

III. METODE PENELITIAN

Metode dasar yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif analisis. Metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk mendeskripsikan atau memberikan gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya (Sugiyono, 2013)

A. Lokasi dan Pengambilan Sampel

1. Pemilihan Lokasi

Penelitian ini dilakukan di Hortimart Agro Center Bawen Semarang karena lokasi tersebut merupakan salah satu tempat agrowisata yang berada di Bawen, Kabupaten Semarang. Pemilihan lokasi dilakukan dengan teknik *purposive sampling* yaitu dipilih dengan pertimbangan dan tujuan tertentu. Pemilihan lokasi dengan *purposive sampling* dilakukan karena pertimbangan Hortimart Agro Center merupakan agrowisata yang juga menyediakan penjualan buah yang dihasilkan oleh kebunnya sendiri. Harga yang ditawarkan relative tinggi namun tidak membuat Hortimart sepi pengunjung, bahkan tak jarang buah yang ada di toko buah Hortimart habis terjual.

2. Pemilihan Responden

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *sampling insidental* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang secara kebetulan/*insidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data (Sujarweni, 2012). Sampel yang dipilih yaitu konsumen sebanyak 111 orang, dengan kriteria pengunjung yang digunakan untuk menjadi sampel yaitu : pengunjung yang

berada di lokasi pembelian tiket. Penelitian ini dilakukan dalam jangka waktu 7 hari dan

sesuai dengan jam kerja Hortimart yaitu 8 jam dengan jumlah responden rata-rata sebanyak 16 orang pengunjung yang bersedia mengisi kuisisioner.

B. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah wawancara dengan menggunakan kuesioner (Angket). Wawancara (*interview*) adalah kegiatan yang dilakukan untuk menambah informasi terkait penelitian dengan cara tanya jawab secara langsung dengan responden. Adapun wawancara yang dilakukan meliputi sikap masyarakat yang terdiri dari kepercayaan dan evaluasi konsumen dalam membeli buah.

Terkait dengan atribut yang diteliti seperti , harga yang sesuai dengan kualitas, keanekaragaman buah, kesegaran buah, ketersediaan buah, jenis buah yang khusus, pelayanan pedagang yang baik, kebersihan tempat berbelanja serta tata letak display buah. Kemudian melakukan wawancara terkait dengan pengaruh orang lain (keluarga, dan kolega) dalam membeli buah di PT. Hortimart Agro Center, dan minat pengunjung dalam membeli buah di PT. Hortimart Agro Center yang akan dilakukan kepada pengunjng dengan tujuan untuk menambah informasi terkait penelitian.

Kuisisioner adalah suatu daftar rangkaian pertanyaan tertulis mengenai suatu masalah yang akan diteliti dan bertujuan untuk mendapatkan informasi terkait dengan penelitian. Adapun data yang diperoleh dari kuesioner meliputi profil konsumen, sikap konsumen yang terdiri dari kepercayaan dan evaluasi konsumen terhadap atribut yang diteliti seperti harga buah, keanekaragaman buah, kesegaran buah, ketersediaan buah, jenis buah yang khusus, pelayanan pedagang yang baik, kebersihan tempat berbelanja serta tata letak display buah . Kemudian data norma

subyektif yang terdiri keyakinan normatif dan motivasi pengunjung terhadap pendapat orang lain (keluarga, dan kolega) dalam melakukan tindakan pembelian buah di PT. Hortimart Agro Center.

C. Jenis Data

Jenis data yang diambil dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian terhadap variabel penelitian atau data pokok yang berguna untuk menjawab tujuan. Pada penelitian ini data primer diperoleh dari pengunjung PT. Hortimart Agro Center yang berbelanja buah. Adapun data primer yang diperoleh yaitu karakteristik konsumen yang terdiri dari nama, umur, jenis kelamin, dan pekerjaan. Sikap konsumen yang terdiri dari kepercayaan dan evaluasi. Norma subyektif konsumen yang terdiri dari keyakinan normatif dan motivasi. Minat konsumen buah di PT. Hortimart Agro Center.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber data kedua atau data pendukung yaitu Dinas Pertanian, dan instansi – instansi yang terkait. Adapun data yang diperoleh yaitu data produksi buah, data konsumsi buah serta data lain yang bersangkutan dengan buah.

D. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

1. Minat merupakan keinginan pengunjung untuk terlibat dalam pembelian buah di PT. Hortimart Agro Center, yang terbentuk dari sikap dan norma subjektif.
2. Norma subyektif merupakan persepsi pengunjung terhadap pendapat orang lain (keluarga dan kolega) dalam membeli buah di PT. Hortimart Agro Center. Faktor yang membentuk norma subjektif terdiri dari keyakinan normatif (NB) dan motivasi (MC).
 - a. Keyakinan normatif (NB) adalah keyakinan pengunjung bahwa keluarga, dan kolega menginginkan pengunjung untuk membeli buah di PT. Hortimart Agro Center. Pengukuran skor keyakinan normatif pengunjung menggunakan skala linkert meliputi 1= Sangat Tidak Setuju, 2= Tidak Setuju, 3= Ragu-ragu, 4=Setuju, 5=Sangat Setuju.
 - b. Motivasi (MB) adalah tindakan pengunjung untuk menuruti atau tidak menuruti keluarga dan kolega dalam membeli buah di PT. Hortimart Agro Center. Pengukuran motivasi pengunjung menggunakan skala linkert meliputi 1= Sangat Tidak Setuju, 2= Tidak Setuju, 3= Ragu-ragu, 4=Setuju, 5=Sangat Setuju.

Atribut untuk mengukur norma subjektif meliputi faktor lingkungan yang terdiri dari keluarga dan kolega. Faktor lingkungan merupakan segala sesuatu yang berada disekitar pengunjung dan dapat memberikan pengaruh terhadap pengunjung untuk membeli buah di PT. Hortimart Agro Center

 - a) Keluarga sekumpulan individu yang terikat oleh hubungan darah, perkawinan maupun adopsi yang tinggal dalam satu rumah dengan konsumen buah.

- b) Kolega adalah orang atau sekelompok orang yang sering berkomunikasi dengan konsumen
3. Sikap atau A_{act} (*Attitude towa the behavior*) merupakan perasaan emosional pengunjung terhadap tindakan pembelian buah di PT. Hortimart Agro Center. Sikap terdiri dari kepercayaan (b_i) dan evaluasi (e_i)
- a. Kepercayaan (b_i) merupakan kepercayaan pengunjung bahwa membeli buah di PT. Hortimart Agro Center akan memperoleh buah yang segar, harga yang murah, keanekaragaman buah, kesegaan buah, ketersediaan buah, jenis buah yang khusus, kebersihan tempat berbelanja serta tata letak display buah. Untuk mengukur kepercayaan pada penelitian ini maka peneliti menggunakan skala likert untuk mengetahui tanggapan atau respon pengunjung berdasarkan pernyataan tentang atribut. Skor kepercayaan pengunjung meliputi 1= Sangat Tidak Setuju, 2= Tidak Setuju, 3= Ragu-ragu, 4=Setuju, 5=Sangat Setuju.
- b. Evaluasi (e_i) merupakan penilaian pengunjung terhadap pentingnya memperoleh buah yang segar, harga yang murah, keanekaragaman buah, kesegaan buah, ketersediaan buah, jenis buah yang khusus, kebersihan tempat berbelanja serta tata letak display buah. Untuk mengukur evaluasi pada penelitian ini maka akan digunakan persepsi pengunjung terhadap keluarga atau kolega terkait dengan atribut pembelian buah di PT. Hortimart Agro Center. Skor evaluasi pengunjung menggunakan skala linkert meliputi 1= Sangat Tidak Setuju, 2= Tidak Setuju, 3= Ragu-ragu, 4=Setuju, 5=Sangat Setuju. Atribut yang digunakan untuk mengukur kepercayaan dan evaluasi meliputi:

- a) Harga buah adalah nilai barang yang ditentukan dengan sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh pengunjung untuk memperoleh buah di PT. Hortimart Agro Center.
- b) Keanekaragaman buah adalah banyaknya jenis buah yang di jual di PT. Hortimart Agro Center
- c) Kesegaran buah adalah penampilan yang mengindikasikan atau memperlihatkan buah tersebut masih bagus atau tidak.
- d) Ketersediaan buah adalah kemudahan pengunjung untuk mendapatkan buah di PT.Hortimart Agro Center.
- e) Jenis buah khusus adalah jenis buah yang ditawarkan di PT. Hortimart Agro Center yang jarang ditemui ditempat perbelanjaan yang lain.
- f) Kebersihan adalah keadaan atau kondisi yang memperlihatkan PT. Hortimart Agro Center bersih atau tidak.
- g) Tata letak produk adalah kesesuaian penataan buah pada display penjualan.

E. Teknik Analisis

Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis statistic deskriptif dan teori tindakan beralasan (*theory of reasoned action*). Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data yang telah terkumpul. Pada penelitan ini analisis deskriptif digunakan untuk mengidentifikasi karakteristik pengunjung yang membeli buah di PT. Hortimart Agro Center dan pengunjung yang tidak membeli buah di PT. Hortimart Agro Center. Selanjutnya digunakan teknik analisis teori tindakan beralasan (*theory of reasoned action*). *Theory of reasoned action* memberikan informasi mengenai minat pengunjung untuk

membeli buah di PT. Hortimart Agro Center. Berikut ini merupakan rumus teori tersebut :

1. Minat

Minat pengunjung dalam membeli buah di PT. Hortimart Agro Center pada penelitian ini dapat ditentukan dengan sikap, norma subjektif serta bobot kepentingan dari sikap dan norma subjektif yang dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$BI = A_{act} (\omega_1) + SN (\omega_2)$$

Keterangan :

- BI : keinginan konsumen untuk terlibat dalam pembelian buah di PT. Hortimart Agro Center.
 A_{act} : skor kategori sikap
 SN : skor kategori norma subjektif
 ω_1 dan ω_2 : bobot kepentingan sikap dan norma subjektif.

Menghitung minat konsumen (BI) dengan cara membuat kategori skor dimana tiap-tiap skor A_{act} dan SN disamakan. Adapun rinciannya sebagai berikut :

Table 1. Kategori Skor

Kategori Sikap	Kategori SN	Skor
Sangat tidak baik	Sangat tidak baik	1
Tidak baik	Tidak baik	2
Netral	Netral	3
Baik	Baik	4

Mengetahui bobot sikap dan norma subyektif. untuk mengetahui bobot tersebut dapat ditentukan dengan memberi pertanyaan sebagai berikut :

Table 2. Bobot sikap dan norma subyektif

Pendapat saya membeli buah di PT. Hortimart Agro Center%
Pendapat orang lain (keluarga, kolega, pedagang) terhadap pembelian buah di PT. Hortimart Agro Center%
Total	100%

Setelah mengetahui kategori skor, bobot sikap dan norma subyektif maka selanjutnya yaitu menentukan skala interval minat beli pengunjung terhadap buah di PT. Hortimart Agro Center.

$$\begin{aligned} \text{Lebar jarak interval} &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

Table 3. Skala interval minat beli pengunjung terhadap buah

Skor	Kategori
$1,00 \leq 1,80$	Sangat rendah
$1,81 \leq 2,60$	Rendah
$2,61 \leq 3,40$	Sedang
$3,41 \leq 4,20$	Tinggi
$4,20 \leq 5,00$	Sangat Tinggi

2. Norma Subjektif

Untuk menghitung norma subjektif dalam membeli buah di PT. Hortimart Agro Center didasarkan atas atribut yang telah disusun. Pada penelitian ini terdapat tiga atribut yang meliputi keluarga dan kolega.

$$SN = \sum_{i=0}^k NB \cdot MC$$

Keterangan:

SN : norma subjektif individu terhadap perilaku tertentu.

NB : keyakinan normative individu (subyek sikap) bahwa preferensi personal atau organisasi menginginkan subyek sikap untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu.

MC : motivasi individu untuk menuruti anjuran referensi personal atau kelompok.

k : jumlah referensi relevan.

Table 4. Pengukuran skor keyakinan normatif pengunjung

Fungsi Lingkungan	Sangat Tidak	Tidak Setuju	Ragu-ragu	Setuju	Sangat Setuju
-------------------	--------------	--------------	-----------	--------	---------------

	Setuju				
Keluarga	1	2	3	4	5
Kolega	1	2	3	4	5

Table 5. Pengukuran skor motivasi pengunjung terhadap buah

Fungsi Lingkungan	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Ragu-ragu	Setuju	Sangat Setuju
Keluarga	1	2	3	4	5
Kolega	1	2	3	4	5

Pengukuran Norma Subyektif akan diperoleh dari hasil perkalian antara hasil pengukuran skala keyakinan normatif dan motivasi konsumen. Rincian pengukuran sebagai berikut:

T

a Faktor	Skor Terendah			Skor Tertinggi		
	NB	MC	NB.MC	NB	MC	NB.MC
b Lingkungan						
Keluarga	1	1	1	5	5	25
Kolega	1	1	1	5	5	25
Total			2			50

6
 . Penentuan skala interval norma subyektif (SN)

$$\text{Skala} = \frac{m-n}{b}$$

Keterangan :

m = skor tertinggi yang mungkin

n = Skor terendah yang mungkin

b = jumlah skala penilaian yang ingin dibentuk

Table 7. Skala kategori Norma Subyektif

Skor	Kategori
Per atribut	
$1,00 \leq 5,80$	Sangat tidak baik
$5,81 \leq 10,60$	Tidak baik
$10,60 \leq 15,40$	Ragu-ragu
$15,41 \leq 20,20$	Baik
$20,21 \leq 25$	Sangat baik
Keseluruhan atribut	
$2,00 \leq 11,60$	Sangat tidak baik
$11,61 \leq 21,19$	Tidak baik
$21,20 \leq 30,79$	Ragu-ragu
$30,80 \leq 40,39$	Baik
$40,40 \leq 50$	Sangat baik

3. Sikap Pengunjung

Untuk menghitung nilai sikap pengunjung dalam membeli buah di Pasar PT. Hortimart Agro Center didasarkan atas atribut yang telah disusun. Pada penelitian ini terdapat enam atribut yang meliputi, harga buah, keberagaman buah, kesegaran buah, pelayanan pedagang, serta lokasi *Agro Mart*.

$$A_{act} = \sum_{i=0}^n bi \cdot ei$$

keterangan:

A_{act} : sikap

bi : kepercayaan

ei : evaluasi

n : jumlah kepercayaan.

a. Kepercayaan (b_i)

Kepercayaan konsumen terhadap pembelian buah diukur dengan menggunakan skala likert untuk mengetahui tanggapan atau respon pengunjung berdasarkan pernyataan tentang atribut Adapun rincian pengukuran sebagai berikut :

Table 8. Skor kepercayaan pengunjung terhadap buah

Atribut		Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Ragu-ragu	Setuju	Sangat Setuju
Produk	Harga Buah	1	2	3	4	5
	Keberagaman buah	1	2	3	4	5
	Kesegaran buah	1	2	3	4	5
	Ketersediaan buah	1	2	3	4	5
	Jenis buah khusus	1	2	3	4	5
Tempat	Kebersihan	1	2	3	4	5
	Penataan produk	1	2	3	4	5

b. Evaluasi (e_i).

Adapun rincian pengukuran sebagai berikut:

Table 9. Skor evaluasi pengunjung terhadap buah

Atribut		Sangat Tidak Penting	Tidak Penting	Ragu-ragu	Penting	Sangat Penting
Produk	Harga Buah	1	2	3	4	5
	Keberagaman buah	1	2	3	4	5
	Kesegaran buah	1	2	3	4	5
	Ketersediaan buah	1	2	3	4	5
	Jenis buah khusus	1	2	3	4	5
Tempat	Kebersihan	1	2	3	4	5
	Penataan produk	1	2	3	4	5

Sikap pengunjung terhadap atribut buah akan diperoleh dari hasil perkalian antara b_i dan e_i . Rincian pengukuran sebagai berikut:

Table 10. Penentuan skala interval sikap

Atribut	Skor Terendah			Skor Tertinggi			
	Min.bi	Min. ei	bi.e i	Mak bi	Maks ei	bi.ei	
Produk	Harga buah	1	1	1	5	5	25
	Keberagaman buah	1	1	1	5	5	25
	Kesegaran buah	1	1	1	5	5	25
	Ketersediaan buah	1	1	1	5	5	25
	Jenis buah khusus	1	1	1	5	5	25
Tempat	Kebersihan	1	1	1	5	5	25
	Tata letak produk	1	1	1	5	5	25
Total			7			175	

$$\text{Skala} = \frac{m-n}{b}$$

Keterangan :

m = skor tertinggi yang mungkin

n = skor terendah yang mungkin

b = jumlah skala penilaian yang ingin dibentuk

Table 11. Skala kategori sikap (Aact)

Skor	Kategori
Per Atribut	
$1,00 \leq 1,80$	Sangat rendah
$1,81 \leq 2,60$	Rendah
$2,61 \leq 3,40$	Sedang
$3,41 \leq 4,20$	Tinggi
$4,201 \leq 5,00$	Sangat Tinggi
Keseluruhan Atribut	
$7,00 \leq 40,60$	Sangat tidak baik
$40,61 \leq 74,20$	Tidak baik
$74,21 \leq 107,80$	Ragu-ragu
$107,81 \leq 141,40$	Baik
$141,41 \leq 175$	Sangat baik

4. Validitas dan Reabilitas

a) Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang telah disusun sebelumnya dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur secara tepat. Dalam melakukan penguraian validitas, digunakan alat bantu program computer SPSS. Apabila alat ukur tersebut mempunyai korelasi yang signifikan antar skor item terhadap skor totalnya maka alat ukur tersebut dinyatakan valid. Jika diperoleh data yang tidak valid, maka data tersebut akan dikeluarkan atau dibuang dari instrument. Kriteria dalam menentukan validitas suatu kuesioner adalah sebagai berikut.

Jika r hitung $>$ r tabel maka pernyataan valid.

Jika r hitung $<$ r tabel maka pernyataan tersebut tidak valid.

b) Uji Reabilitas

Menurut Juliandi (2013) uji reabilitas untuk melihat apakah instrumen penelitian merupakan instrumen yang handal dan dapat dipercaya. Ide pokok dalam konsep realibilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Uji reliabilitas dilakukan setelah uji validitas atas pertanyaan yang sudah valid, adapun kriteria dari pengujian reliabilitas adalah :

$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

r_{11} = reliabilitas yang dicari

n = jumlah item pertanyaan yang diuji

$\sum \sigma_i^2$ = jumlah varians skor tiap-tiap item

σ_t^2 = varians total

Jika nilai koefisien reliabilitas $\alpha > 0,6$ maka instrumen yang diuji memiliki reabilitas yang baik/reliable/terpercaya.

Jika nilai koefisien reliabilitas $\alpha < 0,6$ maka instrumen yang diuji tersebut tidak reliable.