

III. METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan suatu kegiatan pengumpulan, pengolahan, penyajian, dan analisis data yang dilakukan dengan metode ilmiah yang hasilnya berguna untuk mengetahui suatu keadaan dan menemukan pemecahan masalah.

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan wawancara dan juga kuisisioner. Wawancara dilakukan bertujuan untuk mengetahui jenis ikan laut segar yang dibeli oleh konsumen, waktu pembelian, dan juga seluruh pertanyaan yang terkait dengan penelitian. Penyebaran kuisisioner digunakan untuk mendapatkan data mengenai karakteristik, faktor-faktor yang terkait, serta proses pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian ikan laut segar.

A. Penentuan Lokasi dan Sampel

Pemilihan lokasi penelitian ini dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa pasar modern Hypermart yang pertama ada di Yogyakarta, yaitu di Jogja City Mall. Kemudian pilihan ikan laut segar yang lebih beragam terbukti dari hasil wawancara dengan kepala karyawan Hypermart Jogja City Mall yang mengatakan bahwa terdapat sekitar 13 jenis ikan laut segar yang dijual di Hypermart. Selain itu, permintaan ikan laut segar yang cukup banyak terbukti dari adanya supply ikan setiap 3-4 kali dalam 1 minggu dengan sekali supply paling banyak yaitu 70 kg/jenis ikan.

Pengambilan sampel konsumen yaitu menggunakan teknik *Accidental Sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan bagi siapa yang bertemu dengan peneliti dan dianggap sesuai untuk dijadikan sumber data dan dijadikan sampel (Sugiyono, 2014). Sampel diambil pada saat penelitian dilakukan dan konsumen sedang membeli ikan laut segar dengan menggunakan batasan waktu selama 3 minggu di hari Sabtu dan Minggu pada jam 11.00 – 17.00 dengan jumlah 35 responden. Kriteria responden yang diambil adalah konsumen yang membeli ikan laut segar dengan asumsi mempunyai wewenang dalam memutuskan pembelian, kemudian menentukan pengeluaran untuk berbelanja, selain itu konsumen tersebut juga dapat berkomunikasi dengan bersedia diwawancarai oleh peneliti.

B. Teknik Pengambilan Data

Data yang akan digunakan pada penelitian ini berupa data primer dan sekunder :

1. Data Primer

a. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan langsung oleh pewawancara kepada responden. Media yang digunakan peneliti dalam mengambil data primer ini yaitu dengan kuisioner

b. Kuisisioner

Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memperoleh data dari responden dengan mengutarakan atau mengajukan beberapa pertanyaan tertulis kepada masyarakat

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu pengumpulan data deskripsi perusahaan, dan juga pembelian produk ikan laut segar serta data-data lain yang dianggap penting dalam penelitian ini

C. Asumsi

Semua konsumen di Hypermart Jogja City Mall diasumsikan secara sadar mengambil keputusan dalam membeli ikan laut segar.

D. Pembatasan Masalah

1. Tidak membedakan/melihat dari konsumen yang baru pertama kali melakukan pembelian ikan laut segar di Hypermart Jogja City Mall atau yang sudah pernah melakukan pembelian ikan laut segar di Hypermart Jogja City Mall sebelumnya.

E. Definisi operasional dan Pengukuran Variabel

Sebagai dasar pengembangan untuk mengumpulkan dan mengembangkan teknik analisis data, perlu merumuskan definisi dan melakukan pengukuran setiap variabel yang akan diteliti sebagai berikut :

1. Ikan laut segar adalah ikan laut yang baru di *supply* oleh perusahaan yang belum mengalami perubahan apapun, dan juga ikan yang sudah mengalami proses pengawetan dengan pendinginan tetapi masih mempunyai sifat serupa dengan yang asli.
2. Konsumen adalah seluruh pembeli ikan laut segar di Hypermart Jogja City Mall.
3. Karakteristik konsumen adalah ciri individu atau seseorang yang berperan sebagai pembentukan sikap mengenai nilai-nilai yang dianut oleh seorang konsumen. Karakteristik dalam penelitian ini adalah :
 - a. Usia adalah satuan waktu yang mengukur waktu keberadaan seseorang. Diukur sejak ia lahir hingga waktu umur itu dihitung dalam penelitian ini dengan satuan tahun.
 - b. Pekerjaan adalah kegiatan yang harus dilakukan seseorang untuk memenuhi kebutuhannya.
 - c. Pendidikan adalah pembelajaran pengetahuan, keterampilan, dan kebiasaan responden yang telah ditempuh dalam jangka waktu tertentu.
4. Faktor budaya adalah dasar keinginan dan perilaku seseorang yang meliputi kebiasaan konsumen membeli ikan laut segar di Hypermart Jogja

City Mall karena kebiasaan seseorang berbeda dengan kebiasaan orang lain. Variabel dari faktor budaya dalam penelitian ini meliputi :

- a. Kebiasaan pribadi adalah kecenderungan membeli dan mengkonsumsi ikan yang dilakukan secara berulang dan konsisten.
- b. Kebiasaan lingkungan adalah tindakan yang lazim/umum dilakukan di masyarakat yang ditiru oleh responden yang semuanya diukur menggunakan skala likert dengan kategori nilai :

- a.) Sangat tidak setuju = 1
- b.) Tidak setuju = 2
- c.) Cukup setuju = 3
- d.) Setuju = 4
- e.) Sangat setuju = 5

5. Faktor sosial adalah kelompok acuan, keluarga, maupun peran/status seseorang sebagai referensi dalam membeli produk. Kelompok acuan terdiri dari semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap seseorang. Variabel dari faktor sosial dalam penelitian ini meliputi :

- a. Status sosial adalah posisi seseorang dalam konteks kehidupan masyarakat sekeliling.
- b. Jumlah tanggungan keluarga adalah jumlah konsumsi rumah tangga yang harus dipenuhi. Banyaknya anggota keluarga, maka pola konsumsinya akan semakin bervariasi.
- c. Kelompok acuan adalah seorang individu atau sekelompok orang yang secara nyata mempengaruhi perilaku seseorang yang semuanya diukur menggunakan skala likert dengan kategori nilai :

- a.) Sangat tidak setuju = 1
- b.) Tidak setuju = 2
- c.) Cukup setuju = 3
- d.) Setuju = 4
- e.) Sangat setuju = 5

6. Faktor demografi adalah karakteristik yang menggambarkan keadaan demografis seseorang yaitu meliputi gaya hidup, pendapatan, dan jarak.

Variabel dari faktor demografis dalam penelitian ini meliputi :

- a. Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya.
- b. Pendapatan adalah jumlah uang yang diterima oleh seseorang setiap bulannya dan dihitung dalam satuan rupiah.
- c. Jarak adalah angka yang menunjukkan seberapa jauh responden menempuh perjalanan dan dihitung dengan satuan kilometer.

yang semuanya diukur menggunakan skala likert dengan kategori nilai :

- a.) Sangat tidak setuju = 1
- b.) Tidak setuju = 2
- c.) Cukup setuju = 3
- d.) Setuju = 4
- e.) Sangat setuju = 5

7. Psikologi konsumen adalah proses yang akan menghasilkan suatu framework pemikiran dan keinginan terhadap suatu produk serta teraplikasi dalam keputusan pembelian. Faktor psikologis meliputi keyakinan diri dalam membeli ikan laut segar, motivasi diri dalam membeli ikan laut segar, persepsi dalam membeli ikan laut segar, serta

pengalaman dalam membeli ikan laut segar. Variabel dalam faktor psikologi penelitian ini meliputi :

- a. Motivasi berbelanja adalah sesuatu yang melatarbelakangi dan mempengaruhi individu dalam memutuskan pembelian.
- b. Persepsi adalah tindakan menyusun, mengenali, guna memberikan gambaran dan pemahaman tentang lingkungan.
- c. Keyakinan adalah sikap yang ditunjukkan oleh seseorang saat ia merasa cukup tahu dan menyimpulkan bahwa dirinya telah mencapai kebenaran.
- d. Pengalaman adalah pembelajaran dari kejadian yang pernah dialami baik yang sudah lama, maupun yang baru.

yang semuanya diukur menggunakan skala likert dengan kategori nilai :

- a.) Sangat tidak setuju = 1
- b.) Tidak setuju = 2
- c.) Cukup setuju = 3
- d.) Setuju = 4
- e.) Sangat setuju = 5

8. Proses pengambilan keputusan adalah proses pemilihan salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada. Proses pengambilan keputusan dalam penelitian ini ada lima tahap yaitu :

- a. Pengenalan masalah adalah faktor terpenting dalam melakukan proses pembelian dimana pembeli akan mengenali suatu kebutuhan
- b. Pencarian informasi adalah aktifitas untuk mengumpulkan dan memakai informasi yang seseorang butuhkan.

- c. Evaluasi alternatif adalah pilihan yang dibuat oleh konsumen secara teliti terhadap produk yang akan dibelinya.
 - d. Keputusan pembelian adalah keputusan yang menyebabkan konsumen membentuk pilihan merek diantara beberapa merek yang tersedia.
 - e. Evaluasi pasca pembelian adalah evaluasi yang dilakukan oleh konsumen terhadap produk kemudian menilai apakah produk tersebut sesuai atau tidak dengan harapannya.
9. Perilaku konsumen adalah sebuah kegiatan yang sangat berkaitan dengan proses pembelian dan aktivitas seseorang.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan yaitu teknik analisis statistik deskriptif. Teknik analisis statistik adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data yang telah terkumpul tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Sedangkan untuk mengetahui hubungan antara faktor-faktor dengan pengambilan keputusan dibahas berdasarkan skoring menurut (Sugiyono, 2014) dan dibagi kedalam tiga kategori yaitu setuju, netral, dan tidak setuju.