# BAB III

# METODE PENELTIAN

# Desain Penelitian

Penelitian persepsi konsumen terhadap daya beli daging sapi (Studi Kasus : Pasar Tradisional Deli Tua Kecamatan Deli Tua Kabupaten Deli Serdang), akan dianalisis faktor internal yang terdiri dari umur dan tingkatan pendidikan konsumen, selanjutnya akan dianalisis juga faktor segi harga produk dan kualitas daging sapi yang akan diuji analisis dengan menggunakan regresi linier berganda dalam penelitian ini.

# Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan Pasar Deli Tua Kecamatan Deli Tua Kabupaten Deli Serdang, Penelitian ini dilaksanakan selama 1 bulan, yang ada pada bulan April 2024.

# Tabel 3.1 Jadwal Penelitian

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| No | Kegiatan | Bulan/Tahun 2024 |
| Jan | Feb | Mar | Apr | Mei | Jun | Jul | Ags |
| 1 | Pengajuan Judul |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 | PenyusunanProposal |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3 | Bimbingan Proposal |  |  |  |  |  |  |  |
| 4 | Seminar Proposal |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 5 | Riset |  |  |  |  |  |  |  |
| 6 | Pengumpulan Data |  |  |  |  |  |  |  |
| 7 | Pengolahan Data |  |  |  |  |  |  |  |
| 8 | Penyusunan Skripsi |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 9 | Sidang Meja Hijau |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 10 | Wisuda |  |  |  |  |  |  |  |  |

*Sumber: Data diolah peneliti,Tahun 2024*

# Populasi Dan Sampel

Menurut (Pangestu Subagiyo dan Djarwanto, 2019) Populasi yaitu jumlah yang ada pada objek dan subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh obyek atau subyek tersebut. Yang menjadi populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen yang melakukan pembelian daging sapi sebanyak 35 konsumen.

Menurut Arikunto (2013), sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Pengambilan sampel untuk penelitian menurut Arikunto dalam Riduwan (2014). Data yang diproleh di pasar Deli Tua Kecamatan Deli Tua Kabupaten Deli Serdang di peroleh jumlah populasi konsumen daging sapi sebanyak 35 konsumen. Maka dari itu sampel penelitian dengan menggunakan metode Slovin.

Rumus Metode Slovin sebagai berikut :

 𝑁

𝑛 = 1 + (𝑒)2

Keterangan :

𝑁 = Jumlah Populasi

n = Jumlah Sampel

𝑒 = Tingkat Kesalahan

Dengan metode Slovin tersebut, maka diperoleh sampel konsumen dengan nilai krisis sebesar 10% yaitu :

35

𝑛 = 1 + 35. (0,1)2

35

𝑛 = 1 + 35. 0,01

35

𝑛 = 1 + 0,035

35

𝑛 = 1,035

𝑛= 25 Respownden

Hasil dari menggunakan metode solvin yaitu 25 responden konsumen

# Variabel dan Indikator

# Variabel Bebas Konsumen

Persepsi menurut Pride & Ferrel (Ika putri, 2016), 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. Lokasi

# Variabel Terikat Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan pembelian menurut (Tjiptono2016) 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.

# 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

Angket 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.

# 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 yang membeli Daging Sapi 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)

# 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

Analisis ini menggambarkan tentang ciri seseorang yang akan mempengaruhi proses keputusan pembelian, yaitu usia, jenis kelamin, pekerjaan, dan pendapatan.

* 1. Analisis Skala Likert

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

# Interprestasi Skor Perhitungan

Agar mendapatkan hasil interprestasi, terlebih dahulu harus diketahui nilai sor 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 (%) = 𝑇𝑜𝑡𝑎𝑙 𝑆𝑘𝑜𝑟 x 100 %

 𝑆𝑘𝑜𝑟 𝑀𝑎𝑘𝑠𝑖𝑚𝑎𝑙

1. Rumus Interval = 100

 𝐽𝑢𝑚𝑙𝑎ℎ 𝑆𝑘𝑜𝑟 𝐿𝑖𝑘𝑒𝑟𝑡

# Tabel 3.2 Ineterval 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, Tahun 2024*

Menentukan hipotesis Faktor yang mempengaruhi konsumen terhadap pembelian daging sapi di pasar Deli Tua sebagai berikut:

H0: Diduga persepsi yang mempengaruhi konsumen terhadap pembelian daging sapi di pasar Tradisional Deli Tua netral atau buruk

H1: Diduga persepsi yang mempengaruhi konsumen terhadap pembelian daging sapi di pasar Tradisional Deli Tua baik.

Dasar pengambilan keputusan yaitu sebagai berikut:

H0: Skore Mempengaruhi <60%

H1: Skore Mempegaruhi ≥ 60%

H0 diterima dan H1 ditolak jika mempengaruhi konsumen terhadap keputusan pembelian daging sapi di pasar tradisional deli tua netral atau buruk nilai Skore Mempengaruhi <60%, jika H1 diterima dan H0 ditolak maka mempengaruhi konsumen terhadap keputusan pembelian daging sapi di pasar tradisional deli tua baik dengan nilai Skore Mempengaruhi ≤60%.

# Defisini dan Batasan Operasional

1. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli daging sapi di Pasar Deli Tua Kecamatan Deli Tua
2. Daging sapi di Pasar Deli Tua memiliki kualitas yang baik dari segi tekstur dan harga
3. Persepsi konsumen adalah proses seorang konsumen dalam menyeleksi dan menginterprestasikan informasi pemilihan produk berdasarkan pengelaman, kebutuhan dan peristiwa atau hubungan yang diperoleh guna untuk mendapatkan keputusan
4. Gaya hidup adalah cara seseorang menjalani kehidupannya mencakup kebiasaan, aktivitas, minat, dan nlai-nilai yang dipegangnya.
5. Harga yaitu ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya. Harga daging sapi di pasar Deli Tua sesuai dengan kualitas dagingnya.
6. Kualitas bisa dilihat dari berbagai aspe seperti ketahanan, fungsi, estetika, keamanan, dan kepuasan pengguna.
7. Tekstur yaitu sifat makanan yang dirasakan melalui sentuhan.
8. Kandungan Gizi zat yaitu zat yang terdapat dalam makanan yang berguna untuk kesehatan dan pembangunan sel tubuh.
9. Lokasi pasar mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen.
10. Keputusan pembelian adalah suatu keputusan final yang dimiliki seorang konsumen untuk membeli suatu barang dan jasa dengan berbagai pertimbangan- pertimbangan tertentu.

# Batasan Operasional

1. Penelitian ini dilakukan di Pasar Delitua Kecamatan Deli Tua Kabupaten Deli Serdang
2. Penelitian ini dilakukan pada Februari- Maret 2024
3. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang sudah membeli daging sapi di Pasar Deli Tua tersebut sebesar 25 responden
4. Metode penentuan jumlah sampel yang digunakan adalah *Slovin*