

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Objek dan Lokasi Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah faktor penyebab perpindahan merek yang dilakukan oleh konsumen pada air minum dalam kemasan (AMDK) galon merek AQUA ke air minum dalam kemasan (AMDK) merek lain. Lokasi penelitian ini akan berlokasi di daerah Karangrejo, Semarang.

3.2. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Populasi jika diartikan secara sederhana adalah sebagai keseluruhan kelompok manusia, keseluruhan peristiwa ataupun keseluruhan minat serta hal-hal lainnya yang akan diteliti oleh peneliti atau diinvestigasi oleh peneliti (Sekaran, 2015 : 121). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen yang melakukan perpindahan merek (*brand switching*) dari produk AMDK galon merek AQUA ke AMDK galon merek lain.

Teknik sampling merupakan suatu teknik pengambilan sampel (Sugiyono, 2014:122). Teknik Sampling dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode *non probability sampling, non probability sampling* yaitu teknik sampling yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. (Sugiyono, 2014:218). Adapun tipe sampling dalam penelitian ini menggunakan *Purposive Sampling, purposive sampling* merupakan sebuah teknik penentuan sampel dengan menggunakan pertimbangan tertentu atau kriteria. Adapun kriteria yang harus dimiliki responden untuk menjawab kuesioner dalam penelitian ini, yaitu: Responden pernah mengkonsumsi air minum dalam kemasan (AMDK) galon merek AQUA cukup lama. (lebih dari 1 tahun).

Sampel dapat diartikan sebagai sebagian dari populasi dan terdiri dari sejumlah anggota yang dipilih dari populasi (Sekaran, 2015 : 123). Adapun sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang sudah cukup lama

mengonsumsi AMDK galon merek AQUA dan kemudian berhenti mengonsumsi AMDK galon merek AQUA dan melakukan *brand switching* terhadap air minum dalam kemasan (AMDK) galon merek AQUA ke AMDK galon merek lain.

Secara umum, jumlah sampel (*sample size*) yang ideal dan dianjurkan untuk penelitian ini (analisis faktor) adalah antara 50 hingga 100 sampel (Santoso, 2017 :59), sehingga peneliti menggunakan 50 sampel pada penelitian ini.

3.3. Metode Pengumpulan Data

3.3.1. Jenis dan Sumber Data

Data dalam penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan kuesioner atau angket kepada responden yang telah ditentukan atau yang telah memenuhi syarat kriteria yang telah ditentukan. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, data primer merupakan sumber data yang didapat secara langsung oleh peneliti dari kuesioner. Dalam penelitian ini data primernya adalah hasil dari jawaban responden terhadap kuesioner mengenai perpindahan merek (*brand switching*) pada produk air minum dalam kemasan (AMDK) galon merek AQUA. Hasil jawaban dari kuisisioner diperoleh secara langsung oleh peneliti dengan memberikan angket atau daftar pertanyaan kepada para responden.

3.3.2. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data adalah dengan menggunakan metode pemberian kuesioner (angket) atau pertanyaan-pertanyaan kepada responden. Memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab merupakan cara dalam teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner atau anget (Sugiyono, 2014:199). Kuesioner dan pertanyaan-pertanyaan ataupun pernyataan-pernyataan ini disusun dengan melihat indikator yang

terdapat dalam definisi operasional variabel penelitian yang kemudian dikembangkan menjadi berbagai pertanyaan atau pernyataan. Peneliti membagikan kuesioner secara langsung atau tatap muka kepada para responden dalam penelitian ini.

3.4. Analisis Data

3.4.1. Alat Analisis Data

Dalam penelitian ini, alat analisis yang digunakan yaitu analisis statistik deskriptif. Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan ataupun menggambarkan data yang terkumpul oleh peneliti namun tanpa maksud untuk menciptakan kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Analisis deskriptif juga akan menyajikan data responden, seperti nama, umur, pekerjaan, dan pernyataan bahwa responden merupakan konsumen yang cukup lama mengonsumsi AQUA galon dan melakukan perpindahan merek AMDK galon merek AQUA ke AMDK galon merek lain, serta pertanyaan merek AMDK yang dipilih saat responden melakukan perpindahan merek (*brand switching*) dari AMDK galon merek AQUA.

Pada penelitian ini, skala yang digunakan adalah skala likert, skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial yang ada. Pada penelitian ini, akan di berikan sejumlah pertanyaan atau pernyataan kepada responden melalui kuesioner dan responden dapat menjawab dengan memilih 5 pilihan jawaban yang disediakan oleh peneliti. Jawaban ini terkait dengan tanggapan konsumen terkait pertanyaan dengan menunjukkan setuju atau tidak setuju. Kelima pilihan jawaban tersebut meliputi :

- a. STS = Sangat Tidak Setuju (skor 1)
- b. TS = Tidak Setuju (skor 2)
- c. N = Netral (skor 3)

d. S = Setuju (skor 4)

e. SS = Sangat Setuju (skor 5)

Rumus yang digunakan dalam menentukan rentang skala, yaitu:

$$\text{Range} = (\text{skore tertinggi} - \text{skore terendah}) / \text{range skore}$$

$$\text{Range} = (5 - 1) / 5$$

$$\text{Range} = 0,8$$

Sehingga, jika diuraikan maka *range* skala untuk penelitian ini, yaitu:

Tabel 3.1
Rentang Skala

| Rentang Skala | Kategori |
|---------------|---------------------|
| 1,0 – 1,80 | Sangat Tidak Setuju |
| 1,81 – 2,60 | Tidak Setuju |
| 2,61 – 3,40 | Netral |
| 3,41 – 4,20 | Setuju |
| 4,21 – 5,00 | Sangat Setuju |

3.5. Analisis Faktor

Metode analisis data yang digunakan oleh peneliti pada penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis faktor. Pada prinsipnya, analisis faktor mencoba menemukan antara sejumlah variabel-variabel yang awalnya saling independen satu dengan yang lainnya, sehingga bisa dibuat satu atau kumpulan variabel yang lebih sedikit dari jumlah variabel awal (Santoso, 2017,58). Analisis faktor pada dasarnya memiliki 2 tujuan yaitu :

1. Data *Summarization*

Tujuan dari data *summarization* adalah untuk mengidentifikasi ada tidaknya hubungan antar variabel dengan melakukan uji korelasi terhadap variabel tersebut.

2. Data reduction

Tujuan dari data *reduction* adalah agar variabel yang sudah dilakukan uji korelasi dapat diproses lebih lanjut dengan cara membuat sebuah variabel baru yang dinamakan faktor untuk menggantikan sejumlah variabel tertentu.

Dalam analisis faktor terdapat beberapa proses yang harus dilakukan dan meliputi hal-hal berikut:

1. Proses pertama adalah peneliti harus menentukan terlebih dahulu variabel-variabel apa saja yang akan dianalisis didalam penelitian.
2. Selanjutnya, peneliti akan menguji variabel-variabel yang telah ditentukan tersebut untuk kemudian ditentukan kembali variabel-variabel yang manakah yang dianggap layak untuk dianalisis lebih lanjut dan dapat masuk pada tahap analisis faktor. Dalam tahap ini pengujiannya adalah dengan menggunakan metode *Bartlett test of sphericity* serta pengukuran MSA (*Measure of Sampling adequacy*).
3. Setelah mendapatkan sejumlah variabel yang dapat dianalisis lebih lanjut dan memenuhi syarat, maka tahap selanjutnya adalah melakukan *factoring*. *Factoring* merupakan proses mengekstrak satu atau lebih faktor dari variabel-variabel yang telah lolos pada uji variabel sebelumnya.
4. Tahap selanjutnya yaitu peneliti akan melakukan interpretasi terhadap faktor yang telah terbentuk, khususnya memberi nama pada faktor yang telah terbentuk tersebut yang dianggap dapat mewakili variabel-variabel anggota faktor tersebut. Dalam proses penamaan terhadap faktor yang terbentuk, jika peneliti mengalami kesulitan didalam menentukan penamaan faktor, maka peneliti dapat menentukan penamaan faktor dengan menggunakan salah satu variabel yang terdapat dalam faktor, dimana variabel tersebut memiliki nilai loading tertinggi.
5. Untuk dapat mengetahui faktor apa yang paling berpengaruh didalam penelitian, maka peneliti dapat melihat pada persentase *variance* tertinggi dari faktor-faktor yang telah terbentuk.