

## BAB III METODE PENELITIAN

### 3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di lokasi Pasar Singaparna Kabupaten Tasikmalaya yang berada di Singaparna Kabupaten Tasikmalaya. Pasar Singaparna merupakan pasar yang pertama kali berdiri pada tahun 1970 hingga saat ini. Maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian di Pasar Singaparna. Penelitian ini dilakukan pada bulan Juli 2023 sampai dengan bulan Agustus 2024.

Tabel 3 Jadwal Pelaksanaan Penelitian

Tahapan Penelitian	Waktu Penelitian 2023 – 2024													
	Jul	Ags	Sept	Okt	Nov	Des-Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags	
Perencanaan Penelitian	■													
Survey Pendahuluan		■												
Penulisan Proposal UP		■												
Seminar UP			■											
Revisi Proposal UP				■										
Pengumpulan Data					■									
Pengolahan dan Analisis Data						■								
Penulisan Hasil Penelitian							■	■	■	■	■	■	■	■
Seminar Kolokium														■
Revisi Kolokium														■
Sidang Skripsi														■

Sumber : Data Diolah (2024)

### 3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survey dengan analisis pendekatan deskriptif pada Pasar Singaparna di Jln. Garut – Tasikmalaya No. 14, Kecamatan Singasari, Kabupaten Tasikmalaya, Jawa Barat (46412). Analisis deskriptif adalah bentuk statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang

telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2017).

Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) yaitu cara pengambilan daerah penelitian dengan mempertimbangkan alasan yang diketahui dari daerah penelitian tersebut (Singarimbun & Masri, 1991). Pemilihan lokasi ini didasarkan atas pertimbangan.

### **3.3 Teknik Pengambilan Sampel**

Metode penentuan sampel berdasarkan *accidental sampling* yaitu diperolehnya sampel dari populasi yang tidak direncanakan terlebih dahulu. Sampling secara *accidental* adalah teknik penentuan sampel, berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/incidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2009). Untuk penelitian yang menggunakan analisis data statistik, ukuran sampel paling minimum adalah 30 (Mahmud, 2011). Sehingga responden yang membeli sayuran hidroponik yang diambil adalah sebanyak 30 responden.

Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli sayuran hidroponik di lokasi penelitian. Konsumen yang menjadi sampel pada penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung pada rentan waktu 05.00 – 09.00 WIB setiap hari dalam satu minggu di pasar Singaparna karena pada rentang waktu tersebut produk yang dijual masih komplit sehingga diprediksi populasi konsumen masih padat. Pengujian kecukupan data dilakukan agar hasil yang didapat mampu merepresentasikan sasaran penelitian yang dilakukan sehingga hasil data yang didapat dari penyebaran kuesioner dapat menunjang penelitian ini.

### **3.4 Jenis dan Pengumpulan Data**

Kegiatan pengumpulan data merupakan usaha secara operasional dalam melaksanakan penelitian yang dapat memberikan pengaruh positif bagi pelaksanaan analisa dan interpretasi data. Berkaitan dengan hal tersebut, maka teknik yang digunakan dalam pengumpulan data yang relevan dengan permasalahan penelitian. Untuk menunjang pembahasan dalam penelitian ini,

peneliti menggunakan beberapa metode yang berdasarkan menurut para ahli, adapun sumber data yang digunakan adalah sebagai berikut :

#### 1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari narasumber yaitu konsumen sayuran hidroponik melalui hasil wawancara dengan menggunakan instrumen berupa kuesioner dan hasil pengamatan lapangan secara langsung. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan alat bantu kuisisioner dan wawancara. Data primer pada kuesioner tersebut tentang pengukuran variabel preferensi konsumen terhadap sayuran hidroponik, pengukuran variabel kepercayaan konsumen terhadap atribut sayuran hidroponik dan pengukuran evaluasi konsumen (ei) terhadap sayuran hidroponik

#### 2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari objek yang diteliti. Data ini meliputi *literature* yang diperlukan untuk penyusunan penelitian ini.

### **3.5 Definisi dan Operasional Variabel**

#### 3.5.1 Definisi

1. Preferensi konsumen didefinisikan sebagai pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap produk (barang atau jasa) yang dikonsumsi, dalam hal ini adalah Sayuran Hidroponik
2. Atribut Sayuran Hidroponik adalah kesegaran sayuran, fisik daun, rasa, jenis sayur, harga, kemasan.
3. Kesegaran sayuran adalah anggapan dan kesan konsumen tentang kesegaran yang dimiliki oleh sayuran hidroponik terdiri dari tingkat kesegaran  $\leq 3$  hari, tingkat kesegaran 4 - 6 hari, dan  $> 6$  hari
4. Fisik daun adalah serangkaian anggapan dan kesan konsumen tentang fisik daun yang dimiliki oleh sayuran hidroponik yang terdiri dari fisik daun lebar tidak berluang, fisik daun cukup lebar tidak berlubang, fisik daun kecil tidak berlubang

5. Rasa adalah serangkaian anggapan dan kesan konsumen tentang rasa sayur yang dimiliki oleh sayuran hidroponik terdiri dari rasa manis renyah, gurih renyah, dan sama dengan sayur konvensional
6. Jenis sayuran adalah serangkaian anggapan dan kesan konsumen tentang jenis sayur yang dimiliki oleh sayuran hidroponik terdiri dari 2 jenis, 4 jenis, dan > 4 jenis
7. Harga adalah nilai atau uang yang diberikan konsumen sebagai imbalan atas sayuran hidroponik terdiri dari Rp.5.000 – Rp7.450, Rp.7.500 – Rp.9.000 dan > Rp.9.000
8. Kemasan adalah serangkaian anggapan dan kesan konsumen tentang kemasan yang dimiliki sayuran hidroponik terdiri dari sayuran diikat, sayuran menggunakan plastik, dan sayuran menggunakan plastik dengan sirkulasi udara
9. Responden adalah orang yang membeli dan pernah mengonsumsi Sayuran Hidroponik di Pasar Singaparna Kabupaten Tasikmalaya
10. Sikap terhadap objek (Ao) adalah sikap yang dinyatakan dalam indeks sikap yang diukur dengan menjumlahkan perkalian antara kekuatan kepercayaan bahwa objek mempunyai atribut-atribut dengan evaluasi mengenai atribut-atribut tersebut.
11. Tingkat kepercayaan konsumen (bi) adalah konsumen percaya bahwa Sayuran Hidroponik memiliki atribut tertentu. Diukur dengan menggunakan skala likert, yaitu 1 artinya tidak baik, 2 artinya cukup baik, dan 3 artinya baik.
12. Evaluasi konsumen (ei) adalah evaluasi kebaikan atau keburukan terhadap atribut sayuran Hidroponik oleh konsumen. Diukur dengan menggunakan skala likert, yaitu 1 artinya tidak penting, 2 artinya cukup penting, dan 3 artinya penting.
13. Chi-Square ( $X^2$ ) digunakan untuk mengetahui ada dan tidaknya perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut sayuran hidroponik.
14. Nilai observasi ( $O_i$ ) adalah frekuensi pengamatan pada penelitian
15. Frekuensi harapan ( $E_i$ ) adalah frekuensi yang diharapkan pada penelitian.
16.  $i \dots k$  adalah kategori atribut dalam variabel Sayuran Hidroponik

### 3.5.2 Operasional Variabel

Penelitian ini terdiri dari 3 operasionalisasi variabel yaitu Sikap konsumen terhadap atribut Sayuran Hidroponik, kepercayaan konsumen (bi) terhadap atribut Sayuran Hidroponik, dan evaluasi kosumen (ei) terhadap Sayuran Hidroponik. Sayuran hidroponik yang diteliti terdiri dari selada, bayam dan pakcoy. Berikut ini disajikan dalam bentuk tabel :

**Tabel 4. Pengukuran Indikator Sikap Konsumen Terhadap Sayuran Hidroponik**

No.	Atribut	Item	Indikator	Skor	Skala
1	Kesegaran Sayuran	Sayuran Hidroponik yang menjadi kesukaan konsumen berdasarkan kesegaran	> 6 hari	3	Ordinal
			4 – 6 hari	2	
			≤ 3 hari	1	
2	Fisik Daun	Sayuran Hidroponik yang menjadi kesukaan konsumen berdasarkan fisik daun.	Daun lebar tidak berlubang	3	Ordinal
			Daun cukup lebar tidak berlubang	2	
			Daun kecil tidak berlubang	1	
3	Rasa	Sayuran Hidroponik yang menjadi kesukaan konsumen berdasarkan rasa	Manis renyah	3	Ordinal
			Renyah	2	
			Sama dengan sayur konvensional	1	
4	Jenis Sayur	Sayuran Hidroponik yang menjadi kesukaan konsumen berdasarkan jenis sayur.	> 4 jenis	3	Ordinal
			4 jenis	2	
			2 jenis	1	
5	Harga	Sayuran Hidroponik yang menjadi kesukaan konsumen berdasarkan harga	> Rp. 9.000	3	Ordinal
			Rp. 7.500 – Rp. 9.000	2	
			Rp. 5.000 – Rp. 7.450	1	
6	Kemasan	Sayuran Hidroponik yang menjadi kesukaan konsumen berdasarkan kemasan	Sayuran menggunakan plastik dengan sirkulasi udara	3	Ordinal
			Sayuran menggunakan plastik	2	
			Sayuran diikat	1	

Sumber : Data Diolah (2024)

Tabel 5. Pengukuran Variabel Kepercayaan Konsumen Terhadap Atribut Sayuran Hidroponik

No	Atribut	Item	Indikator	Skor	Skala
1.	Kesegaran Sayuran	Bagaimana sayuran hidroponik yang dibeli konsumen berdasarkan kesegaran sayuran	> 6 hari	3	Ordinal
			4 – 6 hari	2	
			≤ 3 hari	1	
2.	Fisik Daun	Bagaimana sayuran hidroponik yang dibeli konsumen berdasarkan fisik daun	Daun lebar tidak berlubang	3	Ordinal
			Daun cukup lebar tidak berlubang	2	
			Daun kecil tidak berlubang	1	
3.	Rasa	Bagaimana sayuran hidroponik yang dibeli konsumen berdasarkan rasa	Manis renyah	3	Ordinal
			Renyah	2	
			Sama dengan sayur konvensional	1	
4.	Jenis Sayur	Berapa jenis sayuran hidroponik yang dibeli konsumen berdasarkan jenis sayur	> 4 jenis	3	Ordinal
			4 jenis	2	
			2 jenis	1	
5.	Harga	Berapa harga sayuran hidroponik yang dibeli konsumen berdasarkan harga	> Rp. 9.000	3	Ordinal
			Rp. 7.500 – Rp.9.000	2	
			Rp. 5.000 – Rp.7.450	1	
6.	Kemasan	Bagaimana sayuran hidroponik yang dibeli konsumen berdasarkan kemasan	Sayuran menggunakan plastik dengan sirkulasi udara	3	Ordinal
			Sayuran menggunakan plastik	2	
			Sayuran diikat	1	

Sumber : Data Diolah (2024)

Tabel 6. Pengukuran Variabel Evaluasi Konsumen (ei) Terhadap Atribut Sayuran Hidroponik

No	Atribut	Item	Indikator	Skor	Skala
1.	Kesegaran Sayuran	Pertimbangan konsumen dalam pembelian sayuran hidroponik atas dasar kesegaran sayuran	Penting	3	Ordinal
			Cukup	2	
			penting		
			Tidak Penting	1	
2.	Fisik Daun	Pertimbangan konsumen dalam pembelian sayuran hidroponik atas dasar fisik daun	Penting	3	Ordinal
			Cukup	2	
			Penting		
			Tidak Penting	1	
3.	Rasa	Pertimbangan konsumen dalam pembelian sayuran hidroponik atas dasar rasa	Penting	3	Ordinal
			Cukup	2	
			Penting		
			Tidak Penting	1	
4.	Jenis Sayur	Pertimbangan konsumen dalam pembelian sayuran hidroponik atas dasar jenis sayur	Penting	3	Ordinal
			Cukup	2	
			Penting		
			Tidak Penting	1	
5.	Harga	Pertimbangan konsumen dalam pembelian sayuran hidroponik atas dasar harga	Penting	3	Ordinal
			Cukup	2	
			penting		
			Tidak Penting	1	
6.	Kemasan	Pertimbangan konsumen dalam pembelian sayuran hidroponik atas dasar kemasan	Penting	3	Ordinal
			Cukup	2	
			Penting		
			Tidak Penting	1	

Sumber : Data Diolah (2024)

### 3.6 Kerangka Analisis

Penelitian ini menggunakan metode analisis *Chi Square* ( $X^2$ ) dan analisis *Multiatribut Fishbein*. Secara lebih lengkap, metode analisis yang digunakan adalah sebagai berikut :

#### 1. Analisis *Chi Square* ( $X^2$ )

Analisis *Chi Square* ( $X^2$ ) digunakan untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut Sayuran Hidroponik. Serta dalam pengujian hipotesis, yaitu :

- H0 : Tidak terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut sayuran hidroponik di Pasar Singapura.  
 H1 : Terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut sayuran hidroponik di Pasar Singapura.

Pengujian menggunakan rumus (Siegel, 1992).

$$X^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

Keterangan :

- $X^2$  : *Chi square*  
 $O_i$  : Frekuensi hasil pengamatan pada penelitian.  
 $E_i$  : Frekuensi yang diharapkan pada penelitian.  
 $i \dots k$  : Kategori atribut dalam variabel Sayuran Hidroponik

Pengujian pada tingkat kepercayaan 95% dengan kriteria pengujian :

- a. Jika  $X^2$  hitung  $\geq X^2$  tabel, maka  $H_0$  ditolak berarti terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut Sayuran Hidroponik.
- b. Jika  $X^2$  hitung  $< X^2$  tabel, maka  $H_0$  diterima berarti tidak terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut Sayuran Hidroponik.

Untuk mengetahui atribut Sayuran Hidroponik yang menjadi preferensi konsumen di Pasar Singapura dapat diketahui dengan melihat proporsi konsumen yang memilih kategori dalam atribut Sayuran Hidroponik. Jumlah presentase konsumen yang memilih atribut tertentu dengan nilai tertinggi menunjukkan bahwa atribut tersebut yang menjadi preferensi konsumen.

## 2. Analisis *Multiatribut Fishbein*

Analisis *Multiatribut Fishbein* digunakan untuk mengetahui atribut Sayuran Hidroponik yang paling dipertimbangkan oleh konsumen

Dengan rumus (Ujang, 2011).

$$A_0 = \sum_{i=1}^n bi.ei$$

Keterangan:

- Ao : Sikap konsumen terhadap sayuran hidroponik  
 bi : Tingkat kepercayaan konsumen bahwa sayuran hidroponik yang dibeli memiliki variabel tertentu  
 ei : Dimensi evaluatif (evaluasi) konsumen terhadap variabel ke – 1 yang dimiliki sayuran hidroponik

Langkah-langkahnya adalah sebagai berikut :

- a. Menentukan penilaian kepercayaan terhadap atribut Sayuran Hidroponik (bi) dengan cara menentukan standar penilaian (*scoring*) dengan menggunakan skala Likert, yaitu :

3= Sangat baik

2= Baik

1= Cukup Baik

Kemudian untuk mencari nilai kepercayaan terhadap Sayuran Hidroponik (bi) dilakukan dengan membagi banyaknya jawaban responden dengan jumlah responden, yaitu:

$$bi = \frac{3(a) + 2(b) + 1(c)}{n}$$

Keterangan :

- bi : Nilai kepercayaan terhadap Sayuran Hidroponik.  
 a : Jumlah responden yang memilih sangat baik  
 b : Jumlah responden yang memilih baik  
 c : Jumlah responden yang memilih cukup baik  
 n : Total responden

- b. Menentukan evaluasi mengenai atribut (ei) dengan menentukan standar (*scoring*) dengan menggunakan skala *likert* seperti langkah di atas yaitu :

3 = Penting

2 = Cukup Penting

1 = Tidak penting

Selanjutnya, mencari nilai evaluasi atribut terhadap Sayuran Hidroponik ( $e_i$ ) dilakukan dengan membagi banyaknya jawaban responden dengan jumlah responden, yaitu:

$$e_i = \frac{3(a) + 2(b) + 1(c)}{n}$$

Keterangan:

- $e_i$  : Nilai evaluasi atribut terhadap Sayuran Hidroponik
- $a$  : Jumlah responden yang memilih penting
- $b$  : Jumlah responden yang memilih cukup penting
- $c$  : Jumlah responden yang memilih tidak penting
- $n$  : Total responden

Kemudian skor masing-masing atribut dikalikan dengan frekuensi jawaban responden untuk mengetahui nilai evaluasi konsumen terhadap atribut Sayuran Hidroponik. Adapun atribut Sayuran Hidroponik yang diamati yaitu kesegaran sayur, fisik daun, rasa, jenis sayur, harga dan kemasan.

- c. Untuk menentukan atribut mana yang paling dipertimbangkan oleh konsumen adalah dengan mengurutkan indeks sikap konsumen ( $A_o$ ) dari nilai yang tertinggi hingga terendah. Menentukan sikap terhadap obyek ( $A_o$ ) dengan rumus :

$$A_o = b_i \cdot e_i$$

Keterangan :

- $A_o$  : Sikap konsumen terhadap Sayuran Hidroponik
- $b_i$  : Tingkat kepercayaan konsumen bahwa Sayuran Hidroponik yang dibeli memiliki variabel tertentu.
- $e_i$  : Dimensi evaluatif (evaluasi) konsumen terhadap variabel ke – I yang dimiliki Sayuran Hidroponik

Adapun atribut Sayuran Hidroponik yang diamati:

- 1) Kesegaran Sayuran
- 2) Fisik Daun
- 3) Rasa
- 4) Jenis Sayur
- 5) Harga
- 6) Kemasan

Indeks sikap konsumen (Ao) yang tertinggi terhadap suatu atribut Sayuran Hidroponik menunjukkan bahwa atribut tersebut merupakan atribut yang dominan dipertimbangkan oleh konsumen.