

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

Deskripsi data adalah menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat simpulan yang berbentuk umum atau generalisasi. Dalam deskripsi data ini penulis akan menggambarkan kondisi responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini dilihat dari karakteristik responden antara lain:

4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden

Deskripsi responden dalam penelitian ini menjelaskan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia responden, asal provinsi, pekerjaan responden, penghasilan perbulan responden, pengeluaran untuk pembelian/*Checkout* perbulan di Shopee dan berapa kali Pembelian/*Checkout* perbulan di Shopee, berikut hasil deskripsi responden masing-masing karakteristik:

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki – Laki	172	55,5%
Perempuan	128	44,5%
Jumlah	300	100%

Sumber : Data diolah penulis, (2022).

Tabel 4.1 diatas, menunjukkan bahwa dari total keseluruhan data 300 responden, didominasi oleh laki-laki sebanyak 172 responden atau sebesar 55,5%. Data selanjutnya mengenai karakteristik responden berdasarkan usia yang dirangkum pada Tabel 4.2 berikut:

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
17 Tahun–22 Tahun	91	30,0%
23 Tahun–28 Tahun	119	39,5%
29 Tahun–34 Tahun	53	17,5%
35 Tahun – 40 Tahun	27	9,0%
41 Tahun – 46 Tahun	5	2%
>46 Tahun	5	2%
Jumlah	300	100%

Sumber : Data diolah penulis, (2022).

Tabel 4.2 diatas, menunjukkan bahwa dari total keseluruhan data 300 responden, didominasi oleh usia responden 23 Tahun - 28 Tahun sebanyak 119 atau 39,5%. Data selanjutnya mengenai karakteristik responden berdasarkan asal provinsi yang dirangkum pada Tabel 4.3 berikut:

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Provinsi

Asal Provinsi	Jumlah	Persentase
Lampung	55	18,5%
Palembang	39	13,0%
Banten	30	10,0%
DKI Jakarta	36	12,0%
Yogyakarta	44	14,5%
Jambi	9	3,0%
Riau	12	4,0%
Bengkulu	27	9,0%
Kalimantan	21	7,0%
Sulawesi	27	9,0%
Jumlah	300	100%

Sumber: Data diolah penulis, (2022).

Tabel 4.3 diatas, menunjukan bahwa dari total keseluruhan data 300 responden, didominasi oleh asal provinsi responden Lampung sebanyak 55 atau 18,5%. Data selanjutnya mengenai karakteristik responden berdasarkan pekerjaan yang dirangkum pada Tabel 4.4 berikut:

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pelajar	47	15,5%
Mahasiswa	48	16,0%
Pegawai Negeri	15	5%

Karyawan Swasta	69	23,0%
Wiraswasta	27	9%
BUMN	21	7%
BUMD	18	6%
Freelancer	26	8,5%
Lainnya	29	10%
Jumlah	300	100%

Sumber : Data diolah penulis, (2022).

Tabel 4.4 diatas, menunjukkan bahwa dari total keseluruhan data 300 responden, didominasi oleh responden yang memiliki pekerjaan sebagai karyawan swasta sebanyak 69 atau 23,0%. Data selanjutnya mengenai karakteristik responden berdasarkan penghasilan perbulan yang dirangkum pada Tabel 4.5 berikut:

Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan

Penghasilan	Jumlah	Persentase
Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	106	35.5%
Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000	106	35.5%
Rp. 2.100.000 - Rp. 3.000.000	58	19.0%
>Rp. 4.000.000	30	10.0%
Jumlah	300	100%

Sumber : Data diolah penulis, (2022).

Tabel 4.5 diatas, menunjukkan bahwa dari total keseluruhan data 300 responden, didominasi oleh responden yang memiliki penghasilan perbulan sebesar Rp.500.000–Rp.1.000.000 dan Rp.1.100.000–Rp.2.000.000 sebanyak 106 atau 35,5%. Data selanjutnya mengenai karakteristik responden berdasarkan pengeluaran untuk pembelian/*checkout* perbulan di Shopee yang dirangkum pada Tabel 4.6 berikut:

Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Pembelian/*checkout* perbulan di Shopee

Pengeluaran	Jumlah	Persentase
Rp. 300.000 - Rp. 500.000	203	67,5%
Rp. 500.100 - Rp. 800.0000	73	24,5%
Rp. 900.000 - Rp. 1.000.000	15	5,0%
> Rp. 1.500.000	9	3,0%
Jumlah	300	100%

Sumber : Data diolah penulis, (2022).

Tabel 4.6 diatas, menunjukkan bahwa dari total keseluruhan data 300 responden, didominasi oleh responden yang melakukan pengeluaran pembelian/*checkout* perbulan

di Shopee sebesar Rp. 300.000-Rp.500.000 sebanyak 203 atau 67,5%. Data selanjutnya mengenai karakteristik responden berdasarkan berapa kali pembelian/*checkout* perbulan di Shopee yang dirangkum pada Tabel 4.7 berikut:

Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Kali Pembelian/*checkout* Perbulan di Shopee

Intensitas	Jumlah	Persentase
1 Kali	48	16,0%
2-3 Kali	60	20,0%
4 - 5 Kali	105	35,0%
>5 Kali	87	29,0%
Jumlah	300	100%

Sumber : Data diolah penulis, (2022).

Tabel 4.7 diatas, menunjukkan bahwa dari total keseluruhan data 300 responden, didominasi oleh responden dengan berapa kali pembelian/*checkout* perbulan di Shopee 4-5 kali, sebanyak 105 atau 35,0%.

4.1.2 Deskripsi Jawaban Responden

Berikut hasil deskripsi data dalam penelitian analisis faktor yang mempengaruhi *Brand Switching* dari Tokopedia ke Shopee di Indonesia, yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada 300 responden sebagai berikut:

Tabel 4.8 Hasil Jawaban Responden

No	Pernyataan	Jawaban			
		Ya		Tidak	
		F	%	F	%
1	<i>Cashback</i>	225	75%	78	26%
2	<i>Flash Sale</i>	221	81%	79	19%
3	Vocher potongan harga	240	80%	60	20%
4	Poin	217	71%	87	26%
5	Metode pembayaran beragam	221	72%	79	28%
6	Kurir Ramah	231	77%	69	23%
7	Pengiriman besok sampai	227	71%	81	29%
8	Fitur chat	221	74%	82	27%
9	Kemudahan Retur	228	76%	72	25%
10	<i>Review online</i>	222	73%	78	28%
11	Opsi COD	243	81%	57	19%
12	Informasi lengkap	213	71%	87	30%
13	Checkout mudah	225	75%	75	25%
14	Eksklusif	211	69%	89	31%
15	Event/acara	246	82%	54	18%

16	Pembelian mudah	243	74%	57	29%
17	Bungkus paket tebal dan rapih	216	73%	84	27%
18	<i>Rating online</i>	207	69%	93	31%
19	Fitur Asuransi	221	74%	79	27%
20	<i>Shopee live</i>	219	73%	81	28%
21	Terdapat banyak penjual	225	75%	78	26%
22	Voucher gratis ongkir	221	74%	79	26%
23	Respon penjual cepat	240	80%	60	20%
24	Harga relatif murah	243	81%	57	19%
25	Fitur cicilan	221	74%	81	28%
26	<i>Shopee food</i>	231	77%	69	23%
27	Mencari variasi	213	71%	87	29%
28	Gaya hidup	219	72%	81	27%
29	Kebiasaan	228	76%	72	25%
30	<i>Customer experience</i>	189	63%	111	38%

Sumber: Data diolah penulis, (2022).

Keterangan:

F = Frekuensi/Jumlah

% = Nilai persentase

Tabel 4.8 diatas, jawaban responden yang memilih jawaban (Ya) dengan persentase tertinggi terdapat pada pernyataan 15, yaitu “Saya beralih dari Tokopedia ke Shopee karena banyak Event/acara yang ditawarkan oleh Shopee” berjumlah 246 responden atau sebesar (82%). Sedangkan jawaban (Tidak) dengan persentase tertinggi terdapat pada pernyataan 30, yaitu “Saya beralih dari Tokopedia ke Shopee karena memberi kemudahan bagi saya” berjumlah 111 responden (38%).

4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen

4.2.1 Hasil Uji Validitas

Sebelum dilakukan pengolahan data maka seluruh jawaban yang diberikan oleh responden terlebih dahulu dilakukan uji validitas yang diujicobakan kepada 30 responden.

Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas

Pernyataan	Sig	Alpha	Kondisi	Simpulan
Pernyataan 1	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Pernyataan 2	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Pernyataan 3	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Pernyataan 4	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Pernyataan 5	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Pernyataan 6	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Pernyataan 7	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Pernyataan 8	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Pernyataan 9	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Pernyataan 10	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Pernyataan 11	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Pernyataan 12	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Pernyataan 13	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Pernyataan 14	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Pernyataan 15	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Pernyataan 16	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Pernyataan 17	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Pernyataan 18	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Pernyataan 19	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Pernyataan 20	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Pernyataan 21	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Pernyataan 22	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Pernyataan 23	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Pernyataan 24	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Pernyataan 25	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Pernyataan 26	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Pernyataan 27	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Pernyataan 28	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Pernyataan 29	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Pernyataan 30	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid

Sumber : Data diolah penulis, (2022).

Tabel 4.9 diatas, menunjukan bahwa seluruh item pernyataan yang bersangkutan dengan penelitian analisis faktor yang mempengaruhi *Brand Switching* dari Tokopedia

ke Shopee di Indonesia, memperoleh nilai $\text{Sig} < \alpha$. Dengan demikian seluruh item pernyataan dinyatakan valid dan dapat dipergunakan dalam penelitian.

4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas

Setelah uji validitas maka pengujian kemudian melakukan uji reliabilitas terhadap masing-masing instrumen menggunakan rumus *alpha cronbach* dengan bantuan program SPSS. Hasil uji reliabilitas setelah dikonsultasikan dengan daftar interpretasi koefisien r dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien Cronbach Alpha	Kondisi	Simpulan
<i>Brand Switching</i>	0,959	0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi

Sumber: Data diolah penulis, (2022).

Tabel 4.10 diatas, menunjukkan bahwa nilai cronbach's alpha sebesar 0,959 dalam penelitian analisis faktor yang mempengaruhi *Brand Switching* dari Tokopedia ke Shopee di Indonesia, dengan tingkat reliabilitas sangat tinggi.

4.3 Hasil Analisis Data

4.3.1 Hasil Uji Cochran

Untuk mengetahui mana saja faktor yang mempengaruhi *Brand Switching* dari Tokopedia ke Shopee di Indonesia, digunakan uji Cochran. Dalam penelitian ini terdapat dua puluh atribut yang diduga menjadi penentu *Brand Switching* dari Tokopedia ke Shopee di Indonesia. Untuk mencari atribut yang akan menjadi penentu dalam *Brand Switching* dari Tokopedia ke Shopee di Indonesia, data yang diperoleh (terlampir) diolah dengan uji Cochran pada SPSS

1. Langkah Pertama

Langkah pertama adalah pengujian 30 faktor yang mempengaruhi *Brand Switching* dari Tokopedia ke Shopee di Indonesia, Pengujian statistik dilakukan dengan cara menggunakan *Chi-Square* tabel ($df = k-1$ dan $\alpha = 0,05$)

derajat bebas (df) $k-1= 30-1=29$. tabel diperoleh sebesar 30,145 hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.11 Hasil Uji *Chocran Q Test* (Langkah Pertama)

Test Statistics	
N	300
Cochran's Q	60.284 ^a
Df	29
Asymp. Sig.	.000

a. 1 is treated as a success.

Sumber: Data Diolah, 2022

Dari tabel 4.11 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 60,284, karena nilai $Q 60,284 > X^2$ tabel 30.145 (df = $k-1= 30-1=29$), hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig bernilai 0,000 yang berarti kemungkinan jawaban ya adalah berbeda untuk seluruh faktor yang mempengaruhi *Brand Switching* dari Tokopedia ke Shopee di Indonesia. Maka proses analisis *chocran q test* dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yang dapat dilihat pada tabel perhitungan analisis *chocran q test*. Berdasarkan tabel frekuensi Langkah pertama terdapat 1 faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yaitu faktor “*Customer experience (P30)*” dengan 189 jawaban Ya, selanjutnya faktor tersebut akan dihilangkan. Penghilangan atribut ini akan terus dilakukan sampai Asymp. Sig. (*Asymtotic Significante*) lebih dari 0,05 atau nilai *Cochran Q* lebih kecil dari *Chi-square tabel*.

2. Langkah Kedua

Langkah kedua adalah pengujian 29 faktor yang mempengaruhi *Brand Switching* dari Tokopedia ke Shopee di Indonesia. Pengujian statistik dilakukan dengan cara menggunakan *Chi-square* tabel ($df = k-1$ dan $\alpha = 0,05$) derajat bebas (df) $k-1 = 29-1=28$. tabel diperoleh sebesar 28,869 hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.12 Hasil Uji Cochran Q Test (Langkah Kedua)

Test Statistics	
N	300
Cochran's Q	42.043 ^a
Df	28
Asymp. Sig.	.001

a. 1 is treated as a success.

Sumber: Data diolah penulis, (2022).

Dari tabel 4.12 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 42,043, karena nilai $Q 42,043 > X^2$ tabel 28,869 ($df = k-1 = 29-1=28$), hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig bernilai 0,001 yang berarti kemungkinan jawaban ya adalah berbeda untuk seluruh faktor yang mempengaruhi *Brand Switching* dari Tokopedia ke Shopee di Indonesia. Maka proses analisis *chocran q test* dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yang dapat dilihat pada tabel perhitungan analisis *chocran q test*. Berdasarkan tabel frekuensi Langkah kedua terdapat 1 faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yaitu faktor **“Rating Online (P18)”** dengan 207 jawaban Ya, selanjutnya faktor tersebut akan dihilangkan. Penghilangan atribut ini akan terus dilakukan sampai Asymp. Sig. (*Asymtotic Significante*) lebih dari 0,05 atau nilai *Cochran Q* lebih kecil dari *Chi-square tabel*.

3. Langkah Ketiga

Langkah ketiga adalah pengujian 28 Faktor yang mempengaruhi *Brand Switching* dari Tokopedia ke Shopee di Indonesia. Pengujian statistik dilakukan dengan cara menggunakan *Chi-square tabel* ($df = k-1$ dan $\alpha = 0,05$)

derajat bebas (df) $k-1= 28-1=27$. tabel diperoleh sebesar 27,587 hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 4.13 Hasil Uji *Chocran Q Test* (Langkah Ketiga)

Test Statistics	
N	300
Cochran's Q	37.542 ^a
Df	27
Asymp. Sig.	.003

a. 1 is treated as a success.

Sumber: Data diolah penulis, (2022).

Dari Tabel 4.13 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 37,542, karena nilai $Q 37,542 > X^2$ tabel 27,587 ($df = k-1= 28-1=27$), hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig bernilai 0,003 yang berarti kemungkinan jawaban ya adalah berbeda untuk seluruh faktor yang mempengaruhi *Brand Switching* dari Tokopedia ke Shopee di Indonesia. Maka proses analisis *chocran q test* dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yang dapat dilihat pada tabel perhitungan analisis *chocran q test*. Berdasarkan tabel frekuensi Langkah ketiga terdapat 1 faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yaitu faktor “**Mencari Variasi (P27)**” dengan 213 jawaban Ya, selanjutnya faktor tersebut akan dihilangkan. Penghilangan atribut ini akan terus dilakukan sampai Asymp. Sig. (*Asymtotic Significante*) lebih dari 0,05 atau nilai *Cochran Q* lebih kecil dari *Chi-square tabel*.

4. Langkah Keempat

Langkah keempat adalah pengujian 27 Faktor yang mempengaruhi Brand Switching dari Tokopedia ke Shopee di Indonesia. Pengujian statistik dilakukan dengan cara menggunakan *Chi-square* tabel ($df = k-1$ dan $\alpha = 0,05$) derajat bebas (df) $k-1= 27-1=26$. tabel diperoleh sebesar 26,296 hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.14 Hasil Uji *Chocran Q Test* (Langkah Keempat)

N	300
Cochran's Q	32.569 ^a
Df	26
Asymp. Sig.	.008

a. 1 is treated as a success.

Sumber: Data diolah penulis, (2022).

Dari Tabel 4.14 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 32,589, karena nilai $Q\ 32,589 > X^2\ tabel\ 26,296$ ($df = k-1 = 27-1=26$), hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig bernilai 0,008 yang berarti kemungkinan jawaban ya adalah berbeda untuk seluruh faktor-faktor yang mempengaruhi *Brand Switching* dari Tokopedia ke Shopee di Indonesia. Maka proses analisis *chocran q test* dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yang dapat dilihat pada tabel perhitungan analisis *chocran q test*. Berdasarkan tabel frekuensi Langkah keempat terdapat 1 faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yaitu faktor “**Eksklusif (P14)**” dengan 211 jawaban Ya, selanjutnya faktor tersebut akan dihilangkan. Penghilangan atribut ini akan terus dilakukan sampai Asymp. Sig. (*Asymptotic Significante*) lebih dari 0,05 atau nilai *Cochran Q* lebih kecil dari *Chi-square tabel*.

5. Langkah Kelima

Langkah kelima adalah pengujian 26 Faktor yang mempengaruhi *Brand Switching* dari Tokopedia ke Shopee di Indonesia. Pengujian statistik dilakukan dengan cara menggunakan Chi-square tabel ($df = k-1$ dan $\alpha = 0,05$) derajat bebas (df) $k-1 = 26-1=25$. tabel diperoleh sebesar 24,995 hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.15 Hasil Uji *Chocran Q Test* (Langkah Kelima)

N	300
Cochran's Q	29.322 ^a
Df	25
Asymp. Sig.	.015

a. 1 is treated as a success.

Sumber: Data Diolah, 2022

Dari tabel 4.15 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 29,322, karena nilai $Q > X^2$ tabel 24,995 ($df = k-1 = 26-1=25$), hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig bernilai 0,015 yang berarti kemungkinan jawaban ya adalah berbeda untuk seluruh faktor-faktor yang mempengaruhi *Brand Switching* dari Tokopedia ke Shopee di Indonesia. Maka proses analisis *chocran q test* dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yang dapat dilihat pada tabel perhitungan analisis . *chocran q test* Berdasarkan tabel frekuensi Langkah kelima terdapat 1 faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yaitu faktor “**Informasi lengkap (P12)**” dengan 213 jawaban Ya, selanjutnya faktor tersebut akan dihilangkan. Penghilangan atribut ini akan terus dilakukan sampai Asymp. Sig. (*Asymptotic Significante*) lebih dari 0,05 atau nilai *Cochran Q* lebih kecil dari *Chi-square tabel*.

6. Langkah Keenam

Langkah keenam adalah pengujian 25 Faktor yang mempengaruhi *Brand Switching* dari Tokopedia ke Shopee di Indonesia. Pengujian statistik dilakukan dengan cara menggunakan *Chi-square* tabel ($df = k-1$ dan $\alpha = 0,05$) derajat bebas (df) $k-1 = 25-1=24$. tabel diperoleh sebesar 23,684 hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 4.16 Hasil Uji *Chocran Q Test* (Langkah Keenam)

Test Statistics	
N	300
Cochran's Q	26.893 ^a
Df	24
Asymp. Sig.	.020

a. 1 is treated as a success.

Sumber: Data Diolah, 2022

Dari tabel 4.16 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 26,893, karena nilai $Q 26,893 > X^2$ tabel 23,684 ($df = k-1 = 25-1=24$), hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig bernilai 0,020 yang berarti kemungkinan jawaban ya adalah berbeda untuk seluruh faktor yang mempengaruhi *Brand Switching* dari Tokopedia ke Shopee di Indonesia. Maka proses analisis *chocran q test* dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yang dapat dilihat pada tabel perhitungan analisis *chocran q test* berikut. Berdasarkan tabel frekuensi Langkah keenam terdapat 1 faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yaitu faktor **“Bungkus paket tebal dan rapih (P17)”** dengan 216 jawaban Ya, selanjutnya faktor tersebut akan dihilangkan. Penghilangan atribut ini akan terus dilakukan sampai Asymp. Sig. (*Asymtotic Significante*) lebih dari 0,05 atau nilai *Cochran Q* lebih kecil dari *Chi-square tabel*.

7. Langkah Ketujuh

Langkah ketujuh adalah pengujian 24 Faktor yang mempengaruhi *Brand Switching* dari Tokopedia ke Shopee di Indonesia. Pengujian statistik dilakukan dengan cara menggunakan *Chi-square* tabel ($df = k-1$ dan $\alpha = 0,05$) derajat bebas (df) $k-1 = 24-1=23$. tabel diperoleh sebesar 22,362 hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 4.17 Hasil Uji *Chocran Q Test* (Langkah Ketujuh)

Test Statistics	
N	300
Cochran's Q	23.840 ^a
Df	23
Asymp. Sig.	.033

a. 1 is treated as a success.

Sumber: Data diolah penulis, (2022).

Dari tabel 4.17 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 23,840, karena nilai $Q\ 23,840 > X^2\ tabel\ 22,362$ ($df = k-1 = 24-1=23$), hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig bernilai 0,0033 yang berarti kemungkinan jawaban ya adalah berbeda untuk seluruh faktor yang mempengaruhi *Brand Switching* dari Tokopedia ke Shopee di Indonesia. Maka proses analisis *chocran q test* dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yang dapat dilihat pada tabel perhitungan analisis *chocran q test*. Berdasarkan tabel frekuensi Langkah ketujuh terdapat 1 faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yaitu faktor “**Poin (P4)**” dengan 217 jawaban Ya, selanjutnya faktor tersebut akan dihilangkan. Penghilangan atribut ini akan terus dilakukan sampai Asymp. Sig. (*Asymtotic Significante*) lebih dari 0,05 atau nilai *Cochran Q* lebih kecil dari *Chi-square tabel*.

8. Langkah Kedelapan

Langkah kedelapan adalah pengujian 23 Faktor yang mempengaruhi *Brand Switching* dari Tokopedia ke Shopee di Indonesia. Pengujian statistik dilakukan dengan cara menggunakan *Chi-square tabel* ($df = k-1$ dan $\alpha = 0,05$) derajat bebas (df) $k-1 = 23-1=22$. Tabel diperoleh sebesar 21,026 hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 4.18 Hasil Uji *Chocran Q Test* (Langkah Kedelapan)

Test Statistics	
N	300
Cochran's Q	21.424 ^a
Df	22
Asymp. Sig.	.045

a. 1 is treated as a success.

Sumber: Data diolah penulis, (2022).

Dari tabel 4.18 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 21,424, karena nilai $Q\ 21,424 > X^2\ \text{tabel}\ 21,026$ ($df = k-1 = 23-1=22$), hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig bernilai 0,045 yang berarti kemungkinan jawaban ya adalah berbeda untuk seluruh faktor yang mempengaruhi *Brand Switching* dari Tokopedia ke Shopee. Maka proses analisis *chocran q test* dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yang dapat dilihat pada tabel perhitungan analisis *chocran q test*. Berdasarkan tabel frekuensi langkah kedelapan terdapat 1 faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yaitu faktor “**Gaya hidup (P28)**” dengan 219 jawaban Ya, selanjutnya faktor tersebut akan dihilangkan. Penghilangan atribut ini akan terus dilakukan sampai Asymp. Sig. (*Asymtotic Significante*) lebih dari 0,05 atau nilai *Cochran Q* lebih kecil dari *Chi-square tabel*.

9. Langkah Kesembilan

Langkah kesembilan adalah pengujian 22 Faktor yang mempengaruhi *Brand Switching* dari Tokopedia ke Shopee di Indonesia. Pengujian statistik dilakukan dengan cara menggunakan *Chi-square* tabel ($df = k-1$ dan $\alpha = 0,05$) derajat bebas (df) $k-1 = 22-1=21$. tabel diperoleh sebesar 19,675 hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.19 Hasil Uji *Chocran Q Test* (Langkah Kesembilan)

Test Statistics	
N	300
Cochran's Q	19.659 ^a
Df	21
Asymp. Sig.	.050

a. 1 is treated as a success.

Sumber: Data diolah penulis, (2022).

Dari Tabel 4.19 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 19,659 karena nilai $Q\ 19,659 > X^2\ tabel\ 19,675$ ($df = k-1 = 22-1=21$), hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig bernilai 0,050 yang berarti kemungkinan jawaban ya adalah berbeda untuk seluruh faktor yang mempengaruhi *Brand Switching* dari Tokopedia ke Shopee di Indonesia. Maka proses analisis *chocran q test* dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yang dapat dilihat pada tabel perhitungan analisis *chocran q test*. Berdasarkan tabel frekuensi Langkah kesembilan terdapat 1 faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yaitu faktor **“Shopee live (P20)”** dengan 219 jawaban Ya, selanjutnya faktor tersebut akan dihilangkan. Penghilangan atribut ini akan terus dilakukan sampai Asymp. Sig. (*Asymptotic Significante*) lebih dari 0,05 atau nilai *Cochran Q* lebih kecil dari *Chi-square tabel*.

10. Langkah Kesepuluh

Langkah kesepuluh adalah pengujian 21 Faktor yang mempengaruhi Brand Switching dari Tokopedia ke Shopee di Indonesia. Pengujian statistik dilakukan dengan cara menggunakan *Chi-square* tabel ($df = k-1$ dan $\alpha = 0,05$) derajat bebas ($df\ k-1 = 11-1=10$). Tabel diperoleh sebesar 18,307 hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 4.20 Hasil Uji *Chocran Q Test* (Langkah Kesepuluh)

Test Statistics	
N	300
Cochran's Q	17.752 ^a
Df	10
Asymp. Sig.	.059

a. 1 is treated as a success.

Sumber: Data diolah penulis, (2022).

Dari Tabel 4.20 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 17,752, karena nilai $Q\ 17,752 < X^2\ tabel\ 18,307$ ($df = k-1=5-1= 4$ dan $\alpha = 0,05$) dan hasil pengolahan data menunjukkan $Asymp.\ Sig\ 0,059 > 0,05$ yang berarti kemungkinan jawaban ya (1) sama untuk seluruh faktor yang mempengaruhi *Brand Switching* dari Tokopedia ke Shopee di Indonesia maka proses uji Cochran dihentikan. Dengan menggunakan rumus analisis data *Cochran Q Test* melalui program SPSS. Analisis yang paling dominan dan saling berhubungan dalam membentuk suatu *Brand Switching* dari Tokopedia ke Shopee di Indonesia, dilihat dari 30 atribut, Dalam hal ini, diperoleh faktor yang dominan dan saling berhubungan sebagai faktor pembentuk *Brand Switching* dari Tokopedia ke Shopee di Indonesia, sebagai berikut:

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

Ho = Jawaban responden memiliki proporsi jawaban YA yang sama

Ha = Jawaban responden memiliki proporsi jawaban YA yang berbeda

Kriteria pengujian :

Jika $Q\ hitung > dari\ X^2\ tabel/Sig < Alpha\ (0,05)$, maka Ho : ditolak

ika $Qhitung < dari\ X^2\ tabel/Sig > Alpha\ (0,05)$, maka Ho : diterima

Menentukan kesimpulan dan hasil uji hipotesis

Tabel 4.21 Tahap Uji Cochran Q Test

Tahapan Penelitian	Q Hitung	X2 Tabel	Uji Hipotesis	Jawaban (YA) Terendah
1	60,284	30,145	Ditolak	<i>Customer experience</i> (P30)
2	42,043	28,869	Ditolak	Rating online (P18)
3	37,542	27,587	Ditolak	Mencari variasi (P27)
4	32,569	26,296	Ditolak	Eksklusif (P14)
5	29,322	24,995	Ditolak	Informasi lengkap (P12)
6	26,893	23,684	Ditolak	Bungkus paket tebal dan rapih (P17)
7	23,84	22,362	Ditolak	Poin (P4)

8	21,424	21,026	Ditolak	Gaya hidup (P28)
9	19,659	19,675	Ditolak	Shopee live (P20)
10	17,752	18,307	Diterima	Semua jawaban memiliki jawaban ya sama (terdapat 11 faktor)

Sumber : Data diolah penulis, (2022).

Berdasarkan Tabel 4.21 diatas, dapat dilihat bahwa uji Cochran diadakan adalah sebanyak 10 tahap setelah mengeluarkan 9 atribut yang memiliki jawaban Ya terendah, untuk mencari faktor mana yang paling dominan dalam mempengaruhi *Brand Switching* dari Tokopedia ke Shopee di Indonesia. Dari 30 Faktor akhirnya didapatkan 11 faktor yang dipertimbangkan oleh konsumen melakukan *Brand Switching* dari Tokopedia ke Shopee di Indonesia yaitu *Customer experience* (P30), Rating online (P18), Mencari variasi (P27), Eksklusif (P14), Informasi lengkap (P12), Bungkus paket tebal dan rapih (P17), poin (P4), Gaya hidup (P28) dan Shopee live (P20). Setelah mengetahui faktor apa saja yang terpenting bagi konsumen untuk melakukan *Brand Switching* dari Tokopedia ke Shopee di Indonesia, tahapan selanjutnya adalah membuat perengkingan kepentingan faktor tersebut berdasarkan jawaban “Ya dan “Tidak “ yang diberikan kepada konsumen yang melakukan *Brand Switching* dari Tokopedia ke Shopee di Indonesia. Hasil peringkatan faktor penting yang dipertimbangkan oleh Shopee di Indonesia, dapat di lihat pada Tabel 4.22 berikut:

Tabel 4.22 Daftar Rangkings *Brand Switching* dari Tokopedia ke Shopee di Indonesia

Peringkat	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Brand Switching dari Tokopedia ke Shopee di Indonesia	Jawaban	
		Ya	Tidak
1	<i>Customer experience</i> (P30)	189	111
2	Rating online (P18)	207	93
3	Mencari variasi (P27)	213	213
4	Eksklusif (P14)	211	89
5	Informasi lengkap (P12)	213	87
6	Bungkus paket tebal dan rapih (P17)	216	84
7	Poin (P4)	217	87
8	Gaya hidup (P28)	219	81
9	Shopee live (P20)	219	81
10	Fitur chat (8)	221	82
11	Fitur asuransi (19)	221	79

Sumber : Data diolah penulis, (2022).

Berdasarkan Tabel 4.22 di atas, telah didapatkan bahwa terdapat 11 faktor penting yang diperhatikan konsumen, yaitu Customer experience (P30), Rating online (P18), Mencari variasi (P27), Eksklusif (P14), Informasi lengkap (12), Bungkus paket tebal dan rapih (P17), Poin (P4), Gaya hidup (P28), Shopee live (P20), Fitur chat (8) dan Fitur asuransi (19). Tiga faktor yang paling dominan yang mempengaruhi *Brand Switching* dari Tokopedia ke Shopee di Indonesia, yaitu *Customer experience* (P30), Rating online (P18) dan Mencari variasi (P27). Apabila kita menganalisa kembali faktor yang ada diperingkat awal, maka dapat disimpulkan bahwa konsumen melakukan *Brand Switching* dikarenakan memberi kemudahan kepada konsumen, Shopee merupakan salah satu *e-commerce* yang memiliki rating online yang tinggi, 11 Faktor yang telah dikeluarkan belum menjadi faktor yang menentukan *Brand Switching* dari Tokopedia ke Shopee. Dapat kita interpretasikan bahwa 9 faktor yang telah dikeluarkan belum dirasakan oleh para konsumen Tokopedia di Indonesia

4.4 Pembahasan

Penelitian ini menggunakan Uji Cochran Q-Test yang digunakan untuk menganalisis tingkat keberhasilan/kesuksesan data secara statistik, menguji hipotesa pada beberapa variable yang berhubungan secara dikotomi yang memiliki nilai yang sama. Pada awalnya, terdapat 30 faktor yang diduga menjadi pertimbangan dalam menentukan keputusan pembelian konsumen, tetapi setelah dilakukan pengujian, hasil dari penelitian ini menyebutkan terdapat 11 faktor yang diperhatikan atau dianggap penting oleh konsumen untuk melakukan *Brand Switching* dari Tokopedia ke Shopee di Indonesia yang menjadi factor konsumen melakukan *Brand Switching* dari Tokopedia ke Shopee. Dapat disimpulkan kembali bahwa 9 faktor lainnya belum dirasakan oleh para konsumen, hal ini tentunya mendukung fenomena empiris atau temuan dilapangan yang terdapat pada Latar Belakang.

Uji Cochran ini dilakukan sebanyak 10 tahap untuk menentukan faktor yang paling diperhatikan dengan respon (1) dan (0) atau “Ya” dan “Tidak” dengan hipotesis Ho: semua faktor yang mempengaruhi *Brand Switching* memiliki proporsi jawaban YA yang sama dan Ha: semua faktor yang mempengaruhi *Brand Switching* memiliki proporsi jawaban YA yang berbeda, dengan Keputusan inferensi adalah tolak Ho dan terima Ha, jika Q hitung > Q

Tabel, dan terima H_0 dan tolak H_a , jika $Q_{hitung} < Q_{tabel}$. Setelah dilakukan Uji Cochran Q Test, maka dilakukan kembali uji analisis faktor untuk menentukan faktor yang paling berpengaruh diantara 11 faktor yang telah didapatkan pada uji sebelumnya, hasil uji Analisis Faktor menyatakan bahwa hanya ada satu faktor yang paling berpengaruh diantara ke-11 faktor, yaitu : Faktor P30 “memberi kemudahan kepada konsumen”.

Memberi kemudahan kepada konsumen merupakan faktor yang paling dominan yang mempengaruhi *Brand Switching* dari Tokopedia ke Shopee di Indonesia, hal ini menunjukkan bahwa rating online sangat mempengaruhi konsumen Tokopedia dalam mencari variasi ke Shopee di Indonesia.