

## IV. METODE PENELITIAN

### 4.1. Metode Penentuan Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di CV. Prima Investama, Dusun Sonotengah, Desa Kebonagung, Kecamatan Pakisaji, Kabupaten Malang. Penentuan lokasi ini dilakukan secara *purposive* atas dasar pertimbangan bahwa CV. Prima Investama merupakan salah satu produsen jamur tiram putih di Kabupaten Malang. Perusahaan ini bergerak di bidang produksi jamur tiram putih beserta media tanamnya. Akan tetapi produk yang dipasarkan hanya jamur tiram putih segar saja. Penelitian dilakukan pada bulan Maret 2015 sampai bulan April 2015.

### 4.2. Metode Penentuan Responden

Menurut Indriantoro dan Supomo (2002), populasi adalah sekumpulan orang, suatu kejadian atau segala sesuatu yang memiliki karakteristik tertentu. Anggota populasi disebut elemen populasi. Seorang peneliti bisa melakukan penelitian kepada semua elemen populasi atau sebagian dari elemen populasi yang biasa disebut penelitian sampel. Sampel ini kemudian diharapkan bisa mewakili seluruh populasi yang diteliti.

Teknik pengambilan responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling*. Teknik tersebut merupakan pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk menjadi sampel (Sugiyono, 2011). Sedangkan metode yang digunakan dalam pengambilan responden adalah *Quota Sampling*. Menurut Sangadji dan Sopiah (2013), teknik sampel kuota ini dilakukan dengan tidak berdasar pada strata atau daerah, akan tetapi pada jumlah responden yang telah ditentukan. Dalam pengumpulan data, responden yang memenuhi syarat dihubungi, tanpa menghiraukan dari jenis konsumen yang membeli jamur tiram putih maupun konsumen yang membeli baglog. Dalam metode ini responden yang dihubungi biasanya responden yang mudah ditemui sehingga pengumpulan datanya mudah. Hal lain yang diperhatikan dalam metode ini adalah terpenuhinya jumlah responden yang telah ditetapkan.

Menurut Sugiyono (2011), dalam penelitian *multivariate* (metode statistik yang memungkinkan kita melakukan penelitian terhadap lebih dari dua variabel secara bersamaan), penentuan jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel baik variabel bebas maupun variabel terikat. Penelitian ini mempunyai 5 variabel yakni keputusan pembelian sebagai variabel terikat dan produk, harga, promosi, distribusi sebagai variabel bebas. Jadi, jumlah minimal anggota sampel untuk penelitian ini adalah 50 orang. Responden yang digunakan adalah konsumen jamur tiram putih dan konsumen produk lain seperti baglog dan bibit yang dijual CV. Prima Investama dan yang ditemui oleh peneliti selama penelitian berlangsung dengan rentang waktu pembelian 6 bulan, karena dalam rentang waktu tersebut keadaan atribut-atribut yang digunakan semua masih sama.

#### 4.3. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode survei. Menurut Singarimbun (1995), penelitian survei adalah penelitian yang mengambil sampel dari populasi dan alat untuk mengumpulkan data dari penelitian ini adalah kuisisioner. Penelitian survei ini salah satunya bersifat penjelasan (*explanatory research*), yaitu penelitian yang menjelaskan hubungan sebab akibat antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis.

##### 4.3.1. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden oleh seorang peneliti (Indriantoro dan Supomo, 2002). Data primer ini diperoleh langsung melalui wawancara yang dilakukan kepada responden dengan alat bantu kuisisioner. Sedangkan data sekunder adalah data yang tidak secara langsung diperoleh dari responden. Data sekunder ini bisa didapatkan dari arsip perusahaan maupun pihak lain yang terkait, seperti data profil perusahaan dan lain-lain.

#### 4.3.2. Teknik Pengumpulan Data

##### 1. Wawancara

Menurut Singarimbun (1995), salah satu metode pengumpulan data yang paling penting dalam penelitian survei adalah wawancara. Wawancara adalah suatu proses interaksi antara responden dan peneliti yang disampaikan secara langsung. Dalam hal ini peneliti mendapatkan data dengan bertanya langsung kepada responden yaitu konsumen jamur tiram putih segar di CV. Prima Investama. Pertanyaan yang diberikan secara langsung kepada responden dapat lebih mengarahkan responden untuk menjawab sesuai tujuan pertanyaan kita dan juga dapat mempermudah peneliti dalam merekap hasil data yang diperoleh untuk kemudian diolah. Alat bantu yang digunakan pada saat wawancara berlangsung adalah kuisisioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan untuk diajukan kepada responden.

##### 2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu cara pengumpulan data yang diperoleh dari perusahaan, literatur atau pihak lain yang terkait. (Sugiyono, 2002). Cara ini bisa dilakukan untuk mengumpulkan data sekunder seperti profil perusahaan dan lain lain.

#### **4.4. Metode Analisis Data**

Menurut Indriantoro dan Supomo (2002), analisis data penelitian merupakan bagian dari pengujian data setelah proses pemilihan dan pengumpulan data. Tujuan dilakukan analisis data adalah mengolah data yang telah didapatkan selama penelitian untuk kemudian dianalisis menjadi sebuah hasil untuk menjawab hipotesis yang telah dibuat. Adapun bentuk analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

##### 1. Analisis deskriptif

Analisis ini digunakan untuk mendeskripsikan beberapa hal, antara lain : karakteristik lokasi penelitian, responden yang diteliti dan juga digunakan untuk menguraikan pemecahan masalah penelitian yang didasarkan pada teori dari para pakar, sehingga dapat diketahui sejauh mana tingkat kebenaran dari langkah-langkah pemecahan masalah dari penelitian ini.

## 2. Analisis kuantitatif

### a. Uji Validitas dan Reliabilitas

Menurut Singarimbun (1995), validitas adalah mengukur sejauh mana ketepatan suatu alat ukur menjalankan fungsi ukurnya. Suatu tes bisa dikatakan memiliki validitas tinggi jika alat ukurnya bisa memberikan hasil yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran. Artinya, hasil tersebut bisa menjelaskan secara tepat fakta yang terjadi di tempat penelitian. Uji validitas ini bisa dihitung dengan membandingkan nilai  $r$  hitung (*correlated item-total correlation*) dengan nilai  $r$  tabel. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dan bernilai positif maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

Reliabilitas berasal dari kata *reliability* yang berarti sejauh mana suatu pengukuran dapat dipercaya atau dapat diandalkan Singarimbun (1995). Suatu hasil pengukuran dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subyek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama pula. Hal tersebut bisa menunjukkan kekonsistenan data yang diuji. Suatu variabel bisa disebut reliabel jika nilai yang ditunjukkan pada *Cronbach Alpha*  $>$  0,60.

### b. Analisis Regresi Logit

Pengujian data secara kuantitatif ini akan dilakukan menggunakan analisis regresi logit. Model logit adalah model regresi dimana variabel terikat merupakan variabel dummy yang biasanya bernilai 1 jika suatu peristiwa terjadi, dan akan bernilai 0 jika peristiwa tersebut tidak terjadi (Gujarati,1991). Analisis regresi logit ini digunakan untuk melihat seberapa besar variabel bauran pemasaran beserta atributnya (variabel bebas) memiliki peluang untuk mempengaruhi keputusan pembelian sebagai variabel terikat. Selain itu, bisa juga digunakan untuk melihat atribut mana yang paling dominan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian. Adapun persamaan atau model logit menurut Nachrowi dalam Putri (2006), yang dipakai dalam penelitian ini sebagai berikut :

$$P = E(Y=1/X) = \frac{1}{1 + e^{-z}} \dots\dots\dots (1)$$

Dimana :

$$Y = a + b_{1.1}X_{1.1} + b_{1.2}X_{1.2} + b_{1.3}X_{1.3} + b_{1.4}X_{1.4} + b_{2.1}X_{2.1} + b_{2.2}X_{2.2} + b_{2.3}X_{2.3} + b_{3.1}X_{3.1} + b_{3.2}X_{3.2} + b_{4.1}X_{4.1} + b_{4.2}X_{4.2} + e$$

Y adalah variabel terikat yang dalam hal ini adalah keputusan pembelian jamur tiram putih, dimana Y = 1 jika konsumen memutuskan untuk membeli jamur tiram putih produksi CV. Prima Investama. Model tersebut menunjukkan probabilitas konsumen membeli jamur tiram putih, jika P adalah probabilitas konsumen untuk membeli maka 1-P adalah probabilitas konsumen untuk tidak membeli jamur tiram putih. Persamaan untuk 1-P adalah :

$$1-P = 1 - \frac{1}{1 + e^{-Z}} \dots\dots\dots(2)$$

Selanjutnya persamaan (1) dan (2) diubah menjadi :

$$\frac{P}{1-P} = \frac{\left(\frac{1}{1+e^{-Z}}\right)}{1-\frac{1}{1+e^{-Z}}} = \frac{1}{e^{-Z}} = e^Z \dots\dots\dots(3)$$

$\frac{P}{1-P}$  adalah Odd, yakni perbandingan antara kemungkinan konsumen yang membeli jamur tiram putih dan petani yang tidak membeli jamur tiram putih. Dengan menggunakan Ln diperoleh persamaan :

$$Li = \ln \left(\frac{P}{1-P}\right) = Z = b_0 + b_1X_1 \dots\dots\dots(4)$$

Dengan memasukkan atribut bauran pemasaran yang mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian jamur tiram putih maka persamaan logitnya sebagai berikut :

$$Y = a + b_{1.1}X_{1.1} + b_{1.2}X_{1.2} + b_{1.3}X_{1.3} + b_{2.1}X_{2.1} + b_{2.2}X_{2.2} + b_{3.1}X_{3.1} + b_{3.2}X_{3.2} + b_{4.1}X_{4.1} + b_{4.2}X_{4.2} + e$$

Keterangan :

- Y = Dummy keputusan pembelian jamur tiram putih
- Y = 1, jika konsumen membeli jamur tiram putih segar CV. Prima Investama
- Y = 0, jika konsumen tidak membeli jamur tiram putih (membeli baglog atau bibit jamur) di CV. Prima Investama
- a = Konstanta
- b<sub>1.1</sub>.....b<sub>1.3</sub> = Koefisien variabel produk

- $b_{2,1} \dots b_{2,3}$  = Koefisien variabel harga  
 $b_{3,1} \dots b_{3,2}$  = Koefisien variabel promosi  
 $b_{4,1} \dots b_{4,2}$  = Koefisien variabel distribusi  
 $X_1$  = Variabel Produk (terdiri dari :  $X_{1,1}$  Kemasan,  $X_{1,2}$  Ukuran,  $X_{1,3}$  Kualitas)  
 $X_2$  = Variabel Harga (terdiri dari :  $X_{2,1}$  Harga produk,  $X_{2,2}$  Persepsi harga)  
 $X_3$  = Variabel promosi (terdiri dari :  $X_{3,1}$  Promosi penjualan,  $X_{3,2}$  Penjualan perseorangan)  
 $X_4$  = Variabel distribusi (terdiri dari :  $X_{4,1}$  Tempat,  $X_{4,2}$  Jangkauan Produk)  
 $e$  = eror

Setelah itu, kemudian dilakukan pengujian model dan signifikansi parameter sebagai berikut :

1. Uji G (pengujian seluruh model)

Menurut Maharani et al (2007) dalam Melawati (2013), pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah model yang telah dibuat dapat diterima atau tidak. Pada hasil regresi logit yang dilakukan menggunakan program SPSS, uji G ini bisa dilihat dari perbandingan *chi square* ( $\chi^2$ ) pada tabel dan *chi square* pada hasil analisis.

Hipotesis yang digunakan untuk uji G ini adalah :

$$H_0 : b_{1,1} = b_{2,1} = \dots = b_z = 0$$

$$H_1 : \text{sekurang-kurangnya terdapat satu } b \neq 0$$

Statistik uji yang digunakan adalah :

$$G = -2 \ln \left[ \frac{\text{likelihood (model A)}}{\text{likelihood (model B)}} \right]$$

Model B : model yang terdiri dari satu konstanta

Model A : model yang terdiri dari seluruh variabel

G distribusi Chi kuadrat dengan derajat bebas p atau  $G \sim X_p^2$

Jika  $G > X_p^2$  maka  $H_0$  ditolak :  $\alpha$  tingkat signifikansi, jika  $H_0$  ditolak maka model A signifikan terhadap tingkat signifikansi  $\alpha$ .

## 2. Uji Log Likelihood

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui secara keseluruhan apakah semua koefisien dari variabel prediktor sama dengan 0 atau setidaknya tidak ada satu yang tidak sama dengan nol.

- Jika *Log Likelihood* pada *Block Number* = 0 lebih besar dari *Log Likelihood* pada *Block Number* = 1, maka dapat diartikan bahwa model regresi tersebut baik dan sebaliknya.
- Jika *Log Likelihood* pada *Block Number* = 0 lebih kecil dari *Log Likelihood* pada *Block Number* = 1, maka dapat diartikan bahwa model regresi tersebut baik dan sebaliknya.

## 3. Goodness of Fit ( $R^2$ )

Uji *Goodness of Fit* ( $R^2$ ) digunakan untuk menggambarkan seberapa baik model menggambarkan data, dinyatakan dengan berapa persen variabel terikat bisa dijelaskan oleh variabel bebas yang telah dimasukkan dalam model. Rumus *Goodness of Fit* ( $R^2$ ) yang didasarkan pada *likelihood function* adalah :

$$R^2_{\log} = \frac{-2 \log L_0 (-2 \log L_{-1})}{-2 \log L_{-0}}$$

Keterangan :

$L_0$  = nilai maksimum dari *likelihood function* (fungsi probabilitas) jika semua koefisien kecuali intersep bernilai nol.

$L_1$  = nilai dari *likelihood function* untuk semua parameter dalam model.

## 4. Uji Wald

Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai statistik *wald* pada setiap faktor penelitian yang diperoleh dari hasil analisis regresi logit dengan nilai *Chi-Square* tabel pada derajat bebas (df) = 1 dengan taraf signifikansi ( $\alpha$ ) = 95% yaitu 3.841. Apabila nilai statistik *wald* >  $\chi^2$  maka faktor tersebut mempunyai pengaruh yang nyata terhadap keputusan pembelian jamur tiram putih. Apabila nilai statistik *wald* <  $\chi^2$  maka faktor tersebut tidak mempunyai pengaruh yang nyata terhadap keputusan pembelian jamur tiram putih.

#### 5. Uji signifikansi

Pengujian tingkat signifikansi digunakan untuk menguji koefisien regresi dan juga digunakan untuk angka signifikansinya. Pengujian hipotesisnya dilakukan dengan cara membandingkan tingkat signifikansi yang tertera pada hasil analisis dengan tingkat signifikansi yang dipilih, dalam penelitian ini digunakan tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%$ , dengan ketentuan :

- Jika signifikansi  $\leq 5\%$ , maka variabel independen (atribut bauran pemasaran) benar-benar berpengaruh terhadap variabel dependennya (keputusan pembelian)
- Jika signifikansi  $\geq 5\%$ , maka variabel independen (atribut bauran pemasaran) benar-benar tidak berpengaruh terhadap variabel dependennya (keputusan pembelian)

#### 6. Efek Marginal

Efek marginal merupakan salah satu pengujian dalam analisis regresi logit. Nilai efek marginal menunjukkan besarnya peluang kemungkinan dalam pengambilan keputusan membeli jamur tiram putih yang dipengaruhi oleh setiap variabel bebas. Menurut Suwardi dalam Sabatini (2013), nilai marginal efek mewakili rata-rata kemungkinan untuk pengambilan keputusan ketika nilai variabel bebas berubah satu satuan. Nilai positif dan negatif yang dihasilkan menunjukkan hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat apakah menaikkan atau menurunkan.

Menurut Masruroh dalam Ade (2006), nilai efek marginal bisa didapatkan melalui rumus :

$$ME = \frac{\partial P_i}{\partial X_i} = \beta_i P_i (1-P_i)$$

Keterangan :

P = Probabilitas dalam mengambil keputusan

B<sub>i</sub> = Koefisien Regresi ke-i

Efek marginal ini dilakukan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan di bagian 3.2. Jika nilai efek marginal bernilai positif maka terima H1 dan tolak H0, dimana H1 berarti semua atribut dari variabel produk, harga, promosi dan distribusi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian jamur tiram putih dan H0 berarti atribut dari variabel produk, harga, promosi dan distribusi berpengaruh negatif



terhadap keputusan pembelian jamur tiram putih di CV. Prima Investama. Pengujian ini dilakukan sekaligus untuk menjawab hipotesis yang kedua dimana atribut yang berpengaruh paling dominan adalah kualitas produk. Jika hasil yang paling dominan atau paling besar ditunjukkan oleh kualitas produk maka terima  $H_1$  dan tolak  $H_0$ , dimana  $H_1$  berarti atribut kualitas berpengaruh paling dominan dan  $H_0$  berarti ada atribut lain yang berpengaruh paling dominan.

