

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian adalah cara-cara berfikir dan buat yang dipersepsikan dengan baik untuk mengadakan penelitian dan untuk mencapai suatu tujuan penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan, mengembangkan atau menguji kebenaran, suatu pengetahuan secara ilmiah, dalam penelitian ini peneliti membuat rincian metodologi sebagai berikut:

A. Rancangan penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif yang mendekati analisisnya pada numerik (angka) yang dianalisis dengan metode statistik. Pada dasarnya pendekatan kuantitatif melaksanakan penelitian dengan cara yang sistematis, terkontrol, empiric, dan bisa mengengahi hipotesis yang diasumsikan mengengahi fenomena alam (Sumadi Suryabrata, 1999).

Jenis penelitian ini adalah penelitian korelasional yang mengukur hubungan dua variable bebas dan variable terikat. Tujuan penelitian korelasional ini adalah mendeteksi sejauh mana variansi-variansi pada suatu faktor berkaitan dengan variansi-variansi pada faktor lain berdasarkan pada koefisien korelasi (Sumadi Suryabrata, 1999)

Dalam penelitian ini diperlukan data primer dan data sekunder. Adapun data-data tersebut di peroleh melalui:

1. Data Primer

Data dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh secara langsung dari penyebaran kuesioner yang di sebarakan kepada pengunjung susu di Karunia Swalayan- Sidoarjo. Kuesioner merupakan sejumlah pernyataan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui. (Suharsimi Arikunto, 2006).

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah setiap data pada awalnya dihasilkan untuk tujuan tertentu yang berbeda dengan tujuan riset yang sekarang. Data sekunder diperoleh melalui studi pustaka. Data ini diperlukan dengan maksud untuk mendukung kebenaran data primer, dikumpulkan dengan melalui skripsi terdahulu, journal, website-website, buku-buku maupun referensi lainnya yang dapat mendukung penelitian ini.

B. Identifikasi variable penelitian

Variable adalah objek penelitian, atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. (Suharsimi Arikunto, 2006)

Variable bebas (X) adalah variable yang mempengaruhi, variable penyebab. Variable ini juga biasa di sebut dengan independen variable. Sedangkan variable tergantung (Y) adalah variable yang di pengaruhi, di akibatkan, dan terikat. Biasanya variable ini disebut juga dengan variable dependent. (Suharsimi Arikunto, 2006)

Mengidentifikasi variable merupakan syarat mutlak bagi setiap peneliti. Memang mengidentifikasikan variable dan sub variable tidak mudah, karenanya membutuhkan kejelian dan kelincahan berfikir peneliti.

Mengingat begitu pentingnya mengidentifikasi variable dalam penelitian, maka berikut ini disajikan penjabarannya.

Variable bebas (X) : Persepsi gizi

Variable tergantung (Y) : Keputusan pembelian

Dari variable diatas dapat di ketahui bahwa peneliti ingin menghubungkan persepsi gizi dengan keputusan pembelian, dimana apakah persepsi gizi sebagai variable X memang berhubungan atau tidak dengan keputusan konsumen dalam membeli, sesuai dengan hipotesis yang telah di ungkapkan oleh peneliti sebelumnya.

C. Definisi operasional

a. Persepsi nilai gizi

Dari beberapa pendapat di atas dapat di simpulkan bahwa Persepsi nilai gizi produk adalah persepsi terhadap suatu produk yang terkait dengan komponen nilai gizi pada kemasan yang mencerminkan produk itu sendiri. Adapun persepsi terhadap suatu produk itu terkait dengan:

- 1) Komponennya: Kemasan, Bagian produk (jumlah dan kandungan nutrisinya), Bentuk
- 2) Komunikasi melalui kata-kata, gambar, dan simbolisasi

Ada 3 kelompok fungsi zat gizi yang biasa di persepsikan penting bagi tubuh adalah:

- 1) Pemberi energy (karbohidrat, lemak)
- 2) pertumbuhan & pemeliharaan jaringan (protein,mineral,air)
- 3) mengatur proses tubuh (air & vitamin)

b. Keputusan pembelian

Keputusan pembelian adalah tahap dari proses keputusan pembeli yaitu ketika konsumen benar-benar membeli produk. keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi.

D. Populasi, Sample, dan tehnik sampling

a. Populasi

Populasi adalah jumlah dari keseluruhan subyek yang ingin diteliti (Suharsimi Arikunto:2006). Sesuai dengan hasil wawancara dengan pramusaji Karunia Swalayan bahwa perharinya pengunjung produk susu bayi dan anak-anak sekitar 16-18 orang, dan rata-rata dalam seminggu ada 120 pengunjung. Jadi populasi dalam penelitian ini adalah 120 konsumen yang membeli produk susu bayi maupun anak-anak di Karunia Swalayan Sidoarjo.

b. Sample

Sample adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti (Suharsimi Arikunto,2006). Sesuai dengan rumus table Morrison jika

populasi 120 orang maka sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang yang merupakan konsumen produk susu bayi maupun anak-anak (untuk usia 0-12th) di Karunia Swalayan Sidoarjo, dengan taraf keyakinan 95% dan confidence 0,05. (Cohen,Manion,Morrison:2007).

c. Teknik sampling

Metode pengambilan sampel dalam hal ini adalah non-probability sampling. Pada metode ini tidak semua memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel penelitian. Jenis non-probability sampling yang digunakan adalah convenience sampling, yaitu pengumpulan informasi dari anggota populasi yang paling mudah didekati dan di dapatkan.

E. Instrumen penelitian

Kegiatan penelitian prinsipnya adalah melakukan pengukuran, maka instrumen penelitian dan alat ukur variable penelitian pun harus jelas dan sesuai. Instrument pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner, kuesioner adalah sejumlah pernyataan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui. (Suharsimi Arikunto, 2006).

Peneliti lebih memilih kuesioner sebagai metode pengumpulan data karena:

- 1) Tidak memerlukan hadirnya peneliti
- 2) Dapat dibagikan secara serentak kepada banyak responden.

- 3) Dapat dijawab oleh responden menurut kecepatannya masing-masing dan menurut waktu senggang responden.
- 4) Dapat dibuat anonim sehingga responden bebas, jujur dan tidak malu-malu menjawab.
- 5) Dapat dibuat berstandar sehingga bagi semua responden dapat diberi pertanyaan yang benar-benar sama. (Suharsimi Arikunto, 2006)

Alat ukur penelitian biasanya dinamakan instrumen penelitian. Penelitian ini menggunakan instrument berupa skala. Istilah skala di samakan dengan istilah tes namun dalam perkembangan instrument ukur umumnya istilah tes digunakan untuk penyebutan alat ukur kemampuan kognitif, sedangkan istilah skala banyak dipakai untuk menamakan alat ukur aspek afektif.

Ada beberapa karakteristik skala sebagai alat ukur psikologi, yaitu:

1. Stimulusnya berupa pernyataan atau pertanyaan yang tidak langsung mengungkap atribut yang hendak diukur melainkan mengungkap indikator perilaku dari atribut yang bersangkutan.
2. Dikarenakan atribut psikologi diungkap secara tidak langsung lewat indikator-indikator perilaku sedangkan indikator perilaku diterjemahkan dalam bentuk aitem-aitem, maka skala psikologi selalu berisi banyak aitem.
3. Respon subyek tidak diklasifikasikan sebagai jawaban “benar” atau “salah”. Semua jawaban dapat diterima sepanjang diberikan secara jujur

dan sungguh-sungguh. Hanya saja, jawaban yang berbeda akan diinterpretasikan berbeda pula. (Syarifudin Azwar, 1999)

Sebagai instrument peneliti menggunakan skala likert dengan alasan:

1. Dalam membuat dan menginterpretasikan relative mudah
2. Bentuk pengukurannya sangat lazim digunakan
3. Bersifat fleksibel. (Syarifudin Azwar, 1999)

Didalam penentuan skala psikologi yang berisi pernyataan terdapat langkah pembuatan:

1. Blue Print

Menurut Syarifudin Azwar (1999), bahwa blue print skala yang disajikan dalam bentuk table yang memuat uraian komponen atribut yang harus dibuat aitemnya. Proporsi aitem dalam masing-masing komponen dan dalam kasus yang lengkap juga indikator-indikator perilaku setiap komponen . dalam penulisan aitem, blueprint akan member gambaran mengenai isi skala dan menjadi acuan serta pedoman bagi penulis untuk tetap berada dalam lingkup ukuran yang benar. Pada akhirnya bila didikuti dengan baik blue print akan mendukung validitas isi skala.

- a. Skala Persepsi Gizi

Indikator-andikator dari persepsi gizi ini diambil dari teori yang dikemukakan oleh Amatsier (2001) antara lain:

1. Pemberi energy (karbohidrat, lemak)
2. Pertumbuhan dan pemeliharaan jaringan (protein, mineral, air)
3. Mengatur proses tubuh (air, vitamin)

b. Skala Keputusan Pembelian.

Ada beberapa indicator yang bisa diteliti dari keputusan pembelian menurut Kotler (2008). Antara lain:

1. Budaya (pendidikan, area geografis, keamanan)
2. Social (pengaruh keluarga, kelompok social organisasi, status social)
3. Pribadi (situasi ekonomi, gaya hidup, pekerjaan)
4. Psikologis (persepsi).

Tabel 3.1 Blue Print

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Jenis aitem		Σ	%
				F	UF		
1.	Keputusan pembelian (Y)	Budaya	- Pendidikan	16	1	2	6,67
			- Area geografis	9	17	2	6,67
			- keagamaan	2	18	2	6,67
		Social	- pengaruh keluarga	19	10	2	6,67
			- kelompok social/ organisasi	20	3	2	6,67
			- status sosial	11	21	2	6,67
		Pribadi	- situasi ekonomi	4	22	2	6,67
			- gaya hidup	12	23	2	6,67
			- pekerjaan	5	24	2	6,67
		Psikologis	- persepsi	27	14	2	6,67
2.	Persepsi gizi (X)	Pemberi energy	- karbohidrat	6	26	2	6,67
			- lemak	7	28	2	6,67
		Pertumbuhan	- protein	15	29	2	6,67
			- mineral	30	8	2	6,67
		Mengatur proses tubuh	- vitamin	13	25	2	6,67

2. Jawaban dan skors

Skala dalam penelitian ini yaitu persepsi gizi dan keputusan membeli dengan menggunakan model *likert*. Dalam alat ukur model *likert* menggunakan pernyataan yang terdiri atas 4 kategori, yaitu sangat setuju (SS), setuju (S), tidak setuju (TS), sangat tidak setuju (STS). Peneliti sengaja menghilangkan jawaban ragu-ragu atau kategori jawaban di tengah dengan alasan:

- a) Kategori *uncieded* ini mempunyai arti ganda disa diartikan belum dapat memutuskan atau member jawaban (menurut konsep aslinya) bisa juga dikenal netral, setuju, tidak setuju pun ragu-ragu bahkan ragu-ragu. Kategori jawaban yang ganda arti (*multi interpretable*) itu tentu saja tidak diharapkan dalam suatu instrument.
- b) Tersedianya jawaban diatas telah menimbulkan kecenderungan jawaban ketengah (*central tendency effect*) terutama bagi mereka yang ragu-ragu atas arah kecenderungan jawabannya kearah setuju atau tudak setuju
- c) Maksud kategorisasi jawaban SS-S-TS-STS adalah terutama untuk melihat kecenderungan respondent kea rah setuju atau kea rah tidak setuju. Jka disediakan kategori jawaban netral akan menghilangkan banyak data penelitian sehingga banyak mengurangi informasi yang dapat di jarring dari pada responden. (Sutrisno Hadi, 1994)

Butir-butir pertanyaan tersebut dibai menjadi dua yaitu *favourable* dan *unfavourable*. Pernyataan *favourable* merupakan pernyataan yang

berisi hal-hal yang positif atau mendukung terhadap obyek sikap. Pernyataan *unfavourable* merupakan pernyataan yang berisi hal-hal yang negatif yakni tidak mendukung atau kontra terhadap obyek sikap yang hendak di ungkap. Dari setiap butir pernyataan terdapat empat pilihan jawaban yaitu sangat setuju, setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Nilainya tergantung pada pilihan subyek. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat tabel skor skala likert di bawah ini.

Table 3.2 Skor Skala Likert

JAWABAN	SKOR FAVOURABLE	SKOR UNFAVOURABLE
Sangat Setuju (SS)	4	1
Setuju (S)	3	2
Tidak Setuju (TS)	2	3
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	4

F. Uji Validitas Instrument Pengumpulan Data.

Validitas adalah sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu teks atau instrument memiliki validitas yang tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukurnya atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya alat ukur tersebut. (Syarifudin Azwar, 1997)

Suatu alat ukur dikatakan valid apabila:

- 1) Alat ukur dapat mengungkapkan dengan jitu gejala atau bagian-bagian gejala yang hendak di ukur.

2) Alat ukur dapat menunjukkan dengan yang sebenarnya status atau keadaan gejala atau bagian gejala yang hendak di ukur

Tipe validitas dalam penelitian ini adalah validitas konstruk yaitu sejauhmana alat ukur mengungkap suatu konstruk teoritis yang hendak di ukurnya. Karena keterbatasan penelitian dalam menggunakan analisis faktor maka peneliti menggunakan analisis butir. Hal ini dilakukan karena konsistensi antara skor pernyataan dengan skor skala secara keseluruhan dapat dilihat dari besarnya korelasi antara setiap skor pernyataan yang bersangkutan dengan skor total skala. Menurut Syaifuldin Azwar (1997). Pendekatan yang demikian ini disebut dengan *criterion of internal consistency*.

Validitas alat ukur diuji dengan menggunakan bantuan komputer program statistical package for social science (SPSS) versi 16,0 for windows. Syarat bahwa item-item tersebut valid adalah nilai *corrected item total correlation* (r hitung) lebih besar r tabel dimana untuk subyek ketentuannya $df = N-2$ pada penelitian ini karena $N = 100$, berarti $100-2=98$ dengan menggunakan taraf 5% maka diperoleh r tabel = 0.195 (Sugiyono, 2007)

Table 3.3 Item yang valid dan gugur skala Persepsi Gizi

aitem	Corrected Item-Total Correlation	R tabel	keterangan
aitem15	.222	0,195	Valid
aitem29	.525	0,195	Valid
aitem6	.379	0,195	Valid
aitem7	.159	0,195	Gugur
aitem8	.571	0,195	Valid
aitem13	.123	0,195	Gugur
aitem25	.370	0,195	Valid
aitem26	.473	0,195	Valid
aitem28	.296	0,195	Valid
aitem30	.037	0,195	Gugur

Berdasarkan tabel diatas tersebut dapat dilihat bahwasanya pada variabel X terdapat beberapa aitem dikatakan tidak valid yaitu pada item 7,13, dan 30 karena r hitung lebih kecil dari r table (0,195). Dengan kata lain item ini tidak dapat mengukur apa yang harus diukur, hal ini bisa disebabkan karena faktor situasi yang tidak kondusif sehingga dapat mempengaruhi jawaban responden. sedangkan beberapa item dikatakan valid yaitu item 15, 29, 6, 8, 25, 26, dan 28 dimana r hitung lebih besar dari r table (0,195) dengan kata lain item ini dapat mengukur apa yang seharusnya diukur.

Table 3.4 Item yang valid dan gugur skala Keputusan Pembelian

Aitem	Corrected Item- Total Correlation	R table	keterangan
aitem5	.509	0,195	Valid
aitem12	.237	0,195	Valid
aitem1	.249	0,195	Valid
aitem3	-.479	0,195	Gugur
aitem9	.331	0,195	Valid
aitem10	.304	0,195	Valid
aitem11	.300	0,195	Valid
aitem2	-.064	0,195	Gugur
aitem4	-.160	0,195	Gugur
aitem14	.214	0,195	Valid
aitem16	.145	0,195	Gugur
aitem17	.534	0,195	Valid
aitem18	.185	0,195	Gugur
aitem19	.271	0,195	Valid
aitem20	.052	0,195	Gugur
aitem21	.238	0,195	Valid
aitem22	-.537	0,195	Gugur
aitem23	.343	0,195	Valid
aitem24	.480	0,195	Valid
aitem27	.164	0,195	Gugur

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwasanya pada variabel Y terdapat beberapa aitem dikatakan tidak valid yaitu pada item 3, 2, 4, 16, 18, 20, 22, dan 27 karena r hitung lebih kecil dari r table (0,195). Dengan kata lain item ini tidak dapat mengukur apa yang harus diukur, ketidak validan aitem ini juga disebabkan karena faktor situasi yang tidak kondusif sehingga dapat mempengaruhi jawaban responden. sedangkan beberapa item dikatakan valid

yaitu item 5, 12, 1, 9, 10, 11, 14, 17, 19, 21, 23, dan 24 dimana r hitung lebih besar dari r table (0,195) dengan kata lain item ini dapat mengukur apa yang seharusnya diukur.

G. Reliabilitas alat ukur

Reliabilitas adalah sejauhmana hasil dari suatu pengukuran dapat dipercaya.

Hasil pengukuran dapat dipercaya apabila dalam beberapa pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subyek yang sama diperoleh hasil yang sama, selama aspek yang diukur dalam diri subyek memang belum berubah. Relative sama berarti setiap ada toleransi terhadap perbedaan-perbedaan kecil diantara beberapa pengukuran. Bila perbedaan itu sangat besar dari waktu-kewaktu maka hasil pengukuran tidak dapat dipercaya.

Ketepatan pengujian hipotesis sangat tergantung pada kualitas data yang dipakai dalam pengujian hipotesis tersebut. Kualitas data yang dikumpulkan tergantung pada alat ukur dapat dikatakan baik apabila alat ukur tersebut benar-benar valid atau reliable. (Sutrisno Hadi, 1994)

Reliabilitas dalam penelitian ini akan di ukur dengan menggunakan *Cronbach's alpha* dengan bantuan program SPSS 16,0

Menurut Saifuddin Azwar (1997) tinggi rendahnya reliabilitas secara empirik ditunjukkan oleh suatu angka yang disebut koefisien reliabilitas. Semakin tinggi koefisien korelasi antara hasil ukur akan semakin reliabel. Biasanya koefisien reliabilitas berkisar antara 0 sampai 1, jika koefisien mendekati angka 1.00 berarti semakin tinggi reliabilitasnya. Sedangkan uji

signifikansi dilakukan pada taraf signifikansi 0.05, artinya instrumen dapat dikatakan reliabel bila nilai alpha lebih besar dari r kritis, atau bisa juga menggunakan batasan tertentu seperti 0,6. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS 16,0.

H. Analisis data

Analisis data merupakan hal yang sangat penting karena dengan analisis data tersebut dapat diberi arti atau makna yang berguna dalam memecahkan masalah penelitian dan juga untuk membuktikan apakah signifikan atau tidak.

Analisis korelasi yang digunakan peneliti dalam hal ini adalah analisis korelasi *Kendall's Tau* dengan bantuan SPSS versi 16.0. hal ini didasarkan pertimbangan bahwa penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah ada hubungan antara persepsi gizi dengan keputusan pembelian pada produk susu.

Adapun penafsiran dalam menganalisis korelasi *Kendall's Tau* ini dapat dijelaskan sebagai berikut ini:

- a. Berkaitan dengan besarnya harga koefisien korelasi, harga korelasi berkisar dari 0 (Tidak ada korelasi sama sekali) sampai dengan 1 (korelasi sempurna), semakin tinggi harga koefisien korelasinya berarti semakin kuat korelasinya, dan sebaliknya.
- b. Tanda positif (+) pada harga koefisien korelasi menunjukkan adanya arah hubungan yang searah, artinya hubungan kedua variable (x dan y) adalah

berbanding lurus, semakin tinggi x akan diikuti dengan semakin tinggi y pula.

- c. Tanda negative (-) pada harga koefisien korelasi menunjukkan adanya arah hubungan yang berlawanan, artinya hubungan kedua variable (x dan y) adalah bebanding terbalik. Semakin tinggi x akan didikuti dengan semakin rendah y, dan sebaliknya. (Muhid, 2010)

Sedangkan kriteria penilain korelasi menurut Sugiyono (2007) yaitu:

Tabel 3.5 Kriteria penilaian korelasi

Interval koefisian	Tingkat hubungan
0.00-0.199	Sangat rendah
0.20-0.399	Rendah
0.40-0.599	Sedang
0.60-0.799	Kuat
0.80-1.00	Sangat kuat