

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif bersifat kausalitas. Menurut Amruddin (2022) penelitian kuantitatif merupakan metode-metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Variabel-variabel ini diukur, biasanya dengan instrumen-instrumen penelitian, sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur-prosedur statistik, analisis data bersifat kuantitatif/statistik memiliki tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Sedangkan kausalitas adalah jenis penelitian yang disusun untuk meneliti kemungkinan adanya hubungan sebab-akibat antar variabel, sehingga peneliti dapat menyatakan klasifikasi variabel-variabelnya. penelitian ini akan melihat pengaruh *variety seeking*, *prior experience* dan ketidakpuasan terhadap *brand switching* produk *skincare* lain ke *skincare* Skintific.

3.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam proses penelitian adalah data primer. Menurut Amruddin (2022) data primer adalah data yang berasal langsung dari objek penelitian atau responden, baik individu maupun kelompok. Data primer diperoleh dari jawaban pengisian kuesioner responden yang terpilih dan memenuhi kriteria responden. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen *skincare* Skintific.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini adalah studi lapangan (*field research*). Studi lapangan (*field research*), adalah teknik ini dilakukan dengan cara turun secara langsung ke lapangan penelitian untuk

memperoleh data yang berkaitan dengan penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberikan seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Pengumpulan data dengan cara memberi pernyataan melalui *formulir google* kepada responden, yaitu konsumen *skincare* Skintific. Skala pengukuran penelitian ini yang digunakan adalah Interval. Jawaban pernyataan yang diajukan yaitu.

Tabel 3.1
Skala Pengukuran

Poin	Keterangan	Kode
1	Sangat tidak setuju	STS
2	Tidak setuju	TS
3	Cukup Setuju	CS
4	Setuju	S
5	Sangat setuju	SS

3.4 Populasi Dan Sampel

3.4.1 Populasi

Amruddin (2022) menyatakan bahwa populasi merupakan seluruh kelompok yang akan diteliti pada cakupan wilayah dan waktu tertentu berdasarkan karakteristik yang telah ditentukan peneliti. Populasi tersebut akan menjadi sumber data penelitian. Populasi penelitian dapat dibedakan menjadi populasi dengan jumlah anggota yang sudah diketahui (finit) maupun yang jumlah anggota belum diketahui (infininit). Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah konsumen *skincare* Skintific. Jumlah populasi pada penelitian ini tidak diketahui atau populasi tidak terbatas (*infinite population*). Karena pertumbuhan populasi sangat cepat dan hilangnya populasi juga sangat cepat, sehingga populasi tidak dapat dipastikan dengan tepat. Maka jumlah populasi dari konsumen *skincare* Skintific tidak diketahui.

3.4.2 Sampel

Amruddin (2022) menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari populasi yang terpilih menjadi sasaran penelitian. Dalam menentukan sampel peneliti menggunakan metode *nonprobability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yang dimana pengambilan sampel berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti. Adapun kriteria yang ditentukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

- 1 Berusia minimal 17 tahun
- 2 Pernah menggunakan *skincare* lain dan sekarang menggunakan *skincare* skintific

Pada penelitian ini populasi yang diambil berukuran besar dan jumlahnya tidak diketahui secara pasti sehingga dalam penentuan sampel menggunakan rumus Hair et al, yang menyarankan bahwa ukuran sampel tergantung pada jumlah indikator yang digunakan dalam seluruh variabel. Jumlah sampel adalah sama dengan jumlah pernyataan terkait variabel dikalikan 5-10. Jumlah pernyataan yang diteliti pada penelitian ini berjumlah 16 pernyataan, maka diperoleh hasil perhitungan sampel sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{Jumlah Sampel} &= \text{Jumlah Pernyataan} \times (5-10) \\
 &= 16 \times 10 \\
 &= 160
 \end{aligned}$$

Mengacu pada perhitungan diatas, maka jumlah sampel yang dipakai dalam penelitian ini sebanyak 160 responden

3.5 Variabel Penelitian

3.5.1 Variabel Penelitian Independen

Amruddin (2022) menyatakan bahwa variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini

variabel independen adalah kebutuhan mencari variasi, pengalaman sebelumnya dan ketidakpuasan

3.5.2 Variabel Penelitian Dependen

Amruddin (2022) menyatakan bahwa variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel dependen adalah perpindahan merek

3.6 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.3

Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Skala Ukur
Kebutuhan Mencari Variasi (X1)	Lestari (2022) menyatakan bahwa <i>variety seeking</i> merupakan pembelian yang sifatnya mencari variasi yaitu pembelian yang dilakukan ketika konsumen melakukan pembelian secara spontan dan bertujuan untuk mencoba merek baru dari suatu produk, dalam hal ini konsumen sering melakukan berganti merek untuk mencari keragaman.	Pembelian yang dilakukan konsumen melakukan pembelian yang bertujuan untuk mencoba merek baru dari suatu produk	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kebutuhan akan variasi 2. Tidak ada inovasi pilihan 3. Perbedaan yang dirasakan antar merek <p>Sumber: Purwanti dan Toto (2020)</p>	Interval
Pengalaman Sebelumnya (X2)	Lestari (2022) menyatakan bahwa <i>prior experience</i> adalah pembelajaran konsumen sebagai suatu perubahan dalam perilaku yang terjadi sebagai hasil dari pengalaman masa lalu. Sejumlah pengalaman konsumen di masa lalu dapat menggambarkan banyak merek produk yang pernah dikonsumsi	Perasaan atau persepsi yang timbul dari seseorang setelah mereka menggunakan barang atau jasa yang mereka gunakan	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Sensory experience</i> 2. <i>Emotional experience</i> 3. <i>Social experience</i> <p>Sumber: Lestari (2022)</p>	Interval
Ketidakpuasan (X3)	Montolalu, Mandey, dan Poluan (2018) menyatakan bahwa ketidakpuasan adalah respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian atau dikonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan oleh pemakainya	Suatu keadaan dimana pengharapan konsumen tidak sama atau lebih tinggi dari pada kinerja yang diterimanya dari pemasar	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketidakpuasan pembelian 2. Pengalaman negatif 3. Rasa kecewa 4. Rasa tidak puas atas kualitas produk <p>Sumber: Bashori (2018)</p>	Interval

Perpindahan Merek (Y)	Anisa (2022) menyatakan bahwa <i>brand switching</i> adalah perilaku konsumen dalam pembelian beralih merek dikarenakan alasan tertentu.	Saat dimana seorang konsumen berpindah kesetiaan dari satu merek ke merek produk lainnya	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keinginan berpindah 2. Ketidak bersediaan membeli produk ulang 3. Keinginan untuk mempercepat hubungan <p>Sumber: Pirdaus, Danial, dan Ramdan (2020)</p>	Interval
-----------------------	--	--	---	----------

Sumber : Data Diolah, 2023

3.7 Uji Persyaratan Instrumen

3.7.1 Uji Validitas

Digdowiseiso (2017) menyatakan bahwa uji validitas adalah uji kelayakan instrumen. Fungsi dari uji validitas adalah untuk menguji sejauh mana ketepatan atau kebenaran suatu instrument (kuesioner), sebagai alat ukur variabel penelitian. Dalam pengujian validitas *product moment pearson correlation* instrumen diuji dengan menghitung koefisien korelasi antara skor item dan skor totalnya dalam taraf signifikansi 95% atau $\alpha = 0,05$. Dalam penelitian ini, pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 21.

1. Prosedur pengujian

Ho : Instrumen valid

Ha : Instrumen tidak valid

2. 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

Digdowiseiso (2017) menyatakan bahwa reliabilitas mengandung pengertian bahwa suatu indikator cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data. Reliabilitas menunjuk pada tingkat keterandalan. Dalam penelitian ini, pengolahan data yang

dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 21. Selanjutnya untuk menginterpretasikan besarnya nilai r alpha indeks korelasi.

Tabel 3.3
Interpretasi Nilai r

Nilai Korelasi	Keterangan
0,800 – 1,000	Sangat Kuat
0,600 – 0,799	Kuat
0,400 – 0,599	Sedang
0,200 – 0,399	Lemah
0,000 – 0,199	Sangat Lemah

Sumber: Bagia, Arisman dan Barlin, 2022

3.8 Uji Persyaratan Analisis Data

3.8.1 Uji Normalitas

Digdowiseiso (2017) menyatakan bahwa uji Normalitas merupakan uji distribusi data yang akan dianalisis, apakah penyebarannya normal atau tidak, sehingga dapat digunakan dalam analisis parametric. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah jumlah sampel yang diambil sudah representatif atau belum, sehingga kesimpulan penelitian yang diambil dari sejumlah sampel bisa dipertanggung jawabkan. Dalam penelitian ini, Uji normalitas dapat dilakukan dengan uji statistik *kolmogorov smirnov* (K-S) dan pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 21. Berikut ini prosedur pengujian:

1. Rumusan Hipotesis

Ho : Data berasal dari populasi berdistribusi normal

Ha : Data berasal dari populasi yang tidak berdistribusi normal.

2. Kriteria Pengambilan Keputusan

Apabila $Sig < 0.05$ maka Ho ditolak (distribusi sampel tidak normal)

Apabila $Sig > 0.05$ maka Ho diterima (distribusi sampel normal)

3.8.2 Uji Linieritas

Digdowiseiso (2017) menyatakan bahwa uji linieritas adalah untuk melihat apakah model regresi dapat didekati dengan persamaan linier.

Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau pun regresi linier dengan melihat tabel Anova atau sering disebut *Test for Linearity*. Dalam penelitian ini, pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 21. Berikut ini prosedur pengujian.

1. Rumusan Hipotesis

H_0 : Model regresi berbentuk linear.

H_a : Model regresi tidak berbentuk linear.

2. Kriteria Pengujian

Jika probabilitas (Sig) > 0,05 maka H_0 diterima.

Jika probabilitas (Sig) < 0,05 maka H_0 ditolak

3.8.3 Uji Multikolinieritas

Digdownseiso (2017) menyatakan bahwa Multikolinieritas adalah suatu kondisi dimana terjadi korelasi atau hubungan yang kuat diantara variabel bebas yang diikutsertakan dalam pembentukan regresi linear. Dalam analisis regresi, suatu model harus terbebas dari gejala multikolinieritas. Metode untuk menguji adanya multikolinieritas dapat dilihat dari *tolerance value* atau *variance inflation factor* (VIF). Batas dari *tolerance value* > 0,1 atau VIF lebih kecil dari 10 maka tidak terjadi multikolinieritas. Dalam penelitian ini, pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 21. Berikut ini prosedur pengujian.

1. Jika nilai VIF ≥ 10 maka ada gejala multikolinieritas

Jika nilai VIF ≤ 10 maka tidak ada gejala multikolinieritas

2. Jika nilai *tolerance* < 0,1 maka ada gejala multikolinieritas

Jika nilai *tolerance* > 0,1 maka tidak ada gejala multikolinieritas

3.9 Metode Analisis Data

3.9.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Menurut Digdowiseiso (2017) menyatakan bahwa analisis regresi berganda merupakan analisis statistik yang menghubungkan antara dua variabel independen atau lebih dengan variabel dependen. Dalam penelitian ini menggunakan lebih dari satu variabel independent, yaitu *variety seeking*, *prior experience* dan ketidakpuasan terhadap variabel dependen, yaitu *brand switching*. dalam penelitian ini, pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 21. Persamaan umum regresi linier berganda yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e_t$$

Keterangan :

Y : *Brand Switching*

a : Konstanta

b₁,b₂,b₃ : Koefisien Regresi Parsial

X₁ : *Variety Seeking*

X₂ : *Prior experience*

X₃ : Ketidakpuasan

3.10 Pengujian Hipotesis

3.10.1. Uji Parsial (Uji-t)

Uji t yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya.

1. Pengaruh Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Perpindahan Merek

Ho: kebutuhan mencari variasi tidak berpengaruh terhadap perpindahan merek dari *skincare* lain ke *skincare* Skintific

Ha: kebutuhan mencari variasi berpengaruh terhadap perpindahan merek dari *skincare* lain ke *skincare* Skintific

2. Pengaruh Pengalaman Sebelumnya Terhadap Perpindahan Merek

Ho: pengalaman sebelumnya tidak berpengaruh terhadap perpindahan merek dari *skincare* lain ke *skincare* Skintific

Ha: pengalaman sebelumnya berpengaruh terhadap perpindahan merek dari *skincare* lain ke *skincare* Skintific

3. Pengaruh Ketidakpuasan Terhadap Perpindahan Merek

Ho: ketidakpuasan tidak berpengaruh terhadap perpindahan merek dari *skincare* lain ke *skincare* Skintific

Ha: ketidakpuasan berpengaruh terhadap perpindahan merek dari *skincare* lain ke *skincare* Skintific

Kriteria pengujian:

Menentukan dan membandingkan nilai probabilitas (sig) dengan nilai α (0,05) dengan perbandingan sebagai berikut:

1. Jika nilai sig < 0,05 maka Ho ditolak
2. Jika nilai sig > 0,05 maka Ho diterima
3. Menentukan simpulan dan hasil uji hipotesis

3.10.2. Uji Simultan (Uji-F)

Uji F dengan uji serentak atau uji model/uji anova, yaitu uji untuk melihat bagaimanakah pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya.

Pengaruh Kebutuhan Mencari Variasi, Pengalaman Sebelumnya Dan Ketidakpuasan Terhadap Perpindahan Merek

Ho: kebutuhan mencari variasi, pengalaman sebelumnya dan ketidakpuasan tidak berpengaruh terhadap perpindahan merek dari *skincare* lain ke *skincare* Skintific

Ha: kebutuhan mencari variasi, pengalaman sebelumnya dan ketidakpuasan berpengaruh terhadap perpindahan merek dari *skincare* lain ke *skincare* Skintific

Kriteria pengujian:

Menentukan dan membandingkan nilai probabilitas (sig) dengan nilai α (0,05) dengan perbandingan sebagai berikut:

1. Jika nilai sig $< 0,05$ maka Ho ditolak
2. Jika nilai sig $> 0,05$ maka Ho diterima
3. Menentukan simpulan dan hasil uji hipotesis