

III. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dengan deskriptif analisis sebagai metode penelitian yang merupakan suatu metode penelitian yang ditujukan untuk menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, yang berlangsung saat ini atau saat yang lampau (A.S Hamdi dan Bahrudin, 2014). Penelitian ini mendeskripsikan mengenai preferensi konsumen buah pepaya di Kecamatan Gamping, Kabupaten Sleman berdasarkan atribut yang dimiliki oleh buah pepaya California dan buah pepaya Thailand.

A. Teknik Pengambilan Sampel

1. Metode penentuan lokasi

Metode yang digunakan dalam penentuan daerah lokasi penelitian adalah secara sengaja di Kecamatan Gamping, Kabupaten Sleman dengan menggunakan pertimbangan. Pertimbangan yang digunakan yaitu lokasi penelitian yang berdekatan dengan pasar yang banyak menjual buah pepaya California dan pepaya Thailand yaitu pasar Induk Buah Ambarketawang dan pasar Sentral Umum Ambarketawang. Pedagang buah yang menyediakan pepaya California dan pepaya Thailand juga sangat mudah ditemukan di sepanjang jalan Gampingan, Patukan, Ambarketawang. Lokasi penelitian dilaksanakan di rumah warga yang menjadi konsumen buah pepaya di Kecamatan Gamping, Kabupaten Sleman. Peneliti akan mendatangi rumah warga yang menjadi konsumen buah pepaya. Untuk memastikan warga tersebut merupakan konsumen buah pepaya, peneliti akan membawa sampel buah pepaya California dan buah pepaya Thailand utuh

dan potongan buah pepaya California dan buah pepaya Thailand untuk dilihat, dimakan dan dibandingkan oleh konsumen.

2. Metode penentuan responden

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah proporsional random sampling, yakni sebuah teknik *sampling* yang mana mengambil sampel dari tiap-tiap sub populasi dengan memperhitungkan besar kecilnya sub populasi itu, dan individu-individu yang ditugaskan tiap-tiap sub populasi diambil secara random dari sub populasi. Dalam penelitian ini sub populasi adalah desa yang ada di Kecamatan Gamping, Kabupaten Sleman. Kecamatan tersebut memiliki 5 desa, yaitu Desa Ambarketawang, Desa Banyuraden, Desa Balecatur, Desa Trihanggo dan Desa Nogotirto. Pemilihan sampel dipilih secara berkelompok dipisahkan berdasarkan desa. Data jumlah penduduk per desa di Kecamatan Gamping, Kabupaten Sleman dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3.1 Data Jumlah Penduduk per Desa di Kecamatan Gamping, Kabupaten Sleman, 2017

No.	Desa	Jumlah Penduduk (jiwa)
1.	Balecatur	21.783
2.	Ambarketawang	24.760
3.	Banyuraden	20.686
4.	Nogotirto	20.499
5.	Trihanggo	20.947
Total		108.675

Sumber: Kecamatan Gamping dalam Angka (2018: 20)

Jumlah sampel yang akan diambil ditentukan menggunakan rumus Slovin yakni :

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Keterangan :

n : Jumlah Sampel

N : Jumlah Populasi

E : Error Margin

Diketahui bahwa jumlah populasi pada penghitungan ini merupakan jumlah penduduk Kecamatan Gamping, Kabupaten Sleman yaitu sebesar 108.675 jiwa. Kemudian pada penelitian ini, peneliti menggunakan tingkat *error* sebesar 10%. Maka jumlah sampel pada penelitian ini dapat diketahui dari jumlah penghitungan berikut ini.

$$n = \frac{108.675}{1+108.675 (0.1)^2}$$

$$n = 100$$

Dari penghitungan tersebut, jumlah sampel pada penelitian ini adalah 100. Untuk pembagian sampel di masing-masing desa di Kecamatan Gamping, Kabupaten Sleman akan dibagi secara proporsional sesuai dengan jumlah penduduk yang ada di desa tersebut. Dari data jumlah penduduk di masing-masing desa yang ada pada tabel di atas, pembagian jumlah sampel di masing-masing desa dapat kita hitung sebagai berikut :

a. Desa Balecatur (21.783 jiwa)

$$n = \frac{21.783}{108.675} \times 100$$

$$n = 20$$

Jadi, jumlah sampel yang akan diambil di Desa Balecatur sebanyak 20 sampel. Pengambilan sampel di Desa Balecatur akan dilakukan di RT. 01/RW. 01 Dusun Pasekan.

- b. Desa Ambarketawang (24.760 jiwa)

$$n = \frac{24.760}{108.675} \times 100$$

$$n = 23$$

Jadi, jumlah sampel yang akan diambil di Desa Ambarketawang sebanyak 23 sampel. Pengambilan sampel di Desa Ambarketawang akan dilakukan di RT. 05 RW 21 Dusun Patukan.

- c. Desa Banyuraden (20.686 jiwa)

$$n = \frac{20.686}{108.675} \times 100$$

$$n = 19$$

Jadi, jumlah sampel yang akan diambil di Desa Banyuraden sebanyak 19 sampel. Pengambilan sampel di Desa Banyuraden akan dilakukan di RT. 08/RW 03 Banyumeneng.

- d. Desa Nogotirto (20.499 jiwa)

$$n = \frac{20.499}{108.675} \times 100$$

$$n = 19$$

Jadi, jumlah sampel yang akan diambil di Desa Nogotirto sebanyak 19 sampel. Pengambilan sampel di Desa Nogotirto akan dilakukan di RT. 01/RW. 03 Kajor.

e. Desa Trihanggo (20.947 jiwa)

$$n = \frac{20.947}{108.675} \times 100$$

$$n = 19$$

Jadi, jumlah sampel yang akan diambil di Desa Trihanggo sebanyak 19 sampel. Pengambilan sampel di Desa Trihanggo akan dilakukan di RT. 02/RW. 12 Dukuh Ngawen.

Responden yang diambil dari masing-masing RT tersebut ditentukan tanpa menggunakan kriteria, yang berarti peneliti hanya mendatangi RT tersebut dan memilih beberapa warga sesuai dengan jumlah kebutuhan penelitian untuk dijadikan responden.

B. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data menggunakan data primer dan data sekunder. Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut.

1. Data primer

Data primer adalah data – data yang didapat langsung dari responden yang merupakan konsumen pepaya. Pada penelitian ini data primer diperoleh dengan bantuan kuesioner yang sudah disiapkan. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data menggunakan daftar pertanyaan penting yang tertulis dan akan digunakan

untuk mendapatkan informasi primer yang berhubungan dengan penelitian. Daftar pertanyaan mengenai preferensi konsumen buah pepaya California dan buah pepaya Thailand disusun sedemikian rupa untuk mendapatkan informasi dari responden. Sebelum konsumen mengisi kuesioner, maka terlebih dahulu konsumen akan diminta mencicipi dua jenis pepaya, yakni pepaya Thailand dengan kualitas terbaik dan pepaya California dengan kualitas terbaik. Setelah konsumen mencicipi kedua jenis pepaya tersebut maka konsumen diperbolehkan mengisi pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner sesuai dengan pengalaman mereka saat mengonsumsi pepaya Thailand dan pepaya California.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang dicatat secara sistematis dan dikutip secara langsung dari instansi pemerintah atau lembaga-lembaga yang terkait dengan penelitian ini. Data tersebut diperoleh dari Badan Pusat Statistik Kabupaten Sleman berupa peta administrasi Kecamatan Gamping, Kabupaten Sleman. Data juga diperoleh dari BPS Sleman berupa jumlah dusun di Kecamatan Gamping. Data yang berasal dari Kecamatan Gamping dalam Angka berupa banyaknya penduduk menurut jenis kelamin, banyaknya penduduk menurut kelompok umur, dan banyaknya pasar pertokoan dan rumah makan/restoran. Data yang berasal dari Pemerintah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta berupa jumlah penduduk menurut jenjang pendidikan dan jumlah penduduk berdasarkan jenis pekerjaan.

C. Asumsi

Setelah diberikan pepaya California dan pepaya Thailand untuk diamati dan dikonsumsi, konsumen dianggap sudah memiliki informasi tentang Warna, tekstur

daging, ukuran, harga, rasa, warna kulit, permukaan kulit dan kadar air yang ada pada kedua jenis pepaya tersebut.

D. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

1. Konsumen merupakan seluruh masyarakat di Kecamatan Gamping, Kabupaten Sleman yang sudah mengkonsumsi buah pepaya California dan buah pepaya Thailand.
2. Perilaku konsumsi adalah perilaku konsumsi masyarakat Kecamatan Gamping, Kabupaten Sleman, yaitu kegiatan-kegiatan masyarakat Kecamatan Gamping, Kabupaten Sleman dalam mendapatkan dan mengonsumsi buah pepaya. Perilaku konsumsi di sini meliputi asal informasi tentang buah pepaya, frekuensi konsumsi buah pepaya, konsumsi buah pepaya terakhir sebelum penelitian berlangsung, jumlah pembelian setiap belanja, alasan konsumsi buah pepaya, tempat pembelian buah pepaya, kebiasaan dalam membeli, kebiasaan dalam mengonsumsi, buah yang dikonsumsi selain pepaya, buah yang disukai keluarga.
 - a. Asal informasi tentang buah pepaya merupakan informasi pertama kali tentang buah pepaya California dan buah pepaya Thailand seperti dari teman, anggota keluarga, media cetak, dan lain-lain.
 - b. Frekuensi konsumsi buah pepaya merupakan seberapa sering konsumen mengonsumsi buah pepaya dalam jangka waktu satu bulan, terbagi menjadi empat rentang frekuensi yaitu 1-2 kali/bulan, 3-5 kali/bulan, 6-9

kali/bulan, dan konsumen yang tidak menentu dalam mengonsumsi buah pepaya.

- c. Konsumsi buah pepaya terakhir kali sebelum penelitian berlangsung merupakan kapan terakhir kali konsumen mengonsumsi buah pepaya sebelum peneliti datang, yang terbagi menjadi empat rentang waktu yaitu kurang dari 1 minggu lalu, 1-2 minggu lalu, 3-4 minggu lalu, dan lebih dari sebulan lalu.
- d. Alasan konsumsi buah pepaya adalah hal-hal yang menyebabkan konsumen mengonsumsi buah pepaya. Konsumen memiliki alasan tersendiri mengapa ia mengonsumsi buah pepaya tergantung karakteristik dari konsumen tersebut, maka konsumen bebas menentukan alasannya sendiri.
- e. Kebiasaan dalam mengonsumsi adalah bagaimana rutinitas yang biasa dilakukan konsumen dalam mengonsumsi buah pepaya, apakah setiap kali kupas buah pepaya akan langsung habis atau sebagian kupasan disimpan di kulkas.
- f. Buah yang biasa dikonsumsi selain buah pepaya adalah alternatif buah selain pepaya yang biasa dikonsumsi oleh konsumen. Buah lain seperti apel, jeruk, pisang semangka, mangga, salak dan buah yang lain.
- g. Buah yang disukai keluarga responden, artinya buah favorit yang menjadi kegemaran keluarga. Antara lain buah apel, nanas, pisang, jeruk, semangka, manga, salak, pepaya dan yang lainnya.

3. Preferensi konsumen adalah pilihan yang lebih disukai oleh konsumen dari beberapa pilihan antara pepaya Thailand dan pepaya California.
4. Atribut produk adalah aspek–aspek yang identik atau karakteristik yang dimiliki buah pepaya meliputi warna, tekstur daging, ukuran, harga, rasa, warna kulit, permukaan kulit dan kadar air.
 - a. Warna adalah atribut yang dimiliki buah pepaya California dan buah pepaya Thailand sehingga konsumen akan melakukan penilaian berdasarkan warnanya yaitu sangat kuning pucat, kuning, jingga muda, jingga, merah.
 - b. Tekstur daging merupakan atribut yang dimiliki buah pepaya California dan pepaya Thailand sehingga konsumen akan melakukan penilaian terhadap atribut tekstur buah pepaya yaitu sangat keras, keras, cukup keras, lunak dan sangat lunak.
 - c. Ukuran merupakan atribut yang dimiliki buah pepaya California dan pepaya Thailand sehingga konsumen akan melakukan penilaian terhadap atribut Ukuran pepaya yaitu sangat kecil, kecil, cukup kecil, besar dan sangat besar.
 - d. Harga adalah atribut yang dimiliki buah pepaya California dan buah pepaya Thailand sehingga konsumen akan melakukan penilaian berdasarkan harganya sangat mahal, mahal, cukup mahal, murah dan sangat murah.
 - e. Rasa merupakan atribut yang dimiliki buah pepaya California dan buah pepaya Thailand sehingga konsumen akan melakukan penilaian

- terhadap atribut rasa buah pepaya yaitu rasa sangat tidak enak, tidak enak, cukup enak, enak, sangat enak.
- f. Warna kulit merupakan atribut yang dimiliki buah pepaya California dan Thailand sehingga konsumen akan melakukan penilaian terhadap warna kulit yaitu sangat tidak cerah, tidak cerah, cukup cerah, sangat cerah.
 - g. Permukaan kulit merupakan atribut yang dimiliki buah pepaya California dan pepaya Thailand sehingga konsumen akan melakukan penilaian terhadap atribut kondisi kulit yang sangat tidak mulus, tidak mulus, cukup mulus, mulus, sangat mulus.
 - h. Kadar air adalah atribut yang dimiliki buah pepaya California dan Thailand sehingga konsumen akan melakukan penilaian terhadap atribut kadar air buah yaitu sangat tidak berair, tidak berair, cukup berair, berair, sangat berair.
5. Kepercayaan (bi) adalah anggapan atau penilaian konsumen percaya bahwa pepaya Thailand dan pepaya California memiliki atribut tertentu. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert dengan cara menentukan standar penilaian (*scoring*), yaitu: (1) sangat tidak baik; (2) tidak baik; (3) netral; (4) baik; (5) sangat baik.
6. Evaluasi konsumen (ei) sebuah anggapan atau penilaian konsumen tentang kepentingan produk pepaya Thailand dan pepaya California. Diukur menggunakan skala likert, yaitu: (1) sangat tidak penting; (2) tidak penting; (3) netral; (4) penting; (5) sangat penting. Analisis skala interval kepercayaan dan evaluasi terhadap kategori setiap atribut dan kategori keseluruhan atribut

tersebut diukur dengan menghitung rata-rata skor dan dalam 5 kategori yang telah ditentukan dalam 8 interval yaitu dengan menggunakan rumus :

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 3.2 Penentuan Skala Interval Kepercayaan (bi) dan Evaluasi (ei)
Atribut

Skala rata-rata	Kategori	
	Kepercayaan	Evaluasi
Per atribut		
1,00-1,80	Sangat tidak baik	Sangat tidak penting
1,81-2,60	Tidak baik	Tidak penting
2,61-3,40	Netral	Netral
3,41-4,20	Baik	Penting
4,21-5,00	Sangat baik	Sangat penting
Keseluruhan atribut		
8,00-14,40	Sangat tidak baik	Sangat tidak penting
14,41-20,80	Tidak baik	Tidak penting
20,81-27,20	Netral	Netral
27,21-33,60	Baik	Penting
33,61-40,00	Sangat baik	Sangat penting

7. Sikap terhadap (Ao) adalah perasaan emosional terhadap tindakan mengkonsumsi buah pepaya California dan buah pepaya Thailand sikap yang dinyatakan dalam indeks yang diukur dengan menjumlahkan perkalian antara kekuatan kepercayaan bahwa obyek mempunyai atribut-atribut dengan evaluasi mengenai atribut-atribut.

Tabel 3.3 Skala Interval Sikap (Ao)

Atribut	Skor Terendah			Skor Tertinggi		
	Min bi	Min ei	Bi ei	x bi	Max ei	Max bixei
Warna	1	1	1	5	5	25
Tekstur	1	1	1	5	5	25
Ukuran	1	1	1	5	5	25
Harga	1	1	1	5	5	25
Rasa	1	1	1	5	5	25
Warna kulit	1	1	1	5	5	25
Permukaan kulit	1	1	1	5	5	25
Kadar air	1	1	1	5	5	25
Total			8			200

Penentuan skala interval sikap berdasarkan skor yang telah diperoleh dengan cara sebagai berikut :

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

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

Keterangan:

m : skor tertinggi

n : skor terendah

a : jumlah atribut

b : jumlah skala yang akan dibentuk

Tabel 3.4 Skala Inpretasi Sikap (Ao)

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	
8,00-46,40	Sangat tidak baik
46,41-84,80	Tidak baik
84,81-123,20	Netral
123,21-161,60	Baik
161,61-200,00	Sangat baik

E. Teknik Analisis Data

1. Analisis jenis pepaya yang lebih disukai

Untuk mengetahui jenis pepaya manakah yang lebih disukai konsumen antara buah pepaya California dan buah pepaya Thailand dilakukan menggunakan uji T berpasangan, sebelum dilakukan uji T berpasangan maka terlebih dahulu dilakukan pengukuran sikap.

a. Pengukuran sikap

Sikap konsumen merupakan perasaan emosional terhadap tindakan mengkonsumsi buah pepaya California dan buah pepaya Thailand berdasarkan keyakinan dan evaluasi. Hubungan ini sering digambarkan dengan rumus sistematis :

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

Keterangan :

A_o : Sikap konsumen terhadap buah pepaya California dan buah pepaya Thailand

- bi : Tingkat kepercayaan konsumen bahwa buah pepaya California dan buah pepaya Thailand yang dikonsumsi memiliki variabel tertentu (variabel ke-i).
- ei : Dimensi evaluatif (evaluasi) konsumen terhadap variabel ke-i yang dimiliki California dan buah pepaya Thailand.
- n : Jumlah atribut yang dimiliki objek.
- i : Atribut (i = 1,2,3,...,n).

b. Uji T Berpasangan

Uji ini untuk menguji perbedaan rata-rata antara dua kelompok data yang dependen. Yaitu mengetahui apakah ada perbedaan sikap konsumen setelah mengkonsumsi pepaya California dan setelah mengkonsumsi pepaya Thailand, sekaligus mengetahui jenis pepaya mana yang lebih disukai oleh konsumen Hubungan ini sering digambarkan dengan rumus :

$$t = \frac{D}{SdD/\sqrt{n}}$$

Keterangan :

- D : Rata-rata deviasi (selisih sikap konsumen terhadap pepaya California dan pepaya Thailand)
- SdD : Standar deviasi dari D (selisih sikap konsumen terhadap pepaya California dan pepaya Thailand)
- n : Banyaknya sampel

Hasil uji Paired Sample T Test ditentukan dengan membandingkan t-hitung dan t-tabel. Apabila T hitung > t tabel maka berarti menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan terhadap kesukaan konsumen antara buah pepaya California dan buah pepaya Thailand. Namun apabila t hitung < t tabel maka berarti menunjukkan tidak terdapat perbedaan yang signifikan

terhadap kesukaan konsumen antara buah pepaya California dan buah pepaya Thailand. Lalu untuk melihat jenis pepaya manakah yang lebih disukai konsumen adalah dengan membaca nilai rata-rata(mean). Jenis pepaya yang memiliki nilai rata-rata yang lebih tinggi dapat disimpulkan bahwa itu adalah jenis pepaya yang lebih disukai konsumen.

2. Analisis atribut pepaya yang lebih disukai konsumen

Untuk mengetahui atribut mana yang lebih disukai konsumen maka menggunakan analisis *One Way Anova*. Uji ini untuk menguji perbedaan rata-rata antara lebih dari dua kelompok data. Yaitu mengetahui apakah ada perbedaan sikap konsumen terhadap berbagai atribut yang terdapat pada buah pepaya, sekaligus mengetahui atribut apakah yang lebih disukai oleh konsumen. Hubungan ini sering digambarkan sebagai berikut :

Tabel 3.5 Kalkulasi Perhitungan *One Way Anova*

Sumber Variasi	Df	SS	MS	F-HITUNG
Antar Blok	r-1	SS_B	$MS_B = \frac{SS_B}{r-1}$	$\frac{MS_B}{MS_E}$
Dalam Perlakuan (Error)	(n-1)-(k-1)-(t-1)	$SS_E = SS_T - SS_B - SS_P$	$\frac{SS_E}{(r-1) - (t-1)}$	
Total	n-1	SS_T		

Keterangan :

Df (*Degree of Freedom*) : Derajat bebas
 SS (*Sum Square*) : Jumlah kuadrat
 MS (*Mean Square*) : Rata-rata kuadrat

Lalu cari F tabel dengan mempertimbangkan (1) tingkat signifikansi (α), (2) df1 yaitu df dari MS terbesar, dan (3) df2 yaitu df dari MS terkecil. Adapun cara

penarikan kesimpulan, yaitu bila $F_{\text{Hitung}} < F_{\text{Tabel}}$, maka H_0 diterima, yang berarti secara keseluruhan tidak terdapat perbedaan sikap konsumen yang signifikan terhadap atribut yang ada pada buah pepaya. Bila $F_{\text{Hitung}} > F_{\text{Tabel}}$, Maka H_0 ditolak, yang berarti secara keseluruhan terdapat perbedaan sikap konsumen yang signifikan terhadap atribut yang ada pada buah pepaya.

Untuk mengetahui hasil yang lebih spesifik, apakah kesukaan konsumen terhadap atribut yang satu memberikan hasil yang berbeda secara signifikan dari kesukaan konsumen terhadap atribut yang lainnya. maka diperlukan uji lanjut (Post-Hoc Test), dalam penelitian ini uji lanjut yang digunakan yaitu uji LSD. Untuk melihat jenis pepaya manakah yang lebih disukai konsumen adalah dengan membaca nilai rata-rata(mean) dari uji LSD yang dilakukan dengan aplikasi Microsoft Excel. Atribut pepaya yang memiliki nilai rata-rata yang lebih tinggi dapat disimpulkan bahwa itu adalah atribut pepaya yang lebih disukai konsumen.