

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Penentuan lokasi dilakukan di Pasar Modern Hypermart Binjai Super *Mall* (BSM) dan Pasar Tradisional Tavip Kelurahan Pekan Binjai, Kota Binjai. Lokasi ini dipilih secara sengaja dengan pertimbangan berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) kedua pasar tersebut merupakan pusat berbelanja yang lebih luas dan lengkap jika dibandingkan dengan pusat berbelanja lainnya. Pasar Modern Hypermart dengan luas 30.000 m² terdiri dari 3 lantai dan Pasar Tradisional Tavip dengan luas sekitar 12 Ha dengan jumlah kios sebanyak 2100 kios baik yang sudah memiliki izin maupun yang belum memiliki izin. Adapun penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juni sampai dengan September 2015.

3.2 Metode Pengambilan Sampel

Pengambilan (*Simple Random Sampling*) sampel acak sederhana adalah suatu cara pengambilan sampel dimana tiap unsur yg membentuk populasi diberi kesempatan yang sama untuk terpilih menjadi sampel. Cara ini sangat mudah apabila telah terdapat daftar lengkap unsur-unsur populasi. “Populasi adalah seluruh data yang menjadi perhatian kita dalam suatu ruang lingkup dan waktu yang kita tentukan”. Sedangkan menurut Sukmadinata (2011:250) mengemukakan bahwa populasi adalah “kelompok besar dan wilayah yang menjadi lingkup penelitian kita”. Sampel dalam penelitian adalah konsumen yang berbelanja di pasar tradisional dan pasar modern dilokasi penelitian yang total keseluruhan populasinya adalah 72 responden yang diperoleh dari masing-masing 36

responden yang berbelanja di Pasar Modern dan 36 responden yang berbelanja di Pasar Tradisional. Kriteria setiap sampel dari masing-masing responden diambil berdasarkan variabel yang sudah ditentukan. berdasarkan teori penarikan contoh wolepole (1992) bentuk populasi teori penarikan sampel menjamin akan di perolehnya hasil yang memuaskan dan untuk penelitian yang menggunakan analisis statistik, ukuran minimum sampel yaitu 30 (Wolepole, 1992).

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode Pengumpulan data dilakukan dengan metode survey. Data yang dikumpulkan berupa data primer dan data sekunder. Pengumpulan data primer dilakukan melalui metode wawancara dengan menggunakan kuisisioner kepada konsumen yang berbelanja di Pasar Tradisional Tavip dan Pasar Modern Binjai Super Mall, Kelurahan Binjai Kota. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari hasil studi kepustakaan maupun publikasi resmi dari berbagai instansi. Data tersebut bersumber dari jurnal-jurnal penelitian, literatur dan buku-buku kepustakaan yang berhubungan dengan penelitian ini serta publikasi Badan Pusat Statistik (BPS).

- Kuisisioner yaitu daftar pertanyaan secara tertulis yang diberikan kepada responden untuk di pilih sesuai dengan pengamatan dan pendapat responden. Kuisisioner ini terdiri dari informasi tentang identitas responden, beberapa item dan sub item yang berkaitan dengan umur, tingkat pendidikan dan pendapatan terhadap konsumen buah pepaya di Pasar Petisah Kecamatan Medan Petisah, Kota Medan Sumatera Utara.
- Observasi yaitu pengamatan langsung ke lokasi riset di Pasar Petisah Kecamatan Medan Petisah, Kota Medan Sumatera Utara.

- Wawancara yaitu tanya jawab secara langsung kepada pembeli buah pepaya yang dijadikan sampel.
- Studi pustaka yaitu catatan atau dokumen resmi tertulis dan di keluarkan oleh BPS dan lembaga lain yang ada kaitanya dengan penelitian ini.

Data diperoleh dengan cara mentabulasi jawaban responden dengan menggunakan skala *Likert*. Skala Likert disebut juga *summated rating scale*. Dalam penyusunan kuisisioner menggunakan skala yang mengacu pada skala likert dengan indeks nilai dari 1 sampai 5. Penggunaan skala pengukuran ini dengan pertimbangan bahwa skala tersebut sudah mempunyai interval. Skala ini banyak digunakan karena skala ini memberikan peluang kepada responden untuk mengekspresikan perasaan mereka dalam bentuk persetujuan atau *agreement* terhadap suatu pernyataan. Dengan demikian tipe data yang digunakan adalah tipe interval. (Sugiyono, 2004).

3.4 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan untuk mencapai tujuan penelitian yang pertama adalah uji dua sampel independen dengan uji *Mann-Whitney Test* yaitu mengujian untuk menganalisis apakah terdapat perbedaan perilaku dari dua populasi yang saling independen. Teknik ini digunakan untuk menguji signifikansi hipotesis komparatif dua sampel independen bila datanya berbentuk ordinal (Sugiyono, 2012). Dalam *Mann-Whitney U-Test*, berlaku hal-hal seperti berikut ini :

- Apabila tingkat signifikansi dari pengujian yang dilakukan lebih besar dari 0.05, maka hal ini berarti bahwa tidak terdapat perbedaan perilaku

konsumen antara pasar tradisional dan modern dalam mengkonsumsi bahan makanan harian.

- Apabila tingkat signifikansi dari pengujian yang dilakukan kurang dari 0.05, maka hal ini berarti bahwa terdapat perbedaan perilaku perilaku konsumen antara pasar tradisional dan modern dalam mengkonsumsi bahan makanan harian.

Pengujian dilakukan dengan menggunakan $\alpha = 5 \%$ dengan kriteria penerimaan hipotesis adalah :

$$H_0 : \mu_1 = \mu_2$$

$$H_1 : \mu_1 \neq \mu_2$$

H_0 : Tidak ada perbedaan nilai rata-rata skala populasi konsumen yang berbelanja bahan makanan harian dipasar tradisional dan pasar modern.

H_1 ; Ada perbedaan nilai rata-rata skala populasi konsumen yang berbelanja bahan makanan harian dipasar tradisional dan pasar modern.

Untuk mencapai tujuan kedua analisis data yang digunakan adalah Analisis Regresi ordinal. Regresi ordinal digunakan untuk memodelkan hubungan antara variabel independen dengan dependen dimana variabel dependen berskala ordinal (data tingkatan atau rangking (T.Paulian,2011). Pada perilaku konsumen yang berbelanja bahan makanan harian di Pasar Modern dan Pasar Tradisional dengan Model umum dari regresi ordinal yaitu :

$$Y = \alpha_1 + X_1 + X_2 + X_3 + X_4 + X_5 + X_6 + e$$

Dimana :

Y = Perilaku konsumen

α_1 = Lokasi Belanja

X_1 = Harga

X_2 = Individu

X_3 = Lokasi

X_4 = Kualitas

X_5 = Informasi Produk

X_6 = Kepuasan Konsumen

e = Standart error

Nilai siq selanjutnya dibandingkan dengan nilai alpha (α) 5 % dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

Nilai siq $\geq 0,05$ H_0 ditolak, artinya tidak adanya pengaruh variabel $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6$ terhadap perilaku konsumen dalam berbelanja bahan makanan harian dibandingkan konsumen di Pasar Modern.

Nilai siq $\leq 0,05$ H_0 diterima, artinya adanya pengaruh variabel $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6$ terhadap perilaku konsumen dalam berbelanja bahan makanan harian dibandingkan konsumen di Pasar Modern.

3.5 Defenisi Operasional Variabel

1. Perilaku konsumen adalah proses dan aktivitas ketika seseorang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan.
2. Pasar Modern adalah pasar yang dikelola dengan manajemen modern, umumnya terdapat di kawasan perkotaan, sebagai penyedia barang dan jasa dengan mutu dan pelayanan yang baik kepada konsumen.
3. Pasar Tradisional adalah tempat bertemunya antara Penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual dan pembeli secara langsung memungkinkan adanya proses tawar-menawar.
4. Variabel dari faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah variabel harga, individu, lokasi, kualitas, informasi produk, kepuasan konsumen.
5. Harga Produk yang mempengaruhi perilaku konsumen disesuaikan dengan pendapatan, harganya murah, dapat dilakukan tawar menawar, dan harga produk yang ada meyakinkan konsumen untuk membelinya.
6. Variabel individu yang mengharuskan konsumen untuk berbelanja karena profesi, tuntutan gaya hidup, dan pendapatan.
7. Lokasi yang mempengaruhi konsumen dalam memilih tempat belanja dikarenakan lokasi yang mudah dijangkau dengan kendaraan umum, lapangan parkir yang luas, lingkungan yang aman dan nyaman, dan lebih banyak jenis pilihan produknya.
8. Kualitas produk mempengaruhi konsumen dalam berbelanja karena mempunyai kualitas yang baik dan segar, produk yang dikemas dengan baik

dan rapi, dan memperhatikan kebersihan produk.

9. Informasi produk yang mempengaruhi perilaku konsumen karena adanya informasi mulai dari harga sampai berat produk, dan adanya promosi iklan.
10. Kepuasan konsumen yang mempengaruhi perilaku dikarenakan fasilitas, kualitas produk yang baik, dan harga yang ditawarkan.
11. Bahan makanan harian adalah salah satu kebutuhan primer manusia. Kebutuhan Bahan Makanan Harian adalah beras, lauk pauk, sayur dan buah (Purwanti, 2013).
12. Uji *Mann-Whitney* adalah untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan respon dari 2 populasi data yang saling independen.
13. Regresi ordinal adalah suatu analisis regresi yang digunakan untuk menggambarkan hubungan antara variabel dependen dengan sekumpulan variabel independen, dimana variabel dependen bersifat ordinal, yaitu mempunyai lebih dari 2 kategori dan setiap kategori dapat diperingkat.