

BAB. III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan memberikan kuisisioner untuk diisi oleh konsumen yang sedang membeli daging ayam broiler (ayam potong) mentah baik di pasar, di rumah pemotongan ayam (RPA), dan di lingkungan sekitarnya dalam wilayah propinsi D.I.Yogyakarta. Penelitian dilakukan di tempat tersebut.

3.2 Variable Penelitian

a. Karakteristik responden

1. Jender

- pria
- wanita

2. Usia

- kurang dari 15 tahun
- umur 16 – 46 tahun
- lebih dari umur 46 tahun

3. Pekerjaan dan jabatan

- Pelajar/mahasiswa
- PNS/Polri/TNI
- Pegawai Swasta/wiraswasta
- Petani/buruh/nelayan/ibu rumah tangga

4. Tingkat pendapatan

- Lebih kecil dari Rp. 1.000.000,00
- Rp. 1.000.000,00 sampai dengan Rp. 2.000.000,00
- Lebih besar dari Rp. 2.000.000,00

5. Stautus Pembelian

- Konsumen akhir
- Dijual lagi

6. Intensitas Pembelian

- Setiap hari
- 1 sampai 2 kali seminggu
- Jarang

7. Tempat tinggal

- perkotaan
- pedesaan

b. Atribut produk

1. Dijadikan sebagai cerminan pemenuhan kebutuhan fisiologi, meliputi harga dan kemudahan mendapatkan produk
2. Dijadikan sebagai cerminan pemenuhan kebutuhan keamanan, meliputi kualitas daging ayam broiler (ayam potong) berdasarkan kandungan gizi, kesegaran daging.
3. Dijadikan sebagai cerminan pemenuhan kebutuhan social, meliputi image daging ayam broiler

4. Dijadikan sebagai pemenuhan kebutuhan penghargaan, meliputi ukuran berdasarkan besar-kecil daging, jumlah dari daging ayam broiler yang dibeli atau dikonsumsi dan intensitas pembelian.
5. Dijadikan sebagai cerminan aktualisasi diri, meliputi kemudahan pengolahan misalnya mudah dimasak langsung dan dibuat bentuk lain dan rasa.

3.3 Populasi dan Sample

1. Populasi

Populasi adalah jumlah keseluruhan objek (individu) yang akan diwakili oleh sample untuk diteliti apa yang memotivasi konsumen dalam membeli daging ayam broiler (ayam potong). Dalam hal ini populasinya adalah:

- Konsumen yang membeli daging ayam broiler (ayam potong) mentah di pasar, rumah pemotongan ayam (RPA) dalam wilayah propinsi D.I. Yogyakarta.

2. Sampel

Sample adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselediki dan dianggap bias mewakili keseluruhan populasi. Dengan mengacu pada populasi yang telah ditentukan maka sample yang akan dipilih adalah sebagian konsumen yang kedatangan sedang membeli dan atau sedang mengkonsumsi daging ayam broiler (ayam potong) .

3. Penentuan Jumlah Sample

Untuk menentukan banyaknya sample yang tidak diketahui jumlah populasinya (N) menggunakan ukuran/perhitungan statistik:

$$n = \bar{p}(1 - \bar{p}) \left(\frac{Z_{1 - 2\alpha}}{E} \right)^2$$

Dimana:

\bar{p} = proporsi yang diduga, karena tidak terdapat penduga logis dari \bar{p} maka ukuran dapat diduga dengan menetapkan \bar{p} bernilai 0,50 alasannya responden terdiri dari dua jender yaitu pria dan wanita yang memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan sample.

α = tingkat kesalahan data yang ditolerir peneliti = 5 % alasannya bahwa suatu penelitian belum tentu tepat 100% maka dengan tingkat kesalahan sebesar itu, derajat keyakinan yang diharapkan adalah 95 %.

$Z_{1/2 \alpha}$ = luas kurva normal standar (dapat dilihat pada table z) = 1,96 alasannya sesuai derajat keyakinan kemudian hasilnya $\frac{0,95}{2} = 0,4750$ atau 47,5 persen dilihat dalam table z nilainya 1,96.

E = kesalahan maksimum yang diperbolehkan dan dapat ditolerir oleh peneliti = 10 persen alasannya karena populasi yang besar dan luas sehingga dengan derajat keyakinan 0,95 yang

dipilih maka kesalahan maksimum harus sebesar 10 persen artinya rata-rata hitung populasi harus terletak di dalam interval ± 10 persen dari penduga rata-rata hitung populasi.

n = jumlah sample

Maka perhitungan

$$\begin{aligned} n &= 0,5(1-0,5)\left(\frac{1,96}{0,1}\right)^2 \\ &= 0,5(0,5)(19,6)^2 \\ &= 0,25(384,16) \\ &= 96,04 \\ &\approx 97 \end{aligned}$$

Jadi jumlah sample yang digunakan adalah minimal 97 responden, alasan melakukan perhitungan statistik adalah semakin banyak sample yang diambil maka semakin kecil kemungkinan kesalahan penelitiannya namun karena adanya keterbatasan dana, waktu juga tenaga maka menggunakan sample yang dianggap mampu mewakili populasi. Sampling yang akan digunakan dalam penelitian adalah *Convenience Sampling* yaitu teknik sampling yang dijadikan anggota sample adalah konsumen yang mudah dijumpai di tempat penjualan daging ayam broiler (ayam potong), pasar, atau di rumah pemotongan ayam (RPA), dan di lingkungan sekitarnya dalam wilayah propinsi D.I.Yogyakarta. Penelitian dilakukan di tempat tersebut.

3.4 Metode Pengambilan Data

Metode pengumpulan data adalah cara berfikir dan berbuat yang diharapkan dengan baik untuk mengadakan penelitian dan mencapai suatu tujuan penelitian.

- Data primer

Data primer diperoleh dari hasil penelitian pada masing-masing responden sehingga sample dengan menggunakan komponen-komponen yang mempengaruhi motivasi dari responden.

Data primer diperoleh dari :

- Metode Kuisoner

Yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan menyebarkan sejumlah daftar pernyataan secara sistematis kepada sejumlah yang diambil sebagai sample pada populasi yang ditentukan, kuisoner yang dibagikan berisi pertanyaan. Model pertanyaan yang digunakan adalah pertanyaan tertutup, yaitu pertanyaan tersebut telah disediakan jawabannya, sehingga responden hanya memilih dari alternatif jawaban yang disesuaikan dengan pendapat atau pilihannya.

Bagian I : Daftar pertanyaan menurut karakteristik konsumen.

Bagian II : Daftar pertanyaan tentang pilihan atribut yang memotivasi konsumen dalam membeli daging ayam broiler (ayam potong).

Semua merujuk pada karakteristik responden dan atribut-atribut dari daging ayam potong.

➤ Metode Interview

Yaitu metode pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan langsung kepada konsumen yang telah membeli dan mengonsumsi daging ayam broiler (ayam potong). Yang digunakan oleh peneliti apabila ada kurang atau tidak jelas terhadap kuisioner yang diisi responden.

3.5 Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini digunakan dua macam metode yaitu Analisis Deskriptif dan Analisis Statistik.

1. Analisis Deskriptif

Analisis ini digunakan untuk menganalisis data dengan cara memberikan keterangan-keterangan dan penjas- penjas tentang objek yang dibahas. Keterangan-keterangan dan penjas ini berupa presentasi tentang hal-hal yang berhubungannya dengan motivasi konsumen yang berdasarkan permasalahan.

2. Analisis Statistik

Yaitu analisis yang berdasarkan perhitungan objektif. Dalam penelitian ini menggunakan uji kai kuadrat:

- Uji Chi Square

Yaitu analisis yang digunakan untuk menguji ada tidaknya perbedaan pilihan atribut-atribut yang memotivasi konsumen untuk membeli dan mengkonsumsi daging ayam broiler (ayam potong) menurut karakteristik konsumen.

Langkah-langkah pengujian yang dilakukan adalah :

1. Menentukan formulasi hipotesa nihil (H_0) dan hipotesa alternatif (H_a).

H_0 : tidak ada perbedaan motivasi konsumen untuk membeli dan mengkonsumsi daging ayam broiler (ayam potong) menurut karakteristik mereka.

H_a : ada perbedaan motivasi konsumen untuk membeli dan mengkonsumsi daging ayam broiler (ayam potong).

2. Menentukan criteria pengujian hipotesa.

Dengan menggunakan $\alpha = 5\%$ ($\alpha = 0,05$) berarti kemungkinan kesalahan dalam pengambilan kesimpulan hipotesa yang kita ambil adalah sebesar 5% dari 100% sehingga dapat dikatakan bahwa 95% kesimpulan hipotesa adalah benar dan hasil yang signifikan yaitu hasil dimana probabilitas yang berkaitan dengan kejadian adalah sama.

- H_0 diterima bila $X^2_{hitung} < X^2_{table}$.
- H_0 ditolak bila $X^2_{hitung} \geq X^2_{table}$.

3. Menghitung angka atau nilai Chi Square (X^2) dengan menggunakan menggunakan rumus :

$$X^2 = \sum \frac{(F_o - F_h)^2}{F_h}$$

Dimana X^2 = Chi Square atau Kai Kuadrat

F_o = frekuensi yang diperoleh dari hasil survey

F_h = frekuensi yang diharapkan

$$= \frac{\text{tabel baris} \times \text{kolom}}{\text{jumlah data}}$$

4. Menarik kesimpulan dengan membandingkan hasil perhitungan pada langkah 2 dan langkah 3, kemudian mengambil kesimpulan.

