

I. METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan suatu cara yang harus ditempuh dalam suatu penelitian untuk mencapai tujuan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Metode deskriptif adalah prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan subyek atau obyek penelitian pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya. Teknik pelaksanaan penelitian yang digunakan menggunakan metode survey, yaitu penelitian yang mengambil sampel dari populasi tertentu dengan menggunakan kuesioner sebagai alat bantu pengumpulan data.

A. Metode Dasar Penelitian

1. Penentuan Lokasi

Penelitian ini dilaksanakan di pasar modern Yogyakarta sehingga dipilih Supermarket Super Indo dan Pamella Supermarket. Mengingat Supermarket Super Indo dan Pamella Supermarket merupakan pasar modern yang memiliki banyak cabang di Yogyakarta, maka dipilih cabang Godean untuk Supermarket Super Indo dan Pamella Satu di Jalan Kusumanegara sebagai tempat penelitian. Hal ini dikarenakan pada cabang ini, memiliki tempat lebih luas dan ramai dikunjungi konsumen dengan letaknya yang strategis, dan juga cabang yang menyediakan beras organik cukup lengkap.

2. Penentuan Sampel

Teknik penentuan sampel dalam penelitian ini adalah sampling aksidental yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan siapa yang bertemu dengan peneliti dan dianggap sesuai untuk dijadikan sumber data serta dijadikan sebagai sampel (Sugiyono, 2003). Konsumen yang diambil adalah pengunjung outlet beras baik organik dan nonorganik yaitu wanita dan pria di atas usia 20 tahun yang menunjukkan ketertarikan, ditunjukkan dengan memegang dan melihat-lihat. Baik yang membeli dan tidak membeli beras organik di Super Indo Godean dan Pamella Satu, Yogyakarta. Untuk keperluan data ini penulis mengambil 60 responden yang dijadikan sampel penelitian dari dua tempat. Sebanyak 30 responden di Super Indo Godean dan 30 responden di Pamella Satu. Dengan alasan untuk penelitian yang akan menggunakan analisis data dengan statistik sampel paling minimum adalah 30 responden (Walpole,1992). Pengambilan data dilakukan satu hari kerja sampai mendapatkan 30 responden. Dalam penelitian ini, pengambilan data di Super Indo Godean dilakukan selama 2 hari kerja, sedangkan pengambilan data di Pamella Satu dilakukan selama 8 hari kerja.

B. Jenis dan Sumber Data

1. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari manajer pasar modern. Data sekunder meliputi, deskripsi Supermarket Super Indo dan Pamella Swalayan, harga beras organik serta data-data lain yang dianggap perlu berdasarkan hasil studi dokumentasi. Data penunjang lainnya didapat dari situs internet, artikel majalah, surat kabar, penititan-penelitian terdahulu sebagai bahan pembanding.

2. Data Primer

Data primer adalah data yang langsung dan segera diperoleh dari sumber data oleh peneliti. Pada penelitian ini data primer diperoleh melalui *interview guide*. Sumber data primer adalah konsumen beras organik di Super Indo Godean dan Pamella Satu, Yogyakarta. Data primer meliputi profil konsumen, profil produk beras organik, minat konsumen terhadap beras organik, serta faktor yang mempengaruhi minat konsumen terhadap beras organik.

C. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik yang digunakan adalah:

1. Observasi

Teknik ini dilakukan dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap obyek yang diteliti, seperti banyaknya variasi jenis produk beras organik, fasilitas penunjang yang diberikan oleh Super Indo Godean dan Pamella Satu, sehingga didapat gambaran yang jelas mengenai obyek yang diteliti dan daerah lokasi penelitian.

2. Pencatatan

Teknik ini dilakukan dengan mencatat hasil wawancara terkait dengan kuesioner dan mencatat data sekunder dari instansi atau lembaga yang mempunyai keterkaitan dengan penelitian. Data yang masuk seperti daftar harga beras organik, serta deskripsi mengenai Supermarket Super Indo dan Pamella Supermarket.

D. Definisi Operasional dan Pengukuran variabel

1. Minat merupakan komponen dari sikap konsumen dalam mengkonsumsi, dan kecenderungan konsumen dalam bersikap sebelum kegiatan pembelian dilakukan. Minat ini meliputi ketertarikan, keinginan dan keyakinan.
 - a. Ketertarikan adalah keadaan dimana konsumen ingin mengetahui lebih jauh tentang beras organik, ditunjukkan dengan perilaku melihat-lihat, dan memegang beras organik.
 - b. Keinginan adalah keadaan dimana konsumen mulai terdorong untuk memiliki beras organik.
 - c. Keyakinan adalah keadaan dimana konsumen merasa yakin untuk membeli beras organik.

Seluruh data ketertarikan, keinginan, dan keyakinan diberi skor dengan jawaban sebagai berikut:

Tabel 1. Pengukuran Skor Minat

Indikator Minat	Jawaban	
Ketertarikan	Ya	Tidak
Keinginan	Ya	Tidak
Keyakinan	Ya	Tidak

Sangat tidak berminat (skor 1) jika konsumen tidak menjawab “ya “ sebanyak 0, tidak berminat (skor 2) jika konsumen menjawab “ya” sebanyak 1, berminat (skor 3) jika konsumen menjawab “ya” sebanyak 2, sangat berminat (skor 4) jika konsumen menjawab “ya” sebanyak 3.

2. Harga merupakan kesesuaian jumlah uang yang dikeluarkan dengan manfaat dan kualitas beras organik yang didapatkan. Diukur dengan pernyataan: harga pasar modern di pasar modern ini tergolong murah, harga beras organik yang

dipasarkan di pasar modern ini sudah sesuai dengan manfaat yang dapat saya rasakan, harga beras organik di pasar modern ini sesuai dengan kualitas beras organik.

3. Merek merupakan atribut yang memberikan jaminan manfaat dan mutu bagi konsumen beras organik secara konsisten. Diukur dengan pernyataan: terdapat beberapa jenis merek beras organik yang dipasarkan di pasar modern ini, produsen beras organik memberikan manfaat dengan memberikan jaminan mutu beras organik, dengan merek yang tertera “Beras Organik” saya percaya bahwa beras organik memiliki kualitas yang lebih baik daripada beras anorganik.
4. Ketersediaan produk merupakan keadaan yang menunjukkan dimana beras organik mudah ditemukan konsumen di pasar modern. Diukur dengan pernyataan: beras organik selalu tersedia di pasar modern ini, pada pasar modern ini terdapat beberapa jenis beras organik, pada pasar modern ini terdapat beberapa ukuran untuk setiap beras organik yang dipasarkan sehingga dapat mempermudah saya dalam menentukan jumlah pembelian.
5. Kesadaran kesehatan adalah sikap konsumen yang meyakini adanya pengaruh manfaat beras organik terhadap peningkatan kesehatan. Diukur dengan: saya sangat mengutamakan kesehatan saya sehingga saya memilih beras organik sebagai makanan pokok, beras organik memiliki manfaat yang lebih baik bagi kesehatan daripada beras anorganik, saya menyadari dengan mengkonsumsi beras organik akan berpengaruh terhadap peningkatan kesehatan saya karena tidak mengandung pestisida dan bahan kimia lainnya.

Variabel harga, merek, ketersediaan barang, serta kesadaran kesehatan diukur dengan skala likert yang terbagi atas lima tingkatan jawaban pernyataan yaitu sangat tidak setuju, tidak setuju, cukup setuju, setuju, sangat setuju, dengan skor ditunjukkan seperti tabel berikut:

Tabel 2. Pengukuran Skala Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli

Kategori	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Cukup Setuju	Setuju	Sangat Setuju
Harga	1	2	3	4	5
Merek	1	2	3	4	5
Ketersediaan produk	1	2	3	4	5
Kesadaran kesehatan	1	2	3	4	5

E. Teknik Analisis Data

1. Deskriptif

Minat konsumen terhadap proses pengambilan keputusan pembelian beras organik yang dilakukan oleh konsumen beras organik di Super Indo Godean dan Pamela Satu, Yogyakarta dianalisis secara deskriptif dengan menggambarkan profil responden. Penggunaan analisis ini untuk menggambarkan data lapangan secara deskriptif dengan cara menginterpretasikan hasil pengolahan data menggunakan tabel frekuensi berdasarkan kategori minat dengan format sebagai berikut:

Tabel 5. Presentase Kategori Minat

Kategori Minat	Jumlah Responden (Orang)	Presentase (%)
Sangat tidak berminat		
Tidak berminat		
Berminat		
Sangat berminat		

Dari tabel diatas akan diperoleh presentase kategori minat, sehingga dapat diinterpretasikan bagaimana minat konsumen untuk membeli beras organik di pasar modern.

2. Kuantitatif

Sesuai dengan tujuan kedua dari penelitian, maka untuk menguji berbagai faktor yang mempengaruhi minat konsumen digunakan model analisis regresi linear berganda. Variabel minat diambil dari presentase skor dengan rumus:

$$Presentase\ Skor = \frac{Capaian\ skor - Minimal\ skor}{Maximal\ skor - Minimal\ skor} \times 100\%$$

Ada pun model analisis linear berganda adalah :

$$Y : a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan:

Y = Minat Beli

a = konstanta

b₁...b₂ = sampai dengan b₄ : koefisien regresi untuk masing-masing variabel

X₁ = Harga

X₃ = Ketersediaan Produk

X₂ = Merek

X₄ = Kesadaran Kesehatan

E = error term (tingkat kesalahan)

Dilanjutkan dengan uji t dan uji f:

Uji Hipotesis (Uji t)

- a. H₀ : b_i = 0, artinya suatu variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
 - b. H_a : b_i > 0, artinya suatu variabel independen berpengaruh positif terhadap variabel dependen.
- 1) Apabila t hitung > t tabel, maka H₀ ditolak dan H_a diterima
 - 2) Apabila t hitung < t tabel, maka H₀ diterima dan H_a ditolak

Uji *Goodness of Fit* (Uji F)

Uji F (Uji Simultan) Uji F bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.

- a. Membuat hipotesis untuk kasus pengujian F-test di atas, yaitu ; i. $H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = 0$ Artinya : tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen yaitu harga (X_1), merek (X_2), ketersediaan produk (X_3), kesadaran kesehatan (X_4) secara simultan terhadap variabel dependen yaitu minat beli (Y).
 - b. $H_a : b_1 - b_4 > 0$ Artinya : ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen yaitu harga (X_1), merek (X_2), ketersediaan produk (X_3), kesadaran kesehatan (X_4) secara simultan terhadap variabel dependen yaitu minat beli (Y).
- 1) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak, berarti masing-masing variabel bebas secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima, berarti masing-masing variabel bebas secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.