

III. METODE PENELITIAN

A. Metode Dasar

Dalam penelitian ini, proses pengambilan keputusan pembelian belalang goreng dianalisis dengan menggunakan metode analisis deskriptif. Metode analisis deskriptif dilakukan untuk menggambarkan hasil data yang telah terkumpul. Selanjutnya faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian belalang goreng di lokasi penelitian akan dianalisis menggunakan metode analisis regresi logistik binomial.

B. Teknik Pengambilan Sampling

1. Penentuan Lokasi

Penelitian ini dilakukan di pedagang kaki lima belalang goreng di Jalan Utama Bunder, Patuk, Gunungkidul, karena banyak pedagang kaki lima belalang goreng yang mendirikan stand di sepanjang jalan utama tersebut. Oleh karena itu, dilokasi ini diharapkan dapat diketahui proses pengambilan keputusan pembelian belalang goreng dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian belalang goreng oleh wisatawan.

2. Pengambilan Sampel

Sebagai populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wisatawan yang sedang menikmati kunjungan wisatanya ke Gunungkidul (Soegiarto, 2008). Kriteria responden adalah wisatawan baik individu dan atau rombongan keluarga. Jumlah sampel sebanyak 100 sampel responden, yang diambil dalam waktu 15 hari, pada pukul 10.00-14.00 WIB.

C. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung dari konsumen. Pengumpulan data primer melalui pembagian angket atau kuesioner langsung kepada konsumen atau responden (Rianse & Abdi, 2009). Data primer digunakan untuk proses analisis terkait dengan proses pengambilan keputusan pembelian dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian belalang goreng.

2. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari instansi-instansi terkait dengan penelitian serta dari sumber pendukung lainnya (Resy, Roessali, & Prastiwi, 2017). Data sekunder ini berupa data luas hutan Kabupaten Gunungkidul, jumlah wisatawan, data jumlah UKM untuk mendukung latar belakang penelitian yang di dapat dari publikasi instansi pemerintahan seperti Badan Pusat Statistik Daerah.

D. Asumsi

Apabila responden membeli belalang goreng dan non belalang goreng maka produk belalang goreng menjadi prioritas.

E. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah digunakan agar masalah penelitian tidak meluas, pembatasan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Responden adalah semua wisatawan (konsumen) yang datang ke pedagang kaki lima belalang goreng, baik yang melakukan pembelian

belalang goreng maupun yang tidak melakukan pembelian belalang goreng.

2. Responden yang berusia diatas 17 tahun, karena responden yang berusia diatas 17 dianggap sudah cukup mampu untuk melakukan pengambilan keputusan dalam membeli belalang goreng.
3. Responden adalah individu dan atau rombongan keluarga

F. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

1. Proses pengambilan keputusan pembelian adalah sebuah proses yang berhubungan dengan perilaku konsumen yang dilakukan konsumen dari mulai identifikasi masalah sampai akhirnya memutuskan untuk melakukan pembelian dan melakukan evaluasi pasca pembelian.
 - a. Identifikasi masalah merupakan proses awal dimana konsumen menyadari adanya masalah kebutuhan akan belalang goreng, indikator pengenalan kebutuhan yang diteliti yaitu tujuan pembelian belalang goreng.
 - b. Pencarian informasi merupakan proses pencarian informasi oleh konsumen dengan bertanya ke orang lain, atau melakukan kegiatan untuk mempelajari sesuatu dari pihak lain. Indikator pencarian informasi yang akan diteliti yaitu sumber informasi belalang goreng, informasi yang dicari, dan pengaruh yang diberikan oleh sumber.
 - c. Pemilihan alternatif (evaluasi alternatif) merupakan proses bagaimana konsumen memproses informasi yang mereka dapat tentang pilihan belalang goreng untuk membuat keputusan. Indikator pemilihan alternatif yang diteliti yaitu hal yang dipertimbangkan dalam membeli

belalang goreng, tanggapan tentang alternatif apabila belalang goreng tidak tersedia, dan prioritas produk oleh-oleh.

- d. Pembelian merupakan hasil keputusan yang diambil oleh konsumen dari proses evaluasi tentang pilihan produk. Indikator keputusan pembelian yang akan diteliti yaitu cara memutuskan pembelian, intensitas pembelian, hal-hal yang membuat konsumen memutuskan untuk membeli belalang goreng di tempat tersebut, dan total pengeluaran pembelian.
 - e. Penilaian pascapembelian merupakan penilaian sesudah proses pembelian terhadap belalang goreng yang dilakukan konsumen, penilaian ini berupa penilaian puas atau tidak puas dan proses pembelian ulang diwaktu lain.
2. Faktor Budaya merupakan penyebab yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Faktor budaya dalam penelitian ini adalah :
 - a. Daerah Asal merupakan daerah darimana konsumen berasal, dari Kabupaten Gunungkidul atau dari Luar Kabupaten Gunungkidul.
 3. Faktor Sosial adalah faktor yang berasal dari lingkungan sekitar untuk membeli belalang goreng, baik itu keluarga maupun kelompok referensi. Faktor sosial dalam penelitian ini adalah :
 - a. Kelompok Referensi, kelompok yang memiliki pengaruh baik langsung maupun tidak langsung terhadap sikap konsumen. Kelompok referensi dalam penelitian ini yaitu keluarga, teman.
 4. Faktor Pribadi adalah faktor yang berasal dari diri konsumen sehingga berbeda dengan orang lain. Faktor pribadi dalam penelitian ini yaitu :

- a. Usia merupakan satuan waktu yang mengukur lamanya waktu hidup konsumen dimulai sejak lahir sampai waktu sekarang yang diukur dalam satuan tahun.
 - b. Status pernikahan merupakan status yang menggambarkan hubungan konsumen dengan orang lain seperti menikah, belum menikah, dan duda/janda.
 - c. Pendidikan merupakan jenjang pendidikan formal yang sudah ditempuh oleh konsumen dalam jangka waktu tertentu.
 - d. Pendapatan merupakan jumlah materi dalam bentuk uang yang diterima oleh seseorang hasil dari bekerjanya selama satu bulan.
5. Faktor Psikologis adalah pertimbangan subyektif yang berkaitan dengan kepuasan bagi diri konsumen. Faktor psikologis dalam penelitian ini adalah :
- a. Motivasi merupakan sesuatu yang mendorong konsumen untuk membeli belalang goreng. Terdapat beberapa indikator motivasi antara lain : membeli karena makanan unik, membeli karena penasaran, membeli karena terbiasa membelinya, membeli karena kesegaran produk, dan membeli karena harganya yang lebih murah.
 - b. Persepsi merupakan proses dimana konsumen memilih, mengorganisasikan, mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran tentang belalang goreng. Persepsi (gambaran) konsumen terhadap produk belalang goreng dapat berupa persepsi dampak konsumsi, dan persepsi kualitas belalang goreng.

G. Teknik Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Teknik analisis menggunakan teknik analisis deskriptif untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan dan menggambarkan data yang telah terkumpul secara detail dan akurat (Sugiyono, 2018). Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui proses pengambilan keputusan pembelian belalang goreng. Data yang terkumpul dari kuesioner akan diolah dan disajikan dalam bentuk tabel.

2. Teknik Analisis Statistik

Metode analisis yang digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian belalang goreng adalah dengan menggunakan metode analisis regresi logistik binomial 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 belalang goreng,

(1 = membeli, 0 = tidak membeli)

X₁ = Daerah Asal

(1 = Gunungkidul, 0 = Luar Gunungkidul)

X₂ = Kelompok Referensi

(1 = Ada, 0 = Tidak ada)

X₃ = Status Pernikahan

(1 = Menikah, 0 = Belum Menikah)

X_4 = Usia (tahun)

X_5 = Pendidikan (kode)

X_6 = Pendapatan (Rp/bln)

X_7 = Persepsi (kode)

X_8 = Motivasi (kode)

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan antara variabel independen kepada variabel dependen. Hipotesis nol (H_0) tidak ada pengaruh yang signifikan antara daerah asal, status pernikahan, kelompok referensi, usia, pendidikan, pendapatan, motivasi dan persepsi dengan keputusan konsumen membeli belalang goreng. Sedangkan hipotesis alternatif (H_a) adalah ada pengaruh yang signifikan antara daerah asal, status pernikahan, kelompok referensi, usia, pendidikan, pendapatan, motivasi dan persepsi dengan keputusan konsumen membeli belalang goreng.

Ketentuan penolakan atau penerimaan hipotesis adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikansi $< \alpha$ maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai signifikansi $> \alpha$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti bahwa variabel independen tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Pengujian signifikansi pada regresi logistik dapat dibagi menjadi dua yaitu pengujian secara simultan dan pengujian secara parsial. Pengujian secara

individual atau parsial dapat dilakukan dengan Uji Wald. Sedangkan pengujian secara simultan atau serentak dilakukan dengan menggunakan Uji Overall Model Fit/Omnibus.

Uji Keseluruhan Model (*Overall Model Fit*)

Uji statistika ini untuk mengetahui apakah semua variabel independen di dalam regresi logistic secara serentak atau simultan mempengaruhi variabel dependen sebagaimana uji F di dalam regresi linier. Uji overall model fit didasarkan pada nilai statistika -2LL atau nilai LR. Uji serentak koefisien regresi model logistik dihitung dari perbedaan nilai -2LL antara model dengan hanya terdiri dari konstanta dan model yang diestimasi terdiri dari konstanta dan variabel independen (Widarjono, 2010). Pengujian dilakukan dengan membandingkan selisih nilai *-2 log likelihood* (disebut dengan *chi square* hitung) dimana apabila nilai *chi square* hitung lebih besar dari *chi square* tabel atau nilai signifikansi lebih kecil dari *alpha* maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh secara simultan variabel bebas terhadap variabel terikat.

Uji Wald (Uji Parsial)

Menurut Widarjono (2010), dalam regresi logistik uji Wald digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial dengan cara membandingkan nilai statistik Wald dengan nilai pembanding *Chi square* pada derajat bebas (db) = 1 pada $\alpha = 5\%$, atau dengan membandingkan nilai signifikansi (*p-value*) dengan $\alpha = 5\%$ dimana *p-value* yang lebih kecil dari alpha menunjukkan

bahwa hipotesis diterima atau terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial.

Koefisien Determinasi (*Nagelkerke's R Square*)

Untuk melihat seberapa besar tingkat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial digunakan koefisien determinasi. Dalam penelitian ini uji yang digunakan adalah nagelkerke's R Square karena, nilai nagelkerke R^2 dapat diinterpretasikan seperti nilai R^2 pada analisis regresi berganda pada umumnya.