangan asumsi model klasik yang lain adalah adanya heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel pengganggu dalam persamaan regresi mempunyai varian yang sama atau tidak. Hasan dalam Meka (2011;73) menyatakan bahwa untuk mengetahui terjadinya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji koefisien korelasi Spearman dengan ketentuan jika signifikansi $< 0,05$ maka terdapat heteroskedastisitas dalam regresi dan jika signifikansi $> 0,05$ maka tidak terdapat heteroskedastisitas dalam regresi.

3.9.2.4 Normalitas

Cara yang sering digunakan dalam menentukan apakah suatu model berdistribusi normal atau tidak, hanya dengan melihat pada histogram residual apakah memiliki bentuk gambar lonceng pada histogram atau dengan melihat apakah penyebaran data membentuk satu garis lurus diagonal, dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika data menyebar disekitar garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Cara ini menjadi fatal karena pengambilan keputusan menjadi subjektif. Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah residual model regresi yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Metode yang

digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Jika nilai signifikansi dari hasil uji Kolmogorov-Smirnov $> 0,05$ maka asumsi normalitas terpenuhi (Nurjannah 2008;9).

3.9.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Ghozali (2011;7) metode untuk menguji hubungan antara satu variabel terikat dan satu atau variabel bebas adalah regresi. Regresi sederhana untuk menguji pengaruh satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat, sedangkan untuk lebih dari satu variabel bebas disebut regresi berganda. Analisis regresi selain mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen (Ghozali, 2011;96). Penelitian ini menggunakan tiga variabel bebas, maka penelitian ini menggunakan regresi linear berganda untuk mengukur pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat. Hubungan fungsional antara Variabel bebas dapat digambarkan sebagai berikut:

$$Y=f(X_1,X_2,X_3,\dots,X_n)$$

Dimana Y adalah variabel terikat (*dependent variabel*) dan X_1,X_2,X_3,\dots,X_n adalah variabel bebas (*independent variabel*). Bentuk persamaan regresi dapat dinyatakan sebagai berikut:

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

Keterangan :

Y	=	Keputusan <i>brand switching</i>
a	=	Konstanta
b_1,b_2,b_3	=	Koefisiensi
X1	=	<i>Quality product</i>
X2	=	<i>Variety seeking</i>
X3	=	Price
e	=	Standart error

3.9.4 Koefisien Korelasi (R)

Teknik korelasi bertujuan untuk mengukur hubungan kekuatan dua variabel. Pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi bisa dilihat berdasarkan tabel di bawah ini :

Tabel 3.2
Interval Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

Sumber: Sugiyono (2013;184)

3.9.5 Koefisien Determinasi (R²)

Ghazali (2011;97) koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi antara nol dan satu. Semakin mendekati nol besarnya koefisien determinasi suatu persamaan regresi, maka semakin kecil pula pengaruh semua variabel independen (*quality product, variety seeking dan price*) terhadap nilai variabel dependen (*brand switching*). Sebaliknya, semakin mendekati satu besarnya koefisien determinasi suatu persamaan regresi, maka semakin besar pula pengaruh semua variabel independen (*quality product, variety seeking dan price*) terhadap variabel dependen (*brand switching*).

Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel dependen maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel. Oleh karena itu banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai *Adjusted R²* pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti R , nilai *Adjusted R²* dapat naik dan turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model (Setiadi, 2015;59).

3.9.6 Uji Hipotesis

3.9.6.1 Uji t

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah masing-masing hipotesis, yaitu H1, H2 dan H3 terjadi pengaruh secara parsial dari tiap masing-masing variabel bebasnya yaitu *quality product*, *variety seeking* dan *price* terhadap keputusan *brand switching*.

Langkah-langkah pengujian adalah sebagai berikut :

1. Menentukan formulasi null hipotesis statistik yang akan diuji.

Hipotesis 0, $H_0 : b_1 = 0$

Artinya tidak ada pengaruh antara variabel X secara parsial terhadap variabel Y.

Hipotesis alternatif, $H_a : b_1 \neq 0$

Artinya ada pengaruh antara variabel X secara parsial terhadap variabel Y.

Dengan ketentuan ; Simbol (=) dikategorikan sebagai bersisi dua (*two sided*)

untuk menguji dua sisi, simbol (>) dikategorikan sebagai bersisi satu (*one sided*)

untuk menguji sisi kanan dan simbol (<) dikategorikan sebagai bersisi satu (*one sided*) untuk menguji sisi kiri.

2. Menentukan t_{tabel} dan t_{hitung}

t_{tabel} dengan tingkat signifikansi = $\alpha/2 = 0,05/2 = 2,5\%$ dengan $df = n - k - 1$.

(jumlah kuisioner - jumlah variabel bebas - 1).

t_{hitung} didapat dari hasil perhitungan SPSS pada tabel regresi.

3. Menentukan kriteria pengujian

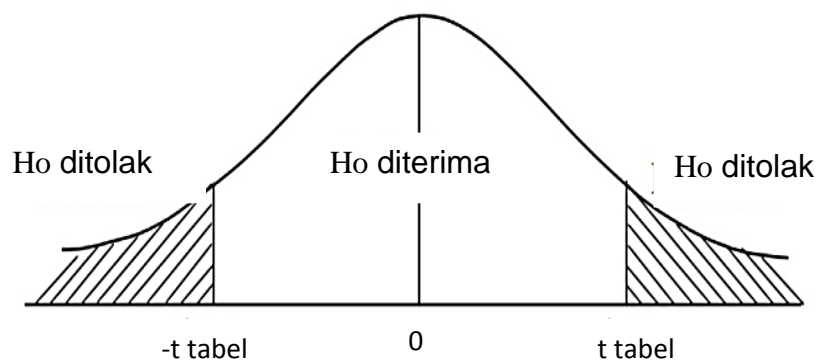
Bila - $t_{\text{hitung}} < -t_{\text{tabel}}$ atau $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. (Artinya ada pengaruh signifikan antara variabel (X) *quality product*, *variety seeking* dan *price* secara parsial terhadap variabel (Y) *brand switching*).

Bila - $t_{\text{tabel}} < t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. (Artinya tidak ada pengaruh antara variabel (X) *quality product*, *variety seeking* dan *price* secara parsial terhadap variabel (Y) *brand switching*).

4. Menentukan daerah penerimaan dan penolakan H_0

Tingkat signifikansi = $\alpha/2 = 0,05/2 = 0,025 = 2,5\%$ maka t_{tabel} dengan $df = n-k-1$

Jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ atau signifikansi $> 0,05$ maka H_0 ditolak H_a diterima. Jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$, atau signifikansi $< 0,05$ maka H_0 diterima H_a ditolak.



Gambar 3.1
Daerah Penerimaan dan Penolakan Uji Secara Parsial (Uji t)