

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian

a. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

Pengertian dari variabel penelitian adalah sesuatu hal yang berbentuk apa saja yang di tentukan oleh peneliti untuk di pelajari sehingga di peroleh informasi-informasi tentang hal tersebut, kemudian di tarik kesimpulan (Sugiono, 2008).

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Berikut penjelasan kedua variabel tersebut :

- Variabel Dependen (Dependen Variable)

Variabel yang tergantung dengan variabel lain, atau variabel yang dapat di pengaruhi oleh variabel lain. Sering di sebut variabel respon yang di lambangkan dengan (Y)

- Variabel Independen (Independent Variable)

Variabel bebas yang dalam hubungannya dengan variabel lain bertindak sebagai penyebab atau yang mempengaruhi variabel dependen. Variabel ini ada juga yang menambahkan dengan variabel pendrong dan variabel masukan. Yang sering di sebut sebagai predictor yang di lambangkan dengan (X)

Berkaitan dengan penelitian ini maka variabel dependen dan independen adalah sebagai berikut :

- a. Variabel dependen yaitu:
Keputusan perpindahan merek (Y)
- b. Variabel independen terdiri dari
X1 = Ketidak puasan pasca konsumsi
X2 = Kebutuhan mencari Variasi
X3 = Harga
X4 = Iklan pesaing
X5 = Kualitas produk

3.2 Devinisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan cara memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan atau memberi suatu operasional yang di perlukan untuk mengukur variabel tersebut (Nasir, 2009).

Adapun definisi operasional variabel yang di peroleh dalam penelitian ini adalah:

Tabel 1.1
Devinisi Oprasinal Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Perpindahan Merek (Y)	Perilaku perpindahan merek dapat di sebabkan oleh faktor intrinsic dan faktor ekstrinsik. Faktor intriksik adalah faktor yang berasal dari dalam individu yang bersangkutan, misalnya adanya keinginan mencoba merek yang baru. Sedangkan faktor ekstrinsik adalah faktor yang berasal	<ol style="list-style-type: none"> a. Keinginan mencoba merek baru b. Adanya diskon c. Harga lebih murah

	dari luar, misalnya adanya diskon atau harga yang lebih murah (David Aeker 2008)	
Ketidak puasan pasca konsumsi (X1)	Ketidak puasan konsumen dapat timbul karena adanya proses informasi dalam evaluasi terhadap suatu merek. Konsumen akan menggunakan informasi masa lalu dan masa sekarang untuk melihat memanfaatkan yang mereka harapkan. (Junaididan Dharmmesta, 2002 dalam Edho Perjuangga 2011)	<ul style="list-style-type: none"> a. Proses informasi b. Evaluasi terhadap suatu merek c. Informasi masa lalu & masa sekarang d. Memanfaatkan yang mereka harapkan
Kebutuhan Mencari Variasi (X2)	Kebutuhan mencari variasi adalah sebuah komitmen kongnitif untuk membeli merek yang berbeda karena berbagai alasan yang berbeda, keinginan baru atau timbulnya rasa bosan pada sesuatu yang telah lama di konsumsi. (Peter dan Olson 2008 dalam Ishadi 2012)	<ul style="list-style-type: none"> a. Komitmen b. Keinginan baru c. Rasa bosan
Harga (X3)	Nilai suatu barang ata jasa yang di ukur oleh sejumlah uang berdasarkan nilai tersebut seseorang atau perusahaan bersedia melepas barang atau jasa yang di miliki kepada pihak lain (Philip kotler dan keller 2009) dalam variabel harga ada beberapa unsur kegiatan utama harga yang meliputi daftar harga, diskon, potongan harga, dan periode pembayaran (Kotler dan Amstrong (2009)	<ul style="list-style-type: none"> a. Daftar harga b. Diskon c. Potongan harga d. Periode pembayaran
Iklan Pesaing (X4)	Menyatakan bahwa iklan merupakan salah satu bentuk promosi yang paling banyak di gunakan perusahaan dalam mempromosikan produknya. (Fandy Tjiptono 2008) Iklan adalah segala bentuk presentasi non pribadi dan promosi gagasan, barang atau jasa oleh sponsor	<ul style="list-style-type: none"> a. Promosi b. Presentasi c. Gagasan

	tertentu yang harus di bayar (Kotler keller 2009)	
Kualitas Produk (X5)	Evaluasi menyeluruh pelanggan atas kebaikan kinerja barang atau jasa, (mowen dan minor 2000) Adapun dimensinya yaitu, Kinerja, Fitur, Keandalan, Daya tahan, Pelayanan, Estetika, Sesuai dengan spesifikasi, Kualitas. (akbar, 2013) dalam penelitian Aulia Uswatun Khasanah dan Rini Kuswati 2014)	<ul style="list-style-type: none"> a. Kinerja b. Fitur c. Keandalan d. Daya tahan e. Pelayanan f. Estetika g. Sesuai dengan spesifikasi h. Kualitas

3.3 Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang berasal dari sumber asli atau pertama.

Data ini tidak tersedia dalam bentuk kompilasi atau dalam bentuk file-file.

Data ini harus di cari melalui narasumber atau responden yaitu orang yang di jadikan obyek penelitian, (Jonathan Sarwono, 2006). Data primer di peroleh dari hasil pengisian kuisisioner oleh responden mengenai data yang akan di analisis.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung dari sumber-sumber lain yang digunakan untuk melengkapi data primer dalam menyusun laporan penelitian. Salah satunya buku Philip Kotler, (2008)

3.4 Populasi, Jumlah Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2010) menjelaskan bahwa “populasi adalah wilayah generasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di terapkan peneliti untuk di pelajari sehingga dapat di tarik kesimpulannya”.

Jadi yang di maksud dengan populasi adalah keseluruhan obyek yang menjadikan sasaran penelitian, baik itu seluruh anggota, sekelompok orang, atau obyek yang telah di rumuskan secara jelas dan memiliki ciri-ciri atau karakteristik yang sama. Dengan demikian yang di maksud dengan populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan obyek yang menjadi sasaran penelitian yaitu keseluruhan konsumen atau pelanggan yang melakukan perpindahan merek di Mulyo Motor jl. Kol.Sugiono Jepara yang telah menggunakan pelumas mesin Oli MPX2. Dengan demikian pengguna di harapkan sudah memahami dan menggetai tentang produk tersebut.

3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2010), sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini sampel yang di tetapkan adalah pelanggan yang melakukan perpindahan merek pelumas mesin MPX2 standar Honda selama satu tahun pada tahun 2016 di MULYO MOTOR Jl. Kol Sugiyono Jepara. Oleh karena itu sampel yang di ambil dari populasi harus betul-betul *representative*

(mewakili) yaitu yang mewakili benar-benar dengan populasinya. Teknik sampling yang di gunakan adalah *non-probability sampling* yaitu taknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk di pilih menjadi sampel (sugiyono 2010). Pengambilan responden di lakukan menggunakan teknik *purposive sampling*. Yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Misalnya akan meneliti tentang kualitas makanan maka sampel sumber datannya adalah orang yang ahli dalam makanan, atau meneliti tentang kondisi politik di suatu daerah, maka sampel sumber datannya adalah orang ahli politik (sugiyono 2010). Kriteria sampel atau sumber data yang di pilih dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan perpindahan merek selama dua tahun yaitu tahun 2015-2016 terhadap produk MPX2 standar Honda ke merek yang lainnya.

Di karenakan jumlah populasi dalam penelitian ini tidak di ketahui jumlahnya maka jumlah sampel dapat di hitung dengan rumus. Rao purba (1996)

$$n = \frac{(Z^2)}{4 (\text{Moe})^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel

Z = 1,96 Score pada tingkat signifikansi tertentu (derajat keyakinan di tentukan 95%)

Moe = margin of error, tingkat maksimum adalah 10%

$$n = \frac{(1,96)^2}{4 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{(3,8416)}{0,04}$$

$$n = \frac{3,8416}{0,04}$$

$$N = 96,04$$

$$n = 96,04 = 96 \text{ orang.}$$

Maka sampel peneliti adalah 96 responden yang merupakan konsumen Mulya Montor Jl. Kol Sugiyono Jepara.

3.5 Metode pengumpulan data

Metode pengumpulan data adalah suatu cara pengambilan data atau informasi dalam suatu penelitian. Adapun metode dalam pengumpulan data penelitian ini di lakukan beberapa cara.

1. Metode Studi Pustaka

Merupakan suatu metode untuk memperoleh data dengan mengutip malalui literature, artikel, jurnal, buku, majalah, Koran dan hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan tema penelitian.

2. Kuesioner (Angket)

Menurut sugiyono (2010) kuisisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara member seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawab. Kuesioner tersebut dapat berupa beberapa pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka yang di ajukan kepada konsumen oli pelumas sesin MPX2 standar Honda. Dalam kuesioner tersebut tetdapat pertanyaan mengenai data diri responden serta pertanyaan dari indikator tiap-tiap variabel yang di gunakan dalam penelitian ini. variabel- variabel tersebut di ukur dengan

3.6 Metode pengolahan data

Menurut Suharsimi Arikunto (2010), Pengubahan data mentah menjadi data yang lebih bermakna. Pengolahan data adalah kegiatan lanjutan setelah pengumpulan data dilaksanakan. Pada penelitian kuantitatif, pengolahan data secara umum dilaksanakan dengan melalui tahap memeriksa (*editing*), proses pemberian identitas (*coding*) dan proses pembeberan (*tabulating*) (Bungin, 2013).

Teknik pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan penghitungan *komputerisasi* program SPSS 16 (*Statistical Product and Service Solution*) karena program ini memiliki kemampuan analisis statistik cukup tinggi serta sistem manajemen data pada lingkungan grafis menggunakan menu-menu deskriptif dan kotak-kotak dialog sederhana, sehingga mudah dipahami cara pengoperasiannya (Sugianto, 2008).

3.6.1 Editing

Editing adalah kegiatan yang dilaksanakan setelah peneliti selesai menghimpun data dilapangan (Bungin, 2013). Kegiatan ini menjadi penting karena kenyataannya bahwa data yang terhimpun kadang kala belum memenuhi harapan peneliti, ada di antaranya kurang atau terlewatkan, tumpang tindih, berlebihan, bahkan terlupakan. Proses editing yang paling baik adalah dengan teknik silang, yaitu seorang peneliti atau *field worker* memeriksa hasil pengumpulan data peneliti lain dan sebaliknya pada suatu kegiatan penelitian tertentu.

3.6.2 Coding (Pengkodean)

Coding adalah pemberian identitas terhadap data yang telah di edit agar memiliki arti tertentu pada saat di analisis (Bungin, 2013) Kode adalah isyarat yang dibuat dalam bentuk angka atau huruf yang memberikan petunjuk atau identitas pada suatu informasi atau data yang akan dianalisis.

3.6.3 Pemberian skor atau nilai

Dalam pemberian skor digunakan skala Likert yang merupakan salah satu cara untuk menentukan skor. Kriteria penilaian ini digolongkan dalam empat tingkatan dengan penilaian sebagai berikut:

1. Jawaban SS, diberi skor 5.
2. Jawaban S, diberi skor 4.
3. Jawaban N, diberi skor 3.

4. Jawaban TS, diberi skor 2.
5. Jawaban STS, diberi skor 1.

3.6.4 Tabulasi

Tabulasi adalah pembuatan tabel-tabel yang berisi data yang telah diberi kode sesuai dengan analisis yang dibutuhkan. Dalam melakukan tabulasi diperlukan ketelitian agar tidak terjadi kesalahan.

Tabel hasil tabulasi dapat berbentuk:

- a. Tabel pemindahan, yaitu tabel tempat memindahkan kode-kode dari kuesioner atau pencatatan pengamatan. Tabel ini berfungsi sebagai : ` .
- b. Tabel biasa, adalah tabel yang disusun berdasar sifat responden tertentu dan tujuan tertentu.
- c. Tabel analisis, tabel yang memuat suatu jenis informasi yang telah dianalisa

3.7 Metode Keabsahan Data

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji sejauh mana suatu alat pengukur dapat mengungkapkan ketepatan gejala yang dapat diukur (Sekaran, 2009). Validitas instrumen penelitian atau tingkat ketepatan instrumen penelitian adalah tingkat kemampuan instrumen penelitian untuk mengungkapkan data sesuai dengan masalah yang hendak diungkapkannya. Hasil penelitian dikatakan valid bila terdapat kesamaan

antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi di lapangan (Sugiyono, 2008).

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengukuran dapat memberikan hasil yang relatif tidak berbeda bila dilakukan pengukuran pada obyek yang sama, selain itu uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui kemantapan atau konsistensi suatu alat ukur. Reliabilitas suatu pengukuran mencerminkan apakah suatu pengukuran dapat terbebas dari kesalahan (*error*) sehingga memberikan hasil pengukuran yang konsisten pada kondisi yang berbeda dan pada masing-masing butir dalam instrument (Sekaran, 2009). Dalam uji reliabilitas, menggunakan rumus Cronbach's Alpha. Sekaran (2009) mengklasifikasikan nilai Cronbach's Alpha sebagai berikut:

- a. Nilai Cronbach's Alpha antara 0.80 – 1.0 dikategorikan reliabilitas baik.
- b. Nilai Cronbach's Alpha antara 0.6 – 0.79 dikategorikan reliabilitas dapat diterima.
- c. Nilai Cronbach's Alpha < 0.60 dikategorikan reliabilitas buruk.

3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear mengestimasi besarnya koefisien-koefisien yang dihasilkan oleh persamaan yang bersifat linear dan melibatkan dua variabel bebas atau lebih untuk digunakan sebagai alat prediksi nilai

variabel tergantung (Sarwono, 2006). Adapun bentuk regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut (Supranto J, 2008)

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan perpindahan merek

a = Konstanta

X1 = Ketidak puasan pasca konsumsi

X2 = Kebutuhan mencari variasi

X3 = Harga

X4 = Iklan pesaing

X5 = Kualitas produk

E = Error

3.7.4 Uji F

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Kriteria pengujian

1. Apabila probabilitas signifikan kurang dari 5% maka hipotesis diterima.
2. Apabila probabilitas signifikan lebih dari 5% maka hipotesis ditolak.

$H_0 : X_1 = X_2 = X_3 = X_4 = X_5 = 0$ artinya tidak ada pengaruh secara bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependen.

$H_a : X_1 \neq X_2 \neq X_3 \neq X_4 \neq X_5 \neq 0$ artinya ada pengaruh secara bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependen.



Gambar 1.1
Uji F

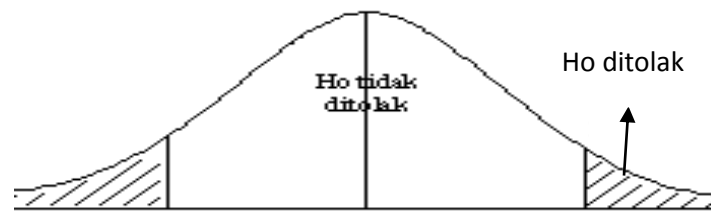
3.7.5 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2009).

Kriteria pengujian

$H_0 : X_1 = 0$, Yaitu variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

$H_a : X_1 \neq 0$, Yaitu variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen



Gambar 3.2
Uji t dua arah

3.7.6 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen (Ghozali, 2009).