

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang beralamat di Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220. Alasan peneliti memilih tempat tersebut karena berdasarkan *survey* awal yang telah dilakukan oleh peneliti, tempat tersebut memiliki masalah mengenai perpindahan merek *smartphone iPhone* ke Samsung pada mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta, yaitu *variety seeking* yang dekat dengan konsumen, kualitas produk yang kurang baik, serta promosi yang buruk. Selain itu, juga karena faktor keterjangkauan, berupa kesediaan Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis yang dapat menerima serta memberikan izin kepada peneliti untuk melakukan penelitian di lingkungan tersebut, sehingga memudahkan proses pengambilan data.

2. Waktu Penelitian

Penelitian akan dilaksanakan dalam kurun waktu 6 (enam) bulan, yaitu dimulai dari bulan Januari 2019 sampai dengan bulan Juli 2019. Waktu tersebut merupakan waktu yang cukup baik dalam melakukan penelitian karena jadwal perkuliahan peneliti sudah tidak lagi padat, sehingga akan mempermudah peneliti untuk memberikan banyak waktu pada pelaksanaan penelitian.

B. Metode Penelitian

1. Metode

Metode penelitian pada dasarnya merupakan Cara ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu (Sugiono, 2014: 3). Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode *survey* dengan pendekatan korelasional. Alasan peneliti memilih metode ini dikarenakan sesuai dengan tujuan yang diinginkan, yaitu untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Menurut Neuman W Lawrence (2014: 12) dalam buku Sugiyono mengatakan bahwa:

Survey are quantitative beasth. The survey ask many people (call respondent) about their belief, opinions, characteristic and past or present behavior. Survey are appropriate for research questions about self reported belief of behavior.

Artinya, penelitian *survey* adalah penelitian kuantitatif. Dalam penelitian *survey*, peneliti menanyakan ke beberapa orang (yang disebut dengan responden) tentang keyakinan, pendapat, karakteristik suatu objek dan perilaku yang telah lalu atau sekarang. Penelitian *survey* berkenaan dengan pertanyaan tentang keyakinan dan perilaku dirinya sendiri.

Sedangkan, pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan korelasional. Adapun alasan peneliti memilih pendekatan korelasional adalah untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara variabel X dengan variabel Y. Apabila terdapat hubungan, seberapa erat hubungan tersebut dan seberapa berarti hubungan tersebut. Dengan pendekatan korelasional dapat diketahui hubungan antara variabel bebas (*variety seeking*) yang diberi simbol X_1 dengan variabel terikat (perpindahan merek) yang diberi simbol Y sebagai variabel yang dipengaruhi dan hubungan antara variabel bebas (kualitas produk) yang diberi simbol X_2 dengan variabel terikat (perpindahan

merek) yang diberi simbol Y sebagai variabel yang dipengaruhi, serta hubungan antara variabel bebas (*variety seeking*) yang diberi simbol X_1 dan variabel bebas (kualitas produk) yang diberi simbol X_2 dengan variabel terikat (perpindahan merek) yang diberi simbol Y sebagai variabel yang dipengaruhi.

2. Konstelasi Hubungan Antar Variabel

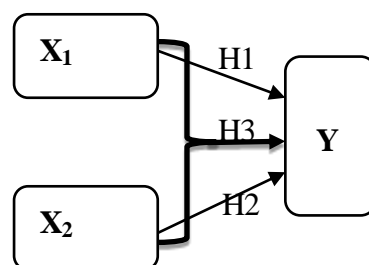
Berdasarkan hipotesis yang telah dirumuskan bahwa:

H1: Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara *variety seeking* dengan perpindahan merek.

H2: Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas produk dengan perpindahan merek.

H3: Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara *variety seeking* dan kualitas produk dengan perpindahan merek.

Maka, konstelasi hubungan antar variabel penelitian tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar III. 1. Konstelasi X_1 dan X_2 (*Variety Seeking* dan Kualitas Produk) dengan Y (Perpindahan Merek)

Keterangan:

Variabel Bebas (X_1) : *Variety Seeking*

Variabel Bebas (X_2) : Kualitas Produk

Variabel Terikat (Y) : Perpindahan Merek

—————→ : Arah Hubungan

C. Populasi dan Sampling

Populasi adalah Wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiono, 2014: 119).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta. Hal ini didasarkan bahwa setelah melakukan *survey* awal melalui angket yang distribusikan kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta, terdapat pelanggan yang pernah melakukan perpindahan merek *smartphone iPhone* ke Samsung.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiono, 2014: 120). Sampel dalam penelitian ini diambil secara *purposive*. Sugiyono (2014: 126) mengatakan bahwa “*Sampling Purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu

Untuk penelitian ini, yang menjadi sampelnya adalah mahasiswa yang pernah menggunakan dan berpindah merek *smartphone iPhone* ke Samsung yang berjumlah 108 mahasiswa yang berasal dari mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

D. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini meneliti tiga variabel, yaitu *variety seeking* (variabel X_1), kualitas produk (variabel X_2) dan perpindahan merek (variabel Y). Adapun instrumen untuk mengukur ketiga variabel tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Perpindahan Merek (Variabel Y)

a. Definisi Konseptual

Perpindahan merek merupakan suatu pola pembelian yang dilakukan oleh konsumen akibat dari ketidakpuasan konsumen akan suatu produk yang berakibat pada penghentian pembelian produk lalu menggantinya dengan merek lain.

b. Definisi Operasional

Perpindahan merek dapat diukur menggunakan tiga indikator. Indikator pertama adalah *potential switcher*, dengan sub indikator pertama yaitu, pelanggan yang loyal dan sub indikator kedua adalah pelanggan yang berpotensi dipengaruhi oleh berbagai macam faktor dalam berpindah merek. Lalu, indikator kedua yaitu *repeat buyer*, dengan sub indikator pertama pembeli yang menentukan pilihan produk yang sama pada waktu yang lalu, sub indikator kedua, yaitu pembeli yang menentukan pilihan produk yang sama pada waktu sekarang dan sub indikator ketiga, yaitu pembeli yang menentukan pilihan produk yang sama pada waktu yang akan datang. Indikator ketiga, yaitu *brand switcher*, dengan sub indikator pertama, yaitu pembeli yang berpindah merek setidaknya satu kali dalam menentukan pilihan merek untuk pembelian sekarang dan sub indikator kedua, yaitu pembeli yang berpindah merek setidaknya satu

kali ketika menentukan pilihan merek untuk pembelian di masa yang akan datang.

c. Kisi-kisi Instrumen Perpindahan Merek

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel perpindahan merek yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel perpindahan merek. Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada tabel III. 1.

III. 1. Kisi-kisi Instrumen Perpindahan Merek

Indikator	Sub Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
<i>Potential Switcher</i>	Pelanggan yang loyal	6, 2	11, 7		6, 2	11, 7	6, 2	10, 7
	Pelanggan yang berpotensi untuk dipengaruhi berbagai macam faktor untuk berpindah merek	3, 4	12, 1		3, 4	12, 1	3, 4	11, 1
<i>Repeat Buyer</i>	Pembeli yang membuat pilihan produk yang sama pada waktu lalu	5, 10	13, 8	8	5, 10	13	5, 9	12
	Pembeli yang membuat pilihan produk yang sama pada waktu sekarang	9, 24	26, 21		9, 24	26, 21	8, 22	24, 19
	Pembeli yang membuat pilihan produk yang sama pada waktu yang akan datang	28, 15	20, 27		28, 15	20, 27	26, 13	18, 25
<i>Brand Switcher</i>	Pembeli yang berpindah merek setidaknya satu kali ketika membuat pilihan merek untuk pembelian sekarang	16, 17	23, 14	14	16, 17	23	14, 15	21

	Pembeli yang berpindah merek setidaknya satu kali ketika membuat pilihan merek untuk pembelian dimasa yang akan datang	25, 22	18, 19		25, 22	18, 19	23, 20	16, 17
--	--	-----------	--------	--	-----------	-----------	-----------	-----------

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif yang telah disediakan. Dan 5 alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut:

Tabel III. 2. Skala Penilaian Instrumen Perpindahan Merek

No.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	5	1
2.	Setuju (S)	4	2
3.	Ragu-ragu (RR)	3	3
4.	Tidak Setuju (TP)	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

d. Validasi Instrumen Perpindahan Merek

Proses pengembangan instrumen perpindahan merek dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel perpindahan merek terlihat pada Tabel III.1 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel perpindahan merek.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir

indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel perpindahan merek sebagaimana tercantum pada Tabel III.1. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi di luar sampel.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen, yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen. Rumus (Djaali dan Muljono, 2008: 86) yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{it} = \frac{\sum x_i x_t}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}}$$

Dimana:

- r_{it} = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen
- x_i = Deviasi skor butir dari Xi
- x_t = Deviasi skor dari Xt

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah $r_{tabel} = 0,361$. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di-drop. Berdasarkan perhitungan (proses perhitungan terdapat pada lampiran 6 halaman 107) dari 28 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 2 pernyataan yang drop, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 26 pernyataan.

Selanjutnya, dihitung reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang

$$\dots k \left[1 - \sum si^2 \right]$$

sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total. Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach* (Djaali dan Muljono, 2008: 89) yaitu:

Dimana:

- r_{ii} = Reliabilitas instrumen
- k = Banyak butir pernyataan (yang valid)
- $\sum si^2$ = Jumlah varians skor butir
- st^2 = Varian skor total

Varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus (Sudjana, 2013: 94) sebagai berikut:

$$Si^2 = \frac{\sum xi^2 - \frac{(\sum xi)^2}{n}}{n}$$

Dimana:

- S_i^2 = Simpangan baku
- n = Jumlah populasi
- $\sum Xi^2$ = Jumlah kuadrat data X
- $\sum Xi$ = Jumlah data

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil dan r_{ii} sebesar 0,939 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 8 halaman 109). Hal ini menunjukkan bahwa, koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori sangat tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, instrumen yang berjumlah 26 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur perpindahan merek.

2. *Variety Seeking* (Variabel X₁)

a. Definisi Konseptual

Variety seeking merupakan sikap yang timbul pada diri konsumen dalam melakukan suatu pembelian pada merek yang berbeda, yang didorong oleh adanya rasa ingin mencoba pada suatu produk yang berbeda, timbulnya keinginan baru atau merasakan kebosanan pada produk yang telah lama digunakan.

b. Definisi Operasional

Variety seeking dapat diukur dengan tiga indikator. Indikator yang pertama yaitu rasa rasa ingin tahu, indikator kedua adalah kebosanan dan indikator yang ketiga ialah keinginan untuk hal unik atau eksklusivitas.

c. Kisi-kisi Instrumen *Variety Seeking*

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel *variety seeking* yang di ujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel *variety seeking*. Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada tabel III. 3.

Tabel III. 3. Kisi-kisi Instrumen *Variety Seeking*

Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
	(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Rasa Ingin Tahu	4, 9, 5, 11, 7, 1	10, 6		4, 9, 5, 11, 7, 1	10, 6	4, 9, 5, 11, 7, 1	10, 6

Kebosanan	2, 8, 3, 12, 18, 13, 14	20, 22		2, 8, 3, 12, 18, 13,14	20, 22	2, 8, 3, 12, 18, 13, 14	20, 22
Mencoba Hal Unik atau Eksklusivitas	15, 19, 17, 21, 16, 23	24, 26, 25	25	15, 19, 17, 21, 16, 23	24, 26	15, 19, 17, 21, 16, 23	24, 25

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif yang telah disediakan. Dan 5 alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut:

Tabel III. 4. Skala Penilaian Instrumen *Variety Seeking*

No.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	5	1
2.	Setuju (S)	4	2
3.	Ragu-ragu (RR)	3	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

d. Validasi Instrumen *Variety Seeking*

Proses pengembangan instrumen *variety seeking* dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel *variety seeking* terlihat pada Tabel III.3 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel *variety seeking*.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir

indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel *variety seeking* sebagaimana tercantum pada Tabel III.3. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi di luar sampel.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen, yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen. Rumus (Djaali dan Muljono, 2008: 86) yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{it} = \frac{\sum x_{it}}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}}$$

Dimana:

- r_{it} = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen
- x_i = Deviasi skor butir dari X_i
- x_t = Deviasi skor dari X_t

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah $r_{tabel} = 0,361$.

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di-*drop*. Berdasarkan perhitungan (proses perhitungan terdapat pada lampiran 12 halaman 115) dari 26 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 1 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 25 pernyataan.

Selanjutnya, dihitung reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang

sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total. Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach* (Djaali dan Muljono, 2008: 89) yaitu:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right]$$

Dimana:

- r_{ii} = Reliabilitas instrumen
- k = Banyak butir pernyataan (yang valid)
- $\sum si^2$ = Jumlah varians skor butir
- st^2 = Varian skor total

Varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus (Sudjana, 2013: 94) sebagai berikut:

$$Si^2 = \frac{\sum xi^2 - \frac{(\sum xi)^2}{n}}{n}$$

Dimana:

- S_i^2 = Simpangan baku
- n = Jumlah populasi
- $\sum Xi^2$ = Jumlah kuadrat data X
- $\sum Xi$ = Jumlah data

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil dan r_{ii} sebesar 0,923 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 14 halaman 117). Hal ini menunjukkan bahwa, koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori sangat tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, instrumen yang berjumlah 25 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur *variety seeking*.

3. Kualitas Produk (Variabel X₂)

a. Definisi Konseptual

Kualitas produk merupakan karakteristik yang terdapat di dalam suatu produk dan memiliki kemampuan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan.

b. Definisi Operasional

Kualitas produk dapat diukur dengan empat dimensi. Dimensi pertama adalah *durability* (daya tahan) dengan indikator, yaitu barang tahan lama. Dimensi kedua adalah *features* (fitur) dengan indikator pertama, yaitu *maps*, dengan indikator kedua, yaitu *iMessages* dan indikator yang ketiga, yaitu *facetime*. Dimensi ketiga adalah *performance* (kinerja) meliputi indikator pertama, yaitu kecepatan dan indikator kedua, yaitu kemudahan. Dimensi keempat adalah *reability* (handal), yaitu dengan indikator menjalankan fungsi *smartphone* sesuai yang diharapkan.

c. Kisi-kisi Instrumen Kualitas Produk

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas produk yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas produk. Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada tabel III. 5.

Tabel III. 5. Kisi-kisi Instrumen Kualitas Produk

Dimensi	Indikator	Butir Uji Coba	Drop	No. Butir Valid	No. Butir Final
----------------	------------------	-----------------------	-------------	------------------------	------------------------

		(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
<i>Durability</i> (Daya Tahan)	Barang Tahan Lama	5, 19, 18	6		5, 19, 18	6	5, 19, 18	6
<i>Features</i> (Fitur)	<i>Maps</i>	7, 20, 21	8		7, 20, 21	8	7, 20, 21	8
	<i>iMessages</i>	10, 22	25, 9	22	10	25, 9	10	24, 9
	<i>Facetime</i>	23, 26, 14	13		23, 26, 14	13	22, 25, 14	13
<i>Performance</i> (Kinerja)	Kecepatan	1, 15, 28, 2	16	28	1, 15, 2	16	1, 15, 2	16
	Kemudahan	17, 4	3		17, 4	3	17, 4	3
<i>Reability</i> (Handal)	Menjalankan Fungsi <i>Smartphone</i> Sesuai yang Diharapkan	24, 12, 27	11		24, 12, 27	11	23, 12, 26	11

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif yang telah disediakan. Dan 5 alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut:

Tabel III. 6. Skala Penilaian Instrumen Kualitas Produk

No.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	5	1
2.	Setuju (S)	4	2
3.	Ragu-ragu (RR)	3	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

d. Validasi Instrumen Kualitas Produk

Proses pengembangan instrumen kualitas produk dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel kualitas produk terlihat pada Tabel III.5 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel kualitas produk.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel kualitas produk sebagaimana tercantum pada Tabel III.5. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi di luar sampel.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen, yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen. Rumus (Djaali dan Muljono, 2008: 86) yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{it} = \frac{\sum x_{it}}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}}$$

Dimana:

r_{it} = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen

x_i = Deviasi skor butir dari X_i

x_t = Deviasi skor dari X_t

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah $r_{tabel} = 0,361$. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir

pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di-*drop*. Berdasarkan perhitungan (proses perhitungan terdapat pada lampiran 17 halaman 122) dari 28 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 2 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 26 pernyataan.

Selanjutnya, dihitung reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varianbutir dan varian total. Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach* (Djaali dan Muljono, 2008: 98), yaitu:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right]$$

Dimana:

- r_{ii} = Reliabilitas instrumen
- k = Banyak butir pernyataan (yang valid)
- $\sum si^2$ = Jumlah varians skor butir
- st^2 = Varian skor total

Varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus (Sudjana, 2013: 94) sebagai berikut:

$$Si^2 = \frac{\sum xi^2 - \frac{(\sum xi)^2}{n}}{n}$$

Dimana:

- S_i^2 = Simpangan baku
- n = Jumlah populasi
- $\sum Xi^2$ = Jumlah kuadrat data X
- $\sum Xi$ = Jumlah data

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil dan r_{ii} sebesar 0,931 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 20 halaman 125). Hal ini menunjukkan bahwa, koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori sangat tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, instrumen yang berjumlah 26 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur kualitas produk.

E. Teknik Analisis Data

Adapun langkah-langkah dalam menganalisis data adalah sebagai berikut:

1. Uji Persyaratan Analisis

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal. Untuk mendeteksi apakah model yang peneliti gunakan memiliki distribusi normal atau tidak yaitu (Janie, 2010: 35) dengan menggunakan uji statistik (Uji *Kolmogrov Smirnov*) dan uji grafik (*Normal Probability Plot*).

Hipotesis penelitiannya adalah:

- 1) H_0 : data berdistribusi normal
- 2) H_a : data tidak berdistribusi normal

Kriteria pengujian dengan uji statistic Kolmogrov Smirnov, yaitu:

- 1) Jika signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima artinya data berdistribusi normal.

- 2) Jika signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak artinya data tidak berdistribusikan normal.

Sedangkan kriteria pengujian dengan analisis *Normal Probability Plot*, yaitu sebagai berikut:

- 1) Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal, maka H_0 diterima artinya data berdistribusi normal.
- 2) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal, maka H_0 ditolak artinya data tidak berdistribusi normal.

b. Uji Linieritas

Pengujian linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Pengujian dengan menggunakan *Test of Linearity* pada taraf signifikansi 0,05. “Variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi kurang dari 0,05” (Kadir dan Djaali, 2015: 180).

Hipotesis penelitiannya adalah:

- 1) H_0 : artinya data tidak linier
- 2) H_a : artinya data linier

Sedangkan kriteria pengujian dengan uji statistik, yaitu:

- 1) Jika signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima artinya data tidak linier.
- 2) Jika signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak artinya data linier.

2. Persamaan Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda dimasukkan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel *independent (explanatory)* terhadap satu variabel dependen. Adapun

perhitungan persamaan umum regresi linier berganda dilakukan dengan menggunakan rumus (Janie, 2012: 13) sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

\hat{Y} = variabel terikat (perpindahan merek)

X_1 = variabel bebas pertama (*variety seeking*)

X_2 = variabel bebas kedua (kualitas produk)

a = konstanta (nilai Y apabila $X_1, X_2, \dots, X_n = 0$)

b_1 = koefisien regresi variabel bebas pertama, X_1 (*variety seeking*)

b_2 = koefisien regresi variabel bebas kedua, X_2 (kualitas produk)

3. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Santoso, 2016: 106).

Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah semua parameter dalam model sama dengan nol, yang berarti apakah semua variabel dependen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen, atau:

$$H_0 : b_1 = b_2 = \dots = b_n = 0$$

Hipotesis alternatifnya (H_a) tidak semua parameter secara simultan sama dengan nol, atau:

$$H_a : b_1 \neq b_2 = \dots \neq b_n \neq 0$$

Kriteria pengambilan keputusan hasil analisis adalah sebagai berikut:

1. H_0 ditolak dan H_a diterima apabila $F_{hitung} > F_{Tabel}$ atau nilai probabilitas $sig. < 0,05$

2. H_0 diterima dan H_a ditolak apabila $F_{hitung} < F_{Tabel}$ dan nilai probabilitas $sig. > 0,05$

b. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Eriyanto, 2015: 335).

Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter (β_i) dalam model sama dengan nol, yang berarti apakah semua variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap dependen, atau:

$$H_0 : \beta_i = 0$$

Hipotesis alternatifnya (H_a) parameter suatu variabel tidak sama dengan nol, atau:

$$H_0 : \beta_i \neq 0$$

Kriteria pengambilan keputusan hasil analisis adalah sebagai berikut:

1. H_0 ditolak dan H_a diterima apabila $t_{hitung} > t_{Tabel}$ atau nilai probabilitas $sig. < 0,05$
2. H_0 diterima dan H_a ditolak apabila $t_{hitung} < t_{Tabel}$ dan nilai probabilitas $sig. > 0,05$

4. Analisis Korelasi Ganda

Menurut Asep Suryanadan Riduwan (2010:73) Analisis korelasi ganda dilakukan untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih variabel independent (X_1, X_2, \dots, X_n) terhadap variabel dependent secara bersamaan/simultan. Analisis korelasi ganda ini dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS versi 22.

5. Perhitungan Koefisien Determinasi

Menurut Dyah Nirmala Arum (2012: 15) Koefisien determinasi (R^2) merupakan ukuran untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen dalam suatu persamaan regresi. Untuk melakukan perhitungan koefisien determinasi, dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS versi 22.