**BAB III**

**METODELOGI PENELITIAN**

* 1. **Desain Penelitian**

Jenis penelitan yang digunakan adalah penelitan lapangan. Penelitian lapangan yaitu suatu penelitian yang dilakukan dilapangan atau dilokasi penelitian, suatu tempat yang dipilih sebagai lokasi untuk menyelidiki gejala objektif sebagai terjadi dilokasi tersebut, yang dilakukan juga untuk menyusun laporan ilmiah.

Penelitian ini menggunakan metode survey yaitu dengan pengumpulan data primer meliputi observasi, wawancara terstruktur, dan kuesioner. Cara pengumpulan data sekunder dilakukan dengan melakukan pengumpulan melalui instansi terkait seperti badan pusat statistik.

* 1. **Tempat dan Waktu Penelitian**
     1. **Tempat Penelitian**

Penentuan tempat penelitian ini ditentukan secara sengaja (*purposive)* dan dilaksanakan di Rumah Sayur Kak Hen desa Bandar Setia Kecamatan Percut Sei Tuan. Alasan pengambilan lokasi tersebut karena merupakan salah satu usaha sayur organik, sehingga sangat cocok sebagai sampel penelitian.

* + 1. **Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan selama satu bulan, yaitu pada bulan Oktober 2022 sampai Desember 2022.

**3.3 Populasi dan Sampel**

**3.3.1 Populasi**

Populasi merupakan subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti. Menurut Ari Kuntu (2003:173) “Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian yang di dalamnya terdapat sejumlah subjek yang di jadikan sumber data yang diharapkan dapat memberikan data yang dibutuhkan dalam penelitian.” Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah konsumen sebanyak 30 konsumen.

**3.3.2 Sampel**

Arikunto (2013) menjelaskan “sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Penentuan sampel disesuaikan dengan pendapat Supriyanto dan Machfudz (2010: 188) yaitu dengan Sampling Jenuh (sensus) yaitu metode penarikan sampel bila semua anggota populasi dijadikan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan apabila jumlah populasi kecil, kurang dari 30 orang. Berdasarkan pendadapat tersebut maka disimpulkan bahwa sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 30 sampel.

* 1. **Variabel dan Indikator**
     1. **Variabel Bebas Persepsi Konsumen (X)**

Menurut Pride & Ferrel (Ika putri, 2016), Persepsi adalah proses pemilihan, pengorganisasian dan penginterprestasian masukan informasi, sensasi yang diterima melalui penglihatan, perasaa, pendengaran, penciuman dan sentuhan, untuk menghasilkan makna.

Adapun indikator dari variabel persepsi ini adalah sebagai berikut:

1. Gaya Hidup
2. Harga
3. Kualitas
4. Tekstur
5. Kandungan Gizi
6. Kemasan
7. Lokasi
   * 1. **Variabel Terikat Keputusan Pembelian (Y)**

Menurut (Tjiptono, 2016) Keputusan pembelian merupakan salah satu bagian dari perilaku konsumen. Perilaku konsumen merupakan tindakan yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menentukan produk dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut. Adapun indikator variabel terikat ini adalah Keputusan Pembelian.

* 1. **Instrumen Penelitian**

1. **Wawancara**

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan berhadapan langsung dengan yang diwawancarai tetapi dapat juga diberikan daftar pertanyaan terlebih dahulu untuk dijawab pada kesempatan lain. Wawancara merupakan alat re-cheking atau pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang diperoleh sebelumnya.

1. **Observasi**

Teknik pengambilan data dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti, sehingga didapatkan gambaran yang jelas mengenai objek yang diteliti dan daerah lokasi penelitian.

1. **Angket (Quisioner)**

Kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut. Daftar pertanyaan dapat bersifat terbuka, yaitu jika jawaban tidak ditentukan sebelumnya oleh peneliti dan dapat bersifat tertutup, yaitu alternatif jawaban telah ditentukan sebelumnya oleh peneliti.

* 1. **Teknik Pengumpulan Data**

Jenis data yang digunakan meliputi data primer dan data sekunder. Data primer adalah data mentah yang diperoleh si peneliti berdasarkan pada pengamatan langsung di lapangan atau objek penelitian melalui wawancara dengan responden, yaitu konsumen sayur orgnik dengan menggunakan kuesioner (angket) yang sudah dibuat terlebih dahulu. Sedangkan data sekunder adalah data yang sudah tersedia dan diperoleh dari instansi atau dinas dan lembaga yang terkait dengan penelitian seperti: Badan Pusat Statistik, Kementrian Perindustrian dan lainnya (Juliandi dan Irfan, 2014).

* 1. **Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data dalam penelitian ini merupakan upaya pengukuran secara kuantitatif dari hasil pengumpulan data yang bersifat kualitatif dan untuk  
selanjutnya dilakukan analisa atas hasil pengukuran tersebut. Dalam penelitian ini teknik analisa dibagi menjadi dua (2) tahap yaitu:

1. **Analisis Deskriptif**

Untuk menjawab rumusan masalah pertama yaitu “Karakteristik konsumen sayur organik di pasar modern Alfamidi Kecamatan Medan Johor” diselesaikan dengan menggunakan analisis deskriptif. Analisis ini menggambarkan tentang ciri seseorang yang akan mempengaruhi proses keputusan pembelian, yaitu usia, jenis kelamin dan pekerjaan.

1. **Analisis Skala Likert**

Untuk menjawab rumusan masalah kedua yaitu ‘’Persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian sayur organik di rumah sayur kak hen” diselesaikan dengan menggunakan skala likert dan memberikan skor pada kuisoner kemudian di interpretasikan dalam bentuk narasi. Menurut Sugiyono (2016), skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Menggunakan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak ukur untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban setiap item instrumen menggunakan gradasi sangat positif sampai sangat negatif. Dengan skor dari setiap indikator sebagai berikut :

Sangat Setuju (SS) = 5

Setuju (S) = 4

Netral (N) = 3

Tidak Setuju (TS) = 2

Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

1. **Interpretasi Skor Perhitungan**

Agar mendapatkan hasil interpretasi, terlebih dahulu harus diketahui nilai skor tertinggi (maksimal), indeks skor dan interval skor.

1. Menghitung Skor Maksimal

Skor Maksimal = Jumlah Responden x Skor Tertinggi Likert x Jumlah Pertanyaan

1. Menghitung Indeks Skor

Indeks Skor (%) = x 100%

1. Rumus Interval

I=

**Tabel 3.2 Interval Skor Jawaban Likert**

|  |  |
| --- | --- |
| **Indeks Skor** | **Keterangan** |
| 0% - 19.99 % | Sangat Buruk |
| 20% - 39.99% | Buruk |
| 40% - 59,99% | Netral |
| 60% - 79,99% | Baik |
| 80% - 100% | Sangat Baik |

*Sumber: Data Primer diolah, 2023*

Menentukan hipotesis persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian sayur organik di pasar modern adalah sebagai berikut :

H0: Diduga persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian sayur organik di rumah sayur kak hennetral atau buruk.

H1: Diduga persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian sayur organik dirumah sayur kak hen baik.

Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

H0: Skore Persepsi < 60%

H1: Skore Persepsi ≥ 60%

H0 diterima dan H1 ditolak jika persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian sayur organik di rumah sayur kak hen netral atau buruk dengan nilai Skore Persepsi < 60%.

H1 diterima dan H0 ditolak persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian sayur organik dirumah sayur kak hen baik dengan nilai Skore Persepsi ≥ 60%.

* 1. **Defenisi Operasional dan Batasan Operasional**
     1. **Defenisi Operasional**

1. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli sayur organik di rumah sayur kak hen
2. Sayur organik rumah sayur kak hen memiliki kemanarikan warna yang baik dan sangat hijau.
3. Persepsi konsumen adalah proses seorang konsumen dalam menyeleksi dan menginterpretasikan informasi pemilihan produk berdasarkan pengalaman, kebutuhan dan peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh guna mendapatkan arti atau keputusan.
4. Harga adalah ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya. Harga sayur organik di rumah sayur kak hen sesuai dengan kualitas produk yang di dapat.
5. Kualitas produk sayur organik terjamin baik, karena tidak menggunakan pupuk kimia dan pestisida
6. Lokasi rumah sayur kak hen mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen.
7. Keputusan pembelian konsumen sayur organik merupakan tahapan-tahapan tertentu untuk keputusan terakhir dalam pembelian suatu produk, juga bisa di pengaruhi kebiasaan membeli produk tersebut.
   * 1. **Batasan Operasional**
8. Penelitian ini dilakukan di Rumah sayur kak hen desa bandar setia kecamatan percut sei tuan.
9. Penelitian ini dilakukan pada Oktober 2022 sampai Desember 2022.
10. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang sudah pernah membeli sayur di rumah sayur kak hen tersebut yaitu sebesar 30 responden.
11. Metode penentuan jumlah sampel yg digunakan adalah random sampling