

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian ini adalah perusahaan Samsung yang mana produk *smartphone* dari perusahaan tersebut akan diangkat menjadi objek dalam penelitian yang akan diteliti. Subjek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah para mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dari berbagai fakultas dan program studi dengan ketentuan utama yaitu mahasiswa yang pernah menggunakan merek *smartphone* Samsung dan berpindah ke *smartphone* lain. Penelitian ini akan dilaksanakan di area kampus Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (Taman Tirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta).

B. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif, kemudian dari data kualitatif dirubah kedalam bentuk data kuantitatif. Data kualitatif yaitu data yang tidak berbentuk angka, tetapi berbentuk kalimat, kata-kata, persepsi maupun berupa pendapat (Alni, dkk, 2014: 4). Data kuantitatif adalah data yang berupa angka-angka (Alni, 2014: 3). Data tersebut diperoleh berasal dari jawaban yang telah diberikan oleh responden melalui penyebaran kuesioner yang diberi skor dengan mengacu pada pengukuran data interval menggunakan skala Likert, yaitu dengan skala teknik setuju-tidak setuju dengan mengembangkan pertanyaan atau pernyataan yang menghasilkan jawaban dari sangat setuju (SS) hingga sangat tidak setuju (STS) dalam berbagai rentang nilai

1-5. Kemudian dianalisis melalui perhitungan statistik yaitu dengan alat analisis regresi linier berganda dan disajikan dalam bentuk tabel untuk mempermudah dalam menyimpulkan dari hasil data penelitian.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer yaitu data yang diperoleh peneliti secara langsung dari sumbernya atau responden dengan membagikan kuesioner dan mengajukan beberapa pertanyaan atau pernyataan terkait topik yang sedang diteliti (Alni, dkk, 2014:4).

C. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik *nonp-robability sampling* dengan jenis *Purposive Sampling*. teknik pengambilan sampel bertujuan (*purposive sampling*) adalah teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan mengambil sampel dari populasi berdasarkan suatu kriteria tertentu (Jogiyanto, 2014: 98). Teknik ini tidak memberi kesempatan atau peluang yang sama untuk setiap anggota populasi yang bisa dipilih menjadi sampel. Teknik ini biasanya dilakukan karena beberapa pertimbangan seperti pengambilan sampel didasarkan atas ciri-ciri, kriteria dan karakteristik tertentu yang merupakan ciri-ciri pokok dari populasi. Kriteria sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pernah menggunakan *smartphone* Samsung dan berpindah ke merek *smartphone* lain.
2. Mahasiswa aktif Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (D3, S1 dan S2).

Landasan teori yang digunakan untuk menentukan jumlah pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu berdasarkan teori menurut

Roscoe (1975) yang dikutip Uma Sekaran (2010: 295) memberikan acuan umum untuk menentukan ukuran sampel:

1. Ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian.
2. Jika sampel dipecah ke dalam subsample (pria/wanita, junior/senior, dan sebagainya). Ukuran sampel minimum 30 untuk tiap kategori adalah tepat.
3. Dalam penelitian *multivariate* (termasuk analisis regresi linier berganda), ukuran sampel sebaiknya 10x lebih besar dari jumlah indikator dalam penelitian.
4. Untuk penelitian eksperimental sederhana dengan kontrol eksperimen yang ketat, penelitian yang sukses adalah mungkin dengan ukuran sampel kecil antara 10 sampai dengan 20.

Berdasarkan penjelasan teori di atas, penelitian ini termasuk ke dalam penelitian *multivariate* (analisis regresi linier berganda), ukuran sampel sebaiknya 10x lebih besar dari jumlah indikator dalam penelitian. Jumlah indikator dalam setiap variabel yang ada dalam penelitian ini yaitu sebanyak 14 indikator. Jadi dapat diketahui jumlah sampel yang akan digunakan 10x lebih besar dari jumlah indikator dalam penelitian yaitu $14 \times 10 = 140$. Jadi dapat disimpulkan jumlah sampel/reponden yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 140 sampel.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah teknik pengumpulan data dengan menggunakan metode survei dengan memberikan kuesioner kepada responden. Pada lembar kuesioner, peneliti mengajukan sejumlah daftar pertanyaan atau pernyataan menyangkut seputar topik penelitian yaitu tentang pengaruh variabel persepsi harga, ketidakpuasan dan kebutuhan mencari variasi terhadap perilaku berpindah merek. Kuesioner tersebut akan diberikan kepada 140 orang responden dengan kriteria yang telah ditentukan dengan mengacu pada pengukuran menggunakan skala Likert.

Skala Likert didesain untuk menguji sampai sejauh mana tingkat kekuatan responden dari sangat setuju hingga sangat tidak setuju terhadap pertanyaan/pernyataan tersebut dalam lima skor. Skala Likert digunakan untuk mengukur respon para responden dalam 5 poin dengan interval yang sama (Sugiyono, 2016: 93). Untuk mengukur sikap responden dari setiap pertanyaan, digunakan skala likert 1-5 sebagai berikut:

TABEL 3.1
SKALA LIKERT

No	Pertanyaan/ Pernyataan	1	2	3	4	5
		STS	TS	N	S	SS

Sumber : Sugiyono (2016)

Keterangan:

1. STS : sangat tidak setuju
2. TS : tidak setuju
3. N : netral/ragu-ragu
4. S : setuju
5. SS : sangat setuju

E. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdapat dua jenis variabel yang digunakan, yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*).

1. Variabel Bebas (X)

Variabel bebas (*Independent variable*) adalah variabel yang dapat mempengaruhi variabel terikat (*dependent variable*). Variabel bebas dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

a. Persepsi Harga (X1)

Persepsi harga adalah pandangan atas harga menyangkut bagaimana informasi harga yang dipahami oleh konsumen dan dibuat bermakna bagi mereka mengenai pengolahan informasi (Peter dan Olson, 2014, 246). Bagaimanapun dalam beberapa kondisi, konsumen mempunyai ekspektasi atas hubungan harga dan kualitas. Rentang harga tertentu untuk suatu produk, konsumen mungkin mempunyai pandangan bahwa harga yang lebih mahal mencerminkan kualitas yang lebih baik. Di sisi lain harga yang lebih murah menurutnya lebih terjangkau, namun dianggapnya harga tersebut mencerminkan kualitas yang kurang baik (Nugroho, 2010: 104).

Harga merupakan keputusan kritis yang menunjang keberhasilan operasi organisasi profit maupun non-profit. Harga yang mahal bisa meningkatkan laba jangka pendek dan meningkatkan persepsi maupun citra dari merek produk, dalam kasus lain harga yang terlalu murah pangsa pasar dapat melonjak namun margin kontribusi dan laba bersih yang diperoleh akan

berkurang. Harga yang murah akan dipersepsikan bahwa produk tersebut memiliki kualitas yang kurang baik.

Indikator dalam pengukuran variabel harga (Kotler, 2001: 440) antara lain sebagai berikut:

- 1) Perbandingan harga produk dengan harga produk lain yang sejenis.
- 2) Kesesuaian harga dengan manfaat dan kualitas produk.
- 3) Keterjangkauan harga produk.

b. Ketidakpuasan (X2)

Ketidakpuasan terjadi ketika daya guna atau manfaat dari suatu produk lebih rendah atau tidak sesuai dengan apa yang diharapkan yaitu kinerja suatu produk lebih buruk dari harapan (Peter dan Olson, 2014: 184).

Kepuasan adalah tingkat perasaan setelah membandingkan kinerja atau hasil dengan harapannya yang sesuai dengan apa yang diinginkan sebelumnya. Jadi tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Sedangkan rasa tidak puas atau ketidakpuasan yaitu perasaan dimana hasil atau kinerja yang diharapkan tidak sesuai dengan apa yang diharapkan sebelumnya. Secara teori konsumen yang merasa terpuaskan akan kebutuhan dan keinginannya akan menindaklanjuti dengan melakukan pembelian ulang terhadap merek atau produk yang sama. Begitu pula sebaliknya konsumen yang mengalami rasa ketidakpuasan cenderung akan merubah perilaku pembeliannya dengan melakukan perilaku berpindah merek pada merek lain.

Indikator ketidakpuasan menurut (Peter dan Olson 2000: 160):

- 1) Keluhan pasca mengkonsumsi suatu barang atau jasa.
- 2) Adanya suatu kekurangan/kelemahan dari suatu produk atau jasa.
- 3) Ketidaksesuaian antara keinginan atau harapan sejauh mana kinerja produk yang telah diharapkan sebelumnya.
- 4) Ketidaksesuaian antara biaya yang dikeluarkan dengan manfaat yang diperoleh.

c. Kebutuhan Mencari Variasi (X3)

Kebutuhan mencari variasi adalah bahwa manusia memiliki kebutuhan alamiah akan variasi dalam kehidupan mereka pada suatu kondisi tertentu. Konsumen akan sering mengekspresikan kepuasan dengan merek barang seperti yang mereka gunakan sekarang, tetapi tetap terlibat dalam penggantian merek. Hal ini dapat terjadi karena pencarian variasi adalah motif konsumen yang cukup lazim dikarenakan banyaknya variasi produk yang ditawarkan dengan berbagai pilihan merek. Biasanya konsumen yang mempunyai keterlibatan emosional yang rendah terhadap suatu merek akan mudah berpindah pada merek pesaing.

Kebutuhan mencari variasi atau mencari keragaman adalah mengacu pada kecenderungan konsumen untuk mencari secara spontan membeli merek produk baru meskipun mereka terus mengungkapkan kepuasan mereka dengan merek yang lama. Kebutuhan mencari variasi merupakan salah satu bentuk perilaku manusia yang tidak dapat dijelaskan dengan teori klasik perilaku yang ada. Pemikiran pokok di balik perilaku mencari variasi adalah

bahwa manusia memiliki kebutuhan alamiah akan variasi dalam kehidupan mereka pada suatu kondisi tertentu.

Indikator yang digunakan untuk mengukur kebutuhan mencari variasi produk mengacu pendapat yang dikemukakan oleh (Peter dan Olson, 2014: 187) yaitu:

- 1) Adanya rasa bosan atau jenuh dengan produk yang selama ini digunakan.
- 2) Merasa tertantang untuk menggunakan merek terbaru.
- 3) Tidak ada rasa khawatir untuk mencoba merek yang berbeda dari biasanya.
- 4) Keinginan untuk mencoba menggunakan merek yang berbeda dari varian merek.

2. Variabel Terikat (Y)

Variabel terikat (*dependent variable*) adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas (*independent variable*). Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu perilaku berpindah merek.

Perilaku Berpindahan Merek (Y)

Perilaku berpindah merek adalah perilaku atau tindakan seorang konsumen atau sekelompok konsumen beralih merek dari satu merek ke merek lainnya dengan berbagai alasan tertentu. Perilaku berpindah merek ini menunjukkan sejauh mana sebuah merek memiliki pelanggan yang loyal.

Perilaku berpindah merek adalah pola perilaku pembelian yang dikarakteristikan dengan perubahan atau pergantian dari satu merek ke merek yang lain (Peter dan Olson, 2002: 187),.

Indikator yang digunakan untuk mengukur perilaku berpindah merek mengacu pada pendapat yang dikemukakan oleh Assael (dalam Hafizha, 2015: 36) yaitu:

- a) Menghentikan pembelian atau pemakaian dan menggantikan produk dengan pilihan merek lain.
- b) Ketidakpuasan yang dirasakan pasca mengkonsumsi atau menggunakan suatu barang atau jasa.
- c) Keinginan mencari variasi produk lainnya yang sejenis.

F. Uji Kualitas Instrumen dan Data

Uji ini dilakukan untuk mengetahui validitas, reliabilitas instrumen penelitian dan kualitas data. Tujuan dari uji instrumen dan data dilakukan bertujuan untuk mengetahui kelayakan dari instrumen yang digunakan sebagai alat pengumpul data pada responden. Instrumen yang layak adalah instrumen yang baik, karena baik buruknya instrumen akan berpengaruh pada benar atau tidaknya data dan sangat menentukan bermutu tidaknya suatu hasil penelitian.

1. Uji Kualitas Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan atau pernyataan

pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang hendak diukur oleh kuesioner tersebut (Imam, 2011: 52). Manfaat dari uji validitas yaitu untuk mengetahui apakah item-item yang tersaji dalam kuesioner benar-benar mampu mengungkapkan dengan pasti apa yang akan diteliti. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau validnya kuesioner. Uji validitas dapat dilakukan dengan melakukan *korelasi bivariate* antara masing-masing skor indikator dengan total skor konstruk dengan taraf signifikan <0.05 .

b. Uji Reliabilitas

Menurut Nunnally (dalam Imam, 2011: 47) Uji reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu instrumen dikatakan reliabel atau handal jika jawaban reponden terhadap pernyataan/pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan *Cronbach alpha* $> 0,70$.

2. Uji Kualitas Data (Uji Asumsi Klasik)

Penelitian ini menggunakan model analisis regresi untuk menganalisis data. Sebelum dilakukan analisis regresi, terlebih dahulu perlu dilakukan uji asumsi klasik. Apabila uji asumsi klasik terpenuhi, maka analisis regresi dapat dilakukan.

a) Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel bebas (Imam, 2011:

105). Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinieritas dapat menggunakan analisis perhitungan nilai *tolerance* dan VIF, yaitu dengan kriteria sebagai berikut:

- 1). Taraf sig > 5%. nilai *Tolerance Value* $\leq 0,10$ dan $VIF \geq 10$ (terjadi multikolinieritas).
- 2). Taraf sig < 5%, nilai *Tolerance Value* > 0,10 atau dan $VIF < 10$ (tidak terjadi multikolinieritas).

b) Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya (Imam, 2011: 139). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heterokedastisitas. Untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala heterokedastisitas dapat digunakan uji Glejser, dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikan variabel independen < 0,05 maka terjadi heterokedastisitas.
- 2) Jika nilai signifikan variabel independen > 0,05 maka tidak terjadi heterokedastisitas.

c) Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel bebas dan variabel terikat diantara keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik harus memiliki distribusi normal atau mendekati normal (Imam, 2011: 160). Uji normalitas pada penelitian dapat menggunakan uji statistik non parametrik Kolmogorov Smirnov (K-S).

Untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel bebas dan variabel terikat diantara keduanya memiliki distribusi normal atau tidak dengan menggunakan Uji K-S dapat dilakukan sebagai berikut:

- 1). Jika nilai Asymp. Sig. (2 – tailed) $\geq 0,05$ (data berdistribusi normal).
- 2). Jika nilai Asymp. Sig. (2– tailed) $\leq 0,05$ (data tidak berdistribusi normal).

G. Analisis Data dan Uji Hipotesis

1. Distribusi Frekuensi

Distribusi frekuensi adalah tabel tentang kelompok data yang terdiri dari kolom kelas, frekuensi dan persentase. Tujuan data distribusi frekuensi yaitu untuk memudahkan dalam penyajian data, mudah dipahami, dan dibacasebagai bahan informasi (Alni dkk, 2014: 8).

2. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai maksimum, minimum, mean, dan standar deviasi untuk mendeskripsikan variabel dalam penelitian sehingga secara kontekstual dapat mudah dimengerti (Imam, 2011: 19).

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Pada analisis regresi linier berganda terdapat lebih dari satu variabel independen yang akan diuji (Imam, 2011: 93).

Berikut adalah persamaan untuk regresi linier berganda:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen

a = Konstanta regresi

$\beta_1 \beta_2 \beta_3$ = Koefisien regresi

$X_1 X_2 X_3$ = Variabel independen

E = Variabel pengganggu

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. 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 (Imam, 2011: 97). Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat. Koefisien Determinasi dapat dilihat dari nilai *adjusted* R^2 dimana untuk menginterpretasikan besarnya nilai koefisien determinasi harus diubah kedalam bentuk persentase. Sisa dari total (100%) yang artinya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

b. Uji F

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang ada dalam model penelitian mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Imam, 2011: 98). Jika taraf signifikansi $<0,05$ dan F hitung lebih $>$ dari F tabel, maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh secara bersama-sama antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

c. Uji Hipotesis (Uji t)

Uji t pada dasarnya digunakan untuk menunjukkan sejauhmana pengaruh satu variabel independen secara parsial (individual) dalam menerangkan variabel dependen (Imam, 2011: 98). Uji t yaitu suatu uji untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel bebas (persepsi harga, ketidakpuasan, dan kebutuhan mencari variasi) secara parsial atau individu menerangkan pengaruh terhadap variabel terikat (perilaku berpindah merek).

H_0 : Secara parsial tidak ada pengaruh signifikan antar variabel independen terhadap dependen.

H_a : Secara parsial ada pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap dependen.

Diterima atau ditolakny suatu hipotesis dapat dilakukan dengan kriteria:

1) Jika nilai $\alpha \leq 0,05$ maka H_0 ditolak, dapat diartikan secara parsial variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

Maka hipotesis diterima karena koefisien regresi signifikan.