

## **BAB III. METODE PENELITIAN**

### **A. Ruang Lingkup Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Baturaja. Penentuan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*) karena Kota Baturaja merupakan Kota yang masih dalam proses perkembangan yang dimana masih banyak industri jamu di daerah tersebut. Penelitian dilaksanakan pada bulan Februari sampai Juli 2022.

### **B. Metode Penelitian**

Metode penelitian adalah metode ilmiah yang digunakan untuk memperoleh data atau fakta yang ada dan menemukan informasi faktual terkini. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Menurut Sugiyono (2017), metode survei adalah teknik pengumpulan data atau informasi pada populasi yang besar dengan menggunakan sampel yang relatif lebih kecil. Metode ini juga dilakukan dengan mengadakan pengamatan secara langsung terhadap suatu proses yang tengah berjalan atau berlangsung.

### **C. Metode Penarikan Contoh**

Metode pengambilan sampel menggunakan *Accidental Sampling* dengan mengambil 30 konsumen pembeli jamu tradisional pada pasar tradisional Kemalaraja di Kota Baturaja yaitu sebanyak 30 konsumen.

## **D. Metode Pengumpulan Data dan Pengolahan Data**

Untuk mendapatkan data yang valid dan akurat, penulis menggunakan metode pengumpulan data dengan jenis dan sumber data penelitian merupakan faktor yang penting yang menjadi pertimbangan yang menentukan metode pengumpulan data. Data yang digunakan dalam penelitian di Kota Baturaja Ini menggunakan data yaitu data primer dan data sekunder.

### **1. Data primer**

Dalam penelitian ini data yang diambil berdasarkan kuesioner yang diwawancarakan kepada masyarakat. Data primer tersebut meliputi identitas pelaku usaha jamu tradisional, apakah jamu tradisional dapat dikonsumsi pada kalangan semua usia.

### **2. Data Sekunder**

Dalam penelitian, di peroleh data dari Badan Pusat Statistik Sumatra Selatan.

Metode pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan metode analisis data sebagai berikut:

#### **a. Analisis Deskriptif**

Metode analisis deskriptif merupakan metode yang digunakan dengan mengadakan pengumpulan data dan menganalisis data yang diperoleh sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang telah diteliti. Dalam penelitian ini analisis deskriptif digunakan untuk menjelaskan keadaan perusahaan atau gambaran obyek serta lokasi perusahaan, karyawan perusahaan yaitu perusahaan abon jamu Ailani.

## b. Analisis Kuantitatif

Untuk menjawab rumusan masalah pertama digunakan skala likert. Skala likert merupakan skala yang berisi lima tingkat jawaban mengenai kesetujuan responden terhadap statement atau pernyataan yang dikemukakan melalui opsi jawaban yang disediakan. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Adapun skala likert yang dimaksud adalah sebagai berikut:

- Sangat Setuju (SS) score 5
- Setuju (S) score 4
- Ragu-Ragu (RG) score 3
- Tidak Setuju (TS) score 2
- Sangat Tidak Setuju score (STS) 1

Sumber: Sugiyono (2019)

Hasil perhitungan dari skor atau nilai kemudian digunakan dalam pengelompokan perilaku pembelian konsumen dengan pengelompokan dengan variable dan indikator atribut sebagai berikut:

No	Variabel/atribut	Indikator	Keterangan					No Item
	Keputusan Konsumen (Y)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Keputusan Pembelian</li> </ul>	1 : Selalu Membeli (setiap hari) 2 : Sering kali ( $\pm 3$ hari) Sekali 3 : Jarang Membeli ( $\pm 7$ hari) Sekali					
			1	2	3	4	5	
1	Kemasan (X1)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tampilan luar yang membungkus jamu tradisional sehingga lebih menarik dan terjaga kebersihannya.</li> </ul>						1
2	Khasiat dan Rasa (X2)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rasa dari jamu tradisional enak</li> </ul>						2
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Kesesuaian rasa dengan khasiat yang di dapatkan konsumen</li> </ul>						3
3	Batas waktu penggunaan (X3)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Batas waktu penggunaan masih cukup lama</li> </ul>						4
4	Keamanan Produk (X4)	<ul style="list-style-type: none"> <li>BPOM</li> </ul>						5

Kemudian, untuk menyelesaikan rumusan masalah kedua yaitu dilanjutkan dengan analisis statistik yang dilakukan dengan menggunakan analisis korelasi spearman rank, Uji Rank Spearman digunakan untuk menguji hipotesis korelasi dengan skala pengukuran variabel minimal ordinal, dengan rumus sebagai berikut:

$$\rho = \frac{6 \sum d_i^2}{n(n^2-1)}$$

Keterangan:

$\rho$  : nilai korelasi Spearman Rank

$d_i^2$ : Selesih setiap pasangan rank

$n$  : jumlah pasangan rank untuk spearman ( $5 < n < 30$ )

Analisis spearman rank merupakan alat analisis yang menjelaskan tentang hubungan dan besarnya akibat yang ditimbulkan oleh satu atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Metode ini digunakan untuk menganalisis pengaruh dari variabel independen yaitu (kemasan, khasiat dan rasa, harga dan batas waktu penggunaan) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian).

Tabel 1. Kriteria Terima dan Tolak Hipotesis

No	Parameter	Nilai	Interpretasi
1	$\rho_{hitung}$ dan $\rho_{tabel}$ . $\rho_{tabel}$ dapat dilihat pada Tabel J (Tabel Uji Rank Spearman) yang memuat $\rho_{tabel}$ , pada berbagai $n$ dan tingkat kemaknaan $\alpha$	$\rho_{hitung} \geq \rho_{tabel}$	Ho ditolak Ha diterima
		$\rho_{hitung} < \rho_{tabel}$	Ho diterima Ha ditolak
2	Kekuatan korelasi $\rho_{hitung}$	0.000-0.199	Sangat Lemah
		0.200-0.399	Lemah
		0.400-0.599	Sedang
		0.600-0.799	Kuat
		0.800-1.000	Sangat Kuat
3	Arah Korelasi $\rho_{hitung}$	+ (positif)	Searah, semakin besar nilai $x_i$ semakin besar pula nilai $y_i$
		- (negatif)	Berlawanan arah, semakin besar nilai $x_i$ semakin kecil nilai $y_i$ , dan sebaliknya

Sumber : Latief A.K, (2017)