

### III. METODE PENELITIAN

#### A. Konsep Dasar dan Definisi Operasional

Konsep dasar dan definisi operasional mencakup pengertian dan analisis data yang sesuai dengan tujuan penelitian.

Sayuran kubis (kubis telur atau kol) merupakan tanaman dwimusim (*biennial*) yaitu pertumbuhan vegetative pada tahun pertama dan generatif pada tahun berikutnya, dan ada pula yang bersifat tahunan (*perennial*) sampai 5 tahun.

Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan, produk atau jasa termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini (Setiadi, 2010). Dalam hal ini termasuk motivasi, persepsi dan sikap konsumen dalam membeli kubis segar di Pasar Pasir Gintung.

Variabel independen atau variabel bebas (X) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen atau variabel terikat (Y) (Sugiyono, 2009). Variabel X pada penelitian ini terdiri dari faktor internal dan faktor eksternal.

Faktor internal ( $X_1$ ) adalah faktor yang berasal dari dalam diri seseorang. Faktor internal terdiri dari: pengetahuan, kebiasaan, keinginan, kebutuhan, dan pendapatan.

Pengetahuan adalah segala sesuatu yang berasal dari teori yang dipelajari maupun berasal dari penginderaan terhadap objek. Menurut KBBI (1998), pengetahuan adalah sesuatu hal yang diketahui; kepandaian.

Pengetahuan konsumen terhadap kandungan gizi kubis adalah seorang konsumen mengetahui kandungan gizi yang terkandung pada kubis yang dibeli dan dikonsumsi. Pengetahuan kandungan gizi diukur dengan menggunakan skala likert yaitu sangat tahu (5), tahu (4), ragu-ragu (3), tidak tahu (2), dan sangat tidak tahu (1).

Pengetahuan konsumen terhadap kualitas kubis adalah seorang konsumen mengetahui kualitas kubis yang dibeli dan dikonsumsi. Diukur dengan menggunakan skala likert yaitu sangat tahu (5), tahu (4), ragu-ragu (3), tidak tahu (2), dan sangat tidak tahu (1).

Kebiasaan adalah keseharian seorang konsumen yang menjadi tradisi. Menurut KBBI (1998), adalah sesuatu yang biasa dikerjakan dan sebagainya.

Kebiasaan konsumen mengkonsumsi kubis adalah seorang konsumen yang kesehariannya mengkonsumsi kubis sehingga menjadi tradisi. Diukur dengan menggunakan skala likert yaitu sangat sering (5), sering (4), ragu-ragu (3), tidak sering (2), dan sangat tidak sering (1).

Keinginan adalah kehendak yang diinginkan seorang untuk mencapai sesuatu.

Keinginan konsumen mengkonsumsi kubis adalah kehendak seorang konsumen untuk mengkonsumsi kubis karena rasa yang enak. Diukur dengan menggunakan skala likert yaitu sangat enak (5), enak (4), ragu-ragu (3), tidak enak (2), dan sangat tidak enak (1).

Keinginan konsumen membeli kubis adalah kehendak seorang konsumen untuk membeli kubis karena terlihat bagus-bagus. Diukur dengan menggunakan skala likert yaitu sangat bagus (5), bagus (4), ragu-ragu (3), tidak bagus (2), dan sangat tidak bagus (1).

Kebutuhan adalah sesuatu yang harus dipenuhi seorang dimana keadaan manusia merasakan suatu kekurangan dan berupaya untuk memenuhi kekurangan tersebut.

Kebutuhan konsumen terhadap kalori kalori yaitu sesuatu yang harus dipenuhi seorang konsumen dalam mengkonsumsi kubis untuk memenuhi kalori dalam tubuhnya. Diukur dengan menggunakan skala likert yaitu sangat butuh (5), butuh (4), ragu-ragu (3), tidak butuh (2), dan sangat tidak butuh (1).

Kebutuhan konsumen terhadap komposisi makanan yaitu kebutuhan kubis yang harus dipenuhi seorang konsumen sebagai komposisi bahan makanan. Diukur dengan menggunakan skala likert yaitu sangat butuh (5), butuh (4), ragu-ragu (3), tidak butuh (2), dan sangat tidak butuh (1).

Pendapatan adalah penghasilan seseorang yang berasal dari pekerjaannya atau usahanya dalam bentuk uang (Rp/ Rupiah).

Pendapatan untuk konsumsi kubis yaitu penghasilan seorang konsumen yang berasal dari pekerjaannya yang diperuntukan untuk konsumsi kubis yang mencukupinya. Diukur dengan menggunakan skala likert yaitu sangat cukup (5), cukup (4), ragu-ragu (3), tidak cukup (2), dan sangat tidak cukup (1).

Pendapatan konsumen untuk membeli kubis yaitu penghasilan seorang konsumen yang berasal dari pekerjaannya yang diperuntukan untuk membeli kubis (Rp). Diukur dengan menggunakan skala likert yaitu sangat setuju (5), setuju (4), ragu-ragu (3), tidak setuju (2), dan sangat tidak setuju (1).

Faktor eksternal ( $X_2$ ) adalah faktor yang berasal dari luar diri seseorang. Faktor eksternal terdiri dari: harga kubis, warna kubis, kesegaran kubis, kepadatan kubis, ketersediaan kubis, daya simpan kubis, kebersihan kubis, keamanan kubis, pelayanan pasar, dan kenyamanan pasar.

Harga adalah nilai suatu produk yang diukur dengan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk dapat ditukarkan.

Harga kubis yaitu nilai suatu produk kubis yang diukur dengan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk dapat ditukarkan dengan kubis segar dengan harga yang murah. Diukur dengan menggunakan skala likert yaitu sangat

murah (5), murah (4), ragu-ragu (3), tidak murah (2), dan sangat tidak murah (1).

Warna kubis adalah penampilan fisik kubis yang dilihat dari kecerahan warna yang sangat cerah. Diukur dengan menggunakan skala likert yaitu sangat cerah (5), cerah (4), ragu-ragu (3), tidak cerah (2), dan sangat tidak cerah (1).

Kesegaran kubis adalah layu tidaknya kubis yang dibeli oleh seorang konsumen. Diukur dengan menggunakan skala likert yaitu sangat segar (5), segar (4), ragu-ragu (3), tidak segar (2), dan sangat tidak segar (1).

Kepadatan kubis adalah padat atau tidaknya kubis pada tiap kropnya sehingga seorang konsumen tertarik untuk membelinya. Diukur dengan menggunakan skala likert yaitu sangat padat (5), padat (4), ragu-ragu (3), tidak padat (2), dan sangat tidak padat (1).

Ketersediaan kubis adalah selalu tersedianya kubis segar di Pasar Pasir Gintung, sehingga konsumen terdorong untuk membelinya. Diukur dengan menggunakan skala likert yaitu sangat tersedia (5), tersedia (4), ragu-ragu (3), tidak tersedia (2), dan sangat tidak tersedia (1).

Daya simpan kubis yaitu lamanya waktu kubis bertahan dalam kondisi tetap baik dalam beberapa hari sehingga seorang konsumen tertarik untuk membelinya. Diukur dengan menggunakan skala likert yaitu sangat tahan lama (5), tahan lama (4), ragu-ragu (3), tidak tahan lama (2), dan sangat tidak tahan lama (1).

Kebersihan kubis adalah bersih atau tidaknya kubis segar yang dijual di Pasar Pasir Gintung sehingga konsumen tertarik untuk membelinya. Diukur dengan menggunakan skala likert yaitu sangat bersih (5), bersih (4), ragu-ragu (3), tidak bersih (2), dan sangat tidak bersih (1).

Keamanan kubis adalah aman atau tidaknya kubis segar untuk dikonsumsi dengan kadar residu rendah sehingga konsumen tertarik membelinya.

Diukur dengan menggunakan skala likert yaitu sangat aman (5), aman (4), ragu-ragu (3), tidak aman (2), dan sangat tidak aman (1).

Pelayanan pasar adalah interaksi antara pedagang dan pembeli, apakah sudah baik atau belum baik sehingga konsumen tertarik untuk membeli kubis di Pasar Pasir Gintung. Diukur dengan menggunakan skala likert yaitu sangat baik (5), baik (4), ragu-ragu (3), tidak baik (2), dan sangat tidak baik (1).

Kenyamanan pasar adalah nyaman atau tidaknya seorang konsumen berbelanja di Pasar Pasir Gintung. Diukur dengan menggunakan skala likert yaitu sangat baik (5), baik (4), ragu-ragu (3), tidak baik (2), dan sangat tidak baik (1).

Variabel dependen atau variabel terikat (Y) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (X). sehingga variabel faktor internal ( $X_1$ ) dan faktor eksternal ( $X_2$ ) merupakan faktor indikatif yang menjadi tolok ukur persepsi ( $Y_1$ ), motivasi ( $Y_2$ ) dan sikap ( $Y_3$ ).

Persepsi adalah argumen atau pendapat seseorang mengenai kubis segar sebagai bentuk tanggapan atau respon terhadap sesuatu yang disampaikan, berdasarkan pikiran-pikirannya. Indikator yang digunakan pada variabel persepsi ( $Y_1$ ) adalah pemahaman, penafsiran, tanggapan inderawi dan proses mengingat.

Menurut KBBI (1998), pemahaman adalah proses, perbuatan, cara memahami atau memahamkan. Pemahaman yaitu proses belajar yang lebih mendalam sehingga menjadi sangat mengetahui persis terhadap sebuah teori maupun pengalaman terhadap suatu objek atau hal-hal yang diterimanya berdasarkan fakta-fakta.

Pemahaman konsumen terhadap gizi kubis yaitu seorang konsumen sangat mengetahui persis bahwa kandungan gizi pada kubis dapat memenuhi kebutuhan gizinya. Diukur dengan menggunakan skala likert yaitu sangat paham (5), paham (4), ragu-ragu (3), tidak paham (2), dan sangat tidak paham (1).

Pemahaman konsumen terhadap kualitas kubis yaitu seorang konsumen sangat mengetahui persis kualitas atau mutu kubis yang baik. Diukur menggunakan skala likert yaitu sangat paham (5), paham (4), ragu-ragu (3), tidak paham (2), dan sangat tidak paham (1).

Penafsiran adalah proses, perbuatan, cara menafsirkan; upaya untuk menjelaskan arti sesuatu yang kurang jelas; kupasan.

Penafsiran konsumen terhadap kesehatan yaitu seorang konsumen menafsirkan bahwa kubis apabila dikonsumsi dapat menjaga kesehatannya.

Diukur menggunakan skala likert yaitu sangat setuju (5), setuju (4), ragu-ragu (3), tidak setuju (2), dan sangat tidak setuju (1).

Penafsiran konsumen terhadap kualitas hidup yaitu seorang konsumen menafsirkan bahwa kubis apabila dikonsumsi dapat meningkatkan kualitas hidupnya menjadi lebih baik karena terpenuhinya kepuasan dalam hati.

Diukur menggunakan skala likert yaitu sangat setuju (5), setuju (4), ragu-ragu (3), tidak setuju (2), dan sangat tidak setuju (1).

Penafsiran konsumen terhadap antioksidan pada kubis yaitu bahwa seorang konsumen menafsirkan bahwa kubis terdapat kandungan antioksidan yaitu zat anti penuaan yang terkandung dalam sayuran dan buah. Diukur menggunakan skala likert yaitu sangat setuju (5), setuju (4), ragu-ragu (3), tidak setuju (2), dan sangat tidak setuju (1).

Tanggapan inderawi adalah respon atau tanggapan yang diperoleh dari rangsangan indera.

Tanggapan konsumen terhadap kebugaran yaitu seorang konsumen beranggapan bahwa dengan mengkonsumsi kubis dapat menjadikan tubuh bugar atau dalam melakukan aktivitas sehari-hari menjadi tidak mudah lelah. Diukur menggunakan skala likert yaitu sangat setuju (5), setuju (4), ragu-ragu (3), tidak setuju (2), dan sangat tidak setuju (1).

Tanggapan konsumen terhadap awet muda yaitu seorang konsumen beranggapan bahwa dengan mengkonsumsi kubis dapat menjadi awet muda atau tidak mengalami penuaan dini. Diukur menggunakan skala likert yaitu

sangat setuju (5), setuju (4), ragu-ragu (3), tidak setuju (2), dan sangat tidak setuju (1).

Tanggapan konsumen terhadap keindahan kulit yaitu seorang konsumen beranggapan bahwa dengan mengkonsumsi kubis dapat menjadikan kulit indah. Diukur menggunakan skala likert yaitu sangat setuju (5), setuju (4), ragu-ragu (3), tidak setuju (2), dan sangat tidak setuju (1).

Proses mengingat adalah cara seseorang mengenang pengalaman atau kesan di masalah yang pernah dialaminya.

Proses mengingat konsumen terhadap gigitan ulat pada kubis yaitu seorang konsumen ingat bahwa kubis yang aman dikonsumsi adalah yang terdapat bekas gigitan ulatnya karena menunjukkan bahwa sayuran tersebut tidak mengandung pestisida. Diukur menggunakan skala likert yaitu sangat setuju (5), setuju (4), ragu-ragu (3), tidak setuju (2), dan sangat tidak setuju (1).

Proses mengingat konsumen terhadap harga kubis di Pasar Pasir Gintung yaitu seorang konsumen mengingat bahwa harga kubis di Pasar Pasir Gintung adalah yang termurah. Diukur menggunakan skala likert yaitu sangat setuju (5), setuju (4), ragu-ragu (3), tidak setuju (2), dan sangat tidak setuju (1).

Motivasi adalah dorongan seseorang untuk melakukan sebuah tindakan dalam melakukan pembelian kubis segar. Indikator yang digunakan pada variabel motivasi ( $Y_2$ ) adalah dorongan tindakan, tujuan jiwa, rangsangan keinginan dan kepuasan.

Dorongan tindakan yaitu anjuran yang keras dari dalam diri seseorang untuk melakukan sesuatu sesuai dengan apa yang diinginkannya.

Dorongan tindakan terhadap kesegaran kubis yaitu seorang konsumen terdorong membeli kubis karena sayuran tersebut terlihat segar. Diukur menggunakan skala likert yaitu sangat setuju (5), setuju (4), ragu-ragu (3), tidak setuju (2), dan sangat tidak setuju (1).

Dorongan tindakan terhadap harga kubis yaitu seorang konsumen terdorong membeli kubis karena harga yang terjangkau. Diukur menggunakan skala likert yaitu sangat setuju (5), setuju (4), ragu-ragu (3), tidak setuju (2), dan sangat tidak setuju (1).

Dorongan tindakan terhadap kebutuhan kubis yaitu seorang konsumen terdorong membeli kubis karena kebutuhan untuk makan dan dimasak. Diukur menggunakan skala likert yaitu sangat setuju (5), setuju (4), ragu-ragu (3), tidak setuju (2), dan sangat tidak setuju (1).

Tujuan jiwa adalah maksud atau tuntutan (kehendak) yang berasal dari dalam diri seseorang untuk mencapai apa yang diinginkannya.

Tujuan jiwa karena kandungan gizi kubis yaitu seorang konsumen memiliki kehendak membeli kubis karena kandungan gizi kubis tersebut. Diukur dengan skala likert yaitu sangat setuju (5), setuju (4), ragu-ragu (3), tidak setuju (2) dan sangat tidak setuju (1).

Tujuan jiwa karena perawatan kecantikan yaitu seorang konsumen memiliki kehendak membeli kubis untuk perawatan kecantikan agar kulitnya menjadi

indah. Diukur dengan menggunakan skala likert yaitu sangat setuju (5), setuju (4), ragu-ragu (3), tidak setuju (2), dan sangat tidak setuju (1).

Rangsangan keinginan adalah dorongan apa yang diinginkan terhadap sesuatu.

Rangsangan keinginan terhadap kubis untuk membuat masakan yang enak yaitu keinginan seorang konsumen membeli kubis untuk membuat masakan yang enak. Diukur menggunakan skala likert yaitu sangat setuju (5), setuju (4), ragu-ragu (3), tidak setuju (2), dan sangat tidak setuju (1).

Rangsangan keinginan karena rasa yang menyegarkan pada kubis yaitu seorang konsumen ingin membeli kubis karena rasa yang menyegarkan. Diukur dengan menggunakan skala likert yaitu sangat menyegarkan (5), menyegarkan (4), ragu-ragu (3), tidak menyegarkan (2), dan sangat tidak menyegarkan (1).

Kepuasan adalah kelegaan karena tercapainya sebuah keinginan.

Kepuasan konsumen terhadap vitamin yang terkandung pada kubis yaitu seorang konsumen merasa puas karena kandungan vitamin pada kubis yang dikonsumsinya. Diukur dengan menggunakan skala likert yaitu sangat puas (5), puas (4), ragu-ragu (3), tidak puas (2), dan sangat tidak puas (1).

Kepuasan konsumen terhadap penampilan kubis yaitu seorang konsumen sangat merasa puas karena penampilan kubis yang mulus. Diukur dengan menggunakan skala likert yaitu sangat puas (5), puas (4), ragu-ragu (3), tidak puas (2), dan sangat tidak puas (1).

Kepuasan konsumen terhadap khasiat kubis yaitu seorang konsumen merasa puas karena khasiat kubis yang dapat mencegah penuaan. Diukur dengan menggunakan skala likert yaitu sangat puas (5), puas (4), ragu-ragu (3), tidak puas (2), dan sangat tidak puas (1).

Sikap ( $Y_3$ ) adalah kesiapan seseorang dalam bertindak untuk melakukan pembelian kubis segar di Pasar Pasir Gintung berdasarkan objek yang diamati. Indikator sikap pada penelitian ini adalah tindakan, reaksi, dan respon.

Menurut KBBI (1998), tindakan adalah perbuatan; sesuatu yang dilakukan, atau sesuatu yang dilaksanakan untuk mengatasi sesuatu.

Tindakan terhadap ketertarikan kubis adalah seseorang akan melakukan perbuatan membeli karena kubis terlihat menarik. Diukur dengan menggunakan skala likert yaitu sangat setuju (5), setuju (4), ragu-ragu (3), tidak setuju (2), dan sangat tidak setuju (1).

Tindakan terhadap kandungan gizi kubis adalah seseorang akan melakukan perbuatan membeli karena kandungan gizi yang terkandung pada kubis. Diukur dengan menggunakan skala likert yaitu sangat setuju (5), setuju (4), ragu-ragu (3), tidak setuju (2), dan sangat tidak setuju (1).

Reaksi adalah kegiatan (aksi, protes dsb) yang timbul akibat suatu gejala atau suatu peristiwa atau tanggapan (respon) terhadap suatu aksi.

Reaksi konsumen terhadap kubis untuk kecantikan adalah seorang konsumen merasa senang membeli dan mengonsumsi kubis untuk kecantikan. Diukur dengan menggunakan skala likert yaitu sangat senang (5), senang (4), ragu-ragu (3), tidak senang (2), dan sangat tidak senang (1).

Reaksi konsumen terhadap harga kubis seorang konsumen akan beraksi gembira karena mendapati harga kubis yang murah. Diukur dengan menggunakan skala likert yaitu sangat gembira (5), gembira (4), ragu-ragu (3), tidak gembira (2), dan sangat tidak gembira (1).

Reaksi konsumen terhadap bekas gigitan ulat pada kubis adalah seorang konsumen akan beraksi bahwa kubis aman dikonsumsi dan bebas dari pestisida karena terdapat bekas gigitan ulatnya. Diukur dengan menggunakan skala likert yaitu sangat tidak khawatir (5), tidak khawatir (4), ragu-ragu (3), khawatir (2), dan sangat khawatir (1).

Reaksi terhadap kualitas kubis seorang konsumen tidak akan merasa kecewa karena mendapat kualitas kubis yang baik. Diukur menggunakan skala likert yaitu sangat setuju (5), setuju (4), ragu-ragu (3), tidak setuju (2), dan sangat tidak setuju (1).

Respon adalah bagian dari reaksi yaitu tanggapan; reaksi; jawaban.

Respon terhadap kandungan gizi yang lengkap pada kubis adalah seorang konsumen merasa kulitnya menjadi indah dan mulus setelah mengonsumsi kubis. Diukur menggunakan skala likert yaitu sangat setuju (5), setuju (4), ragu-ragu (3), tidak setuju (2), dan sangat tidak setuju (1).

Respon terhadap mutu kubis adalah seorang konsumen memiliki respon bahwa kubis yang memiliki mutu yang baik adalah yang terlihat mulus. Diukur dengan menggunakan skala likert yaitu sangat bermutu baik (5) bermutu baik (4), ragu-ragu (3), tidak bermutu baik (2), dan sangat tidak bermutu baik (1).

Respon terhadap bekas gigitan ulat pada kubis adalah seorang akan merespon bahwa kubis tidak mengandung pestisida karena ada bekas gigitan ulatnya. Diukur menggunakan skala likert yaitu sangat setuju (5), setuju (4), ragu-ragu (3), tidak setuju (2), dan sangat tidak setuju (1).

Variabel bebas untuk mengetahui ukuran sikap yaitu persepsi dan motivasi.

#### **B. Lokasi Penelitian, Responden dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian dilakukan di Pasar Pasir Gintung Bandarlampung. Lokasi ini dipilih secara sengaja (*purposive*) karena Pasar Pasir Gintung merupakan Pasar Induk Kota Bandarlampung yang memiliki lokasi strategis, yaitu berada di tengah kota yang memungkinkan pengunjung datang dari berbagai wilayah di Kota Bandarlampung.

Responden pada penelitian ini adalah konsumen rumah tangga yang membeli kubis segar di Pasar Pasir Gintung dan yang bersedia untuk diwawancara serta mengisi kuisioner. Metode penentuan responden dilakukan dengan menggunakan *Accidental Sampling/Sampling Insidental* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan

sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2009).

Jumlah sampel atau responden adalah 60 orang yang mana semakin banyak jumlah responden maka hasilnya akan semakin baik. Hal ini berdasarkan *Teori Bailey* yang menyatakan bahwa untuk penelitian yang menggunakan analisis statistik ukuran responden paling minimum 30 orang (Hasan, 2002). Jumlah sampel atau responden tersebut dianggap sudah mewakili seluruh konsumen yang membeli kubis segar di Pasar Pasir Gintung. Pengambilan data dilakukan pada bulan Februari -Maret 2014, pada hari Sabtu dan Minggu dari pukul 08.00 - 13.00 WIB.

### **C. Jenis Data dan Metode Pengambilan Data**

Jenis data yang dilakukan pada penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer yaitu data yang diperoleh melalui metode wawancara menggunakan kuesioner (daftar pertanyaan) yang telah dipersiapkan dan observasi secara langsung kepada konsumen atau pembeli kubis segar di Pasar Pasir Gintung. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari instansi terkait. Pada penelitian ini data sekunder diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS).

#### **1. Instrumen Penelitian**

Instrumen pada penelitian ini, menggunakan kuesioner dengan alat ukur skala *Likert*. Menurut Sugiyono (2009) Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok

orang tentang fenomena sosial. Dengan metode ini, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Untuk setiap jawaban pada kuesioner akan diberi skor dimulai dari sangat positif dan sangat negatif yang terdiri dari lima gradasi dari tiap-tiap instrumen terdiri dari variabel faktor internal ( $X_1$ ), variabel faktor eksternal ( $X_2$ ), variabel persepsi ( $Y_1$ ), variabel motivasi ( $Y_2$ ), dan variabel sikap ( $Y_3$ ).

## 2. Kisi-kisi instrumen penelitian

### 1) Kisi-kisi instrument variabel faktor internal ( $X_1$ )

Dari uraian konsep dasar dan definisi operasional, faktor internal disusun instrumen sebanyak 10 butir soal. Kisi-kisi instrumen variabel faktor internal dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Kisi-kisi variabel faktor internal.

Variabel	Indikator	Nomor butir
- Faktor Internal	1. Pengetahuan	1, 2
	2. Kebiasaan	3, 4
	3. Keinginan	5, 6
	4. Kebutuhan	7, 8
	5. Pendapatan	9, 10

Sumber: Data diolah, 2013.

### 2) Kisi-kisi instrumen variabel faktor eksternal ( $X_2$ )

Dari uraian konsep dasar dan definisi operasional, faktor eksternal disusun instrumen sebanyak 10 butir soal. Kisi-kisi instrumen variabel faktor eksternal dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Kisi-kisi variabel vaktor eksternal.

Variabel	Indikator	Nomor Butir
- Faktor Eksternal	1. Harga kubis	1
	2. Warna kubis	2
	3. Kesegaran kubis	3
	4. Kepadatan kubis	4
	5. Ketersediaan kubis	5
	6. Daya simpan kubis	6
	7. Kebersihan kubis	7
	8. Keamanan kubis	8
	9. Pelayanan pasar	9
	10. Kenyamanan pasar	10

Sumber: Data diolah, 2013

### 3) Kisi-kisi instumen variabel persepsi, ( $Y_1$ )

Dari uraian konsep dasar dan defnisi operasional, faktor-faktor yang mempengaruhi variabel persepsi ( $Y_1$ ), disusun instrumen sebanyak 10 butir soal. Kisi-kisi instrumen variabel persepsi dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Kisi-kisi variabel persepsi

Vriabel	Indikator persepsi ( $Y_1$ )	Nomor Butir
- Persepsi	1. Pemahaman	1, 2
	2. Penafsiran	3, 4, 5
	3. Tanggapan	6, 7, 8
	4. Proses mengingat	9, 10

Sumber: Data diolah, 2013.

### 4) Kisi-kisi instrumen variabel motivasi ( $Y_2$ )

Dari uraian konsep dasar dan defnisi operasional, indikator-indikator variabel motivasi ( $Y_2$ ) disusun instrumen sebanyak 10 butir soal.

Kisi-kisi instrument variabel motivasi dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Kisi-kisi variabel motivasi

Variabel	Indikator motivasi (Y <sub>2</sub> )	Nomor butir
- Motivasi	1. Dorongan tindakan	1, 2, 3
	2. Tujuan jiwa	4, 5
	3. Rangsangan keinginan	6, 7
	4. Kepuasan	8, 9, 10

Sumber: Data diolah, 2013.

#### 5) Kisi-kisi instrumen variabel sikap (Y<sub>3</sub>)

Dari uraian konsep dasar dan definisi operasional, indikator-indikator variabel sikap (Y<sub>3</sub>) disusun instrument sebanyak 10 butir soal. Kisi-kisi instrumen variabel sikap dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Kisi-kisi variabel sikap (Y<sub>3</sub>).

Variabel	Indikator sikap (Y <sub>3</sub> )	Nomor butir
- Sikap	1. Tindakan	1, 2, 3
	2. Reaksi	4, 5, 6, 7
	3. Respon	8, 9, 10

Sumber: Data diolah, 2013.

## D. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis

Penelitian ini, uji kuesioner menggunakan uji validitas dan reliabilitas, analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis korelasi *Rank Spearman*, analisis deskriptif kuantitatif, dan analisis deskriptif kualitatif. Pengolahan data menggunakan Microsoft excel dan SPSS 16.

### 1. Skala Likert

Menurut Sugiyono (2009) Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Menurut Umar (2005), dengan menggunakan skala *Likert*, peneliti dapat memberi skor pada setiap jawaban sesuai dengan

bobot yang telah ditentukan dalam skala *Likert*. Dengan metode ini, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Untuk setiap jawaban pada kuesioner akan diberi skor dimulai dari sangat positif dan sangat negatif. Skor respon responden akan dijumlahkan dan jumlah ini merupakan total skor yang ditafsirkan sebagai posisi responden dalam skala *Likert*.

Untuk mengetahui faktor internal, faktor eksternal, persepsi, motivasi dan sikap digunakan skala *Likert* dan rentang skala yang terdiri dari 5 sampai dengan 1. Untuk keperluan analisis, skala *Likert* dan skor jawaban responden yang akan digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Skala *Likert* dan skor jawaban responden.

No	Jawaban responden	Skor
1	Sangat setuju/selalu/sangat positif	5
2	Setuju/sering/positif	4
3	Ragu-ragu/kadang-kadang/netral	3
4	Tidak setuju/hampir tidak pernah/negative	2
5	Sangat tidak setuju/tidak pernah/sangat negatif	1

## 2. Uji Validitas dan Uji Reabilitas.

Uji validitas menunjukkan bahwa suatu pengujian benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur (Jogiyanto, 2008). Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2007). Uji validitas bertujuan untuk mengetahui ketepatan dan kecermatan suatu instrumen alat ukur. Pada penelitian ini uji validitas

menggunakan korelasi *Spearman*. Hal ini digunakan untuk mengukur keeratan antara dua variabel yang menggunakan pengukuran data ordinal. Pada uji validitas, akan dilakukan setelah dilakukannya pengisian kuesioner yang dalam bentuk rentang skala yang dimulai dari jawaban yang sangat positif hingga jawaban yang sangat negatif. Kuesioner akan dinyatakan valid apabila dalam uji validitas memiliki nilai signifikan sebesar 0,01 - 0,05. Kuesioner yang telah diisi dilakukan validitas yaitu kuesioener uji coba. Uji validitas pada penelitian ini menggunakan rumus:

$$r_s = \frac{\sum R(x)R(y) - n(n+1/2)^2}{\sqrt{[\sum(R(x))^2 - n(n+1/2)^2][\sum(R(y))^2 - n(n+1/2)^2]}} \dots\dots\dots(1)$$

Keterangan:

- r : koefisien kolerasi
- x : banyak butir pertanyaan variabel 1
- y : banyak butir pertanyaan variabel 2
- n : jumlah responden

Reliabilitas adalah tingkat keandalan kuesioner. Uji Reliabilitas digunakan setelah melakukan uji validitas. Uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan alat ukur dapat dipercaya dan konsisten besarnya ditunjukkan oleh nilai koefisien reliabilitas. Koefisien reliabilitas diperoleh dengan menggunakan rumus *apha cronbach*, bila alpha cronbach < 0,6 maka dinyatakan tidak *reliable* dan sebaliknya dinyatakan *reliable* apabila *alpha cronbach* > 0,6 (Suliyanto, 2011).

Teknik uji reliabilitas alpha cronbach menggunakan rumus:

$$r = \left(\frac{k}{k-1}\right) \left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2}\right) \dots\dots\dots(2)$$

Keterangan:

$r$	: reliabilitas instrument
$k$	: banyak butir pertanyaan
$\sum \sigma b^2$	: jumlah ragam butir
$\sigma t^2$	: ragam total

### 3. Analisis Korelasi Rank Spearman

Koefisien korelasi *rank Spearman* ( $r_s$ ) adalah ukuran asosiasi yang menuntut kedua variabel diukur sekurang-kurangnya dalam skala ordinal sehingga obyek-obyek atau individu yang dipelajari dapat diranking dalam rangkaian berurut (Siegel, 1997). Kolerasi Spearman Rank digunakan mencari hubungan atau untuk menguji signifikansi hipotesis asosiatif bila masing-masing variabel yang dihubungkan berbentuk ordinal, dan sumber data antar variabel tidak harus sama (Sugiyono, 2001). Metode korelasi *rank* (peringkat) *Spearman* digunakan apabila pengukuran kuantitatif secara eksak sulit atau tidak dilakukan. Dengan mengukur koefisien korelasinya hanya disyaratkan bawa pengukuran kedua variabelnya sekurang-kurangnya dalam skala ordinal sehingga individu-individu yang diamati dapat diberi peringkat dalam dua rangkaian berurutan (Firdaus, 2004).

Koefisien kolerasi *rank Spearman* dinotasikan dengan  $r_s$  dan dapat dirumuskan sebagai berikut.

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum_{i=1}^n d_i^2}{n(n^2-1)} \dots\dots\dots(3)$$

Dimana:

- $d_i$  : menunjukkan perbedaan setiap pasang *rank*
- $n$  : menunjukkan jumlah pasangan *rank*

Langkah-langkah dalam menghitung koefisien kolerasi rank Spearman dilakukan sebagai berikut:

- a. Nilai pengamatan dari dua variabel yang akan diukur diberi peringkat.  
Bila ada nilai pengamatan yang sama dihitung peringkat rata-ratanya.
- b. Setiap pasang peringkat dihitung perbedaannya ( $d_i$ ).
- c. Perbedaan setiap peringkat tersebut dikuadratkan ( $d_i^2$ ) dan kemudian dihitung jumlahnya ( $\sum d_i^2$ ).
- d. Menghitung koefisien kolerasi.

Proses pengujian hipotesis koefisien kolerasi populasi dilakukan sebagai berikut:

- 1) Hipotesis :  $H_0 : \rho = 0$  (tidak ada hubungan antara variabel X dengan variabel Y)

$H_1 : \rho \neq 0$  (ada hubungan antara variabel X dengan variabel Y)

- 2) Uji signifikansi harga observasi  $r$ , tergantung pada besarnya sampel.

Pada penelitian ini sampel yang digunakan lebih dari 10 ( $n \geq 10$ ) maka digunakan tabel nilai  $t$ , dimana harga  $t$  observasi dihitung dengan rumus:

$$t = r_s \sqrt{\frac{n-2}{1-r_s^2}} \dots \dots \dots (4)$$

Dimana:

$t$  : nilai  $t$  yang dihitung  
 $n$  : jumlah sampel

- 3)  $H_0$  ditolak bila  $t$  hitung lebih besar daripada nilai  $t$  tabel.
- 4)  $H_0$  diterima apabila  $t$  hitung akan sama dengan nilai  $t$  tabel.

#### **4. Analisis deskriptif kuantitatif dan kualitatif**

Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode analisis deskriptif kuantitatif dan deskriptif kualitatif. Analisis deskriptif kuantitatif digunakan untuk mengetahui hasil faktor internal dan eksternal dan hubungan faktor internal dan eksternal dengan persepsi, persepsi dan hubungan persepsi dengan motivasi, motivasi dan hubungan motivasi dengan sikap. Deskriptif kualitatif digunakan untuk menjelaskan faktor internal dan eksternal dan hubungan faktor internal dan eksternal dengan persepsi, persepsi dan hubungan persepsi dengan motivasi, motivasi dan hubungan motivasi dengan sikap.