

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan selama 7 Bulan mulai dari November tahun 2023 sampai dengan Mei 2024. Penelitian dilaksanakan di Perusahaan Taman Hati *Farm* yang beralamat di Jl. Ciwaas Kelurahan Sukahurip, Kecamatan Tamansari, Kota Tasikmalaya. Lokasi penelitian ditentukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan lokasi tersebut ramai dikunjungi masyarakat untuk membeli buah golden melon dengan sensasi petik langsung dilokasi produksi pada saat gebyar petik melon. Selain itu, varietas melon yang diteliti ditentukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan jumlah buah melon yang paling banyak ditanam yaitu varietas golden melon sebesar 60 persen. Adapun rincian kegiatan dan waktu penelitian yang dilaksanakan disajikan pada Tabel 5 sebagai berikut:

Tabel 5. Jadwal Pelaksanaan Penelitian

Rencana Kegiatan	Tahun 2023								Tahun 2024																	
	November		Desember				Januari				Februari				Maret				April				Mei			
	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	
Perencanaan Penelitian	■	■																								
Inventarisasi Pustaka		■	■	■	■																					
Penulisan Usulan Penelitian		■	■	■	■	■	■	■																		
Seminar Usulan Penelitian								■																		
Revisi Draft Usulan Penelitian								■																		
Pembuatan Surat Izin Penelitian								■	■																	
Pengumpulan Data									■	■	■															
Pengolahan Data										■	■	■	■													
Penulisan Hasil Penelitian											■	■	■	■	■	■	■	■								
Seminar Kolokium																						■				
Rivisi Hasil Kolokium																							■	■		
Sidang Skripsi																										■
Revisi Skripsi																										■

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian di dalam suatu penelitian merupakan cara pencapaian suatu tujuan untuk memecahkan suatu masalah. Menurut Sugiyono (2017) metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dalam penelitian ini metode yang digunakan yaitu metode survei. Metode survei digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu secara ilmiah, seperti menyebarkan kuesioner, wawancara terstruktur dan sebagainya yang bersifat ilmiah. Dengan menggunakan metode ini dalam penelitian akan mempermudah dalam memperoleh data yang diperlukan dan dianalisis secara deskriptif.

3.3 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang diambil dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder.

1) Data primer

Data primer adalah data yang diambil langsung dari lokasi penelitian. data primer untuk penelitian ini diperoleh melalui kuesioner yang disebar kepada responden. Responden penelitian ini yaitu konsumen yang membeli dan petik langsung buah golden melon, pada saat gebyar petik melon di Taman Hati *Farm*. Data primer juga diperoleh melalui observasi, wawancara dan dokumentasi.

- a. Observasi, merupakan cara atau mekanisme pengumpulan data melalui proses pencatatan dari hasil pengamatan terhadap perilaku subjek (orang), objek (benda), ataupun kejadian tertentu tanpa ada kegiatan komunikasi dengan pihak yang diteliti (responden) (Dwiastuti, 2017).
- b. Wawancara, merupakan cara memperoleh data, fakta, dan tanggapan seseorang. Wawancara dalam penelitian digunakan sebagai teknik pengumpulan data jika peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, serta apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal yang lebih mendalam dari responden.
- c. Kuesioner, merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan yang berhubungan dengan masalah penelitian kepada responden (Sugiyono, 2017)

2) Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari publikasi pihak lain. Sumber data sekunder dapat diperoleh dari sumber lain seperti buku, data statistik pemerintah, laporan internal dan eksternal perusahaan (Dwiastuti, 2017). Data sekunder yang digunakan sebagai penunjang penulisan seperti studi kepustakaan serta penelusuran literatur, data, dan penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini. Adapun instansi dalam penelitian ini yaitu Taman Hati *Farm*, Badan Pusat Statistik (BPS), dan Dinas Ketahanan Pangan, Pertanian dan Perikanan.

3.4 Teknik Penarikan Sampel

3.4.1 Populasi

Sugiyono (2017) menyatakan populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli buah golden melon di Taman Hati *Farm* dan populasi pada penelitian ini tidak diketahui sehingga dikatakan tak terhingga.

3.4.2 Sampel

Sugiyono (2017) mengemukakan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang diteliti dan dianggap dapat menggambarkan populasi. Pengambilan sampel diambil pada saat gebyar petik melon. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 60 responden. Besarnya sampel dihitung dengan menggunakan *linier time function*. Menurut Umar (2002) penarikan sampel berdasarkan *linier time function* dapat dilakukan bila jumlah populasinya tidak dapat diketahui. Pengambilan sampel dilakukan selama 15 hari, waktu pengambilan sampel selama 4 jam/hari mulai dari jam 07.00 – 11.00 WIB. Pengambilan sampel ini diharapkan dapat mewakili populasi sebenarnya di Taman Hati *Farm*.

Besarnya sampel yang dihitung berdasarkan *linier time function* dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{T - t_0}{t_1}$$

keterangan:

- n = jumlah sampel yang dipilih
 T = waktu yang tersedia untuk penelitian (15 hari x 10 jam/hari = 150 jam)
 t₀ = waktu tetap pengambilan sampel (4 jam/hari x 15 hari = 60 jam)
 t₁ = waktu pengisian kuesioner setiap sampel unit (0,10 jam/hari x 15 hari = 1,5 jam)

$$n = \frac{150 - 60}{1,5}$$

$$n = \frac{90}{1,5}$$

$$n = 60$$

Jadi sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 60 responden. Teknik penarikan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode *accidental sampling*. Menurut Sugiyono (2017) *accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu konsumen yang secara kebetulan atau *incidental* bertemu dengan peneliti dan dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini, diantaranya:

- a. Responden yang melakukan pembelian buah golden melon dengan aktivitas petik langsung di *greenhouse* Taman Hati *Farm*.
- b. Responden dalam kelompok usia produktif yaitu mulai dari usia (15-64 tahun). Berdasarkan kemenkes RI tahun 2017 usia produktif ditandai dengan kemampuan untuk melakukan aktivitas sehari-hari dengan efektif dan efisien. (McKenzie dkk, 2006)

3.5 Definisi dan Operasional Variabel

3.5.1 Definisi Variablel

Sugiyono (2017) menyatakan bahwa definisi variabel adalah suatu atribut atau sifat, nilai dari objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah di tetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Penelitian ini memiliki beberapa istilah dan variabel yang akan diteliti, yaitu sebagai berikut:

1. Buah melon adalah salah satu tanaman buah-buahan semusim dari famili *cucurbitaceae* yang memiliki kandungan kaya serat dan mineral.

2. Varietas adalah jenis tanaman yang bermacam-macam, dalam hal ini buah golden melon sebagai objek penelitian.
3. Golden melon merupakan salah satu varietas buah melon berwarna kuning yang dibudidayakan oleh Taman Hati *Farm* dan menjadi salah satu varietas unggulan
4. Hidroponik merupakan teknik budidaya yang tidak menggunakan tanah sebagai media budidaya.
5. *Greenhouse* atau rumah kaca merupakan sebuah bangunan tempat budidaya tanaman.
6. Konsumen adalah orang yang membeli buah melon di Taman Hati *Farm* untuk memenuhi kebutuhan pribadi, keluarga, teman dan sebagainya.
7. Perilaku konsumen adalah aktivitas ketika seseorang mendapatkan atau mengkonsumsi buah golden melon pada saat proses pembelian di Taman Hati *Farm*.
8. Preferensi konsumen adalah pilihan suka atau tidak suka konsumen terhadap buah golden melon, dengan menyusun ranking semua situasi atau kondisi mulai dari yang paling disukai hingga paling tidak disukai pada atribut buah golden melon.
9. Atribut adalah sesuatu yang melekat pada buah golden melon yang dijadikan bahan pertimbangan konsumen ketika akan membeli produk tersebut. Atribut yang melekat pada buah golden melon meliputi aroma buah, warna kulit buah, rasa buah, ukuran buah, tekstur daging buah, dan harga buah.
10. Aroma merupakan bau-bauan yang tersebar pada buah golden melon yang dapat merangsang indra penciuman serta mampu menarik konsumen, dalam hal aroma yaitu ada yang tidak beraroma, aroma harum dan aroma kuat.
11. Rasa merupakan tanggapan dari indra pengecap terhadap atribut buah golden melon, dalam hal rasa yaitu kurang manis, manis, dan sangat manis.
12. Ukuran adalah besaran tertentu yang dimiliki oleh buah golden melon dalam satuan kilogram.
13. Harga merupakan suatu biaya yang dikeluarkan untuk membeli buah golden melon di Taman Hati *Farm*.

14. Warna merupakan bagian dari karakteristik buah golden melon yang memiliki daya tarik konsumen, seperti kuning, kuning cerah, dan kuning oren.
15. Tekstur daging buah adalah suatu permukaan daging buah golden melon di Taman Hati *Farm* yang bisa dirasakan saat memakannya, seperti: lembut, legit, dan renyah.
16. Responden adalah orang yang membeli dan petik langsung buah golden melon di Taman Hati *Farm* dengan sasaran sebagai konsumen akhir.
17. Sikap terhadap objek (Ao) adalah sikap yang diukur dengan menjumlahkan perkalian antara kekuatan kepercayaan bahwa objek mempunyai atribut-atribut dengan evaluasi mengenai atribut-atribut tersebut.
18. Variabel tingkat kepercayaan konsumen (bi) adalah kepercayaan konsumen bahwa buah golden melon memiliki atribut tertentu, dengan pengukuran menggunakan skala likert yaitu 1 untuk kurang baik; 2 untuk baik; dan 3 untuk sangat baik.
19. Variabel tingkat evaluasi konsumen (ei) adalah evaluasi dari kebaikan/keburukan terhadap atribut buah golden melon oleh konsumen, dengan pengukuran menggunakan skala likert yaitu 1 untuk kurang penting; 2 untuk penting; dan 3 untuk sangat penting.
20. Skala pengukuran adalah acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur. Penelitian ini menggunakan analisis *Chi-square* mengacu pada preferensi konsumen sebagai skala nominal, dan analisis Multiatribut *Fishbein* sebagai skala ordinal digunakan dalam pertanyaan yang mengacu kepada sikap responden terhadap atribut yang terdapat pada buah golden melon.
21. Gebyar petik melon adalah waktu dimana dilaksanakan penjualan melon dengan sensasi petik langsung di lokasi produksi.

3.5.2 Operasional Variabel

Operasional variabel digunakan untuk mengarahkan variabel-variabel dalam penelitian yang berguna dalam pembahasan hasil penelitian.

Tabel 6. Pengukuran Variabel Preferensi Konsumen terhadap Atribut Buah Golden Melon

No	Atribut	Uraian	Indikator	Skala
1.	Aroma	Aroma adalah bau-bauan yang tersebar dari buah golden melon yang dapat merangsang indra penciuman	a. Tidak beraroma b. Aroma harum c. Aroma kuat	Nominal
2.	Warna	Warna merupakan bagian dari karakteristik buah golden melon yang memiliki daya tarik konsumen	a. Kuning b. Kuning cerah c. Kuning oren	Nominal
3.	Rasa	Rasa merupakan tanggapan dari indra pengecap terhadap atribut buah golden melon	a. Kurang manis b. Manis c. Sangat manis	Nominal
4.	Ukuran	Ukuran merupakan besaran yang dimiliki buah golden melon dalam satuan kilogram	a. Kecil (0,82 - 1,26 kg) b. Sedang (1,27 - 1,71 kg) c. Besar (1,72 - 2,16 kg)	Nominal
5.	Tekstur	Tekstur permukaan daging buah golden melon yang dapat dirasakan saat memakan buah melon	a. Lembut b. Legit c. Renyah	Nominal
6.	Harga	Harga merupakan suatu biaya yang dikeluarkan untuk membeli buah golden melon di Taman Hati <i>Farm</i>	a. Rendah (21.000-30.000) b. Sedang (31.000-40.000) c. Tinggi (41.000-50.000)	Nominal

Sumber: Penelitian terdahulu dan modifikasi

Keterangan: harga (Rp) per kilogram

Tabel 7. Pengukuran Variabel Tingkat Kepercayaan Konsumen (bi) terhadap Atribut Buah Golden Melon

No	Atribut	Uraian	Indikator	Skor	Skala
1.	Aroma	Aroma adalah bau-bauan yang tersebar dari buah golden melon yang dapat merangsang indra penciuman	Kurang baik Baik Sangat baik	1 2 3	Ordinal
2.	Warna	Warna merupakan bagian dari karakteristik buah golden melon yang memiliki daya tarik konsumen	Kurang baik Baik Sangat baik	1 2 3	Ordinal
3.	Rasa	Rasa merupakan tanggapan dari indra pengecap terhadap atribut buah golden melon	Kurang baik Baik Sangat baik	1 2 3	Ordinal
4.	Ukuran	Ukuran merupakan besaran yang dimiliki buah golden melon dalam satuan kilogram	Kurang baik Baik Sangat baik	1 2 3	Ordinal
5.	Tekstur	Tekstur permukaan daging buah golden melon yang dapat dirasakan saat memakan buah melon	Kurang baik Baik Sangat baik	1 2 3	Ordinal
6.	Harga	Harga merupakan suatu biaya yang dikeluarkan untuk membeli buah golden melon di Taman Hati <i>Farm</i>	Kurang baik Baik Sangat baik	1 2 3	Ordinal

Sumber: Penelitian terdahulu dan modifikasi

Tabel 8. Pengukuran Variabel Tingkat Evaluasi Konsumen (ei) terhadap Atribut Buah Golden Melon

No	Atribut	Sub Variabel	Indikator	Skor	Skala
1.	Aroma	Pertimbangan konsumen dalam pembelian buah golden melon atas dasar aroma buah	Kurang penting	1	Ordinal
			Penting	2	
			Sangat penting	3	
2.	Warna	Pertimbangan konsumen dalam pembelian buah golden melon atas dasar warna kulit buah	Kurang penting	1	Ordinal
			Penting	2	
			Sangat penting	3	
3.	Rasa	Pertimbangan konsumen dalam pembelian buah golden melon atas dasar rasa buah	Kurang penting	1	Ordinal
			Penting	2	
			Sangat penting	3	
4.	Ukuran	Pertimbangan konsumen dalam pembelian buah golden melon atas dasar ukuran buah	Kurang penting	1	Ordinal
			Penting	2	
			Sangat penting	3	
5.	Tekstur	Pertimbangan konsumen dalam pembelian buah golden melon atas dasar tekstur daging buah	Kurang penting	1	Ordinal
			Penting	2	
			Sangat penting	3	
6.	Harga	Pertimbangan konsumen dalam pembelian buah golden melon atas dasar harga buah	Kurang penting	1	Ordinal
			Penting	2	
			Sangat penting	3	

Sumber: Penelitian terdahulu dan modifikasi

3.6 Kerangka Analisis

Penelitian ini menggunakan alat analisis *Chi-square* (x^2) dan Multiatribut *Fishbein*, untuk menjawab identifikasi masalah nomor 1 dan nomor 2 menggunakan analisis *Chi-square*, dan untuk menjawab identifikasi masalah nomor 3 menggunakan Multiatribut *Fishbein*. Lebih jelasnya akan dipaparkan sebagai berikut:

3.6.1 Uji Instrument Penelitian

A. Uji validitas

Menurut Sugiyono (2015) berpendapat bahwa validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang yang terjadi pada objek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur sesuatu yang seharusnya diukur. Secara simbolis uji validitas diformulasikan dalam rumus (Sudjana, 2000)

$$r = \frac{n(\sum XiYi) - (\sum Xi)(\sum Yi)}{\sqrt{\{(n\sum Xi^2) - (\sum Xi)^2\}\{n(\sum Yi)^2\}}}$$

Keterangan:

- r = Korelasi product moment
- n = Banyaknya responden
- X_i = skor satuan item
- Y_i = skor jawaban

Nilai validitas data dilihat dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel yang di dasarkan pada nilai *degree of freedom* (df). Adapun interpretasi dari uji validitas antara lain:

- a. Jika r hitung $\geq r$ tabel maka item pertanyaan dikatakan valid
- b. Jika r hitung $< r$ tabel maka item pertanyaan dikatakan tidak valid

B. Uji Reliabilitas

Reliabel berkenaan dengan derajat konsistensi data dalam interval waktu tertentu. Instrument yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Secara simbolis diformulasikan dalam rumus berikut (Sugiyono, 2017).

$$r_i = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left\{ \frac{S_t^2 - \sum p_i q_i}{S_t^2} \right\}$$

Keterangan:

- r_i = Nilai reliabilitas
- k = jumlah item dalam instrumen
- S_t^2 = standar deviasi dari tes (akar varian)
- p_i = proporsi banyanya subjek yang menjawab pada item 1
- q_i = $1 - p_i$
- $p q$ = jumlah hasil perkalian antara p_i dan q_i

$$S_t^2 = \frac{\sum X_t^2}{n} - \frac{(\sum X_t)^2}{n^2}$$

Keterangan:

- S^2 = standar deviasi dari tes (akar varian)
- X_t^2 = jumlah kuadrat skor yang diperoleh responden
- $(\sum X_t)^2$ = kuadrat jumlah skor yang diperoleh responden
- n = jumlah responden

Sundayana, (2016) berpendapat, pengambilan keputusan uji reliabilitas data pada instrumen penelitian dapat dilihat berdasarkan beberapa kategori sebagai berikut:

Tabel 9. Kategori Reliabilitas

Reliabilitas (r)	Interpretasi
$0,00 \leq r < 0,20$	Tidak reliabel
$0,20 \leq r < 0,40$	Reliabilitas rendah
$0,40 \leq r < 0,60$	Reliabilitas sedang
$0,60 \leq r < 0,80$	Reliabilitas tinggi
$0,80 \leq r \leq 1,00$	Reliabilitas sangat tinggi

3.6.2 Analisis *Chi-square* (χ^2)

Metode analisis *Chi-square* digunakan untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap atribut buah golden melon, dan digunakan untuk mengetahui perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut buah golden melon. *Chi-square* disebut juga dengan kai kuadrat, uji *Chi-square* adalah salah satu jenis uji komparatif non parametrik yang dilakukan pada dua variabel, dimana skala data kedua variabel adalah nominal (sustrisno, 2000). Menurut Siegel, (1997) analisis *Chi-square* digunakan untuk menguji adakah terdapat perbedaan yang signifikan antara banyak yang diamati (*observed*) dari objek yang masuk dalam masing-masing kategori. Secara simbolis analisis *Chi-square* diformulasikan dalam rumus:

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

Keterangan:

χ^2 = *Chi-square*

O_i = frekuensi hasil pengamatan pada kategori atribut buah golden melon.

E_i = frekuensi yang diharapkan pada kategori atribut buah golden melon.

k = Kategori atribut yang terdapat pada buah golden melon

Dimana :

$$E_i = \frac{\sum O_i}{k}$$

Keterangan:

$\sum O_i$ = jumlah hasil pengamatan pada penelitian

k = kategori

Kriteria pengujian dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

Hipotesis

$$H_0 : A : B : C = 1 : 1 : 1$$

(Tidak terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut buah golden melon di Taman Hati *Farm*).

$$H_1 : A : B : C \neq 1 : 1 : 1$$

(Terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut buah golden melon di Taman Hati *Farm*).

Tingkat kepercayaan sebesar 95% dengan taraf nyata 5% artinya 95% sampel yang diambil akan memuat nilai parameter aslinya. Menurut Kurniawan D. (2014) penelitian dengan taraf nyata 5% memiliki ketelitian dan akurasi yang cukup baik, masih mentoleransi kesalahan-kesalahan kecil, data yang dipakai adalah hasil pengamatan di lapangan yang berhubungan dengan makhluk sosial dimana peneliti menyadari bahwa sangat sulit menjaga kondisi penelitian sedemikian idealnya.

Pengujian pada tingkat kepercayaan 95% dengan kriteria pengujian:

- a. Tolak H_0 jika X^2 hitung $\geq X^2$ tabel, artinya terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut buah golden melon di Taman Hati *Farm*.
- b. Terima H_0 jika X^2 hitung $< X^2$ tabel, artinya tidak terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap buah golden melon di Taman Hati *Farm*.

Frekuensi responden yang memilih kategori dalam atribut buah golden melon dapat digunakan untuk mengetahui atribut buah golden melon yang menjadi preferensi konsumen. Jumlah persentase responden yang memilih atribut dengan nilai tertinggi dapat dikatakan sebagai atribut yang menjadi preferensi konsumen buah golden melon.

3.6.3 Analisis Multiatribut *Fishbein*

Analisis Multiatribut *Fishbein* digunakan untuk mengetahui atribut buah golden melon yang paling dipertimbangkan oleh konsumen (Sumarwan, 2011). *Fishbein* (1975) berpendapat bahwa analisis multiatribut *fishbein* digunakan untuk mengukur sikap konsumen terhadap suatu produk melalui berbagai atribut yang dimiliki oleh objek tersebut. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Multiatribut *Fishbein* untuk mengetahui atribut buah golden melon yang paling dipertimbangkan oleh konsumen.

Secara simbolis rumus model sikap Multiatribut *Fishbein* diformulasikan dalam rumus sebagai berikut:

$$A_0 = \sum_{i=1}^n b_i \cdot e_i$$

Keterangan:

- A_0 = sikap keseluruhan responden terhadap buah golden melon
- b_i = tingkat kepercayaan responden terhadap atribut yang dimiliki buah golden melon
- e_i = tingkat evaluasi responden terhadap atribut yang dimiliki buah golden melon
- n = jumlah atribut yang dimiliki buah golden melon

Adapun Langkah-langkah analisis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Menentukan standar penilaian (*scoring*) menggunakan skala *likert* untuk penilaian kepercayaan konsumen (b_i) terhadap atribut buah golden melon, yaitu:

1	2	3
Kurang Baik	Baik	Sangat Baik

Nilai kepercayaan konsumen (b_i) terhadap atribut buah golden melon diperoleh dengan mengkalikan banyaknya jawaban responden dengan skor kemudian dibagi jumlah nilai responden dengan jumlah responden. Dengan rumus:

$$b_i = \frac{3a + 2b + 1c}{a + b + c}$$

keterangan:

- b_i = Nilai kepercayaan terhadap atribut pada buah golden melon
- a = Jumlah responden yang memilih sangat baik
- b = Jumlah responden yang memilih baik
- c = Jumlah Responden yang memilih kurang baik

- 2) Menentukan standar penilaian (*scoring*) menggunakan skala *likert* untuk tingkat evaluasi konsumen (e_i) terhadap atribut buah golden melon, yaitu:

1	2	3
Kurang Penting	Penting	Sangat Penting

Nilai evaluasi atau kepentingan konsumen (e_i) adalah evaluasi seberapa penting atau tingkat kepentingan terhadap atribut buah golden melon, diperoleh dengan mengkalikan banyaknya jawaban responden dengan skor kemudian dibagi dengan jumlah responden, dengan rumus yaitu:

$$e_i = \frac{3a + 2b + 1c}{a + b + c}$$

keterangan:

- e_i = Nilai evaluasi terhadap atribut pada buah golden melon
- a = Jumlah responden yang memilih sangat penting
- b = Jumlah responden yang memilih penting
- c = Jumlah Responden yang memilih kurang penting

Tingkat klasifikasi dari setiap item pertanyaan dibagi menjadi tiga kategori dengan menggunakan *skoring* sebagai berikut:

Nilai tertinggi = 3

Nilai terendah = 1

Berikut adalah rentang skala yang digunakan untuk mengukur tingkat kepercayaan konsumen, dan tingkat evaluasi atau kepentingan yaitu dengan cara menginterpretasikan angka yang di dapat dari hasil perhitungan dengan menggunakan rumus interval atau rentang skala.

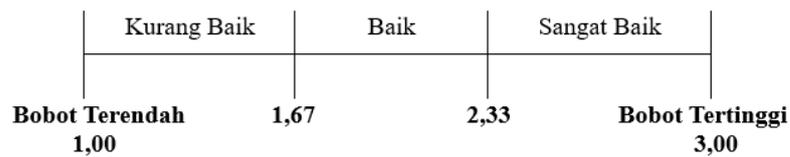
$$\text{Interval Kelas} = \frac{(\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah})}{\text{jumlah Kelas}}$$

Setiap variabel diukur dengan menggunakan batas kategori yang digambarkan dan dipaparkan ke dalam garis kontinum. Garis kontinum merupakan garis yang dipakai untuk menganalisis, mengukur, serta menunjukkan seberapa besar tingkat kekuatan variabel yang diuji, sesuai dengan instrumen yang digunakan (Akdon, 2007). Rentang skala yang digunakan penulis adalah sebagai berikut:

- a. Variabel Tingkat Kepercayaan Konsumen

$$\text{Interval Kelas} = \frac{3-1}{3} = 0,67$$

Pembagian kriteria tingkat kepercayaan konsumen berdasarkan rentang skala adalah sebagai berikut:

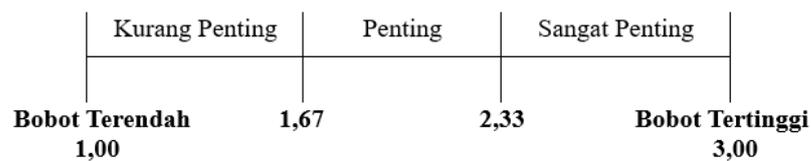


Gambar 5. Garis Kontinum Variabel Tingkat Kepercayaan Konsumen

b. Variabel Tingkat Evaluasi Konsumen

$$\text{Interval Kelas} = \frac{3-1}{3} = 0,67$$

Pembagian kriteria tingkat evaluasi atau kepentingan konsumen berdasarkan rentang skala adalah sebagai berikut:



Gambar 6 Garis Kontinum Variabel Tingkat Evaluasi Konsumen

Data yang didapatkan dalam penelitian ini dianalisis menggunakan nilai rata-rata tertimbang yang diperoleh dari penilaian tingkat kepercayaan (bi) dan penilaian tingkat evaluasi (ei).

Selanjutnya mengkaji atribut yang paling dominan dipertimbangkan oleh konsumen dapat dilihat dengan cara mengurutkan indeks sikap konsumen dari nilai yang tertinggi sampai terendah. Indeks sikap konsumen (Ao) yang tertinggi terhadap atribut buah golden melon, maka dapat diartikan bahwa atribut tersebut merupakan atribut yang paling dipertimbangkan oleh konsumen. Setelah dilakukannya analisis akan menghasilkan suatu kesimpulan atribut-atribut yang paling dipertimbangkan oleh konsumen ketika pengambilan keputusan dalam suatu pembelian.