

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian

Tujuan utama dalam penelitian ini adalah untuk mencari faktor yang secara positif dan signifikan mempengaruhi minat beli makanan organik.

Selain itu tujuan-tujuan lain dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah sikap (*attitude*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen terhadap makanan organik.
2. Untuk mengetahui apakah norma subjektif (*subjective norms*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen terhadap makanan organik.
3. Untuk mengetahui apakah kesadaran kesehatan (*health consciousness*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen terhadap makanan organik.
4. Untuk mengetahui apakah harga (*price*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen terhadap makanan organik.
5. Untuk mengetahui apakah sikap, norma subjektif, kesadaran kesehatan, dan harga berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap minat beli

B. Objek dan Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini mengenai pengaruh sikap (*attitude*), norma subjektif (*subjective norms*), kesadaran kesehatan (*health consciousness*), dan harga (*price*), terhadap minat beli (*purchase intention*) produk makanan organik. Responden dalam penelitian ini masyarakat yang mengonsumsi produk

makanan organik. Lokasi penelitian adalah supermarket yang ada di Kelapa Gading. Alasan peneliti memilih lokasi Kelapa Gading karena Kelapa Gading merupakan daerah yang terus berkembang di Jakarta Utara dan sudah banyak supermarket yang ada di Kelapa Gading.

Batas-batas dari penelitian ini adalah:

1. Responden dari penelitian ini adalah pengunjung supermarket di Jakarta Utara.
2. Responden dari penelitian ini adalah pengunjung yang ingin membeli makanan organik di Kelapa Gading.

C. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, dimana penelitian kuantitatif menurut Sugiyono adalah penelitian yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis pendekatan induktif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menitik beratkan pada pengukuran dan analisis hubungan sebab akibat setiap variabel.⁸⁴

Desain penelitian *explanatory* dengan jenis penelitian deskriptif dan kausal, yaitu peneliti akan melakukan pengujian terhadap hipotesis-hipotesis dan menguji pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen yaitu sikap, norma subjektif, kesadaran kesehatan, dan harga terhadap minat beli.

⁸⁴Sugiyono, Statistik untuk penelitian.(Bandung: Alfabeta, 2012), p. .6

⁸⁵Malhotra, Naresh K., Riset Pemasaran, (Jakarta: PT. Indeks.2009) Hal. 196

Metode pengumpulan data menggunakan metode survei yaitu dengan penyebaran kuisioner yang telah terstruktur yang diberikan kepada responden yang dirancang untuk mendapatkan informasi yang lebih spesifik.⁸⁵ Berdasarkan dimensi waktu, Penelitian ini menggunakan studi lintas-seksi (*cross-sectional*) menurut Malhotra yaitu pengumpulan data mengenai sampel yang telah ditentukan dari elemen populasi hanya satu kali.⁸⁶

D. Populasi dan Sampling

1. Populasi

Untuk mendapatkan data-data yang relevan dan *valid* maka diadakan penarikan sampel dari suatu populasi yang hendak diteliti. Menurut Sugiyono populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya⁸⁷. Dalam penelitian ini, populasi penelitian ini mengacu pada pengunjung supermarket di Kelapa Gading, Jakarta Utara. Jenis populasi yang akan diteliti adalah populasi terhingga (*finite*), karena peneliti dapat memperkirakan atau mengetahui secara pasti jumlah pengunjung supermarket.

⁸⁶ *Ibid.* hal 95

⁸⁷ Sugiono. *Op cit.* p.115

⁸⁸ Uma Sekaran, *Research Method For Business* (Jakarta: Salemba Empat), p.368

2.Sampling

Menurut Sekaran sampel adalah bagian dari populasi, sampel terdiri atas sejumlah anggota yang dipilih dari populasi. Sampel diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin peneliti meneliti seluruh anggota populasi⁸⁸.

Untuk menentukan jumlah sampel peneliti menggunakan tabel penentuan jumlah sampel dari Isacc dan Michael yang dapat memudahkan penentuan jumlah sampel berdasarkan tingkat kesalahan 1%, 5%, dan 10%. Dengan tabel ini, peneliti dapat secara langsung menentukan besaran sampel berdasarkan jumlah populasi dan tingkat kesalahan yang dikehendaki.

Tabel III.1
Jumlah Sampel Menurut Isacc dan Michael

N	S			N	S			N	S		
	1%	5%	10%		1%	5%	10%		1%	5%	10%
10	10	10	10	280	197	115	138	2800	537	310	247
15	15	14	14	290	202	158	140	3000	543	312	248
20	19	19	19	300	207	161	143	3500	558	317	251
25	24	23	23	320	216	167	147	4000	569	320	254
30	29	28	27	340	225	172	151	4500	578	323	255
35	33	32	31	360	234	177	155	5000	586	326	257
40	38	36	35	380	242	182	158	6000	598	329	259
45	42	40	39	400	250	186	162	7000	606	332	261
50	47	44	42	420	257	191	165	8000	613	334	263
55	51	48	46	440	265	195	168	9000	618	335	263
60	55	51	49	460	272	198	171	10000	622	336	263
65	59	55	53	480	279	202	173	15000	635	340	266
70	63	58	56	500	285	205	176	20000	642	342	267
80	71	65	62	600	315	221	187	40000	563	345	269
85	75	68	65	650	329	227	191	50000	655	346	269
90	79	72	68	700	341	233	195	75000	658	346	270
95	83	75	71	750	352	238	199	100000	659	347	270
100	87	78	73	800	363	243	202	150000	661	347	270
110	94	84	78	850	373	247	205	200000	661	347	270
120	102	89	83	900	382	251	208	250000	662	348	270
130	109	95	88	950	391	255	211	300000	662	348	270
140	116	100	92	1000	399	258	213	350000	662	348	270
150	122	105	97	1050	414	265	217	400000	662	348	270
160	129	110	101	1100	427	270	221	450000	663	348	270
170	135	114	105	1200	440	275	224	500000	663	348	270
180	142	119	108	1300	450	279	227	550000	663	348	270
190	148	123	112	1400	460	283	229	600000	663	348	270
200	154	127	115	1500	469	286	232	650000	663	348	270
210	160	131	118	1600	477	289	234	700000	663	348	270
220	165	135	122	1700	485	292	235	750000	663	348	271
230	171	139	125	1800	492	294	237	800000	663	348	271
240	176	142	127	1900	498	297	238	850000	663	348	271
250	182	146	130	2000	510	301	241	900000	663	348	271
260	187	149	133	2200	520	304	243	950000	663	348	271
270	192	152	135	2600	529	307	245	1000000	664	349	272

Sumber: <http://diditnote.blogspot.co.id>

Metode *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Menurut Uma Sekaran dan Roger Bougie *purposive sampling* adalah peneliti memperoleh informasi dari mereka yang paling siap dan memenuhi beberapa kriteria yang dibutuhkan dalam memberikan informasi⁸⁹.

E. Variabel Penelitian dan Pengukurannya

Variabel Penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁹⁰

1. Variabel Dependen (Dependent Variable)

Menurut Malhotra variabel independen atau variabel bebas adalah variabel atau alternatif yang dimanipulasi (yaitu tingkat variabel-variabel ini diubah-ubah oleh peneliti) dan efeknya diukur serta dibandingkan⁹¹. Sedangkan menurut Sekaran, variabel terikat merupakan variabel yang menjadi perhatian utama peneliti, dipengaruhi oleh variabel bebas melalui analisis terhadap variabel terikat sangat memungkinkan untuk menemukan jawaban atau solusi dari masalah yang ada.⁹² Variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat beli (Y).

⁸⁹ Bougie, Roger dan Uma Sekaran., *Research Methods For Business, Fifth Edition* :John Wiley and Sons Ltd. 2010. p.276

⁹⁰ Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Bandung: Alfabeta. 2012) p.59

⁹¹ Malhotra, Naresh K., *op.cit*

⁹² Sekaran, Uma, *op.cit*.

⁹³ Malhotra, Naresh K., *op.cit*.

2. Variabel Independen (Independent Variable)

Menurut Malhotra variabel independen atau variabel bebas adalah variabel atau alternatif yang dimanipulasi (yaitu tingkat variabel-variabel ini diubah-ubah oleh peneliti) dan efeknya diukur serta dibandingkan⁹³. Variabel independen atau variabel bebas dalam penelitian ini terdiri dari sikap (X1), norma subjektif (X2), kesadaran kesehatan (X3), dan harga (X4).

Adapun operasionalisasi variabel sikap dapat dilihat pada tabel III.2

Tabel III.2
Operasionalisasi Variabel Sikap

Konsep	Dimensi	Indikator Asli	Indikator Adaptasi
Menurut <i>Engel et al.</i> , sikap adalah suatu evaluasi menyeluruh yang memungkinkan seseorang memberikan respon dengan cara menguntungkan atau tidak menguntungkan terhadap suatu objek atau alternatif yang diberikan Dimensi dari sikap menurut <i>Idaman, Yulianti, dan Retnaningsih</i> adalah: 1. <i>Salient belief</i> 2. <i>Outcome evaluation</i>	<i>Salient belief</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>I prefer organic food because it is processed without any chemical.</i> 2. <i>I prefer organic food because it tastes better than non-organic food.</i> 3. <i>I prefer organic food because it is more nutritious than conventional non-organic food.</i> 4. <i>I prefer organic food as it causes less diseases than conventional food.</i> 5. <i>I prefer organic food because it is environment friendly.</i> 6. <i>I prefer organic food as no preservatives are used to enhance its shelf life.</i> 7. <i>I believe that price of organic food is quite justified.</i> 8. <i>It is exciting for me to buy organic food</i> <p>(sumber: Al-Swidi, Hafeez, dan Shariff)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya lebih memilih makanan organik karena dibuat dengan tidak menggunakan bahan kimia 2. Saya lebih memilih makanan organik karena memiliki lebih enak daripada makanan non-organik. 3. Saya lebih memilih makanan organik karena memiliki nutrisi lebih banyak daripada makanan non-organik. 4. Saya lebih memilih makanan organik karena menyebabkan penyakit lebih sedikit daripada makanan non-organik 5. Saya lebih memilih makanan organik karena ramah lingkungan. 6. Saya lebih memilih makanan organik karena tidak menggunakan bahan pengawet 7. Saya percaya bahwa harga makanan organik cukup adil. 8. Sangat menyenangkan untuk saya membeli makanan organik
	<i>Outcome</i>	9. Tidak penting bagi	9. Tidak penting bagi

	<i>Evaluation</i>	<p>saya apakah beras yang saya konsumsi organik atau tidak.</p> <p>10. Jika saya bisa memilih antara beras organik dan beras non-organik saya akan memilih beras organik</p> <p>11. Saya memiliki kecenderungan untuk membeli beras organik</p> <p>(sumber: Aditya dan Ekasari)</p>	<p>saya apakah makanan dan minuman yang saya konsumsi organik atau tidak.</p> <p>10. Saya akan memilih makanan organik dibandingkan makanan non-organik</p> <p>11. Saya cenderung untuk membeli makanan organik</p>
--	-------------------	--	---

Sumber: Data diolah peneliti 2015

Operasionalisasi variabel norma subjektif dapat dipihat pada tabel

III.3

Tabel III.3
Operasionalisasi Variabel Norma Subjektif

Konsep	Dimensi	Indikator Asli	Indikator Adaptasi
<p>Menurut Ajzen, norma subjektif merupakan fungsi dari harapan yang dipersepsikan individu dimana satu atau lebih orang di sekitarnya (saudara, teman sejawat) untuk menyetujui suatu perilaku tertentu dan memotivasi individu untuk mematuhi mereka</p> <p>Menurut Rahim, Syamsudin, Mohamed, dan Radam dimensi dari norma subjektif adalah:</p> <p>1. <i>Normative belief</i> 2. <i>Motivation to comply</i></p>	<i>Normative belief</i>	<p>1. <i>My family eats organic foods</i></p> <p>2. <i>People who are important to me such as doctors, well-known people think that I should eat organic food</i></p> <p>3. <i>People who are important to me think that eating organic creates good health</i></p> <p>4. <i>I intend to eat organic food because society accepts that it is a good choice</i></p> <p>5. <i>According to my friends, that I am better off buying organic food.</i></p> <p>(sumber: Pomsanam, Napompeh, dan Suwanmaneepong)</p>	<p>1. Keluarga saya mengkonsumsi makanan organik</p> <p>2. Seseorang yang penting bagi saya seperti dokter, orang terkenal berpikiran bahwa saya harus mengkonsumsi makanan organik</p> <p>3. Seseorang yang penting bagi saya berpikiran bahwa mengkonsumsi makanan organik menciptakan kesehatan yang baik</p> <p>4. Saya berkeinginan untuk mengkonsumsi makanan organik karena lingkungan menerima itu karena merupakan keputusan yang baik</p> <p>5. Menurut temen saya, saya akan jadi lebih baik jika membeli makanan organik.</p>
	<i>Motivation to comply</i>	<p>6. <i>Many people persuade me that I should buy organic products in order to better lives</i></p> <p>7. <i>People, who are important to me, think</i></p>	<p>6. Banyak orang yang membujuk saya untuk membeli makanan organik untuk hidup lebih baik</p> <p>7. Orang-orang yang penting bagi saya,</p>

		<p><i>that I should buy organic food</i></p> <p>8. <i>Most people who influences what I do think that I should not buy organic food</i></p> <p>9. <i>My family would like me to buy organic food</i></p> <p>10. <i>My friends who influence my buying behavior think, I should buy organic food products</i></p> <p>(sumber: Effendi, Ginting, Lubis, dan Fachruddin)</p>	<p>berpikir bahwa saya harus membeli makanan organik</p> <p>8. Beberapa orang yang berpengaruh terhadap apa yang saya lakukan berpikiran bahwa saya tidak harus membeli makanan organik</p> <p>9. Keluarga saya menginginkan saya untuk membeli makanan organik.</p> <p>10. Teman-teman saya yang mempengaruhi perilaku membeli saya berpikir bahwa saya harus membeli makanan organik</p>
--	--	--	--

Sumber: Data diolah peneliti 2015

Operasionalisasi variabel kesadaran kesehatan dapat dilihat pada tabel III.4

Tabel III.4
Operasionalisasi Variabel Kesadaran Kesehatan

Konsep	Dimensi	Indikator Asli	Indikator Adaptasi
<p>Menurut <i>Newsom et al.</i>, kesadaran kesehatan merupakan kesadaran dan kepedulian mengenai kesadaran mereka dan dapat dimotivasi dengan menaikkan atau merawat kesehatan mereka, dan kualitas hidup sebagai tindakan pencegahan penyakit dengan melawannya melalui perilaku hidup sehat dan lebih sadar akan kesehatan diri</p> <p>Menurut <i>Yang, Al-Shabaan, dan Nguyen</i> kesadaran kesehatan memiliki dimensi: 1. <i>Attention to health</i></p>	<p><i>Attention to Health</i></p>	<p>1. <i>My health is important for me.</i></p> <p>2. <i>Conventional foods are as healthy as organic foods.</i></p> <p>3. <i>Organic foods are natural and therefore better for my health.</i></p> <p>4. <i>Organic foods are healthier because they have no/less growth hormones additives and antibiotics</i></p> <p>5. <i>Organic food are healthier because have no/less chemical residues</i></p> <p>6. <i>Organic food are healthy</i></p> <p>(sumber: Shamsollahi, Wei Chong, dan Nahid)</p>	<p>Kesehatan saya sangat penting bagi saya</p> <p>2. Makanan umum sama sehatnya dengan makanan organik.</p> <p>3. Makanan organik adalah alami sehingga baik untuk kesehatan saya.</p> <p>4. Makanan organik lebih sehat karena lebih sedikit mengandung bahan adiktif dan antibiotiks.</p> <p>5. Makanan organik lebih sehat karena mengandung lebih sedikit bahan kimia.</p> <p>6. Makanan organik itu menyehatkan</p>
	<p><i>Health is important</i></p>	<p>7. Menurut saya, kesehatan sangat penting dalam hidup</p> <p>8. Saya bersedia untuk meninggalkan banyak produk makanan, dan</p>	<p>7. Menurut saya kesehatan sangat penting dalam hidup.</p> <p>8. Saya bersedia untuk meninggalkan banyak produk makanan, dan</p>

<p>2. <i>Health is important.</i> 3. <i>Consider health as a factor to choose food</i></p>		<p>makan sehat mungkin 9. Saya sangat memikirkan tentang kesehatan saya 10. Saya bertanggung jawab atas kesehatan saya (sumber: Helmi)</p>	<p>memakan makanan organik sesering mungkin. 9. Saya sangat memikirkan tentang kesehatan saya. 10. Saya bertanggung jawab atas kesehatan saya</p>
--	--	--	---

Sumber: Data diolah peneliti 2015

Operasionalisasi variabel harga dapat dilihat pada tabel III.5

Tabel III.5
Operasionalisasi variabel harga

Konsep	Dimensi	Indikator Asli	Indikator Adaptasi
<p>Menurut <i>Sutojo</i>, harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan konsumen atas barang atau jasa. Bagi perusahaan harga adalah sejumlah uang yang ditentukan perusahaan sebagai imbalan atas barang atau jasa yang mereka perdagangkan dan sesuatu yang lain yang diadakan perusahaan untuk memuaskan konsumen</p> <p>Menurut <i>Schiffman</i> dan <i>Kanuk</i> ada tiga dimensi dari harga yaitu: 1. <i>Perceived price.</i> 2. <i>Reference price</i> 3. <i>Tensile and objective price claims</i></p>	<p><i>Perceived price</i></p>	<p>1. <i>I put attention to the products on sale when I buy food.</i> 2. <i>At the time to purchase I contrast the possible alternatives</i> 3. <i>The price of organic food in accordance with benefit</i> 4. <i>The price paid in accordance with the quality of organic food</i> (sumber: Avitia, Costa-Font, dan M. Gill)</p>	<p>1. Saya sangat perhatian kepada produk makanan yang dijual ketika saya ingin membeli. 2. Pada saat saya ingin membeli, saya membandingkan dengan kemungkinan alternatif yang lain. 3. Harga dari makanan organik sesuai dengan manfaatnya. 4. Harga yang dibayarkan sesuai dengan kualitas makanan organik</p>
	<p><i>Reference Price</i></p>	<p>5. <i>Organic food is too expensive</i> 6. <i>Only consumers with higher income can afford organic food.</i> 7. <i>Organic food is beyond my budget</i> (sumber: Voon, Ngui, dan Agrawa)</p>	<p>5. Makanan organik sangat mahal. 6. Hanya konsumen dengan penghasilan tinggi saja yang dapat membeli makanan organik. 7. Makanan organik melebihi budget saya</p>
	<p><i>Tensile and objective price claims</i></p>	<p>8. Menurut saya harga produk susu SGM sesuai dengan kualitasnya. 9. Menurut saya produk susu SGM memiliki manfaat yang jauh lebih besar dibandingkan dengan harga yang dibayarkan</p>	<p>8. Menurut saya harga produk makanan organik sesuai dengan kualitasnya 9. Menurut saya produk makanan organik memiliki manfaat yang jauh lebih besar dibandingkan harga yang dibayangkan, 10. Menurut saya makanan organik</p>

		10. Menurut saya susu SGM memiliki harga yang terjangkau (sumber: Cahyadi)	memiliki harga yang
--	--	---	---------------------

Sumber: Data diolah peneliti 2015

Terakhir, operasionalisasi variabel minat beli dapat dilihat pada tabel III.6

Tabel III.6
Operasionalisasi Variabel Minat Beli

Konsep	Dimensi	Indikator Asli	Indikator Adaptasi
Menurut <i>Swastha</i> dan <i>Handoko</i> minat beli konsumen merupakan kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan menggunakan barang dan jasa termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut Menurut <i>Kunjtara</i> indikator-indikator dari minat beli adalah: 1. Keinginan untuk menggunakan produk 2. Rencana untuk menggunakan produk di masa	Keinginan untuk menggunakan produk	1. Saya berharap mengkonsumsi makanan organik 2. Saya bersedia membeli produk makanan organik. 3. Saya berencana untuk mengkonsumsi makanan organik (sumber: Avitia, Costa-Font, dan M. Gill)	1. Saya berharap mengkonsumsi makanan organik 2. Saya bersedia membeli produk makanan organik. 3. Saya berencana untuk mengkonsumsi makanan organik
	Rencana untuk menggunakan produk di masa datang	4. Saya mencoba mengkonsumsi produk makanan organik yang bermanfaat untuk kesehatan jangka panjang 5. Saya berniat untuk membeli produk makanan organik yang bermanfaat untuk kesehatan jangka panjang. (sumber: Voon, Ngui, dan Agrawa)	4. Saya mencoba mengkonsumsi produk makanan organik yang bermanfaat untuk kesehatan jangka panjang 5. Saya berniat untuk membeli produk makanan organik yang bermanfaat untuk kesehatan jangka panjang.

<p>datang 3. Kebutuhan untuk menggunakan produk</p>	<p>Kebutuhan untuk menggunakan produk</p>	<p>6. Saya berniat untuk membeli makanan organik di lain waktu 7. Saya ingin membeli makanan organik walaupun pilihannya terbatas 8. Saya ingin membeli makanan organik karena manfaat yang diberikan sebandung dengan biaya yang dikeluarkan. 9. Saya ingin membeli makanan organik di lain waktu 10. Saya akan tetap membeli makanan organik walaupun makanan konvensional sedang ada diskon (sumber: Cahyadi)</p>	<p>6. Saya berniat untuk membeli makanan organik di lain waktu 7. Saya ingin membeli makanan organik walaupun pilihannya terbatas 8. Saya ingin membeli makanan organik karena manfaat yang diberikan sebandung dengan biaya yang dikeluarkan. 9. Saya ingin membeli makanan organik di lain waktu 10. Saya akan tetap membeli makanan organik walaupun makanan konvensional sedang ada diskon</p>
---	---	--	--

Sumber: Data diolah peneliti 2015

F. Skala Pengukuran

Peneliti menggunakan Skala *Likert* dalam alat kuesionernya. Menurut Maholtra skala pengukuran Likert yaitu skala pengukuran dengan lima kategori respon yang berkisar antara “sangat setuju” hingga “sangat tidak setuju” yang mengharuskan responden menentukan derajat persetujuan atau ketidaksetujuan mereka terhadap masing-masing dari serangkaian pernyataan mengenai objek stimulus⁹⁴ Nilai-nilai yang diberikan setiap skala adalah:

⁹⁴Maholtra, 2009, *op. cit* p. 32

Tabel III.7
Skala Likert

Kriteria Jawaban		Skor
Sangat	STS	1
Tidak Setuju	TS	2
Biasa Saja	BS	3
Setuju	S	4
Sangat setuju	SS	5

G. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini menggunakan dua sumber data antara lain data primer. Data primer menurut Malhotra adalah data yang dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan masalah riset⁹⁵.

Data primer dikumpulkan menggunakan kuesioner yang diberikan secara langsung kepada responden untuk memperoleh informasi tentang variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian.

Data primer diperoleh langsung dari responden yang menjadi subjek penelitian di mana data dihasilkan dari instrumen kuesioner yang di distribusikan kepada sample yang telah ditentukan yaitu pada pengunjung supermarket yang ingin membeli makanan organik.

⁹⁵ Malhotra, Naresh K. *op cit*

⁹⁶ Priyatno, Duwi. *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*. Yogyakarta : Mediakom.2010. p.90

H. Teknik Analisis Data

Tujuan analisis data adalah untuk menginterpretasikan dan menarik kesimpulan dari sejumlah data yang terkumpul. Peneliti menggunakan perangkat lunak SPSS versi 21 untuk mengolah dan menganalisis data hasil penelitian.

1. Uji Instrumen

1.1 Uji Validitas

Validitas menurut Priyatno adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur⁹⁶. Uji validitas sering digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuisioner atau skala, apakah item – item pada kuisioner tersebut sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin diukur. Malhotra, statistik ini merupakan sebuah index yang digunakan untuk menentukan apakah terdapat hubungan linier atau garis lurus antara X dan Y⁹⁷. Kriteria yang digunakan dalam menentukan suatu instrumen valid atau tidak adalah dengan menggunakan dua cara yaitu dengan *bivariate pearson* dan faktor analisis. Tujuannya adalah agar lebih menyakinkan lagi apakah item pernyataan pada penelitian ini layak untuk digunakan atau tidak, atau tujuannya lainnya adalah untuk lebih memperkuat validitas.

Malhotra mendefinisikan faktor analisis sebagai berikut :

⁹⁷ Malhotra K, Naresh. *Marketing Reseach An Applied Orientation*. Global Edition. New Jersey : PearsonPrentice Hall. 2010. p.213

⁹⁸ Malhotra, Naresh K. *op cit*. p.636

“Factor analysis is a general name denoting a class of procedures primarily use for data reduction and summarization. In marketing research, there may be a large number of variables, most of which are correlated and which must be reduced to a manageable level. Relationships among sets of many interrelated variables are examined and represented in terms of a few underlying factor”⁹⁸.

Arti dari definisi diatas adalah, analisis faktor merupakan nama umum yang menunjukkan tata cara penggolongan terutama digunakan untuk reduksi data dan meringkasnya. Dalam riset pemasaran, mungkin ada sejumlah besar variabel, yang sebagian besar berhubungan dan harus dikurangi ke tingkat yang dapat diatur. Hubungan antara kumpulan variabel yang saling terkait diuji dan diwakili dalam beberapa faktor yang mendasari.

Pedoman umum untuk analisis faktor adalah nilai *lambda* atau *factor loading* $\geq 0,40$. Jika nilai faktor analisis suatu pernyataan pada kuesioner sebesar $< 0,40$ maka pernyataan tersebut harus diperbaiki atau direduksi. Sebaliknya jika nilai faktor analisis suatu pernyataan pada kuesioner sebesar $\geq 0,40$ maka pernyataan tersebut dapat tetap digunakan.

1.2 Uji Reliabilitas

Instrument penelitian disamping harus valid juga harus dapat dipercaya (*reliable*). Reliabilitas adalah sejauh mana skala mampu menghasilkan hasil yang konsisten jika pengukuran berulang dilakukan terhadap karakteristik tertentu.

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Dalam program SPSS uji

yang sering digunakan dalam penelitian menurut Priyatno adalah dengan menggunakan metode Cronbach's Alpha⁹⁹.

Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai cronbach's alpha > 0.6 , maka instrumen penelitian reliabel.
- 2) Jika nilai cronbach's alpha < 0.6 , maka instrumen penelitian tidak reliabel.

Untuk pengujian biasanya menggunakan batasan tertentu seperti 0,6. Menurut Uma Sekaran, reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 adalah baik.

2. Uji Asumsi Dasar

2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Menurut Priyatno uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval maupun rasio¹⁰⁰. Penghitungan uji ini menggunakan uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* dengan menggunakan taraf signifikansi 5%. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 0.05.

2.2 Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *Test for*

⁹⁹Priyatno.*op.cit.* p.97

¹⁰⁰*Ibid.*, p. 71

Linearity dengan pada taraf signifikansi 0,05. Menurut Priyatno, dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (*linearity*) kurang dari 0,05¹⁰¹ .

Pengujian linearitas dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi *product moment* dengan cara mengkorelasi setiap skor indikator dengan total skor indikator variabel, kemudian hasil korelasi dibandingkan dengan nilai kritis pada taraf signifikan 0,05 dengan rumus:

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi variabel bebas dan variabel terikat

n = Banyaknya sampel

X = Skor tiap item

Y = Skor total variabel

Jika nilai signifikansi (P-Value) > 0,05 maka tidak terjadi hubungan yang signifikan. Sedangkan apabila nilai signifikansi (P-Value) < 0,05 maka terjadi hubungan yang signifikan. Uji validitas akan dilakukan kepada 50 responden dalam populasi yang nantinya akan dipisahkan dari sampel.

¹⁰¹ *ibid.*, p. 73

3 Uji Asumsi Klasik

3.1 Multikolinearitas

Multikolinearitas menurut Priyatno adalah keadaan dimana terjadi hubungan linier yang sempurna dalam model regresi.¹⁰² Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan linier antar variabel independen dalam model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolinearitas. Ada beberapa metode pengujian yang bisa digunakan diantaranya:

1. Dengan melihat *Value Inflation Factor* (VIF) pada model regresi.
2. Dengan membandingkan nilai koefisiensi determinasi individual (r^2) dengan nilai determinasi secara serentak (R^2).
3. Dengan melihat nilai *Eigenvalue* dan *Condition Index*.

Pada penelitian ini dilakukan uji multikolinearitas dengan melihat *Value Inflation Factor* (VIF) pada model regresi. Pada umumnya jika VIF lebih besar dari 5, maka variabel tersebut mempunyai persoalan multikolinearitas dengan variabel bebas lainnya.

3.2 Heterokedastisitas

Menurut Priyatno¹⁰³ heteroskedastisitas adalah keadaan di mana terjadi ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Uji heteroskedastisitas digunakan

¹⁰² *ibid*, p.81

¹⁰³ Dwi Priyato, *Op.Cit.*, p. 83

untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas

4. Uji Hipotesis

4.1 Uji t (Analisis Regresi Parsial)

Uji t adalah suatu uji untuk mengetahui signifikansi dari pengaruh variable independen terhadap variabel dependen secara individual dan menganggap variabel dependen yang lain konstan.

Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. Apabila probabilitas signifikan kurang dari 5%, maka hipotesis alternatif diterima
2. Apabila probabilitas signifikan lebih dari 5%, maka hipotesis alternatif ditolak¹⁰⁴ .

5. Koefisien Determinasi

Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui presentase sumbangan pengaruh variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) secara serentak terhadap variabel dependen (Y). Menurut Priyatno, koefisien ini

menunjukkan seberapa besar presentase variasi variabel independent yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi variabel dependen¹⁰⁵ .

R^2 sama dengan 0, maka tidak ada sedikitpun presentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independent terhadap variabel dependen, atau variasi variabel independent yang digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikitpun variasi variabel dependen. Sebaliknya R^2 sama dengan 1, maka persentase yang diberikan variabel independent terhadap variabel dependen adalah sempurna, atau variasi variabel independent yang digunakan dalam model menjelaskan 100% variasi variabel dependen. Rumus mencari koefisien determinasi dengan dua variabel independent adalah:

$$R^2 = \frac{(r_{yx1})^2 + (r_{yx2})^2 - 2.(r_{yx1}).(r_{yx2}).(r_{x1x2})}{1 - (r_{x1x2})^2}$$

Keterangan:

R^2 = koefisien determinasi

r_{yx1} = korelasi sederhana (*product moment pearson*) antara X_1 dengan Y.

r_{yx} = korelasi sederhana (*product moment pearson*) antara X_2 dengan Y.

r_{x1x2} = korelasi sederhana (*product moment pearson*) antara X_1 dengan X_2 .

¹⁰⁴Dwi Priyatno, *op. cit.*, p. 66

¹⁰⁵*ibid.*, p. 75

Kriteria :

- 1) Nilai R^2 yang mendekati nol, berarti variabel-variabel bebas secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel terikat.
- 2) Nilai R^2 yang mendekati satu, berarti variabel-variabel bebas secara keseluruhan dapat menjelaskan variabel terikat dan semakin baik hasil untuk model regresi tersebut.

I. Pilot Study

1. Variabel Sikap

Hasil KMO variabel *attitude* sebesar 0.534. Hasil dari KMO telah mencapai >0.05 . *Barlett's Test of Sphericity* mempunyai signifikansi 0.000 yaitu telah memenuhi kriteria <0.05 . Hal ini menyatakan bahwa data yang telah diambil dapat diolah secara lebih lanjut.

Tabel III.8
KMO Variabel Sikap

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.534
Approx. Chi-Square		68.375
Bartlett's Test of Sphericity	df	21
	Sig.	.000

Tabel III.9
Pernyataan Variabel Sikap

Item	Pernyataan	Factor Loading		
		1	2	3
A4	Saya lebih memilih makanan organik karena menyebabkan penyakit lebih sedikit daripada makanan non-organik	.959		
A2	Saya lebih memilih makanan organik karena memiliki rasa lebih baik daripada makanan non-organik	.722		
A1	Saya lebih memilih makanan organik karena dibuat dengan tidak menggunakan bahan kimia	.540		
A11	Saya cenderung untuk membeli makanan organik		.869	
A10	Saya akan memilih makanan organik dibandingkan makanan non-organik		.703	
A3	Saya lebih memilih makanan organik karena memiliki rasa lebih baik daripada makanan non-organik			.936
A6	Saya lebih memilih makanan organik karena tidak menggunakan bahan pengawet			.672
	Cronbach's Alpha	.670	.447	.615

Sumber: Data diolah penulis

Berdasarkan hasil tersebut dimnesi pertama dan ketiga dari

variabel *attitude* memiliki nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0.60 yaitu 0.67 dan 0.61, hasil menunjukkan dimensi yang ada reliable. Namun dimensi kedua memiliki nilai *cronbach's alpha* yang rendah 0.44 karena kurang dari 0.60. Dalam hal ini pernyataan yang tereliminasi yaitu A5, A7, A8 dan A9 diperbaiki agar mudah dipahami responden yang mengisi kuesioner.

2. Variabel Norma Subjektif

Hasil KMO variabel *subjective norms* sebesar 0.665, hasil dari KMO telah mencapai >0.5 . *Barlett's Test of Sphericity* mempunyai signifikansi 0.000 yaitu telah memenuhi kriteria <0.005 . Hal ini menyatakan bahwa data yang telah diambil dapat diolah lebih lanjut.

Tabel III.10
KMO Variabel Norma Subjektif

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.665
Approx. Chi-Square		156.686
Bartlett's Test of Sphericity	Df	45
	Sig.	.000

Tabel III.11
Cronbach's Alpha Variabel Norma Subjektif

Item	Pernyataan	Factor Loading			
		1	2	3	4
SN2	Seseorang yang penting bagi saya seperti dokter, orang terkenal berpikiran bahwa saya harus mengkonsumsi makanan organik	.863			
SN3	Seseorang yang penting bagi saya berpikiran bahwa mengkonsumsi makanan organik menciptakan kesehatan yang baik	.844			
SN7	Orang-orang yang penting bagi saya, berpikir bahwa saya harus membeli makanan organik	.665			
SN5	Menurut teman saya, saya akan jadi lebih baik jika membeli makanan organik		.763		
SN4	Saya berkeinginan untuk mengkonsumsi makanan organik karena lingkungan menerima itu karena merupakan keputusan yang baik		.750		
SN8	Beberapa orang yang berpengaruh terhadap apa yang saya lakukan berpikiran bahwa saya lakukan berpikiran bahwa saya tidak harus membeli makanan organik		-.452		
SN1	Keluarga saya mengkonsumsi makanan organik			.870	
SN9	Keluarga saya menginginkan saya untuk membeli makana organik			.760	
SN10	Teman-teman saya yang mempengaruhi perilaku saya berpikir bahwa saya harus membeli makanan organik				.789
SN6	Banyak orang yang membujuk saya untuk hidup lebih baik				.703
	Cronbach's Alpha	.792	.181	.662	.631

Sumber: Data diolah penulis

Berdasarkan hasil tersebut dimensi pertama, ketiga dan keempat dari variabel *subjective norms* memiliki nilai *cronbach's alpha* sebesar 0.79, 0.66, dan 0.63 yang lebih besar dari 0.60. Hasil menunjukkan dimensi yang reliabel. Namun dimensi kedua memiliki tingkat reliabilitas yang rendah karena memiliki nilai *cronbach's*

α yang lebih kecil dari 0.60 yaitu sebesar 0.18. Dalam hal ini pernyataan tidak ada yang di eliminasi

3. Variabel Kesadaran Kesehatan

Hasil KMO variabel *health consciousness* sebesar 0.506, hasil dari KMO telah mencapai >0.5 . *Barlett's Test of Sphericity* mempunyai signifikansi 0.000 yaitu telah memenuhi kriteria <0.005 . Hal ini menyatakan bahwa data yang telah diambil dapat diolah lebih lanjut.

Tabel III.12
KMO Variabel Kesadaran Kesehatan

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.577
Approx. Chi-Square		200.258
Bartlett's Test of Sphericity	df	36
	Sig.	.000

Tabel III.13
Cronbach's Alpha Variabel Kesadaran Kesehatan

Item	Pernyataan	Factor Loading	
		1	2
HC5	Makanan organik lebih sehat karena mengandung lebih sedikit bahan kimia	.897	
HC4	Makanan organik lebih sehat karena lebih sedikit mengandung bahan adiktif dan antibiotiks	.882	
HC3	Makanan organik adalah alami sehingga baik untuk kesehatan saya	.835	
HC2	Makanan umum sama sehatnya dengan makanan organik	-.446	
HC10	Saya bertanggung jawab atas kesehatan saya		.845
HC9	Saya sangat memikirkan tentang kesehatan saya		.822
HC6	Makanan organik itu menyehatkan		.814
HC7	Menurut saya kesehatan sangat penting dalam hidup		.547
HC1	Kesehatan saya sangat penting bagi saya		.425
	Cronbach's Alpha	.533	.743

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Berdasarkan hasil tersebut dimensi kedua dari variabel *health*

consciousness memiliki nilai *cronbach's alpha* lebih dari 0.60 yaitu sebesar 0.74. Hasil menunjukkan dimensi yang reliabel. Namun dimensi pertama memiliki tingkat reliabilitas yang sedang karena memiliki nilai *cronbach's alpha* yang lebih kecil dari 0.60 yaitu sebesar 0.53. Dalam hal ini pernyataan yang tereliminasi yaitu HC8 diperbaiki agar mudah dipahami oleh konsumen yang mengisi kuesioner.

4. Variabel Harga

Hasil KMO variabel *price* sebesar 0.603, hasil KMO telah mencapai >0.5 . *Barlett's Test of Sphericity* mempunyai signifikansi 0.00 yaitu telah memenuhi kriteria <0.05 . Hal ini menyatakan bahwa data yang telah diambil dapat diolah lebih lanjut

Tabel III.14
KMO Variabel Harga

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.603
Approx. Chi-Square		200.684
Bartlett's Test of Sphericity	df	45
	Sig.	.000

Tabel III.15
Cronbach's Alpha Variabel Harga

Item	Pernyataan	Factor Loading			
		1	2	3	4
P4	Harga yang dibayarkan sesuai dengan kualitas makanan organik	.954			
P3	Harga dari makanan organik sesuai dengan manfaatnya	.941			
P5	Makanan organik sangat mahal	.682			
P10	Menurut saya makanan organik memiliki harga yang terjangkau	.419			
P6	Hanya yang dapat membeli makanan organik		.795		
P9	Menurut saya produk makanan organik memiliki manfaat yang jauh lebih besar dibandingkan harga yang dibayarkan		-.729		
P8	Menurut saya harga makanan organik sesuai dengan kualitasnya		-.681		
P2	Pada saat saya ingin membeli, saya membandingkan dengan kemungkinan alternatif yang lain			.794	
P1	Saya sangat perhatian kepada produk makanan yang dijual ketika saya ingin membeli			.752	
P7	Makanan organik melebihi budget saya				.997
	Cronbach's Alpha	.792	-.033	.537	.997

Sumber: Data diolah peneliti

Berdasarkan hasil tersebut dimensi pertama dan keempat dari variabel *price* memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0.60 yaitu sebesar 0.79 dan 0.99. Hasil menunjukkan dimensi yang ada reliable. Namun dimensi kedua dan ketiga memiliki tingkat reliabilitas yang rendah karena mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* lebih kecil dari 0.60 yaitu sebesar -0.03 dan 0.53. Dalam hal ini indikator tidak ada indikator yang di eliminasi.

5. Variabel Minat Beli

Hasil KMO *purchase intention* sebesar 0.558. Hasil dari KMO telah mencapai >0.05 . *Barlett's Test of Sphericity* mempunyai signifikansi 0.00 yang telah memenuhi kriteria <0.005 . Hal ini menyatakan bahwa data yang telah diambil dapat diolah lebih lanjut.

Tabel III.16
KMO Variabel Minat Beli

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.558
Approx. Chi-Square		146.720
Bartlett's Test of Sphericity	Df	36
	Sig.	.000

Tabel III.17
Cronbach's Alpha Variabel Minat Beli

Item	Pernyataan	Factor Loading			
		1	2	3	4
PI4	Saya mencoba mengonsumsi produk makanan organik yang bermanfaat untuk kesehatan jangka panjang	.915			
PI5	Saya berniat untuk membeli produk makanan organik untuk dua minggu kedepan	.826			
PI3	Saya berencana untuk mengonsumsi makanan organik	.673			
PI6	Saya berniat untuk membeli makanan organik di lain waktu		.898		
PI9	Saya ingin membeli makanan organik di lain waktu		.855		
PI1	Saya berharap mengonsumsi makanan organik			-.891	
PI8	Saya ingin membeli makanan organik karena manfaat yang diberikan sebanding dengan biaya yang dikeluarkan			-.722	
PI10	Saya akan tetap membeli makanan organik di lain waktu				.880
PI7	Saya ingin membeli makanan organik walaupun pilihannya terbatas				.870
	Cronbach's Alpha	.762	.752	.618	.758

Sumber: Data diolah peneliti

Berdasarkan hasil tersebut semua dimensi dari variabel *purchase intention* memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0.60

yaitu sebesar 0.67, 0.75, 0.61, dan 0.75. Hasil menunjukkan dimensi yang ada reliable. Namun dalam hal ini indikator yang tereliminasi yaitu PI1 dan PI2 diperbaiki agar mudah dipahami oleh konsumen yang mengisi kuesioner.