

III. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif. Metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, objek, kondisi, sistem pemikiran, ataupun suatu peristiwa pada masa sekarang dengan tujuan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta, sifat, serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. Penelitian ini mendeskripsikan mengenai preferensi konsumen tempe kemasan daun pisang dan kemasan plastik di Pasar Giwangan berdasarkan atribut yang dimiliki oleh tempe.

A. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel berupa sampel lokasi dan sampel responden. Pengambilan sampel lokasi menggunakan teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2016) teknik *purposive sampling* adalah penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Lokasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Pasar Giwangan, meskipun terkenal sebagai pasar induk buah dan sayur namun terdapat banyak pedagang yang menjual tempe. Jumlah pedagang tempe yang ada di Pasar Giwangan yaitu sebanyak 20 pedagang yang terdiri dari 3 pedagang tempe kemasan daun pisang, 15 pedagang tempe kemasan plastik, dan 2 pedagang tempe kemasan daun pisang serta plastik. Pengambilan responden dilakukan di 6 pedagang dari 20 pedagang, hal ini dikarenakan ke-6 pedagang tersebut lebih ramai pembelinya dibandingkan dengan pedagang tempe lainnya.

Teknik pengambilan sampel responden pada penelitian ini menggunakan teknik *accidental quota sampling*. Teknik *accidental quota sampling* merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang secara kebetulan

bertemu dengan peneliti pada saat membeli tempe kemasan daun pisang dan kemasan plastik di Pasar Giwangan dapat digunakan sebagai sampel dan cocok digunakan sebagai sumber data hingga mencapai jumlah yang diinginkan. Pada penelitian ini, jumlah responden yang akan digunakan sebagai sampel sebanyak 100 responden. Alasan pengambilan 100 responden yaitu pengunjung Pasar Giwangan terbilang banyak atau ramai, selain itu tempe merupakan produk makanan yang sering dibeli oleh konsumen. Teknis pelaksanaannya dengan cara peneliti mewawancarai konsumen, apabila sesuai dengan kriteria responden maka konsumen tersebut diminta untuk mengisi kuisisioner. Waktu penelitian dilaksanakan selama tiga minggu setiap sore-malam hari.

B. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

1. Data primer

Data primer merupakan data penelitian yang diambil langsung dari sumber asli. Sumber data yang digunakan untuk penelitian ini adalah konsumen tempe kemasan daun pisang dan plastik di Pasar Giwangan, Kota Yogyakarta. Data primer pada penelitian ini didapat dengan cara teknik wawancara, peneliti mengajukan berbagai pertanyaan untuk mendapatkan data berupa karakteristik konsumen, atribut yang menjadi preferensi konsumen, dan atribut yang paling dipertimbangkan dalam pembelian yang dibantu dengan kuisisioner sebagai acuan.

2. Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang didapat dari instansi atau lembaga yang terkait dengan penelitian. Data yang terkait dengan penelitian ini berupa letak geografis ataupun keadaan lokasi penelitian. Data sekunder dapat diperoleh

melalui BPS, data dan profil pasar dari pengelola Pasar Giwangan, serta sumber lain yang relevan dengan penelitian.

C. Pembatasan Masalah

- a. Responden merupakan konsumen yang sebelumnya telah membeli tempe kemasan daun pisang atau kemasan plastik di Pasar Giwangan.
- b. Responden membeli tempe kemasan daun pisang dan kemasan plastik untuk dikonsumsi sendiri atau keluarga dan tidak untuk dijual kembali.
- c. Tidak ada pembatasan jenis kelamin dan pengambil keputusan.

D. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

1. Karakteristik konsumen adalah ciri individu atau seseorang yang berperan sebagai pembentuk sikap dalam menentukan pilihan atas produk atau barang yang akan dibeli, seperti: jenis kelamin, pendidikan, pendapatan, usia, jumlah keluarga, dan asal daerah.
 - a. Jenis kelamin adalah perbedaan antara responden laki-laki dengan perempuan di Pasar Giwangan.
 - b. Usia adalah umur konsumen tempe kemasan daun pisang dan kemasan plastik di Pasar Giwangan yang diukur dengan satuan tahun.
 - c. Pendidikan terakhir adalah tingkat pendidikan terakhir yang ditempuh oleh responden tempe kemasan daun pisang dan kemasan plastik di Pasar Giwangan, meliputi tingkat SD, SMP, SMA/K, maupun PT.
 - d. Pekerjaan adalah aktivitas utama atau status responden saat ini.
 - e. Pendapatan adalah jumlah uang yang diterima oleh responden per bulan dengan satuan rupiah berdasarkan pekerjaan yang dilakukan. Untuk ibu rumah tangga, pendekatan yang diambil adalah pendapatan suami dan

untuk mahasiswa, pedekatan yang diambil adalah uang kiriman dari orang tua.

- f. Jumlah anggota keluarga adalah banyaknya orang yang tinggal dalam satu rumah dan diukur dengan satuan jiwa/orang.
2. Tempe adalah jenis makanan yang berbahan dasar kacang kedelai dari hasil fermentasi kapang *Rhizopus sp.*
 3. Atribut tempe adalah karakteristik atau ciri yang terdapat pada produk tempe meliputi bentuk, ukuran, kemasan, harga, tekstur, dan label.
 - a. Bentuk adalah penampang yang terlihat pada produk tempe kemasan daun pisang dan kemasan plastik.
 - b. Ukuran adalah skala besar kecil dan tebal tipisnya sebuah produk tempe kemasan daun pisang dan kemasan plastik.
 - c. Harga adalah tingkat harga yang harus dikorbankan oleh konsumen untuk mendapatkan produk tempe kemasan daun pisang dan kemasan plastik.
 - d. Tekstur adalah bagian-bagian dari tempe kemasan daun pisang dan kemasan plastik yang menunjukkan sebuah struktur.
 - e. Label adalah informasi yang terdapat dalam produk tempe kemasan plastik.
 4. Preferensi konsumen adalah pilihan konsumen dalam menunjukkan ketertarikan terhadap tempe dengan mempertimbangkan berbagai atribut.
 5. Tingkat kepercayaan konsumen adalah tingkat pengetahuan konsumen mengenai tempe kemasan daun pisang dan kemasan plastik. Tingkat kepercayaan dinyatakan dalam lima skala dengan skala likert.

Tabel 2. Skala tingkat kepercayaan produk

Atribut	1	2	3	4	5
Bentuk	STS	TS	N	S	SS
Ukuran	STS	TS	N	S	SS
Harga	STS	TS	N	S	SS
Tekstur	STS	TS	N	S	SS
Label	STS	TS	N	S	SS

Keterangan:

STS : Sangat tidak setuju

TS : Tidak setuju

N : Netral

S : Setuju

SS : Sangat setuju

6. Evaluasi adalah penilaian konsumen mengenai atribut pada tempe kemasan daun pisang dan kemasan plastik. Skala tingkat evaluasi dapat dilihat dalam tabel di bawah ini:

Tabel 3. Skala tingkat evaluasi produk

Atribut	1	2	3	4	5
Bentuk	STP	TP	N	P	SP
Ukuran	STP	TP	N	P	SP
Harga	STP	TP	N	P	SP
Tekstur	STP	TP	N	P	SP
Label	STP	TP	N	P	SP

Keterangan:

STP : Sangat tidak penting

TP : Tidak penting

N : Netral

P : Penting

SP : Sangat penting

Penentuan skala interval kepercayaan dan evaluasi atribut produk dengan cara sebagai berikut:

Skala interval: $\frac{m-n}{b}$ (untuk per atribut)

$\frac{a(m-n)}{b}$ (untuk keseluruhan atribut)

Di mana:

m : skor tertinggi

n : skor terendah

a : jumlah atribut

b : jumlah skala yang akan dibentuk

Tabel 4. Penentuan skala interval kepercayaan dan evaluasi atribut tempe kemasan daun pisang di Pasar Giwangan Kota Yogyakarta

Skala rata-rata	Kategori	
	Kepercayaan	Evaluasi
Per atribut		
1,00-1,80	Sangat tidak baik	Sangat tidak baik
1,81-2,60	Tidak baik	Tidak baik
2,61-3,40	Netral	Netral
3,41-4,20	Baik	Baik
4,21-5,00	Sangat baik	Sangat baik
Keseluruhan atribut		
4,00-7,20	Sangat tidak baik	Sangat tidak baik
7,21-10,40	Tidak baik	Tidak baik
10,41-13,60	Netral	Netral
13,61-16,80	Baik	Baik
16,81-20,00	Sangat baik	Sangat baik

Tabel 5. Penentuan interval kepercayaan dan evaluasi atribut tempe kemasan plastik di Pasar Giwangan Kota Yogyakarta

Skala rata-rata	Kategori	
	Kepercayaan	Evaluasi
Per atribut		
1,00-1,80	Sangat tidak baik	Sangat tidak baik
1,81-2,60	Tidak baik	Tidak baik
2,61-3,40	Netral	Netral
3,41-4,20	Baik	Baik
4,21-5,00	Sangat baik	Sangat baik
Keseluruhan atribut		
5,00-9,00	Sangat tidak baik	Sangat tidak baik
9,01-13,00	Tidak baik	Tidak baik
13,01-17,00	Netral	Netral
17,01-21,00	Baik	Baik
21,01-25,00	Sangat baik	Sangat baik

- Sikap konsumen adalah ungkapan perasaan konsumen terhadap tempe kemasan daun pisang dan kemasan plastik. Penilaian mengenai sikap dapat diperoleh dari perkalian antara kepercayaan dengan evaluasi.

Tabel 6. Penentuan skala interval sikap untuk tempe kemasan daun pisang di Pasar Giwangan Kota Yogyakarta

Atribut	Skor terendah			Skor tertinggi		
	min bi	min ei	bi x ei	max bi	max ei	bi x ei
Bentuk	1	1	1	5	5	25
Ukuran	1	1	1	5	5	25
Harga	1	1	1	5	5	25
Tekstur	1	1	1	5	5	25
Jumlah			4			100

Tabel 7. Penentuan skala interval sikap untuk tempe kemasan plastik di Pasar Giwangan Kota Yogyakarta

Atribut	Skor terendah			Skor tertinggi		
	min bi	min ei	bi x ei	max bi	max ei	bi x ei
Bentuk	1	1	1	5	5	25
Ukuran	1	1	1	5	5	25
Harga	1	1	1	5	5	25
Tekstur	1	1	1	5	5	25
Label	1	1	1	5	5	25
Jumlah			5			125

Tabel 8. Kategori sikap konsumen terhadap tempe kemasan daun pisang di Pasar Giwangan Kota Yogyakarta

Skor rata-rata	Kategori
Kategori per atribut	
1,00-5,80	Sangat tidak baik
5,81-10,60	Tidak baik
10,61-15,40	Netral
15,41-20,20	Baik
20,21-25,00	Sangat baik
Kategori keseluruhan atribut	
4,00-23,20	Sangat tidak baik
23,21-42,40	Tidak baik
42,41-61,60	Netral
61,61-80,80	Baik
80,81-100,00	Sangat baik

Tabel 9. Kategori sikap konsumen terhadap tempe kemasan plastik di Pasar Giwangan Kota Yogyakarta

Skor rata-rata	Kategori
Kategori per atribut	
1,00-5,80	Sangat tidak baik
5,81-10,60	Tidak baik
10,61-15,40	Netral
15,41-20,20	Baik
20,21-25,00	Sangat baik
Kategori keseluruhan atribut	
5,00-29,00	Sangat tidak baik
29,01-53,00	Tidak baik
53,01-77,00	Netral
77,01-101,00	Baik
101,01-125,00	Sangat baik

E. Teknik Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan analisis yang berupa memberikan gambaran dalam bentuk persentase maupun grafik mengenai karakteristik responden yang diperoleh dalam penelitian. Adapun beberapa hal yang diuraikan meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, pendapatan, dan jumlah keluarga konsumen tempe kemasan daun pisang dan kemasan plastik di Pasar Giwangan Kota Yogyakarta sehingga hasil dari analisis ini mampu menggambarkan karakteristik responden yang diteliti.

2. Analisis Chi Square (χ^2)

Analisis chi square merupakan metode yang digunakan untuk mengetahui atribut tempe kemasan daun pisang dan kemasan plastik yang menjadi preferensi konsumen di Pasar Giwangan Kota Yogyakarta dengan rumus:

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^k \left(\frac{(f_o - f_h)^2}{f_h} \right)$$

Keterangan:

- X^2 = *chi square*
 f_o = frekuensi hasil pengamatan
 f_h = frekuensi yang diharapkan
 $i...k$ = kategori atribut dalam variabel tempe

Dimana:

$$f_h = \frac{R_i \times C_i}{\sum R_i}$$

Keterangan:

- R_i = jumlah baris ke- i
 C_i = jumlah kolom ke- i
 $\sum R_i$ = jumlah pengamatan

Hipotesis yang digunakan:

H_o : tidak terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap masing-masing atribut pada tempe kemasan daun pisang dan kemasan plastik.

H_a : terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap masing-masing atribut pada tempe kemasan daun pisang dan kemasan plastik.

Kriteria pengujian:

Jika nilai signifikansi $<$ alfa, maka tolak H_o dan terima H_a , artinya: terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap masing-masing atribut pada tempe kemasan daun pisang dan kemasan plastik.

Jika nilai signifikansi $>$ alfa, maka tolak H_a dan terima H_o , artinya tidak terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap masing-masing atribut pada tempe kemasan daun pisang dan kemasan plastik.

Untuk menentukan atribut tempe kemasan daun pisang dan kemasan plastik yang menjadi preferensi konsumen dapat dilihat dari jumlah konsumen yang memilih suatu atribut dengan nilai tertinggi.

3. Analisis multiatribut *Fishbein*

Analisis multiatribut *Fishbein* digunakan untuk mengetahui sikap konsumen yang dilihat dari atribut yang paling dipertimbangkan dalam pembelian tempe kemasan daun pisang dan kemasan plastik di Pasar Giwangan Kota Yogyakarta. Model analisis ini akan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$A_o = \sum_{i=1}^n b_i \cdot e_i$$

Keterangan:

- A_o : sikap konsumen terhadap tempe kemasan daun pisang dan kemasan plastik di Pasar Giwangan.
- b_i : tingkat kepercayaan konsumen bahwa tempe kemasan daun pisang dan kemasan plastik di Pasar Giwangan yang dibeli memiliki atribut tertentu (variabel ke-i).
- e_i : dimensi evaluatif (evaluasi) konsumen terhadap atribut ke-i yang dimiliki tempe kemasan daun pisang dan kemasan plastik di Pasar Giwangan.
- n : jumlah atribut yang dimiliki tempe kemasan daun pisang dan plastik.
- i : atribut (i = 1,2,3,...,n).

Berikut langkah dalam analisis multiatribut *fishbein*:

- 1) Menentukan penilaian kepercayaan terhadap atribut tempe kemasan daun pisang dan kemasan plastik (b_i) dengan cara menentukan standar penilaian (*scoring*) menggunakan skala likert. Untuk menentukan nilai kepercayaan terhadap tempe kemasan daun pisang dan kemasan plastik (b_i) dilakukan dengan membagi total jawaban responden dengan jumlah responden.

$$b_i = \frac{5a + 4b + 3c + 2d + e}{a + b + c + d + e}$$

Keterangan:

- b_i = nilai kepercayaan terhadap tempe
- a = jumlah responden yang memilih sangat setuju
- b = jumlah responden yang memilih setuju
- c = jumlah responden yang memilih netral
- d = jumlah responden yang memilih tidak setuju
- e = jumlah responden yang memilih sangat tidak setuju

2) Menentukan evaluasi atribut (e_i)

Penentuan evaluasi atribut dengan cara menentukan standar penilaian (*scoring*) menggunakan skala likert seperti langkah di atas, kemudian skor masing-masing atribut dikalikan dengan frekuensi jawaban responden untuk mengetahui nilai evaluasi konsumen terhadap atribut tempe kemasan.

3) Menentukan sikap konsumen terhadap tempe (A_o)

Penentuan sikap konsumen dengan cara mengalikan antara kepercayaan konsumen terhadap tempe dengan evaluasi atribut tempe.

4) Cara untuk mengetahui atribut yang paling dipertimbangkan konsumen dalam pembelian tempe dengan mengukur indeks sikap konsumen dari nilai tertinggi hingga terendah. Nilai indeks sikap konsumen yang tertinggi menunjukkan bahwa atribut tersebut merupakan atribut yang paling dipertimbangkan konsumen dalam pembelian tempe kemasan daun pisang dan plastik.