

BAB III

OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Objek dan Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini meneliti pengaruh Ketidakpuasan konsumen, *variety seeking*, konsumen terhadap perpindahan merek pada Kotex. Penelitian akan dilakukan kepada mantan pemakai Kotex di Alfamart yang pernah atau sudah menggunakan Kotex.

3.1.1 Sejarah Singkat dan Keberadaan pembalut Kotex di Indonesia

Kotex adalah brand pembalut pertama yang di *launched* di Amerika pada tahun 1920. Berbagai macam digunakan untuk pembalut wanita seperti rumput kering, wol, kapas, kain bekas, maupun serat sayuran. Inovasi terjadi pada tahun 1960, pembalut yang menggunakan *belt* mulai diganti dengan menggunakan lem. Lem tersebut berfungsi untuk menahan pada bagian bawah celana dalam. Kotex terus berinovasi untuk membuat pembalut yang praktis.

Pada tahun 2000 perusahaan Kimberly Clark pertama di Indonesia, Kotex terus berusaha memberikan yang terbaik untuk perempuan dalam menghadapi menstruasi. Munculya perusahaan pembalut kotex di Indonesia memacu perusahaan lain dalam menciptakan pembalut yang lebih inovatif, yang disesuaikan dengan kebutuhan dan perkembangan wanita.

3.2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain *descriptive explanatory*. Menurut Sugiyono, (2008:59) deskriptif *explanatory* merupakan penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta hubungannya antara satu variabel dengan variabel lainnya. Desain *explanatory* dalam penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan atau membuktikan pengaruh variabel ketidakpuasan dan *variety seeking* terhadap perpindahan merek. Penelitian ini juga menguji hipotesis yang disusun peneliti melalui kajian teori dan penelitian yang relevan. Menurut Sekaran (2009: 138), “*Hypothesis can be defined as logically expected relationship between two or more variables are expressed in the form of statements that can be tested.*” Jadi hipotesis merupakan hubungan yang diperkirakan secara logis diantara dua atau lebih variabel yang diungkapkan dalam bentuk pernyataan yang dapat diuji.

Menurut Sekaran (2009: 158) : “ *A descriptive study is undertaken in order to ascertain and be able to describe the characteristic of the variables of interest in a situation*”. Kalimat tersebut dapat diartikan sebagai: sebuah penelitian deskriptif yang dilakukan dalam rangka untuk memastikan dan dapat menggambarkan karakteristik dari variabel-variabel kepentingan dalam suatu situasi. Penelitian *Explanatory* merupakan suatu penelitian yang menjelaskan suatu hubungan antar variabel dimana menggunakan kerangka penelitian terlebih dahulu lalu dirumuskan hipotesisnya

Desain penelitian yang digunakan adalah *single cross sectional*. Menurut Sekaran (2009:177): “ *A study can be done in which data are gathered just once, perhaps over period of days or weeks or months, in order to answer a research question.*” Kalimat tersebut dapat diartikan sebagai : suatu penelitian dapat dilakukan dimana data dikumpulkan hanya satu kali, mungkin dalam satu periode waktu selama beberapa hari, minggu atau bulan, dalam menjawab pertanyaan penelitian. Penelitian ini mengkuantitatifkan data untuk meneliti secara umum pengaruh ketidakpuasan dan *variety seeking* terhadap *brand switching*.

Pada penelitian ini metode yang digunakan oleh peneliti adalah metode survei dengan menggunakan kuesioner, karena kuesioner mudah diolah dan data yang diperoleh dapat dipercaya.

3.3. Operasional Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan dua variabel bebas dan satu variabel terikat, yaitu:

1. Variabel bebas (*independent variable*) yaitu variabel menjadi sebab terjadinya atau terpengaruhnya variabel terikat, dalam penelitian ini adalah ketidakpuasan konsumen (X_1) dan *variety seeking* (X_2).
2. Variabel terikat (*dependent variable*) yaitu variabel yang menjadi akibat atau nilainya dipengaruhi variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah perpindahan merek (Y).

Adapun operasionalisasi variabel beserta konsep dan dimensinya dapat dilihat pada tabel 3.1, tabel 3.2, dan tabel 3.3 sebagai berikut:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

| Konsep Variabel | Dimensi | Indikator | Skala | Nomor |
|---|---|--|---------------|--------------|
| <p>X_1 (ketidakpuasan)</p> <p>Tse dan Wilton dalam Tjiptono (2008:24) ketidakpuasan adalah respon pelanggan terhadap ketidaksesuain yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja actual yang dirasakan pemakaiannya.</p> | Kinerja <i>(Performance)</i> | 1. pembalut Kotex tidak mampu menyerap 2. kemudahan penggunaan pembalut Kotex | Likert | 1,2 |
| | Keistimewaan tambahan <i>(features)</i> | 3.Adanya kandungan gel pada pembalut tidak menyerap lebih banyak kebocoran 4.adanya sayap atau wings mencegah darah bocor ke celana dalam | Likert | 3,4 |
| | Kesesuaian dengan spesifikasi <i>(Conformance to specification)</i> | 5.Kesesuaian pembalut kotex terhadap bentuk tubuh. 6.kesesuaian panjang pembalut Kotex yang ideal | Likert | 5,6 |
| | Daya tahan <i>(Durability)</i> | 7.mudah berkerutnya | Likert | 7 |
| | Keandalan <i>(reliability)</i> | pembalut Kotex 8.Tidak tahan lama pemakaian 9.tidak cepat rusaknya | Likert | 8,9 |
| | Desain <i>(Aesthetic)</i> | pembalut kotex ketika digunakan 10. kemampuan bantal kotex tidak maksimal 11. model atau desain Kotex tidak menarik 12. Ketersediaan motif/corak pada produk pembalut Kotex | Likert | 10,11 |
| <p>X_2 (<i>variety seeking</i>)</p> <p>Perilaku konsumen untuk melepaskan suatu kejenuhan karena keterlibatan rendah pada</p> | Kebutuhan akan variasi | 13.banyaknya pilihan produk lain. 14.bosan dengan merek pembalut Kotex. | Likert | 12,13 |

| | | | | |
|---|---|--|--------|-------|
| merek atau produk. Howard dalam Mayasari (2005:21) | Tidak adanya merek pilihan | 15.tidak adanya merek favourite. 16.Tidak khawatir mencoba merek baru | Likert | 14,15 |
| | Perbedaan yang di rasakan antar merek | 17. sering mencoba merek yang belum pernah dicoba. 18. mencoba sejumlah variasi tipe dari merek pembalut yang tersedia. | Likert | 16,17 |
| Y (perpindahan merek) Pola pembelian yang dikarakteristikan dengan perubahan atau pergantian dari satu merek ke merek lain. Peter dan Olson (2008:52) | Keinginan berpindah ke penyedia produk lainnya. | 19.adanya diskon 20. harga merek lain lebih murah | Likert | 18,19 |
| | Ketidakbersediaan menggunakan produk ulang. | 21.adanya kecacatan pada produk pembalut Kotex. 22.Ketidaksesuain produk dengan yang di inginkan. | Likert | 20,21 |
| | Keinginan untuk mempercepat penghentian hubungan. | 23.Ketertarikan membeli produk yang baru. 24. Tergiur dengan promosi | Likert | 22,23 |

Sumber : diolah oleh peneliti

Skala pengukuran digunakan oleh ketiga variabel tersebut adalah skala likert. Skala likert dirancang untuk menguji seberapa kuat subjek setuju atau tidak setuju dengan pernyataan yang menggunakan skala 5-titik.

3.4. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua sumber data, yaitu sumber data primer dan sekunder. Data primer diperoleh

peneliti melalui hasil kuesioner tertutup yang di isi oleh responden, yang berisi pendapat dan fenomena dari obyek penelitian ini, yaitu seputar pengaruh ketidakpuasan konsumen dan variety seeking terhadap perpindahan merek pembalut Kotex.

Data sekunder diperoleh peneliti dari buku-buku teks, skripsi, tesis, internet, dan artikel-artikel majalah. Data sekunder inilah yang penulis gunakan dalam penyusunan latar belakang, kajian pustaka, *review* penelitian terdahulu, profil perusahaan, serta data-data lain yang diperlukan dalam penyusunan penelitian ini.

3.5. Teknik Penentuan Populasi dan Sampel

Menurut Uma Sekaran (2009:240): *“Population refers to the entire group of people, events, or things of interest that the researcher wishes to investigate.”* Kalimat tersebut dapat diartikan sebagai: populasi merujuk pada keseluruhan kelompok orang, peristiwa, atau hal-hal menarik yang peneliti ingin selidiki. Populasi dalam penelitian ini adalah orang-orang yang datang ke alfamart . Populasi tersebut dipilih karena lokasi yang dekat dengan tempat tinggal peneliti dan juga peneliti sudah sering melihat perilaku pembelian dari populasi tersebut. Uma Sekaran (2009:244) berpendapat: *”Sampling is the process of selecting the elements of the population so that the characteristics of the sample can be generalized to the population.”* Kalimat tersebut dapat diartikan sebagai: proses memilih unsur dari

populasi sehingga karakteristik sampel dapat di generalisasikan pada populasi.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*. Menurut Sugiyono (2010:84): “ Teknik *non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. ” Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*. Menurut Uma Sekaran (2009:277-278) *purposive sampling* adalah sampel yang diambil dengan maksud dan tujuan tertentu. Seseorang diambil sebagai sampel karena peneliti menganggap bahwa seseorang tersebut memiliki informasi yang diperlukan bagi penelitiannya. Untuk menentukan ukuran sampel penelitian ini menggunakan rumus Slovin dikarenakan populasi yang didapat adalah *finite* (dapat dihitung). Rumus Slovin dapat dijelaskan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Keterangan:

N= Jumlah populasi

n= Jumlah sampel

e= Tingkat toleransi kesalahan dalam penelitian ini

Berdasarkan survei awal di peroleh data orang yang berkunjung ke Alfamart yang membeli produk pembalut wanita selain kotex, tetapi pernah memakai kotex adalah dalam 7 hari rata-rata 27 orang seminggu dengan mengasumsikan dalam sebulan adalah sebanyak 108

orang. Sehingga bila dihitung dengan menggunakan rumus Slovin dengan standar eror sebesar 5%,

$$\begin{aligned}n &= \frac{108}{108(0,05)^2 + 1} \\ &= 84\end{aligned}$$

dapat disimpulkan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 84 orang responden. Adapun alasan menggunakan rumus Slovin adalah untuk mendapatkan sampel yang representatif dan lebih pasti atau mendekati populasi yang ada.

3.6. Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini berupa statistik parametrik dengan kualitas atau skala interval. Menurut Sekaran (2009:187): skala interval memungkinkan kita untuk melakukan operasi aritmatika tertentu pada data yang dikumpulkan dari responden. Peneliti menggunakan perangkat lunak SPSS untuk mengolah dan menganalisis data hasil penelitian. Penelitian ini menggunakan instrumen penelitian atau kuisisioner dengan skala Likert untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan yang tercantum pada kuisisioner.

Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi yaitu sangat tidak setuju (1), tidak setuju (2), cukup setuju (3), setuju (4), dan sangat setuju (5) yang masing-masing diberi nilai.

Tabel 3.3
Bobot Nilai Pernyataan Kuisisioner

| Pilihan Jawaban | Bobot Skor |
|---------------------|------------|
| Sangat setuju | 5 |
| Setuju | 4 |
| Cukup setuju | 3 |
| Tidak setuju | 2 |
| Sangat tidak setuju | 1 |

Sumber: Data diolah Peneliti

Skala Likert dirancang untuk menguji seberapa kuat subjek setuju atau tidak setuju dengan menggunakan skala 5-titik. Metode pengolahan data dan analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

3.6.1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Sebelum kuesioner disebarkan kepada responden, kuesioner tersebut terlebih dahulu harus diuji validitas dan reliabilitasnya, agar instrumen atau variabel yang digunakan terbukti keabsahan dan keandalannya. kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi *product moment* dengan cara mengkorelasi

setiap skor indikator dengan total skor indikator variabel, variabel dapat dikatakan valid apabila $mean\ r\text{-hitung} > 0,361$ (dengan jumlah responden minimal sebanyak 30 dan $\alpha = 0,05$).

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat ukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Menurut Uma Sekaran (2009:40), reliabilitas adalah suatu pengukuran yang menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut tanpa bias (bebas kesalahan) dan karena itu menjamin pengukuran yang konsisten lintas waktu dan lintas beragam item dalam instrumen. Sementara untuk uji reliabilitas kuesioner, penelitian ini menggunakan teknik Alpha Cronbach yang menyatakan bahwa kuesioner dikatakan reliabel apabila memiliki nilai Alpha lebih dari 0,6 untuk semua jenis kasus.

3.6.2. Uji Asumsi Dasar (Normalitas dan Linearitas)

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval, ataupun rasio. Jika analisis menggunakan parametrik, maka persyaratan normalitas harus terpenuhi, yaitu data berasal dari

distribusi normal. Jika data tidak berdistribusi normal, maka metode yang digunakan adalah *statistic nonparametric*. Dalam penelitian ini, uji normalitas yang digunakan adalah uji *one sample kolmogorov-smirnov* dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 5% atau 0,05.

2. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linier. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *Test for Linearity* dengan taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi kurang dari 0,05.

3.6.3. Uji Asumsi Klasik (Multikolinearitas dan Heterokedastisitas)

1. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas, yaitu adanya hubungan linear antar variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah

multikolinearitas. Dampak yang diakibatkan dengan adanya multikolinearitas antara lain yaitu:

- a. Nilai *standard error* untuk masing-masing koefisien menjadi tinggi, sehingga *t* hitung menjadi rendah
- b. *Standard error of estimate* akan semakin tinggi dengan bertambahnya variabel independen
- c. Pengaruh masing-masing variabel independen sulit dideteksi

Pada penelitian ini, untuk menghindari penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas akan melihat nilai *inflation factor* (VIF) pada model regresi. Menurut Santoso (dalam 2006:50), pada umumnya jika VIF lebih besar dari 5, maka variabel tersebut mempunyai persoalan multikolinearitas dengan variabel bebas lainnya.

2. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heterokedastisitas, yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Dalam penelitian ini uji heterokedastisitas dilakukan dengan menggunakan analisis uji *Spearman's rho* yaitu dengan mengkorelasikan nilai residual (*unstandardized residual*) dengan masing-masing variabel. Dengan

syarat apabila signifikansi korelasi lebih besar dari 0.05 maka pada model regresi tidak terjadi masalah Heterokedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda (Uji F dan Uji t)

1. Uji F

Uji F digunakan untuk melihat pengaruh variabel independen dengan variabel dependen secara bersama-sama atau simultan. Nilai F dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$F_h = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Keterangan:

R^2 = Koefisien determinasi

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah anggota sampel

= 5%

Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

- a. Apabila probabilitas signifikan kurang dari 5%, maka hipotesis diterima
- b. Apabila probabilitas signifikan lebih dari 5%, maka hipotesis ditolak.

2. Uji t

Uji t yaitu suatu uji untuk mengetahui signifikansi dari pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen

secara individual dan menganggap variable dependen yang lain konstan. Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

- a. Apabila probabilitas signifikan kurang dari 5%, maka hipotesis diterima.
- b. Apabila probabilitas signifikan lebih dari 5%, maka hipotesis ditolak.

3.6.4. Persamaan Regresi

Persamaan regresi digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Adapun model matematis persamaan regresi ini adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y= perpindahan merek

a= Konstanta

b_1b_2 = Koefisien regresi

X_1 = Ketidakpuasan konsumen

X_2 = *variety seeking*

3.6.5. Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis determinasi dalam regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen (Priyatno, 2008:78). Nilai koefisien determinasi dapat dihitung sebagai berikut:

$$R^2 = \frac{(r_{yx_1})^2 + (r_{yx_2})^2 - 2(r_{yx_1})(r_{yx_2})(r_{x_1x_2})}{1 - (r_{x_1x_2})^2}$$

Keterangan :

R^2 = Koefisien determinasi

r_{yx_1} = Korelasi sederhana antara X_1 dan Y

r_{yx_2} = Korelasi sederhana antara X_2 dan Y

$r_{x_1x_2}$ = Korelasi sederhana antara X_1 dan X_2