

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Rancangan Penelitian**

##### **1. Pendekatan Penelitian**

Penelitian lapangan, pendekatan yang digunakan, dapat dibedakan menjadi 2 (dua) macam yaitu penelitian kuantitatif dan kualitatif. Dalam melakukan penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan kuantitatif. Tujuan penelitian lebih diarahkan untuk menunjukkan hubungan antar variabel, memverifikasi teori, melakukan prediksi, dan generalisasi. Penelitian kuantitatif akan menggambarkan fenomena berdasar pada teori yang dimilikinya. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menekankan pada pengujian teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik.<sup>56</sup>

Pendekatan kuantitatif bertujuan untuk menguji teori, dan membangun fakta, menunjukkan gabungan antar variabel, memberikan deskripsi statistic, menaksir dan meramalkan hasilnya. Desain penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif harus terstruktur, baku, formal dan dirancang sematang mungkin sebelumnya.

---

<sup>56</sup>Anita Rismawati, *Pengaruh Motivasi Berprestasi, Promosi Jabatan dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan di Lembaga Keuangan Syariah ASRI Tulungagung*, (Tulungagung: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2016), hlm. 63-64

## 2. Jenis Penelitian

Penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini mempunyai tingkatan tertinggi dibandingkan dengan deskriptif dan komparatif karena dengan penelitian ini dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala.<sup>57</sup> Jenis penelitian yang digunakan penulis ini untuk mengetahui pengaruh antara tiga variabel bebas yakni harga, ketidakpuasan konsumen dan mencari variasi terhadap variabel terikat yakni keputusan perpindahan merek.

### **B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian**

#### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.<sup>58</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian smartphone xioami pada bulan Januari sampai Juni Tahun 2018 di Mahameru Phone Tulungagung. Jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 137 konsumen.

---

<sup>57</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm.

<sup>58</sup>*Ibid.*, hlm. 119

## 2. Sampling

Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan.<sup>59</sup> Teknik sampling dibagi menjadi 2 (dua) jenis yaitu *Probability Sampling* dan *Nonprobability Sampling*. Probability sampling meliputi: simple random, proportionate stratified random, disproportionate stratified random, dan area random. Nonprobability sampling, meliputi: sampling sistematis, sampling kuota, sampling insidental, purposive sampling, sampling jenuh, dan snowball sampling.<sup>60</sup>

Teknik pengambilan sampel yang digunakan oleh penulis adalah metode *sampling incidental* yang termasuk dalam *nonprobability sampling*. *Sampling insidental* sendiri adalah suatu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.<sup>61</sup>

## 3. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada populasi, maka peneliti dapat menggunakan

---

<sup>59</sup> *Ibid.*, hlm. 121

<sup>60</sup> *Ibid.*, hlm. 121

<sup>61</sup> *Ibid.*, hlm. 126

sampel yang diambil dari populasi itu.<sup>62</sup> Sedangkan untuk pengukuran sampel penelitian menurut Roscoe dalam Sugiyono menyarankan tentang ukuran sampel untuk penelitian sebagai berikut<sup>63</sup> :

- 1) Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah 30 sampai dengan 500.
- 2) Bila sampel dibagi dalam kategori maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
- 3) Bila dalam penelitian menggunakan multivariate (korelasi atau regresi berganda), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 5 (independen+dependen), maka jumlah anggota sampel =  $10 \times 5 = 50$ .
- 4) Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok control, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 sampai dengan 20.

Dalam penelitian ini pengambilan sampel menggunakan pernyataan Roscoe dalam Sugiyono nomor 3 yang menyatakan jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Variabel yang digunakan dalam penelitian sebanyak 4 variabel (independen+dependen), maka jumlah anggota sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak  $4 \times 10 = 40$  responden konsumen Mahameru Phone Tulungagung.

---

<sup>62</sup> Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2004), hlm. 73

<sup>63</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 90-91

## C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran

### 1. Sumber Data

Data ialah suatu bahan mentah yang jika diolah dengan baik melalui berbagai analisis dapat melahirkan berbagai informasi. Dengan informasi tersebut, kita dapat mengambil suatu keputusan.<sup>64</sup> Sedangkan sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya.<sup>65</sup>

Untuk melakukan penelitian tentang pengaruh harga, ketidakpuasan konsumen, dan mencari variasi terhadap keputusan perpindahan merek ini diperlukan data primer. Data primer diperoleh peneliti dari penyebaran angket atau kuesioner kepada para responden, yaitu para konsumen Mahameru Phone Tulungagung.

### 2. Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan suatu atribut, sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.<sup>66</sup> Variabel yang digunakan pada penelitian ini yaitu:

---

<sup>64</sup> Husaini Usman dan Purnomo Setiady Akbar, *Pengantar Statistik*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2008), hal. 15

<sup>65</sup> Sayid Syekh, *Pengantar Statistik Ekonomi dan Sosial*, (Jakarta: Baung Persada, 2011), hal.

5

<sup>66</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2007), hlm. 59

a. Variabel Independen

Variabel independen sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *predictor*, dan *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang dapat mempengaruhi perubahan dalam variable dependen (terikat).<sup>67</sup> Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Harga ( $X_1$ ), Ketidakpuasan Konsumen ( $X_2$ ) dan Mencari Variasi ( $X_3$ )

b. Variable dependen

Variable dependen sering disebut sebagai variabel kriteria. Dalam bahasa Indonesia variabel dependen disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat dari variabel bebas.<sup>68</sup> Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan perpindahan merek.

3. Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif.<sup>69</sup> Untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi dari responden adalah menggunakan skala pengukuran *likert*. *Skala*

---

<sup>67</sup> Puguh Suharso, *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis: Pendekatan Filosofi dan Praktis*, (Jakarta: PT Indeks, 2009), hlm. 38

<sup>68</sup> *Ibid.*, hlm. 37

<sup>69</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)...*, hlm. 135

*Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Sehingga untuk mengetahui pengukuran jawaban responden pada penelitian ini yang mana menggunakan instrument penelitian berupa kuisisioner, penulis menggunakan metode skala Likert (*Likert's Summated Ratings*). Dalam pengukuran jawaban responden, pengisian kuesioner terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi *impulse buying* diukur dengan menggunakan skala *likert*, dengan tingkatan sebagai berikut :

- a. Jawaban Sangat Setuju diberi bobot (**SS**) : 5
- b. Jawaban Setuju diberi bobot (**S**) : 4
- c. Jawaban Kurang Setuju diberi bobot (**KS**) : 3
- d. Jawaban Tidak Setuju diberi bobot (**TS**) : 2
- e. Jawaban Sangat Tidak Setuju diberi bobot (**STS**) : 1

#### **D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian**

##### 1. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang penulis gunakan dalam upaya memperoleh data yang dibutuhkan untuk pemecahan dan menganalisis permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini. Data-data tersebut dapat diperoleh dengan menggunakan teknik pengumpulan sebagai berikut:

##### a. Observasi

Observasi atau yang disebut dengan pengamatan meliputi kegiatan pemuatan perhatian terhadap suatu objek dengan

menggunakan seluruh alat indra. Metode Observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian, data-data penelitian tersebut dapat diamati oleh peneliti.

Langkah awal yang dilakukan peneliti sebelum penelitian yaitu melakukan observasi di lokasi penelitian di Mahameru Phone Tulungagung. Peneliti melakukan pengamatan sistematis, pelaksanaannya fokus pada yang ingin diteliti melalui pengamatan yang telah disusun secara rinci berdasarkan kategori masalah yang ingin diteliti.

b. Metode Wawancara

Penulis melakukan wawancara langsung dengan pihak-pihak yang bersangkutan, yaitu pemilik Mahameru Phone yang memenuhi kriteria sebagai responden guna mendapatkan data-data yang diperlukan.

c. Metode Angket

Kuesioner disebut juga angket adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengirimkan suatu daftar pertanyaan kepada responden untuk diisi. Dalam penelitian ini kuesioner akan dibagikan secara langsung oleh penulis kepada responden konsumen yang pernah melakukan pembeli smartphone merek Xiaomi di Mahameru Phone Tulungagung.



d. Dokumentasi

Metode ini peneliti mencari dan mendapatkan data-data dengan melalui data-data dari prasasti-prasasti, dan naskah-naskah. Teknik dokumentasi ini dapat digunakan untuk memperoleh data tentang visi dan misi mahameru phone dan beberapa data tambahan yang nantinya diperlukan pembahasan penelitian.

2. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian.<sup>70</sup> Secara fungsional kegunaan instrumen penelitian adalah untuk memperoleh data yang diperlukan ketika peneliti sudah menginjak pada langkah pengumpulan informasi di lapangan”.<sup>71</sup> Pada penelitian ini, peneliti menggunakan instrumen berupa angket atau kuesioner. Untuk mempermudah instrumen penelitian ini dapat dilihat dalam tabel di bawah ini:

---

<sup>70</sup> Sugiyono, Sutopo (ed.), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif...*, hlm. 148

<sup>71</sup> Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kompetensi dan Praktiknya*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2007), hlm. 75

**Tabel 3.1**  
**Kisi-kisi Instrumen Penelitian**

No.	Variabel	Indikator	Item
1.	Harga <sup>72</sup>	Harga yang terjangkau oleh daya beli atau kemampuan konsumen.	- Harga yang ditetapkan oleh perusahaan sesuai dengan kemampuan daya beli masyarakat / konsumen.
		Harga harus memiliki daya saing dengan harga pokok lain.	- Harga dari suatu barang harus mampu bersaing dengan harga pokok barang lain atau barang substitusi.
		Kesesuaian antara harga dengan kualitas.	- Dengan harga yang diberikan memberikan kualitas yang baik bagi produk.
2.	Ketidakpuasan Konsumen <sup>73</sup>	Nilai	- Saya tidak puas menggunakan <i>smartphone</i>

<sup>72</sup> Ian Antonius Ong dan Sugiono Sugiharto, *Analisis Pengaruh Strategi Diferensiasi, Citra Merek, Produk dan Harga terhadap keputusan pembelian Pembelian di cincau station Surabaya.*, hlm. 1-11

			sebelumnya, karena performanya tidak sesuai dengan yang ditawarkan.
		Manfaat	- Saya merasa tidak puas dengan <i>smartphone</i> sebelumnya karena manfaat yang diperoleh tidak sesuai dengan harapan saya.
		Keinginan	- Saya tidak puas menggunakan produk <i>smartphone</i> sebelumnya karena fitur yang diberikan tidak sesuai dengan harapan yang diinginkan.
3.	Mencari Variasi <sup>74</sup>	Rasa ingin tahu	- Saya suka ingin tahu akan <i>smartphone</i> merek lain.
		Keinginan mencoba produk-produk baru	- Saya ingin mencoba <i>smartphone</i> yang baru.

<sup>73</sup> Shellyana Junaidi dan Basu Swastha Dharmmesta, *Pengaruh Ketidakpuasan konsumen, karakteristik Kategori Produk, dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Keputusan Perpindahan Merek...*, hlm. 91-104

<sup>74</sup> J.Paul Peter dan Jerry C. Olson, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran...*, hlm. 24

		Rasa bosan	- Saya bosan dengan desain smartphone saya sebelumnya.
4.	Keputusan Perpindahan Merek <sup>75</sup>	Struktur keyakinan (Kognitif)	- Saya memutuskan berpindah merek, karena saya mempunyai pengalaman yang kurang memuaskan dengan smartphone sebelumnya.
		Struktur sikap (afektif)	- Banyaknya pilihan merek smarphone di pasaran adalah sesuatu yang sangat baik bagi saya.
		Struktur niat (konatif)	- Saya cenderung berganti-ganti merek smarphone sesuai kebutuhan untuk mendapatkan kepuasan.

---

<sup>75</sup> Shellyana Junaidi dan Basu Swastha Dharmmesta, *Pengaruh Ketidakpuasan konsumen, karakteristik Kategori Produk, dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Keputusan Perpindahan Merek...*, hlm. 93

## **E. Analisis Data**

Analisis data dilakukan setelah pengolahan data telah selesai, analisis data merupakan suatu langkah yang sangat kritis dalam penelitian. Peneliti harus memastikan pola analisis mana yang akan digunakan, apakah analisis statistik ataukah analisis non-statistik.

Analisis data penelitian bertujuan untuk memecahkan masalah-masalah penelitian, memperlihatkan hubungan antara fenomena yang terdapat dalam penelitian, memberikan jawaban terhadap hipotesis yang diajukan dalam penelitian, bahan untuk membuat kesimpulan serta implikasi dan saran-saran yang berguna untuk kebijakan penelitian selanjutnya.

Analisis data dalam penelitian kuantitatif disebut dengan analisis statistik karena menggunakan rumus-rumus statistika. Statistik dalam analisis dibedakan menjadi dua yaitu, statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu data dari hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas, sedangkan statistik inferensial digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas.

Analisis data penelitian bertujuan untuk menyederhanakan dan membatasi temuan-temuan hingga menjadi suatu data yang teratur, tersusun serta lebih berarti.

## 1. Uji Instrumen Data

Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan deskripsi suatu data yang dilihat dari rata-rata, standar deviasi, modus, maksimum-minimum. Hal ini perlu dilakukan untuk melihat gambaran keseluruhan dari sampel yang berhasil dikumpulkan dan memenuhi syarat untuk dijadikan sampel penelitian. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan statistik dengan bantuan SPSS. Data analisis yang digunakan sebagai berikut:

### a. Uji Validitas dan Reabilitas

#### 1) Uji Validitas

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan mendapatkan data itu valid. Valid artinya instrumen tersebut digunakan untuk mengukur yang hendak diukur”.<sup>76</sup>

#### 2) Uji Reabilitas

Reabilitas adalah indeks (koefisien) yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Mengukur reabilitas instrument dengan cara 2 kali pengukuran untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten, maka instrumen tersebut reliable.<sup>77</sup>

---

<sup>76</sup> Ali Mauludi, Elok Fitriani (eds.), *Teknik Belajar Statistik 2*, (Jakarta: Alim's Publishing, 2016), hlm. 262

<sup>77</sup> *Ibid.*, hlm. 268

## 2. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi, perlu dilakukan pengujian asumsi klasik terlebih dahulu, agar data sampel yang diolah benar – benar dapat mewakili populasi secara keseluruhan. Pengujian meliputi:

### a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen maupun variabel independen mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Dalam penelitian ini digunakan cara analisis plot grafik histogram. Analisis normalitas data dengan menggunakan grafik histogram dilakukan dengan cara melihat apakah posisi histogram berada di tengah – tengah atau tidak. Apabila posisi histogram sedikit menceng ke kiri ataupun ke kanan, maka data tidak berdistribusi secara normal.

Namun demikian dengan hanya melihat histogram hal ini bisa menyesatkan khususnya untuk jumlah tipe sampel yang kecil. Metode yang lebih handal adalah melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk suatu garis lurus diagonal dan plotting data akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data adalah normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

b. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas berarti antara variable bebas yang satu dengan variabel bebas yang lain dalam model saling berkorelasi linear, biasanya, korelasinya mendekati sempurna atau (koefisien korelasinya tinggi atau bahkan satu).<sup>78</sup> Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinieritas pada model regresi, dapat dilihat dari beberapa hal, diantaranya :

- Jika nilai *VIF* tidak lebih dari 10, maka model regresi bebas dari multikolinieritas.
- Jika Nilai *Tolerance* tidak kurang dari 1, maka model regresi bebas dari multikolinieritas

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas berarti variasi (*varians*) variabel tidak sama untuk semua pengamatan. Pada Heteroskedastisitas, kesalahan yang terjadi tidak random (acak), tetapi menunjukkan hubungan yang sistimatis sesuai dengan besarnya satu atau lebih variable bebas. Misalnya, Heteroskedastisitas akan muncul dalam bentuk residu yang semakin besar jika pengamatan semakin besar. Rata-rata residu akan semakin besar untuk pengamatan variable bebas (X) yang semakin besar.<sup>79</sup>

---

<sup>78</sup>Misbahuddin dan Iqbal Hasan, Suryani (ed.), *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik.*, hlm. 110

<sup>79</sup> *Ibid.*, hlm. 101



Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas, jika terjadi dapat menyebabkan penaksir atau estimator menjadi tidak efisien dan nilai koefisien determinasi akan menjadi sangat tinggi. Dalam penelitian ini pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat :

1) Scatter Plot

Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dengan melihat titik-titik pada *Scatterplots Regresi*. Uji asumsi heteroskedastisitas yaitu dari hasil output melalui grafik scatterplot antara Z predictim (ZPED) yang merupakan variabel bebas dan nilai residunya (SPRESID) variabel terikat. Untuk mengetahui apakah hasil output mengalami heteroskedastisitas yaitu:

- Homoskedastisitas terjadi jika pada scatterplot titik hasil pengolahan data antara ZPRED dan SPRESID menyebar dibawah maupun diatas origin (angka 0) pada sumbu Y dan tidak mempunyai pola yang teratur
- Heteroskedastisitas terjadi jika pada scatterplot titik-titiknya mempunyai pola yang teratur baik menyempit, melebar, maupun bergelombang

Heteroskedastisitas pada umumnya sering terjadi pada model-model yang menggunakan data *cross section* daripada *time series*.

Namun bukan berarti model-model yang menggunakan data time series bebas dari heterokedastisitas. Sedangkan untuk mendeteksi ada tidaknya heterokedastisitas dapat dilihat pola gambar *Scatterplot* model tersebut.

## 2) Uji Glejser

Uji glejser dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independent dengan nilai absolut residualnya. Jika nilai signifikan antara variabel independent dengan absolutresidual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas

## 3. Uji Analisis Regresi Berganda

Uji statistik linear berganda digunakan untuk menguji signifikan atau tidaknya hubungan lebih dari dua variabel melalui regresinya. Dimana regresi linear berganda yaitu regresi dimana variabel terikatnya (Y) dihubungkan atau dijelaskan lebih dari satu variabel bebas (X). Alat bantu yang digunakan yaitu program SPSS.21. Pada uji linear berganda ini akan menguji signifikansi anantara variabel X (harga, ketidakpuasan konsumen, dan mencari) terhadap variabel Y (keputusan perpindaahan merek smartphone lain ke merek xiami) di Mahameru Phone, Tulungagung.

## 4. Uji Hipotesis

Hipotesis adalah suatu proporsi, kondisi atau prinsip yang dianggap benar dan barangkali tanpa keyakinan, agar bisa ditarik suatu konsekuensi yang logis dan dengan cara ini kemudian diadakan pengujian (testing) tentang

kebenarannya dengan mempergunakan fakta-fakta (data) yang ada.<sup>80</sup> Hipotesis juga sering dikatakan dengan jawaban sementara terhadap rumusalan masalah penelitian. Untuk menguji data, hipotesis menggunakan tingkat signifikansi ditentukan dengan  $\alpha = 5\%$

Pengujian hipotesa secara kuantitatif dapat dilakukan melalui analisa data secara statistika. Untuk itu hipotesa harus dirumuskan dalam bentuk hipotesa nol dan hipotesa alternatif. Dalam analisa data hasil perhitungan statistika hipotesa nol ditolak. Dengan demikian berarti hasil perhitungan statistika yang non signifikan mengharuskan hipotesa alternatif ditolak dan sebaliknya hipotesa nol diterima.

a. Uji Parsial (Uji T)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat. Dari uji T tersebut sehingga dapat diketahui apakah pengaruh harga, ketidakpuasan konsumen, dan mencari variasi terhadap keputusan perpindahan merek smarphone merek lain ke merek xiami signifikan atau tidak. Kriteria pengujian yang digunakan yaitu :

- 1) Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka menolak  $H_0$ , dengan demikian pada populasi ada hubungan positif, artinya antara harga, ketidakpuasan

---

<sup>80</sup> J. Supranto, *Teknik Riset Pemasaran dan Ramalan Penjualan*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1990), hlm. 33

konsumen, dan mencari variasi terhadap keputusan perpindahan merek smarphone merek lain ke merek xiami berpengaruh signifikan.

- 2) Apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka terima  $H_0$ , dengan demikian pada populasi tidak ada hubungan positif, artinya antara harga, ketidakpuasan konsumen, dan mencari variasi terhadap keputusan perpindahan merek smarphone merek lain ke merek xiami tidak berpengaruh signifikan.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat. Uji ini digunakan untuk menguji pengaruh secara bersama-sama antara variabel harga, ketidakpuasan konsumen, dan mencari variasi terhadap keputusan perpindahan merek smarphone merek lain ke merek xiami

- 1) Model tersebut dikatakan signifikan apabila  $F_{hitung} > F_{Tabel}$ , artinya masing-masing variabel harga, ketidakpuasan konsumen, dan mencari variasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan perpindahan merek smarphone merek lain ke merek xiami
- 2) Apabila  $F_{hitung} < F_{Tabel}$  maka model tersebut tidak signifikan. Artinya masing-masing variabel harga, ketidakpuasan konsumen, dan mencari variasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan perpindahan merek smarphone merek lain ke merek xiami

## 5. Uji Koefisien determinasi( $R^2$ )

Koefisien determinasi mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Namun terdapat kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi yaitu bisa terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Untuk mengevaluasi model regresi terbaik digunakan nilai *Adjusted R Squared*. Tingkat keeratan hubungan antar variabel, dapat diketahui dengan menggunakan uji *goodness of fit*. Dasar pengambilan keputusan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ):

- a. Nilai  $R^2$  yang kecil (mendekati nol) berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas.
- b. Nilai  $R^2$  yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.