

III. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Metode deskriptif yaitu kegiatan mengumpulkan, mengolah, dan mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana mestinya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2014).

A. Metode Pengambilan Sampel

1. Lokasi penelitian

Lokasi penelitian dilakukan secara *purposive* atau sengaja yaitu berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu sesuai dengan tujuan penelitian. Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Gunungkidul karena tiwul berasal dari daerah ini dan pada saat ini tiwul diproduksi serta dipasarkan menjadi makanan khas dari daerah tersebut dan tempat pengambilan sampel di Toko oleh-oleh Yu Tum, lokasi ini dipilih karena Toko Oleh-oleh Yu Tum memproduksi dan menjual tiwul di Kabupaten Gunungkidul dan berdasarkan observasi yang telah dilakukan, Toko Oleh-oleh Yu Tum setiap harinya mampu menjual sekitar 150 buah tumpeng tiwul. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat banyak konsumen yang datang setiap harinya serta berdasarkan data Tabel 2 produsen tiwul di Kabupaten Gunungkidul Toko Oleh-oleh Yu Tum yang pada saat ini dikelola oleh Bapak Slamet memiliki tenaga kerja yang paling banyak yaitu berjumlah 15 orang, sehingga lokasi tersebut paling pantas untuk dijadikan lokasi penelitian.

Tabel 2. Data IKM komoditi tiwul di Kabupaten Gunungkidul

Kecamatan	Desa	Dusun	Nama Pemilik	Jenis Komoditi	Jumlah Tenaga Kerja
Nglipar	Pilangrejo	Wotgalih	Parni	Tiwul	2
Paliyan	Mulusan	Muntutuk	Maryati	Tiwul	2
Playen	Logandeng	Siyono	Sutrisno	Tiwul	4
Wonosari	Karangrejek	Karangduwet	Joko Tri	Tiwul	2
Wonosari	Wonosari	Pandansari	Slamet	Tiwul	15
Paliyan	Giring	Bulu	Suhayanti	Tiwul	2

Sumber: Disperindag 2015

2. Pengambilan sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental*, yaitu siapa saja yang bertemu dengan peneliti dan membeli tiwul maka orang tersebut dapat dijadikan sampel atau sumber data. Pengambilan sampel dilakukan selama 8 hari yang dilakukan pada pukul 12.30 WIB sampai pukul 18.30 WIB karena pada waktu tersebut responden paling banyak datang. Pada hari pertama atau dimulai pada hari senin didapatkan 4 orang, hari kedua 3 orang, hari ketiga 4 orang, hari keempat 5 orang, hari kelima 4 orang, hari keenam 12 orang, hari ketujuh 15 orang dan hari kedelapan 3 orang sehingga responden yang didapatkan yaitu sebanyak 50 orang. Toko Oleh-oleh Yu Tum ramai didatangi oleh konsumen pada waktu akhir pekan yaitu Sabtu dan Minggu sehingga responden paling banyak didapatkan pada hari tersebut.

B. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan bagian dari penelitian yang bertujuan memperoleh data-data yang dibutuhkan. Dalam penelitian ini menggunakan dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari responden. Data primer dalam penelitian ini digunakan data primer berupa Observasi, Wawancara dan Kuesioner.

- a. Observasi dilakukan dengan mengadakan pengamatan secara langsung terhadap obyek yang diteliti, yaitu dengan cara mengamati konsumen yang sedang membeli tiwul dan mengamati keadaan toko seperti fasilitas apa saja yang disediakan oleh Toko Oleh-oleh Yu Tum
- b. Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara tanya jawab secara langsung Bapak Slamet atau selaku *owner* dari Toko Oleh-oleh Yu Tum, dengan cara tanya jawab mengenai informasi gambaran perusahaan yang meliputi sejarah dan manajemen toko.
- c. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang akan digunakan peneliti dalam melakukan penelitian, sampel atau responden yang membeli tiwul diberikan beberapa pertanyaan tertulis yang sebelumnya telah disiapkan oleh peneliti. Data yang ingin didapatkan dari responden yaitu data mengenai profil konsumen serta jawaban mengenai pertanyaan-pertanyaan pengambilan keputusan pembelian yang telah dilakukan oleh konsumen tersebut.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari jurnal, buku, instansi atau lembaga terkait. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari data Badan Pusat Statistik Yogyakarta yaitu data mengenai produksi ubi kayu di Daerah Istimewa Yogyakarta, data dari Disperindag yaitu mengenai data IKM tiwul di Kabupaten Gunungkidul dan literatur yang terkait dengan penelitian yaitu penelitian terdahulu dan jurnal.

C. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah dalam penelitian digunakan agar masalah yang diteliti tidak meluas, pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah responden/sampel berusia > 17 tahun karena pada umur tersebut individu dianggap telah mampu melakukan pengambilan keputusan pembelian dan pernah membeli tiwul di Toko Oleh-oleh Yu Tum.

D. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

1. Tiwul adalah adalah olahan makanan tradisional yang berbahan dasar ubi kayu. Tiwul pada saat ini tersedia dalam 2 jenis yaitu tiwul biasa dan tiwul instan.
2. Toko Oleh-oleh Yu Tum adalah suatu tempat yang memproduksi serta memasarkan tiwul.
3. Profil konsumen merupakan pribadi yang melekat pada diri konsumen atau responden. Profil konsumen meliputi usia, jenis kelamin, jumlah keluarga, pendidikan, pekerjaan, pendapatan, daerah asal.

- a. Usia merupakan lamanya hidup seseorang sejak lahir sampai sekarang, diukur dengan satuan tahun.
 - b. Jenis kelamin merupakan perbedaan bentuk, sifat dan fungsi biologi yang menentukan perbedaan peran mereka dalam menyelenggarakan upaya meneruskan garis keturunan, dibedakan menjadi laki-laki dan perempuan.
 - c. Jumlah keluarga adalah jumlah anggota keluarga yang tinggal dalam satu rumah dengan konsumen atau responden, diukur dengan satuan orang.
 - d. Pendidikan merupakan jenjang sekolah formal terakhir yang ditempuh seseorang. Pendidikan dibedakan menjadi SD, SMP, SMA dan Perguruan Tinggi
 - e. Pekerjaan merupakan jenis kegiatan yang dilakukan konsumen dalam memperoleh pendapatan atau materi. Pekerjaan dibedakan menjadi pelajar atau mahasiswa, pegawai negeri atau pegawai swasta, atau wirausaha dan lain-lain seperti pensiunan atau ibu rumah tangga.
 - f. Pendapatan merupakan besar penghasilan yang diterima oleh konsumen tiwul selama satu bulan, diukur dengan satuan rupiah (Rp).
 - g. Daerah asal (status kependudukan) merupakan daerah atau tempat tinggal dimana seseorang menetap. Daerah asal dibedakan menjadi tinggal di dalam Kabupaten Gunungkidul atau penduduk asli dan luar Kabupaten Gunungkidul atau wisatawan.
4. Pengambilan keputusan pembelian berkaitan dengan perilaku konsumen yang meliputi pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, perilaku pasca pembelian.

- a. Pengenalan masalah merupakan tahap dimana seorang individu merasa adanya kebutuhan. Konsumen merasakan adanya kebutuhan atau keinginan untuk makan atau membeli tiwul karena penasarannya akan produk tiwul, melihat orang lain membeli sehingga terpengaruh ingin membeli dan menyukai makanan tradisional.

Tabel 3. Indikator pengenalan masalah pembelian tiwul

Indikator	Skor				
	1	2	3	4	5
Penasaran	Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Kurang setuju	Setuju	Sangat setuju
Mengetahui orang lain membeli sehingga terpengaruh ingin membeli	Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Kurang setuju	Setuju	Sangat setuju
Menyukai makanan tradisional	Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Kurang setuju	Setuju	Sangat setuju

- b. Pencarian informasi merupakan tahap dimana seorang individu yang telah menyadari adanya masalah kebutuhan kemudian mencari informasi dimana ia bisa mendapatkan kebutuhannya tersebut. Pencarian informasi tersebut yaitu sumber informasinya. Pencarian informasi ini dapat diperoleh dari media cetak atau media elektronik, internet, saudara dan teman serta dapat pula melalui papan nama toko. Indikator pencarian informasi yaitu sumber informasi mengenai tiwul secara umum, sumber

informasi mengenai lokasi tiwul Yu Tum, lama waktu mengenal tiwul secara umum dan lama waktu mengenal tiwul Yu Tum.

- c. Evaluasi alternatif merupakan tahap dimana seorang individu atau konsumen mengevaluasi produk dan melakukan pertimbangan sebelum memutuskan untuk membeli produk sesuai dengan yang diinginkan konsumen. Evaluasi alternatif tiwul meliputi harga, kemasan dan kualitas di Toko Oleh-oleh Yu Tum.

(1) Harga yaitu pandangan konsumen mengenai mahal atau tidaknya harga tiwul yang dijual di Toko Oleh-oleh Yu Tum.

(2) Kemasan yaitu pandangan konsumen mengenai menarik tidaknya kemasan atau wadah tiwul yang dijual di Toko Oleh-oleh Yu Tum.

(3) Kualitas yaitu pandangan konsumen mengenai jaminan keamanan dari tiwul yang dijual di Toko Oleh-oleh Yu Tum (keyakinan konsumen bahwa produk tiwul memiliki kualitas yang baik sehingga aman untuk dikonsumsi).

Tabel 4. Indikator evaluasi alternatif pembelian tiwul

Indikator	Skor				
	1	2	3	4	5
Harga	Sangat mahal	Mahal	Cukup mahal	Murah	Sangat murah
Kemasan	Sangat tidak menarik	Tidak menarik	Cukup menarik	Menarik	Sangat menarik
Kualitas	Sangat tidak baik	Tidak baik	Cukup baik	Baik	Sangat baik

- d. Keputusan pembelian merupakan tahap dimana seorang individu telah memutuskan untuk melakukan pembelian. Keputusan pembelian meliputi jenis tiwul yang dibeli, rasa tiwul yang dibeli dan nilai pembelian.
- (1) Jenis tiwul yang dibeli merupakan jenis tiwul berdasarkan bentuk fisik dan penyajiannya, dibedakan menjadi tiwul biasa dan tiwul instan.
 - (2) Rasa tiwul yang dibeli merupakan jenis rasa tiwul yang dibeli oleh konsumen, dibedakan menjadi tiwul original, rasa nangka, rasa coklat, rasa keju, rasa pisang, tiwul kombinasi, tiwul meses, dan tiwul coblong.
 - (3) Nilai pembelian merupakan jumlah uang yang dikeluarkan oleh konsumen dalam membeli tiwul saat melakukan pembelian, diukur dengan satuan rupiah (Rp).
- e. Perilaku pasca pembelian merupakan tahap dimana seorang individu yang telah melakukan pembelian tiwul, mengevaluasi keputusan pembelian tiwul tersebut. Perilaku pasca pembelian meliputi kepuasan, pembelian ulang tiwul, memberikan informasi kepada orang lain, perilaku konsumen ketika harga naik dan perilaku konsumen ketika tiwul sedang tidak tersedia.
- (1) Kepuasan konsumen merupakan rasa puas terhadap pembelian yang dilakukan dalam membeli tiwul di Toko Oleh-oleh Yu Tum yang meliputi rasa, harga dan kemasan. Rasa merupakan pandangan konsumen mengenai enak atau tidaknya tiwul. Harga merupakan pandangan konsumen mengenai murah atau tidaknya harga tiwul.

Kemasan merupakan pandangan konsumen mengenai bagus atau tidaknya kemasan tiwul yang ketiganya diukur dalam Tabel 5 berikut.

Tabel 5. Indikator kepuasan perilaku pasca pembelian tiwul

Indikator	Skor				
	1	2	3	4	5
Rasa	Sangat tidak puas	Tidak puas	Cukup puas	Puas	Sangat puas
Harga	Sangat tidak puas	Tidak puas	Cukup puas	Puas	Sangat puas
Kemasan	Sangat tidak puas	Tidak puas	Cukup puas	Puas	Sangat puas

(2) Pembelian ulang merupakan keinginan untuk melakukan pembelian oleh konsumen setelah pembelian pertama atau akan melakukan pembelian lagi di lain waktu. Indikator pembelian ulang tiwul yaitu konsumen mempunyai keinginan untuk melakukan pembelian ulang tiwul di Toko Oleh-oleh Yu Tum, diukur dengan pernyataan ya atau tidak.

(3) Memberikan informasi kepada orang lain setelah melakukan pembelian merupakan kegiatan yang dilakukan oleh konsumen tiwul Yu Tum dalam kesediaannya menyebarkan informasi mengenai tiwul

Yu Tum kepada orang lain setelah melakukan pembelian, diukur dengan pernyataan ya atau tidak.

(4) Ketika harga tiwul naik merupakan tindakan yang dilakukan oleh konsumen jika mengetahui harga tiwul naik, diukur dengan pernyataan tetap membeli, membeli produk lain dan tidak jadi membeli.

(5) Ketika tiwul sedang tidak tersedia merupakan tindakan yang dilakukan oleh konsumen jika tiwul sedang tidak tersedia, diukur dengan pernyataan membeli produk lain, tidak jadi membeli dan membeli tiwul di tempat lain.

E. Teknik Analisis Data

Profil konsumen tiwul dan pengambilan keputusan tiwul yang dilakukan oleh konsumen tiwul di Toko Oleh-oleh Yu Tum dianalisis secara deskriptif. Menurut Sugiyono (2003) deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu obyek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuannya adalah untuk membuat suatu deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki, artinya penggunaan analisis ini untuk menggambarkan data lapangan secara deskriptif dengan cara menginterpretasikan hasil pengolahan tabel. Hasil analisis deskriptif ini berguna untuk mendukung interpretasi terhadap analisis yang digunakan. Dalam tiga tahap pengambilan keputusan pembelian konsumen tiwul yaitu pada tahap pengenalan masalah, evaluasi alternatif dan perilaku pasca

pembelian dilakukan perhitungan berdasarkan skor yang selanjutnya dikategorikan dalam 5 pencapaian skor, sedangkan dalam tahap pencarian informasi dan keputusan pembelian tidak dikategorikan karena tidak dilakukan skoring dalam pengambilan datanya sehingga hasil kuesioner dari responden dalam kedua tahap tersebut dijelaskan dan dituliskan secara deskriptif. Maka dalam ketiga tahap yaitu pengenalan masalah, evaluasi alternatif dan perilaku pasca pembelian digunakan skor rumus perhitungan serta tabel kategori sebagai berikut:

$$\text{Interval skor} = \frac{\text{Skor maksimal} - \text{Skor minimal}}{\text{Jumlah kategori}}$$

Tabel 6. Kategori interval pengenalan masalah

Kisaran skor	Kategori
3,00 – 5,40	Sangat tidak baik
5,41 – 7,80	Tidak baik
7,81 – 10,20	Kurang baik
10,21 – 12,60	Baik
12,61 – 15,00	Sangat baik

Tabel 6 merupakan kategori interval untuk tahap pengenalan masalah, sedangkan untuk kategori interval evaluasi alternatif disajikan dalam Tabel 7 sebagai berikut.

Tabel 7. Kategori interval evaluasi alternatif

Kisaran skor	Kategori
3,00 – 5,40	Sangat tidak baik
5,41 – 7,80	Tidak baik
7,81 – 10,20	Cukup baik
10,21 – 12,60	Baik
12,61 – 15,00	Sangat baik

Pada Tabel 7 merupakan kategori interval untuk tahap evaluasi alternatif, sedangkan kategori interval kepuasan pada tahap perilaku pasca pembelian terdapat dalam Tabel 8.

Tabel 8. Kategori interval kepuasan perilaku pasca pembelian

Kisaran skor	Kategori
3,00 – 5,40	Sangat tidak puas
5,41 – 7,80	Tidak puas
7,81 – 10,20	Cukup puas
10,21 – 12,60	Puas
12,61 – 15,00	Sangat puas