

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif deskriptif yang bertujuan untuk menganalisis preferensi konsumen Generasi Z terhadap produk makanan home industri di kota Padang. Penelitian kuantitatif adalah pendekatan metodologi yang berasal dari positivisme dan melibatkan investigasi terhadap suatu populasi atau sampel dengan menggunakan alat pengumpulan data. Secara konseptual, metode kuantitatif seperti yang dijelaskan oleh Sugiyono, merupakan instrumen statistik untuk menganalisis dan menguji hipotesis yang telah diformulasikan.⁸⁹ Pendekatan kuantitatif deskriptif digunakan untuk menyajikan dan menganalisis data secara statistik guna memberikan gambaran umum tentang utilitas marginal pada preferensi konsumen produk makanan home industri di wilayah Kota Padang.

B. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini mencakup preferensi konsumen Generasi Z terhadap produk makanan home industri di Kota Padang, dengan fokus pada utilitas marginal yang diperoleh konsumen Generasi Z dari berbagai faktor, seperti harga barang, intensitas kepuasan, inovasi produk. Subjek penelitian adalah konsumen Generasi Z yang ada di Kota Padang, sementara objeknya

⁸⁹ Prof. Ma'ruf Abdullah, *Living in the World That Is Fit for Habitation : CCI's Ecumenical and Religious Relationships*, Aswaja Pressindo, 2015.

adalah produk makanan yang dihasilkan oleh industri rumahan. Data dikumpulkan melalui kuesioner dalam periode waktu yang ditentukan dan dianalisis menggunakan metode kuantitatif untuk memahami pengaruh variabel-variabel tersebut terhadap utilitas konsumen.

C. Sumber Data Penelitian

Sumber data pada penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu:

1. Data Primer

Sumber data penelitian ini meliputi data primer yang diperoleh melalui kuesioner dan survei kepada konsumen Generasi Z produk makanan home industri di Kota Padang, contohnya yaitu data hasil wawancara langsung, hasil survey, dan kuesioner terhadap responden.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang tidak diperoleh langsung dari objek penelitian, biasanya berupa dokumentasi buku-buku atau jurnal-jurnal yang berkenaan dengan penelitian ini. Adapun data sekunder dalam penelitian ini adalah data pembantu berupa data-data pendukung, jurnal-jurnal, buku-buku, serta lainnya yang berkaitan dengan yang diteliti.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan objek/subjek penelitian, Populasi ialah suatu wilayah generalisasi yang mana terdiri atas suatu objek ataupun subjek yang mempunyai kualitas serta karakteristik tertentu yang ditetapkan

oleh peneliti guna dipelajari lalu kemudian ditarik kesimpulannya.⁹⁰ Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Generasi Z yang mengonsumsi produk makanan home industri yang berada di Kota Padang. Populasi ini mencakup individu yang secara aktif mengonsumsi atau pernah membeli produk makanan yang dihasilkan oleh industri rumah tangga di wilayah tersebut.

Dalam penelitian ini, populasi yang diteliti adalah konsumen Generasi Z yang mengonsumsi produk makanan dari home industri di Kota Padang yang secara aktif membeli dan mengonsumsi produk tersebut. Populasi ini dipilih karena mereka dianggap relevan untuk mengukur preferensi konsumen terhadap faktor-faktor seperti harga produk, intensitas kepuasan, dan inovasi produk yang ditawarkan oleh industri rumah tangga di Kota Padang. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi perilaku konsumen dalam memilih produk lokal serta memahami hubungan antara utilitas marginal dengan preferensi mereka. Jumlah populasi yang diperoleh adalah 225.380 Generasi Z yang mengonsumsi produk makanan home industri.

2. Sampel

Sampel secara sederhana diartikan sebagai bagian dari populasi yang menjadi sumber data yang sebenarnya dalam suatu penelitian.⁹¹ Dalam

⁹⁰ I Made Dwi Mertha Adnyana, '*Populasi Dan Sampel*', Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, 14.1 (2021), pp. 103–16.

⁹¹ Adnyana.

penelitian ini, sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin karena jumlah populasi konsumen produk makanan home industri di Kota Padang tidak diketahui secara pasti. Berdasarkan jumlah Generasi Z yang mengonsumsi produk makanan home industri sebesar 225.380 dan tingkat kesalahan (margin of error) sebesar 10% (0,10), rumus Slovin yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$\frac{N}{(1 + Ne^2)}$$

Di mana:

n = Jumlah Sampel Penelitian

N = Jumlah Populasi

E = 0,01 (10%)

Dengan demikian, perhitungan untuk jumlah sampel adalah:

$$n = \frac{225.380}{1 + 225.. (0,1)^2}$$

$$n = \frac{225.380}{1+225.380 . 0.01}$$

$$n = \frac{225.380}{1+2.253,8}$$

$$n = \frac{225.380}{2.254.8} = 100$$

Dari perhitungan yang telah dilakukan, ditemukan bahwa jumlah sampel yang akan dipilih dalam penelitian ini adalah 100 konsumen Generasi Z yang mengonsumsi produk makanan home industri di Kota Padang.

Kriteria sampel:

1. Konsumen yang aktif mengonsumsi produk makanan home industri tiga bulan terakhir.
2. Kelahiran antara tahun 1997 sampai tahun 2012.
3. Konsumen yang berdomisili di Kota Padang.

E. Teknik Pengumpulan data

Untuk mengeksplorasi permasalahan, penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui kuesioner dan wawancara. Adapun data sekunder diperoleh dari penelusuran literatur jurnal, lembaga terkait dan buku yang terkait dengan topik penelitian.

F. Instrumen penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat bantu bagi peneliti dalam mengumpulkan data.⁹² Pertanyaan-pertanyaan yang ada didalam kuesioner penelitian ini nantinya menggunakan skala likert. Skala likert adalah suatu skala yang digunakan sebagai alat ukur pendapatan, sikap dan persepsi atas jawaban yang diberikan oleh responden. Skala likert menggunakan penjabaran variable penelitian sebagai indikator penelitian untuk tiap-tiap pertanyaan didalam kuesioner. Penelitian ini menggunakan 5 kriteria penilaian sebagai berikut:

⁹² Shandana Khan Mohmand, *Research Instruments, Crafty Oligarchs, Savvy Voters*, 2019, doi:10.1017/9781108694247.012.

Tabel 3.1**Kriteria skors Penilaian**

No	Penilaian	Kode	Skors
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Netral	N	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: sugiyono

Sementara daerah yang menjadi tujuan responden penelitian adalah Kota Padang, Provinsi Sumatera Barat. Pada wilayah yang dipilih akan disebar kuesioner sebanyak 100 responden. Pemilihan kota dan responden penelitian mengikut derajat kepentingan topik penelitian dengan mengikut purposive sampling. Adapun wawancara dilakukan bersama dengan konsumen yang membeli produk makanan home industri.

G. Defenisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional variabel adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan cara memberikan arti, atau menspesifikan kegiatan, ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk

mengukur variabel tersebut.⁹³ Definisi operasional dalam variabel penelitian ialah suatu atribut atau sifat atau nilai dari objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel penulisan pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya. Peneliti menggunakan definisi operasional variabel agar menjadi petunjuk dalam penelitian ini. Definisi operasional variable tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2
Defenisi Operasional Variabel

Variabel Penelitian	Defenisi Operasional	Indikator
Harga Barang (XI)	Harga barang merupakan sebagai harga yang ditetapkan untuk produk makanan home industri	→Keterjangkauan harga →Kesetaraan harga dan kualitas (value for money) →Promosi dan diskon

⁹³ Enggar Widianingrum and others, 'Upaya Peningkatan Efesiensi Biaya Produksi UMKM Rajutan Melalui Implementasi Purchase Order Pada Sentra Rajut Sumantri Margaluyu Kota Bandung', Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2.Februari (2019), pp. 182–89 <<http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/abdimas>>.

		→Fleksibilitas harga →efek harga pada loyalitas konsumen
Intensitas kepuasan (X2)	Intensitas kepuasan merupakan merujuk pada tingkat kepuasan produk yang dikonsumsi oleh konsumen dalam periode tertentu	→Kesesuaian dengan harapan →Kualitas produk →Pengalaman menggunakan produk →Rasa yang dirasa →Kemampuan memenuhi kebutuhan konsumen
Inovasi Produk (X3)	Inovasi produk adalah pengembangan dan pengenalan produk baru terhadap produk yang sudah ada	→Keunikan dan diferensiasi produk →Inovasi dan kemasan

		→Pengenalan varian rasa atau variasi produk →Penggunaan teknologi baru →fleksibilitas produk
--	--	--

H. Metode Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, teknik analisis data yang digunakan sudah jelas yaitu diarahkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam proposal. Karena data kuantitatif, maka teknik analisis data menggunakan metode statistik yang sudah tersedia. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolineritas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas) uji hipotesis (uji T dan uji F) analisis regresi linear berganda dengan bantuan computer melalui program statistik.

1. Uji Asumsi klasik

Uji ini dimaksudkan untuk menganalisis beberapa asumsi dari persamaan regresi yang dihasilkan valid untuk memprediksi. Menurut Santoso dalam analisis regresi terdapat beberapa asumsi yang harus

dipenuhi sehingga persamaan regresi yang dihasilkan akan valid jika digunakan untuk memprediksi.⁹⁴ Pembahasan mengenai asumsi-asumsi yang ada pada analisis regresi adalah sebagai berikut:

a. Uji Multikolinearitas

Uji ini merupakan bentuk pengujian asumsi dalam analisis regresi berganda. Asumsi multikolinearitas menyatakan bahwa variabel independen harus terbebas dari gejala multikolinearitas. Ada banyak cara untuk menentukan apakah suatu model memiliki gejala Multikolinearitas, antara lain dengan cara Uji Korelasi dan Uji VIF. Cara pertama, yaitu uji korelasi, dilakukan dengan cara melihat keeratan hubungan antara dua variabel penjelas atau yang lebih dikenal dengan istilah korelasi parsial. Uji multikolinearitas dengan cara ini memerlukan ketelitian dalam menghitung, sehingga rawan terjadi kesalahan. Sedangkan cara kedua, yaitu dengan Uji VIF, yang bisa dilakukan dengan hanya melihat apakah nilai VIF untuk masing-masing variabel. Apabila nilai masing-masing variabel lebih besar dari 5, maka diindikasikan model tersebut memiliki gejala multikolinearitas. Cara ini digunakan karena lebih sederhana dan tidak memiliki kerumitan dalam penghitungan. Pada umumnya, ketentuan yang digunakan adalah jika VIF lebih besar 5, maka variabel tersebut mempunyai persoalan multikolinearitas dengan variabel bebas lainnya.

⁹⁴ Singgih Santoso, *Buku Latihan Statistik Parametrik* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2005).

b. Uji Hetero kedastisitas

Uji asumsi ini adalah asumsi dalam regresi di mana varian dari residual tidak sama untuk satu pengamatan dengan pengamatan lainnya. Gejala varian residual yang sama dari satu pengamatan ke pengamatan lain disebut dengan homoskedastisitas. Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians residual antar pengamatan. Model regresi dikatakan mengalami heteroskedastisitas jika data berpenyiar di sekitar angka nol (0 pada sumbu Y) dan membentuk pola tertentu yang menunjukkan ketidaksamaan varians. Ada beberapa metode untuk menguji heteroskedastisitas, seperti Uji Park, Uji Korelasi Rank Spearman, dan uji statistik lainnya. Dalam penelitian ini, uji heteroskedastisitas dilakukan menggunakan program EViews 12. Program ini menawarkan berbagai metode, seperti Uji White, Uji Breusch-Pagan-Godfrey, dan Uji Glejser, untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas. Dengan EViews 12, proses analisis menjadi lebih efisien dan memberikan hasil yang akurat untuk interpretasi data.

c. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian dan sebaliknya digunakan sebelum data diolah berdasarkan model-model penelitian. Metode yang layak dan baik digunakan dalam penelitian ini adalah metode Kolmogorov-smirnov untuk mengetahui normal atau tidaknya data yang digunakan. Uji

Kolmogorov-smirnov adalah uji beda antara data yang diuji normalitasnya dengan data normal baku. Dengan pengambilan keputusan:

- 1) Jika $Sig > 0,05$ maka data berdistribusi normal
- 2) Jika $Sig < 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal

2 . Analisis regresi linier berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen ($X_1, 2, \dots, X_n$) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.⁹⁵

Analisis regresi linear berganda dilakukan dengan cara menetapkan persamaan

$$\hat{Y} = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e, \text{ dengan ketentuan:}$$

Y : variabel terikat (Preferensi Konsumen)

X_1 : variabel bebas satu (Harga Produk)

X_2 : variabel bebas dua (Intensitas Kepuasan)

⁹⁵ Tesa Nur Padilah and Riza Ibnu Adam, 'Analisis Regresi Linier Berganda Dalam Estimasi Produktivitas Tanaman Padi Di Kabupaten Karawang', *FIBONACCI: Jurnal Pendidikan Matematika Dan Matematika*, 5.2 (2019), p. 117, doi:10.24853/fbc.5.2.117-128.

X_3 : variabel bebas tiga (Inovasi Produk)

A : nilai konstanta

b_1 : nilai koefisien regresi X_1

b_2 : nilai koefisien regresi X_2

e : standar error

3. Uji hipotesis

a. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara persial (sendiri-sendiri) berpengaruh terhadap variabel dependen. Kriteria pengujian untuk uji t adalah :

Jika, $t_{hitung} > t_{table}$ dan $sig. < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

Jika, $t_{hitung} < t_{table}$ dan $sig. > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh secara bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependen. Kriteria pengujian untuk uji F dalam membandingkan F hitung dengan F table :

- a) Jika $F_{hitung} > F_{table}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini artinya bahwa semua variabel independen secara serentak dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.

- b) Jika $F_{hitung} < F_{table}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, hal ini artinya bahwa semua variabel independen secara serentak dan signifikan tidak mempengaruhi variabel dependen.

