

### III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Metode deskriptif dapat diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan keadaan subjek atau objek dalam penelitian dapat berupa orang, lembaga, masyarakat dan yang lainnya yang pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau apa adanya. Metode deskriptif dalam penelitian ini dengan tujuan dapat menjelaskan minat atau tidak berminatnya pengunjung dalam membeli bibit buah di Hortimart Agro Center.

#### A. Teknik Pengambilan Sampel

##### 1. Penentuan Lokasi

Penelitian ini dilakukan di Hortimart Agro Center Bawen, Kabupaten Semarang. Lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) yaitu dipilih dengan pertimbangan dan tujuan tertentu. Dengan pertimbangan, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk, dan citra merek terhadap minat beli bibit buah yang dijual oleh Hortimart Agro Center.

##### 2. Penentuan Sampel

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 (Sujarwedi, 2014). Sampel yang dipilih yaitu pengunjung sebanyak 110 orang selama 7 hari, dengan kriteria pengunjung yang digunakan untuk menjadi sampel yaitu :

- a. Pengunjung yang berusia minimal 20 tahun.

- b. Pengunjung yang berkunjung atau mendatangi tempat penjualan bibit buah (Agro Supply) di Hortimart Agro Center.

Tabel 2. Data pengambilan Sampel

Hari dan Tanggal	Waktu	Jumlah (orang)
Sabtu, 16 Februari 2019	09.00 – 16.00	25
Minggu, 17 Februari 2019	09.00 – 16.30	35
Senin, 18 Februari 2019	09.30 – 15.00	10
Selasa, 19 Februari 2019	09.30 – 15.00	10
Rabu, 20 Februari 2019	09.30 – 15.00	10
Kamis, 21 Februari 2019	09.00 – 15.00	10
Jumat, 22 Februari 2019	09.00 – 16.30	10
Total		110

## B. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan oleh peneliti guna memperoleh data yang akan dibutuhkan dalam penelitian. Jenis data terbagi menjadi 2 macam, yaitu data primer dan data sekunder.

### 1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian. Data primer diperoleh dengan pembagian kuesioner (angket) kepada responden. Kuesioner adalah daftar rangkaian pertanyaan tertulis mengenai suatu masalah yang akan diteliti dan bertujuan untuk mendapatkan informasi terkait dengan penelitian. Adapun data yang diperoleh dari kuesioner berupa jawaban dari pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh peneliti tentang pengaruh harga terhadap minat beli bibit buah dengan indikator harga yang terdiri dari keterjangkauan harga, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan kualitas, dan kesesuaian harga dengan manfaat. Selanjutnya pengaruh kualitas produk terhadap minat beli bibit buah dengan indikator kualitas produk yang terdiri dari karakteristik fisik, fungsi produk, estetika produk, dan persepsi kualitas. Kemudian pengaruh citra merek terhadap

minat beli bibit buah dengan indikator citra merek yang terdiri dari citra korporat dan citra produk.

## 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber data kedua atau data pendukung yang dapat memperkuat data pokok. Data sekunder yang digunakan pada penelitian ini yaitu data dari Badan Pusat Statistik, adapun data yang diperoleh yaitu data statistik produksi tanaman buah-buahan di Indonesia pada tahun 2015-2016. Selain itu, beberapa data toko penjual bibit online di Indonesia yang diperoleh dari situs-situs toko online atau internet.

## C. Asumsi

1. Jenis kualitas bibit buah yang dijual telah sesuai dengan standarisasi perusahaan.
2. Pengunjung yang datang melihat tempat penjualan bibit buah.
3. Pengunjung memiliki pengetahuan yang baik tentang bibit buah.

## D. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

1. Harga ( $X_1$ ) adalah persepsi pengunjung terhadap harga jual bibit buah dilihat dari keterjangkauan harga, daya saing harga dan kesesuaian harga dengan kualitas.
  - a. Keterjangkauan harga adalah harga jual bibit buah yang ditetapkan Hortimart Agro Center terjangkau oleh pengunjung, dapat diukur dengan skor (1) sangat tidak terjangkau, (2) tidak terjangkau (3) netral, (4) terjangkau, (5) sangat terjangkau.
  - b. Daya saing harga adalah persaingan harga jual bibit buah di Hortimart Agro lebih murah dibandingkan tempat lain, dapat diukur dengan skor (1) harga

sangat mahal, (2) harga mahal, (3) biasa saja, (4) harga murah, (5) harga sangat murah.

- c. Kesesuaian harga jual bibit buah yang ditetapkan Hortimart Agro Center sebanding dengan kualitas bibit buah yang dibeli oleh pengunjung, dapat diukur dengan skor (1) sangat tidak sesuai, (2) tidak sesuai, (3) netral, (4) sesuai, (5) sangat sesuai.
2. Kualitas produk ( $X_2$ ) adalah keunggulan dari suatu produk.
- a. Karakteristik fisik bibit buah, meliputi :
    - 1) Ukuran batang bibit buah yang baik yang dijual Hortimart Agro Center adalah yang berukuran besar, dapat diukur dengan skor (1) sangat kecil, (2) kecil, (3) sedang, (4) besar, (5) besar dan kokoh.
    - 2) Warna daun adalah hijau merata, dapat diukur dengan skor (1) daun menguning, (2) sebagian besar menguning, (3) hijau cukup banyak menguning, (4) hijau sedikit menguning, (5) hijau sangat merata.
    - 3) Kesehatan bibit buah adalah kondisi fisik bibit buah, dapat diukur dengan skor (1) sangat tidak sehat, (2) tidak sehat, (3) cukup sehat, (4) sehat, (5) sangat sehat.
  - b. Kualitas pelayanan, meliputi :
    - 1) Kenyamanan tempat adalah suasana yang menggambarkan lokasi penjualan bibit, dengan skor (1) sangat tidak nyaman, (2) tidak nyaman, (3) biasa saja, (4) nyaman, (5) sangat nyaman.
    - 2) Ketersediaan ukuran bibit buah yang dijual beragam, dapat diukur dengan skor (1) sangat tidak beragam, (2) tidak beragam, (3) sedikit beragam, (4) cukup beragam, (5) sangat beragam.

3. Citra merek ( $X_3$ ) adalah deskripsi tentang penilaian dan keyakinan terhadap merek tertentu.
  - a. Citre korporat, meliputi :
    - 1) Popularitas perusahaan adalah Hortimart Agro Center mudah dikenal oleh pengunjung, dengan skor (1) sangat tidak terkenal, (2) tidak terkenal (3) sedikit terkenal, (4) cukup terkenal, (5) sangat terkenal.
    - 2) Kredibilitas (dapat dipercaya) adalah kepercayaan pengunjung terhadap bibit buah yang dijual Hortimart Agro Center, dapat diukur dengan skor (1) tidak dapat dipercaya, (2) kurang dapat dipercaya, (3) biasa saja, (4) cukup dipercaya, (5) sangat dipercaya.
    - 3) Performa adalah penilaian positif pengunjung terhadap Hortimart Agro Center, dapat diukur dengan skor (1) sangat tidak baik, (2) tidak baik, (3) biasa saja, (4) baik, (5) sangat baik.
  - b. Citra Produk, meliputi :
    - 1) Hortimart Agro Center hanya menjual bibit buah yang berkualitas terbaik, dapat diukur dengan skor (1) sangat tidak setuju, (2) tidak setuju, (3) ragu-ragu, (4) setuju, (5) sangat setuju.
4. Minat beli ( $Y$ ) merupakan ketertarikan, keinginan, dan keyakinan yang muncul dalam diri terhadap suatu produk.
  - a. Pengunjung tertarik membeli bibit buah yang dijual Hortimart Agro Center, dapat diukur dengan skor (1) sangat tidak tertarik, (2) tidak tertarik, (3) biasa saja, (4) tertarik, (5) sangat tertarik.
  - b. Pengunjung berkeinginan membeli atau memiliki bibit buah yang dijual Hortimart Agro Center, dapat diukur dengan skor (1) sangat tidak ingin

membeli, (2) tidak ingin membeli, (3) biasa saja, (4) ingin membeli, (5) sangat ingin membeli.

- c. Pengunjung berkeyakinan bahwa membeli bibit buah di Hortimart Agro Center adalah pilihan yang tepat, dapat diukur dengan skor (1) sangat tidak yakin, (2) tidak yakin, (3) biasa saja, (4) cukup yakin, (5) sangat yakin.

## **E. Validitas dan Reliabilitas**

### **1. 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.

### **2. 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 :

$$= \left( \frac{K}{K-1} \right) \left( \frac{s^2 - \sum s^2}{s^2} \right)$$

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

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

Menurut Guilford (1956) menyatakan bahwa Rentang Nilai Alpha Cronbach`s :

Alpha  $< 0,50$  reliabilitas rendah

$0,50 < \alpha < 0,70$  reliabilitas moderat

Alpha  $> 0,70$  maka reliabilitas mencukupi (sufficient reliability)

Alpha  $> 0,80$  maka reliabilitas kuat

Alpha  $> 0,90$  maka reliabilitas sempurna

## **F. Teknik Analisis**

### **1. Analisis Deskriptif**

Untuk mengetahui karakteristik pengunjung dianalisis dengan menggunakan tabel dan diuraikan secara deskriptif diantaranya jenis kelamin, umur, asal, pekerjaan, pengunjung yang membeli dan tidak membeli, jenis bibit buah yang dibeli pengunjung, kisaran harga, tempat penanaman dan respon terhadap pembelian ditempat lain.

### **2. Rata-rata Skor**

Rata-rata skor pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana tanggapan pengunjung terhadap harga, kualitas produk, dan citra merek terhadap minat beli bibit buah di Hortimart Agro Center. Analisis skor yang akan diukur dijabarkan dalam pengukuran variabel dan diuraikan secara deskriptif dengan skor maksimal 5 dan skor minimal 1.

Rumus Interval :

$$Interval (i) = \frac{S \quad M \quad -S \quad M}{\Sigma K}$$

Tabel 3. Kisaran Skor Minat Beli Terhadap Bibit Buah di Hortimart Agro Center

Kisaran Skor	Kategori Skor
3,00 – 5,39	Sangat Rendah
5,40 – 7,79	Rendah
7,80 – 10,19	Sedang
10,20 – 12,59	Tinggi
12,60 – 15,00	Sangat Tinggi

Tabel 4. Kisaran Skor Kategori Minat Analisis Regresi Biner

Kisaran Skor	Kategori Skor
3,00 – 9,00	Tidak Berminat
9,01 – 15,00	Berminat

Tabel 5. Kisaran Skor Persepsi Pengunjung Terhadap Harga Bibit Buah

Kisaran Skor	Kategori Skor
3,00 - 5,39	Sangat Buruk
5,40 - 7,79	Buruk
7,80 - 10,19	Cukup Baik
10,20 - 12,59	Baik
12,660 - 15,00	Sangat Baik

Tabel 6. Kisaran Skor Persepsi Pengunjung Terhadap Kualitas Bibit Buah

Kisaran Skor	Kategori Skor
5,00 - 8,99	Sangat Buruk
9,00 - 12,99	Buruk
13,00 - 16,99	Cukup Baik
17,00 - 20,99	Baik
21,00 - 25,00	Sangat Baik

Tabel 7. Kisaran Skor Persepsi Pengunjung Terhadap Citra Merek

Kisaran Skor	Kategori Skor
5,00 - 7,99	Sangat Buruk
8,00 - 10,99	Buruk
11,00 - 13,99	Cukup Baik
14,00 - 16,99	Baik
17,00 - 20,00	Sangat Baik



### 3. Regresi Logistik Biner

Regresi logistik adalah salah satu pendekatan model matematis yang digunakan untuk menganalisis hubungan satu atau beberapa variabel bebas dengan variabel respon (kategori) yang bersifat dikotom/binary. Pada regresi logistik jika variabel responnya terdiri dari dua kata kategori yaitu  $Y=1$  menyatakan hasil yang diperoleh “berminat” dan  $Y=0$  menyatakan hasil yang diperoleh “tidak berminat”. Dalam keadaan demikian, variabel  $y$  mengikuti distribusi Bernoulli untuk setiap observasi tunggal. Fungsi Probabilitas untuk setiap observasi adalah diberikan sebagai berikut (Luknis dkk, 2013).

$$f(y) = f^y (1-f)^{1-y}; \quad y = 0, 1$$

jika diketahui  $Y$  variabel respon 0 dan 1, maka

$$P = (Y = 1 | X = x_i) = \pi(x_i) \text{ dan } P = (Y = 0 | X = x_i) = 1 - \pi(x_i)$$

Dengan  $i = 1, 2, \dots, p$

Sehingga model regresi logistik :

$$f(x) = \frac{e^{(S_0 + S_1 x_1 + \dots + S_p x_p)}}{1 + e^{(S_0 + S_1 x_1 + \dots + S_p x_p)}}$$

Model logit dari  $\pi(x)$  dinyatakan sebagai berikut  $g(x)$ , yaitu :

$$g(x) = \ln \left( \frac{f(x)}{1-f(x)} \right)$$

Sedangkan logit dari  $\pi(x_i)$  adalah :

$$\ln \left( \frac{f(x)}{1-f(x)} \right) = S_0 + S_1 x_{1i} + \dots + S_p x_{pi}$$

Dimana :

$Y = 1$  : jika responden berminat

$Y = 0$  : jika responden tidak berminat

- B = Parameter  
 E = error  
 X<sub>1</sub> = Harga (Rata-rata skor)  
 X<sub>2</sub> = Kualitas Produk (Rata-rata skor)  
 X<sub>3</sub> = Citra Merek (Rata-rata skor)

**a. Uji Signifikansi Parameter**

Uji signifikansi parameter dari variabel independen dilakukan untuk mengetahui apakah taksiran parameter yang diperoleh berpengaruh secara signifikan terhadap model atau tidak, dan seberapa besar pengaruh masing-masing parameter tersebut terhadap model. Pengujian terhadap parameter-parameter model dilakukan baik secara simultan (serentak) maupun secara parsial (individu) (Luknis dkk, 2013).

1) Uji Simultan

Uji simultan (serentak) dilakukan untuk mengetahui signifikansi parameter terhadap variabel dependen secara keseluruhan. Menurut Hosmer and Lemeshow (2000) mengatakan bahwa pengujian parameter model secara serentak menggunakan uji rasio kemungkinan (*ratio likelihood test*) dengan menggunakan statistic uji G yang digunakan untuk menguji peranan variabel independen didalam model secara bersama-sama dengan rumusnya sebagai berikut.

$$G = -2 \ln \left( \frac{l_i}{l_0} \frac{h_0}{d} \frac{t_i}{v} \frac{p}{p} \right)$$

Dengan hipotesis sebagai berikut :

H<sub>0</sub>:  $\beta_1 = \beta_2 = \dots = \beta_p = 0$  (Tidak ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen).

$H_1$ : Minimal terdapat satu  $\beta_j \neq 0$ . Dengan  $j = 1, 2, \dots, p$  (Ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen).

Dengan kriteria uji :

$H_0$  diterima jika  $G < X^2_{(\alpha, p)}$  dan  $H_0$  ditolak jika  $G \geq X^2_{(\alpha, p)}$ .

## 2) Uji Parsial

Pengujian parameter secara parsial (individu) menggunakan uji Wald, hasil pengujian secara parsial akan menunjukkan apakah suatu variabel independen layak untuk masuk dalam model atau tidak. Hipotesis yang akan diuji adalah :

$H_0$ :  $\beta_j = 0$ . Dengan  $j = 1, 2, \dots, p$  (Tidak ada pengaruh antara masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen).

$H_1$ :  $\beta_j \neq 0$ . Dengan  $j = 1, 2, \dots, p$  (Ada pengaruh antara masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen).

Menurut Hosmer and Lemeshow, statistik uji Wald didefinisikan sebagai berikut :

$$W = \frac{\hat{\beta}_i}{SE(\hat{\beta}_i)}$$

Dengan kriteria uji :

Tolak  $H_0$  jika nilai  $W > x^2_{(\alpha, p)}$

## b. Uji Kesesuaian Model

Pengujian ini dilakukan untuk mengevaluasi cocok tidaknya model dengan data, nilai observasi yang diperoleh sama atau mendekati dengan yang diharapkan dalam model. Model yang digunakan harus layak atau memenuhi *Goodness of Fit* (*GoF*). Suatu model dikategorikan memenuhi *GoF* jika terdapat kesesuaian antara

data yang dimasukkan dalam model dengan data yang diamatai. Dalam regresi logistik metode untuk menguji kelayakan model diukur dengan nilai chi-square dengan uji *Hosmer and Lemeshow*. Pengujian ini dengan melihat nilai *goodness of fit test* yang diukur dengan nilai chi-square pada tingkat signifikansi 5%. Artinya hipotesis nol tidak dapat ditolak dan berarti model mampu memprediksi nilai observasinya atau dapat dikatakan model dapat ditemui karena sesuai dengan observasinya.

$H_0$ : Data empiris cocok atau sesuai dengan model (tidak ada perbedaan antara model dengan data sehingga data dikatakan fit)

$H_1$ : data empiris tidak cocok atau sesuai dengan model (ada perbedaan antara model dengan data sehingga data dikatakan tidak fit)

Statistik uji *Hosmer and Lemeshow* di formulasikan sebagai berikut (Kusmana, 2014).

$$\hat{C} = \sum_{k=1}^g \frac{(o_k - n'_k \hat{f}_k)^2}{n'_k \hat{f}_k (1 - \hat{f}_k)}$$

Dengan :

$g$  = banyaknya grup

$n^2_r$  = jumlah observasi dalam grup ke-r

$r$  = jumlah nilai Y pada grup ke-r

$1_r$  = rata-rata taksiran probabilitas berminat grup ke-r

Statistik mengikuti sebaran  $\chi^2$  dengan membandingkan nilai chi-square yang diperoleh dengan nilai chi-square pada tabel chi-square dengan derajat bebas

df = g-2, dimana g adalah banyaknya kelompok pengamatan. Kriteria keputusannya  $H_0$  ditolak jika  $\chi^2 > \chi^2_{(g-2)}$ .

### c. Odds Ratio

Odds ratio merupakan ukuran risiko atau kecenderungan untuk mengalami kejadian “berminat” antara satu kategori dengan kategori lainnya, didefinisikan sebagai ratio dari odds untuk  $x_j = 1$  terhadap  $x_j = 0$ . Secara umum rasio peluang merupakan sekumpulan peluang yang dibagi oleh peluang lainnya. Ratio peluang bagi independen diartikan sebagai jumlah relative dimana peluang hasil meningkat (rasio peluang  $> 1$ ) atau turun (rasio peluang  $< 1$ ) ketika nilai variabel independen meningkat sebesar 1 skala. Untuk menentukan odds ratio rumusnya sebagai berikut:

$$= \frac{p(X)}{1-p(X)}$$

Keterangan :

$p(X_i)$  = Rasio peluang kejadian meningkat

$1 - p(X_i)$  = Rasio peluang kejadian tidak meningkat

Odds Ratio didefinisikan sebagai perbandingan dari nilai variabel berminat dan tidak berminat. Dengan kata lain odds ratio menjelaskan seberapa besar pengaruh variabel berminat dibanding variabel tidak berminat terhadap suatu eksperimen atau observasi. Pada kasus penelitian dengan regresi logistik, nilai ini dapat dilihat nilai  $\text{Exp}(\ )$  pada hasil analisis data atau  $(e^i)$  dengan  $\beta_1$  adalah estimasi parameter variabel independen pertama, kedua dan seterusnya. Hasil tersebut akan menunjukkan pengaruh setiap variabel independen terhadap variabel dependen (Garson, 2008).