

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

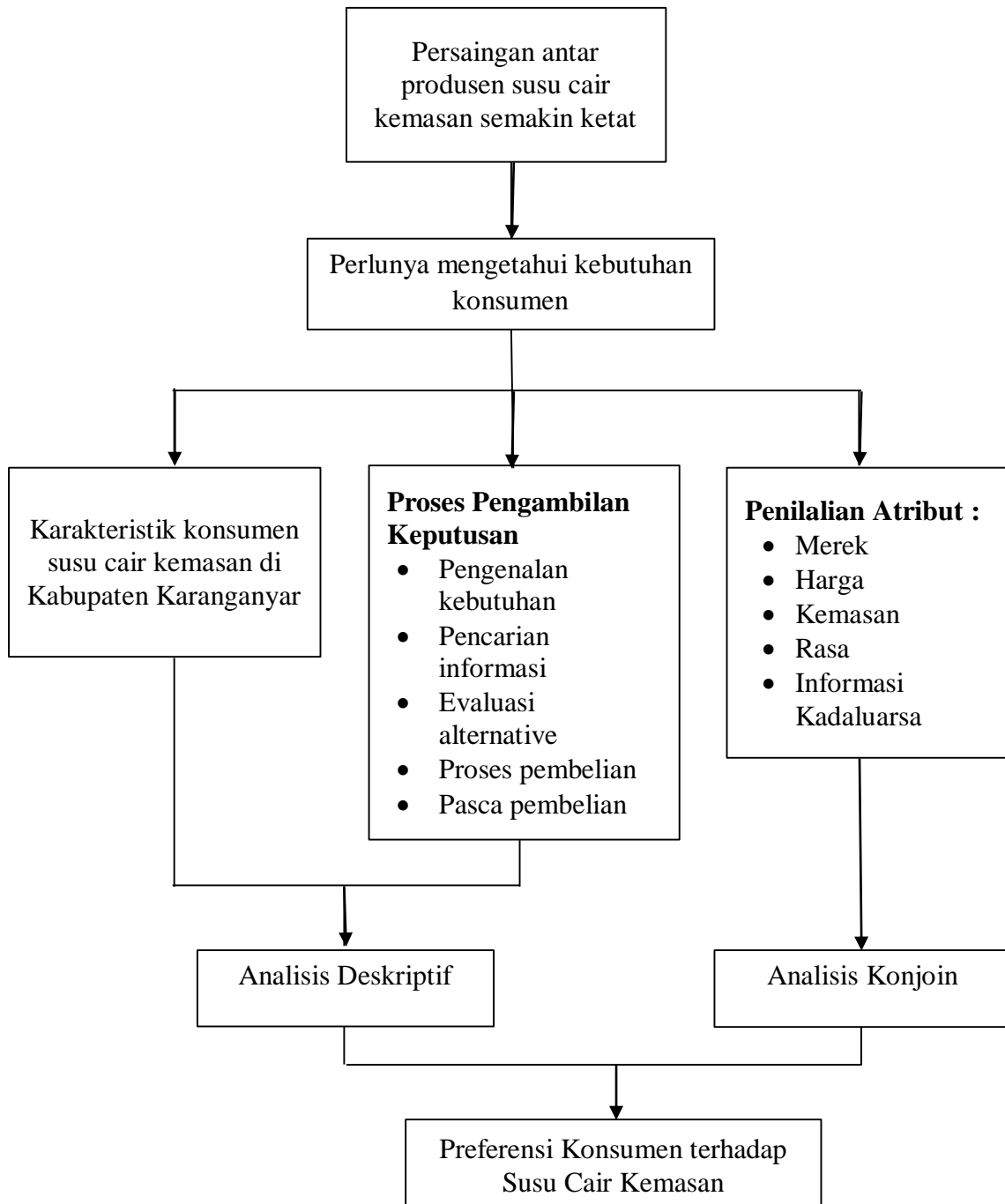
#### **3.1. Kerangka Penelitian**

Susu cair kemasan merupakan salah satu jenis susu yang populer di masyarakat karena cara penyajiannya yang praktis. Peluang pasar yang besar menjadi daya tarik bagi banyak perusahaan untuk memasuki dan berkompetisi dalam bisnis susu cair kemasan tersebut sehingga membuat persaingan antar perusahaan semakin ketat. Perusahaan dalam menentukan strategi pemasaran harus mampu memahami kesukaan atau preferensi konsumen yang ada supaya dapat bersaing dan menjadi bahan evaluasi perusahaan tersebut. Informasi mengenai preferensi konsumen dapat memberikan gambaran mengenai produk yang disukai konsumen.

Penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk melihat karakteristik konsumen susu cair kemasan, tahapan-tahapan yang dilakukan konsumen dalam proses keputusan pembelian, serta preferensi konsumen terhadap atribut produk susu cair kemasan. Konsumen susu cair kemasan yang diteliti adalah rumah tangga. Karakteristik dan perilaku konsumen pada setiap tahap pengambilan keputusan pembelian dianalisis dengan secara deskriptif.

Preferensi konsumen diukur melalui penentuan atribut-atribut yang dianggap penting pada susu cair kemasan kemudian diolah dengan analisis konjoin. Atribut tersebut antara lain harga, merek, kemasan, dan informasi kadaluarsa. Hasil analisis konjoin nantinya berupa informasi mengenai kepentingan relatif atribut dan

nilai utilitas dari setiap taraf atribut. Kerangka pemikiran secara sistematis dapat dilihat pada Ilustrasi 1.



**Ilustrasi 1. Kerangka Pemikiran**

### **3.2. Waktu dan Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan selama dua bulan yaitu pada bulan Desember 2019 hingga Januari 2020 di Kecamatan Jaten, Kabupaten Karanganyar. Lokasi penelitian ditentukan secara *purposive* yaitu pemilihan lokasi secara sengaja yang didasarkan atas pertimbangan bahwa Kecamatan Jaten merupakan kecamatan dengan jumlah keluarga paling banyak Kabupaten Karanganyar namun konsumsi susunya masih berada di bawah daerah lain sehingga diperlukan penilaian preferensi konsumen untuk meningkatkan konsumsi susu masyarakat Adapun waktu penyusunan skripsi dilaksanakan pada bulan Februari 2020 sampai dengan bulan Mei 2020.

### **3.3. Metode Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu studi kasus dikarenakan tidak bisa digeneralisasikan ke tempat atau usaha lain. Penelitian ini mendeskripsikan tentang preferensi konsumen rumah tangga pada produk susu cair kemasan yang ada di pasaran.

### **3.4. Sumber dan Jenis Data**

Sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder.

#### **1. Data primer**

Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh dari sumber asli seperti dari observasi di lapangan secara langsung dengan responden

serta melakukan wawancara menggunakan daftar pertanyaan yang telah dibuat sebelumnya. Data primer yang diperlukan dalam penelitian ini adalah penilaian konsumen pada produk susu cair kemasan.

#### 1. Data sekunder

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh melalui perantara (catatan pihak lain). Data sekunder dalam penelitian ini adalah data mengenai *top brand index* produk-produk susu kemasan.

### 3.4. Metode Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *multistage random sampling* yaitu penggunaan berbagai metode random sampling secara bersama-sama seefisien dan seefektif mungkin (Silvilia, 2015). Penentuan wilayah Desa/Kelurahan dilakukan berdasarkan jumlah penduduk yang tinggal di wilayah tersebut atau *satisfied random sampling*. Dusun, Rukun Warga (RW) dan Rukun Tetangga (RT) dilakukan dengan metode *simple random sampling*, selanjutnya dilakukan penarikan sampel rumah tangga yang membeli dan mengkonsumsi susu cair kemasan.

Penentuan lokasi dilakukan melalui beberapa tahapan yaitu pertama adalah menentukan standar deviasi untuk menggambarkan tingkat homogenitas suatu populasi, sehingga dapat diambil sampel yang bisa merepresentasikan populasi yang akan diteliti. Rumus untuk mencari standar deviasi sebagai berikut : (Sugiyono, 2013).

$$S = \frac{\sum(x_1 - \bar{x})^2}{(n-1)} = 7.594,01 < \bar{x} = 1.0643$$

Keterangan : S = Standar deviasi

$\bar{x}$  = Rata –rata (*mean*)

n = jumlah sampel

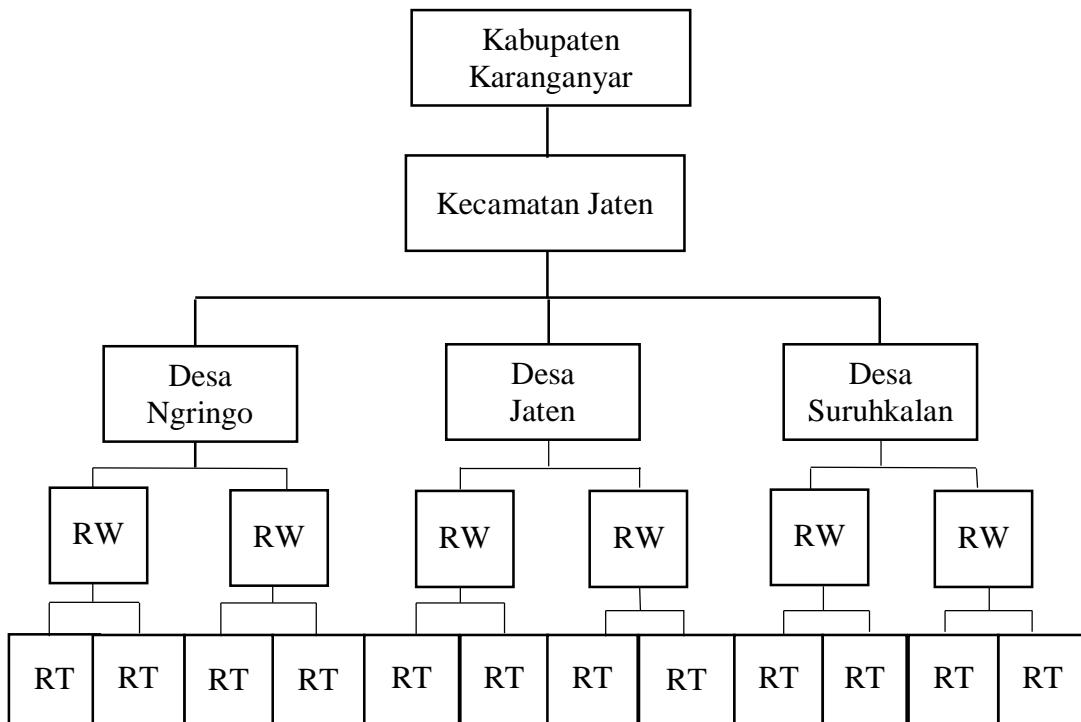
Berdasarkan perhitungan diatas diketahui bahwa nilai standar deviasi lebih kecil dari nilai *mean* populasi yang dihitung. Hal tersebut menunjukkan bahwa populasi memiliki tingkat homogenitas yang tinggi. Sugiyono (2013) menyatakan bahwa apabila nilai standar deviasi lebih kecil daripada nilai *mean*, maka nilai mean merupakan representasi yang baik yang dapat digunakan sebagai representasi dari keseluruhan data.

Tahap berikutnya mengklasifikasikan kepadatan desa berdasarkan jumlah penduduk menurut data BPS (2018) dapat dilihat pada Tabel 2.

**Tabel 2.** Klasifikasi desa berdasarkan jumlah penduduk

Kelas	Jumlah penduduk -----orang-----
Besar	20.014 – 27.385
Sedang	12.642 – 20.013
Kecil	5.270 – 12.641

Berdasarkan Tabel 2 selanjutnya dipilih 3 desa yang mewakili tiap kelas yang ada. Desa yang terpilih yaitu Desa Ngringo, Desa Jaten dan Desa Suruhkalang. Pada tingkat desa dipilih 2 dusun. Tiap dusun yang terpilih masing-masing diwakili 1 RW. Tiap RW kemudian akan diambil 2 RT, sehingga jumlah RT sebanyak 12 RT. Selanjutnya pada setiap RT diambil sejumlah 8 – 9 sampel responden rumah tangga sehingga jumlah sampel yang akan diambil sebanyak 100 responden. Pemilihan dusun, RW, dan RT dilakukan secara *simple random sampling*.



**Ilustrasi 2. Skema Penentuan Wilayah Pengambilan Sampel**

### 3.5. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan agar proses penelitian yang dilakukan berjalan lancar. Pengumpulan data dilakukan dengan dua cara sebagai berikut :

1. Wawancara secara langsung dengan responden yang berhak mewakili tiap-tiap rumah tangga.
2. Menambah informasi melalui berbagai sumber baik buku pengetahuan ataupun jurnal ilmiah.

### 3.6. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan yaitu sesuai dengan tujuan penelitian yang dilakukan.

1. Analisis Deskriptif

Metode analisis deskriptif pada suatu penelitian digunakan untuk menggambarkan/mendeskripsikan suatu peristiwa atau kejadian secara sistematis, faktual dan akurat (Hamdi dan Baharuddin, 2014). Metode deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk melihat karakteristik konsumen serta proses pengambilan keputusannya dalam pembelian produk susu cair kemasan. Karakteristik responden berkaitan dengan jenis kelamin, usia, jumlah anggota keluarga, tingkat pendapatan, pendidikan, jumlah konsumsi, serta pengeluaran untuk membeli susu cair kemasan perbulan. Proses pengambilan keputusan dapat dideskripsikan dalam beberapa tahapan yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian

2. Analisis *Crosstab*

Analisis *Crosstab* atau tabulasi silang digunakan untuk mengetahui hubungan antara baris dan kolom (variable dependen dan variable independen) dengan data nominal atau ordinal (Chasanah, 2010). Hasil tabulasi silang disajikan ke dalam suatu tabel dengan variabel yang tersusun sebagai kolom dan baris. *Crosstab* ini mudah dipahami karena menyilangkan dua variabel dalam satu tabel. Analisis *Crosstab* digunakan di dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara jumlah anggota keluarga dengan jumlah konsumsi susu

cair kemasan serta hubungan pendapatan dengan jumlah konsumsi susu cair kemasan.

### 3. Analisis *Chi-Square*

Analisis *chi-Square* digunakan untuk mengetahui hubungan antar faktor-faktor (Ghozali, 2013). Langkah pengujian pada analisis *chi-Square* sebagai berikut (Ghozali, 2013) :

#### 1). Menentukan Hipotesis

$H_0$  : Tidak terdapat hubungan antara jumlah konsumsi dengan jumlah keluarga dan pendapatan

$H_1$  : Ada hubungan antara jumlah konsumsi dengan jumlah keluarga

dan pendapatan

#### 2). Mencari nilai Chi-Square dengan rumus :

$$X^2 = \sum_{i=1}^b \sum_{j=1}^k \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}}$$

Keterangan :  $X^2$  = Nilai Chi-Square

$b$  = jumlah baris

$k$  = jumlah kolom

$O_{ij}$  = frekuensi observasi pada baris  $i$  kolom  $j$

$E_{ij}$  = frekuensi yang diharapkan pada baris  $i$  kolom  $j$

#### 3). Mencari nilai $X^2$ tabel dengan derajat kebebasan ( $dk$ ) = $(b-1)(k-1)$

#### 4). Kriteria pengambilan keputusan

$H_0$  diterima bila :  $X^2$  hitung  $< X^2$  x tabel atau  $\alpha > 0,05$

$H_0$  ditolak bila :  $X^2$  hitung  $> X^2$  x tabel atau  $\alpha < 0,05$

### 4. Analisis Konjoin

Analisis konjoin adalah teknik yang secara spesifik digunakan untuk memahami keinginan atau preferensi konsumen terhadap suatu produk atau jasa dengan mengukur tingkat kegunaan dan nilai



kepentingan relatif atribut produk (Resmawati *et al*, 2013). Tahapan dalam pelaksanaan analisis konjoin :

1.) Perumusan Masalah

Perumusan masalah dalam analisis konjoin berarti menentukan atribut dan taraf yang mempengaruhi preferensi konsumen dalam memilih produk. Berdasarkan penelitian Pertiwi (2017). Atribut produk terkait susu cair kemasan yang dipertimbangkan oleh konsumen antara lain : varian rasa, harga, merek, ukuran dan desain kemasan serta informasi kadaluarsa. Atribut dan taraf yang akan digunakan pada penelitian dapat dilihat pada Tabel 3

**Tabel 3. Identifikasi atribut dan taraf atribut**

<b>Atribut</b>	<b>Taraf</b>	<b>Keterangan</b>
Rasa	1	Original
	2	Fruits
	3	Mocca
Kemasan	1	Kotak
	2	Botol
	3	Kaleng
Harga	1	< Rp 5.000
	2	Rp 5.000 – Rp 10.000
	3	> Rp 10.000
Merek	1	Terkenal
	2	Tidak Terkenal
Informasi Kadaluarsa	1	Jelas
	2	Tidak Jelas

2.) Pembentukan Stimuli

Pembentukan stimuli atau kombinasi dari taraf-taraf atribut yang terpilih dilakukan untuk menyusun sebuah hipotek / rancangan

terhadap produk. Tahap pembentukan stimuli dibagi menjadi dua metode yaitu *full profile* dan *pairwise comparasion*. Metode *full profile* semua atribut dinilai secara bersama untuk menyusun stimuli, sedangkan *pairwise comparasion* penilaian atribut dilakukan sepasang. Penelitian ini menggunakan metode full profile karena pada dasarnya konsumen dalam penilaian preferensi mempertimbangkan semua atribut sekaligus.

Jumlah stimuli yang terbentuk pada metode *full profile* sebanyak  $3 \times 3 \times 3 \times 2 \times 2 = 108$  stimuli. Stimuli yang banyak terbentuk akan menyebabkan responden menjadi bingung dalam melakukan evaluasi, oleh sebab itu maka dilakukan pengurangan jumlah stimuli yang dibentuk dengan menggunakan metode *orthogonal array design*. Rancangan kombinasi atribut yang akan digunakan dapat dilakukan secara acak dengan metode *orthogonal array design* dibantu menggunakan program komputer (Thomas et al, 2013). Jumlah stimuli yang direduksi menggunakan *orthogonal array design* berjumlah 16 stimuli.

### 3.) Pengukuran preferensi konsumen

Di bidang pertanian, skala likert juga sering digunakan untuk mengukur preferensi individu seperti pada preferensi konsumen terhadap penerimaan produk makanan yang telah dimodifikasi (Herath et al. 2013). Pengambilan data dilakukan dengan cara

pemberian nilai/rating oleh responden terhadap stimuli yang diberikan melalui pemberian skor berdasarkan skala likert.

**Tabel 4. Identifikasi atribut dan taraf atribut**

<b>Pernyataan</b>	<b>Skor</b>
Sangat Suka (SS)	5
Suka (S)	4
Biasa (B)	3
Tidak Suka (TS)	2
Sangat Tidak Suka (STS)	1

Model dasar analisis konjoin secara matematis adalah sebagai berikut (Supranto, 2004) :

$$U_x = \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^{k_i} \alpha_{ij} x_{ij}$$

Keterangan :  $U(x)$  = Utility (nilai kegunaan) total dari setiap stimuli

$m$  = jumlah atribut

$k_i$  = jumlah taraf dan atribut ke- $i$

$\alpha_{ij}$  = Part worth atau nilai kegunaan dari atribut ke- $i$  ( $i=1,2,\dots,m$ )

$x_{ij}$  = Dummy variable atribut ke- $i$  taraf ke- $j$

Setelah dilakukan perhitungan nilai kegunaan total, kemudian akan diperoleh nilai kepentingan relatif. Nilai kepentingan relatif dapat ditentukan dengan rumus (Supranto, 2004) :

$$W_i = \frac{I_i}{\sum_{i=1}^m I_i} \times 100\%$$

Keterangan :  $W_i$  = Nilai relative penting atribut ke- $i$

$I_i = \max(\alpha_{ij}) - \min(\alpha_{ij})$  = range nilai kepentingan tiap atribut

$m$  = jumlah atribut

Langkah – langkah melakukan uji konjoin dengan program SPSS v 25 menurut Adiyoga dan Nurmalinda (2012) sebagai berikut :

- 1) Menginput data penilaian dari responden terhadap tiap stimulus yang disediakan
- 2) Pilih *New* kemudian *Syntax*
- 3) Masuk dan sesuaikan kode yang dibutuhkan untuk menjalankan programnya

“CONJOINTPLAN='C:\KONJOIN\stimulus\_.sav'

/DATA='C:\ KONJOIN\hasil.sav'

/SCORE=Py TO Pz

/SUBJECT=Responden

/FACTORS=x1 x2 x3

/PRINT= ALL”

- 4) Pilih *Run* kemudian *All* untuk mendapatkan hasil analisisnya

### **3.7. Batasan Istilah dan Konsep Pengukuran**

Definisi konsep dan operasional dalam penelitian ini mencakup pengertian untuk memperoleh data dan melakukan analisis data yaitu sebagai berikut :

1. Preferensi konsumen yaitu tingkat kesukaan konsumen terhadap suatu produk, dalam penelitian ini adalah susu cair kemasan. Pengukuran dilakukan dengan melihat evaluasi konsumen terhadap atribut produk susu cair kemasan berdasarkan skala likert.

2. Susu kemasan merupakan salah satu produk olahan susu yang diolah menggunakan *Ultra-high Temperature Processing* (UHT) yang kemudian dikemas.
3. Atribut susu cair kemasan yaitu karakteristik yang melekat pada produk susu cair kemasan yang dipertimbangkan konsumen dalam pengambilan keputusan.
4. Atribut susu cair kemasan terdiri dari Rasa, Harga, Merek, Kemasan dan Informasi kadaluarsa.
5. Responden adalah orang yang memberikan respon atau jawaban dari sebuah pertanyaan yang diajukan.
6. Responden penelitian ini merupakan salah satu anggota keluarga yang bertanggung jawab dalam pengambilan keputusan pembelian bahan pangan di dalam rumah tangga