

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Obyek Penelitian

Obyek dalam penelitian ini adalah konsumen di kota Semarang yang pernah berpindah merek dari *smartphone* BlackBerry.

3.2. Populasi dan Sampel Penelitian

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, 2013: 148). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen di kota Semarang yang pernah berpindah merek dari *smartphone* BlackBerry.

Sampel menurut Sugiyono (2013: 149) merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Untuk itu, sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili). Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen muda di kota Semarang yang pernah berpindah merek dari *smartphone* Blackberry.

Dalam pengambilan sampel, peneliti menggunakan metode *non-probability sampling*. Sedangkan, teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan

sampel yang memiliki tujuan atau karakteristik tertentu. Oleh karena itu, ditentukanlah kriteria untuk menjadi responden dalam penelitian ini. Berikut adalah kriterianya:

1. Usia 17-30 tahun
2. Pernah berpindah merek dari *smartphone* BlackBerry

Kemudian, penentuan jumlah sampel responden didasarkan pada pernyataan Supranto, yang menyatakan bahwa ukuran sampel yang baik dapat ditentukan dengan cara, jumlah pertanyaan (variabel) dalam kuesioner dikalikan lima (5). Dalam penelitian ini, peneliti mendapatkan 22 variabel, maka dikalikan 5 hasilnya adalah 110. Sehingga jumlah responden dalam penelitian ini adalah 110 orang. Untuk mendapatkan responden, peneliti mengunjungi beberapa tempat umum yang biasa digunakan untuk bersantai seperti kafe dan *free wi-fi spot*. Agar jawaban responden lebih akurat, peneliti akan menanyakan responden terlebih dahulu apakah mereka masih menggunakan BlackBerry atau tidak.

3.3. Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini, data yang digunakan adalah data primer. Data primer adalah data yang secara langsung diberikan oleh sumber data kepada pengumpul data. Data primer penelitian ini nantinya berupa jawaban responden yang telah mengisi kuesioner yang dibuat oleh peneliti.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui metode kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan

dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2013: 230). Peneliti dalam penelitian ini membagi kuesioner dengan secara langsung (tatap muka).

3.5. Uji Validitas dan Reliabilitas

3.5.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2001: 135). Dalam pengujian validitas, peneliti menggunakan alat bantu program komputer yaitu SPSS for Windows 17. Suatu variabel dapat dinyatakan valid jika nilai r hitung (*corrected item-total correlation*) > nilai r tabel (koefisien korelasi “ r ” *product moment*). Berikut adalah hasil uji validitas yang menggunakan SPSS:

Tabel 3.1.

Hasil Uji Validitas

| Variabel | r Hitung | r Tabel | Keterangan |
|----------|----------|---------|------------|
| X1 | 0,220 | 0,1874 | Valid |
| X2 | 0,301 | 0,1874 | Valid |
| X3 | 0,356 | 0,1874 | Valid |
| X4 | 0,405 | 0,1874 | Valid |
| X5 | 0,452 | 0,1874 | Valid |
| X6 | 0,426 | 0,1874 | Valid |
| X7 | 0,465 | 0,1874 | Valid |
| X8 | 0,255 | 0,1874 | Valid |
| X9 | 0,411 | 0,1874 | Valid |
| X10 | 0,480 | 0,1874 | Valid |
| X11 | 0,365 | 0,1874 | Valid |
| X12 | 0,381 | 0,1874 | Valid |
| X13 | 0,417 | 0,1874 | Valid |

| Variabel | r Hitung | r Tabel | Keterangan |
|----------|----------|---------|------------|
| X14 | 0,316 | 0,1874 | Valid |
| X15 | 0,412 | 0,1874 | Valid |
| X16 | 0,414 | 0,1874 | Valid |
| X17 | 0,467 | 0,1874 | Valid |
| X18 | 0,392 | 0,1874 | Valid |
| X19 | 0,457 | 0,1874 | Valid |
| X20 | 0,400 | 0,1874 | Valid |
| X21 | 0,322 | 0,1874 | Valid |
| X22 | 0,326 | 0,1874 | Valid |

Sumber: data primer yang diolah (2016)

Berdasarkan hasil uji validitas di atas, dengan ketentuan $Df = \text{Jumlah Responden} - 2$ ($Df = 110 - 2 = 108$) dan $\alpha 5\%$, maka digunakan $r \text{ Tabel } 108 = 0,1874$. Keseluruhan variabel dalam penelitian ini dinyatakan valid.

3.5.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2001: 132). Uji reliabilitas dalam penelitian ini juga menggunakan alat bantu program komputer yaitu *SPSS for Windows 17* dengan menggunakan model *Cronbach's Alpha*. Untuk mengambil suatu keputusan reliabilitas, suatu kuesioner dianggap reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha minimal* adalah 0,6.

Tabel 3.2.

Hasil Uji Reliabilitas

| <i>Cronbach's Alpha</i> | <i>N of Items</i> |
|-------------------------|-------------------|
| 0,720 | 22 |

sumber: data primer yang diolah (2016)

Berdasarkan hasil pengujian di atas, dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* adalah 0,720. Sehingga, variabel-variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60.

3.6. Metode Analisis Data

3.6.1. Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2013: 238), statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Analisis deskriptif nantinya juga akan menyajikan data tentang responden, seperti jenis kelamin, pekerjaan, pengasilan per bulan, tipe *smartphone* BlackBerry yang pernah digunakan, kapan terakhir kali menggunakan BlackBerry, lama penggunaan BlackBerry, dan merek yang dipilih saat beralih merek dari BlackBerry.

Penelitian ini menggunakan sejumlah pertanyaan dan pernyataan dengan 5 pilihan jawaban yang menunjukkan setuju atau tidak setuju terhadap *statement* tersebut.

- a. Skor 1 untuk Sangat Tidak Setuju (STS)
- b. Skor 2 untuk Tidak Setuju (TS)
- c. Skor 3 untuk Netral (N)
- d. Skor 4 untuk Setuju (S)
- e. Skor 5 untuk Sangat Setuju (SS)

Dalam menentukan rentang skala, digunakan rumus sebagai berikut:

$$range = \frac{skor\ tertinggi - skor\ terendah}{range\ skor}$$

$$range = \frac{5-1}{5}$$

$$range = 0,8$$

Sehingga, *range* skala untuk penelitian ini adalah:

Tabel 3.3.
Rentang Skala

| Rentang Skala | Kategori |
|----------------------|---------------------|
| 1,0 – 1,8 | Sangat Tidak Setuju |
| 1,8 – 2,6 | Tidak Setuju |
| 2,6 – 3,4 | Netral |
| 3,4 – 4,2 | Setuju |
| 4,2 – 5,0 | Sangat Setuju |

3.6.2. Analisis Faktor

Analisis faktor pada prinsipnya digunakan untuk mereduksi data (data dalam penelitian ini disebut variabel), yaitu proses untuk meringkas sejumlah variabel menjadi lebih sedikit dan

menamakannya sebagai faktor (Santoso & Tjiptono, 2001: 248).

Secara garis besar, berikut adalah tahapan pada analisis faktor:

1. Memilih variabel yang layak dimasukkan dalam analisis faktor.

Oleh karena analisis faktor berupaya mengelompokkan sejumlah variabel, maka seharusnya ada korelasi yang cukup kuat di antara variabel, sehingga akan terjadi pengelompokan. Untuk keperluan ini, pengujian dilakukan dengan metode *Keiser Meyer Olkin Measure of Sampling Adequacy* (KMO-MSA) dan *Bartlett's Test of Sphericity*. Jika angka KMO-MSA $> 0,5$ dan nilai signifikansi bernilai lebih kecil dari taraf nyata (α), maka berarti bahwa variabel-variabel dalam pengujian sudah memadai atau dapat diikutkan dalam tahapan analisis faktor selanjutnya. Jika sebuah variabel atau lebih berkorelasi lemah dengan variabel lainnya, maka variabel tersebut akan dikeluarkan dari analisis faktor.

2. Setelah sejumlah variabel terpilih, maka variabel tersebut diekstraksi hingga menjadi satu atau beberapa faktor, yang kemudian disebut dengan proses *factoring*. Ada 2 hal yang harus dilakukan dalam proses ini:

a) Menentukan berapa banyak faktor yang dapat dibentuk.

Salah satu prosedur pengambilan keputusan mengenai jumlah faktor yang dapat dibentuk adalah berdasarkan nilai akar ciri (*eigenvalues*), dengan ketentuan bahwa faktor tersebut memiliki akar ciri lebih besar atau sama dengan 1. Selain itu,

juga perlu dilihat berapa persentase keragaman yang dapat dijelaskan oleh faktor-faktor yang telah terbentuk. Semakin besar persentase keragaman yang dapat dijelaskan, maka faktor yang terbentuk akan mampu menjelaskan variabel awal dengan baik.

- b) Menentukan variabel-variabel apa saja yang masuk ke dalam faktor-faktor yang telah terbentuk

Untuk keperluan ini, dilakukan dengan melihat besarnya angka *loading factor*. Angka *loading factor* ini menunjukkan besarnya korelasi antara suatu variabel dengan faktor yang terbentuk. Nilai *loading factor* dari suatu variabel yang lebih besar pada faktor pertama dari pada faktor lain, maka variabel tersebut akan masuk ke dalam faktor pertama, dan seterusnya.

3. Faktor yang terbentuk biasanya kurang menggambarkan perbedaan diantara faktor-faktor yang ada. Hal tersebut akan mengganggu analisis, karena justru sebuah faktor harus berbeda secara nyata dengan faktor yang lain. Untuk itu, jika isi faktor masih diragukan, dapat dilakukan proses rotasi untuk memperjelas apakah faktor yang terbentuk sudah secara signifikan berbeda dengan faktor lain. Ada beberapa metode rotasi faktor, yaitu:

- a) *Orthogonal Rotation*, yaitu rotasi dengan memutar sumbu 90° . Proses rotasi orthogonal ini dibedakan menjadi tiga, yaitu *Quartimax*, *Varimax*, dan *Equimax*.
- b) *Oblique Rotation*, yaitu rotasi dengan memutar sumbu ke kanan, namun tidak harus 90° . Proses rotasi *oblique* dibedakan menjadi beberapa metode, yaitu *Oblimin*, *Promax*, *Orthoblique*, dan lainnya.
4. Setelah faktor benar-benar sudah terbentuk, maka proses dilanjutkan dengan menamakan faktor yang ada. Penamaan faktor dapat dilakukan dengan 2 cara, yaitu:
- a) Memberikan nama faktor yang dapat mewakili nama-nama variabel yang membentuk faktor tersebut
- b) Memberikan nama faktor berdasarkan variabel yang memiliki nilai *loading factor* tertinggi. Hal ini dilakukan bila tidak dimungkinkan untuk memberikan nama faktor yang dapat mewakili semua variabel yang membentuk faktor tersebut.

Kemudian, beberapa langkah akhir juga perlu dilakukan, yaitu validasi hasil faktor.