

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan verifikatif. Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode kuantitatif Menurut Sugiyono, (2022) dapat diartikan sebagai metode yang berlandaskan pada filsafat positivisme dan digunakan untuk meneliti populasi dan sampel dengan pengumpulan data dan menggunakan instrumen penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan tujuan untuk mengetahui hipotesis yang telah dilakukan diawal dan dugaan sementara. Data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan stasistik. Statistik merupakan salah satu alat yang digunakan untuk memperoleh angka-angka pasti dimulai dari mengumpulkan data, mengolah data, sehingga dapat menarik kesimpulan dan membuat keputusan berdasarkan analisis data yang dikumpulkan dalam penelitian.

Jenis penelitian deskriptif pada penelitian ini digunakan untuk memberikan suatu gambaran atau deskripsi mengenai bagaimana *variety seeking*, *packaging* dan *Brand Switching* dari Pop Mie ke Mie Sedaap Cup di Kota Bandung. Sementara itu, penelitian verifikatif digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Pendekatan ini dilakukan dengan menggunakan analisis statistik inferensial, seperti uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik dan regresi linier berganda.

3.2 Variabel Penelitian dan Operasional Variabel

3.2.1 Variabel Penelitian

Variabel menurut Sugiyono, (2022) dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang atau objek, yang mempunyai variasi atau satu orang dengan yang lain, atau satu objek dengan objek yang lain. Dengan demikian variabel adalah suatu kualitas dimana peneliti mempelajari dan menarik kesimpulan darinya. Pada penelitian ini terdapat dua macam variabel yang digunakan yaitu variabel independen dan variabel dependen, yaitu sebagai berikut:

1. Variabel independen

Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab terjadinya perubahan atau timbulnya variabel dependen. Variabel independent yang digunakan dalam penelitian ini adalah *variety seeking* dan *packaging*

2. Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat dari adanya variabel independen. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *brand switching*

3.2.2 Variabel Operasional

Operasional variabel merupakan penjabaran dari variabel penelitian yang bertujuan untuk memperjelas batasan, pengertian, serta ruang lingkup variabel yang diteliti. Operasional variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1 Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala
Variety Seeking (X ₁)	<i>Variety seeking</i> (mencari variasi) adalah perilaku konsumen yang mencari merek atau produk baru untuk mendapatkan pengalaman yang berbeda atau mengatasi kebosanan dari produk yang biasa digunakan, (Budiarti & Wijayanti, 2024).		1. Rasa bosan 2. Mencoba merek lain (monoton) 3. Tertarik merek lain (beragam) 4. Rasa ingin mencoba (banyak varian) 5. Tidak adanya inovasi Hapsari et.al dalam Arafat et al., (2026)	Likert
<i>Packaging</i> (X ₂)	Kemasan adalah wadah atau tempat yang digunakan untuk mengemas suatu produk yang dilengkapi oleh tulisan, label dan keterangan lain atau informasi yang dirasa perlu disampaikan pada konsumen. Sucipta (1994) dalam (Maudy et al., 2024)	1. <i>Packaging Color</i> (warna kemasan) 2. <i>Packaging Desaign</i> (desain kemasan) 3. <i>Packaging Material</i> (bahan kemasan) 4. <i>Printed Information</i> (informasi cetak)	1. Tertarik pada warna kemasan 2. Warna kemasan menarik perhatian 3. Warna kemasan mudah diingat 1. Desain kemasan menarik perhatian 2. Desain kemasan mendorong pembelian 1. Bahan kemasan berkualitas 2. Kemasan menarik perhatian 3. Kemasan membuat merek mudah dikenal 1. Membaca informasi pada kemasan 2. Menilai produk melalui informasi kemasan 3. Informasi kemasan penting bagi konsumen	Likert

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala
		5. <i>Font Styles</i> (gaya font)	1. Gaya font kemasan menarik 2. Tertarik pada gaya font 3. Ukuran font membantu mengingat merek	
			Lestari, (2022)	
<i>Brand switching</i> (X ₂)	<i>Brand switching</i> atau perpindahan merek merupakan suatu pola pembelian yang dicirikan dengan perpindahan dari suatu merek ke merek lain yang sejenis. Konsumen yang rentan terhadap perilaku perpindahan merek adalah konsumen yang cenderung seringkali mengganti merek meskipun mereka bukan tidak menyukai dengan merek yang telah digunakan sebelumnya, Peter & Olson dalam (Budiarti & Wijayanti, 2024).		1. Ketidakpuasan terhadap merek 2. Kualitas produk 3. Kebosanan terhadap merek Handoyo, (2023)	Likert

Sumber: Data diolah, 2026

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Dilihat dari jenis datanya, maka pengumpulan data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua jenis data, yaitu data kualitatif dan data kuantitatif yaitu sebagai berikut:

1. Data Kualitatif

Data kualitatif yaitu suatu jenis data yang bersifat deskriptif atau berupa gambaran dan data yang tidak berbentuk angka atau bilangan melainkan berupa narasi, kata-kata, atau simbol. Data ini dikumpulkan melalui suatu proses dimana menggunakan Teknik yang mendalam seperti wawancara, observasi, dan juga analisis dokumen untuk menangkap pengalaman, persepsi, dan motivasi yang mendalam. Data kualitatif dalam penelitian ini berupa identitas responden seperti nama, jenis kelamin pada objek penelitian.

2. Data Kuantitatif

Data kuantitatif yaitu suatu jenis data yang berbentuk angka atau numerik dan dapat dianalisis secara statistik dan tidak bersifat atau deskriptif atau gambaran. Data kuantitatif dalam penelitian ini berupa jawaban dari kuesioner atau angket yang dibagikan kepada masyarakat di Kota Bandung dengan jenis kelamin perempuan maupun laki-laki, dimana mereka merupakan konsumen yang pernah mengkonsumsi mie instant pop mie dan beralih ke mie sedap cup.

3.3.2 Sumber Data

Melihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua sumber data, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder, yaitu sebagai berikut:

1. Sumber Primer

Sumber Primer menurut Sugiyono, (2022) adalah sumber data yang secara langsung memberikan data kepada pengumpul data. Pada penelitian ini, penulis mendapatkan data primer yang diperoleh dari menyebarkan kuesioner

melalui Google Form kepada masyarakat di Kota Bandung sebagai konsumen yang pernah mengkonsumsi mie instant pop mie dan telah beralih ke mie sedaap cup, juga bersedia menjadi responden dan mengisi kuesioner.

2. Sumber Sekunder

Sumber Sekunder menurut Sugiyono, (2022) adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen. Pada penelitian ini, penulis mendapatkan data sekunder yang diperoleh dari buku, jurnal penelitian, berita, dan internet dimana sumber-sumber tersebut memiliki keterkaitan dengan variabel penelitian yaitu variety seeking dan packaging dan brand switching dari pop mie ke mie sedaap cup. Data sekunder digunakan untuk memperkuat landasan teori, mendukung argumentasi konseptual, serta membantu penyusunan kerangka berpikir dan perumusan hipotesis.

3.4 Populasi & Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi menurut Sugiyono, (2022) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian dapat ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini populasinya yaitu seluruh konsumen yang pernah mengkonsumsi mie instan pop mie dan beralih ke mie sedaap cup di Kota Bandung. Dikarenakan adanya pertumbuhan dan hilangnya populasi yang terjadi dengan sangat cepat, sehingga jumlah populasi tidak dapat dipastikan dengan tepat. Maka

jumlah populasi pada penelitian ini tidak diketahui atau populasi tidak terbatas (*infinite population*).

3.4.2 Sampel

Sampel menurut Sugiyono, (2022) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel yang diambil dipilih secara acak dan harus betul-betul mewakili agar dapat merepresentasikan karakteristik dari populasi secara keseluruhan. Berdasarkan populasi yang telah dijelaskan, teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan nonprobability sampling. Sugiyono, (2022) *nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. *Nonprobability sampling* yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan teknik *purposive sampling*, dimana penentuan sampel berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Masyarakat yang berdomisili di Kota Bandung dan pernah mengonsumsi mie instan pop mie, dan beralih mengonsumsi mie sedap cup.
2. Berusia 12-64 tahun, pemilihan usia 12 tahun karena berada pada kelompok usia yang sudah diperbolehkan mengonsumsi mie instant. Bersedia mengisi kuesioner penelitian secara jujur dan lengkap dengan pemahaman tentang pertanyaan yang diberikan.

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus *Cochran*, karena jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti Sugiyono, (2022).

Sehingga, jumlah sampel penelitian ini dapat ditentukan dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5)(1-0.5)}{(0.05)^2}$$

$$n = 384,16 \text{ atau dibulatkan menjadi } 385 \text{ responden}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang dibutuhkan

z = Tingkat kepercayaan 95% dengan nilai 1,96

p = Proporsi populasi yang diasumsikan dengan perkiraan sebesar 50% atau 0,5

$q = 1-p$

e = *Margin of error* 5% atau 0,05

Dengan menggunakan rumus *Cochran*, maka perhitungan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Berdasarkan hasil perhitungan sampel dengan menggunakan rumus *Cochran* di atas, maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 385 responden (dibulatkan ke atas).

3.5 Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data adalah cara yang dilakukan untuk memperoleh data yang diperlukan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan kuesioner (angket). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data

yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2022)

Data yang diperlukan pada penelitian ini berasal dari data primer yang diperoleh melalui pengisian kuesioner yang telah disiapkan sebelumnya kepada para responden. Kuesioner atau angket yang dibuat, disebarakan melalui online dengan menggunakan Google Form. Pada penelitian ini objek data yang dikumpulkan adalah data profil responden serta tanggapan responden terkait variabel penelitian ini yaitu variety seeking, packaging dan brand switching dari pop mie ke mie sedaap cup.

Jawaban dari setiap item adalah dengan menggunakan pendekatan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur pendapat, sikap, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap fenomena sosial (Sugiyono, 2022). Berikut merupakan jawaban dari kuesioner dalam penelitian ini dengan menggunakan skala likert dari yang sangat positif hingga ke yang sangat negatif, antara lain:

Tabel 3.2 Skala Likert

Keterangan	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono, 2022

3.6 Uji Instrumen Penelitian

3.6.1 Uji Validitas Instrumen

Validitas menurut Sugiyono, (2022) merupakan derajat ketepatan antara data yang diperoleh peneliti dengan keadaan sebenarnya pada objek penelitian. Dengan demikian hasil penelitian dinyatakan valid apabila informasi yang diperoleh sesuai dengan keadaan nyata.

Dalam sebuah penelitian uji validitas diperlukan untuk mengukur sah atau tidaknya kuesioner. Peneliti melakukan perhitungan menggunakan bantuan perangkat lunak seperti SPSS Window Release yang dilakukan terhadap 22 butir pertanyaan melalui sampel uji coba validitas instrument sebanyak 30 responden. Uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan r tabel dengan ketentuan df (*degree of freedom*). Jika r hitung $>$ r tabel, maka butir instrumen dapat dikatakan valid, akan tetapi jika r hitung $<$ r tabel, maka instrument tersebut tidak valid. Taraf signifikansi yang digunakan dalam uji validitas yaitu 0,05. Dengan demikian, hasil uji validitas ini digunakan untuk menentukan butir pernyataan mana yang layak digunakan dalam tahap analisis data lebih lanjut.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas menurut Sugiyono, (2022), uji reliabilitas adalah proses pengujian terhadap instrumen untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran berulang kali pada objek yang sama akan memberikan hasil data yang konsisten. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur tingkat konsistensi internal dari instrumen penelitian, yaitu sejauh mana setiap item dalam satu variabel memberikan hasil yang stabil dan saling mendukung. Dalam penelitian ini,

pengujian reliabilitas akan diukur dengan metode koefisien *cronbach alpha* dengan bantuan SPSS, dapat dikatakan reliabel jika nilai koefisiensi reliabilitasnya yaitu *cronbach alpha* $> 0,60$, sedangkan jika nilai koefisiensi reliabilitasnya yaitu *cronbach alpha* $< 0,60$ maka instrumen tersebut dikatakan tidak reliabel.

3.7 Uji Asumsi Klasik

Didalam sebuah penelitian, sebelum melakukan uji terhadap suatu hipotesis untuk mendapatkan kesimpulan penelitian, diperlukan uji asumsi klasik terlebih dahulu. Hal tersebut bertujuan untuk menguji apakah model yang dipergunakan tersebut telah mewakili atau mendekati kenyataan yang ada. Pengukuran asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas dan uji linearitas.

3.7.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas menurut Ghozali, (2021) bertujuan untuk menguji apakah dalam model, regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti yang telah diketahui bahwa uji t dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Uji statistik yang dilakukan pada sampel yang sangat kecil akan dianggap tidak valid jika asumsi ini dilanggar. Menurut (Ghozali, 2021), uji normalitas digunakan untuk menguji apakah variabel pengganggu atau residual dalam model regresi memiliki distribusi normal atau tidak.

Terdapat dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Uji normalitas dapat diketahui

melalui penyebaran data berupa titik pada sumbu diagonal dari grafik normal probability plot. Dasar pengambilan keputusannya, yaitu:

1. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Uji normalitas dengan menggunakan metode monte carlo dengan kriteria pengambilan keputusan. Dasar pengambilan keputusannya, yaitu:

1. Jika $VR > 0,05$ maka data berdistribusi normal
2. Jika $VR \leq 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal

3.7.2 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas menurut Ghazali, (2021) ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (variabel independent). Dalam multi regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Apabila variabel bebas saling berkorelasi maka variabel -variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sama dengan nol.

Dalam pengujian multikolinearitas dilakukan dengan menggunakan nilai *tolerance* dan lawanya. Nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/Tolerance$). Nilai cut off yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance*, $< 0,10$ atau sama dengan nilai VIF > 10 . Uji multikolinearitas diperlukan untuk memperoleh hasil korelasi yang

sebenarnya, yang murni tidak terpengaruh oleh variabel-variabel bebas lain yang mungkin mempengaruhinya. Dasar pengambilan keputusan dari uji multikolinearitas adalah sebagai berikut:

1. Nilai *tolerance* $\geq 0,10$ dan $VIF \leq 10$: Tidak terjadi multikolinearitas
2. Nilai *tolerance* $\leq 0,10$ dan $VIF \geq 10$: Terjadi multikolinearitas

3.7.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menurut Ghazali, (2021) memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residu satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Apabila variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Sebaliknya, jika berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model yang memenuhi asumsi homoskedastisitas atau dengan kata lain tidak mengandung gejala heteroskedastisitas.

Terdapat cara untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan melihat grafik plot antara nilai variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di studentized. Dasar analisis uji ini, yaitu:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik- titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, meleber kemudian mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. menyempati), maka
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik- titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.7.4 Uji Linearitas

Uji linearitas menurut Ghozali, (2021) merupakan uji yang digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Melalui pengujian linearitas maka dapat ditentukan apakah model dalam studi empiris sebaiknya berbentuk linear, kuadrat, ataukah kubik. Ketentuan yang digunakan untuk menyatakan Linearitas garis regresi adalah dengan menggunakan harga koefisien signifikan dari *deviation from linearity* dan dibandingkan dengan nilai alpha yang dipilih yaitu 0,05. Berikut merupakan rumus uji Linearitas Uji F:

$$F = \frac{R^2(n-m-1)}{M(1-R^2)}$$

Keterangan:

n = Banyak Anggota Sampel

m = Banyak Predictor

r = Kolerasi

Apabila harga f tabel pada taraf signifikan 5% maka terdapat hubungan linearitas antara variabel bebas dengan variabel terikat. maka terdapat hubungan

linearitas antara variabel bebas dengan variabel terikat. Maka, dasar pengambilan keputusan analisis dalam uji linearitas yaitu, apabila nilai p (sig) linearity $> 0,05$ maka hubungan antara variabel X dan Y adalah linear. Sedangkan apabila nilai p (sig) linearity $< 0,05$ maka hubungan antara variabel X dan Y adalah tidak linear.

3.8 Rancangan Analisis

Rencana analisis adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data penelitian yang telah diperoleh, oleh penulis dalam melakukan sebuah penelitian. Secara umum, rencana analisis dibagi dua jenis yaitu analisis deskriptif dan analisis verifikatif.

3.8.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif menurut Sugiyono, (2022) 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 juga merupakan suatu rumusan masalah yang berkenaan dengan pertanyaan terhadap keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel mandiri yaitu variabel yang berdiri sendiri, bukan variabel independen, karena jika variabel independen selalu dipasangkan dengan variabel dependen).

Dalam analisis deskriptif ini data yang telah diperoleh, disusun, dikelompokkan, dianalisis, kemudian diinterpretasikan secara objektif sehingga diperoleh gambaran mengenai masalah yang sebenarnya terjadi. Data yang telah terkumpul dari hasil kuesioner harus diolah agar menghasilkan makna yang akan berguna untuk pemecahan masalah. Dalam analisis deskriptif ini, peneliti terlibat

dalam mendeskripsikan jawaban atau tanggapan responden terhadap semua variabel yang diukur.

Didalam penelitian ini, data diperoleh menggunakan kuesioner atau angket yang dibuat dengan menggunakan *Google Form*. Kuesioner ini disusun oleh peneliti berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian, yaitu berupa pernyataan dan keterangan mengenai *variety seeking*, *packaging* dan *brand switching*. Data yang telah diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner akan melalui proses pengolahan data yang terdiri dari tiga tahapan, yaitu tahap persiapan, tabulasi, dan penerapan data sesuai pendekatan penelitian. Tahapan persiapan adalah proses mengumpulkan data pada kebenaran cara pengisian, melakukan tabulasi hasil koesioner dan memberikan nilai (*scoring*) sesuai dengan sistem penilaian yang di gunakan serta sesuai dengan tujuan penelitian dalam bentuk informasi yang lebih ringkas. Ukuran yang digunakan untuk menilai jawaban-jawaban dari kuesioner atau kriteria dari responden adalah sebagai berikut:

Tabel 3.3 Pemberian Nilai Scoring

Item	Penilaian Responden					Skor Total	%
	SS=5	S=3	N=3	TS=2	STS=2	Skor	Skor
	F Skor	F Skor	F Skor	F Skore	F Skore	Aktual	Ideal
Skor Total Variabel							

Sumber: Sugiyono, 2021

Keterangan;

Skor ideal Skor Aktual = Jumlah Responden x Jumlah item pernyataan x 5

$$\text{Skor total} = \frac{\text{Skor Aktual}}{\text{Skor Ideal}} \times 100\%$$

Untuk memudahkan penelitian terhadap jawaban responden, maka variabel penelitian dilakukan kategorisasi dan rumus distribusi penelitian terhadap jumlah skor tanggapan responden sebagai berikut:

$$\text{Indeks maksimal} = 5$$

$$\text{Indeks minimal} = 1$$

$$\begin{aligned}\text{Persentase Indeks Maksimal} &= \text{Jumlah Responden} / \text{jumlah Pernyataan} \times 100\% \\ &= \frac{5}{5} \times 100\% \\ &= 100\%\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Persentase Indeks Minimal} &= \text{Jumlah Responden} / \text{Jumlah Pernyataan} \times 100\% \\ &= \frac{1}{5} \times 100\% \\ &= 20\%\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Jarak Interval} &= \% \text{ Indeks Maks} - \% \text{ indeks Min} / \text{Kategori} \\ &= (100\% - 20\%) / 5 \\ &= 16\%\end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan pada rumus diatas, maka diperoleh kategori jumlah skor responden pada tabel 3.5

Tabel 3.4 Kategori Interpretasi skor

Hasil Perhitungan	Kategori
20% - 36 %	Sangat rendah
36% - 52%	Rendah
52% - 68%	Sedang
68% - 84%	Tinggi
84% - 100%	Sangat Tinggi

Sumber: Sugiyono, 2021

Adapun jumlah skor tanggapan responden tersebut dapat digambarkan secara kontinum yaitu:

Tabel 3.5 Kategorisasi Skala Penilaian Responden

Sangat Rendah	Rendah	Sedang	Tinggi	Sangat Tinggi
20%	36%	52%	68%	84%
				100%

3.8.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif menurut (Sugiyono, 2022) adalah suatu penelitian yang bertujuan untuk menguji teori dan mencoba menghasilkan informasi ilmiah baru yaitu status hipotesis yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak. Dengan kata lain, analisis verifikatif digunakan untuk mengetahui dan menguji hubungan antara dua variabel atau lebih berdasarkan data empiris yang diperoleh.

Dalam penelitian ini analisis verifikatif digunakan untuk mengetahui hasil yang berkaitan dengan bagaimana pengaruh *variety seeking* dan *packaging* secara simultan terhadap *brand switching* dari pop mie ke mie sedaap cup. Selain itu, untuk mengetahui bagaimana pengaruh masing masing variabel independen yaitu *variety seeking* dan *packaging* secara parsial terhadap variabel dependen yaitu *brand switching*.

3.9 Rancangan Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis adalah prosedur yang didasarkan pada bukti sampel yang dipakai untuk menentukan apakah hipotesis merupakan suatu pernyataan yang wajar dan oleh karena ini harus ditolak.

3.9.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda menurut (Ghozali, 2021) merupakan analisis untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (independen) yang jumlahnya lebih dari satu terhadap satu variabel terikat (dependen). Modal analisis regresi linier berganda digunakan untuk menjelaskan hubungan dan seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas (independen) variabel terikat (independen). Persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel Dependen Y (*Brand Switching*)

a = Nilai Konstanta

β_1 = Koefisien Regresi Variabel *Variety Seeking*

β_2 = Koefisien Regresi Variabel *Packaging*

X_1 = Variabel Independen X_1 (*Variety Seeking*)

X_2 = Variabel Independen X_2 (*Packaging*)

e = *Standart error*

3.9.2 Uji Signifikasi Parsial (Uji t)

Uji T (persial) menurut Ghozali, (2021) yaitu suatu pengujian yang bertujuan untuk mengetahui apakah koefisien regresi dari masing-masing variabel independent signifikan atau tidak. Uji statistik T dilakukan untuk menunjukan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam

menerangkan variasi dependen. Uji T merupakan pengujian yang bertujuan untuk mengetahui apakah koefisien regresi dari setiap variabel independen signifikan atau tidak dalam memengaruhi variabel dependen, dengan rumus sebagai berikut:

$$t_{\text{Tabel}} = t(a/2; n - k - 1)$$

Keterangan:

a = Level Signifikansi 5% (0,05)

n = Jumlah Sampel

k = Jumlah Variabel X

Dasar pengambilan keputusan uji t sebagai berikut:

1. $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ atau $\text{sig} < \alpha = 5\%$: H_0 ditolak atau terdapat pengaruh variabel X terhadap Y
2. $t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$ atau $\text{sig} \geq \alpha = 5\%$: H_0 diterima atau tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap Y

3.9.3 Uji Signifikan simultan (uji F)

Uji Signifikan Simultan (Uji F) Menurut Ghazali, (2021) adalah analisis yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara simultan atau bersama-sama antar variabel independent terhadap variabel dependen. Pengaruh tersebut memiliki tingkat signifikansi pada alpha 5%. Adapun metode untuk menentukan apabila nilai signifikan $< 0,05$ dan $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$. Berikut adalah penentuan kriteria pengujian:

1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti ada pengaruh secara simultan antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).
2. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang berarti tidak ada pengaruh simultan antara variabel (X) terhadap variabel terikat (Y).

$$F = f(k; n-k)$$

Keterangan:

k = Variabel Bebas Dana

n = Jumlah Sampel

3.9.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk melihat persentase besarnya pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Nilai R^2 digunakan untuk mengukur tingkat kemampuan model dalam menerangkan variabel independen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Berikut ini adalah rumus perhitungan uji koefisien determinasi, yaitu:

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi

R = Koefisien Kolerasi Kuadrat

100% = Presentase %

Berikut merupakan ketentuan untuk melakukan analisis koefisien daterminasi adalah sebagai berikut:

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

1. Jika KD mendekati angka nol (0), maka artinya pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen bersifat lemah.
2. Jika KD mendekati angka satu (1), maka artinya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen bersifat kuat.