

IV. METODE PENELITIAN

4.1. Metode Penentuan Lokasi dan Waktu Penelitian

Penentuan lokasi penelitian ini dilakukan secara *purposive* atau sengaja dengan pertimbangan tertentu. Kota Malang memiliki menjual berbagai macam beras baik curah maupun yang dijual menggunakan kemasan. Kota Malang terdiri dari beberapa kecamatan yaitu Kecamatan Kedung Kandang, Kecamatan Sukun, Kecamatan Klojen, Kecamatan Blimbing dan Kecamatan Lowokwaru. (BPS Kota Malang, 2014).

Daerah penelitian yang ditetapkan yaitu pada Pasar Merjosari, Pasar Tawangmangu, *Smesco Mart*, Persada, Swalayan Grosir, Giant, Swalayan Elok, Toko 57, Pasar Karangploso, Toko Sembako 1, Toko Sembako 2, Toko Beras, UD Makmur, dan Sardo. Pemilihan pasar tradisional maupun pasar modern secara sengaja (*purposive*) dengan mempertimbangkan bahwa pasar modern dan pasar tradisional menjual produk yang akan diteliti.

4.2. Metode Penentuan Responden

Pada penelitian ini menggunakan teknik dengan teknik *non probability sampling*, yaitu dengan metode *accidental sampling*. *Non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2011). Dengan demikian hanya konsumen yang membeli beras berlabel saja yang menjadi responden dalam penelitian ini. Sedangkan *accidental sampling* adalah sebuah metode yang proses pengambilan sampelnya cukup dengan mengambil siapa saja yang kebetulan ditemui oleh peneliti dilapangan sesuai kebutuhan studinya (Prijana, 2005). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah siapa saja konsumen beras berlabel yang sedang membeli serta ditemui peneliti saat berada didaerah penelitian. Kriteria responden yang ditetapkan peneliti yaitu responden yang bersedia diwawancarai dan bersedia mengisi kuesioner yang telah dipersiapkan oleh peneliti.

Menurut Malhotra (2005) penentuan jumlah sampel atau responden adalah minimal empat atau lima kali dari jumlah variabel atribut yang ditentukan.

Berdasarkan penjelasan tersebut peneliti menetapkan sampel yang diambil sebanyak 100 responden yang diperoleh dari 50 responden pembeli beras berlabel di Pasar Tradisional dan 50 responden pembeli beras berlabel di Pasar Modern. Karena menurut Bilson Simamora (2005) untuk melakukan penelitian analisis faktor sebaiknya sampel berjumlah 100 atau lebih dan jangan melakukan penelitian analisis faktor jika sampel kurang dari 50.

4.3. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dilihat dari sumber datanya adalah data primer dan data sekunder. Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sedangkan sumber data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung kepada pengumpul data misalnya melalui perantara orang lain atau lewat dokumen (Sugiyono, 2011).

1. Data Primer

Data primer adalah data yang didapatkan dari hasil wawancara terkait kuesioner dengan responden dan hasil pengisian kuesioner oleh responden yang membeli beras berlabel. Kuesioner berisi daftar pertanyaan tentang atribut-atribut produk yang sudah ditetapkan sebelumnya. Tujuan pengisian kuesioner adalah untuk tabulasi data sehingga dapat digunakan untuk menganalisis atribut-atribut apa saja yang menjadi pertimbangan konsumen membeli produk beras berlabel.

2. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini didapatkan dari hasil referensi penelitian terdahulu baik berupa jurnal maupun buku. Serta didukung dengan data dari Badan Pusat Statistik melalui internet.

4.4. Metode Analisis Data

Analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah Analisis Deskriptif dan Analisis Faktor (Uji Interdependensi Variabel-variabel, Ekstraksi Faktor, Faktor Sebelum Rotasi dan rotasi faktor).

4.4.1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk melihat karakteristik konsumen pembeli beras berlabel di pasar tradisional dan pasar modern yang berada di Kecamatan Lowokwaru. Data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner ditabulasikan dalam kerangka yang telah disiapkan, kemudian data primer tersebut dianalisis untuk melihat hasil yang diperoleh. Karakteristik konsumen yang akan dianalisis meliputi usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan, pendapatan dan rata-rata konsumsi beras perbulan.

4.4.2. Analisis Faktor

Analisis faktor-faktor yang terbentuk dalam pengambilan keputusan pembelian beras berlabel ini menggunakan analisis faktor (*factor analysis*). Menurut Zikmund dan Babin (2013) mendefinisikan analisis faktor merupakan sebuah teknik untuk mengidentifikasi secara statistik faktor-faktor yang jumlahnya telah dikurangi dari variabel-variabel yang diukur yang jumlahnya lebih besar. Tujuan analisis faktor adalah untuk menjelaskan struktur hubungan antar variabel dalam pembentukan faktor. Langkah-langkah hasil analisis faktor adalah sebagai berikut:

1. Uji Interdependensi Variabel-variabel

Pada tahap ini dilakukan pengujian keterkaitan antar variabel, jika terdapat variabel yang tidak mempunyai korelasi dengan variabel lain akan dikeluarkan dari analisis. Pengujian ini dilakukan melalui pengamatan terhadap matriks korelasi, nilai determinasi, nilai *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO), dan hasil uji *Barlett's*.

a. Ukuran kecukupan sampling (*Measure Sampling Adequacy* atau MSA)

MSA merupakan indeks yang dimiliki setiap variabel yang menjelaskan apakah sampel yang diambil dalam penelitian cukup untuk membuat variabel-variabel yang ada terkait secara parsial. Jika variabel-variabel tersebut memiliki $MSA < 0,5$ maka akan dikeluarkan dari analisis.

b. Nilai Determinan

Nilai determinan matriks korelasi dengan nilai 0, sehingga matriks korelasi dapat dikatakan memiliki tingkat saling keterkaitan yang mencukupi.

c. Nilai *Kaiser-Mayer-Olkin* (KMO)

Jika nilai KMO lebih dari 0,5 maka dianggap mencukupi, karena $KMO > 0,5$ memberikan informasi bahwa analisis faktor merupakan pilihan yang tepat.

d. Uji *Barlett's*

Jika nilai *Barlett's Test of Sphericity* lebih besar dengan taraf signifikansi 0,000 $< 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel tersebut saling berkorelasi dan jika memiliki signifikansi 0,000 menunjukkan bahwa matriks korelasi cocok untuk analisis faktor.

2. Ekstraksi Faktor

Metode yang digunakan untuk ekstraksi adalah *Principal Component Analysis* (PCA) yang dapat memaksimalkan persentase varian yang mampu dijelaskan oleh model. Dalam menentukan jumlah faktor yang dapat diterima atau layak dapat dilihat dari:

- a. *Eigen Value* suatu faktor besarnya ≥ 1
- b. Faktor dengan persentase varian $> 5\%$
- c. Faktor dengan persentase kumulatif $< 60\%$

3. Faktor Sebelum Rotasi

a. Matriks Faktor Sebelum Rotasi

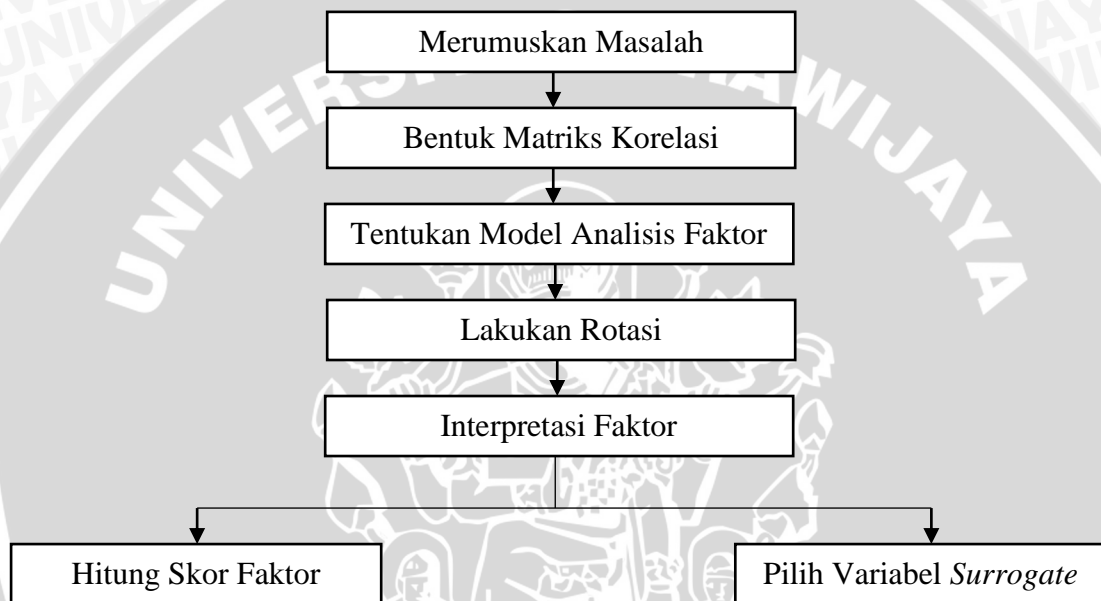
Matriks faktor sebelum rotasi merupakan model awal yang diperoleh sebelum dilakukan rotasi. Koefisien yang ada pada model setiap faktor diperoleh setelah proses pembekuan terlebih dahulu, koefisien (*loading factor*) yang memiliki tingkat signifikan $> 0,5$ mewakili faktor yang terbentuk.

b. Statistik Awal

Terjadinya penurunan pada nilai komunalitas dari hasil ekstraksi faktor pada statistik awal dikarenakan pada statistik awal dihasilkan faktor-faktor hasil ekstraksi. Indikator-indikator asal dengan jumlah yang sama dengan variabel-variabel tersebut. Nilai komunalitas baru setelah mengalami penurunan harus memiliki nilai $> 0,5$. Jika dijumpai indikator yang memiliki komunalitas $< 0,5$ maka berdampak pada sebagian besar proporsi varian yang terjadi tidak bisa dijelaskan oleh faktor bentuk setelah pembatasan jumlah faktor. Jika terdapat nilai komunalitas yang terendah maka dapat dihilangkan dari proses selanjutnya.

c. Matriks Korelasi Baru

Matriks korelasi baru diperoleh dengan melakukan pembatasan matriks korelasi baru tidak jauh berbeda dengan matriks korelasi asal. Dari matriks korelasi terdapat beberapa jumlah nilai residu dengan nilai mutlak $> 0,05$. Jika terdapat beberapa jumlah nilai residu dengan nilai mutlak $< 0,05$ dimasukkan dalam kategori bahwa antara koefisien korelasi pada matriks korelasi asal dan koefisien korelasi pada matriks korelasi baru tidak terdapat perbedaan jauh lebih banyak dari pada yang tergolong berubah.



Gambar 4. Langkah-langkah Analisis Faktor (Supranto, 2004)

4. Rotasi Faktor

Rotasi faktor dilakukan untuk menerangkan sebuah struktur data yang sederhana. Statistik yang berkaitan dengan analisis faktor adalah:

- Barlett's Test of Sphericity* yang merupakan Test statistik dengan penggunaan sebagai penguji hipotesis bahwa antar variabel tidak berkorelasi.
- Kaiser-Mayer-Olkin Sampling Adequacy* digunakan untuk menguji ketepatan analisis faktor dengan nilai yang tinggi (0,5-1,0).
- Correlation Matriks F* merupakan korelasi antar semua variabel yang diteliti dan elemen diagonal dihilangkan.

- d. *Communality* yaitu sejumlah varian yang dimiliki semua variabel yang dianalisis atau dapat dikatakan sebagai proporsi varian yang dapat dijelaskan oleh faktor umum.
- e. *Eigen Value* yaitu merupakan nilai yang mewakili total varian yang dijelaskan oleh setiap faktor.

