

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Berdasarkan jenisnya, penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif (Sugiyono, 2014:35). Metode Kuantitatif disebut sebagai metode positivistik karena berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode ini sebagai metode ilmiah/*Scientific* karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, obyektif, terukur, rasional dan sistematis. Metode ini juga disebut metode konfirmatif karena metode ini cocok digunakan untuk pembuktian/konfirmasi. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.

Sugiyono (2014 : 35) menerangkan metode kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Apabila mengacu pada pendapat Sugiyono (2014 : 32), metode penelitian kuantitatif termasuk dalam jenis penelitian yang berfungsi untuk memahami fenomena (*need to know*) antara variabel yang ada. Untuk melakukan penelitian secara kuantitatif dapat dilakukan dengan metode survei atau eksperimen (Sugiyono, 2014 : 34) dan penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian survei.

Neuman W. Lawrence (2003) dalam Sugiyono (2014 : 80) menyatakan, “ *survey are quantitative beast. 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 or behavior*”. Penelitian Survey adalah

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

Selanjutnya dinyatakan bahwa, *“survey researchers sample many responden who answers the same question. They measure many variables, test multiple hypotheses, and infer temporal order from question about past behavior, experiences, or characteristic survey research is often call correlational”*. Semua anggota sampel atau responden dalam penelitian survei menjawab pertanyaan yang sama. Penelitian survei mengukur nilai beberapa variabel, menguji beberapa hipotesis tentang perilaku, pengalaman dan karakteristik suatu obyek. Penelitian survey pada umumnya adalah korelasi.

Penelitian survei pada umumnya dilakukan untuk mengambil suatu generalisasi dari pengamatan yang tidak mendalam. Walaupun metode survei ini tidak memerlukan kelompok kontrol seperti halnya pada metode eksperimen, namun generalisasi yang dilakukan bisa lebih akurat bila di gunakan sampel yang representatif (David Kline, 1980 dalam Sugiyono, 2014 : 81).

Berdasarkan kutipan tersebut, Sugiyono (2014 : 81) menarik kesimpulan bahwa metode penelitian survei adalah metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini, tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku, hubungan variabel dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosiologis dan psikologis dari sampel yang di ambil dari populasi tertentu, teknik pengumpulan data dengan pengamatan (wawancara atau kuesioner) yang tidak mendalam, dan hasil penelitian cenderung untuk di generalisasikan.

3.2 Sifat Penelitian

Berdasarkan sifatnya, penelitian ini bersifat deskriptif dan inferensial. Penelitian ini dikatakan bersifat deskriptif dikarenakan seluruh data yang ada akan di deskripsikan, di jabarkan atau di uraikan sehingga menjadi informatif. Penelitian ini dikatakan bersifat inferensial dikarenakan dalam penelitian ini erat sekali dengan angka-angka dan statistik.

3.3 Tempat dan Waktu Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini penulis mengambil objek pada Toko Online Bukalapak dan Toko Online Tokopedia. Sebuah Marketplace yang menyediakan dan menjual barang-barang, baik itu kebutuhan Dapur, Fashion Pria, Fashion Wanita, Ibu dan Bayi, Kesehatan, Makanan dan Minuman, dan Lain Sebagainya. Penelitian ini dimulai dari bulan Oktober 2019 dan berakhir pada pertengahan bulan Maret tahun 2020

3.4 Sumber Data Penelitian

Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari data primer dan data sekunder. Data Primer merupakan data yang dikumpulkan berdasarkan interaksi langsung antara pengumpul dan sumber data (Dermawan Wibisono, 2013 : 51). Dalam Penelitian ini, data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil jawaban kuisisioner yang disebarkan kepada responden yang pernah membeli produk di Bukalapak. Sedangkan Data Sekunder dikumpulkan dari sumber-sumber tercetak, dimana data tersebut telah di kumpulkan dari sumber-sumber tercetak, dimana data

tersebut telah dikumpulkan oleh pihak lain sebelumnya (Dermawan Wibisono,2013:51). Data Sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui dokumen ataupun catatan-catatan perusahaan. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari buku-buku, jurnal, penelitian terdahulu, dan juga dari internet.

3.5 Populasi dan Sampel Penelitian

Untuk menjelaskan Populasi dan Sampel Penelitian ini maka akan di uraikan sebagai berikut :

3.5.1 Populasi Penelitian

Menurut Sugiono (2005 : 72) : Populasi adalah Wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti cukup dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, Populasi dalam penelitian ini adalah Generasi Milenial yaitu orang-orang yang lahir pada awal tahun 1980 an sampai dengan awal tahun 2.000 sebagai akhir kelahiran yang pernah membeli produk di Bukalapak dan beralih ke Tokopedia di Bandar Lampung.

3.5.2 Sampel Penelitian

Menurut Husein Umar (2002 : 95), Sampel merupakan bagian kecil dari suatu populasi. Hal senada juga di ungkapkan oleh M. Iqbal Hasan (2005 : 84), yang menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari populasi yang di ambil melalui cara-cara tertentu yang juga memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang dianggap bisa mewakili populasi.

Karena banyaknya Populasi maka penentuan sampel menggunakan tehnik non random sampling atau tidak memberi peluang atau kesempatan bagi setiap anggota

populasi untuk dipilih menjadi sampel. Menurut J.Supranto (2001 : 115) jika jumlah populasi belum diketahui maka perlu di estimasi proporsi Sampel dengan menggunakan rumus :

$$n = \frac{1}{4} \left[\frac{z\alpha/2}{E} \right]^2$$

- n : Jumlah sampel dari jumlah populasi yang ingin peroleh
 Z : Angka yang menunjukkan penyimpangan nilai varians dari Mean
 E : Kesalahan maksimal
 α : Tingkat kesalahan data yang dapat ditoleransi oleh peneliti

Bila tingkat kepercayaan 95% ($\alpha=5\%$), artinya peneliti menyakini kesalahan duga sampel hanya sebesar 5% serta batas error sebesar 10% yang berarti peneliti hanya mentoleransi kesalahan responden dalam proses pencarian data tidak boleh melebihi jumlah 10% dari kesalahan responden (lebih dari 10% pengambilan sampel harus di ulangi) maka besarnya sampel minimum adalah :

$$n = \frac{1}{4} \left[\frac{z_{0,05/2}}{0,01} \right]^2 \quad n = \frac{1}{4} \left[\frac{1,96}{0,1} \right]^2$$

$$n = \frac{1}{4} [19,6]^2 \quad n = \frac{1}{4} [384,16] = 96,04 = 96 \text{ Responden atau 96 Sampel.}$$

3.6 Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini terdapat 2 (dua) jenis variabel yaitu variabel independen atau variabel bebas dan variabel dependen atau variabel terikat. Menurut Sugiyono (2014 : 96), Variabel Independen atau variabel stimulus, prediktor, antecedent, atau

dalam bahasa Indonesia disebut sebagai variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Sedangkan Variabel Dependen, menurut Sugiyono (2014 : 97), sering disebut sebagai *variabel output, kriteria, konsekuensi* disebut sebagai *variabel terikat*. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.

Variabel Independen atau variabel bebas dalam penelitian ini terdiri dari Harga (X_1), Iklan Pesaing (X_2), dan Kebutuhan Mencari Variasi (X_3) sedangkan variabel dependen atau variabel terikatnya adalah Perpindahan Merek (Y). Adapun definisi operasional dari masing-masing variabel diuraikan berikut ini :

1. Variabel Harga (X_1)

Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya Swastha dan Irawan dalam Suwarni (2009).

2. Iklan Pesaing (X_2)

Iklan merupakan media informasi yang dibuat sedemikian rupa agar dapat menarik minat khalayak, orisinal, serta memiliki karakteristik tertentu dan *persuasive* sehingga para konsumen atau khalayak secara sukarela terdorong untuk melakukan suatu tindakan sesuai dengan yang diinginkan pengiklan, Jefkins(18).

3. Kebutuhan Mencari Variasi (X_3)

Kebutuhan Mencari Variasi adalah sebuah komitmen kognitif untuk membeli merek yang berbeda dikarenakan faktor stimulasi yang terlibat dalam menjajal

merek yang berbeda, rasa ingin tahu, kebaruan, atau mengatasi kebosanan terhadap barang lama yang itu-itu saja. (Peter dan Olson 2014).

4. Perpindahan Merek (*Brand Switching*) (Y)

Perpindahan Merek adalah Pola Pembelian yang dikarakteristikan dengan perubahan atau pergantian dari satu merek ke merek yang lain Peter dan Olson (2014).

Berikut ini adalah kisi-kisi instrumen penelitian dari masing-masing variabel yang ada dalam penelitian ini :

Tabel 3 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.

No	Variabel	Butir	Indikator	Skala Pengukuran
1	Harga (X ₁)	1	Perbandingan harga produk dengan harga pesaing.	Skala Likert (1 s/d 5)
		2	Perbandingan ongkos kirim.	
		3	Keterjangkauan harga.	
2	Iklan Pesaing (X ₂)	4	Frekuensi iklan mampu menarik perhatian konsumen	Skala Likert (1 s/d 5)
		5	Kekuatan pengaruh iklan terhadap pembelian produk.	
		6	Keinginan membeli	
3	Kebutuhan Mencari Variasi (X ₃)	7	Rasa bosan Ingin mencoba sesuatu yang baru.	Skala Likert (1 s/d 5)
		8	Rasa ingin tahu Mencari Variasi dari produk lain.	
		9	Memiliki keinginan untuk berbelanja di toko lain.	
4	Perpindahan Merek (Y)	10	Tidak berkomitmen untuk menjadi konsumen merek sebelumnya.	Skala Likert (1 s/d 5)
		11	Membeli produk yang berbeda dari biasanya.	
		12	Kepuasan Setelah berpindah merek	

Masing-masing indikator yang terdapat dalam masing-masing variabel di atas akan menjadi deskriptor, yaitu elemen-elemen yang akan ditulis dalam kuesioner untuk dicari datanya (Husein Umar, 2002 : 119).

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan Interview (Wawancara), Kuesioner (angket), dan Studi Kepustakaan. Ketiga teknik pengumpulan data ini diharapkan dapat memberikan informasi data yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

Menurut Creswell (2012) dalam Sugiyono (2014 : 224), *“interview survey, are form on which the researcher records answers supplied by the participant in the study. The researcher asks a question from an interview guide. Listens for answers or observes behavior, and records responses on the survey”*. Wawancara dalam penelitian survey dilakukan oleh peneliti dengan cara merekam jawaban atas pertanyaan yang diberikan ke responden. Peneliti mengajukan pertanyaan kepada responden dengan pedoman wawancara, mendengarkan atas jawaban dan merekam semua respon dari survei.

Burke Johnson dan Larry Cristensen (2004) dalam Sugiyono (2014 :224) menjelaskan, *“interview is a data collection methods in which an interviewer (the researcher or someone working for the researcher) ask question of an interviewee (the research participant)”*. Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dimana pewawancara (peneliti atau yang diberi tugas melakukan pengumpulan data) dalam mengumpulkan data mengajukan suatu pertanyaan kepada yang diwawancarai.

Adapun jenis wawancara yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara yang tidak terstruktur atau wawancara terbuka. Sugiyono (2014 : 228) menyatakan wawancara tidak terstruktur diartikan sebagai wawancara bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan di tanyakan.

Selain wawancara, teknik pengumpulan data dalam penelitian ini juga akan menggunakan kuesioner atau angket. Creswell (2012) dalam Sugiyono (2014 : 230) menyatakan, “*questionnaires, are form used in a survey design that participant in a study complete an return to researcher*”. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dimana partisipan/responden mengisi pertanyaan atau pernyataan kemudian setelah di isi dengan lengkap mengembalikan kepada peneliti.

Larry Cristensen (2004) dalam Sugiyono (2014 : 230) menjelaskan “*a questionnaire is a self-report data collection instrument that each research participant fill out as part of a research study. Researcher use questionnaire so that they can obtain information about the thoughts, feeling, attitudes, beliefs, values, perceptions, personality, and behavioral intentions of research participant. In other words, researchers attempt to measure many different kinds of characteristic using questionnaires*”. Kuesioner merupakan instrumen untuk pengumpulan data, dimana partisipan atau responden mengisi pertanyaan atau pernyataan yang diberikan oleh peneliti. Peneliti dapat menggunakan kuesioner untuk memperoleh data yang terkait dengan pemikiran, perasaan, sikap, kepercayaan, nilai, persepsi, kepribadian dan perilaku dari responden. Dalam kata lain, para peneliti dapat melakukan pengukuran bermacam-macam karakteristik dengan menggunakan kuesioner.

Menurut Sugiyono (2014 : 230), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan di ukur dan tahu apa yang bisa di harapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet.

Dalam penelitian ini, kuesioner yang digunakan berupa pertanyaan/pernyataan tertutup yang diberikan langsung kepada responden secara langsung. Menurut Sugiyono (2014 : 232), pertanyaan tertutup adalah pertanyaan yang mengharapkan jawaban singkat atau mengharapkan responden untuk memilih salah satu alternatif jawaban dari setiap pertanyaan yang telah tersedia. Setiap pertanyaan angket yang mengharapkan jawaban berbentuk data *nominal*, *ordinal*, *interval* dan *ratio* adalah bentuk pertanyaan tertutup. Pertanyaan tertutup akan membantu responden untuk menjawab dengan cepat dan juga memudahkan peneliti dalam melakukan analisis data terhadap seluruh angket yang telah terkumpul.

Menurut Emory (1995) dalam Husein Umar (2002 : 118) ada 4 komponen inti dari sebuah kuesioner. Keempat komponen itu adalah :

1. Ada subyek, yaitu individu atau lembaga yang melaksanakan riset.
2. Adanya ajakan, yaitu permohonan dari periset kepada responden untuk turut serta mengisi secara aktif dan obyektif pertanyaan maupun pernyataan yang tersedia.
3. Adanya petunjuk pengisian kuesioner dan petunjuk yang tersedia harus mudah dimengerti dan tidak bias.

4. Adanya pertanyaan maupun pernyataan beserta tempat mengisi jawaban, baik secara tertutup, semi tertutup, ataupun terbuka. Dalam membuat pertanyaan ini jangan dilupakan isian untuk identitas responden.

Teknik pengumpulan data terakhir yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan yaitu menggunakan sumber data sekunder yang berasal dari buku, jurnal, koran, laporan perusahaan, dan artikel lain baik yang berasal dari media cetak maupun media elektronik.

3.8 Instrumen Penelitian

Creswell (2012) dalam Sugiyono (2014 : 166) menyatakan “*Researcher uses instrument to measure achievement, asses individual ability, observe behavior, develop a psychology profile of an individual or interview a person*”. Peneliti menggunakan instrumen untuk mengukur prestasi, kemampuan individu, mengamati perilaku, pengembangan profil perilaku individual dan sebagai alat untuk wawancara. Selanjutnya di nyatakan bahwa “*Researcher collect data on instrument. Instrument is a tool for measuring, observing, or documenting quantitative data*”. Peneliti kuantitatif dalam mengumpulkan data. Instrumen merupakan alat untuk mengukur, mengobservasi yang dapat menghasilkan data kuantitatif.

Berbagai skala sikap yang dapat digunakan untuk penelitian manajemen/administrasi, pendidikan dan sosial antara lain, yaitu : (1) *Skala Likert*, (2) *Skala Guttman*, (3) *Rating Scale* dan (4) *Semantic Deferential* (Sugiyono, 201) : 167). Dalam penelitian ini, penulis menggunakan alat ukur yaitu *Skala Likert*, *Skala Likert* di gunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2014 : 168). Menurut Kinnear

(1988) dalam Husein Umar (2002 : 89), *Skala Likert* ini berhubungan dengan pernyataan tentang sikap seseorang terhadap sesuatu, misalnya setuju - tidak setuju – senang – tidak senang, dan baik – tidak baik. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian (Sugiyono, 2014 : 168).

Dengan *Skala Likert*, maka variabel yang akan di ukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut di jadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan *Skala Likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Dalam penelitian ini, jawaban setiap item instrumen akan berupa kata-kata seperti berikut ini :

- a. Sangat Setuju (ST)
- b. Setuju (S)
- c. Ragu-Ragu (RG)
- d. Tidak Setuju (TS)
- e. Sangat Tidak Setuju (STS)

Untuk keperluan analisis kuantitatif maka jawaban terhadap setiap item instrumen diberi skor. Responden dapat memilih salah satu dari lima alternatif jawaban yang disesuaikan dengan keadaan subyek. Dalam penelitian ini, bentuk checklist akan digunakan sebagai instrumen penelitian yang menggunakan *Skala Likert*.

3.9 Pengujian Persyaratan Instrumen Penelitian

Uji Persyaratan instrumen penelitian dibagi menjadi dua yaitu uji validitas dan uji reliabilitas. Adapun prosedur pengujiannya akan di lakukan dengan cara-cara berikut :

3.9.1 Uji Validitas

Setiap penelitian yang dilakukan dengan metode angket atau kuesioner perlu dilakukan uji validitasnya. Uji Validitas berguna untuk mengetahui apakah alat tersebut valid. Menurut Sugiyono (2014 : 203), Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya di ukur.

Uji Validitas dilakukan pada setiap butir pertanyaan dalam instrumen atau alat pengumpul data (kuesioner) yang dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor item butir-butir pertanyaan terhadap total skor pada setiap faktor dari masing-masing responden.

Untuk menguji validitas alat ukur yaitu dengan menggunakan rumus *Pearson Product Moment* yang terdapat dalam aplikasi SPSS. Adapun ketentuannya adalah sebagai berikut :

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen penelitian dinyatakan Valid

Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen penelitian dinyatakan Tidak valid

Adapun rumus untuk uji validitas *Pearson Product Moment* adalah sebagai berikut :

$$r = \frac{n (\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan :

r = Koefisien korelasi item yang dicari

x = Skor yang diperoleh subjek dalam setiap item

y = Skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item

$\sum x$ = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum y$ = jumlah skor dalam distribusi Y

n = jumlah responden

3.9.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2014 : 203), instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

Untuk mengukur apakah instrumen yang dipakai untuk mengambil data dalam penelitian ini dapat dipercaya atau reliabel maka digunakan uji reliabilitas dengan menggunakan koefisien reliabilitas. Menurut Sugiyono (2014 : 220), suatu instrumen dinyatakan reliabel apabila koefisien reliabilitas minimal 0,60. Pada penelitian ini koefisien reliabilitas dilihat dengan menggunakan *Cronbach's Alpha*. Adapun ketentuannya adalah sebagai berikut :

1. Jika nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$ maka instrumen penelitian dinyatakan reliabel.
2. Jika nilai Cronbach's Alpha $< 0,60$ maka instrumen penelitian dinyatakan tidak reliabel.

3.10 Pengujian Persyaratan Analisis Data

Uji persyaratan analisis data sering disebut juga dengan uji asumsi klasik. Menurut Sugiyono (2014 : 271), dalam statistik inferensial khususnya statistik parametris mensyaratkan bahwa data setiap variabel yang akan di analisis harus berdistribusi Normal. Selanjutnya, dalam analisis regresi, menurut Sugiyono (2014 : 242), harus terpenuhi asumsi linieritas. Selain itu, dalam penelitian ini akan dilakukan juga uji Multikolinieritas dan uji Heteroskedasitas. Setelah terpenuhinya uji asumsi klasik tersebut baru akan dilakukan pengujian terhadap hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini.

3.10.1 Uji Normalitas

Menurut Dermawan Wibisono (2013 : 181), Uji Kenormalan data merupakan suatu jenis uji statistik untuk menentukan apakah suatu populasi berdistribusi normal atau tidak. Uji ini penting di lakukan karena sering kali sebelum melakukan pengolahan data pada suatu pengamatan populasi, banyak peneliti mengasumsikan bahwa populasi yang di amati tersebut berdistribusi normal. Asumsi semacam ini dapat mengakibatkan kesalahan yang fatal jika tidak sesuai dengan kondisi riil dalam penelitian yang dilakukan. Oleh karena itu, uji kenormalan sangat dibutuhkan sebelum peneliti melakukan proses pengolahan data populasi.

Dermawan Wibisono (2013 : 181) menegaskan bahwa sejarah distribusi normal dimulai pada tahun 1733 ketika Demoivre menemukan persamaan matematis kurva normal yang menjadi dasar bagi banyak teori statistik induktif, sedangkan persamaan distribusi normal ditemukan oleh Gauss (1777-1855) pada saat dia melakukan percobaan dengan mengerjakan pengukuran yang berulang-ulang menggunakan bahan yang sama. Untuk menghormati Gauss, distribusi normal sering disebut juga sebagai *Distribusi Gauss*. Distribusi Normal merupakan salah satu bentuk distribusi yang paling penting dan sering digunakan. Distribusi normal memiliki kurva yang berbentuk seperti lonceng.

Oleh karena jenis penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif maka uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji statistik *Kolmogorov-Smirnov* (Dermawan Wibisono, 2013 : 188). Alat uji ini biasa disebut dengan uji K-S yang tersedia dalam program SPSS. Menurut Ghozali (2011 : 160) dalam Vina Agustina dan Yoestini (2012 : 6), suatu model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau penyebaran data statistik pada sumbu diagonal dari grafik distribusi normal.

Secara umum, dalam Uji Normalitas berlaku ketentuan sebagai berikut ini, yaitu :

(a) jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka data berdistribusi normal dan (b) jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.

3.10.2 Uji Linieritas

Secara umum Uji Linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel atau lebih mempunyai hubungan yang linier secara signifikan atau tidak. Data yang baik seharusnya terdapat hubungan yang linier antara variabel (X) dengan variabel *kriterium* (Y). Menurut Sugiyono (2014 : 242), Uji Linieritas merupakan syarat sebelum dilakukannya Uji Regresi Linier.

Ada dua cara yang dapat dilakukan sebagai pedoman dalam mengambil keputusan terkait uji linieritas ini, yaitu :

1. Dengan melihat nilai signifikansi $> 0,05$ maka kesimpulannya adalah terdapat hubungan linier secara signifikan antara *predictor* (X) dengan variabel *kriterium* (Y). Sebaliknya, jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka kesimpulannya adalah tidak terdapat hubungan linier antara variabel *predictor* (X) dengan variabel *kriterium* (Y).
2. Dengan melihat nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka kesimpulannya adalah terdapat hubungan linier secara signifikan antara variabel *predictor* (X) dengan variabel *kriterium* (Y). Sebaliknya, jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka kesimpulannya adalah tidak terdapat hubungan linier secara signifikan antara variabel *predictor* (X) dengan variabel *kriterium* (Y).

3.10.3 Uji Multikolonieritas

Menurut Ghozali (2011 : 105) dalam Vina Agustina dan Yoestini (2012 : 6), Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas atau tidak terjadi multikolonieritas.

Ada dua cara untuk mengetahui apakah data yang ada memiliki unsur multikolonieritas atautkah tidak, yaitu :

1. Melihat nilai *Tolerance*
 - a. Jika nilai *Tolerance*, lebih besar dari 0,10 maka artinya tidak terjadi multikolonieritas terhadap data yang di uji.
 - b. Jika nilai *Tolerance*, lebih kecil dari 0,10 maka artinya terjadi multikolonieritas terhadap data yang di uji.
2. Melihat nilai VIF (*Variance Inflation Faktor*)
 - a. Jika nilai VIF lebih kecil dari 10,00 maka artinya tidak terjadi multikolonieritas terhadap data yang di uji.
 - b. Jika nilai VIF lebih besar dari 10,00 maka artinya terjadi multikolonieritas terhadap data yang di uji.

3.10.4 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2011 : 139) sebagaimana di kutip dalam Vina Agustina dan Yoestini (2012 : 6), Uji Heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadinya heteroskedastisitas.

Dalam penelitian ini, Uji Heteroskedastisitas akan dilakukan dengan grafik *Scatterplot*. Jika titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y tanpa membentuk pola tertentu maka dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.11 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian Kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Menurut Sugiyono (2014 : 238), kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah di ajukan.

Dalam penelitian ini, untuk melakukan analisa data akan digunakan metode Analisis Regresi. Menurut Dermawan Wibisono (2013 : 199), metode pengukuran ini pertama kali dipelopori oleh Sir Francis Galton pada akhir abad ke-19 ketika Sir Francis Galton melakukan studi mengenai hubungan antara tinggi badan ayah dan anak. Galton memberi nama metode ini *regresi* sesuai dengan definisinya, yaitu kembali atau bergerak ke arah belakang. Konsep dasar Galton adalah bahwa segala fenomena memiliki keterkaitan dengan kondisi awal.

Terdapat dua macam variabel yang digunakan dalam analisis regresi, yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Dengan menggunakan analisis regresi, kita akan mengukur perubahan variabel terikat berdasarkan perubahan variabel bebas (Dermawan Wibisono, 2013 : 199).

Menurut Dermawan Wibisono (2013 : 200), Analisis Regresi dapat digunakan untuk meramalkan perubahan hubungan yang akan terjadi berdasarkan hubungan yang

ada pada periode waktu sebelumnya. Ia menjelaskan juga bahwa perbedaan antara analisis regresi dan analisis korelasi terletak pada pengukuran yang dilakukan. Analisis korelasi mengukur besar hubungan antara dua variabel sedangkan analisis regresi mengukur hubungan yang terjadi antara (variabel bebas dan terikat).

Oleh karena dalam penelitian ini terdapat dua variabel bebas dan satu variabel terikat maka analisis regresinya adalah analisis regresi berganda. Analisis ini dapat digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara dua atau lebih variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) dengan rumus sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + b_3 x_3 + e_t$$

Keterangan :

Y : Perpindahan Merek (*Brand Switching*)

X₁ : Harga

X₂ : Iklan Pesaing

X₃ : Kebutuhan Mencari Variasi

a : konstanta

e_t : error term

b₁, b₂ : koefisien regresi

3.12 Uji Hipotesis

Menurut Sugiyono (2014 : 253), Hipotesis di artikan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Kebenaran dari hipotesis itu harus dibuktikan melalui data yang terkumpul. Pengertian Hipotesis tersebut adalah untuk hipotesis penelitian. Sedangkan secara statistik, Hipotesis diartikan sebagai pernyataan mengenai keadaan populasi (parameter) yang akan di uji kebenarannya berdasarkan data yang

diperoleh dari sampel penelitian (statistik). Jadi maksudnya adalah taksiran keadaan populasi melalui data sampel.

Menurut M.Iqbal Hasan (2005 : 140), pengujian Hipotesis merupakan suatu prosedur yang akan menghasilkan suatu keputusan, yaitu keputusan menerima atau menolak hipotesis itu. Pengujian Hipotesis merupakan bagian terpenting dari statistik inferensial (statistik induktif). Karena berdasarkan pengujian tersebut, pembuatan keputusan atau pemecahan persoalan sebagai dasar penelitian lebih lanjut dapat terselesaikan.

3.12.1 Uji t

Uji t bertujuan untuk menguji apakah antara variabel bebas berpengaruh secara parsial terhadap variabel terikat. Setelah dilakukan analisis data dan diketahui hasil perhitungannya maka langkah selanjutnya adalah membandingkan nilai t hitung dengan t tabel atau dapat juga dengan cara mencermati nilai signifikansi t apakah lebih kecil atau lebih besar dari 0,05. Dari keterangan tersebut, dapat ditarik kesimpulan apakah hipotesis nol (H_0) atau hipotesis alternatif (H_a) diterima atau ditolak.

Kriteria untuk penerimaan atau penolakan suatu hipotesis adalah :

1. nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka hipotesis alternatif (H_a) diterima dan hipotesis nol (H_0) ditolak.
2. nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka hipotesis alternatif (H_a) ditolak dan hipotesis nol (H_0) terima.

Atau dengan melihat nilai signifikansi t, yaitu :

1. Nilai signifikansi t $< 0,05$, maka hipotesis alternatif (H_a) diterima dan hipotesis nol (H_0) ditolak.

2. Nilai signifikansi $t > 0,05$, maka hipotesis alternatif (H_a) ditolak dan hipotesis nol (H_0) diterima.

3.12.2 Uji F

Uji F dilakukan untuk menguji signifikansi secara bersama-sama (Simultan) antara variabel bebas dengan variabel terikat. Menurut D. Gujarati (1999 : 120) dalam HM. Sonny Sumarsono (2004 : 255), uji F dilakukan dengan rumus sebagai berikut :

$$F = \frac{R^2 / (K - 1)}{(1 - R^2) / (N - K)}$$

Keterangan :

R^2 = Koefisien determinasi

k = Jumlah variabel

N = Jumlah sampel

Setelah dilakukan analisis data dan diketahui hasil perhitungannya maka selanjutnya adalah membandingkan nilai F_{hitung} dan F_{tabel} atau bisa juga dengan memperhatikan nilai signifikansi F apakah lebih kecil atau lebih besar dari 0,05.

Kriteria untuk penerimaan dan penolakan suatu hipotesis adalah :

1. Nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka hipotesis alternatif (H_a) diterima atau hipotesis nol (H_0) ditolak.
2. Nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka hipotesis alternatif (H_a) ditolak atau hipotesis nol (H_0) diterima.

atau dengan melihat signifikansi F yaitu :

1. Nilai Signifikansi F $< 0,05$ maka hipotesis alternatif (H_a) diterima dan hipotesis nol (H_0) di tolak.
2. Nilai signifikansi F $< 0,05$ maka hipotesis alternatif (H_a) ditolak dan hipotesis nol (H_0) diterima.