

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan manajemen pemasaran khususnya mengenai *switching intention*. Variabel adalah segala sesuatu yang memiliki perbedaan atau variasi nilai. Nilai-nilai tersebut dapat berbeda untuk berbagai objek atau orang yang sama, atau pada waktu yang sama untuk objek atau orang yang berbeda (Uma Sekaran, 2013:68). Penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel dependen dan variabel independen. *Dependent variable* atau variabel terikat adalah variabel yang menjadi perhatian utama bagi peneliti. Sedangkan *independent variable* atau variabel bebas adalah salah satu yang mempengaruhi variabel dependen baik secara positif atau negatif (Uma Sekaran, 2013:69). Adapun yang menjadi variabel bebas (*independent variabel*) pada penelitian ini adalah lingkungan sosial (X) dengan sub variabel pengaruh keluarga, sumber informasi, sumber non-komersial, kelas sosial. Kemudian yang menjadi variabel terikat (*dependent variabel*) adalah *switching intention* (Y) yang meliputi *propensity to switch, external response to problem, internal response to problem*

Objek yang akan dijadikan responden dalam penelitian ini adalah anggota HIPMI Perguruan Tinggi Bandung. Penelitian ini dilakukan pada kurun waktu kurang dari satu tahun, maka penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data *cross-sectional*. *Cross sectional method* adalah penelitian yang dilakukan dimana data dikumpulkan hanya sekali, mungkin selama beberapa hari, minggu atau bulan yang bertujuan untuk menjawab pertanyaan penelitian (Uma Sekaran, 2013:106).

#### **3.2 Metode Penelitian**

##### **3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang digunakan**

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Penelitian deskriptif adalah jenis penelitian konklusif yang memiliki tujuan utama deskripsi

dari sesuatu, biasanya karakteristik atau fungsi pasar (Maholtra, 2009:100). Penelitian ini terdiri dari dua tujuan, yaitu memperoleh hasil temuan berupa gambaran mengenai pengaruh lingkungan sosial terhadap *switching intention*. Penelitian verifikatif adalah penelitian yang membandingkan keberadaan satu variabel atau lebih pada dua atau lebih sampel yang berbeda, atau pada waktu yang berbeda (Sugiyono,2012:54). Penelitian ini akan diuji kebenaran hipotesis melalui pengumpulan data dilapangan, mengenai pengaruh lingkungan sosial terhadap *switching intention*.

Berdasarkan jenis penelitian yang digunakan, maka metode penelitian yang digunakan adalah metode *explanatory survey*. Malhotra (2010:96) menyatakan bahwa:

*Explanatory Survey* dilakukan untuk mengeksplorasi situasi masalah, yaitu untuk mendapatkan ide-ide dan wawasan ke dalam masalah yang dihadapi manajemen atau para peneliti tersebut. Penjelasan penelitian dalam bentuk wawancara mendalam atau kelompok fokus dapat memberikan wawasan berharga.

Penelitian eksplanatori bertujuan untuk menjelaskan hubungan antara dua atau lebih gejala atau variabel. *Explanatory survey* dilakukan melalui kegiatan pengumpulan informasi dari sebagian populasi secara langsung di tempat kejadian (empirik) melalui kuisisioner dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi yang diteliti terhadap penelitian (Silalahi,2012:30).

Ker Linger yang dikutip oleh Sugiyono (2010:7), “Yang dimaksud dengan metode survei yaitu metode yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari *sampel* yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan variabel sosiologis maupun psikologis”. Survei informasi dari sebagian informasi dari sebagian populasi (sampel responden) dikumpulkan langsung di tempat kejadian secara empirik, dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang diteliti.

### 3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Mengoperasionalkansesuatu konsep agar dapat diukur, dilakukan dengan cara melihat dimensi perilaku, aspek, atau karakteristik yang ditunjukkan oleh

suatu konsep (Asep Hermawan, 2009:95). Definisi *variable* adalah segala sesuatu yang memiliki variasi nilai. Untuk dapat membedakan konsep teoritis dengan konsep analitis maka perlu adanya penjabaran konsep melalui operasionalisasi variabel. Secara lebih rinci operasionalisasi variabel dalam penelitian ini dapat terlihat pada tabel berikut:

**TABEL 3.1**  
**OPERASIONALISASI VARIABEL**

Variabel/Sub Variabel	Konsep Variabel/Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	3	4	5	6
Lingkungan Sosial (X)	Lingkungan mengacu pada semua karakteristik fisik dan sosial dari dunia luar konsumen, termasuk benda-benda fisik  Schiffman dan Kanuk (2010:320)				
Pengaruh Keluarga	keputusan pembelian individu bersangkutan mungkin sangat dipengaruhi oleh anggota lain dalam keluarganya. Keluarga sangat penting di dalam studi perilaku konsumen  Schiffman dan Kanuk (2010:320)	Dukungan keluarga	Tingkat dukungan keluarga untuk menggunakan Facebook  Tingkat dorongan yang diberikan keluarga untuk tidak menggunakan medi sosial Facebook	Interval	1  4
Sumber Informasi	Sumber Informasi merupakan suatu stimulus yang diterima, ditafsirkan,	Iklan	Daya tarik iklan dapat mempengaruhi penggunaan media sosil diluar Facebok		12

Variabel/Sub Variabel	Konsep Variabel/Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	3	4	5	6
	disimpan di dalam ingatan, dan belakangan diambil kembali.  Engel(2005:406)	Fitur	Media sosial lain memiliki fitur yang lebih beragam dibandingkan dengan media sosial Facebook	Interval	5
		Tampilan desain	Tampilan desain dapat mempengaruhi penggunaan media sosial lain diluar Facebook	Interval	8
			Tampilan media sosial lain lebih menarik dibandingkan dengan tampilan media sosial Facebook	Interval	2
Sumber Non-komersial	Sumber nonkomersial adalah sumber-sumber yang didapat atas dasar pemberian orang lain, seperti pengaruh-pengaruh dari masyarakat luas (pengaruh pada kelompok masyarakat tertentu dengan spesial karakter, lembaga-lembaga keorganisasian, kelompok agama dan sebagainya).  Schiffman dan Kanuk(2010:291)	Kelompok Rujukan	Sahabat dan teman untuk menggunakan Facebook	Interval	7
			Sahabat dan teman yang mulai berpindah dari media sosial Facebook	Interval	13
		Rekomendasi	Rekomendasi yang terdapat pada blog, forum, dan jejaring sosial untuk menggunakan Facebook	Interval	9
			Rekomendasi yang terdapat pada blog, forum, dan jejaring sosial untuk beralih Facebook	Interval	15
Kelas sosial	Kelas sosial merupakan	Perkerjaan	Pekerjaan memiliki peran	Interval	11

Variabel/Sub Variabel	Konsep Variabel/Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	3	4	5	6
	pengelompokan orang yang sama dalam perilaku mereka berdasarkan posisi ekonomi mereka di dalam pasar.		dalam menentukan pilihan untuk menggunakan media sosial Facebook		
	Schiffman dan Kanuk (2010:338)		Pekerjaan memiliki peran dalam menentukan pilihan untuk menggunakan media sosial lainnya		3
		Pendidikan	pendidikan memiliki peran dalam menentukan pilihan untuk menggunakan media sosial diluar Facebook		6
		Interaksi	Tingkat pengaruh interaksi dalam pemilihan Facebook	Interval	14
			Tingkat pengaruh interaksi sosial menentukan dalam pemilihan media sosial selain Facebook	Interval	10
<i>Switching Intention</i> (Y)	<i>Switching intention</i> sebagai tingkat kemungkinan atau kepastian bahwa pelanggan akan berpindah dari penyedia jasa atau produk saat ini				

Variabel/Sub Variabel	Konsep Variabel/Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	3	4	5	6
	kepada penyedia jasa atau produk baru				
	Yunjie, <i>et al.</i> (2014)				
<i>Propensity to switch</i>	Sikap seseorang pada merek produk tertentu dimasa yang akan datang, tidak beralih pada produk lain, dan tetap akan mengkonsumsi produk	Keinginan	Pertimbangan untuk beralih dari media sosial Facebook	Interval	1
			Pertimbangan untuk tetap menggunakan media sosial Facebook	Interval	8
	Yunjie, <i>et al.</i> (2014)		Kemungki-nan untuk beralih dari Facebook	Interval	3
			Kemungki-nan untuk tetap menggunakan Facebook dalam melakukan bisnis	Interval	11
			Ketertarikan untuk menggunakan media sosial lain dalam melakukan kegiatan bisnis	Interval	5
			Berkeinginan untuk menggunakan media sosial lain lebih sering dibandingkan dengan Facebook dalam melakukan pemasaran	Interval	4

Variabel/Sub Variabel	Konsep Variabel/Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	3	4	5	6
			bisnis dimasa yang akan datang		
		Perasaan	Perasaan tertarik untuk menggunakan media sosial lain selain Facebook dalam melakukan kegiatan bisnis	Interval	7
			Perasaan rugi jika tidak menggunakan Facebook	Interval	2
<i>External response to problem</i>	Respon pada produk karena faktor dari luar diri seseorang	Kehadiran fitur baru	Keinginan untuk menggunakan fitur baru	Interval	9
	Yunjie, <i>et al.</i> (2014)	Rekomendasi	Rekomendasi kelompok rujukan mendorong untuk beralih dari Facebook	Interval	10
<i>Internal response to problem</i>	Respon pada produk tertentu karena faktor dalam diri seseorang.	Keputusan	Keputusan untuk berpindah ke media sosial lainnya demi menunjang bisnis yang ditekuni	Interval	6
	Yunjie, <i>et al.</i> (2014)				

Sumber: Data diolah peneliti dari beberapa jurnal

### 3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data adalah sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Berdasarkan sumbernya data di bagi menjadi dua, yaitu data primer (*primary data sources*) dan data sekunder (*secondary data sources*). Menurut Asep Hermawan (2009:168) yang dimaksud dengan data primer dan sekunder adalah:

1. Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab masalah atau tujuan penelitian yang dilakukan dalam penelitian eksploratif, deskriptif maupun kausal dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa survei ataupun observasi. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data primer adalah kuesioner yang disebarakan kepada sejumlah responden, sesuai dengan target sasaran dan dianggap mewakili seluruh populasi data penelitian, yakni survei pada anggota HIPMI PT Bandung.
2. Data sekunder merupakan struktur data historis mengenai variabel-variabel yang telah dikumpulkan dan dihimpun sebelumnya oleh pihak lain. Sumber data sekunder dalam penelitian ini didapatkan dari sejumlah data-data yang sudah ada melalui akses internet dengan mengunjungi sejumlah situs maupun dokumen perusahaan, aritkel, literatur dan situs-situs yang berhubungan dengan penelitian.

Untuk lebih jelasnya mengenai data dan sumber yang digunakan dalam penelitian ini, maka peneliti mengumpulkan dan menyajikan dalam Tabel 3.2 sebagai berikut :

**TABEL 3.2**  
**JENIS DAN SUMBER DATA**

No	Data	Jenis Data	Sumber Data
1	Tanggapan Responden mengenai Variabel X	Primer	Kuesioner Penelitian Pengaruh Lingkungan Sosial terhadap <i>Switching Intention</i> pada media sosial Facebook (Survei pada anggota HIPMI PT Bandung)
2	Tanggapan Responden mengenai Variabel Y	Primer	Kuesioner Penelitian Pengaruh Lingkungan Sosial terhadap <i>Switching Intention</i> pada media sosial Facebook (Survei pada anggota HIPMI PT Bandung)
3	<i>Market Share Social Login Preference 2014</i>	Sekunder	<a href="http://janrain.com/social-login-trends-across-the-web-q4-2014/">http://janrain.com/social-login-trends-across-the-web-q4-2014/</a> (diakses pada 25 Maret 2015)
4	Pengguna Aktif Facebook di Indonesia	Sekunder	<a href="http://www.socialbakers.com/statistics/facebook/pages/total/indonesia/">http://www.socialbakers.com/statistics/facebook/pages/total/indonesia/</a> (diakses pada 28 Februari 2015)
5	Penurunan pengguna media sosial	Sekunder	<a href="http://teknologi.metrotvnews.com/read/2014/12/12/331100/penggunaan-media-sosial-menurun">http://teknologi.metrotvnews.com/read/2014/12/12/331100/penggunaan-media-sosial-menurun</a> (diakses pada 20 Februari 2015)



No	Data	Jenis Data	Sumber Data
6	Penurunan pengguna Facebook dikalangan remaja	Sekunder	<a href="http://trendtek.republika.co.id/berita/trendtek/aplikasi/15/02/11/njlvx-mulai-jenuh-facebook-kehilangan-100-juta-pengguna-aktif">http://trendtek.republika.co.id/berita/trendtek/aplikasi/15/02/11/njlvx-mulai-jenuh-facebook-kehilangan-100-juta-pengguna-aktif</a> (diakses pada 20 Februari 2015)
7	Penurunan pengguna Facebook di Indonesia	Sekunder	<a href="http://teknologi.kompasiana.com/internet/2015/04/09/user-indonesia-mulai-meninggalkan-facebook">http://teknologi.kompasiana.com/internet/2015/04/09/user-indonesia-mulai-meninggalkan-facebook</a> (diakses pada 28 April 2015)
8	Media sosial yang mengalami penutupan situs	Sekunder	<a href="http://teknologi.inilah.com/read/detail/2067287/facebook-bakal-tamat-di-2017">http://teknologi.inilah.com/read/detail/2067287/facebook-bakal-tamat-di-2017</a> (diakses pada 25 Maret 2015)
9	Alasan utama pengguna meninggalkan Facebook	Sekunder	<a href="http://m.news.viva.co.id/news/read/476024-tiga-tahun-lagi-facebook-diramalkan--kiamat---apa-sebabnya-">http://m.news.viva.co.id/news/read/476024-tiga-tahun-lagi-facebook-diramalkan--kiamat---apa-sebabnya-</a> (diakses pada 25 Januari 2014)
10	Alasan pengguna Indonesia meninggalkan Facebook	Sekunder	<a href="http://teknologi.news.viva.co.id/news/read/562064-riset--bosan-dengan-facebook--pesan-instan-digemari">http://teknologi.news.viva.co.id/news/read/562064-riset--bosan-dengan-facebook--pesan-instan-digemari</a> (diakses pada 27 Februari 2015)

Sumber: Berdasarkan hasil pengolahan data

### 3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampel

#### 3.2.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu, yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono,2013:80). Populasi jugamengacu padaseluruh kelompokorang, peristiwa, atau hal-hal menarik yang ingin diteliti oleh seorang peneliti (Uma Sekaran, 2013:240),.

Penentuan populasi harus dimulai dengan penentuan secara jelas mengenai populasi yang menjadi sasaran penelitiannya yang disebut populasi sasaran. Populasi sasaran yaitu populasi yang akan menjadi cakupan kesimpulan penelitian. Jadi apabila dalam sebuah hasil penelitian dikeluarkan kesimpulan, maka menurut etika penelitian kesimpulan tersebut hanya berlaku untuk sasaran yang telah ditentukan.Berdasarkan pengertian tersebut maka populasi dalam penelitian ini adalah anggota HIPMI PT Bandung berjumlah 355.

### 3.2.4.2 Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang teliti. Untuk memperoleh sampel yang representatif dari populasi, maka setiap subjek dalam populasi diupayakan untuk memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel (Suharsimi Arikunto, 2010:131). Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2013:116). Pendapat lain menyatakan bahwa sampel merupakan suatu bagian (*subset*) dari populasi (Asep Hermawan, 2009:147). Dalam penelitian ini agar memperoleh sampel yang representatif, maka setiap subjek populasi diharapkan untuk memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel. Dalam penelitian ini tidak keseluruhan dari total populasi akan penulis teliti karena memiliki karakteristik yang cenderung sama dan bersifat homogen. Selain itu ada beberapa faktor yang dapat dijadikan alasan, diantaranya: 1) Keterbatasan biaya, 2) Keterbatasan tenaga, 3) Keterbatasan waktu yang tersedia. Agar memperoleh sampel yang representatif dari populasi, maka setiap subjek dalam populasi diupayakan untuk memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel.

Beberapa alasan tersebut hanya sebagian dari objek populasi yang ditentukan, namun sebagian dari populasi tersebut diambil dapat mewakili sebagian lainnya yang tidak diteliti. Adapun rumus yang digunakan untuk mengambil suatu sampel dari sebuah populasi ialah dengan menggunakan rumus Al Rasyid (1994:44) adalah sebagai berikut:

Perhitungan jumlah Sampel menggunakan rumus Harun Al Rasyid

Sedangkan  $n_0$  dapat dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}} \quad (\text{Harun Al Rasyid, 1994:44})$$

$$n_0 = \left[ \frac{Z(1 - \frac{\alpha}{2})S}{\delta} \right]^2 \quad (\text{Harun Al Rasyid, 1994:44})$$

Keterangan:

- N = Populasi  
 n = Banyaknya sampel yang diambil dari seluruh unit  
 S = Simpangan baku untuk variabel yang diteliti dalam populasi dengan menggunakan *Deming's Emperical Rule*  
 $\delta$  = *Bound of error* yang bisa ditolerir atau dikehendaki sebesar 5%

Berdasarkan rumus di atas, maka dapat dihitung besarnya sampel dari Jumlah populasi yang ada yaitu sebagai berikut:

- Distribusi skor berbentuk kurva distribusi
- Jumlah item = 26
- Nilai tertinggi skor responden : (26x7) = 182
- Nilai terendah skor responden : (26x1) = 26
- Rentang = Nilaitertinggi – Nilai terendah = 182 – 26 = 156
- S = Simpangan baku untuk variabel yang diteliti dalam populasi (populasi *standar deviation*) diperoleh:

$$S = (0,21) (156) = 32,76$$

Diperoleh S = (0,21) R berdasarkan pengamatan dari hasil reponden yang telah menjawab kuesioner yang berskala 1-7, bahwa responden menjawab pada salah satu skor 5 dan 6 atau miring ke kanan. (Lampiran 6)

- Dengan derajat kepercayaan = 95% dimana  $\alpha = 5\%$

$$Z\left(1 - \frac{\alpha}{2}\right) = Z 0,975 = 1,96$$

(lihat tabel Z, yaitu tabel normal baku akan diperoleh nilai 1,96)

Adapun perhitungan ukuran sampel yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah dengan mencari nilai  $n_0$  lebih dahulu, yaitu:

Safira Rahmalia, 2016

**PENGARUH LINGKUNGAN SOSIAL TERHADAP SWITCHING INTENTION OADA MEDIA SOSIAL FACEBOOK**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

$$n_0 = \left[ \frac{Z \left( 1 - \frac{\alpha}{2} \right) S}{\delta} \right]^2 = \left[ \frac{(1,96)(32,76)}{5} \right]^2 = \left[ \frac{64,20}{5} \right]^2 = n_0 = 164,8656$$

Nilai  $n_0$  sudah diketahui yaitu sebesar 165, setelah itu kemudian dilakukan penghitungan untuk mencari nilai  $n$  untuk mencari jumlah sampel yang akan diteliti. Setelah itu kemudian dilakukan penghitungan untuk mencari nilai  $n$  untuk mencari jumlah sampel yang akan diteliti.

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}}$$

$$n = \frac{164,8656}{1 + \frac{164,8656}{355}}$$

$$n = \frac{164,8656}{1,4644101}$$

$$n = 112,605346$$

$$n \approx 113 \text{ (dibulatkan)}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka ukuran sampel minimal dalam penelitian ini ditetapkan dengan  $\alpha = 0.05$  maka diperoleh ukuran sampel ( $n$ ) minimal sebanyak 113 orang. Baiknya sampel selalu ditambah sedikit lagi dari jumlah matematik untuk jaminan agar sampel yang digunakan menjadi representatif (Surakhmad, 1998:100), maka pada penelitian ini digunakan 120 sampel.

### 3.2.4.3 Teknik *Sampling*

Teknik *sampling* adalah teknik pengambilan sampel (Sugiyono, 2013:116). Penarikan sampel probabilitas merupakan suatu prosedur obyektif yang dalam hal ini probabilitas pemilihan diketahui terlebih dahulu untuk setiap unit atau elemen populasi. Setiap elemen memiliki peluang atau probabilitas yang sama untuk dipilih sebagai sampel, sedangkan penarikan sampel non-probabilitas

merupakan suatu prosedur subjektif yang dalam hal ini kerangka sampelnya tidak tersedia. Setiap elemen populasi tidak memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel (Asep Hermawan, 2009:150).

Beberapa metode *sampling* probabilitas yaitu *simple random sampling*, *stratified random sampling*, *cluster sampling*, dan *systematic sampling*. Sedangkan metode *sampling* non-probabilitas yaitu *convenience sampling*, *quota sampling*, *purposive/judgemental sampling* dan *snowball sampling* (Asep Hermawan, 2009:150). Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *simple random sampling* atau pengambilan sampel secara acak. Metode penarikan acak sederhana merupakan suatu prosedur yang memungkinkan setiap elemen dalam populasi akan memiliki peluang yang sama untuk dijadikan sampel (Asep Hermawan, 2009:150).

Jadi, dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan peneliti adalah *simple random sampling* karena seluruh populasi memiliki kesempatan atau peluang yang sama untuk dijadikan sampel. Cara tersebut digunakan agar tidak adanya subjektifitas dalam penelitian.

### 3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu cara yang digunakan peneliti untuk memperoleh data yang dibutuhkan untuk mendukung penyelenggaraan penelitian ini. Ada pun teknik yang digunakan adalah sebagai berikut :

#### 1. Studi kepustakaan

Teknik ini dilakukan untuk memperoleh data sekunder yang akan digunakan menjadi landasan teori masalah yang diteliti. Dalam kepustakaan ini penulis membaca dan mempelajari buku-buku, literatur, *website*, dan materi yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Hal tersebut ditujukan untuk memperoleh informasi serta gambaran yang jelas mengenai masalah yang diteliti yaitu, faktor-faktor yang memengaruhi *switching intention* pada media sosial.

## 2. Kuisisioner

Merupakan butir-butir pernyataan tertulis yang diajukan kepada responden sebagai alat untuk memperoleh data mengenai permasalahan yang sedang diteliti. Kuisisioner dilakukan dengan menyebarkan seperangkat daftar pernyataan secara langsung kepada responden yaitu mahasiswa anggota HIPMI perguruan tinggi Bandung. Dalam kuisisioner ini penulis mengemukakan beberapa pernyataan yang mencerminkan pengukuran indikator pada variabel lingkungan sosial dan variabel *switching intention*. Kemudian memilih alternatif jawaban yang telah disediakan pada masing-masing alternatif jawaban yang tepat. Kuisisioner yang disebar oleh peneliti di sebar secara umum kepada responden.

Langkah-langkah penyusunan kuisisioner adalah sebagai berikut:

- a. Menyusun kisi-kisi angket atau daftar pernyataan
- b. Merumuskan item-item pernyataan dan alternatif jawaban. Jenis instrumen yang digunakan dalam angket merupakan instrumen yang bersifat tertutup, yaitu seperangkat alat tulis dan disertai dengan alternatif jawaban yang disediakan, sehingga responden hanya memilih jawaban yang tersedia.
- c. Menetapkan pemberian skor untuk setiap item pernyataan. Pada penelitian ini setiap pendapat responden atas pertanyaan diberi nilai dengan skala Interval.

## 3. Studi litelatur

Studi literatur merupakan usaha pengumpulan informasi yang berhubungan dengan teori yang ada kaitannya dengan masalah dan variabel yang diteliti yaitu *switching intention* pada media sosial. Studi literatur tersebut didapat dari berbagai sumber, yaitu: a) Perpustakaan Universitas, b) Skripsi, c) Jurnal penelitian Ekonomi dan Bisnis, d) Media cetak (majalah) dan e) Media Elektronik (Internet).

### 3.2.6 Hasil Pengujian Validitas, Reliabilitas dan Normalitas

Esensi dari suatu penelitian adalah data yang diperoleh akurat dan objektif. Data merupakan gambaran variabel yang diteliti dan sebagai alat uji hipotesis. Agar data yang dikumpulkan benar-benar berguna, maka alat ukur yang digunakan harus valid dan reliabel. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2011:121).

#### 3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas

Validitas berkaitan dengan apakah akan mengukur apa yang seharusnya diukur. Hal tersebut dilakukan dengan tujuan untuk melihat apakah alat ukur yang digunakan benar-benar mampu memberikan nilai peubah yang ingin diukur (Asep Hermawan, 2009:128). Validitas juga dapat dinyatakan sebagai derajat ketetapan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti (Sugiyono, 2014:361). Validitas dapat didefinisikan sebagai sejauh mana perbedaan benar dalam apa yang sedang diukur bukan kesalahan sistematis atau acak (Malhotra, 2009:316). Pengujian validitas instrumen dilakukan untuk menguji bahwa terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti.

Uji validitas dilakukan untuk menguji sejauh mana butir soal yang diajukan dalam kuesioner valid. Instrumen dikatakan valid jika instrumen tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur (Anwar Sanusi, 2011:76). Adapun cara untuk menghitung nilai validitas dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rumus korelasi *Pearson Product Moment* dengan rumus sebagai berikut:

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

(Suharsimi Arikunto, 2010:213)

Keterangan :

$r$	= Koefisien validitas item yang dicari
$X$	= Skor yang diperoleh subjek seluruh item
$Y$	= Skor Total
$\sum X$	= Jumlah skor dalam distribusi X
$\sum Y$	= Jumlah skor dalam distribusi Y
$\sum X^2$	= Jumlah kuadrat dalam distribusi X
$\sum Y^2$	= Jumlah kuadrat dalam distribusi Y
$n$	= Banyak responden

Keputusan pengujian validitas responden dimana nilai  $r$  dibandingkan nilai  $r$  tabel dengan derajat bebas  $(n-2)$  dengan menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut:

1. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan valid jika  $r_{hitung}$  lebih besar atau sama dengan  $(r_{hitung} \geq r_{tabel})$ .
2. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan valid jika  $r_{hitung}$  lebih besar atau sama dengan  $(r_{hitung} < r_{tabel})$ .

Pada prakteknya uji validitas yang dibantu dengan menggunakan program SPSS 21.0 for windows. Besarnya koefisiensi korelasi diinterpretasikan dengan menggunakan Tabel 3.3 berikut:

**TABEL 3.3**  
**INTERPRETASI BESARNYA KOEFISIEN KORELASI**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
Antara 0,700 sampai dengan 1,000	Sangat Tinggi
Antara 0,600 sampai dengan 0,500	Tinggi
Antara 0,500 sampai dengan 0,400	Agak Tinggi
Antara 0,400 sampai dengan 0,300	Sedang
Antara 0,300 sampai dengan 0,200	Agak Tidak Tinggi
Antara 0,200 sampai dengan 0,100	Tidak Tinggi
Antara 0,100 sampai dengan 0,000	Sangat Tidak Tinggi

Sumber: Suharsimi Arikunto (2010:245)

Teknik perhitungan yang digunakan untuk menganalisa tes ini adalah teknik korelasi biasa, yakni korelasi antara skor-skor tes yang divalidasikan dengan skor-skor tes tolak ukurnya dari peserta yang sama. Pengujian validitas diperlukan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan untuk mencari data primer dalam sebuah penelitian dapat digunakan untuk mengukur apa yang



seharusnya terukur. Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah validitas dari instrumen lingkungan sosial sebagai variabel X dan *switching intention* sebagai variabel Y. Jumlah pertanyaan untuk variabel X adalah 15 pertanyaan, sedangkan jumlah semula item pertanyaan variabel Y adalah 12 pertanyaan namun, terdapat satu item yang tidak valid pada dimensi *internal respons to problem* sehingga, jumlah item pertanyaan variabel Y menjadi 11 pertanyaan. Hasil uji validitas dapat dilihat sebagai berikut:

**TABEL 3.4**  
**HASIL UJI VALIDITAS LINGKUNGAN SOSIAL**

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
<b>PENGARUH KELUARGA</b>				
1	Keluarga mendorong untuk menggunakan media sosial Facebook	0,650	0,374	Valid
2	Keluarga mendorong untuk menggunakan media sosial selain Facebook	0,477	0,374	Valid
<b>SUMBER INFORMASI</b>				
3	Daya tarik iklan dapat mempengaruhi penggunaan media sosial diluar Facebook	0,683	0,374	Valid
4	Fitur yang ditawarkan media sosial lain diluar Facebook	0,629	0,374	Valid
5	Desain dan tampilan media sosial Facebook	0,686	0,374	Valid
6	Desain dan tampilan media sosial lain diluar Facebook	0,650	0,374	Valid
<b>SUMBER NON-KOMERSIAL</b>				
7	Sahabat dan teman yang masih menggunakan media sosial Facebook	0,652	0,374	Valid
8	Sahabat dan teman yang mulai berpindah dari media sosial Facebook	0,586	0,374	Valid
9	Blog, forum dan jejaring sosial merekomendasikan tetap menggunakan Facebook	0,718	0,374	Valid
10	Rekomendasi yang terdapat pada blog, forum dan jejaring sosial untuk beralih media sosial Facebook	0,642	0,374	Valid
<b>KELAS SOSIAL</b>				

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
11	Pekerjaan memiliki peran untuk tetap menggunakan media sosial Facebook	0,846	0,374	Valid
12	Pekerjaan menentukan pilihan untuk menggunakan media sosial selain Facebook	0,621	0,374	Valid
13	Pendidikan menentukan pilihan untuk menggunakan media sosial selain Facebook	0,535	0,374	Valid
14	Interaksi sosial menentukan untuk tetap memilih media sosial Facebook	0,716	0,374	Valid
15	Interaksi sosial menentukan dalam pemilihan media sosial selain Facebook	0,639	0,374	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2016 (Menggunakan SPSS 21.00 For Windows)

Berdasarkan kuesioner yang diuji sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat bebas (df)  $n-2$  ( $30-2=28$ ), maka diperoleh nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,374 dari tabel hasil pengujian validitas diketahui bahwa pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kepada responden seluruhnya dinyatakan valid karena memiliki  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  sehingga pertanyaan-pertanyaan tersebut dapat dijadikan alat ukur terhadap konsep yang seharusnya diukur.

Berdasarkan Tabel 3.4 pada instrumen variabel lingkungan sosial dapat diketahui bahwa nilai tertinggi terdapat pada dimensi kelas sosial dengan item pernyataan pekerjaan memiliki peran untuk tetap menggunakan Facebook 0,846.

Hasil uji coba penelitian untuk variabel *switching intention* berdasarkan hasil perhitungan validitas item instrumen yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 21.0 for windows, menunjukkan bahwa terdapat satu item pertanyaan dalam kuesioner yang tidak valid, karena skor  $r_{hitung}$  lebih kecil jika dibandingkan dengan skor  $r_{tabel}$  yang bernilai 0,374. Berikut ini Tabel 3.5 mengenai hasil uji validitas variabel *switching intention* yang pada penelitian ini merupakan variabel Y

**TABEL 3.5**  
**HASIL UJI VALIDITAS SWITCHING INTENTION**

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
<i>PROPENSITY TO SWITCH</i>				
1	Pertimbangan untuk beralih dari Facebook ke media sosial lainnya agar bisnis dapat berkembang	0,797	0,374	Valid
2	Pertimbangan untuk tetap menggunakan Facebook agar bisnis dapat berkembang	0,557	0,374	Valid
3	Kemungkinan akan beralih dari Facebook ke media sosial lainnya untuk mengembangkan bisnis	0,797	0,374	Valid
4	Kemungkinan tetap menggunakan Facebook dalam melakukan bisnis	0,418	0,374	Valid
5	Ketertarikan untuk menggunakan media sosial lain dalam melakukan kegiatan bisnis	0,576	0,374	Valid
6	Dimasa depan akan lebih banyak menggunakan media sosial selain Facebook	0,845	0,374	Valid
7	Perasaan tertarik untuk menggunakan media sosial lain selain Facebook dalam melakukan kegiatan bisnis	0,856	0,374	Valid
8	Perasaan rugi jika tidak menggunakan media sosial Facebook dalam melakukan kegiatan bisnis	0,554	0,374	Valid
<i>EXTERNAL RESPONSE TO PROBLEM</i>				
9	Media sosial lain lebih menarik dan dapat menimbulkan keinginan untuk beralih dari Facebook	0,776	0,374	Valid
10	Rekomendasi kelompok rujukan mendorong untuk beralih dari Facebook	0,718	0,374	Valid
<i>INTERNAL RESPONSE TO PROBLEM</i>				
11	Keputusan berpindah ke media sosial lainnya demi menunjang bisnis yang ditekuni	0,433	0,374	Valid
12	Facebook sudah tidak dapat lagi memenuhi kebutuhan aktivitas bisnis	0,143	0,374	Tidak Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2016 (Menggunakan SPSS 21.00 For Windows)

Safira Rahmalia, 2016

**PENGARUH LINGKUNGAN SOSIAL TERHADAP SWITCHING INTENTION OADA MEDIA SOSIAL FACEBOOK**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Hasil uji coba penelitian ulang setelah membuang item yang tidak valid untuk variabel *switching intention*. Berdasarkan hasil perhitungan validitas item instrumen yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 21.0 *for windows*, menunjukkan bahwa item-item pertanyaan dalam kuesioner valid, karena skor  $r_{hitung}$  lebih besar jika dibandingkan dengan skor  $r_{tabel}$  yang bernilai 0,374. Berikut ini Tabel 3.6 mengenai hasil uji validitas variabel *switching intention* yang pada penelitian ini merupakan variabel Y

**TABEL 3.6**  
**HASIL PENGUJIAN ULANG VALIDITAS SWITCHING INTENTION**

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
<i>PROPENSITY TO SWITCH</i>				
1	Pertimbangan untuk beralih dari Facebook ke media sosial lainnya agar bisnis dapat berkembang	0,836	0,374	Valid
2	Pertimbangan untuk tetap menggunakan Facebook agar bisnis dapat berkembang	0,741	0,374	Valid
3	Kemungkinan akan beralih dari Facebook ke media sosial lainnya untuk mengembangkan bisnis	0,811	0,374	Valid
4	Kemungkinan tetap menggunakan Facebook dalam melakukan bisnis	0,396	0,374	Valid
5	Ketertarikan untuk menggunakan media sosial lain dalam melakukan kegiatan bisnis	0,541	0,374	Valid
6	Dimasa depan akan lebih banyak menggunakan media sosial selain Facebook	0,863	0,374	Valid
7	Perasaan tertarik untuk menggunakan media sosial lain selain Facebook dalam melakukan kegiatan bisnis	0,605	0,374	Valid
8	Perasaan rugi jika tidak menggunakan media sosial Facebook dalam melakukan kegiatan bisnis	0,561	0,374	Valid
<i>EXTERNAL RESPONSE TO PROBLEM</i>				
9	Media sosial lain lebih menarik dan dapat menimbulkan keinginan untuk beralih dari Facebook	0,744	0,374	Valid

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
10	Rekomendasi kelompok rujukan mendorong untuk beralih dari Facebook	0,464	0,374	Valid
<i>INTERNAL RESPONSE TO PROBLEM</i>				
11	Keputusan berpindah ke media sosial lainnya demi menunjang bisnis yang ditekuni	0,874	0,374	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2016 (Menggunakan SPSS)

Berdasarkan Tabel 3.5 pada instrumen variabel *switching intention* dapat diketahui bahwa nilai tertinggi terdapat pada dimensi *propensity to switch* dengan item pernyataan dimasa yang akan datang akan banyak menggunakan media sosial diluar Facebook yang bernilai 0,863 dan nilai terendah terdapat pada *external respons to problem* dengan item pernyataan rekomendasi kelompok rujukan mendorong untuk beralih dari Facebook yang bernilai 0,464.

### 3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas berkaitan dengan konsistensi, akurasi, dan prediktabilitas suatu alat ukur (Asep Hermawan, 2009:128). Reliabilitas dapat diartikan sebagai ukuran untuk menilai apakah alat ukur yang digunakan mampu memberikan nilai pengukuran yang konsisten. Pengujian reliabilitas dilakukan untuk mendapatkan tingkat ketepatan alat pengumpulan data yang digunakan. Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrumen tersebut sudah baik. Pengujian reliabilitas kuesioner penelitian dilakukan dengan menggunakan *cronbach alpha* sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ \frac{1 - \sum \sigma b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Sumber : Husein Umar (2009:170)

Keterangan :  $r_{11}$  : Reliabilitas instrumen  
 $k$  : Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma b^2$  : Jumlah varian total

$\sigma_1^2$  : Varian total

Jumlah varian butir dapat dicari dengan cara mencari nilai varian tiap butir, kemudian jumlahkan, seperti berikut ini :

$$\sigma = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}}{n}$$

Keterangan : n : Jumlah responden

x : Nilai skor yang dipilih (total nilai dari nomor-nomor butir pertanyaan)

Hasil uji reliabilitas ditentukan oleh ketentuan sebagai berikut:

1. Jika koefisien internal seluruh item  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
2. Jika koefisien internal seluruh item  $r_{hitung} < r_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

Berdasarkan jumlah angket yang diuji kepada sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (df) n-2 (30-2=28) maka didapat nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,374. Hasil pengujian reliabilitas instrumen yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 21.0 *for Windows* diketahui bahwa semua variabel reliabel, hal ini disebabkan nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dibandingkan dengan nilai  $r_{tabel}$ . Hal ini dapat dilihat dalam Tabel 3.7 berikut

**TABEL 3.7**  
**HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS**

No	Variabel	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Lingkungan Sosial	0,900	0,374	Reliabel
2	<i>Switching Intention</i>	0,876	0,374	Reliabel

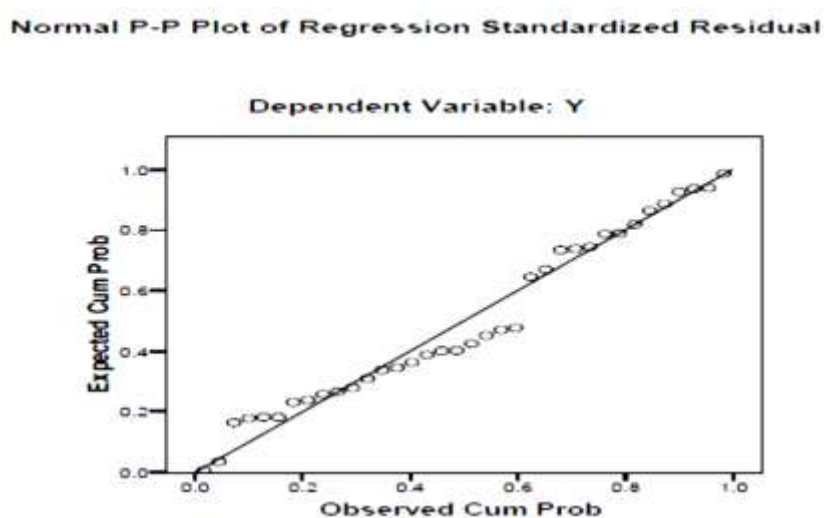
---

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2016 (Menggunakan SPSS 21.00 *For Windows*)

### 3.2.6.3 Hasil Pengujian Normalitas

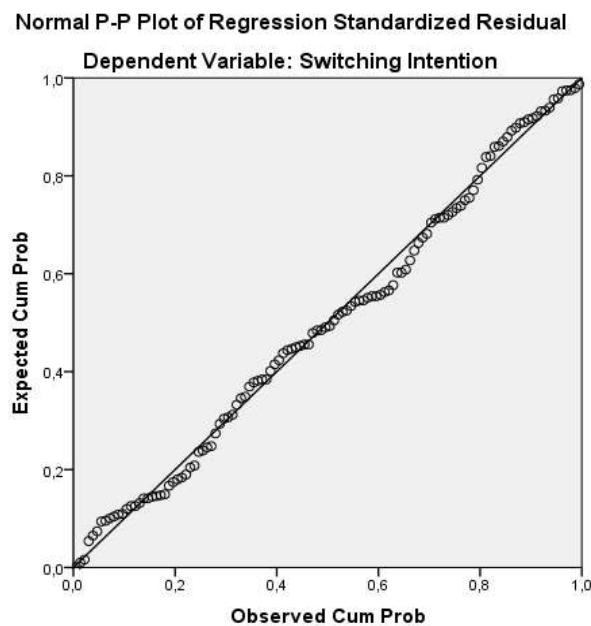
Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah populasi memiliki distribusi normal atau tidak. Sebelum pengujian hipotesis dilakukan, maka terlebih dahulu akan dilakukan pengujian normalitas data (Sugiyono, 2011). Asumsi normalitas merupakan persyaratan yang sangat penting pada pengujian signifikansi koefisien regresi. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik. Pengujian secara visual dapat dilakukan dengan metode gambar normal *probability plots* dalam SPSS. Untuk melihat populasi tersebut memiliki distribusi yang normal atau tidak, maka digunakan cara membaca interpretasi grafik yakni data yang memiliki distribusi normal apabila semua pencaran titik-titik yang diperoleh berada di sekitar garis lurus. Dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.



**GAMBAR 3.1**  
**GARIS NORMAL PROBABILITY PLOT**

Hasil pengujian normalitas *Probabilty Plot* yang dilakukan pada program SPSS 21.0 *for windows* dikatakan bahwa grafik plot memberikan distribusi yang melenceng ke kanan yang artinya data berdistribusi normal, asumsi normalitas pada penelitian ini dapat dilihat pada gambar 3.2 berikut



**GAMBAR 3.2**  
**GARIS NORMAL P-PLOT VARIABEL LINGKUNGAN SOSIAL**  
**TERHADAP SWITCHING INTENTION**  
 (Menggunakan SPSS 21.0 *for Windows*)

Gambar 3.2 diatas menunjukkan bahwa titik-titik yang terlihat pada grafik *P-Plot* mengikuti dan mendekati garis diagonalnya sehingga dapat dikatakan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

### 3.2.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan seperangkat cara untuk mengolah kebenaran suatu data. Teknik analisis data dirancang dan diarahkan untuk menjawab masalah yang telah diajukan. Teknik analisis data adalah mendeskripsikan teknik analisis apa yang akan digunakan yang akan digunakan



oleh peneliti untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan, termasuk pengujiannya (Anwar Sanusi, 2011:115).

Penelitian kuantitatif analisis data dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahap, yaitu:

1. *Editing*, yaitu pemeriksaan angket yang terkumpul setelah diisi oleh responden menyangkut kelengkapan pengisian angket yang dilakukan oleh responden dan pemeriksaan jumlah lembar angket.
2. *Coding*, yaitu pembobotan dari setiap item instrumen berdasarkan pada pembobotan sebagai berikut: untuk jawaban positif ranking pertama dimulai dari skor yang terbesar sampai dengan yang terkecil dan untuk jawaban negatif ranking pertama dimulai dari skor yang terkecil sampai yang terbesar.
3. *Tabulating*, yaitu tabulasi hasil skoring yang dituangkan kedalam tabel rekapitulasi secara lengkap untuk seluruh item setiap variabel, dengan langkah-langkah sebagai berikut:
  - a. Pemberian skor pada setiap item

Dalam penelitian ini akan diteliti pengaruh lingkungan sosial(X) *switching intention* (Y), dengan skala pengukuran menggunakan skala *semantic differential*. Skala berusaha mengukur arti suatu objek atau konsep bagi responden. Skala ini mengandung unsur evaluasi (misalnya: bagus buruk, jujur tidak jujur), unsur potensi (aktif pasif, cepat lambat) (Husein Umar, 2008:99). Dalam penelitian ini, pertanyaan dari angket terdiri dari tujuh kategori sebagai berikut seperti pada Tabel 3.8 berikut:

**TABEL 3.8**  
**SKOR ALTERNATIF JAWABAN**

Alternatif Jawaban	Setuju / Baik	← Rentang Jawaban →							Tidak Setuju / Tidak Baik
		7	6	5	4	3	2	1	
	Positif	7	6	5	4	3	2	1	Negatif

Sumber: Husein Umar (2008:99)

- b. Menjumlahkan skor pada setiap item
  - c. Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian
4. Menganalisis dan menafsirkan hasil perhitungan berdasarkan angka-angka yang diperoleh dari perhitungan statistik.
  5. Pengujian
 

Untuk menguji hipotesis dimana metode analisis yang digunakan dalam penelitian kuantitatif ini adalah metode analisis verifikatif, maka dilakukan analisis regresi linear sederhana

### 3.2.7.1 Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif dapat digunakan untuk mencari kuatnya hubungan antara variabel melalui analisis korelasi dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi tanpa perlu diuji signifikasinya, penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian, antara lain:

1. Analisis Deskriptif Variabel X (lingkungan sosial)
2. Analisis Deskriptif Variabel Y (*switching intention*)

Untuk mengkategorikan hasil perhitungan, digunakan kriteria penafsiran persentase yang diambil dari 0% sampai 100%. Penafsiran pengolahan data berdasarkan batas-batas disajikan pada Tabel 3.9 sebagai berikut.

**TABEL 3.9**  
**KRITERIA PENAFSIRAN HASIL PERHITUNGAN RESPONDEN**

No	Kriteria Penafsiran	Keterangan
1	0%	Tidak Seorangpun
2	1% - 25%	Sebagian Kecil
3	26% - 49%	Hampir Setengahnya
4	50%	Setengahnya
5	51% - 75%	Sebagian Besar
6	76% - 99%	Hampir Seluruhnya
7	100%	Seluruhnya

Sumber: Moch Ali (1985:184)

### 2.7.7.2 Analisis Data Verifikatif

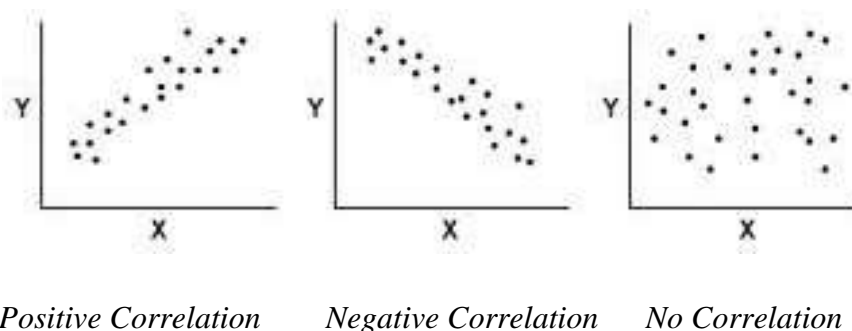
Analisis verifikatif dipergunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik dan menitikberatkan pada pengungkapan perilaku variabel penelitian. Teknik analisis data yang digunakan untuk melihat pengaruh lingkungan sosial (X) terhadap *switching intention* (Y) yaitu menggunakan analisis regresi linear sederhana karena penelitian ini hanya menganalisis dua variabel. Analisis ini dipergunakan untuk menentukan seberapa kuatnya pengaruh variabel independen (X) yaitu lingkungan sosial terhadap variabel dependen (Y) yaitu *switching intention*.

Definisi regresi sederhana ialah sebagai pengaruh antara 2 variabel saja, dimana terdiri dari variabel *independent* (bebas) dan untuk membangun persamaan dan menggunakan persamaan tersebut untuk membuat perkiraan (Albert Kurniawan, 2010:43). Regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen yaitu dengan satu variabel dependen yaitu *switching intention*. Sebelum melakukan analisis menggunakan teknik analisis linier sederhana terlebih dahulu uji asumsi klasik pada diagram pencar, uji titik terjauh, serta uji linieritas

## 1. Asumsi Analisa Regresi Linear Sederhana

### a. Diagram Pencar

Pada diagram pencar, terdapat gambaran secara kasar bahwa pola hubungan variabel X (Lingkungan Sosial) atas variabel Y (*Switching intention*) adalah pola hubungan linier, maka cukup beralasan mengatakan bahwa model hubungan ini model regresi sederhana yaitu  $Y = b_0 + b_1 X + e$ . Dari sampel model yang dipergunakan adalah  $Y = b_0 + b_1 X + e$ .



**GAMBAR 3.3**  
**MODEL DIAGRAM PENCAR**

Gambar 3.3 menunjukkan model dari diagram pencar, jika titik-titik penyebaran berada pada arah kiri bawah ke kanan atas maka hubungan antara X dan Y adalah positif, jika titik-titik penyebaran ada pada kiri atas ke kanan bawah maka hubungan X dan Y adalah negatif, dan jika titik-titik penyebaran berada pada posisi yang sembarangan maka tidak ada hubungan antara X dan Y.

#### **b. Uji Titik Terpencil**

Setelah diketahui model diagram pencar dan telah menunjukkan pola garis lurus atau linear, langkah selanjutnya adalah memperlihatkan titik-titik yang letaknya terpencil pada diagram pencar. Titik yang ditemukan pada diagram pencar perlu diuji apakah titik tersebut merupakan titik terpencil atau tidak, jika titik tersebut merupakan titik terpencil maka titik itu harus dikeluarkan dari analisis. Mengeluarkan titik terpencil pada analisis menggunakan *test for outlier in regression analysis* dengan perumusan hipotesis sebagai berikut:

$H_0$ : Titik tersebut bukan merupakan titik terpencil

$H_1$ : Titik tersebut merupakan titik terpencil

Statistik uji yang digunakan menurut Nirwana SK Sitepu (1994:19) adalah:

$$t = \frac{Y - Y^{\wedge}}{S_{y-y^{\wedge}}}$$

(Nirwana Sk Sitepu, 1994:19)

Keterangan:

$\hat{Y}$ : variabel dependen atau nilai variabel yang diprediksikan.

Y: skor nilai variabel dependen

$S_y$ : Standar error untuk Y

Dimana kriteria yang digunakan dalam uji ini adalah sebagai berikut:

$t >$ : Tolak, artinya titik yang mencurigakan dianggap sebagai titik terpencil dan harus dikeluarkan dari analisis.

$t \leq$ : Terima, artinya titik yang mencurigakan tidak dianggap sebagai titik terpencil dan tidak perlu dikeluarkan dari analisis.

### c. Uji Linieritas

Uji linieritas regresi variabel X atas variabel Y, dimaksudkan untuk mengetahui kemungkinan adanya hubungan linear antara variabel X dan variabel Y. Uji linieritas dimaksudkan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Model ujikelinieran pada regresi sederhana adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 JK(T) &= \sum Y^2 \\
 JK(A) &= \frac{(\sum Y)^2}{n} \\
 JK(b|a) &= b \left\{ \sum XY \frac{(\sum X)(\sum Y)}{n} \right\} \\
 &= \frac{[n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)^2]}{n[n \sum X^2 - (\sum X)^2]} \\
 JK(S) &= JK(T) - JK(a) - JK(b|a) \\
 JK(TC) &= \sum_{xi} \left\{ \sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{n_i} \right\} \\
 JK(G) &= JK(S) - JK(TC)
 \end{aligned}$$

Sumber: Sugiyono (2010:265).

Dimana:

- JK(T) = Jumlah Kuadrat Total
- JK(a) = Jumlah Kuadrat Koefisien a
- JK(b|a) = Jumlah Kuadrat Regresi (b|a)
- JK(S) = Jumlah Kuadrat Sisa
- JK(TC) = Jumlah Kuadrat Tuna Cocok
- JK(G) = Jumlah Kuadrat Galat

Pengujian linieritas data dapat dibuktikan melalui tes  $F_{test}$ . Berdasarkan tabel ANOVA, dapat diketahui besarnya  $F_{hitung}$  melalui uji ANOVA atau  $F_{test}$  sedangkan besarnya  $F_{tabel}$  diperoleh dengan melihat F melalui dk pembilang (dk tuna cocok, k-2) dan dk penyebut (dk kesalahan, n-k) dengan taraf kesalahan = 0,05. Dengan kriteria, ditolak hipotesis model regresi linier jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima  $H_a$  ditolak artinya data tidak linear. Jika sebaliknya  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima artinya data linear. Dalam penelitian ini pengujian linear dibantu dengan menggunakan program SPSS 21.0 *for windows*.

## 2. Analisis Regresi Sederhana

Regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen (Sugiyono, 2011: 261). Model regresi linier sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

(Sumber: Sugiyono, 2013:247)

Keterangan:

- Y = subjek/nilai dalam variabel dependen yang diprediksikan
- X = subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu
- a = harga Y bila X=0 (harga konstan)
- b = angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabelindependen. Bila b (+) maka naik, bila b (-) maka terjadi penurunan.

Dalam penelitian ini pengujian dibantu dengan menggunakan program SPSS 21.0 *for windows*.

### 3.2.7.3 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah kuadrat koefisien korelasi. Koefisien determinasi digunakan untuk menyatakan besar kecilnya sumbangan variabel X terhadap Y, sehingga diketahui besarnya persentase pengaruh variabel X terhadap Y. koefisien determinasi dapat diketahui dengan rumus yang dikemukakan Riduwan (2008:136), yaitu

$$KD=r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD : koefisien determinasi  
 r : koefisien korelasi  
 100% : konstanta

Selanjutnya untuk menafsirkan sejauh mana pengaruh lingkungan sosial terhadap *switching intention* digunakan pedoman interpretasi koefisien penentu dalam tabel. Nilai koefisien penentu berada diantara 0-100%.

Jika nilai koefisien semakin mendekati 100% berarti semakin kuat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin mendekati 0% berarti semakin lemah pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun untuk mengetahui kuat lemahnya pengaruh dapat diklasifikasikan pada Tabel 3.10 berikut

**TABEL 3.10**  
**PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN INTERPRETASI PENGARUH**  
**(GUILFORD)**

NO	Besar Koefisien	Klasifikasi
1	0,00-0,199	Sangat Rendah
2	0,20-0,399	Rendah
3	0,40-0,599	Sedang
4	0,60-0,799	Kuat
5	0,80-1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2013:9)

### 3.2.7.4 Pengujian Hipotesis

Sebagai langkah akhir dari analisis data adalah pengujian hipotesis. Menguji hipotesis yang telah dirumuskan harus menggunakan uji statistika yang tepat. Hipotesis penelitian akan diuji dengan mendeskripsikan hasil analisis regresi linear. Untuk menguji koefisien korelasi antar variabel X dan Y dilakukan dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  yaitu dengan menggunakan rumus distribusi student (*t-student*). Rumus dari *t-student* adalah:

$$Uji\ t = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

Sugiyono (2012:366)

Keterangan:

t = distribusi *student*

r = koefisien korelasi *product moment*

n = banyaknya data

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis pengaruh yang diajukan harus dicari terlebih dahulu nilai dari  $t_{hitung}$  dan dibandingkan dengan nilai dari  $t_{tabel}$ , dengan taraf kesalahan  $\alpha = 5\%$  atau  $\alpha = 0,05$  dengan derajat dk (n-2) serta uji satu pihak, yaitu uji pihak kanan, maka:

$t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

$t_{hitung} \leq t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

Secara statistik, hipotesis yang akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:  
 $H_0 : \rho > 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh dari lingkungan sosial terhadap *switching intention*.

$H_a : \rho \leq 0$ , artinya terdapat pengaruh dari lingkungan sosial terhadap *switching intention*.