

III. METODE PENELITIAN

A. Metode Dasar

Metode yang digunakan adalah metode deskriptif, metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu pemikiran, atau suatu kelas peristiwa pada masa sekarang (Sugiono, 2016). Tujuan penelitian deskriptif ini adalah membuat deskripsi, gambaran atau

lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang yang diselediki (Nazir, 2011). Metode ini digunakan untuk mengetahui Sikap Konsumen Terhadap Produk Olahan Buah Salak diKecamatan Madukara Kabupaten Banjarnegara.

B. Penentuan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di toko Ibu Azizah Kecamatan madukara Kabupaten Banjarnegara, pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan karena toko Ibu Azizah adalah toko yang memproduksi produk olahan buah salak sendiri dan toko Ibu Azizah adalah toko produk olahan buah salak yang sudah berdiri sejak 20 tahun dan merupakan toko pertama yang menjual produk olahan buah salak di Kecamatan Madukara Kabupaten Banjarnegara.

C. Metode Penentuan Sampel

Teknik pengambilan data yang digunakan adalah *accidental* (kebetulan), yaitu pengunjung atau pembeli yang datang ke toko Ibu Azizah dan bersedia menjadi responden. Mengapa menggunakan teknik ini, karena

responden yang datang ke toko Ibu Azizah tidak diketahui jumlahnya dan apakah responden tersebut sudah sering membeli produk olahan buah salak di toko atau baru pertama kali membeli produk olahan buah salak di toko tersebut. Dalam penelitian ini responden yang diambil adalah masyarakat atau konsumen yang membeli produk olahan buah salak di toko Ibu Azizah yang berada di Kecamatan Madukara Kabupaten Banjarnegara.

Menurut Malhotra (2005), kumpulan sampel yang diperlukan jika dianalisis dengan menggunakan analisis faktor adalah empat atau lima kali jumlah variabel/atribut. Variabel/atribut dalam penelitian ini berjumlah 10 sehingga banyaknya responden yang diambil sebagai sampel penelitian yaitu sebanyak $5 \times 10 = 50$ orang.

D. Pembatasan Masalah

1. Responden yang mengetahui tentang produk olahan buah salak dan sudah pernah mengkonsumsinya.
2. Responden yang sedang berada di lokasi penelitian di pusat toko Ibu Azizah yang berada di Kecamatan Madukara Kabupaten Banjarnegara.
3. Usia responden minimal 18 tahun.
4. Responden yang bersedia diwawancarai langsung menggunakan kuesioner.

E. Jenis Dan Teknik Pengumpulan Data

Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari masyarakat atau konsumen dengan melakukan wawancara yang di bantu dengan kuisisioner dan juga membagikan kuisisioner kepada responden yang sudah ditentukan kemudian hasil wawancara dicatat. Selain itu dalam pelaksanaan penelitian juga menggunakan observasi atau mengamati secara langsung tempat penelitian, pelaku, kegiatan, objek, kejadian.(Juliansyah N, 2011). Data yang diambil meliputi sikap dan proses pengambilan keputusan konsumen terhadap produk olahan buah salak.

Data sekunder adalah data penunjang yang dibutuhkan untuk menunjang dan melengkapi bahan penelitian(Sugiono,2016).Data tersebut diperoleh dari berbagai literatur dan dokumen dari instansi terkait yang berhubungan dengan penelitian. Data tersebut adalah data yang meliputi keadaan geografis ataupun keadaan penduduk di wilayah penelitian.

F. Definisi Operasional

1. **Produk Olahan Buah Salak:** adalah produk yang dihasilkan dari buah salak yang diolah menjadi makanan atau minuman yang siap di konsumsi oleh konsumen.
2. **Sikap Konsumen:** berkaitan dengan perilaku membeli, yang terbentuk sebagai hasil dari pengalaman langsung mengenai produk.
3. **Evaluasi Atribut:** adalah evaluasi baik atau buruknya suatu atribut.
4. **Kepercayaan Terhadap atribut:** adalah kekuatan kepercayaan bahwa suatu produk memiliki atribut tertentu.

5. **Atribut** : adalah kepercayaan konsumen bahwa produk memiliki berbagai atribut.
6. **Rasa** : adalah tanggapan indra pengecapatau lidah dalam mengkonsumsi produk olahan buah salak.
7. **Harga** : adalah nilai jual per unit produk olahan manisan buah salak dalam satuan rupiah.
8. **Aroma** : adalah tanggapan indera pencium konsumen terhadap bau yang dihasilkan dari produk olahan buah salak.
9. **Warna**: adalah tanggapan indera penglihatan konsumen terhadap tingkat kepekatan yang di hasilkan dari produk olahan buah salak.
10. **Volume**: adalah jumlah isi per kemasan produk olahan buah salak. Dinyatakan dalam satuan gram.
11. **Desain Kemasan** : eadalah tampilan atau bagian luar yang terdapat pada kemasan atau pembungkus produk olahan buah salak untuk menambah daya tarik.
12. **Kandungan gizi**: adalah kandungan dalam produk olahan buah salak dalam kemasan.
13. **Ketersediaan produk** : adalah tingkat kemudahan produk olahan buah salak dapat diperoleh konsumen.
14. **Label Halal** : adalah tersedianya pemberitahuan tentang jaminan halal yang terdapat pada produk olahan buah salak.
15. **Tekstur** :adalah kualitas fisik permukaan produk olahan buah salak, yang dirasakan melalui sentuhan kulit ataupun pencicipan.

16. **Usia:** adalah satuan waktu yang mengukur keberadaan suatu benda atau makhluk, baik hidup ataupun mati. Dinyatakan dalam satuan tahun.
17. **Pekerjaan:** adalah aktivitas utama yang dilakukan oleh manusia.
18. **Pendapatan:** adalah penghasilan yang timbul dari aktivitas perusahaan yang biasa dan dikenal dengan sebutan yang berbeda- beda. Dinyatakan dalam satuan rupiah.

Tabel 1. Skor Kepercayaan Konsumen Terhadap Produk Olahan Buah Salak

Atribut	Skor				
	1	2	3	4	5
Rasa	Sangat tidak enak	Tidak enak	Netral	Enak	Sangat enak
Volume	Sangat tidak penting	Tidak penting	Netral	Penting	Sangat penting
Harga	Sangat mahal	Mahal	Netral	Murah	Sangat murah
Aroma	Sangat tidak penting	Tidak penting	Netral	Penting	Sangat penting
Warna	Sangat tidak penting	Tidak penting	Netral	Penting	Sangat penting
Desain Kemasan	Sangat tidak menarik	Tidak menarik	Netral	Menarik	Sangat menarik
Kandungan Gizi	Sangat tidak penting	Tidak penting	Netral	Penting	Sangat penting
Ketersediaan Produk	Sangat tidak bagus	Tidak bagus	Netral	bagus	Sangat penting
Lebel Halal	Sangat tidak penting	Tidak penting	Netral	Penting	Sangat penting
Tekstur	Sangat tidak penting	Tidak penting	Netral	Penting	Sangat penting

Tabel 2. Evaluasi Konsumen Terhadap Produk Olahan Buah Salak

Atribut	Skor				
	1	2	3	4	5
Rasa	Sangat tidak penting	Tidak penting	Netral	Penting	Sangat penting
Volume	Sangat tidak penting	Tidak penting	Netral	Penting	Sangat penting
Harga	Sangat tidak penting	Tidak penting	Netral	Penting	Sangat penting
Aroma	Sangat tidak penting	Tidak penting	Netral	Penting	Sangat penting
Warna	Sangat tidak penting	Tidak penting	Netral	Penting	Sangat penting
Desain Kemasan	Sangat tidak penting	Tidak penting	Netral	Penting	Sangat penting
Kandungan Gizi	Sangat tidak penting	Tidak penting	Netral	Penting	Sangat penting
Ketersediaan Produk	Sangat tidak penting	Tidak penting	Netral	Penting	Sangat penting
Lebel Halal	Sangat tidak penting	Tidak penting	Netral	Penting	Sangat penting
Tekstur	Sangat tidak penting	Tidak penting	Netral	Penting	Sangat penting

G. Teknik Analisis Data

Analisis deskriptif merupakan analisis data yang berupa identitas responden yang meliputi umur, pendidikan, pendapatan, pekerjaan dan jumlah anggota keluarga. Selain itu juga mengidentifikasi sikap konsumen berdasarkan atribut yang sama, kemudian di presentasikan berdasarkan jumlah responden. Presentase yang terbesar merupakan faktor yang dominan dari masing-masing variabel yang diteliti. Analisis ini merupakan kegiatan mengumpulkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiono.2011).

dalam penelitian ini digunakan dalam penggambaran data karakteristik masyarakat, sikap konsumen terhadap produk olahan buah salak menggunakan analisis deskriptif dan analisis Fishbein. Data yang dianalisis dengan menggunakan tabulasi deskriptif adalah karakteristik responden yang membeli produk olahan buah salak, sedangkan analisis Fishbein akan memberikan gambaran preferensi konsumen yang berupa sikapkonsumen dari produk olahan buah salak.

a. Analisis deskriptif

Analisis deskriptif merupakan suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, Suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuannya adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki (Nazir 2003).

b. Analisis Fishbein atau Model Fishbein

Sebagai dasar pengembangan alat pengumpulan dan pengembangan teknik analisis data perlu dirumuskan, indikator dan pengukuran setiap variabel yang diamati. Sikap analisis konsumen terhadap produk diukur dengan menghitung rata-rata skor dan kategori dalam 5 kategori yang ditentukan berdasarkan interval.

1. Untuk mengetahui kategori tingkat kepercayaan dan evaluasi skor rata-rata per atribut

$$\text{Rumus Interval : } \frac{M-N}{b} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Keterangan :

M = Skor Tertinggi

N = Skor Terendah

b = jumlah Kelas Interval

Tabel 3. Penentuan kategori tingkat kepercayaan dan evaluasi atribut produk

Skor rata-rata	Kategori	
	Kepercayaan	Evaluasi
Per atribut		
1,00-1,80	Sangat buruk	Sangat tidak penting
1,81-2,60	Buruk	Tidak penting
2,61-3,40	Cukup baik	Cukup penting
3,41-4,20	Baik	Penting
4,21-5	Sangat baik	Sangat penting

2. Untuk mengetahui kategori tingkat kepercayaan dan evaluasi skor keseluruhan atribut

$$\text{Rumus Interval : } \frac{50-10}{5} = \frac{40}{5} = 8$$

Keterangan :

50 : Jumlah Responden

10 : Jumlah Atribut

5 : Jumlah Kelas Interval

Rumus interval ini digunakan untuk menghitung skor rata-rata per atribut dan keseluruhan atribut.

Tabel 4. Penentuan kategori tingkat kepercayaan dan evaluasi atribut produk

Skor rata-rata	Kategori	
	Kepercayaan	Evaluasi
Keseluruhan atribut		
10,00-18,00	Sangat buruk	Sangat tidak penting
18,01-26,00	Buruk	Tidak penting
26,01-34,00	Cukup buruk	Cukup penting
34,01-42,00	Baik	Penting
42,01-50	Sangat baik	Sangat penting

Analisis fishbein ini untuk menganalisis penilaian konsumen terhadap tingkat kepentingan dan kinerja dari atribut produk olahan buah salak yang diinginkan konsumen. Metode analisis fishbein merupakan model yang paling terkenal untuk digunakan dalam menganalisis preferensi konsumen (Engel, Blackwell, dan Minimart, 1994).

Metode ini dapat digambarkan secara simbolis sebagai berikut :

3. Untuk mengetahui pengukuran kategori sikap konsumen terhadap produk olahan buah salak.

$$\text{Rumus Fishbein : } A_o = \sum b_i \cdot e_i$$

$$\sum 10.5 = 50.5 = 250$$

$$\frac{250-10}{5} = 48$$

Keterangan:

A_o = sikap total individu terhadap objek

b_i = kekuatan kepercayaan konsumen bahwa objek memiliki atribut

e_i = evaluasi kepercayaan individu mengenai atribut

10 = jumlah atribut

5 = jumlah kelas

Tabel 5. Penentuan kategori sikap

Skor keseluruhan Atribut	Kategori
10,00-58,00	Sangat tidak suka
58,01-106,00	Tidak suka
106,01-154,00	Cukup suka
154,01-202,00	Suka
201.01- 250	Sangat suka

Engel, Blackwell, dan Miniard, (1994) menegaskan bahwa hasil analisis fishbein merupakan suatu gambaran preferensi konsumen yang berupa sikap, persepsi dan penilaian suka atau tidak suka serta penilaian positif atau negatif dari produk olahan buah salak. Penilaian dengan analisis fishbein ini diambil dari perhitungan nilai rata-rata atribut yang dipilih masing-masing responden, lalu diformulasikan ke dalam analisis fishbein dan hasil berupa nilai dari variabel-variabel fishbein (A_o , b_i , e_i) yang ditampilkan dalam suatu tabel untuk sikap kelompok responden.

4. Analisis Rank Spearman

Analisis *Rank Spearman* digunakan untuk mengetahui hubungan karakteristik konsumen dengan sikap konsumen. Teknik analisis korelasi (hubungan) merupakan teknis analisis data yang digunakan untuk menganalisis hubungan antara variabel x (karakteristik konsumen terhadap produk olahan buah salak) dan variabel y (sikap konsumen terhadap produk olahan buah salak di Kecamatan Madukara Kabupaten Banjarnegara) kemudian dihitung menggunakan *Rank Spearman* dengan rumus penentuan nilai korelasi sebagai berikut:

$$r_s = 1 - \frac{6\sum d^2}{n(n^2 - 1)}$$

Keterangan :

r_s = Nilai korelasi *rank spearman*

d = Selisih antara variabel x dan variabel y

n = Banyaknya Sampel

Setelah menentukan nilai koefisien korelasi dari rumus diatas, selanjutnya menempatkan nilai hasil kedalam interval nilai untuk mengetahui hubungan yang dihasilkan. Menurut Hasan (2004), untuk menentukan keeratan hubungan antar variabel dapat dilakukan dengan cara memberikan nilai-nilai dari koefisien korelasi sebagai berikut :

Tabel 6. Interpretasi Terhadap Nilai r Hasil Analisis Korelasi

Interval nilai r	Interpretasi
$R_s = 1,00$	Kondisi sempurna
$0,90 < r < 1,00$	Hubungan kuat sekali atau tinggi
$0,70 < r \leq 0,90$	Hubungan kuat
$0,40 < r \leq 0,70$	Hubungan cukup berarti
$0,20 < r \leq 0,40$	Hubungan rendah
$0,00 < r \leq 0,20$	Rendah sekali atau lemah sekali
$r = 0,00$	Tidak ada