

III. METODE PENELITIAN

A. Metode Dasar

Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif yaitu metode penelitian untuk membuat gambaran mengenai suatu kejadian atau situasi. Penelitian deskriptif mencakup metode penelitian yang lebih luas diluar metode sejarah dan eksperimental. Tujuan dari metode deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran, lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena-fenomena. Metode deskriptif bukan saja memberikan gambaran terhadap fenomena-fenomena, tetapi juga menerangkan hubungan-hubungan, menguji hipotesa-hipotesa, membuat prediksi serta mendapatkan makna dan implikasi dari masalah yang ingin dipecahkan (Nazir, 2007).

Dalam penelitian ini metode deskriptif akan digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel dari konsumen, faktor-faktor yang berhubungan dengan motivasi konsumen dan motivasi konsumen yang membeli buah jeruk lokal dan impor.

B. Metode Pengambilan Sampel

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dipilih secara *purposive* atau disengaja. Penelitian dilakukan di Kios Buah Bu Ida, Kios Rezeki Buah, dan Kios Mutiara Buah Jl. Kebun Raya No.2 Rejowinangun, Kotagede, Kota Yogyakarta (Timur bonbin) dan Kios Buah Mbah Muji, Kios Mbak Sam Jl. Colombo No.1, Kota Yogyakarta. Pemilihan kios pada penelitian ini dikarenakan lima kios ini menyediakan buah

jeruk lokal dan impor dalam satu kiosnya yang membuat lokasi ini dipilih oleh peneliti untuk mengkonsumsi buah jeruk lokal dan impor terlebih lagi kios ini terletak di Kota Yogyakarta dan memiliki tempat yang strategis.

2. Teknik Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling*. Teknik ini ditentukan melalui faktor spontanitas, artinya siapa saja yang bertemu dengan peneliti secara tidak sengaja dan sesuai dengan karakteristik yang dibutuhkan peneliti, maka orang tersebut dapat dijadikan sebagai sampel (konsumen). Dalam penelitian ini, konsumen yang diambil adalah konsumen yang membeli buah jeruk lokal dan buah jeruk impor untuk diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun untuk dijual kembali. konsumen yang bertemu dengan peneliti pada saat penelitian berlangsung dan konsumen yang berumur diatas 18 tahun. Dalam penelitian ini jumlah konsumen yang diambil sebanyak 100 konsumen, dengan mengambil 20 konsumen dari setiap kiosnya yang terbagi menjadi 10 konsumen buah jeruk lokal dan 10 konsumen buah jeruk impor.

3. Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari konsumen melalui hasil pengamatan dan wawancara. Teknik yang digunakan yaitu teknik wawancara dengan menggunakan kuisisioner yang berisi pertanyaan mengenai motivasi konsumen dan faktor-faktor yang berhubungan dengan motivasi konsumen serta dilakukan wawancara ke beberapa konsumen. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak-pihak atau instansi yaitu mencatat data-data dan pengambilan

gambar yang sudah ada/tersedia tentang hal-hal yang berkaitan dengan penelitian seperti BPS dan data internal kios.

C. Pembatasan Masalah

Konsumen yang diambil sebagai sampel adalah konsumen yang sudah mengkonsumsi buah jeruk lokal dan buah jeruk impor dalam bulan Januari 2018 baik dikonsumsi untuk diri sendiri, keluarga, orang lain maupun untuk dijual kembali di pasar buah atau kios buah manapun termasuk di Kios Buah Bu Ida, Kios Rezeki Buah, dan Kios Mutiara Buah Jl. Kebun Raya No.2 Rejowinangun, Kotagede, Kota Yogyakarta (Timur bonbin) dan Kios Buah Mbah Muji, Kios Mbak Sam Jl. Colombo No.1, Kota Yogyakarta.

D. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

1. Konsumen adalah setiap orang yang mengkonsumsi buah jeruk baik untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, serta untuk dijual kembali. Konsumen dalam penelitian ini meliputi umur, jenis kelamin, pendidikan, jumlah anggota keluarga, pengaruh teman, pekerjaan, dan pendapatan.
 - a. Umur adalah jangka waktu konsumen sejak dilahirkan sampai pada waktu konsumen dijadikan sampel penelitian. Umur akan diukur dalam satuan tahun.
 - b. Jenis kelamin adalah pembeda antara konsumen satu dengan yang lain dilihat sisi seksualitasnya yaitu perempuan atau laki-laki.
 - c. Pendidikan adalah jenjang pendidikan formal tertinggi yang ditempuh.

- d. Jumlah anggota keluarga adalah konsumen yang ikut mengkonsumsi buah jeruk lokal dan buah jeruk impor.
 - e. Pengaruh teman adalah suatu tindakan/perbuatan yang dilakukan seseorang untuk mengikuti apa yang diperbuat oleh temannya.
 - f. Pendapatan adalah jumlah uang yang didapat per bulan tingkat uang saku ini diukur atau dinilai dengan satuan rupiah per bulan.
2. Motivasi adalah dorongan dari keinginan konsumen untuk melakukan tindakan memenuhi kebutuhan yang dirasakan. Untuk mengetahui motivasi konsumen buah jeruk lokal dan impor perlu dilakukannya pengukuran yang dimulai dari pemberian skor 1 samapai dengan skor 4 dengan keterangan skor 1 sangat tidak setuju, pemberian skor 2 berarti tidak setuju, pemberian skor 3 berarti setuju, dan pemberian skor 4 yang berarti konsumen sangat setuju. Adapun indikator dari motivasi pada penelitian ini adalah sebagai berikut.
- a) *Maintenance Factor* adalah faktor kebutuhan secara badaniah:
 - 1) Kesegaran adalah dorongan dari konsumen untuk membeli buah jeruk karena kesegaran adalah faktor utama yang dilihat konsumen dalam membeli buah.
 - 2) Mudah didapat adalah pendorong bagi konsumen dalam mendapatkan atau memperoleh buah jeruk lokal dan impor di berbagai tempat yang dianggap strategis menurut kapasitas mereka sebagai konsumen.
 - 3) Kebiasaan adalah dorongan dari kebiasaan harus membeli buah jeruk lokal dan buah jeruk impor, jika tidak membeli maka akan ada yang kurang.

- 4) Manfaat adalah dorongan dari hasil yang diperoleh konsumen berupa dampak positif setelah membeli buah jeruk lokal dan buah jeruk impor seperti mendapatkan kesehatan kulit dan mendapatkan vitamin C.

Tabel 1. Indikator Motivasi yang termasuk ke dalam *Maintenance Factor*.

No	Indikator	Pernyataan <i>Maintenance Faktor</i>
1.	Kesegaran	a. Saya membeli buah jeruk karena buah tersebut baru datang/distok dikios. b. Saya membeli buah jeruk karena bentuk fisiknya tanpa cacat. c. Saya membeli buah jeruk pada musimnya. d. Saya membeli buah jeruk karena buah tersebut tidak alum/kisut (tidak layu sedikitpun).
2.	Mudah di Dapat	a. Saya membeli buah jeruk karena lokasinya berdekatan dengan tempat tinggal/kantor. b. Saya membeli buah jeruk di kios yang sudah pasti menjual buah jeruk. c. Saya membeli buah jeruk karena akses lokasinya sangat mudah.
3.	Kebiasaan	a. Saya mengkonsumsi Buah jeruk untuk memenuhi kebiasaan saya mengkonsumsi buah. b. Saya membeli buah jeruk karena biasanya ada suatu acara (pengajian, arisan, dll) c. Saya membeli buah jeruk ketika saya bersilaturahmi ke saudara.
4.	Manfaat	a. Saya mengkonsumsi buah jeruk karena akan mendapatkan manfaat bagi kesehatan tubuh, seperti mendapatkan vitamin C. b. Saya membeli buah jeruk untuk mendapatkan keuntungan. c. Saya membeli buah jeruk karena saya menyukai buah jeruk sehingga mendapatkan rasa bahagia tersendiri.

b) *Motivation Factor* yang merupakan kebutuhan psikologis atau penghargaan atas apa yang dilakukan:

- 1) Rasa adalah dorongan konsumen untuk membeli karena buah jeruk lokal dan impor yang ditawarkan memiliki rasa yang enak dan segar.
- 2) Harga adalah dorongan dari konsumen untuk membeli buah jeruk lokal dan impor berdasarkan pada harga buah jeruk.

- 3) Warna adalah dorongan dari konsumen untuk membeli buah jeruk karena sebagian konsumen dapat membeli buah jeruk yang dilihat dari warna buah jeruk itu sendiri.
- 4) Kemasan adalah tempat atau pembungkus buah jeruk yang mendorong konsumen membeli buah jeruk lokal dan buah jeruk impor di Kios Sinar Buah

Tabel 2. Indikator Motivasi yang termasuk ke dalam *Motivation Factor*.

No	Indikator	Pernyataan <i>Motivation Faktor</i>
1.	Rasa	<ol style="list-style-type: none"> a. Saya membeli buah jeruk karena rasanya yang manis. b. Saya membeli buah jeruk karena rasanya yang segar.
2.	Harga	<ol style="list-style-type: none"> a. Saya membeli buah jeruk karena harganya terjangkau. b. Saya membeli buah jeruk karena harganya yang relatif murah dibandingkan dengan buah lainnya. c. Saya merasakan buah jeruk local dan impor memiliki harga yang cenderung tidak stabil.
3.	Warna	<ol style="list-style-type: none"> a. Saya membeli buah jeruk karena saya suka dengan warna buahnya. b. Saya membeli buah jeruk karena memiliki warna cerah dibandingkan dengan buah lainnya. c. Saya membeli buah jeruk karena memiliki warna yang kusam dibandingkan dengan buah lainnya.
4.	Kemasan	<ol style="list-style-type: none"> a. Saya membeli buah jeruk karena memiliki kemasan tersendiri sehingga dapat melindungi buah. b. Saya membeli buah jeruk karena memiliki kemasan perkilonya (sesuai berat). c. Saya selalu membeli buah jeruk dalam kemasan karena lebih bersih dan higienis.

E. Teknik Analisis Data

1. Deskriptif

Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis deskriptif untuk memberikan gambaran secara mendetail dan akurat dari motivasi konsumen yaitu *Maintenance Factors* (kesegaran, mudah didapat, kebiasaan dan manfaat) dan

Motivation Factors (rasa, harga, warna dan kemasan) serta faktor-faktor yang berhubungan dengan motivasi konsumen yang terdiri dari faktor pribadi dan faktor sosial (umur, jenis kelamin, pendidikan, jumlah anggota keluarga, pengaruh teman, dan pendapatan). Data yang didapat dari hasil penelitian mengenai motivasi konsumen buah jeruk lokal dan impor di Kios Buah Kota Yogyakarta dan faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi konsumen buah jeruk lokal dan impor di Kios Buah Kota Yogyakarta akan ditabulasi terlebih dahulu dan kemudian dideskripsikan.

2. Skoring

Setelah mengetahui apa motivasi konsumen buah jeruk lokal dan impor di Kios Buah Kota Yogyakarta dengan menggunakan Teori Dua Faktor Herzberg yaitu *Maintenance Factors* dan *Motivation Factors*, peneliti menghitung skor dari setiap indikator yang terdapat didalamnya agar nantinya peneliti dapat mengetahui bagaimana Motivasi Konsumen Buah Jeruk Lokal dan Impor di Kios Buah Kota Yogyakarta.

a. Kategori *Maintenance Factors*:

$$\begin{aligned} \text{Interval (i)} &= \frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{kategori}} \\ &= \frac{52 - 13}{4} = 9,75 \end{aligned}$$

Tabel 3. Interval *Maintenance Factors*

Kategori <i>Maintenance Faktor</i>	Kisaran skor
Sangat Rendah	13,00 - 22,75
Rendah	22,76 - 32,50
Tinggi	32,51 - 42,25
Sangat Tinggi	42,26 - 52,00
Kisaran Skor	13,00 - 52,00

b. Kategori *Motivation Factors*:

$$\begin{aligned} \text{Interval (i)} &= \frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{kategori}} \\ &= \frac{44 - 11}{4} = 8,25 \end{aligned}$$

Tabel 4. Interval *Motivation Factors*.

Kategori <i>Mativation Faktor</i>	Kisaran skor
Sangat Rendah	11,00 - 19,25
Rendah	19,26 - 27,50
Tinggi	27,51 - 35,75
Sangat Tinggi	35,76 - 44,00
Kisaran Skor	11,00 - 44,00

c. Kategori 4 Indikator Kesegaran *Maintenance Factors*.

$$\begin{aligned} \text{Interval (i)} &= \frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{kategori}} \\ &= \frac{16 - 4}{4} = 3 \end{aligned}$$

Tabel 5 . Indikator Kesegaran dari *Maintenance Factors*.

Kategori	Kisaran skor
Sangat Rendah	4,00 - 6,00
Rendah	7,00 - 9,00
Tingg	10,00 - 12,00
Sangat Tinggi	13,00 - 16,00
Kisaran Skor	14,00 - 16,00

d. Kategori 3 Indikator Mudah didapat, Kebiasaan, Manfaat, Harga, Warna, dan

Kemasan *Maintenance Factors* dan *Motivation Factors*.

$$\begin{aligned} \text{Interval (i)} &= \frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{kategori}} \\ &= \frac{12 - 3}{4} = 2,25 \end{aligned}$$

Tabel 6. Indikator Mudah didapat, Kebiasaan, Manfaat, Harga, Warna, dan Kemasan.

Kategori	Kisaran skor
Sangat Rendah	3,00 – 5,24
Rendah	5,25 – 7,49
Tinggi	7,50 – 9,74
Sangat Tinggi	9,75 – 12,00
Kisaran Skor	3,00 – 12,00

e. Kategori 2 Indikator Rasa *Motivation Factors*.

$$\begin{aligned} \text{Interval (i)} &= \frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{kategori}} \\ &= \frac{8 - 2}{4} = 1,5 \end{aligned}$$

Tabel 7. Indikator Rasa *Motivation Factors*.

Kategori	Kisaran skor
Sangat Rendah	2,00 – 3,40
Rendah	3,50 – 4,90
Tinggi	5,00 – 6,40
Sangat Tinggi	6,50 – 8,00
Kisaran Skor	2,00 – 8,00

f. Motivasi Buah Jeruk Lokal dan Impor di Kota Yogyakarta dapat di tentukan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Interval (i)} &= \frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{kategori}} \\ &= \frac{96 - 24}{4} \\ &= 18 \end{aligned}$$

Tabel 8. Interval Motivasi Konsumen Buah Jeruk Lokal dan Impor.

Kategori	Kisaran skor
Sangat Rendah	24,00 - 42,00
Rendah	42,01 - 60,00
Tinggi	60,01 - 78,00
Sangat Tinggi	78,01 - 96,00
Kisaran Skor	24,00 - 96,00

3. Analisis Rank Spearman

Analisis ini digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang berhubungan dengan motivasi konsumen buah jeruk lokal dan impor di Kios Buah Bu Ida, Rezeki Buah, dan Mutiara Buah Jl Rejowinangun, Kota Yogyakarta dan Kios Mbah Muji, Mbak Sam Jl. Colombo Kota Yogyakarta. Korelasi *Rank Spearman* digunakan untuk mencari hubungan atau untuk menguji signifikansi hipotesis asosiatif bila masing-masing variabel yang dikaitkan berbentuk ordinal dan sumber data antar variabel tidak harus sama (Sugiyono, 2014).

Dengan rumus sebagai berikut :

$$rs = \frac{1 - 6\sum D^2}{n(n^2 - 1)}$$

Keterangan:

rs : Koefisien korelasi Spearman

Di : Selisih peringkat dari setiap data

n : Jumlah sampel atau data

Setelah menentukan nilai korelasi dari rumus diatas, selanjutnya menempatkan nilai ke dalam interval untuk mengetahui hubungan yang akan dihasilkan. Menurut Sugiono (2014), menempatkan nilai hasil ke dalam interval nilai untuk mengetahui hubungan yang akan dihasilkan.

a. Dasar pengambilan keputusan

- 1) Jika Nilai Signifikansi > 0,05. Artinya tidak ada hubungan antara faktor-faktor dengan motivasi konsumen.
- 2) Jika Nilai Signifikansi < 0,05. Artinya ada hubungan antara faktor-faktor motivasi konsumen.

