

### **III. METODE PENELITIAN**

#### **A. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian dilaksanakan di Pasar Modern Citimall Baturaja yang terletak di Kecamatan Baturaja Timur, Kabupaten Ogan Komering Ulu. Lokasi ini dipilih secara sengaja (*Purposive*). Berdasarkan pertimbangan Pasar modern Citimall adalah salah satu pasar modern yang ada di Kota Baturaja dengan fasilitas yang lengkap salah satunya kebutuhan sehari-hari seperti sayuran. Pelaksanaan penelitian dilakukan pada bulan April - Juni 2025. Pengambilan data di lapangan akan dilakukan pada bulan Mei 2025.

#### **B. Metode Penelitian**

Dalam penelitian ini digunakan pendekatan kuantitatif dengan cara pengumpulan data melalui survei. Sriati (2018), menjelaskan bahwa penelitian survei adalah metode Pencarian data yang dilakukan dengan menggunakan formulir pertanyaan (kuesioner) yang disebarakan untuk para responden. Jawaban dari responden dalam penelitian ini memungkinkan peneliti untuk menarik kesimpulan dan menggeneralisasi hasil penelitian kepada populasi yang diwakili oleh responden.

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

Metode penarikan contoh dalam penelitian ini menggunakan teknik *Accidental sampling*. Menurut Sugiono (2017), *Accidental sampling* merupakan teknik pengambilan sampel didasarkan pada pertemuan secara kebetulan, di mana

individu yang secara tidak sengaja dijumpai oleh peneliti dapat dijadikan sebagai sampel. Adapun jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini 60 responden, 30 sampel diambil berasal dari pelanggan yang membeli sayur di pasar modern dan 30 sampel diambil dari pelanggan yang membeli sayur di pasar tradisional. Penelitian yang menggunakan analisis statistik memerlukan paling sedikit 30 sampel sebagai ukuran minimum (Wirartha, 2006).

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

Data yang digunakan Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer. Data Primer adalah data yang didapatkan langsung dari individu yang ditemui pada saat pengambilan data oleh peneliti. Penelitian ini mengandalkan data primer yang dikumpulkan melalui wawancara dan membagikan kuesioner yang disediakan.

- a. Wawancara: Salah satu metode yang digunakan untuk mengumpulkan data yang dilakukan secara langsung melalui pertemuan tatap muka dengan narasumber dalam bentuk tanya jawab.
- b. Kuesioner: pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran sejumlah pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada responden, dengan tujuan memperoleh jawaban sesuai dengan persepsi atau pengalaman mereka.

Untuk menjawab rumusan masalah pertama (1) dan kedua (2) Metode yang digunakan yaitu regresi biner logistik, uji koefisien determinan (*Negelkerke R Square*), uji hipotesis yang meliputi uji wald dan uji omnibus. Semua uji tersebut menggunakan bantuan SPSS.

## 1. Regresi biner logistik

Menurut Hosmer dan Lemeshow (2000), regresi logistik biner merupakan metode analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen yang bersifat biner. Metode ini digunakan untuk menjawab rumusan masalah pertama dan kedua sebagai berikut:

- a) Bagaimana pengaruh faktor sosial ekonomi konsumen terhadap keputusan pembelian sayur di pasar modern Citimall Baturaja

$$\text{Log} \left( \frac{Y}{1-Y} \right) = \beta_0 + \beta_1 \text{Log}X_1 + \beta_2 \text{Log}X_2 + \beta_3 \text{Log}X_3 + \beta_4 \text{Log}X_4 \dots + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan konsumen (1= Beli sayur di pasar modern, 0 = Beli sayur di pasar tradisional)

$\beta_0$  = Konstanta

$\beta_{1-4}$  = Parameter penduga

$X_1$  = Tingkat Pendidikan (Tahun)

$X_2$  = Status pernikahan (1= Sudah menikah, 0 = Belum menikah)

$X_3$  = Pendapatan (Rp/bulan)

$X_4$  = Jumlah anggota keluarga (Orang)

e = Standar *error* atau gangguan

- b) Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli sayur di pasar modern Citimall Batuaja.

$$\text{Log} \left( \frac{Y}{1-Y} \right) = \beta_0 + \beta_1 \text{Log}X_1 + \beta_2 \text{Log}X_2 + \beta_3 \text{Log}X_3 + \beta_4 \text{Log}X_4 \dots + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan konsumen (1= beli sayur di pasar modern, 0 = beli sayur di pasar tradisional)

$\beta_0$  = Konstanta

$\beta_1-4$  = Parameter penduga

X<sub>1</sub> = Kualitas produk (1= Segar, 0 = Tidak segar)

X<sub>2</sub> = Pelayanan (1= Ramah, 0 = Tidak ramah)

X<sub>3</sub> = Ketersediaan produk (1= Selalu tersedia, 0 = tidak selalu tersedia)

X<sub>4</sub> = Lokasi (Km)

e = Standar *error* atau gangguan

## 2. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Menurut Ghozali dalam Huda (2021), uji koefisien determinasi digunakan untuk menilai seberapa besar kemampuan model dalam menjelaskan pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Nilai Nagelkerke R Square merupakan pengembangan dari koefisien Cox & Snell R Square yang telah dimodifikasi agar berada dalam rentang 0 hingga 1. Semakin mendekati angka 1, maka semakin besar kemampuan variabel independen dalam memberikan informasi yang diperlukan untuk memprediksi variabel dependen.

### 3. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis merupakan proses untuk menentukan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak berdasarkan data yang tersedia. Dalam proses ini, pengujian dilakukan dengan menggunakan metode sebagai berikut:

#### a.) Uji Parsial (Uji Wald)

Uji parsial (Uji Wald) digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara individual. Pengujian ini dilakukan terhadap setiap variabel independen dalam model untuk menilai apakah variabel tersebut signifikan dan layak dimasukkan ke dalam model regresi (Tampil *et al*, 2017). Adapun rumus statistik untuk Uji Wald (W) adalah sebagai berikut:

$$W = \frac{\beta_i}{SE(\beta_i)}$$

Keterangan:

$\beta_i$  = Nilai dugaan untuk parameter

$SE(\beta_i)$  = Standar error

Adapun dasar pengambilan keputusan terhadap hipotesis berdasarkan uji Wald adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai statistik dari uji wald  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.
2. Jika nilai statistik dari uji wald  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.

b.) Uji simultan (*Omnibus Test of Model Coefficient*)

Menurut Damanik *et al* (2021), uji omnibus merupakan metode pengujian dengan pendekatan chi-square yang digunakan untuk menguji pengaruh seluruh variabel independen secara simultan. Tujuannya adalah untuk mengetahui apakah variabel-variabel tersebut secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan pada uji omnibus adalah sebagai berikut:

1. Jika signifikansi dari hasil *omnibus Test of Model Coefficient*  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima, artinya faktor tingkat pendidikan, status pernikahan, pekerjaan, jumlah anggota keluarga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
2. Jika signifikansi dari hasil *omnibus Test of Model Coefficient*  $< 0,05$ , maka  $H_1$  diterima, artinya faktor tingkat pendidikan, status pernikahan, pendapatan, jumlah anggota keluarga yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian sayur di Pasar Modern.
3. Jika signifikansi dari hasil *omnibus Test of Model Coefficient*  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima, artinya faktor kualitas produk, pelayanan, ketersediaan produk, lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
4. Jika signifikansi dari hasil *omnibus Test of Model Coefficient*  $< 0,05$ , maka  $H_1$  diterima, artinya faktor kualitas produk, pelayanan, ketersediaan produk, lokasi yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian sayur di Pasar Moder