

## BAB III METODE PENELITIAN

### 3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dipilih secara sengaja (*purposive*) yaitu penentuan daerah penelitian berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu sesuai dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2017). Kota Banjar dipilih sebagai daerah lokasi penelitian karena daerah ini merupakan salah satu daerah penghasil dan pemasar buah Pepaya California. Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Banjar. Pemilihan Pasar Banjar sebagai lokasi penelitian karena merupakan pasar induk di Kota Banjar yang lokasinya ditengah kota sehingga mudah dijangkau oleh responden dan sebagai tempat penjualan buah Pepaya California dari petani.

Penelitian dimulai dari bulan Desember 2019 – Agustus 2020. Tahapan dan rencana waktu penelitian secara lengkap disajikan pada Tabel 2.

Tabel 3. Waktu Pelaksanaan Penelitian

Jadwal Kegiatan	Waktu Penelitian								
	Des 2019	Jan 2020	Feb 2020	Mar 2020	Apr 2020	Mei 2020	Juni 2020	Juli 2020	Agus 2020
Penyusunan proposal usulan penelitian									
Seminar usulan penelitian									
Revisi proposal usulan penelitian									
Pelaksanaan penelitian dan pengolahan data									
Penulisan hasil penelitian									
Seminar hasil penelitian (Kolokium)									
Revisi Kolokium									
Sidang Skripsi									
Revisi Skripsi									

### 3.2 Metode Penelitian

Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif yaitu suatu bentuk penelitian yang ditujukan untuk menggambarkan data yang terkumpul. Metode penelitian menggunakan teknik survei dan teknik sampling dilakukan secara *accidental sampling*.

Teknik survei yaitu penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data (Singarimbun dan Sofian Efendi, 1995).

*Accidental sampling* adalah penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2017).

### 3.3 Penentuan Responden

Responden dalam penelitian ini diambil dengan secara kebetulan dikarenakan populasi yang diteliti dalam penelitian ini jumlahnya tidak diketahui, maka sampel yang diteliti dalam penelitian ini adalah konsumen buah Pepaya California di Pasar Banjar. Responden diambil pada rentang waktu pukul 07.00-10.00 WIB pada hari sabtu dan minggu yang bertempat di empat toko buah dan didapat sebanyak 31 responden. Sudjana (2000), menyatakan jika sebuah populasi mempunyai rata-rata  $\mu$  dan simpangan baku  $\sigma$  yang besarnya terhingga, maka untuk ukuran sampel acak  $n$  cukup besar, distribusi rata-rata sampel mendekati distribusi normal. Pendekatan kepada normal ini makin baik jika ukuran sampel  $n$  makin besar. Biasanya, untuk  $n \geq 30$  pendekatan ini sudah mulai berlaku.

### 3.4 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder.

- 1) Data primer diperoleh langsung dari narasumber yaitu konsumen buah Pepaya California di Pasar Banjar melalui wawancara dengan menggunakan daftar pertanyaan atau kuesioner yang telah dipersiapkan sebelumnya.

- 2) Data sekunder diperoleh dari literatur-literatur yang bersumber dari pustaka atau instansi terkait melalui dokumen ataupun publikasi seperti buku, jurnal, artikel, dan lain sebagainya yang berkaitan dengan penelitian.

### **3.5 Definisi dan Operasionalisasi Variabel**

#### **3.5.1 Definisi**

- 1) Preferensi konsumen didefinisikan sebagai pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap produk (barang atau jasa) yang dikonsumsi, dalam hal ini adalah buah Pepaya California.
- 2) Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan buah Pepaya California, termasuk proses keputusan konsumen dalam pembelian buah Pepaya California.
- 3) Atribut buah buah Pepaya California adalah karakteristik fisik yang melekat pada buah Pepaya California. Atribut buah Pepaya California meliputi harga buah, warna kulit buah, rasa buah, ukuran buah, dan tekstur daging buah.
- 4) Harga buah Pepaya California adalah serangkaian anggapan dan kesan konsumen tentang kepuasan yang didapat dari harga buah Pepaya California. Harga buah Pepaya California dibedakan dalam kategori murah, sedang, dan mahal.
- 5) Warna kulit buah Pepaya California adalah serangkaian anggapan dan kesan konsumen tentang kepuasan yang dilihat dari penampilan fisik kulit buah berdasarkan kecerahannya yang terdiri dari hijau cerah kekuningan, kuning cerah, dan kuning cerah kemerahan.
- 6) Rasa buah adalah serangkaian anggapan dan kesan konsumen tentang rasa buah Pepaya California yang terdiri dari manis, agak manis, dan tidak manis.
- 7) Ukuran buah adalah serangkaian anggapan dan kesan konsumen besarnya massa buah dalam kilogram (kg) yang terdiri dari *grade A* (1 – 2,5 kg), *grade B* (0,5 – 0,9 kg), dan *grade C* (< 0,5 kg).
- 8) Tekstur daging buah adalah anggapan dan kesan konsumen tentang tekstur daging buah Pepaya California yang terdiri dari keras atau lembutnya daging

buah pepaya ketika dikonsumsi yang terdiri dari lembut, agak keras, dan keras.

- 9) Responden adalah orang yang membeli buah Pepaya California di Pasar Banjar.
- 10) Sikap terhadap objek (Ao) adalah sikap yang dinyatakan dalam indeks sikap yang diukur dengan menjumlahkan perkalian antara kekuatan kepercayaan bahwa objek mempunyai atribut-atribut dengan evaluasi mengenai atribut-atribut tersebut.
- 11) Tingkat kepercayaan konsumen (bi) adalah kepercayaan konsumen bahwa buah Pepaya California memiliki atribut tertentu. Diukur dengan menggunakan skala *likert*, yaitu 1 untuk tidak baik, 2 untuk cukup baik, dan 3 untuk baik.
- 12) Evaluasi konsumen (ei) adalah evaluasi kebaikan atau keburukan terhadap atribut buah Pepaya California oleh konsumen. Diukur dengan menggunakan skala *likert*, yaitu 1 untuk tidak penting, 2 untuk cukup penting, dan 3 untuk penting.

### **3.5.2 Operasionalisasi Variabel**

Penelitian ini terdiri dari 3 operasionalisasi variabel yaitu preferensi konsumen terhadap atribut buah Pepaya California, kepercayaan konsumen (bi) terhadap atribut buah Pepaya California, dan evaluasi konsumen (ei) terhadap buah Pepaya California. Berikut ini disajikan dalam bentuk tabel :

Tabel 4. Pengukuran Variabel Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Buah Pepaya California.

No.	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
1.	Harga	Buah Pepaya California yang menjadi kesukaan konsumen berdasarkan harga.	Mahal Sedang Murah	Nominal
2.	Rasa Buah	Buah Pepaya California yang menjadi kesukaan konsumen berdasarkan rasa buah.	Manis Agak manis Tidak manis	Nominal
3.	Ukuran Buah	Buah Pepaya California yang menjadi kesukaan konsumen berdasarkan ukuran buah..	Grade A Grade B Grade C	Nominal
4.	Warna Kulit Buah	Buah Pepaya California yang menjadi kesukaan konsumen berdasarkan warna kulit buah.	Hijau cerah kekuningan Kuning cerah Kuning cerah kemerahan	Nominal
5.	Tekstur Daging Buah	Buah Pepaya California yang menjadi kesukaan konsumen berdasarkan tekstur daging buah.	Lembut Agak keras Keras	Nominal

Tabel 5. Pengukuran Variabel Kepercayaan Konsumen (bi) Terhadap Atribut Buah Pepaya California.

No.	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skor	Skala
1.	Harga	Bagaimana buah Pepaya California yang dibeli konsumen berdasarkan harga.	Murah Sedang Mahal	3 2 1	Ordinal
2.	Rasa Buah	Bagaimana buah Pepaya California yang dibeli konsumen berdasarkan rasa buah.	Manis Agak manis Tidak manis	3 2 1	Ordinal
3.	Ukuran Buah	Bagaimana buah Pepaya California yang dibeli konsumen berdasarkan ukuran buah.	Baik Cukup baik Tidak baik	3 2 1	Ordinal
4.	Warna Kulit Buah	Bagaimana buah Pepaya California yang dibeli konsumen berdasarkan warna kulit buah.	Baik Cukup baik Tidak baik	3 2 1	Ordinal
5.	Tekstur Daging Buah	Bagaimana buah Pepaya California yang dibeli konsumen berdasarkan tekstur daging buah.	Baik Cukup baik Tidak baik	3 2 1	Ordinal

Tabel 6. Pengukuran Variabel Evaluasi Konsumen (ei) Terhadap Atribut Buah Pepaya California.

No.	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skor	Skala
1.	Harga	Pertimbangan konsumen dalam pembelian buah Pepaya California atas dasar harga.	Penting	3	Ordinal
			Cukup penting	2	
			Tidak penting	1	
2.	Rasa Buah	Pertimbangan konsumen dalam pembelian buah Pepaya California atas dasar rasa buah.	Penting	3	Ordinal
			Cukup penting	2	
			Tidak penting	1	
3.	Ukuran Buah	Pertimbangan konsumen dalam pembelian buah Pepaya California atas dasar ukuran buah.	Penting	3	Ordinal
			Cukup penting	2	
			Tidak penting	1	
4.	Warna Kulit Buah	Pertimbangan konsumen dalam pembelian buah Pepaya California atas dasar warna kulit buah.	Penting	3	Ordinal
			Cukup penting	2	
			Tidak penting	1	
5.	Tekstur Daging Buah	Pertimbangan konsumen dalam pembelian buah Pepaya California atas dasar tekstur daging buah.	Penting	3	Ordinal
			Cukup penting	2	
			Tidak penting	1	

### 3.6 Kerangka Analisis

Penelitian ini menggunakan metode analisis *Chi Square* ( $X^2$ ) dan analisis Multiatribut *Fishbein*. Secara lebih lengkap, metode analisis yang digunakan adalah sebagai berikut :

#### 1) Analisis *Chi Square* ( $X^2$ )

Analisis *Chi Square* ( $X^2$ ) digunakan untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut buah Pepaya California.

Dengan rumus (Sidney Siegel, 1992) :

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

Keterangan :

$X^2$  = *Chi-square*.

$O_i$  = Frekuensi hasil pengamatan pada penelitian.

$E_i$  = Frekuensi yang diharapkan pada penelitian.

$i \dots k$  = Kategori atribut dalam variabel buah Pepaya California.

Pengujian pada tingkat kepercayaan 95% dengan kriteria pengujian :

- a. Jika  $X^2$  hitung  $> X^2$  tabel, maka  $H_0$  ditolak berarti terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut buah Pepaya California.
- b. Jika  $X^2$  hitung  $< X^2$  tabel, maka  $H_0$  diterima berarti tidak terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut buah Pepaya California.

Untuk mengetahui atribut buah Pepaya California yang menjadi preferensi konsumen di Pasar Banjar dapat diketahui dengan melihat proporsi konsumen yang memilih kategori dalam atribut buah Pepaya California. Jumlah presentase konsumen yang memilih atribut tertentu dengan nilai tertinggi menunjukkan bahwa atribut tersebut yang menjadi preferensi konsumen.

## 2) Analisis Multiatribut *Fishbein*

Analisis Multiatribut *Fishbein* digunakan untuk mengetahui atribut buah Pepaya California yang paling dipertimbangkan oleh konsumen.

Dengan rumus (Ujang Sumarwan, 2011) :

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

Keterangan :

- $A_o$  = Sikap konsumen terhadap buah Pepaya California.
- $b_i$  = Tingkat kepercayaan konsumen bahwa buah Pepaya California yang dibeli memiliki atribut tertentu (atribut ke – i).
- $e_i$  = Dimensi evaluatif (evaluasi) konsumen terhadap atribut ke-i yang dimiliki buah Pepaya California.
- $n$  = Jumlah atribut yang dimiliki buah Pepaya California.

Langkah-langkahnya sebagai berikut :

- a. Menentukan penilaian kepercayaan terhadap atribut buah Pepaya California ( $b_i$ ) dengan cara menentukan standar penilaian (*scoring*) dengan menggunakan skala *likert*, yaitu :

3 = baik

2 = cukup baik

1 = tidak baik

Kemudian untuk mencari nilai kepercayaan terhadap atribut buah Pepaya California ( $b_i$ ) dilakukan dengan membagi banyaknya jawaban responden dengan jumlah responden, yaitu :

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

Keterangan :

$b_i$  = Nilai kepercayaan terhadap atribut buah Pepaya California.

$a$  = Jumlah responden yang memilih baik.

$b$  = Jumlah responden yang memilih netral.

$c$  = Jumlah responden yang memilih tidak baik.

$n$  = Jumlah responden.

- b. Menentukan evaluasi mengenai atribut ( $e_i$ ) dengan menentukan standar (*scoring*) dengan menggunakan skala *likert* seperti langkah di atas yaitu :

3 = penting

2 = cukup penting

1 = tidak penting

Kemudian skor masing-masing atribut dikalikan dengan frekuensi jawaban responden untuk mengetahui nilai evaluasi konsumen terhadap atribut buah Pepaya California. Adapun atribut buah Pepaya California yang diamati yaitu harga, rasa buah, ukuran buah, warna kulit buah, dan tekstur daging buah.

- c. Untuk menentukan atribut mana yang paling dipertimbangkan oleh konsumen adalah dengan mengurutkan indeks sikap konsumen ( $A_o$ ) dari nilai yang tertinggi hingga terendah.

Dengan rumus :

$$A_o = b_i \cdot e_i$$

Keterangan :

- Ao = Sikap konsumen terhadap atribut buah Pepaya California.
- bi = Tingkat kepercayaan konsumen bahwa buah Pepaya California yang dibeli memiliki variabel tertentu.
- ei = Dimensi evaluatif (evaluasi) konsumen terhadap atribut ke – i yang dimiliki buah Pepaya California.

Indeks sikap konsumen (Ao) yang tertinggi terhadap suatu atribut buah Pepaya California, menunjukkan bahwa atribut tersebut merupakan atribut yang dominan dipertimbangkan oleh konsumen.