

BAB III

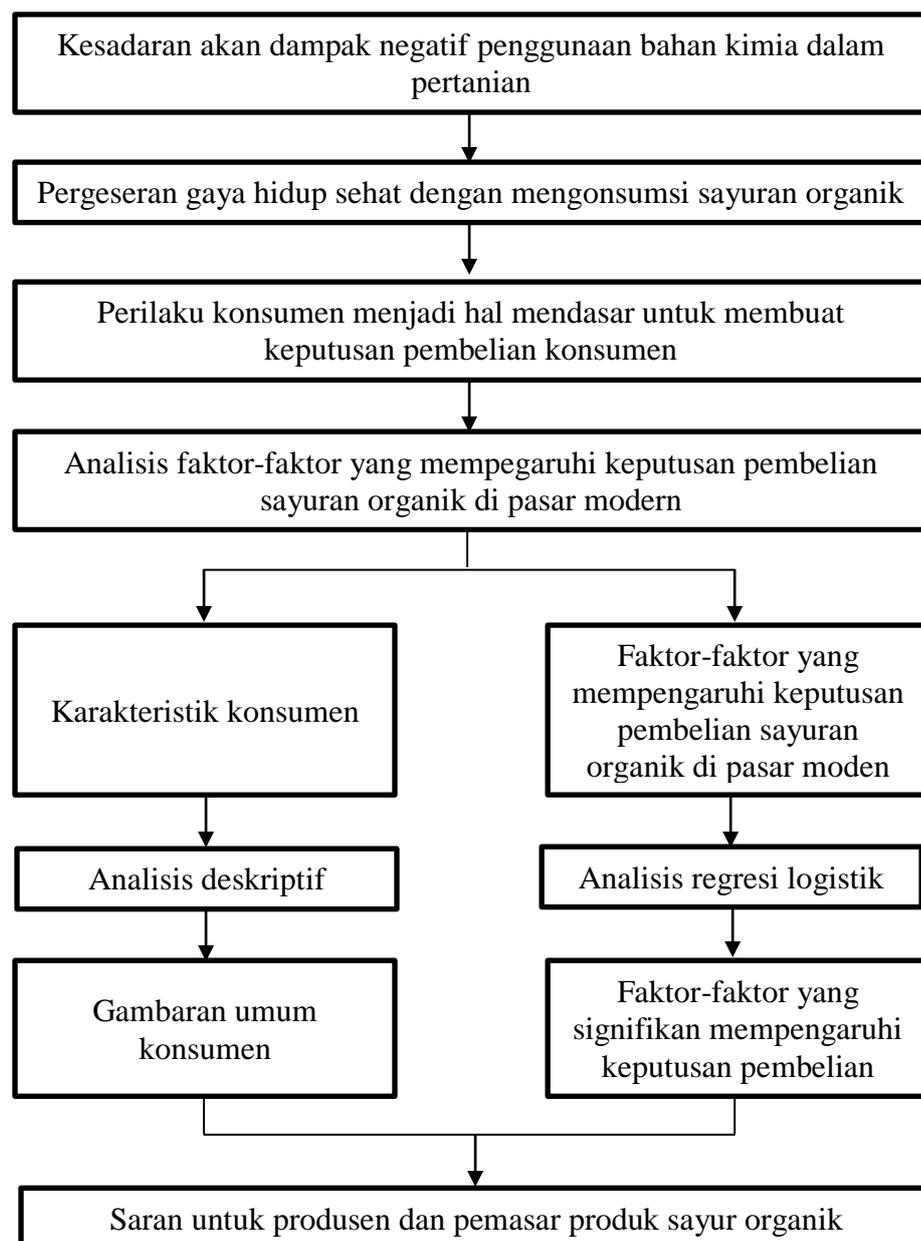
METODE PENELITIAN

3.1. Kerangka Pemikiran

Sayur organik merupakan salah satu bahan pangan yang memiliki beberapa keunggulan dan aman untuk dikonsumsi. Sayuran organik dibudidayakan dengan teknik pertanian organik tanpa menggunakan pupuk dan pestisida kimia, sehingga tidak merusak lingkungan. Saat ini kesadaran masyarakat akan pentingnya mengonsumsi sayur organik semakin tinggi, sehingga pembelian sayuran organik semakin meningkat pula. Konsumen cenderung memilih membeli sayuran organik di pasar modern karena masih jarangunya pendistribusian sayuran organik di pasar tradisional maupun warung-warung sekitar. Sayuran organik yang dijual di Pasar Modern memiliki kualitas lebih bagus, dikemas dengan *hygenis* dan dijamin ketersediannya. Upaya meningkatkan tren konsumsi sayuran organik salah satunya dengan mengetahui karakteristik konsumen sayuran organik dan meneliti faktor-faktor keputusan pembelian konsumen.

Penelitian ini menunjukkan pengaruh antara harga, kualitas, pendapatan dan motivasi pembelian terhadap keputusan pembelian produk-produk sayuran organik di pasar modern Kota Semarang. Penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Devi dan Hartono (2015), Widyastuti (2018) dan Tangkulung *et al.* (2015) menyatakan bahwa harga, kualitas, pendapatan, tingkat pendidikan dan motivasi pembelian berpengaruh terhadap keputusan pembelian sayur. Keterbaharuan penelitian ini adalah metode yang digunakan, yaitu 1) responden

konsumen sayur di pasar modern yang tidak dibedakan antara konsumen sayur organik dan konsumen sayur konvensional, 2) metode analisis data yang digunakan adalah regresi logistik biner, dan 3) lokasi penelitian dilakukan di dua lokasi berbeda dengan perbedaan wahana yang ditawarkan. Kerangka pemikiran secara keseluruhan dapat dilihat pada Ilustrasi 1.



Ilustrasi 1. Kerangka Pemikiran

3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Gelael Citraland dan Transmart Setiabudi Kota Semarang, Jawa Tengah. Waktu penelitian yaitu bulan Juni - Juli 2019. Penentuan lokasi penelitian ditentukan dengan metode *purposive*. Berdasarkan metode tersebut ditentukan Gelael Citraland dan Transmart Setiabudi sebagai lokasi penelitian karena memiliki beberapa alasan yaitu Gelael Citraland dan Transmart Setiabudi sebagai retail modern penyedia sayuran organik yang ada di pusat dan pinggiran Kota Semarang akan mencerminkan perilaku konsumen yang beragam dan memiliki lokasi yang strategis. Produk yang dipasarkan sudah memiliki sertifikat organik dari berbagai lembaga antarlain: PAMOR (Penjamin Mutu Organik), Organik Indonesia Bangkit Merbabu, dan lain-lain, serta sudah berlabel SNI. Selain itu Gelael Citraland dan Transmart Setiabudi dipilih karena kedua pasar moden tersebut menawarkan sejumlah wahana kepada masyarakat, tidak hanya lokasi berbelanja.

3.3. Metode Penelitian dan Penentuan Sampel

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei karena jumlah populasi yang tidak terbatas sehingga digunakan survei untuk memilih beberapa sampel yang dapat mewakili populasi. Oleh karena itu maka penentuan jumlah total sampel menggunakan rumus (Widiyanto, 2008) dengan perhitungan jumlah sampel sebagai berikut:

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

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%.

Jumlah total sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 100 responden untuk 2 pasar modern yaitu Gelael Citraland dan Transmart Setiabudi dan jumlah responden masing-masing pasar modern sebanyak 50 responden. Penentuan jumlah responden ini berdasarkan pada sampel data terdistribusi normal statistik yaitu sejumlah 30 sampel (Umar, 2000). Pengambilan sampel menggunakan metode *Accidental Sampling* yaitu pengunjung atau konsumen Gelael Citraland dan Transmart Setiabudi yang ditemui peneliti di lokasi dan sedang melakukan kegiatan berbelanja sayuran.

3.4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara wawancara dengan bantuan kuesioner dan observasi. Wawancara dilakukan dengan responden. Observasi dilakukan peneliti dengan terlibat langsung dalam kegiatan orang yang sedang digunakan sebagai sumber data penelitian. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang didapat dari kuesioner responden. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari pustaka

terkait dan data dari instansi-instansi terkait yang berhubungan dengan penelitian. Kuesioner penelitian dapat dilihat pada Lampiran 1.

3.5. Analisis Data

Data yang telah diperoleh dari hasil penelitian kemudian ditabulasi menggunakan alat bantu *software Microsoft Office Excel* dan dilakukan analisis data. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif dan analisis kuantitatif. Analisis kualitatif digunakan untuk menggambarkan karakteristik konsumen sayuran organik pada Pasar Modern Kota Semarang secara deskriptif. Analisis kuantitatif yaitu menggunakan analisis regresi logistik biner untuk mengetahui pengaruh variabel yang telah ditentukan terhadap keputusan pembelian sayuran organik di Pasar Modern Kota Semarang yang bersifat binominal menggunakan alat bantu *Statistical Package for Social Science (SPSS) for Windows 22*.

Rangkaian analisis yang dilakukan adalah uji validitas dan uji reliabilitas untuk uji koesioner, kemudian dilanjutkan dengan rangkaian uji regresi logistic biner yang terdiri atas uji *Hosmer and Lemeshow's test*, uji *Omnibus test*, uji *Pseudo R Square*, uji *Wald* dan hasil dari nilai *Odds ratio* sebagai kecenderungan hubungan antara variabel.

Uji validitas dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu data, jika terdapat kesamaan antara data yang sesungguhnya dengan data yang telah terkumpul berarti valid. Instrumen dikatakan valid artinya alat ukur yang dipergunakan untuk memperoleh data tersebut valid atau dapat

digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya akan diukur. Uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan nilai kelayakan (r) suatu instrumen dengan nilai r kritis yang di tetapkan. Uji validitas merupakan tingkat keandalan/ kebenaran dari alat ukur (variabel) yang digunakan dalam penelitian. (Sugiyono, 2015).

Uji reliabilitas dalam penelitian digunakan sebagai alat untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2016). Uji reliabilitas yang dilakukan pada variabel dapat dikatakan reliabel apabila nilai dari *Cronbach Alpha* (α) menunjukkan nilai $\geq 0,7$ (Nunnally, 1994).

3.5.1. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sayuran Organik dengan Analisis Regresi Logistik

Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian sayuran organik di Pasar Modern Kota Semarang dianalisis menggunakan regresi logistik. Regresi logistik merupakan salah satu jenis regresi yang digunakan untuk mencari pengaruh antara satu atau beberapa variabel bebas (variabel independen) dengan variabel terikat (variabel dependen) yang bersifat biner. Data biner pada variabel dependen adalah data yang hanya memiliki dua kemungkinan hasil atau hanya terdiri dari dua kriteria saja. Secara umum hasil dilambangkan dengan $Y = 1$ dan $Y = 0$ yang menunjukkan keadaan yang berlawanan. Pada penelitian ini digunakan kriteria yang berlawanan yaitu $Y = 1$ (membeli) dan $Y = 0$ (tidak membeli). Hasil tabulasi data regresi logistik penelitian ini dapat dilihat pada

(Lampiran 5). Persamaan umum regresi logistik dapat dirumuskan sebagai berikut (Hosmer dan Lemeshow, 2000):

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

Keterangan :

Y : Keputusan konsumen

(1 = membeli)

(0 = tidak membeli)

β_0 : Konstanta

X_1 : Pendapatan (skor)

X_2 : Harga (skor)

X_3 : Kualitas (skor)

X_4 : Motivasi (skor)

e : Standar *error*

Uji kelayakan model terlebih dahulu dilakukan sebelum uji regresi logistik antara lain: uji *Hosmer and Lemeshow's test*, uji *Omnibus test*, uji *Pseudo R Square*, uji *Wald* dan hasil dari nilai *Odds ratio* sebagai kecenderungan hubungan antara variabel. Uji *Hosmer and Lemeshow's test* digunakan untuk mengetahui apakah model regresi yang diajukan diterima atau tidak. Jika nilai statistiknya kurang dari 0,05 maka hipotesis nol tidak dapat ditolak yang berarti model dapat diterima karena sesuai dengan data observasi (Ghozali, 2005).

Uji *Omnibus test* digunakan untuk uji serempak variabel bebas sebagai penjelas variabel terikat, apabila menggunakan taraf kepercayaan 95% maka nilai

signifikan *omnibus test* harus kurang dari 0,05. 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 : minimal ada 1 $\beta_i \neq 0$ dengan $i = 1,2,\dots,6$; 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_1 diterima dan H_0 ditolak jika nilai signifikansi hitung $> 0,05$.

Uji *Pseudo R Square* digunakan untuk mengetahui besarnya kemampuan variabel bebas menjelaskan variabel terikat. Uji *Wald* dilakukan untuk pengujian koefisien parameter secara parsial variabel bebas sebagai penjelas variabel terikat dan hasil dari nilai *Odds ratio* sebagai kecenderungan hubungan antara variable.

Hipotesis yang digunakan pada Uji *Wald* adalah sebagai berikut :

$H_0: \beta_i = 0$ dengan $i = 1,2,\dots,6$; artinya secara parsial tidak ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

$H_1 : \beta_i \neq 0$ dengan $i = 1,2,\dots,6$; artinya secara parsial ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

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

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

3.6. Batasan Variabel dan Konsep Pengukuran

1. Pasar modern yaitu Gelael Citraland dan Transmart Setiabudi Kota Semarang.
2. Sayuran organik adalah jenis-jenis sayuran yang dibudidayakan secara organik tanpa menggunakan bahan kimia dalam kegiatan budidayanya yang tersedia di Gelael Citraland dan Transmart Setiabudi Kota Semarang. Jenis sayuran organik yang diamati dalam penelitian ini adalah sayuran yang dijual di Gelael Citraland dan Transmart Setiabudi Kota Semarang dalam periode Bulan Juni – Juli 2019, yaitu: brokoli, zucchini hijau, kol putih, daun ketumbar, wortel, letuce/selada kepala, selada hijau, kailan, daun bawang, horenzo/bayam jepang, tomat, kol merah, kale, bayam merah, caysim, kembang kol, lobak, okra, pakchoy, daun mint, timun jepang/kyuri, parseley, buncis, asparagus, seledri, kangkung, labu siam, bayam hijau, bunga kubis, sawi putih, terong ungu, daun gingseng, terong belanda, cabai, jagung manis, kacang panjang dan lamoro/ petai cina.
3. Keputusan pembelian merupakan suatu tindakan konsumen dalam membeli sayuran organik yang disediakan oleh Gelael Citraland dan Transmart Kota Semarang. Skala pengukuran (1 = membeli, 2 = tidak membeli).
4. Harga yaitu nilai yang dipertimbangkan konsumen dan akan mempengaruhi keputusan pembelian sayuran organik. Variabel harga yang diukur dalam penelitian ini menggunakan metode skoring dengan sejumlah skenario berupa pertanyaan dengan pilihan yang tersedia

sebanyak 5 kategori yang masing-masing diberikan penjelasan variabel yang mewakili setiap kategori. Respon responden diukur menggunakan Skala *Likert* dengan Skor 1= Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Netral, 4 = Setuju, 5 = Sangat Setuju.

5. Pendapatan merupakan sejumlah uang yang diterima oleh seseorang atas balas jasanya setelah melakukan suatu pekerjaan. Klasifikasi jumlah pendapatan per bulan dalam penelitian ini adalah: kategori 1= \leq Rp. 2.000.000, kategori 2= $>$ Rp. 2.000.000 – Rp. 4.000.000, kategori 3= $>$ Rp. 4.000.000 – Rp. 6.000.000, kategori 4= $>$ Rp. 6.000.000 – Rp. 8.000.000, dan kategori 5= $>$ Rp. 8.000.000.
6. Kualitas merupakan tingkat kesempurnaan produk yang diharapkan memenuhi keinginan konsumen. Penilaian kualitas sayuran organik dalam penelitian ini dilihat dari keistimewaan produk seperti kandungan, kesegaran, tekstur dan rasa. Variabel kualitas yang diukur dalam penelitian ini menggunakan metode skoring dengan sejumlah skenario berupa pertanyaan dengan pilihan yang tersedia sebanyak 5 kategori yang masing-masing diberikan penjelasan variabel yang mewakili setiap kategori. Respon responden diukur menggunakan Skala *Likert* dengan Skor 1= Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Netral, 4 = Setuju, 5 = Sangat Setuju.
7. Tingkat pendidikan merupakan status pendidikan terakhir konsumen sayuran organik yang terdiri dari tingkatan tertentu yaitu SD/setingkat, SMP/setingkat, SMA/setingkat, D3, S1, S2 dan S3.

8. Motivasi yaitu sesuatu yang mendorong konsumen untuk membeli sayuran organik tersebut. Variabel motivasi yang diukur dalam penelitian ini menggunakan metode skoring dengan sejumlah skenario berupa pertanyaan dengan pilihan yang tersedia sebanyak 5 kategori yang masing-masing diberikan penjelasan variabel yang mewakili setiap kategori. Respon responden diukur menggunakan Skala *Likert* dengan Skor 1= Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Netral, 4 = Setuju, 5 = Sangat Setuju.
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. Pengeluaran sejumlah uang yang dikeluarkan seseorang untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhannya. Jumlah pengeluaran yang diklasifikasikan dalam penelitian ini adalah sejumlah uang yang dikeluarkan oleh konsumen dalam satu minggu untuk membeli sayuran organik. Satuan waktu dalam satu minggu digunakan untuk mempermudah responden melakukan *recall* kegiatan berbelanja sayuran organik. Klasifikasi jumlah pengeluaran per minggu pada penelitian ini yaitu: kategori 1 = < Rp 50.000,00, kategori 2 = Rp 50.000,00 – Rp 150.000,00, kategori 3 = > Rp 150.000,00 – Rp 250.000,00, kategori 4 = > Rp 250.000,00 – Rp 350.000,00 dan kategori 5 = > Rp 350.000,00.