

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif deskriptif, Ahyar (2020), penelitian kuantitatif adalah reaksi dari tradisi yang terkait dengan positivisme yang berupaya melakukan kajian budaya dan interpretatif sifatnya. Berbagai jenis metode dan pendekatan dalam penelitian kuantitatif, tingkat perkembangan dan kematangan masing-masing metode ditentukan juga oleh bidang keilmuan yang memiliki sejarah perkembangannya. Setiap uraian mengenai penelitian kuantitatif harus bekerja dalam bidang historis yang kompleks. Sedangkan Deskriptif merupakan tingkat pekerjaannya mencakup cara-cara menghimpun, menyusun, atau mengatur, mengolah, menyajikan, mendeskripsikan dan menganalisis data angka, agar dapat memberikan gambaran yang teratur, ringkas, dan jelas mengenai suatu gejala, peristiwa, atau keadaan. Tujuan penelitian kuantitatif deskriptif adalah mengembangkan dan menggunakan model matematis, teori dan hipotesis yang berkaitan dengan fenomena. Berdasarkan pengertian di atas fenomena dalam penelitian yang akan diteliti adalah analisis faktor - faktor yang mempengaruhi *Brand Switching* dari Tokopedia ke Shopee di Indonesia.

3.2 Sumber Data

Sumber data yang dihasilkan oleh peneliti merupakan hasil akhir dari proses pengolahan selama berlangsungnya penelitian. Sumber data yang digunakan dalam proses penelitian adalah data primer. Ahyar (2020) data primer adalah data diperoleh langsung dari sumbernya dengan melakukan pengukuran, menghitung sendiri dalam bentuk kuesioner yang diberikan kepada konsumen yang telah melakukan *brand switching* dari Tokopedia ke Shopee di Indonesia. Data tersebut adalah hasil jawaban pengisian kuesioner dari responden yang terpilih dan memenuhi kriteria responden.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode *field research*. Sugiyono (2015) *field research* adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar

maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei. Sugiono (2015), survei merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan kepada responden untuk dijawabnya. Pengumpulan data dengan cara memberi pernyataan kuesioner kepada konsumen yang telah melakukan *brand switching* dari Tokopedia ke Shopee di Indonesia menggunakan *googleform*. Dalam survei ini menggunakan skala guttman dengan pilihan jawaban YA dan Tidak. Bobot nilai yang diberikan untuk setiap jawaban pernyataan.

1. Jawaban Ya mendapat nilai 1
2. Jawaban Tidak mendapat nilai 0

3.4 Populasi Dan Sampel

3.4.1 Populasi

Sugiyono (2015) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai kualitas tertentu yang diterapkan penelitian untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang telah melakukan *brand switching* dari Tokopedia ke Shopee di Indonesia.

3.4.2 Sampel

Sugiyono (2015) Sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti/diobservasi, dan dianggap dapat menggambarkan keadaan atau ciri populasi. Pada penelitian ini sampel diambil dari populasi yaitu sebagian konsumen yang telah melakukan *brand switching* dari Tokopedia ke Shopee di Indonesia. Metode penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *probability sampling* adalah teknik yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Ahyar, 2020), dengan menggunakan teknik *simple random sampling* yang merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja kebetulan bertemu dengan penulis dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2015). Penentuan jumlah sampel yang representatif menurut Hair et al

(2010) adalah dimana jumlah sampel ini sama dengan jumlah pernyataan dikalikan derajat kepercayaan 5 hingga 10. Jumlah indikator dalam penelitian ini sejumlah 30. Sehingga, jumlah sampel penelitian ini dapat ditentukan dengan perhitungan sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Sampel} &= \text{Total pernyataan} \times \text{Derajat kepercayaan} \\ &= 30 \times 10 \\ &= 300 \text{ Responden} \end{aligned}$$

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini ditetapkan sebesar 300 responden.

3.5 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi, kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam hal ini, sesuai dengan judul dan rumusan masalah penelitian ini menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi *brand switching* dari Tokopedia ke Shopee di Indonesia.

3.6 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

Faktor	Definisi Operasional	Faktor	Definisi Operasional
Promosi	Promosi menarik yang dilakukan Shopee di bandingkan Tokopedia	Pengiriman Besok Sampai	Kecepatan pengiriman Shopee di bandingkan Tokopedia
Pelayanan	Tingkat keramahan dan cepat dalam melayani konsumen yang dilakukan Shopee di bandingkan Tokopedia	<i>Exklusif</i>	<i>Exklusif</i> Shopee di bandingkan Tokopedia
Fitur Friendly	Fitur Friendly Shopee di bandingkan Tokopedia	Event/Acara	Banyaknya Event/Acara Shopee di bandingkan Tokopedia
Fitur Cicilan	Fitur cicilan yang menarik dilakukan Shopee di bandingkan Tokopedia	Informasi Lengkap	Informasi lengkap Shopee di bandingkan Tokopedia
Review Pembelian	Review pembelian bagus Shopee di bandingkan Tokopedia	Gratis Ongkir	Banyak pilihan Gratis Ongkir Shopee di bandingkan Tokopedia
<i>Checkout</i> Mudah	<i>Checkout</i> lebih mudah Shopee di bandingkan Tokopedia	Kurir Ramah	Ramah Kurir Shopee di bandingkan Tokopedia
Poin	Poin lebih banyak Shopee di bandingkan Tokopedia	Like dan Komentar	Like dan komentar baik Shopee di bandingkan Tokopedia
Voucher dan Diskon	Voucher dan Diskon lebih banyak Shopee di bandingkan Tokopedia	Retur Mudah	Retur/penukaran mudah Shopee di bandingkan Tokopedia
<i>Cashback</i>	Besaran <i>Cashback</i> yang ditawarkan di setiap pembelian	Pembelian Mudah	Pembelian mudah dan lengkap Shopee di bandingkan Tokopedia

	Shopee di bandingkan Tokopedia		
Opsi COD	Opsi COD yang lebih menarik Shopee di bandingkan Tokopedia	Bungkus Paket Tebal dan Rapih	Tingkat kerapihan paket dan tebal Shopee di bandingkan Tokopedia

Sumber : Data Diolah Penulis, (2022).

3.7 Uji Persyaratan Instrumen

3.7.1 Uji Validitas

Lupiyoadi (2015) Uji validitas adalah uji kelayakan instrumen, dalam pengujian validitas instrumen diuji dengan menghitung koefisien korelasi antara skor item dan skor totalnya dalam taraf signifikansi 95% atau $\alpha = 0,05$. Instrumen dikatakan valid mempunyai nilai signifikansi korelasi \geq dari 95% atau $\alpha = 0,05$. Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner yang digunakan dalam penelitian, prosedur pengujian :

Ho : Instrumen valid

Ha : Instrumen tidak valid

Kriteria pengambilan keputusan :

Ho : Apabila $\text{sig} < 0,05$ maka instrumen dinyatakan valid

Ha : Apabila $\text{sig} > 0,05$ maka instrumen dinyatakan tidak valid

3.7.2 Uji Reliabilitas

Lupiyoadi (2015) Reliabilitas adalah suatu indikator yang cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data yang menunjuk pada tingkat keterandalan. Fungsi dari uji Reliabilitas adalah mengetahui sejauh mana konsistensi alat ukur untuk dapat memberikan hasil yang sama dalam mengukur hal dan subjek yang sama. Uji reliabilitas kuesioner menggunakan metode Alpha Cronbach., selanjutnya untuk menginterpretasikan besarnya nilai r alpha indeks korelasi.

Tabel 3.2 Interpretasi Nilai r

Nilai Korelasi	Keterangan
0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat Rendah

Sumber: Sugiyono, (2015).

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 Analisis Cochran Q Test

Artaya (2018), menyatakan bahwa Uji Cochran adalah uji untuk mengukur / menilai apakah tiga skor berpasangan satu sama lain bersifat nyata (signifikan) baik berada di satu area secara bersamaan atau di area yang berlainan/terpisah, jenis data dari uji ini berasal dari sampel yang pengukurannya bersifat dikotomi (berpisah-dua), misal: sukses dan gagal, ya dan tidak, puas dan tidak puas, cepat dan lambat. Metode *Cochran Q Test* digunakan untuk menguji lebih dari 2 variabel apabila kedua variabel tersebut berhubungan. Pengujian ini dapat digunakan untuk data nominal maupun ordinal. Dengan demikian alat analisis data menggunakan metode *Cochran Q Test* yaitu digunakan untuk mengetahui faktor dominan apa saja yang berhubungan pada analisis faktor - faktor yang mempengaruhi *Brand Switching* dari Tokopedia ke Shopee di Indonesia, Berikut ini Rumus dari *Cochran Q Test*:

$$Q = \frac{(k - 1)[k \sum_i^k C_i^2 - (\sum_i^k C_i)^2]}{k \sum_i^n Ri - \sum_i^n Ri^2}$$

Keterangan:

R_i = Jumlah baris jawaban

“YA” C_j = Jumlah kolom jawaban

“YA” N = Jumlah responden baris

C = Jumlah Variabel (kolom)

Q = *Critical value*

3.8.2 Hipotesis

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H_0 = Jawaban responden memiliki proporsi jawaban YA yang sama

H_a = Jawaban responden memiliki proporsi jawaban YA yang berbeda

Kriteria pengujian :

Jika Q hitung $>$ dari X^2 tabel/Sig $<$ Alpha (0,05), maka H_0 : ditolak

Jika Q hitung $<$ dari X^2 tabel/Sig $>$ Alpha (0,05), maka H_0 : diterima

Menentukan kesimpulan dan hasil uji hipotesis.