

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif dimana data yang dinyatakan dalam angka dan dianalisis dengan teknik statistik. Penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2009, p.23) dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada sampel filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian asosiatif. Metode penelitian asosiatif merupakan metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2009 p.89). Metode asosiatif merupakan suatu penelitian yang mencari hubungan sebab akibat antara satu variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (terikat). Metode asosiatif digunakan untuk mencari hubungan antara variabel independen yaitu Kepuasan (X_1) dan *Variety Seeking* (X_2) terhadap variabel dependen yaitu *Brand Switching* (Y).

3.2 Sumber Data

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah :

3.2.1 Data primer

Data primer adalah data yang secara langsung diberikan oleh sumber data tanpa perantara. Data primer dalam penelitian ini berupa hasil penyebaran kuesioner dan wawancara pada responden yang telah ditentukan, berupa: usia responden, jenis kelamin responden, serta hal-hal yang membuat responden melakukan *brand switching* terhadap berbagai pernyataan mengenai kepuasan, *variety seeking*, dan *brand switching*.

3.2.2 Data sekunder

Data sekunder adalah data yang didapat dari sumber data secara tidak langsung, yang dapat melalui orang lain atau lewat dokumen. Data sekunder penelitian ini berupa data penjualan Mandiri Cell, data tentang pengguna internet di Indonesia, dan data jumlah pengguna kartu GSM di Bandar Lampung,

3.3 Metode Pengumpulan Data

3.3.1 Kuesioner (Angket)

Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui metode kuesioner yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi kuesioner atau seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden (Sugiyono, 2009 p.17). Dalam kuesioner ini terdapat pernyataan yang secara logis berhubungan dengan masalah penelitian dan tiap pertanyaan merupakan jawaban-jawaban yang mempunyai makna dalam menguji hipotesa. Dibandingkan dengan *interview guide*, daftar pertanyaan atau kuesioner lebih terperinci dan lengkap. Peneliti menggunakan skala Likert yang dikembangkan oleh Rensis Likert untuk mengetahui tingkat pelanggan Telkomsel yang melakukan *brand switching* dengan menentukan skor pada setiap pernyataan. Skala likert merupakan skala yang dipakai untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang/sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2009 p.27). Penelitian ini menggunakan 5 skala terhadap pernyataan yang diberikan, yaitu: 1 = sangat tidak setuju, 2 = tidak setuju, 3 = cukup setuju, 4 = setuju, 5 = sangat setuju

3.3.2 Dokumentasi

Dokumentasi yaitu dengan membaca buku atau literatur atau karya ilmiah lainnya dan sumber data lain yang berasal dari media elektronik seperti internet, yang mempunyai hubungan dengan penulisan penelitian tentang Telkomsel Flash di Bandar Lampung.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

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 (Sugiyono, 2009 p.61). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Bandar Lampung yang pernah menggunakan kartu Telkomsel Flash sebagai *mobile ISP*.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi penelitian ini (Sugiyono, 2009. p.65). Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *non probability* sampling, yaitu metode pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel karena pertimbangan tertentu. Hal yang menjadi syarat pertimbangan dalam *non probability* sampling pada penelitian ini adalah masyarakat yang tinggal di Bandar Lampung dari kalangan remaja akhir (usia 17-25 tahun), dewasa awal (usia 26-35 tahun), hingga dewasa akhir (usia 36-45 tahun) yang pernah menggunakan kartu Telkomsel Flash sebagai *mobile ISP*. Dalam penelitian ini karena jumlah populasi tidak dapat diketahui, maka jumlah sampel ditetapkan menggunakan rumus Rao purba sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2}{4(moe)^2}$$

$$n = \frac{1,98^2}{4 + (0,1)^2}$$

$$n = 98,01 \text{ (dibulatkan menjadi 100)}$$

Dimana:

n : jumlah sampel

z : tingkat kepercayaan dalam penentuan sampel, dalam penelitian ini ditetapkan 95% ($Z=1,98$).

Moe : *margin of error* atau kesalahan maksimal yang bisa ditoleransi dalam penelitian ini ditetapkan 10%

Teknik *quota sampling* dilakukan dengan cara populasi dibagi menjadi beberapa strata sesuai dengan fokus penelitian. Penarikan *quota sampling* dilakukan jika peneliti tidak mengetahui jumlah yang terperinci dari setiap populasinya (Lupiyoadi, 2015 p.76). *Quota sampling* dilakukan karena terdapat perbedaan karakter konsumen. Usia remaja akhir hingga dewasa akhir dipilih karena menurut Depkes RI (2009) kalangan usia remaja akhir hingga dewasa akhir merupakan golongan usia yang paling aktif melakukan pembelian.

3.5 Variabel Penelitian

Pengertian dari variabel penelitian adalah sesuatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi-informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2009 p.2). Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Berikut penjelasan kedua variabel tersebut:

3.5.1 Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan sejumlah gejala atau faktor yang muncul dan dipengaruhi oleh variabel bebas (Sugiyono, 2009 p.4). Variabel dependen adalah variabel yang nilainya bergantung pada variabel lain, dimana nilainya akan berubah jika variabel yang mempengaruhinya berubah. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *brand switching*.

3.5.2 Variabel Independen

Variabel bebas adalah sejumlah gejala atau faktor yang mempengaruhi munculnya faktor lain (Sugiyono, 2009 p.4). Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Kepuasan (X_1)
2. *Variety Seeking* (X_2)

3.6 Definisi Operasional

Definisi operasional variabel adalah suatu definisi yang diberikan pada suatu variabel dengan memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan atau membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut (Sugiyono, 2009 p.8). Berikut definisi dari variabel-variabel yang diteliti:

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

Variabel Penelitian	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
Kepuasan	Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Kotler dan Keller, 2009 p.14)	Kepuasan dalam penelitian ini merupakan perasaan konsumen setelah membandingkan kinerja yang diharapkan terhadap kinerja yang dirasakan pengguna kartu Telkomsel Flash	1. Kesesuaian harapan 2. Tingkat kepuasan Dibandingkan dengan produk sejenis 3. Tidak ada pengaduan atau komplain (Yuliarmi dan Riyasa dalam Panjaitan dan Yuliati, 2016)	Interval

Variabel Penelitian	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
<i>Variety Seeking</i>	<i>Variety seeking</i> adalah perilaku dari konsumen yang berusaha untuk mencari keberagaman merek diluar kebiasaannya (Sulistiyani, 2016)	<i>Variety seeking</i> dalam penelitian ini merupakan perilaku yang dilakukan konsumen Telkomsel Flash untuk mencari berbagai manfaat dari merek berbeda pada produk sejenis	1. Pencarian informasi produk baru 2. Keinginan memiliki lebih dari 1 nomor 3. Kesenangan mencoba merek dan manfaat kartu seluler baru (Jushermi, 2015)	Interval
Variabel Penelitian	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
<i>Brand Switching</i>	<i>Brand switching</i> adalah perilaku perpindahan merek yang dilakukan oleh konsumen karena alasan tertentu atau dapat diartikan juga sebagai kerentanan konsumen untuk berpindah ke merek lain (Dharmmesta dalam Kurniawan, 2016)	<i>Brand switching</i> dalam penelitian ini merupakan perilaku berpindah merek yang dilakukan konsumen Telkomsel Flash ke merek lain yang dianggap memberikan manfaat yang lebih baik	1. Keinginan Mencari variasi produk lain 2. Ketidakpuasan pasca konsumsi 3. Keinginan untuk mempercepat penghentian penggunaan (Susanto dan Widyawati, 2016)	Interval

3.7 Uji Persyaratan Instrumen

3.7.1 Uji Validitas

Valid berarti instrumen yang digunakan dapat mengukur apa yang hendak diukur (Sugiyono, 2009 p.352). Uji validitas dilakukan terhadap instrumen penelitian, yaitu butir-butir pertanyaan dalam kuesioner. Semakin tinggi nilai validitas suatu tes, maka semakin akurat penggunaan kuesioner tersebut.

Hubungan antara suatu pengukuran dengan suatu kriteria digambarkan dengan nilai korelasi yang disebut koefisien korelasi (r). Kriteria suatu alat ukur dapat disebut valid adalah apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. 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 95% atau $\alpha = 0,05$. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan koefisien *korelasi produk moment* dengan kriteria sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi antar variabel X dan Y

N = Jumlah Sampel

X = Skor Variabel X

Y = Skor Variabel Y

Sumber: Sugiyono, 2009 p.353

Prosedur pengujian:

1. H_0 : data valid

H_a : data tidak valid

2. H_0 : apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen valid

H_a : apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen tidak valid

3. Pengujian validitas instrumen dilakukan melalui program SPSS 20.0.

4. Penjelasan dari butir 1 dan 2 dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} dan probabilitas (α) dengan r_{tabel} maka dapat disimpulkan instrumen tersebut dinyatakan valid atau sebaliknya.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah tingkat kestabilan suatu alat pengukur dalam mengukur suatu gejala/kejadian. Semakin tinggi reliabilitas suatu alat pengukur, semakin stabil pula alat pengukur tersebut.

Reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan teknik *Formula Alpha Cronbach* dan dengan menggunakan program SPSS 20.0.

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, 2009 p.372

Prosedur pengujian:

1. H_0 : data reliabel
 H_a : data tidak reliabel
2. H_0 : apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen reliabel
 H_a : apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen tidak reliabel
3. Pengujian Realibilitas instrumen dilakukan melalui program SPSS 20.0.
4. Penjelasan dari butir 1 dan 2 dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} dan probabilitas (sig) dengan r_{tabel} maka dapat disimpulkan instrumen tersebut dinyatakan reliabel atau sebaliknya.

3.8 Uji Persyaratan Analisis Data

3.8.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh dari sampel yang berasal dari populasi berdistribusi normal atau sebaliknya. Tujuan uji normalitas adalah untuk menguji jumlah sampel sudah representatif atau belum, sehingga kesimpulan penelitian yang diambil dari sejumlah sampel bisa dipertanggung jawabkan. Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh dari sampel yang berasal dari populasi berdistribusi normal atau sebaliknya.

Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan menggunakan uji *Non parametric one sample Kolmogorov Smirnov* (KS). Kriteria pengujian dilakukan dengan cara:

1. H_0 : Data berasal dari populasi berdistribusi normal.
 H_a : Data dari populasi yang berdistribusi tidak normal.
2. Apabila $(Sig) > 0,05$ maka H_0 diterima (Normal).
 Apabila $(Sig) < 0,05$ maka H_a ditolak (Tidak Normal).
3. Pengujian normalitas dilakukan melalui program SPSS seri 20.0. Penjelasan dan kesimpulan dari butir 1 dan 2 dengan membandingkan nilai kedua probabilitas $(sig) > 0,05$ atau sebaliknya maka data dari masing-masing variabel normal atau tidak normal.

3.8.2 Uji Homogenitas

Uji homogenitas sampel dimaksudkan untuk memperlihatkan bahwa dua atau lebih kelompok data sampel berasal dari populasi yang memiliki variansi yang sama. Pada analisis regresi, persyaratan analisis yang dibutuhkan adalah bahwa regresi untuk setiap pengelompokan berdasarkan variabel terikatnya memiliki variansi yang sama.

Prosedur pengujian:

1. H_0 : Varian populasi adalah homogen.
 H_a : Varian populasi adalah tidak homogen.
2. Jika probabilitas $(sig) > 0,05$ maka H_0 diterima.
 Jika probabilitas $(sig) < 0,05$ maka H_0 ditolak.
3. Pengujian homogenitas sampel dilakukan melalui program SPSS 20.0.
4. Penjelasan dan kesimpulan dari butir 1 dan 2, dengan membandingkan nilai kedua probabilitas $(sig) > 0,05$ atau sebaliknya maka variabel Kepuasan (X_1) dan *Variety Seeking* (X_2) homogen atau tidak homogen.

3.8.3 Uji Linieritas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Linier artinya memiliki keterkaitan antar variabel. Uji ini digunakan sebagai prasyarat statistik parametrik khususnya dalam analisis korelasi atau regresi linear yang termasuk dalam hipotesis asosiatif. Bagi peneliti yang mengerjakan penelitian yang berjudul tentang hubungan atau pengaruh, uji linieritas harus dilakukan sebagai prasyarat uji hipotesis yang dimunculkan. Pengujian ini dilakukan menggunakan program SPSS dengan menggunakan *Test for Linearity* pada taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi (*Deviation from Linearity*) lebih dari 0,05. Prosedur pengujian:

1. H_0 : model regresi berbentuk linier.
 H_a : model regresi tidak berbentuk linier.
2. Jika probabilitas (Sig) > 0,05 (Alpha) maka H_0 diterima.
 Jika probabilitas (Sig) < 0,05 (Alpha) maka H_0 ditolak.
3. Pengujian linieritas sampel dilakukan melalui program SPSS 20.0.
4. Penjelasan dan kesimpulan dari butir 1 dan 2, dengan membandingkan nilai probabilitas (sig) > 0,05 atau sebaliknya maka variabel Kepuasan (X_1) dan *Variety Seeking* (X_2) linier atau tidak linier.

3.9 Metode Analisis Data

3.9.1 Uji Analisis Regresi Berganda

Dalam upaya menjawab permasalahan dalam penelitian ini maka digunakan analisis regresi linear berganda (*Multiple Regression*). Analisis regresi berganda merupakan analisis statistik yang menghubungkan antara dua variabel independen atau lebih dengan variabel dependen (Lupiyoadi, 2015 p.157).

Persamaan Regresi dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen atau bebas yaitu kepuasan (X_1) dan *variety seeking* (X_2), terhadap perilaku *brand switching* (Y). Rumus matematis dari regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = *brand switching*

a = *constant*

b_1 = Koefisien regresi antara kepuasan dengan keputusan *brand switching*

b_2 = Koefisien regresi antara perilaku *variety seeking* dengan keputusan *brand switching*

X_1 = Kepuasan

X_2 = *variety seeking*

e = *error disturbance*

3.10 Uji Hipotesis

3.10.1 Uji t

Uji hipotesis menggunakan uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terkait secara parsial. Uji hipotesis secara parsial dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara masing-masing variabel.

Hipotesis yang digunakan adalah:

1. Pengaruh kepuasan (X_1) terhadap perilaku *brand switching* (Y)

H_0 : Kepuasan tidak berpengaruh terhadap perilaku *brand switching* pada pengguna kartu Telkomsel Flash di Bandar Lampung.

H_a : Kepuasan berpengaruh terhadap perilaku *brand switching* pada pengguna kartu Telkomsel Flash di Bandar Lampung.

Kriteria pengujian dilakukan dengan:

- a. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima.
- b. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak.
- c. Menentukan simpulan dari hasil uji hipotesis.

2. Pengaruh *variety seeking* (X_2) terhadap perilaku *brand switching* (Y)

H_0 : *Variety seeking* tidak berpengaruh terhadap perilaku *brand switching* pada pengguna kartu Telkomsel Flash di Bandar Lampung.

H_a : *Variety seeking* berpengaruh terhadap perilaku *brand switching* pada pengguna kartu Telkomsel Flash di Bandar Lampung.

Kriteria pengujian dilakukan dengan:

- a. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima.
- b. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak.
- c. Menentukan simpulan dari hasil uji hipotesis.

3.10.2 Uji F

Uji pengaruh simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen.

Pengaruh antara Kepuasan (X_1) dan *Variety Seeking* (X_2) terhadap *Brand Switching* (Y)

Rumusan hipotesis:

H_0 : kepuasan dan *variety seeking* tidak berpengaruh terhadap *brand switching*

H_a : kepuasan dan *variety seeking* berpengaruh terhadap *brand switching*

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara:

1. Membandingkan hasil perhitungan F dengan kriteria sebagai berikut:
 - a. simpulan dari hasil Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak
 - b. Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima
2. Menentukan nilai titik kritis untuk F_{tabel} pada $db_1 = k-1$ dan $db_2 = n-3$
3. Menentukan dan membandingkan nilai probabilitas (sig) dengan nilai α (0,05) dengan kriteria sebagai berikut:
 - a. Jika nilai $sig < 0,05$ maka H_0 diterima
 - b. Jika nilai $sig > 0,05$ maka H_0 ditolak
4. Menentukan simpulan dari hasil uji hipotesis.