

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Waktu dan Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei-Juli 2016. Penelitian ini dilakukan di pasar Petisah Kecamatan Medan Petisah Kota Medan Sumatera Utara. Pasar Petisah ditentukan secara *Purposive* (disengaja). Berdasarkan data dari PD Pasar Kota Medan tahun (2010) bahwa pasar petisah Kecamatan Medan Petisah memiliki luas lahan sekitar 25.256,00m<sup>2</sup> dan jumlah pedagang sebanyak 2.409 pedagang. Alasan memilih lokasi penelitian tersebut karena pasar petisah merupakan pasar yang terluas ke-2 dan memiliki jumlah pedagang terbanyak di antara semua pasar tradisional di Kota Medan.

#### **3.2. Metode Pengambilan Sampel**

Populasi penelitian adalah konsumen yang berbelanja daging sapi di lokasi penelitian metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *purposive sampling*. Teknik *purposive* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2008). Metode *purposive sampling* yaitu pengambilan responden yang merupakan konsumen yang sedang berbelanja di lokasi penelitian. Kriteria sampel untuk konsumen tersebut merupakan pelanggan rumah tangga yang berbelanja pada saat penelitian.

Berdasarkan pencatatan data dari Pusat pasar Petisah tahun 2014 diperoleh hasil bahwa jumlah pedagang daging sapi yaitu sebesar 30 pedagang. Dengan metode sensus 30 pedagang sapi tersebut digunakan untuk menentukan sampel penelitian, dengan asumsi bahwa pelanggan daging sapi tidak bisa diukur, maka ditetapkan pelanggan yang menjadi sampel adalah pelanggan yang

merupakan pembeli rumah tangga. Pelanggan dari 30 pedagang daging sapi tersebut akan dijadikan sampel yang dilakukan secara acak dengan mengambil sampel 2 konsumen pelanggan rumah tangga dari masing-masing pedagang daging sapi, sehingga diperoleh 60 sampel.

### **3.3. Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data dilakukan dengan metode survei. Data yang dikumpulkan berupa data primer dan data sekunder. Pengumpulan data primer dilakukan dengan metode wawancara dengan menggunakan daftar pertanyaan (*kuesioner*) kepada pelanggan (konsumen) daging sapi di Pasar Petisah Kecamatan Medan Petisah, Kota Medan Provinsi Sumatera Utara. Data sekunder adalah data yang di peroleh dari hasil studi kepustakaan maupun publikasi resmi dari berbagai instansi. Data tersebut bersumber dari jurnal-jurnal penelitian, literatur dan buku-buku kepustakaan yang berhubungan dengan penelitian ini serta publikasi Badan Pusat Statistik.

- Kuesioner yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner ini terdiri dari informasi tentang identitas responden, beberapa item dan sub item yang berkaitan dengan umur, tingkat pendidikan dan pendapatan terhadap konsumen daging sapi di Pasar Petisah Kecamatan Medan Petisah, Kota Medan Sumatera Utara.
- Observasi yaitu pengamatan langsung ke lokasi riset di Pasar Petisah Kecamatan Medan Petisah, Kota Medan Sumatera Utara.
- Wawancara yaitu tanya jawab secara langsung kepada pembeli daging sapi yang dijadikan sampel.

- Studi pustaka yaitu catatan atau dokumen resmi tertulis dan di keluarkan oleh Badan Pusat Statistik dan lembaga lain yang ada kaitanya dengan penelitian ini.

### 3.4. Metode Analisis Data

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam mengkonsumsi daging sapi yang di analisis dengan model regresi linier berganda. Analisis linear berganda adalah pengembangan dari analisis regresi sederhana. Kegunaannya untuk meramalkan variabel terikat (Y) apabila variabel bebas minimal dua atau lebih, (Riduan dan Akdon, 2009). Senada dengan hal tersebut menurut Sugianto (2004) analisis linear berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh lebih dari satu variabel bebas (*indevenden*) terhadap variabel terikat (*devenden*).

Model analisis linear berganda yaitu :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + e$$

Keterangan :

Y = Perilaku Konsumen

a = Konstanta

$b_1, b_2, b_3, b_4, b_5, b_6$  = Koefisien Regresi

$X_1$  = Keluarga

$X_2$  = Motivasi

$X_3$  = Kelompok usia

$X_4$  = Kebiasaan

$X_5$  = Situasi Kebutuhan

$X_6$  = Situasi Pembelian

e = Standar Error

- Uji F (uji simultan)

Uji F digunakan untuk menguji apakah sekelompok variabel bebas (*independent variabel*) secara bersama-sama berpengaruh nyata terhadap perilaku konsumen daging sapi sebagai variabel terikat (*dependent variabel*).

Hipotesis yang diajukan adalah :

Ho : Variabel bebas secara bersama-sama tidak memiliki pengaruh yang nyata terhadap variabel terikat.

H<sub>1</sub> : Variabel bebas secara bersama-sama memiliki pengaruh yang nyata terhadap variabel terikat.

Pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan cara membandingkan nilai F-hitung dengan F- tabel, yaitu dengan kriteria :

- Jika F hitung  $>$  F tabel, maka Ho ditolak ; H<sub>1</sub> diterima
- Jika F hitung  $\leq$  F tabel, maka Ho diterima ; H<sub>1</sub> ditolak

- Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji nyata atau tidaknya pengaruh variabel bebas (*independent variabel*) secara individu terhadap perilaku konsumen daging sapi sebagai variabel terikat (*dependent variable*).

Hipotesis yang diajukan adalah :

Ho : Variabel bebas secara individu tidak berpengaruh nyata terhadap variabel terikat

H<sub>1</sub> : Variabel bebas secara individu berpengaruh terhadap variabel terikat.

Pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan cara membandingkan nilai t-hitung dengan t tabel, yaitu dengan kriteria :

- Jika t hitung  $>$  t tabel, maka  $H_0$  ditolak ;  $H_1$  diterima
- Jika t hitung  $\leq$  t tabel, maka  $H_0$  diterima ;  $H_1$  ditolak.

Skala likert

*Skala likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan *skala likert*, maka variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan (Sugiyono,2008)

Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor, misalnya:

1. Sangat setuju diberi skor 5
2. Setuju diberi skor 4
3. Kurang setuju diberi skor 3
4. Tidak setuju diberi skor 2
5. Sangat tidak setuju diberi skor 1

### 3.5. Definisi Operasional Variabel

Untuk menghindari kesalahpahaman maka diuraikan beberapa definisi dan batasan operasional yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

1. Perilaku konsumen merupakan suatu aktivitas yang secara langsung dalam memperoleh, mengkonsumsi dan membuang produk dan jasa, termasuk pengambilan keputusan yang mendahului atau mengikuti tindakan ini. (Engel, Blackwell dan Minard, 2001).
2. Pedagang daging sapi adalah orang yang menjual daging sapi kepada konsumen dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan.
3. Konsumen daging sapi adalah konsumen yang tujuannya mengkonsumsi daging sapi dengan kriteria konsumen yang menjadi pelanggan, hal ini ditentukan berdasarkan informasi penjual daging sapi di lokasi penelitian.
4. Keluarga merupakan *family* atau kelompok yang terdiri atas dua orang atau lebih yang berhubungan melalui darah, perkawinan, adopsi dan tempat tinggal. Keluarga mempunyai pengaruh yang sangat kuat pada perilaku pembeli daging sapi, karena keluarga mempunyai pengaruh dan peranan yang sama pada saat melakukan pembelian daging sapi untuk kebutuhan sehari-hari.
5. Motivasi adalah suatu dorongan kehendak yang menyebabkan seseorang melakukan suatu perbuatan untuk mencapai tujuan tertentu
6. Kelompok usia merupakan kelompok orang berdasarkan umur misalnya, anak-anak, remaja, dewasa.
7. Kebiasaan merupakan suatu perbuatan yang diulang-ulang dalam bentuk yang sama.

8. Situasi kebutuhan merupakan keinginan manusia terhadap barang dan jasa yang dapat memberikan kepuasan jasmani dan rohani untuk kelangsungan hidupnya
9. Situasi pembelian adalah faktor lingkungan sementara yang menyebabkan suatu situasi dimana perilaku konsumen muncul pada waktu tertentu dan tempat tertentu.

