IV. METODE PENELITIAN

4.1. Metode Penentuan Lokasi

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Mojokerto. Penentuan lokasi ini dilakukan secara sengaja (*purposive)* dengan dasar pertimbangan bahwa salah satu sentra produksi beras organik di Jawa Timur yaitu di Kabupaten Mojokerto. Tercatat kurang lebih seluas 12 Ha lahan pertanian di Kabupaten Mojokerto digunakan sebagai lahan pertanian dengan sistem organik yang tersebar di 3 Kecamatan yaitu Kecamatan Trawas, Kecamatan Ngoro, dan Kecamatan Pacet. Penelitian ini secara spesifik mengambil lokasi di Dusun Biting, Desa Seloliman, Kecamatan Trawas, Kabupaten Mojokerto dengan pertimbangan bahwa produktivitas beras organik yang terletak di lokasi tersebut cukup tinggi yaitu mencapai 22 ton setiap masa panen. Selain itu lokasi tersebut memiliki lembaga atau badan usaha yang bergerak dibidang perdagangan yang memiliki peran untuk memasarkan beras organik yang diproduksi di lokasi tersebut. Lembaga atau badan usaha tersebut bernama MUTOS (Manajemen Usaha Tani Organik Seloliman). Dasar pertimbangan lain penentuan lokasi pada penelitian ini adalah beras organik yang diproduksi oleh petani di Dusun Biting, Desa Seloliman, Kecamatan Trawas, Kabupaten Mojokerto sudah mendapatkan sertifikasi organik dari LESOS (Lembaga Sertifikasi Organik Seloliman). Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei 2013 sampai selesai

4.2. Metode Penentuan Responden

Penentuan responden dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* yaitu metode *accidental sampling.* Metode *accidental sampling* merupakan prosedur *sampling* yang memilih sampel dari responden yang paling mudah dijumpai atau diakses yaitu pengambilan data dengan cara memberikan kuisioner terhadap responden yang berhasil ditemui pada lokasi tertentu yang memungkinkan untuk menemukan responden. Metode ini digunakan dengan alasan banyaknya populasi konsumen yang merupakan konsumen dari beras organik yang tidak dapat diketahui secara pasti.

Populasi pada penelitian ini adalah konsumen beras organik yang membeli beras organik di MUTOS (Manajemen Usaha Tani Seloliman), karena jumlah

pembeli tidak dapat diketahui secara pasti, maka penentuan responden pada penelitian ini menggunakan metode *accidental sampling*.Besarnya responden pada penelitian ini ditentukan sebanyak 50 orang. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Malhotra (1996) bahwa besarnya responden ditentukan empat atau lima kali jumlah variabel yang dianalisis. Dengan melihat atribut-atribut yang ditentukan dalam penelitian ini yakni berjumlah 12 atribut, sehingga jumlah dikalikan 4 dan diperoleh jumlah responden yang dibutuhkan pada penelitian ini adalah sebanyak 48 atau 50 orang.

4.3. Metode Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder yang bersifat kualitatif dan kuantitatif. Menurut Engel *et al* (1994), data kualitatif adalah data yang dinyatakan dalam bentuk kalimat, simbol, dan data lain yang tidak berbentuk angka seperti : sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Kemudian data tersebut dikuantitatifkan menggunakan *Skala Likert* dengan pemberian skor (1-5).Sedangkan data kuantitatif adalah data yang dinyatakan dalam bentuk angka. Dimana data ini akan bersumber dari data sekunder.

4.3.1. Data Primer

Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama atau pihak yang terlibat langsung dengan permasalahan yang akan dibahas. Data primer pada penelitian didapatkan dengan metode wawancara. Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan secara langsung maupun secara tidak langsung dengan cara berhadapan muka dengan narasumber. Media yang digunakan penelitian dalam pengumpulan data primer adalaah dengan menggunakan kuesioner dan pedoman wawancara.Kuisioner diberikan kepada responden yang mengkonsumsi produk beras organik hasil produksi MUTOS (Manajemen Usaha Tani Seloliman) Kabupaten Mojokerto.

4.3.2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan oleh pihak pengumpul data primer, berguna sebagai pelengkap dari data primer, yang diperoleh dari instansi terkait seperti Badan Pusat Statistik, dan litaratur lain yang terkain dengan topik penelitian ini, seperti hasil penelitian terdahulu, dan lain-lain. Data sekunder yang digunakan antara lain data konsumsi beras organik, data produktivitas beras organik di lokasi penelitian, serta referensi lainnya yang digunakan untuk mendukung penelitian.

4.4. Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan beberapa analisis antara lain :

4.4.1. Analisis Deskriptif

Nazir (2003) menyatakan bahwa analisis deskriptif merupakan suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran maupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari analisis deskriptif adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, aktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. Data yang akan dianalisis secara deskriptif data mengenai karakteristik konsumen data proses keputusan pembelian konsumen. Data karakteristik konsumen adalah jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendidikan, pendapatan, jumlah anggota keluarga, dan lama mengkonsumsi beras organik MUTOS. Sedangkan data proses keputusan pembelian adalah pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan evaluasi pasca pembelian.

Dalam menganalisis akan digunakan tabel frekuensi untuk mengelompokkan data berdasarkan jawaban yang sama, kemudian dipersentasekan berdasarkan jumlah responden. Persentase yang terbesar merupakan faktor yang dominan dari masing-masing variabel yang diteliti.

4.4.2. Skala Likert

Menurut Nazir (2003), skala likert merupakan salah satu skala yang banyak digunakan dalam riset dengan metode analisis kualitatif. Skala likert dikembangkan oleh Rensis Likert di tahun 1932, yang digunakan untuk mengukur

sikap masyarakat. Skala likert berhubungan dengan pernyataan tentang sikap seseorang terhadap sesuatu, misalnya setuju-tidak setuju, senang-tidak senang, dan baik-tidak baik. Responden akan mengisi penyataan dalam skala ordinal berbentuk verbal dalam jumlah kategori tertentu.

Langkah-langkah untuk membuat membuat skala likert:

a. Peneliti mengumpulkan sejumlah pernyataan yang relevan dengan sikap yang akan diukur dan dapat diidentifikasi dengan jelas (positif atau tidak positif).
b. Berikan pernyataan-pernyataan tersebut kepada sekelompok responden untuk diberikan tanggapan. Setiap karakteristik diberikan alternatif pilihan. Responden diminta untuk mengecek tiap *item* pernyataan, apakah menyukai (+) atau tidak menyukai (-). Dari responsi jawaban yang memberikan indikasi 'menyukai' diberikan skor tertinggi (misalnya: 5), dan jawaban 'tidak menyukai' diberikan skor terendah (misal: 1). Dalam hal ini diperlukan konsistensi dari arah sikap yang diperlihatkan (Nazir, 2003). Hasil hitung akan mendapat skor tiap-tiap pernyataan dan skortotal, baik untuk tiap responden maupun secara total untuk seluruhresponden.

Sebelum memberikan interpretasi terhadap hasil penilaian konsumen, terlebihdahulu ditentukan rentang skala penilaian.Untuk mengetahui rentang skalapenilaian, maka perlu juga ditentukan skor maksimum dan skor minimum penilaian yang mungkin diberikan oleh konsumen (Simamora, 2004).

Adapun *range* untuk setiap skala ditentukan dengan menggunakan rumus :

$$R = \frac{(X_{ib} - X_{ik})}{n}$$

Keterangan :

R = *Range* skala

X_{ib} = Skor terbesar/ maksimum yang diperoleh dengan asumsi bahwa semua responden memberikan jawaban sangat penting terhadap setiap atribut i

X_{ik} = Skor terkecil/minimum yang diperoleh dengan asumsi bahwa semua responden memberikan jawaban tidak penting terhadap setiap atribut i

n = Banyaknya kelas yang dibentuk

Karena skor maksimum yang digunakan adalah 5 dan skor minimum adalah 1, maka besarnya *range* untuk evaluasi tingkat kepentingan dan tingkat kinerja atribut beras organik adalah sebagai berikut :

$$R = \frac{5-1}{5} = 0{,}8$$

Setelah interval diketahui maka ditentukan pembagian kelas untuk tingkat kepentingan konsumen terhadap atribut yang dimiliki produk beras organik sebagai berikut :

1.00 - 1.80 = Sangat Tidak Penting
1.81 - 2.60 = Tidak Penting
2.61 - 3.40 = Cukup Penting
3.41 - 4.20 = Penting
4.21 - 5.00 = Sangat Penting

Pembagian kelas tingkat kinerja atribut beras organik menurut penilaian konsumen secara umum digambarkan sebagai berikut :

1.00 - 1.80 = Sangat Tidak Penting
1.81 - 2.60 = Tidak Penting
2.61 - 3.40 = Cukup Penting
3.41 - 4.20 = Penting
4.21 - 5.00 = Sangat Penting

Setelah diketahui tingkat kepentingan dan tingkat kinerja, maka akan diketahui nilai sikap (Ao) yang merupakan perkalian antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja. Besarnya *range* untuk kategori sikap konsumen terhadap beras organik adalah :

$$R = \frac{[(5\text{x}5) - (1\text{x}1)]}{5} = 4{,}8$$

Pembagian kelas nilai sikap (Ao) adalah sebagai berikut :

1.00 - 5.80 = Sangat Negatif
5.81 - 10.61 = Negatif
10.61 - 15.42 = Cukup Positif
15.43 - 20.23 = Positif
20.24 - 25.00 = Sangat Positif

Range untuk kategori sikap total konsumen (Ao) terhadap beras organik adalah :

$$R = \frac{[(25\text{x}8) - (1\text{x}8)]}{5} = 38{,}4$$

Pembagian kelas untuk sikap total konsumen (Ao) adalah sebagai berikut :

8.00 - 46.40 = Sangat Negatif

46.41 - 84.81 = Negatif

84.82 - 123.22 = Cukup Positif

123.23 - 161.63 = Positif

161.64 - 200.04 = Sangat Positif

4.4.3. Analisis Kuantitatif

Dalam penelitian ini analisis kuantitatif yang digunakan adalah uji *Cochran Q Test*, dan analisis multiatribut Fisbein.

1. Uji Asosiasi dengan *Cochran Q Test*

Untuk mengetahui atribut-atribut apa saja yang dianggap sah (valid) untuk suatu sikap konsumen terhadap keputusan pembelian akan produk beras organik MUTOS digunakan metode *Cochran Q Test* dimana peneliti mengeluarkan atribut-atribut yang dianggap tidak sah berdasarkan kriteria-kriteria statistik yang dipakai. Untuk melihat apa saja atribut-atribut beras organik MUTOS yang dipertimbangkan oleh konsumen, terlebih dahulu digunakan 30 responden awal. Dalam metode ini, responden diberikan pertanyaan tertutup, yaitu pertanyaan yang menggunakan pilihan jawaban "Ya" dan "Tidak" terhadap atribut beras organik MUTOS yaitu rasa, warna, kepulenan, gizi, residu pestisida, kemasan, informasi produk, merek, keaslian, keawetan, jaminan, dan harga. Menurut Simamora (2008), untuk mengetahui atribut yang valid, dilakukan tes *Cochran Q* dengan prosedur sebagai berikut :

a. Menentukan hipotesis yang akan diuji, yaitu :

Ho : Kemungkinan semua atribut yang diuji dipertimbangkan oleh seluruh responden.

Ha : Kemungkinan semua atribut yang diuji tidak dipertimbangkan oleh seluruh responden.

b. Mencari Q hitung dengan rumus :

$$Q_{hit} = \frac{(k-1)\left[k\sum_{i}^{k} C_i^2 - \left(\sum_{i}^{k} C_i\right)^2\right]}{k\sum_{i}^{n} R_i - \sum_{i}^{n} R_i^2}$$

Keterangan :

k : Jumlah atribut yang diuji

C_i : Jumlah skor atribut i

R_i : Jumlah skor responden i

c. Penentuan Q tabel dengan $\alpha = 0.05$, derajat kebebasan (dk) = k – 1, maka diperoleh Q_{tab} (0.05 ; dk) dari tabel *Chi Square Distribution.*

d. Keputusan :

Tolak H_o dan terima H_a, jika $Q_{hit} > Q_{tab}$

Terima H_o dan tolak H_a, jika $Q_{hit} < Q_{tab}$

Untuk jawaban YA diberi nilai 1 dan jawaban TIDAK diberi nilai 0. Dalam penelitian ini akan dilakukan kurang lebih 5 kali uji validitas agar memperoleh hasil uji $Q_{hit} < Q_{tab}$ artinya terima H_o yang didefinisikan bahwa kemungkinan semua atribut yang diuji dipertimbangkan oleh responden.

Tabel 3. Daftar Atribut Uji *Cochran Q Test*

No.	Atribut Beras Organik	Ya	Tidak
1.	Apakah anda mempertimbangkan atribut rasa dalam membeli beras organik?		
2.	Apakah anda mempertimbangkan atribut warna dalam membeli beras organik?		
3.	Apakah anda mempertimbangkan atribut kepulenan dalam membeli beras organik?		
4.	Apakah anda mempertimbangkan atribut gizi dalam membeli beras organik?		
5.	Apakah anda mempertimbangkan atribut residu pestisida dalam membeli beras organik?		
6.	Apakah anda mempertimbangkan atribut kemasan dalam membeli beras organik?		
7.	Apakah anda mempertimbangkan atribut informasi produk dalam membeli beras organik?		
8.	Apakah anda mempertimbangkan atribut merek dalam membeli beras organik?		
9.	Apakah anda mempertimbangkan atribut keaslian dalam membeli beras organik?		
10.	Apakah anda mempertimbangkan atribut keawetan dalam membeli beras organik?		
11.	Apakah anda mempertimbangkan atribut jaminan kesehatan dalam membeli beras organik?		
12.	Apakah anda mempertimbangkan atribut harga dalam membeli beras organik?		

Sumber : Data primer diolah 2013

2. Model Sikap Fishbein

Model sikap Fishbein adalah salah satu model multiatribut yang terkenal. Model sikap atribut menggambarkan ancangan yang berharga untuk memeriksa hubungan antara pengetahuan konsumen akan suatu produk dan sikap terhadap produk tersebut berkaitan dengan ciri atau atribut produk. Menurut *Engel et al* (1994), analisis multiatribut Fishbein memberikan hasil berupa gambaran preferensi konsumen yaitu berupa sikap, persepsi, dan penilaian positif atau negatif dari suatu produk. Penilaian dengan analisis multiatribut Fishbein diperoleh dari perhitungan nilai rataan masing-masing atribut untuk seluruh responden, sehingga hasilnya berupa Ao (*Attitude toward the object*), yaitu sikap seseorang terhadap sebuah objek yang dikenali lewat atribut-atribut yang melekat pada objek tersebut. Sebuah objek tersebut dapat dikenali melalui cara melihat, meraba, mencoba, dan menggunakan objek itu untuk sekian waktu lamanya, maka seorang konsumen akan mempunyai sikap tertentu terhadap objek yang dipakai atau digunakannya tersebut.

Biasanya sebelum konsumen mengkonsumsi sebuah objek tentunya ia memiliki suatu harapan-harapan terhadap objek tersebut, sehingga setelah melihat, mencoba, dan menggunakannya, konsumen tersebut dapat menilai apakah objek yang bersangkutan telah sesuai dengan harapannya. Berdasarkan uraian di atas, terlihat bahwa ada dua komponen penting pada pengukuran sikap Fishbein, yaitu adanya evaluasi atau kepentingan dan kepercayaan yang ada pada diri konsumen terhadap suatu objek tertentu.

Model sikap Fishbein dapat menjelaskan dua jenis sikap berdasarkan objek sikap, yaitu sikap terhadap objek dan sikap terhadap perilaku.Sikap dibentuk oleh kepercayaan bahwa suatu objek memiliki beberapa atribut yang diinginkan (bi) dan evaluasi terhadap atribut yang dimiliki suatu objek (ei) (Setiadi, 2010). Bagaimana sikap terhadap suatu objek yang dibentuk oleh kedua komponen di atas dijelaskan dengan rumus sebagai berikut:

$$A_0 = \sum_{i=1}^{n} b_i e_i$$

Keterangan :

Ao : Keseluruhan sikap terhadap suatu objek

bi : Kekuatan kepercayaan bahwa objek memiliki atribut *i*

ei : Evaluasi mengenai atribut *i*

∑ : Penjumlahan dari sejumlah atribut (8 atribut beras organik). Kolom untuk menghitung sikap setiap responden dan baris untuk menghitung rata-rata setiap atribut dan rata-rata sikap secara keseluruhan.

n : Jumlah kepercayaan

Engel, Blackwell, dan Miniard (1994), menjelaskan bahwa hasil analisis Fishbein merupakan suatu gambaran preferensi konsumen yaitu berupa sikap, persepsi, dan penilaian suka atau tidak suka, serta penilaian positif atau negative dari suatu komoditas. Komoditas dinilai dari beberapa atribut yang menjadi kepercayaan utama konsumen terhadap komoditas tersebut.Fishbein menyatakan bahwa jumlah kepercayaan utama tentang suatu objek sikap cenderung tidak lebih dari tujuh hingga Sembilan buah karena dibatasi dengan kapasitas konsumen dalam menerjemahkan dan mengintegrasikan informasi.

Menurut Engel, Blackwell, dan Miniard (1994) menyatakan bahwa kekuatan kepercayaan diukur dengan skala bipolar yang menggunakan 7 angka skala yang menggambarkan *perceived likehood* mulai dari "*very likely*" (+3) sampai "*very unlikely*" (-3), mereka menggunakan skala -3 sampai dengan +3. Mereka pun menyatakan bahwa evaluasi suatu atribut objek diukur dalam skala ganjil bipolar dari mulai "*very bad*" (-3) sampai "*very good*" (+3). Para peneliti membuat instrumen pengukuran dengan menyesuaikannya kedalam bahasa Indonesia agar lebih mudah dipahami. Istilah sangat baik (*very good*) dan sangat buruk (*very bad*) pada pengukuran ei diubah dengan istilah sangat penting sampai tidak penting. Komponen ei yang menggambarkan evaluasi atribut, diukur secara khas pada sebuah skala evaluasi 5 (lima) angka dengan intensitas dari "sangat penting" hingga "sangat tidak penting". Sebagai contoh :

Mutu beras organik MUTOS :

Sangat penting __:__:__:__:__ Sangat tidak penting

-2 -1 0 +1 +2

Komponen bi menggambarkan seberapa kuat konsumen percaya bahwa beras organik MUTOS memiliki atribut yang diberikan. Kepercayaan biasanya diukur

pada skala dengan 5 (lima) angka dari kemungkinan yang disadari oleh konsumen yang berjajar dari “sangat baik” hingga “sangat tidak baik”. Sebagai contoh :

Mutu beras organik MUTOS :

Sangat baik __:__:__:__:__ Sangat tidak baik

-2 -1 0 +1 +2

Selanjutnya respon rataan dikalkulasikan untuk setian pengukuran bi dan ei, serta sewaktu menafsirkan hasil ini skala bi dan ei berkisar dari skor maksimum +2 hingga skor minimum -2. Untuk mengestimasi sikap terhadap masing-masing atribut, digunakan indeks ∑biei, setiap skor kepercayaan harus lebih dahulu dikalikan dengan skor evaluasi yang sesuai, agar menghasilkan total skor ∑biei setelah dijumlahkan untuk masing-masing atribut, sehingga sikap konsumen terhadap produk tersebut akan diketahui.