

IV METODE PENELITIAN

4.1 Metode Penentuan Lokasi dan Waktu

Penelitian mengenai preferensi konsumen beras berlabel dilakukan di kecamatan Klojen, kota Malang. Penentuan lokasi ini dilakukan dengan mempertimbangkan bahwa Provinsi Jawa Timur merupakan salah satu sentra produksi padi di Indonesia, dan Malang adalah salah satu kota besar dengan tingkat konsumen yang tinggi di provinsi tersebut. Kecamatan Klojen merupakan kecamatan ini juga mempunyai penduduk dengan latar belakang status sosial yang beragam dari kelas bawah sampai kelas atas, dan memperoleh beras dengan membeli (bukan memproduksi sendiri). Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei 2016.

4.2 Metode Penentuan Sampel

Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan pendekatan *non probability sampling*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam metode ini adalah teknik *accidental sampling* dimana sampel yang diteliti adalah konsumen beras berlabel di kecamatan Klojen. Pengambilan sampel menggunakan teknik haphazard yaitu suatu sampel pengamatan diperoleh secara sedapatnya (Hermawan, 2005). Sehingga peneliti mengasumsikan jumlah sampel 50 responden sudah representatif. Penelitian ini merupakan studi korelasional maka ditentukan jumlah sampel 50 responden.

4.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Data Primer
 - a. Wawancara dengan menggunakan daftar pertanyaan atau kuesioner yang berkaitan dengan tujuan penelitian yaitu untuk mendapatkan gambaran karakteristik konsumen, proses pengambilan keputusan, preferensi konsumen dan kepuasan konsumen. Data dari responden dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti yang didapatkan dengan menggunakan instrumen kuesioner. Kuesioner disajikan pada lampiran.

- b. Observasi untuk meneliti beberapa segi dari masalah yang dijadikan sasaran untuk memperoleh fakta-fakta yang diperlukan. Dalam penelitian ini observasi dipakai untuk mengamati situasi yang terkait dengan potensi pemasaran beras berlabel.
- c. Dokumentasi yaitu suatu teknik pengumpulan data yang dibutuhkan apabila data tersebut tersedia dalam bentuk tertulis. Metode ini digunakan untuk memperoleh data primer tentang gambaran umum daerah penelitian.

2. Data Sekunder

Data sekunder digunakan untuk melengkapi informasi selama melakukan penelitian yang tidak bisa didapatkan melalui data primer, yaitu yang berasal dari literatur. Data yang didapat dari studi literatur ini berupa data sekunder, yaitu data yang didapat bukan dari sumber pertama. Data juga bisa didapat dari dokumen atau arsip terkait atau bahkan penelitian terdahulu.

4.4 Metode Analisis Data

4.4.1 Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2008), penelitian kualitatif digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah dengan peneliti sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan datanya dilakukan secara triangulasi, analisis datanya bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi. Sama halnya dengan pendapat dari Sukmadinata (2009), yang menyatakan bahwa penelitian kualitatif merupakan penelitian yang mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, pemikiran orang secara individual maupun kelompok. Menurut Nazir (2005), analisis deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk memberi gambaran yang diperoleh, yaitu dengan mendeskripsikan melalui kata-kata atau kalimat yang sistematis mengenai fenomena yang diteliti.

Analisis deskriptif digunakan untuk mendapatkan gambaran tentang identitas dan latar belakang secara keseluruhan serta untuk mengetahui proses pengambilan keputusan konsumen dalam membeli beras berlabel. Langkah awal dalam analisis deskriptif membuat tabel frekuensi sederhana berdasarkan data dan informasi yang diperoleh dari kuesioner. Data tersebut kemudian dikelompokkan berdasarkan

jawaban yang sama, ditabulasikan, kemudian dipresentasikan kemudian diinterpretasikan data hasil tabulasi tersebut.

4.4.2 Analisis Kuantitatif

Data dan informasi yang didapat diolah dan dianalisis secara kualitatif dan kuantitatif. Analisis kualitatif dilakukan untuk mengetahui karakteristik konsumen dan proses pengambilan keputusan yang dilakukan konsumen beras berlabel. Analisis kuantitatif dilakukan dengan menggunakan alat analisis *Customers Satisfaction Index* (CSI) untuk mengukur kepuasan konsumen.

Sebagai indikator skala ukuran kuantitatif untuk tingkat kepentingan menurut persepsi pelanggan dan tingkat kinerja secara nyata dari suatu produk, dinyatakan dalam bentuk tanggapan konsumen terhadap kepuasan digunakan skala Likert (Simamora, 2002). Skala Likert digunakan untuk mengukur tingkat kepentingan atau harapan dan tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut-atribut yang ditanyakan. Berikut kelima penilaian dalam skala Likert untuk tingkat kepentingan:

Tabel 3. Skala Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kepuasan Terhadap Atribut

Nilai Skala	Tingkat Kepentingan	Tingkat Kepuasan
1	Tidak Penting	Tidak Puas
2	Cukup Penting	Cukup Puas
3	Penting	Puas
4	Sangat Penting	Sangat Puas

Sumber: Supranto (2003)

Customers Satisfaction Index (CSI) merupakan metode yang menggunakan indeks untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan atribut-atribut tertentu. Atribut-atribut yang diukur dapat berbeda-beda untuk masing-masing produk, hal ini tergantung pada kebutuhan informasi yang ingin didapatkan produk terhadap konsumen (Massnick dalam Stratford, 2007). Pada penelitian ini indeks kepuasan konsumen merupakan salah satu alat ukur yang dapat digunakan untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dari seluruh atribut beras berlabel.

Tahapan pengukuran *Customer Satisfaction Index* (CSI) terdiri dari tahapan perhitungan yang digunakan untuk menentukan tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut-atribut yang diukur. Metode pengukuran ini meliputi tahap-tahap sebagai berikut:

- a. Menghitung *Mean Importance Score* (MIS) dan *Mean Satisfaction Score* (MSS), yaitu mencari nilai rata-rata tingkat kepentingan yang berasal dari setiap konsumen. Rumusnya:

$$MIS = \frac{(\sum_{i=0}^n Y_i)}{n} \quad MSS = \frac{(\sum_{i=0}^n X_i)}{n}$$

Keterangan:

- n = Jumlah responden
 Y_i = Nilai kepentingan beras berlabel atribut Y ke-i
 X_i = Nilai kinerja beras berlabel atribut X ke-i

- b. Menghitung *Weighting Factors* (WF), yaitu mengubah nilai rata-rata tingkat kepentingan atau *Mean Important Score* (MIS) masing-masing atribut menjadi angka persentase (%) dari total nilai rata-rata tingkat kepentingan untuk seluruh atribut yang diuji. Rumusnya :

$$WF = \frac{MIS_i}{MIS_{total}} \times 100\%$$

Keterangan:

- MIS = Nilai *Mean Importance Score* ke-i
 MIS_{total} = Jumlah total nilai *Mean Importance Score*
 i = Atribut kepentingan ke-i

- c. Menghitung *Weigted Score* (WS), yaitu nilai perkalian antar nilai rata-rata tingkat kinerja atau kepuasan atau *Mean Satisfaction Score* (MSS) masing-masing atribut dengan *Weighting Factors* masing-masing atribut. Rumusnya:

$$WS = WFi \times MSSi$$

Keterangan:

- Wfi = *Weight Factors* ke-i (i=1,2,3,...,n)
 MSS_i = *Mean Satisfaction Score* ke-i (i=1,2,3,...,n)

- d. Menghitung *Weighted Average Total* (WAT), yaitu menjumlahkan *Weigted Score* dari semua atribut. Dalam penelitian ini, atribut berjumlah 11. Rumusnya:

$$WAT = WS_1 + WS_2 + WS_3 + \dots + WS_{11}$$

- e. Menghitung *Customer Satisfaction Index* (CSI), yaitu *Weighted Average Total* (WAT) dibagi *Highest Scale* (HS) atau skala maksimal yang digunakan, kemudian dikali 100%. Rumusnya :

$$CSI = \frac{WAT}{HS} \times 100\%$$

Keterangan:

WAT = *Weight Average Total*

HS = Skala maksimum yang digunakan yaitu 5

Kepuasan tertinggi dicapai bila CSI menunjukkan 100%. Rentang kepuasan berkisar dari 0–100%. Berdasarkan Simamora (2005), untuk membuat skala linier numerik, pertama-tama kita cari rentang skala (RS) dengan rumus:

$$RS = \frac{m - n}{b}$$

Keterangan:

m = Skor tertinggi

n = Skor terendah

b = Jumlah kelas atau kategori yang akan disusun

Rentang skala pada penelitian ini adalah:

$$RS = \frac{100\% - 0\%}{5} = 20\%$$

Berdasarkan rentang skala di atas, maka kriteria kepuasan sebagai berikut:

- a. >80% - 100% = Sangat Puas
- b. >60% - 80% = Puas
- c. >40% - 60% = Cukup Puas
- d. >20% - 40% = Tidak Puas
- e. 0% - 20% = Sangat Tidak Puas

