

BAB IV METODE PENELITIAN

4.1 Metode Penentuan Lokasi dan Waktu Penelitian

Penentuan tempat penelitian ini dilaksanakan di Malang. Metode yang digunakan untuk penentuan lokasi penelitian diambil secara purposive, yaitu metode untuk memperoleh informasi dari sasaran-sasaran sampel tertentu yang disengaja oleh peneliti, karena sesuai dengan tujuan penelitian (Zulganef, 2008). Lokasi penelitian di Lai-lai Supermarket Malang. Penentuan lokasi penelitian dilakukan di Lai-lai Supermarket Malang didasarkan potensi swalayan tersebut merupakan tempat belanja yang menyediakan sayur bayam hijau organik dan anorganik di Kota Malang. Penelitian lapangan dilaksanakan bulan Mei – Juni 2014.

4.2 Metode Penentuan Responden

Metode pengambilan sampel yang akan digunakan adalah *non-probability sampling* karena tidak semua populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi responden dan tidak adanya *sampling frame*. Responden yang akan menjadi sampel adalah responden yang bersedia diwawancarai, pengunjung yang berbelanja di lokasi penelitian dan sedang atau telah membeli sayur bayam hijau organik atau sayur bayam hijau anorganik. Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *accidental sampling*, dimana peneliti berada di tempat penelitian untuk melakukan penyebaran kuisioner ataupun wawancara terhadap responden yang sesuai dengan kriteria peneliti, yakni responden yang mampu memahami pertanyaan dalam kuisioner dan sedang membeli sayur bayam hijau organik maupun sayur bayam hijau anorganik di n Lai-lai Supermarket Malang dapat dijadikan responden dan tidak diketahui jumlah pasti populasi untuk konsumen yang mengkonsumsi sayuran bayam hijau organik dan sayur bayam hijau organik.

Besaran sampel dipengaruhi oleh maksimum eror atau marjin kesalahan dan derajat kepercayaan. Besarnya sampel dapat diketahui dengan cara sebagai berikut (Cooper dan Emory, 1996):

$$n = \frac{p(1-p)}{(\sigma p)^2} + 1$$

Dimana:

n = jumlah sampel

σp = 0,06 = kesalahan proporsi standar (0,05/1.65)

0,1 = margin kesalahan sebesar $\pm 10\%$

1.65 = nilai dari derajat kepercayaan 90%

P = estimasi penyebaran populasi

Nilai p selalu berkisar antara 0 - 1 maka besar $p(1-p)$ dapat dicari sebagai berikut:

$$\text{Jika } p = p(1-p)$$

$$P = p - p^2$$

P maksimum jika

$$\frac{dp}{dp} = 0$$

$$1 - 2p = 0$$

$$P = 0,5$$

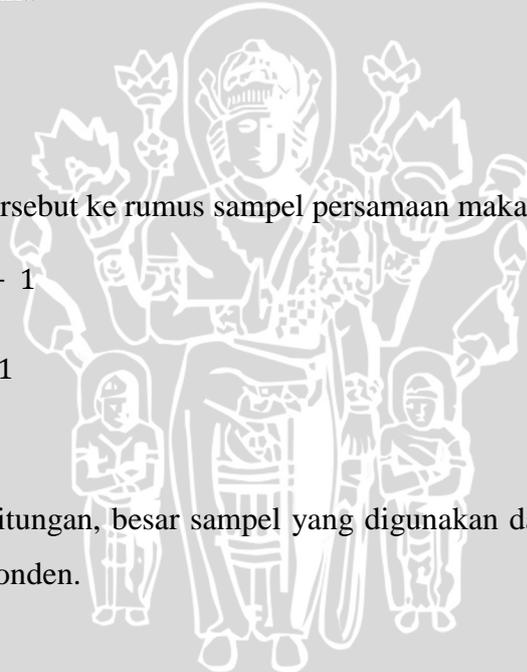
Substitusikan nilai p tersebut ke rumus sampel persamaan maka diperoleh:

$$n = \frac{p(p-1)}{(\sigma p)^2} + 1$$

$$n = \frac{0,25}{(0,06)^2} + 1$$

$$n = 73$$

Dari hasil perhitungan, besar sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 73 responden.



4.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dapat dibagi dua berdasarkan sumber data yang digunakan, yaitu:

4.3.1 Metode Pengumpulan Data Primer

Data primer merupakan data yang didapat pada sumber pertama atau pihak yang terlibat langsung dengan permasalahan yang akan dibahas. Data primer ini dikumpulkan dengan cara:

1. Angket atau kuisisioner

Teknik ini menuntut adanya partisipasi dari responden terhadap obyek penelitian. Media yang digunakan peneliti dalam mengambil data primer ini adalah angket (kuisisioner). Kuisisioner merupakan cara pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden. Responden diharapkan menjawab pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam kuisisioner, menanyakan tingkat persetujuan responden terhadap beberapa pertanyaan berkaitan dengan atribut produk sayur bayam hijau organik. Kuisisioner yang dibuat berbentuk pertanyaan tertutup, semi terbuka, dan terbuka yang diberikan kepada responden. Pertanyaan-pertanyaan yang dikembangkan dari beberapa indikator di atas, antara lain: faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian sayur bayam hijau organik berupa harga, kesegaran, manfaat, label organik, pendapatan, tingkat pendidikan dan usia. Besaran faktor-faktor tersebut berupa skala likert.

Dengan melakukan penyebaran kuisisioner responden mengukur persepsi responden menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono (2007), skala likert merupakan skala yang dipakai untuk mengatur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Pertanyaan dalam kuisisioner dibuat dengan menggunakan skala 1-5 untuk mewakili pendapat dari responden. Nilai untuk skala tersebut adalah:\

- a. Sangat Tidak Setuju
- b. Tidak Setuju
- c. Netral
- d. Setuju
- e. Sangat Setuju

4.3.2 Metode Pengumpulan Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber kedua atau dari sumber-sumber yang tidak terlibat langsung dalam permasalahan, bisa melalui catatan tertulis ataupun tidak tertulis. Data sekunder ini berasal dari literatur maupun penelitian-penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini. Data yang akan didapatkan adalah literatur mengenai atribut produk, perilaku konsumen, keputusan pembelian, sayur bayam hijau organik, dan teknik analisis data serta data-data lain yang terkait dengan penelitian ini. Sumber data yang didapatkan adalah melalui media internet dan buku atau literatur yang terkait dengan penelitian ini yang tersedia di perpustakaan Fakultas Pertanian dan Perpustakaan Pusat Universitas Brawijaya.

4.4 Metode Analisis Data

Suatu data yang dikumpulkan agar bermanfaat, maka harus diolah dan dianalisis terlebih dahulu. Tujuan metode analisis data ini untuk menginterpretasikan dan menarik kesimpulan dari sejumlah data yang terkumpul. Adapun yang menjadi teknik analisis dalam penelitian ini adalah, sebagai berikut:

4.4.1 Analisis Data Kualitatif

Analisis deskriptif kualitatif adalah suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan karakteristik responden yang meliputi umur, tingkat pendapatan, tingkat pendidikan, pekerjaan dan usia. Dari analisis ini akan diperoleh hasil dalam bentuk persen dan jumlah orang responden sesuai dengan karakteristik demografinya.

4.4.2 Analisis Data Kuantitatif

Analisis data kuantitatif digunakan untuk menganalisis faktor-faktor terhadap pengambilan keputusan dalam pembelian sayur bayam hijau organik dan analisis variabel dominan dalam pembelian sayur bayam hijau organik. Analisis faktor-faktor pengambilan keputusan diuji dengan analisis regresi logistik, dan untuk analisis variabel dominan diuji dengan melihat besaran nilai koefisien regresi antar variabel. Selain itu, maka sebelumnya dilakukan uji

terhadap butir-butir pertanyaan dalam kuisioner, yaitu dengan uji validitas dan uji reabilitas.

1. Uji Validitas dan Reabilitas

Uji validitas dan reabilitas dilakukan dengan menguji butir-butir pertanyaan dalam kuisioner. Data diuji agar memperoleh data yang benar-benar handal dan dapat mengukur apa yang diinginkan. Berikut akan dijelaskan mengenai uji validitas dan reabilitas.

a. Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesanggupan suatu alat ukur dalam mengukur pengertian suatu konsep yang diukurnya (Sofyan, 2013). Teknik statistika yang digunakan adalah teknik korelasi *Pearson Product Moment* dengan rumus berikut:

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Dimana:

r = Korelasi *Pearson Product Moment*

n = Jumlah responden yang diuji

X = Skor variabel (jawaban responden)

Y = Skor total dari variabel untuk responden ke- n

Pada penelitian ini uji validitas akan dilakukan dengan bantuan program SPSS (*Statistical Package for Sosial Sciences*). Untuk menentukan nomor-nomor item yang valid dan yang gugur, perlu dikonsultasikan dengan *table r* produk moment. Kriteria penilaian uji validitas adalah:

- 1) Apabila r hitung $>$ r tabel, maka item kuisioner tersebut valid.
- 2) Apabila r hitung $<$ r tabel, maka dapat dikatakan item kuisioner tidak valid.

b. Reabilitas

Reliabilitas menurut Sofyan (2013) bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat ukur dapat dilakukan secara eksternal (*test retest, equivalent*, dan gabungan keduanya) maupun internal (menganalisis konsistensi butir-butir yang ada pada instrumen dengan teknik tertentu). Teknik statistika yang digunakan adalah teknik korelasi *Alpha Cronbach* dengan rumus berikut:

Salah satu metode pengujian reabilitas adalah dengan menggunakan metode Alpha Cronbach. Standar yang digunakan dalam reliabel tidaknya suatu instrumen penelitian umumnya adalah perbandingan antara nilai r hitung dengan r tabel pada taraf kepercayaan 95% atau tingkat signifikansi 5% dengan rumus:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum Si^2}{Si^2} \right)$$

Dimana:

Keterangan:

r_{ii} = Koefisien korelasi (konsistensi internal)

k = Cacah butir

Si^2 = Ragam butir ke- i

Si = Ragam total

2. Analisis Model Logit

Metode analisis data yang digunakan untuk menjawab tujuan penelitian ini diuraikan sebagai berikut:

Tabel 4. Hubungan Y_i dengan Probabilitas

Y_i	Probabilitas
0	$1 - P_i$
1	P_i
Total	1

Sumber: Gujarati, 2003

Tujuan 1: faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam pembelian sayuran bayam hijau organik dianalisis dengan Analisis Regresi Logistik (logit)

Model persamaan logit dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \beta_7 X_7 + e$$

Dimana:

Y = keputusan pembelian sayur bayam hijau organik

$Y = 1$; berkeputusan membeli sayur bayam hijau organik

$Y = 0$, berkeputusan tidak membeli sayur bayam hijau organik

β = Koefisien

X_1 = Harga; skor atau nilai 1-5 seperti dalam definisi operasional

X_2 = Kesegaran; skor atau nilai 1-5 seperti dalam definisi operasional

X_3 = Manfaat; skor atau nilai 1-5 seperti dalam definisi operasional

- X_4 = Label Organik; skor atau nilai 1-5 seperti dalam definisi operasional
 X_5 = Pendapatan; skor atau nilai 1-5 seperti dalam definisi operasional
 X_6 = Pendidikan; skor atau nilai 1-5 seperti dalam definisi operasional
 X_7 = Usia; skor atau nilai 1-5 seperti dalam definisi operasional
e = kesalahan

Setelah diperoleh data dari hasil analisis regresi logistik maka langkah berikutnya adalah melakukan pengujian data terhadap model dan hasil analisis tersebut. Uji model ini mencakup:

a. Pengujian seluruh model (Uji G)

Uji G digunakan untuk melihat apakah semua parameter dapat dimasukkan ke dalam model dengan melihat nilai X^2 hitung (chi-square). Jika nilai X^2 hitung lebih besar daripada X^2 tabel, maka dapat disimpulkan bahwa parameter dapat dimasukkan ke dalam model.

b. Uji Likelihood

Uji Log Likelihood ini digunakan untuk melihat keseluruhan model atau "Overall Model Fit", dimana terdapat kriteria pengujian yaitu :

Bila "Log Likelihood" pada "Block Number" = 0 lebih besar dari pada nilai "Log Likelihood" pada "Block Number" = 1 maka dapat dikatakan model regresi tersebut baik.

Bila "Log Likelihood" pada "Block Number" = 0 lebih kecil daripada nilai "Log Likelihood" pada "Block Number" = 1 maka dapat dikatakan model regresi tersebut tidak baik.

Dari hasil analisis logit, nilai "Log Likelihood" = 1 dapat dilihat dari kolom *model summary*, sedangkan untuk melihat nilai "Log Likelihood" = 0 dapat dilihat dari kolom *iteration history*. Kemudian nilai dari masing-masing kolom tersebut dibandingkan satu sama lain, kemudian disesuaikan dengan pernyataan di atas.

c. Uji *Goodness Of Fit* (R^2)

Goodness Of Fit digunakan untuk mengetahui ukuran ketepatan model yang dipakai, dinyatakan dengan berapa persen variabel tak bebas dapat dijelaskan oleh variabel bebas yang dimasukkan ke dalam model regresi logit. Pada hasil analisis logit nilai *Goodness Of Fit* dapat dilihat pada kolom *model summary*, tepatnya dengan melihat nilai "Cox & Snell" atau "Nagelkerke R Square".

Nilai tersebut menunjukkan berapa persen variabel bebas yang dimasukkan dalam model, dapat menjelaskan variabel terikat yaitu keputusan untuk membeli benih jagung hibrida. Nilai dari R² pada penelitian ini dapat dilihat dari nilai *Nagelkerke R-square*.

d. Uji Wald

Uji Wald digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat (Ghozali, 2001). Ini berarti uji Wald digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan Y, apakah variabel X₁ sampai X_n benar-benar berpengaruh terhadap variabel Y (keputusan pembelian) secara terpisah atau pasrial. Hipotesisnya adalah sebagai berikut:

$$H_0 : \beta_1 = 0$$

Artinya, tiap komponen variabel bebas (ekonomi, kualitas, ekuitas merek dan sosial) tidak mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian sayuran bayam hijau organik.

$$H_1 : \beta_1 \neq 0$$

Artinya, tiap komponen variabel bebas (ekonomi, kualitas, ekuitas merek dan sosial) mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian sayuran bayam hijau organik. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan Exp (B) pada variabel bebas yang diperoleh dari analisis regresi logistik dengan p-value pada tingkat kepercayaan 99%-80%. Rumus uji Wald adalah sebagai berikut:

$$Wald = \left(\frac{B}{S.E} \right)^2$$

Keterangan:

B = koefisien regresi logistik

S.E = standar error

3. Analisis Variabel Dominan

Faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian sayuran bayam hijau organik dianalisis dengan metode analisis regresi logistik

Model persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \beta_7 X_7 + e$$

Keterangan:

Y = keputusan pembelian sayur bayam hijau organik

Y = 1; berkeputusan membeli sayur bayam hijau organik

$Y = 0$, berkeputusan tidak membeli sayur bayam hijau organik
 α = konstanta
 β = Koefisien
 X_1 = Harga; skor atau nilai 1-5 seperti dalam definisi operasional
 X_2 = Kesegaran; skor atau nilai 1-5 seperti dalam definisi operasional
 X_3 = Manfaat; skor atau nilai 1-5 seperti dalam definisi operasional
 X_4 = Label Organik; skor atau nilai 1-5 seperti dalam definisi operasional
 X_5 = Pendapatan; skor atau nilai 1-5 seperti dalam definisi operasional
 X_6 = Pendidikan; skor atau nilai 1-5 seperti dalam definisi operasional
 X_7 = Usia; skor atau nilai 1-5 seperti dalam definisi operasional
 e = kesalahan

Untuk mengetahui faktor (harga, manfaat, kesegaran, label organik, pendapatan, pendidikan dan usia) manakah yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian sayur bayam hijau organik dan sayur bayam hijau anorganik (Y), maka dapat diketahui dengan menggunakan nilai koefisien beta yang tersandariasi (*Standardized Coefficient Beta*). Nilai koefisien beta yang tersandarisasi pada faktor yang mempengaruhi pembelian (harga, manfaat, kesegaran, label organik, pendapatan, pendidikan dan usia) sayuran bayam hijau organik yang paling tinggi yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian sayur bayam hijau organik dan sayur bayam hijau anorganik (Y), sehingga nantinya akan diketahui faktor manakah yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap pembelian sayuran bayam hijau organik.

