

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Objek dan Ruang Lingkup Penelitian**

Penelitian ini meneliti pengaruh atribut produk dan persepsi harga terhadap perpindahan merek. Objek dalam penelitian ini adalah Blackberry dan Samsung Android Galaxy. Lokasi penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

#### **3.2 Metode Penelitian**

Penelitian deskriptif adalah salah satu jenis penelitian konklusif yang bertujuan untuk mendapatkan bagaimana deskripsi dari variabel independen atribut produk dan persepsi harga terhadap keberadaan variabel dependen (perpindahan merek).

Desain penelitian yang digunakan merupakan penelitian *conclusive* yang bersifat kausal (*causal research*), yaitu satu jenis riset konklusif yang tujuan utamanya adalah mendapatkan bukti mengenai hubungan sebab – akibat (Malhotra 2009: 100).

Desain penelitian *explanatory* dengan jenis penelitian deskriptif dan kausal di mana peneliti ingin melakukan pengujian terhadap hipotesis-hipotesis dan menguji seberapa jauh pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen yaitu antara atribut produk dan persepsi harga terhadap perpindahan merek.

Metode yang digunakan untuk penelitian ini adalah metode survei. Menurut Malhotra (2009 : 196) metode survei yaitu kuesioner terstruktur yang diberikan ke responden dan dirancang untuk menghasilkan informasi spesifik. Berdasarkan dimensi waktu, Penelitian ini menggunakan studi lintas-seksi (*cross-sectional*) menurut Malhotra (2009 : 95) yaitu satu jenis rancangan riset yang terdiri dari pengumpulan informasi mengenai sampel tertentu dari elemen populasi hanya satu kali.

### **3.3 Variabel Penelitian dan Pengukurannya**

Dalam penelitian yang dibuat kali ini terdapat tiga variabel yang terbagi kedalam dua jenis, yaitu:

1. Variabel terikat (*dependent variabel*)

Malhotra (2009:242) menyatakan bahwa variabel terikat adalah variabel yang mengukur pengaruh dari variabel bebas dalam sebuah pengujian. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah perpindahan merek (*brand switching*).

2. Variabel bebas ( *independent variable* )

Menurut Malhotra (2009:242) variabel bebas adalah variabel atau alternatif yang dimanipulasi (yaitu variabel – variabel ini diubah – ubah oleh peneliti) dan efeknya diukur serta dibandingkan. Variabel bebas pada penelitian ini adalah atribut produk dan persepsi harga

Adapun operasionalisasi variabel beserta konsep dan dimensinya dapat dilihat pada tabel 3.1 dibawah ini.:

**Tabel 3.1**  
**Operasionalisasi Variabel Atribut Produk (X1), Persepsi Harga (X2), dan**  
**Perpindahan Merek (Y)**

No	Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Skala ukur	Item
1	Atribut Produk ( X1)	Menurut Lovelock dan Wright dalam Widyatama (2007:69), atribut produk adalah semua fitur (baik yang berwujud maupun yang tidak berwujud) suatu barang atau jasa yang dapat dinilai oleh pelanggan	<i>Product Quality</i>  <i>features (fitur)</i>  <i>design (disain)</i>	1. <i>Durability</i> (ketahanan produk) 2. kinerja produk 3. Kinerja perangkat komplementer  1. fitur utama 2. fitur konektivitas 3. fitur multimedia 4. fitur tambahan 5. <i>Operation System</i>  1. Bentuk produk 2. Warna produk	Skala likert           Skala likert	1 2,3 4,5  6 7 8 9 10  11,12 13
Merujuk dari Meidya Rahmawati (2007). <i>Product Attribute Factor to Nokia Brand Users</i> . Jurnal Online Administrasi Bisnis Universitas Lampung						
2	<i>Persepsi Harga</i> ( X2)	Menurut Schiffman dan Kanuk (2010:193-194) persepsi harga adalah pandangan atau persepsi mengenai harga bagaimana konsumen memandang harga tertentu (tinggi, rendah, wajar)	<i>Price quality relationship</i>  ( <b>Hubungan harga dan kualitas</b> )  <i>Price consciousness</i>	1. Biaya yang dikeluarkan menggambarkan kualitas produk 2. Perbandingan harga untuk mendapatkan kualitas yang lebih baik  1. Keterjangkauan harga 2. Biaya yang dikeluarkan untuk	Skala likert           Skala likert	14 15  16 17



*Mencari Variasi dan Ketidakpuasan Konsumen terhadap Keputusan Perpindahan Merek dari Samsung Galaxy Series di Kota Malang. Dan Tristiana (2011) Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap perpindahan merek Kotex.*

Sumber: data diolah peneliti

### 3.3.1 Skala Pengukuran

Penelitian ini menggunakan kuesioner dengan skala likert untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan yang tercantum pada kuesioner baik itu positif atau negatif. Menurut Malhotra (2009:298) skala likert adalah skala pengukuran dengan lima kategori respon yang berkisar antara “sangat tidak setuju” hingga “sangat setuju” yang mengharuskan responden menentukan derajat persetujuan atau ketidaksetujuan mereka terhadap masing – masing dari serangkaian pernyataan mengenai obyek stimulus. Setiap pernyataan di gambarkan sebagai berikut:

**Tabel 3.2**  
**Bobot Penilaian Kuesioner**

Pilihan	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
Bobot	1	2	3	4	5

Sumber: Malhotra (2009:298)

### 3.4 Metode Penentuan Populasi dan Sampel

#### 3.4.1 Populasi

Menurut Sugiono (2013:61), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik

tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Penelitian ini memilih populasi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang pernah menggunakan Blackberry dan sekarang menggunakan Samsung Android Galaxy . Berdasarkan data dari Biro Administrasi Akademik dan Keuangan (BAAK) Universitas Negeri Jakarta, jumlah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta sebanyak 3127 orang sampai dengan Oktober 2013. Setelah peneliti mengadakan pra-riset didapatkan hasil yang pernah menggunakan Blackberry dan sekarang menggunakan Samsung Android Galaxy berjumlah 152 orang meliputi S1 dan D3.

### **3.4.2 Sampel**

Menurut Sugiyono (2013:62), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

*Purposive sampling* merupakan metode *sampling* yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini. Artinya peneliti menanyakan terlebih dahulu apakah responden menggunakan produk yang menjadi objek dalam penelitian ini. Batasan dalam metode *purposive sampling* ini adalah konsumen yang pernah menggunakan Blackberry dan sekarang menggunakan Samsung Android Galaxy, responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini diminta untuk mengisi kuesioner.

Peneliti menggunakan metode ini dimaksudkan untuk mempermudah pengumpulan data kuesioner dan agar pengumpulan data bisa dilakukan dengan cepat.

Dalam penentuan sampel, peneliti merujuk pada tabel “Penentuan Jumlah *Sample* dari Populasi tertentu dengan Taraf Kesalahan 1%, 5%, dan 10%” atau yang biasa disebut tabel ISAAC dalam Sugiyono (2013:71). Dari populasi yang berjumlah 152 orang dengan tingkat kesalahannya sebesar 5% maka jumlah *sample*-nya sebanyak 105 orang.

Dalam pengambilan sampel, peneliti akan menyebarkan secara langsung kuesioner kepada responden disekitar kelas, gedung N, gedung ADM, sekretarian HMJ di gedung L. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* yang pengambilan objeknya telah ditentukan pada responden yang pernah menggunakan Blackberry dan sekarang menggunakan Samsung Android Galaxy.

### **3.5 Prosedur Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini digunakan dua sumber data antara lain data primer dan data sekunder. Menurut Malhotra (2009: 120) data primer adalah data yang dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan masalah riset. Data ini dikumpulkan sendiri oleh peneliti melalui pembagian kuisisioner kepada 135 orang responden (terdiri dari 30 orang responden awal untuk pengujian uji validitas dan 105 orang untuk uji regresi) di Fakultas Ekonomi kampus Universitas Negeri Jakarta. Data dalam penelitian ini dapat dikumpulkan dengan teknik sebagai berikut:

#### **a. Penelitian Lapangan (*Field Reasearch*)**

Penelitian di lapangan adalah penelitian yang dimaksudkan untuk memperoleh data primer yaitu data yang diperoleh melalui:

1. Pengamatan (*Observation*), yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan mengamati secara langsung objek yang diteliti.
  2. Kuesioner, yaitu teknik pengumpulan data dengan membuat daftar pertanyaan yang berkaitan dengan objek yang diteliti, diberikan kepada responden dengan berhubungan dan bertemu langsung.
  3. Teknik *snowball*, yaitu untuk mengidentifikasi suatu populasi yang sebelumnya tak dikenal. Menghubungkan anggota dari suatu populasi dengan satu sama lain, salah satu secara langsung, adalah suatu prosedur yang layak untuk mengidentifikasi semua anggota menyangkut populasi itu.
- b. Data sekunder menurut Malhotra (2009:121) mendefinisikan data sekunder sebagai data yang dikumpulkan untuk maksud selain menyelesaikan masalah yang dihadapi. Data sekunder didapat peneliti dari proses pencarian melalui jaringan internet seperti data yang diakses dari beberapa situs yang digunakan dalam pencarian referensi teori maupun jurnal.

### **3.6 Metode Analisis**

Tujuan metode analisis data adalah untuk menginterpretasikan dan menarik kesimpulan dari sejumlah data yang terkumpul. Peneliti menggunakan perangkat lunak SPSS versi 22.0 untuk mengolah dan menganalisis data hasil penelitian.

### 3.6.1. Uji Instrumen

#### 3.6.1.1 Uji Validitas

Menurut Ghozali (2005 : 49) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner dilihat dari butir pernyataan. Pengujian ini dilakukan dengan cara melakukan uji coba terlebih dahulu kepada 30 orang responden.

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi *product moment* yaitu teknik analisis korelasi yang berguna untuk menentukan suatu besaran yang menyatakan bagaimana kuat hubungan suatu variabel dengan variabel lain. Teknik korelasi *product moment* menyatakan jika berdasarkan nilai mean dari r-hitung, variabel dapat dikatakan *valid* apabila mean r-hitung  $> 0,361$  (dengan jumlah responden minimal sebanyak 30 dan  $\alpha = 0,05$ ). Adapun perhitungannya menggunakan rumus:

Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikansi 0,05.

Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- a. Jika  $r_{\text{hitung}} \geq r_{\text{tabel}} (0,361)$  maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan *valid*).
- b. Jika  $r_{\text{hitung}} \leq r_{\text{tabel}}$  maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak *valid*).

### 3.6.1.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2005 : 45) uji reliabilitas sebenarnya merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Instrumen yang *reliable* adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Pengujian ini dilakukan dengan menghitung koefisien Cronbach Alpha dari masing-masing instrumen dalam satu variabel. Suatu variabel disebut *reliable*, apabila :

Hasil  $> 0,60$  maka hasilnya adalah reliabel.

Hasil  $< 0,60$  maka hasil yang didapat tidak reliabel

### 3.6.2 Uji Asumsi

#### 3.6.2.1. Uji Normalitas

Menurut Ghazali (2005 : 110) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variable pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Cara yang dapat digunakan untuk menguji apakah variable residual memiliki distribusi normal adalah dengan menggunakan uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* dengan menggunakan taraf signifikansi 5%. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 0.05.

### 2.6.2.2 Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan, menurut Duwi Priyatno (2010:73). Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Pengujian SPSS dengan menggunakan *test for linearity* dengan taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (*linearity*) kurang dari 0,05.

### 3.6.2.3 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas model, yaitu adanya hubungan linear antara variabel independen dalam model regresi. Pada penelitian ini, untuk menghindari asumsi klasik multikolinearitas akan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) pada model regresi. Menurut Duwi Priyatno (2010:81), pada umumnya jika VIF lebih besar dari 5, maka variabel tersebut mempunyai persoalan multikolinearitas dengan variabel bebas lainnya.

### 3.6.2.4 Uji Heteroskedastisitas

Digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas, yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas, menurut Duwi Priyatno (2010:83). Untuk menguji

heterokedastisitas digunakan uji Spearman's Rho, yaitu dengan mengkorelasikan nilai residual (*Unstandardized residual*) dengan masing-masing variabel.

Jika signifikansi korelasi kurang dari 0,05 maka pada model regresi terjadi masalah Heteroskedastisitas.

### 3.6.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam upaya menjawab permasalahan dalam penelitian ini maka digunakan analisis regresi linear berganda (*Multiple Regression*). Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel independen terhadap variabel dependen menurut Dwi Priyatno (2010:61).

Rumus matematis dari regresi linear berganda yang umum digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

Y = Nilai Prediksi Variabel Dependen Perpindahan Merek

a = Konstanta, nilai Y jika semua nilai X adalah nol

$b_1, b_2$ , = Koefisien regresi

$X_1$  = Variabel Independen (Atribut Produk)

$X_2$  = Variabel Independen ( Persepsi Harga )

e = *standard error*

Dalam penelitian ini persamaan regresi ditentukan dengan menggunakan *standardized coefficient beta* karena masing-masing

koefisien variabel bebas (*independent*) distandarisasikan lebih dulu agar menghasilkan koefisien yang samasatuannya. Maka garis regresi yang dihasilkan melewati garis origin (titik pusat) sehingga tidak ada konstantanya. Keuntungan dengan menggunakan *standardized beta* adalah mampu mengeliminasi perbedaan unit ukuran pada variabel independen.

### 3.6.4. Uji Hipotesis

#### 3.6.4.1. Uji t (Regresi Parsial)

Menurut Ghozali (2005 : 84) Uji t pada dasarnya menunjukkan signifikansi dari pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individual dan menganggap variabel dependen yang lain konstan. Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

- a) Apabila probabilitas signifikan kurang dari 5% dan jika  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ , maka hipotesis diterima.
- b) Apabila probabilitas signifikan lebih dari 5% dan jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ , maka hipotesis ditolak.

#### 3.6.4.2. Uji F (Regresi Simultan)

Secara simultan, pengujian hipotesis dilakukan dengan uji F, menurut Ghozali (2005 : 84) bahwa uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

- a) Apabila probabilitas signifikan kurang dari 5% dan jika  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ , maka hipotesis diterima

- b) Apabila probabilitas signifikan lebih dari 5% dan jika  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ , maka hipotesis ditolak

#### 3.6.4.3. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Analisis determinasi dalam regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui prosentase sumbangan pengaruh variabel independen ( $X_1, X_2, \dots, X_n$ ) secara serentak terhadap variabel dependen (Y). Koefisien ini menunjukkan seberapa besar prosentase variasi variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi variabel dependen.  $R^2$  sama dengan 0, maka tidak ada sedikitpun prosentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen, atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikitpun variasi variabel dependen. Adapun pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi atau seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas (*Independent*) terhadap variabel terikat (*Dependent*), digunakan pedoman yang dikemukakan oleh Sugiyono (2013:250).