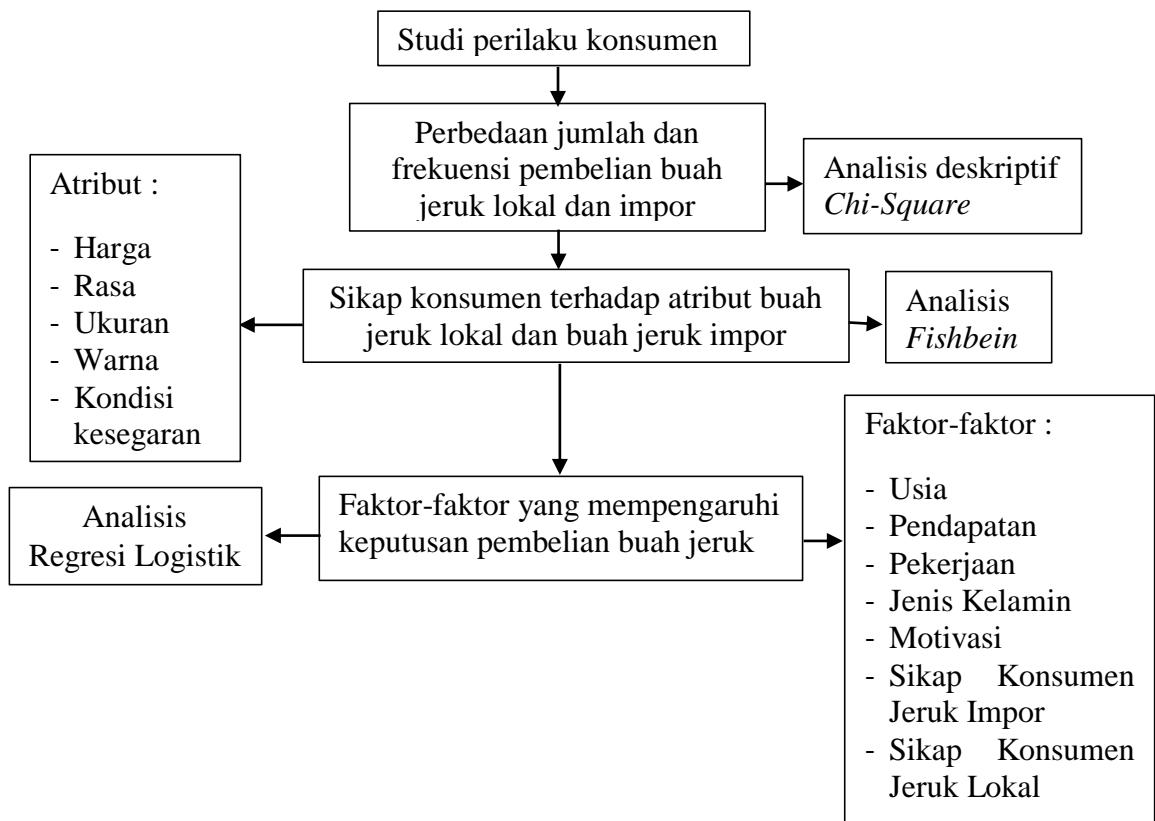


## BAB III

### METODOLOGI

#### 3.1. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran penelitian terkait sikap konsumen terhadap pembelian buah jeruk lokal dan impor dapat dilihat pada Ilustrasi 1.



Ilustrasi 1. Kerangka Pemikiran Sikap Konsumen terhadap Pembelian Buah Jeruk Lokal dan Buah Jeruk Impor di Kabupaten Purworejo.

Ilustrasi 1. menjelaskan tentang kerangka pemikiran penelitian bahwa adanya jeruk impor di pasar nasional menyebabkan persaingan antara buah jeruk lokal dan buah jeruk impor. Terjadinya pergeseran konsumsi dari buah jeruk lokal

menjadi buah jeruk impor dikarenakan jeruk lokal belum dapat menunjukkan keunggulannya dari segi kualitas, kuantitas, dan kontinuitas walaupun sudah ada beberapa keunggulan yang dimiliki seperti kondisi kesegaran dan harga. Buah jeruk lokal harus memiliki keunggulan lain agar dapat memenangkan persaingan dengan jeruk impor di pasar nasional, untuk itu peneliti memahami akan pentingnya mencari tahu seperti apakah sikap konsumen terhadap pembelian buah jeruk lokal dan buah jeruk impor di Kabupaten Purworejo.

Sikap konsumen terhadap pembelian buah jeruk lokal dan impor dapat diteliti melalui pengisian lembar kuesioner yang diberikan kepada konsumen buah jeruk lokal dan impor sebagai responden. Perbedaan jumlah dan frekuensi pembelian buah jeruk lokal dan buah jeruk impor akan di analisis menggunakan analisis deskriptif *Chi Square*. Analisis *Fishbein* digunakan untuk melihat sikap konsumen terhadap pembelian buah jeruk lokal dan impor, atribut yang digunakan dalam analisis *Fishbein* adalah atribut harga, rasa, ukuran, warna dan kondisi kesegaran. Analisis Regresi Logistik digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian buah jeruk di Kabupaten Purworejo, variabel bebas dalam penelitian ini meliputi usia (X1), pendapatan (X2), pekerjaan (X3), jenis kelamin (X4), motivasi (X5), sikap konsumen jeruk impor (X6) dan sikap konsumen jeruk lokal (X7). Variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah Y=1 (kecenderungan membeli jeruk lokal) dan Y= 0 (kecenderungan membeli jeruk impor). Kuesioner yang sudah diisi responden kemudian dikumpulkan dan selanjutnya data diolah dengan analisis deskriptif untuk mendapatkan gambaran umum responden dan analisis deskriptif *Chi-square* untuk melihat perbedaan

jumlah dan frekuensi pembelian buah jeruk lokal dan impor. Analisis *Fishbein* untuk melihat perbedaan sikap konsumen terhadap atribut-atribut pembelian. Uji regresi logistik untuk mendapatkan model persamaan regresi maupun faktor-faktor yang mempengaruhinya.

### **3.2. Waktu dan Tempat Penelitian**

Penelitian dilaksanakan pada bulan Oktober - Desember 2017 yang berlokasi di Kabupaten Purworejo tepatnya di Pasar Tradisional Baledono dan Pasar Tradisional Kutoarjo. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa Pasar Tradisional Baledono adalah Pasar terbesar di Kabupaten Purworejo sedangkan Pasar Tradisional Kutoarjo adalah Pasar terbesar di Kecamatan Kutoarjo Kabupaten Purworejo.

### **3.3. Metode Penelitian dan Pengambilan Sampel**

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Metode survei adalah metode pengumpulan data primer dengan melakukan tanya jawab dengan responden dimana hanya sebagian dari populasi saja yang diambil dan digunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki dari populasi (Sugiyono, 2010). Metode survei dilakukan dengan pengamatan (*observasi*) dan wawancara secara langsung ke lokasi penelitian dengan bantuan kuesioner (Lampiran 1).

Penentuan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dimana pengambilan sampel responden berdasarkan kriteria-kriteria yang telah ditentukan terlebih dahulu oleh peneliti. Penerapan *purposive sampling* dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa kriteria, yaitu:

1. Berusia lebih dari 17 tahun dan sudah dapat mempertanggungjawabkan proses keputusan pembelian yang dilakukan.
2. Responden adalah konsumen buah jeruk yang pernah mengkonsumsi buah jeruk lokal dan buah jeruk impor dalam dua minggu terakhir.
3. Responden sudah pernah membeli buah jeruk minimal satu kali dalam satu bulan.
4. Satu keluarga hanya diambil satu orang yang menjadi responden.

Populasi pada penelitian ini berukuran besar dan jumlahnya tidak diketahui secara pasti maka digunakan rumus (Widiyanto, 2008):

$$n = \frac{Z^2}{4 (\text{Moe})^2} = \frac{1,98^2}{4 (0,1)^2} = 98,01 \approx (\text{atau dibulatkan } 100) \dots \dots \dots (1)$$

Dimana :

n : Jumlah sampel

Z : Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam penentuan sampel 95%.

Pada penentuan ini pada  $\alpha = 0,5$  adalah 1,98.

Moe : *Margin of Error*, yaitu tingkat kesalahan maksimal yang dapat ditoleransi, ditentukan sebesar 10%.

Hasil perhitungan sampel pada formula (1) diperoleh hasil bahwa sampel yang akan diteliti sebanyak 98 responden dan untuk mempermudah dibulatkan menjadi 100 responden. Responden kemudian dibagi ke dalam dua lokasi pasar yang akan dijadikan sampel dalam pengambilan kuesioner yaitu Pasar Baledono dan Pasar Kutoarjo (Gambar 5 dan 6). Setiap lokasi masing-masing diambil 50 responden. Penentuan sampel dalam penelitian ini selain menggunakan teknik *purposive sampling* juga menggunakan teknik *accidental sampling*. *Accidental*

*sampling* yaitu responden yang dipilih secara kebetulan ditemui peneliti pada saat peneliti melakukan penelitian dan sesuai dengan kriteria tujuan peneliti (Sugiyono, 2015).

### **3.4. Metode Pengumpulan Data**

Data yang dikumpulkan diperoleh melalui kuesioner, observasi, studi pustaka. Kuesioner yang digunakan menggunakan pertanyaan terbuka dan tertutup. Observasi adalah pengamatan secara langsung oleh peneliti terhadap obyek penelitian. Studi pustaka adalah pengumpulan data yang berasal dari *literature*, buku, jurnal dan sumber lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini. Data primer diperoleh dari observasi dan wawancara langsung dengan konsumen menggunakan kuesioner (Lampiran 1). Data sekunder di peroleh dari sumber-sumber tercetak dan studi pustaka seperti *literature*, buku, jurnal.

### **3.5. Analisis Data**

Metode analisis data yang analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif *Chi-square*, *Fishbein* dan Regresi Logistik. Data diolah menggunakan alat bantu *software Microsoft Office Excel* untuk tabulasi data dan perhitungan analisis *Fishbein*. Serta *Statistical Package for Social Science (SPSS) for Windows 22* untuk uji regresi logistik. Uji validitas dan reliabilitas kuesioner dilakukan terlebih dahulu sebelum di uji regresi.

**Uji validitas** digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu data, apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya berarti valid (Shanti, 2007). Uji validitas dapat dilakukan dengan

membandingkan nilai kelayakan ( $r$ ) suatu instrument dengan nilai  $r$  kritis yang di tetapkan (Sugiyono, 2015).

**Uji reliabilitas** digunakan untuk mengukur keandalan suatu data, sehingga dapat menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur dalam mengukur gejala yang sama (Shanti, 2007). Suatu variabel dikatakan reliabel apabila nilai dari *Cronbach Alpha* menunjukkan nilai  $\geq 0,7$ .

### **3.5.1 Analisis Perbedaan Jumlah dan Frekuensi Pembelian Buah Jeruk Lokal dan Impor dengan Metode Deskriptif.**

Analisis deskriptif merupakan suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuannya adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat, mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki (Nazir, 2009). Data dan informasi yang berasal dari kuesioner akan diolah dan disajikan dalam bentuk tabel sederhana dan dikelompokkan berdasarkan jawaban sama. Hasil yang diperoleh kemudian dipersentasikan berdasarkan jumlah responden. Tabulasi data identitas responden dapat dilihat pada (Lampiran 2).

Analisis perbedaan jumlah dan frekuensi pembelian buah jeruk lokal dan buah jeruk impor dalam satu bulan di Kabupaten Purworejo di analisis secara deskriptif menggunakan analisis *Chi-square*. Uji statistik *Chi-square* untuk mengetahui hubungan yang signifikan antara masing-masing variabel bebas dengan variabel terikat. Uji *Chi-square* dilakukan dengan menggunakan bantuan

perangkat lunak berbentuk komputer dengan tingkat signifikan  $p \leq 0,05$  (taraf kepercayaan 95%).

Hipotesis statistik Uji *Chi-square*:

$H_0: \chi^2 = 0$  ; artinya tidak ada hubungan antara jenis jeruk dengan jumlah dan frekuensi pembelian.

$H_1: \chi^2 \neq 0$  ; artinya ada hubungan antara jenis jeruk dengan jumlah dan frekuensi pembelian.

Dasar pengambilan keputusan dengan tingkat kepercayaan 95% :

- a. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima
- b. Jika nilai signifikansi  $\leq 0,05$  maka  $H_0$  ditolak (Santoso, 2010).

### **3.5.2. Analisis Sikap Konsumen Terhadap Pembelian Buah Jeruk Lokal dan Impor dengan Model Multiatribut *Fishbein*.**

Analisis Multiatribut *Fishbein* digunakan untuk mengetahui sikap konsumen terhadap atribut produk. Model multiatribut ini mengidentifikasi tiga faktor utama yang mempengaruhi sikap. Faktor pertama adalah atribut utama atas sebuah obyek oleh konsumen, faktor kedua adalah tingkat kepercayaan konsumen bahwa obyek memiliki atribut tersebut, dan faktor ketiga adalah tingkat positif atau negatif dimana atribut tersebut dievaluasi.

Tingkat keyakinan/kepercayaan (*belief*) akan suatu atribut dapat diketahui dengan pengukuran menggunakan skala Likert yang terdiri dari skala 1 sampai dengan 5 dengan ketentuan dimulai dari sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju dan sangat setuju. Sedangkan untuk mengetahui evaluasi kepentingan konsumen terhadap atribut yang telah diukur *belief* nya, apakah penting atau tidak

digunakan pengukuran menggunakan skala Likert yang terdiri dari skala 1 sampai dengan 5 dengan ketentuan dimulai dari sangat tidak penting, tidak penting, netral, penting dan sangat penting. Data *Fishbein* dapat dilihat pada (Lampiran 3 dan 4).

Secara simbolis, formulasi model *Fishbein* menurut Engel *et al.* (2005) dapat dirumuskan pada persamaan 2:

$$A_o = \sum_{i=1}^n b_i \cdot e_i \dots\dots\dots(2)$$

Keterangan :

- A<sub>o</sub> = Sikap terhadap keputusan pembelian
- b<sub>i</sub> = Tingkat kepercayaan bahwa objek memiliki atribut i
- e<sub>i</sub> = Evaluasi kepentingan terhadap atribut i
- n = Jumlah atribut yang dimiliki oleh objek

Sikap konsumen (A<sub>o</sub>) terhadap produk dengan membandingkannya menggunakan skala interval, rumus yang digunakan dapat dilihat pada persamaan 3:

$$\text{Skala Interval} = \frac{m-n}{b} \dots\dots\dots(3)$$

Keterangan :

- m = Skor tertinggi yang mungkin terjadi
- n = Skor terendah yang mungkin terjadi
- b = Jumlah skala penilaian yang terbentuk

Besarnya *range* untuk tingkat kepercayaan dan tingkat evaluasi (kepentingan) dapat lihat pada persamaan 4:

$$\text{Skala Interval} = \frac{5-1}{5} = 0,8 \dots\dots\dots(4)$$



Tabel 7. Kategori Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kepercayaan  
(Sumber: Nafisah, 2013)

Tingkat Kepentingan	Nilai	Tingkat Kepercayaan	Nilai
Sangat Tidak Penting	$1.0 \leq e_i \leq 1.8$	Sangat Tidak Setuju	$1.0 \leq e_i \leq 1.8$
Tidak Penting	$1.8 < e_i \leq 2.6$	Tidak Setuju	$1.8 < e_i \leq 2.6$
Netral	$2.6 < e_i \leq 3.4$	Netral	$2.6 < e_i \leq 3.4$
Penting	$3.4 < e_i \leq 4.2$	Setuju	$3.4 < e_i \leq 4.2$
Sangat Penting	$4.2 < e_i \leq 5.0$	Sangat Setuju	$4.2 < e_i \leq 5.0$

Hasil penilaian sikap ( $A_0$ ) responden terhadap atribut buah jeruk lokal dan impor ( $e_i.b_i$ ) diinterpretasikan ke dalam 5 kategori, yaitu sangat negatif, negatif, netral, positif dan sangat positif. Besarnya *range* untuk kategori sikap yaitu :

$$\text{Skala Interval} = \frac{[(5 \times 5) - (1 \times 1)]}{5} = 4,8 \dots \dots \dots (5)$$

Penilaian sikap responden terhadap buah jeruk lokal dan buah jeruk impor ( $e_i.b_i$ ) dikategorikan pada rentang skala interval yang dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Kategori Nilai Sikap ( $A_0$ ) Terhadap Atribut (Sumber: Nafisah, 2013)

Skala	Nilai Sikap Atribut	Nilai
1	Sangat Negatif	$1.0 \leq A_0 \leq 5.8$
2	Negatif	$5.8 < A_0 \leq 10.6$
3	Netral	$10.6 < A_0 \leq 15.4$
4	Positif	$15.4 < A_0 \leq 20.2$
5	Sangat Positif	$20.2 < A_0 \leq 25.0$

### 3.5.3. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Buah Jeruk dengan Analisis Regresi Logistik

Regresi Logistik adalah regresi berganda yang variabel terikatnya merupakan variabel biner. Metode analisis data yang digunakan untuk mencari hubungan antara variabel terikat (Y) yang bersifat biner dan variabel bebas (X).

Variabel biner adalah data jenis nominal yang hanya terdiri dari dua kriteria saja, yaitu angka 1 dan 0 yang menunjukkan keadaan yang berlawanan. Tabulasi data regresi logistik dapat dilihat pada (Lampiran 5).

Uji model yang dilakukan sebelum uji regresi logistik antara lain uji *Omnibus test* untuk uji serempak variabel bebas sebagai penjelas variabel terikat, uji *Pseudo R Square* untuk mengetahui seberapa besar variabel bebas dapat menjelaskan variabel terikat, uji *Hosmer and Lemeshow test* untuk mengetahui apakah model regresi yang diajukan diterima atau tidak, uji *Wald* dilakukan untuk uji parsial variabel bebas sebagai penjelas variabel terikat dan hasil dari nilai *Odds ratio* sebagai kecenderungan hubungan antara variabel. Lomax dan Hans-Vaughn (2013) yang menyatakan bahwa uji *Hosmer and Lemeshow test* bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi yang diajukan dapat diterima atau tidak.

Uji *Omnibus test* digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara serempak merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel terikat. Adapun hipotesis statistik yang di ambil sebagai berikut:

$H_0: \beta_1=\beta_2=\beta_3=\beta_4=\beta_5=\beta_6=\beta_7=0$ ; artinya variabel bebas secara serempak bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel terikat.

$H_1: \beta_1\neq\beta_2\neq\beta_3\neq\beta_4\neq\beta_5\neq\beta_6\neq\beta_7\neq 0$ ; artinya variabel bebas secara serempak merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel terikat.

Kriteria pengambilan keputusan yaitu:

$H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima jika nilai signifikansi hitung  $\leq 0,05$ .

$H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak jika nilai signifikansi hitung  $> 0,05$ .

Uji *Wald* digunakan sebagai uji parsial untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Hipotesisnya adalah :

$H_0: \beta_1=0; \beta_2=0; \beta_3=0; \beta_4=0; \beta_5=0; \beta_6=0; \beta_7=0$ ; artinya secara parsial tidak ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

$H_1: \beta_1 \neq 0; \beta_2 \neq 0; \beta_3 \neq 0; \beta_4 \neq 0; \beta_5 \neq 0; \beta_6 \neq 0; \beta_7 \neq 0$ ; artinya secara parsial ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Kriteria pengambilan keputusan yaitu:

$H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima jika nilai signifikansi hitung  $\leq 0,05$ .

$H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak jika nilai signifikansi hitung  $> 0,05$ .

Formulasi model regresi logistik menurut Teme (2006) dapat dirumuskan pada persamaan 5:

$$Y = \ln\left(\frac{p}{1-p}\right) = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \beta_7 X_7 + e \dots (5)$$

Keterangan :

Y : Keputusan konsumen

(1 = membeli buah jeruk lokal)

(0 = membeli buah jeruk impor)

$\beta_0$  : Konstanta

$X_1$  : Usia (skor)

$X_2$  : Pendapatan (skor)

$X_3$  : Pekerjaan (skor)

$X_4$  : Jenis Kelamin (skor)

$X_5$  : Motivasi (skor)

$X_6$  : Sikap Konsumen Jeruk Impor (skor)

$X_7$  : Sikap Konsumen Jeruk Lokal (skor)

e : Standar *error*

Variabel keputusan pembelian (Y) dikonversikan ke dalam skala 0 (membeli jeruk impor) dan 1 (membeli jeruk lokal). Jeruk lokal di konversikan ke dalam skala 1 karena jeruk lokal lebih banyak memiliki keunggulan. Keunggulan dari jeruk lokal diantaranya yaitu bahwa jeruk lokal mempunyai kondisi kesegaran yang lebih baik daripada jeruk impor, selain itu faktor harga dari jeruk lokal yang lebih murah juga menjadi daya tarik untuk para konsumen.

Variabel nilai sikap konsumen jeruk lokal dan impor diperoleh dari nilai rata-rata sikap secara keseluruhan terhadap atribut jeruk lokal dan impor (Lampiran 5), selanjutnya nilai sikap konsumen jeruk lokal dan impor dikonversikan ke dalam skala Likert (Tabel 8).

Variabel Pekerjaan di konversikan ke dalam skala 0 (bukan penghasilan sendiri) dan 1 (penghasilan sendiri). Skala 0 dikategorikan untuk ibu rumah tangga, sedangkan untuk skala 1 dikategorikan untuk PNS, wiraswasta, pegawai swasta dan lainnya.

### **3.6. Batasan Variabel dan Konsep Pengukuran**

1. Sikap merupakan ungkapan perasaan konsumen tentang suatu objek apakah disukai atau tidak dan sikap juga dapat menggambarkan kepercayaan konsumen terhadap berbagai atribut dan manfaat dari objek tersebut (Skor). Sikap konsumen diukur dengan menggunakan skala Likert 1-5. (1= Sangat Tidak Positif, 2= Tidak Positif, 3= Netral, 4= Positif, 5= Sangat Positif).

2. Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu (Rupiah).
3. Rasa adalah tanggapan indra terhadap rangsangan saraf, seperti manis, pahit, masam terhadap indra pengecap atau panas, dingin, nyeri terhadap indra perasa (Skor). Variabel ini diukur dengan menggunakan skala Likert 1-5. (1= Sangat Tidak Penting, 2= Tidak Penting, 3= Netral, 4= Penting, 5= Sangat Penting).
4. Ukuran adalah cara menilai jumlah objek, waktu, atau situasi sesuai dengan aturan atau pedoman tertentu (Skor). Variabel ini diukur dengan menggunakan skala Likert 1-5. (1= Sangat Tidak Penting, 2= Tidak Penting, 3= Netral, 4= Penting, 5= Sangat Penting).
5. Warna adalah salah satu atribut penilaian pada buah jeruk untuk melihat apakah menarik atau tidak (Skor). Variabel ini diukur dengan menggunakan skala Likert 1-5. (1= Sangat Tidak Penting, 2= Tidak Penting, 3= Netral, 4= Penting, 5= Sangat Penting).
6. Kondisi kesegaran adalah satu atribut penilaian pada buah jeruk untuk melihat apakah masih layak konsumsi atau tidak (Skor). Variabel ini diukur dengan menggunakan skala Likert 1-5. (1= Sangat Tidak Penting, 2= Tidak Penting, 3= Netral, 4= Penting, 5= Sangat Penting).
7. Usia adalah satuan waktu yang mengukur waktu keberadaan suatu benda atau makhluk, baik yang hidup maupun yang mati (Tahun). Variabel ini

- diukur dengan menggunakan skala Likert 1-5. (1= 17-26 tahun, 2= 27-36 tahun, 3= 37-46 tahun, 4= 47-56 tahun, 5= 57-66 tahun).
8. Pendapatan adalah seluruh penerimaan baik berupa uang maupun berupa barang yang berasal dari pihak lain maupun hasil industri (Skor). Variabel ini diukur dengan menggunakan skala Likert 1-5. (1= < Rp 5.000.000,00, 2= Rp 500.000,00 - Rp 1.000.000,00 3= Rp 1.000.000,00 - Rp 2.000.000,00 4= Rp 2.000.00000 - Rp 3.000.000,00 5= > Rp 3.000.000,00).
  9. Pekerjaan adalah suatu hubungan yang melibatkan dua pihak antara perusahaan dengan para pekerja/karyawan (Skor). Variabel ini diukur dengan menggunakan skala 0 dan 1. (0= Bukan penghasilan dari pekerjaan sendiri dan 1= Penghasilan dari pekerjaan sendiri).
  10. Jenis kelamin adalah perbedaan antara perempuan dan laki-laki secara biologis sejak seseorang lahir (Skor). Variabel ini diukur dengan menggunakan skala 0 dan 1. (0= Perempuan dan 1= Laki-laki).
  11. Motivasi adalah proses yang menjelaskan intensitas, arah, dan ketekunan seorang individu untuk mencapai tujuannya (Skor). Variabel ini diukur dengan menggunakan skala Likert 1-5. (1= Sangat Tidak Termotivasi, 2= Tidak Termotivasi, 3= Netral, 4= Termotivasi, 5= Sangat Termotivasi).
  12. Atribut produk adalah unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh pelanggan dan sebagai dasar pengambilan keputusan, berupa atribut harga, rasa, ukuran, warna dan kondisi kesegaran.