

### **III. METODE PENELITIAN**

Penelitian proses pengambilan keputusan konsumen pembelian sayuran berlabel organik di Hero Lagoon Avenue Bekasi ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Metode deskriptif merupakan data yang diperoleh dari subyek atau obyek penelitian berdasarkan fakta atau kejadian yang sebenarnya terjadi dan dianalisis sesuai dengan metode statistik yang akan digunakan. Analisis kuantitatif yang digunakan adalah analisis regresi logistik binomial untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian sayuran organik.

#### **A. Teknik Pengambilan Sampel**

##### **1. Sampel Lokasi**

Lokasi penelitian dilakukan di Hero Lagoon Avenue Bekasi. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja atau *purposive sampling*, selain mempertimbangkan tingkat keramaian konsumen di supermarket tersebut yang tinggi, Hero merupakan satu-satunya supermarket di Bekasi yang menjual sayuran organik dengan menggunakan *Brand* mereka sendiri dan sudah tersertifikasi keorganikannya. Lokasi tersebut layak untuk dijadikan lokasi penelitian untuk mengetahui proses pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian sayuran berlabel organik dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian sayuran organik.

##### **2. Pengambilan Sampel**

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *insidental sampling*, pengambilan sampel tersebut untuk konsumen yang membeli sayuran organik

dengan cara memberikan angket. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang sudah berusia 19 tahun ke atas yang membeli sayuran organik di Hero Lagoon Avenue Bekasi untuk kebutuhan keluarga maupun dirinya sendiri. Menurut Sumarwan (2003) pada usia tersebut termasuk ke dalam usia dewasa awal dengan harapan pada usia tersebut konsumen dianggap telah mampu mengambil keputusan dalam membeli sayuran organik di Hero Lagoon Avenue Bekasi. Penelitian ini dilakukan selama 2 bulan, di mulai pada tanggal 1 April 2019 – 1 Juni 2019 pada pukul 14.00 – 20.00 WIB berdasarkan perizinan dari manajemen *head office* Hero Supermarket. Pemilihan waktu dilakukan atas rekomendasi *store manager* Hero Lagoon Avenue Bekasi dengan mempertimbangkan jam yang paling ramai dikunjungi konsumen dibandingkan dengan jam lainnya. Berdasarkan waktu penelitian tersebut diperoleh jumlah sampel 115 responden dengan perolehan data sebagai berikut.

Tabel 2. Jumlah Sampel Konsumen Sayuran Organik di Hero Lagoon Avenue Bekasi pada Tanggal 1 April - 1 Juni 2019

<b>Bulan/Minggu Ke -</b>	<b>Jumlah (orang)</b>
April/Minggu ke 1	13
April/Minggu ke 2	27
April/Minggu ke 3	24
April/Minggu ke 4	18
Mei/Minggu ke 1	7
Mei/Minggu ke 2	5
Mei/Minggu ke 3	12
Mei/Minggu ke 4	9
<b>Total</b>	<b>115</b>

## **B. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data**

### **1. Data Primer**

Data primer yang digunakan merupakan sumber data penelitian yang diperoleh langsung dari konsumen tanpa perantara. Pengambilan data primer dilakukan dengan cara memberikan angket kepada konsumen sayuran organik.

Data primer yang di ambil meliputi identitas konsumen, proses pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian sayuran organik, dan beberapa variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian sayuran organik.

## **2. Data Sekunder**

Data sekunder yang digunakan merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui perantara seperti dokumen. Data sekunder yang didapat dalam penelitian ini dari instansi terkait serta studi literatur lainnya. Data sekunder dalam penelitian ini meliputi profil perusahaan Hero Supermarket, harga dan merek sayuran organik di Hero Lagoon Avenue Bekasi.

## **C. Asumsi dan Pembatasan Masalah**

### **1. Asumsi**

- a) Semua jenis dan merek sayuran organik di Hero Lagoon Avenue Bekasi dianggap sama.
- b) Responden baik yang membeli sayuran organik berlogo SNI dan sayuran organik tidak berlogo SNI diasumsikan sebagai responden yang hanya membeli sayuran berlogo SNI.

### **2. Batasan masalah**

Responden adalah konsumen sayuran organik yang datang ke Hero Lagoon Avenue Bekasi.

## **D. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel**

1. Sayuran organik berlogo SNI adalah bahan pangan yang berasal dari tumbuhan dan dapat dikonsumsi dalam keadaan segar tanpa menggunakan bahan kimia pada proses produksinya yang sudah teruji sesuai Standar Nasional Indonesia.

2. Sayuran organik tidak berlogo SNI adalah bahan pangan yang berasal dari tumbuhan dan dapat dikonsumsi dalam keadaan segar tanpa menggunakan bahan kimia pada proses produksinya belum teruji sesuai Standar Nasional Indonesia.
3. Sayuran organik bebas pestisida adalah bahan pangan yang berasal dari tumbuhan dan dapat dikonsumsi dalam keadaan segar tanpa menggunakan bahan kimia pada proses produksinya.
4. Konsumen adalah seluruh pembeli sayuran organik di Hero Lagoon Avenue Bekasi.
5. Proses pengambilan keputusan adalah sebuah proses yang dilakukan oleh konsumen sebelum akhirnya membeli sayuran organik. Proses pengambilan keputusan dalam penelitian ini adalah:
  - a) Pengenalan masalah adalah kegiatan di mana para responden akan mengenali kebutuhan mereka terhadap sayuran organik seperti jenis sayuran yang biasa dibeli, kebutuhan yang ingin dipenuhi dan tujuan penggunaan dari sayuran organik.
  - b) Pencarian informasi adalah kegiatan di mana responden akan mencari segala informasi yang dibutuhkan tentang sayuran organik seperti adanya pencarian informasi sebelum membeli sayuran organik, jenis informasi yang di dapat dan dari mana sumber informasi tersebut.
  - c) Evaluasi alternatif adalah bagaimana responden memproses informasi yang mereka dapat tentang sayuran organik untuk membuat keputusan pembelian seperti pertimbangan utama untuk membeli sayuran organik, pengetahuan

tentang sayuran organik dan tanggapan responden apabila sayuran organik sedang tidak tersedia.

- d) Keputusan pembelian adalah keputusan akhir responden dalam membeli sayuran organik berlogo SNI atau sayuran organik tidak berlogo SNI
  - e) Perilaku pascapembelian adalah kegiatan akhir di mana responden menilai sebuah sayuran organik yang telah mereka beli apakah sudah sesuai dengan harapannya dan proses pembelian ulang di waktu lain.
6. Faktor budaya merupakan faktor penentu keinginan dan perilaku seseorang, terutama dalam perilaku pengambilan keputusan dan perilaku pembelian. Faktor budaya dalam penelitian ini adalah:
- a) Kelas sosial adalah penggolongan penduduk atau masyarakat berdasarkan tingkatan ekonomi ke dalam kelas-kelas secara bertingkat. Pembagian kelas dapat dibedakan menjadi tiga kelas yaitu kelas atas, kelas menengah dan kelas bawah. Penggolongan kelas sosial dalam penelitian ini menggunakan tipe rumah yang dihuni oleh responden (Diningrat, 2014). Kelompok masyarakat kelas bawah diasumsikan merupakan responden dengan tipe rumah < 45. Kelompok masyarakat kelas menengah diasumsikan merupakan responden dengan tipe rumah 50-60. Kelompok masyarakat kelas atas diasumsikan merupakan responden dengan tipe rumah >75 .
7. Faktor sosial adalah faktor yang dipengaruhi oleh orang-orang sekitar untuk membeli sayuran organik seperti keluarga dan kelompok referensi. Faktor sosial dalam penelitian ini adalah:
- a) Jumlah anggota keluarga adalah banyaknya anggota keluarga responden yang jumlah konsumsinya harus terpenuhi dan dihitung dalam satuan orang.

- b) Kelompok referensi adalah pihak yang memiliki pengaruh baik langsung atau tidak langsung terhadap responden dalam pengambilan keputusan sayuran organik seperti teman, keluarga, dan komunitas. Variabel ini di kategorikan dalam 3 kategori yaitu teman, keluarga dan komunitas.
8. Faktor pribadi adalah faktor yang dipengaruhi oleh selera pribadi yang berbeda dengan orang lain. Faktor pribadi dalam penelitian ini adalah:
- a) Pendapatan adalah jumlah uang yang diterima oleh responden setiap bulannya dan dihitung dalam tingkatan pendapatan Rp/bulan.
  - b) Pendidikan adalah jenjang pendidikan formal ataupun non formal yang telah selesai ditempuh oleh responden dalam jangka waktu tahun tertentu.
  - c) Usia adalah lama waktu hidup responden dalam penelitian ini sejak lahir sampai pada saat penelitian dilakukan yang di ukur dalam satuan waktu yaitu tahun.
  - d) Pekerjaan adalah aktivitas utama yang dilakukan oleh responden untuk memenuhi kebutuhan hidup. Variabel ini dikategorikan berbagai kategori seperti PNS/TNI/Polri, Pegawai swasta, Wirausaha, Ibu Rumah Tangga, Mahasiswa dan Lainnya.
9. Faktor psikologis adalah proses yang dapat menghasilkan suatu pemikiran dan keinginan terhadap sayuran organik serta teraplikasi dalam keputusan pembelian. Faktor psikologis dalam penelitian ini adalah:
- a) Persepsi adalah pendapat, menyeleksi, mengatur, dan menginterpretasikan informasi guna membentuk gambaran tentang sayuran organik seperti persepsi kualitas sayuran organik, persepsi logo organik Indonesia dan persepsi manfaat sayuran organik

## **E. Teknik Analisis Data**

### **1. Analisis Deskriptif**

Analisis deskriptif digunakan dengan menggambarkan sebaran data responden terhadap suatu variabel tertentu dimana persentase terbesar merupakan faktor dominan dari masing-masing variabel. Data dan informasi yang dikumpulkan dari angket kemudian diolah dan disajikan dalam bentuk tabel frekuensi. Analisis deskriptif juga digunakan dalam proses pengambilan keputusan konsumen.

### **2. Teknik Analisis Statistik**

Teknik analisis statistik adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data yang telah terkumpul tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli sayuran organik berlogo SNI, digunakan metode analisis regresi logistik binomial. Regresi logistik tidak memerlukan asumsi moralitas, homoskedastisitas, dan memiliki sedikit asumsi yang ketat (Yamin, dkk, 2011). Metode ini digunakan untuk menganalisis pengaruh dari variabel independen (kelas sosial, jumlah anggota keluarga, kelompok referensi, pendapatan keluarga, pendidikan, usia, pekerjaan dan persepsi) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian sayuran organik berlogo SNI). Dengan persamaan sebagai berikut:

$$\ln\left(\frac{P}{1-P}\right) = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7 + b_8X_8 + e$$

Dimana:

P = Keputusan konsumen dalam pembelian sayuran organik berlogo SNI

(0 = tidak membeli sayuran organik berlogo SNI, 1 = membeli sayuran organik berlogo SNI)

X<sub>1</sub> = Kelas Sosial (0 = < 45, 1 = 50-60, 2 = >75)

X<sub>2</sub> = Jumlah anggota keluarga (orang)

X<sub>3</sub> = Kelompok referensi (0 = Tidak ada, 1 = ada)

X<sub>4</sub> = Pendapatan keluarga (1 = < 5.000.000, 2 = 5.100.000 – 15.000.000, 3 = 15.100.000 – 25.000.000, 4 = 25.100.000 – 35.000.000, 5 = > 35.000.000)

X<sub>5</sub> = Pendidikan (tahun)

X<sub>6</sub> = Usia (tahun)

X<sub>7</sub> = Pekerjaan (0 = tidak menghasilkan pendapatan, 1 = menghasilkan pendapatan)

X<sub>8</sub> = Persepsi (0 = tidak baik, 1 = baik)

### **Uji Hipotesis**

Hipotesis nol ( $H_0$ ) adalah hipotesis yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh antara kelas sosial, jumlah anggota keluarga, kelompok referensi, pendapatan keluarga, pendidikan, usia, pekerjaan dan persepsi dengan keputusan konsumen dalam pembelian sayuran organik berlogo SNI di Hero Lagoon Avenue Bekasi. Sedangkan hipotesis alternatif ( $H_1$ ) adalah hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh antara kelas sosial, jumlah anggota keluarga, kelompok referensi, pendapatan keluarga, pendidikan, usia, pekerjaan dan persepsi dengan keputusan konsumen dalam pembelian sayuran organik berlogo SNI di Hero Lagoon Avenue Bekasi.

### **Koefisien Determinasi (*Nagelkerke's R Square*)**

Koefisien determinasi bertujuan untuk melihat seberapa besar tingkat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Dalam analisis ini yang digunakan adalah nagelkerke's R Square karena, nilai nagelkerke  $R^2$  dapat diinterpretasikan seperti nilai  $R^2$  dalam analisis berganda pada umumnya.