

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Waktu dan Lokasi Penelitian**

Waktu penelitian ini dilakukan pada bulan November 2022 sampai dengan bulan April 2023. Sedangkan lokasi penelitian ini dilakukan di Ayam Rekoso Lamongan yang berada di Jl. Kombespol M duriat, jetis, Kecamatan Lamongan, Kabupaten Lamongan.

#### **3.2 Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2020) metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Dari pengertian diatas, peneliti memilih kuantitatif deskriptif karena berkaitan dengan pengaruh hubungan antar variabel yang dianalisis menggunakan statistik.

#### **3.3 Teknik Penarikan Sampel**

##### **3.3.1 Populasi**

Menurut Sugiyono (2020) populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Dari kesimpulan tersebut maka populasi yang diambil dalam penelitian ini yaitu konsumen pada Ayam Rekoso Lamongan sebagai berikut.

**Tabel 3. 1 Populasi Konsumen Ayam Rekoso Lamongan**

No	Bulan	Jumlah
1	Maret	2.229
2	April	2.941
3	Mei	2.311
4	Juni	2.765
5	Juli	2.378
	<b>Total</b>	<b>12.624</b>

*Sumber: Ayam Rekoso Lamongan 2023*

Jadi dari data diatas selama penelitian maka populasi pada Ayam Rekoso Lamongan adalah sebanyak 12.624 konsumen pada tahun 2023.

### 3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2020) sampel adalah sebagian dari populasi tersebut. Menurut Sugiyono (2018) Untuk menentukan ukuran sampel dari populasi maka peneliti ini menggunakan rumus slovin yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

$$n = \frac{12.624}{1+12.624 \times 0,1^2} = \frac{12.624}{1+126,24}$$

$$n = \frac{12.624}{127,24} = 99,2$$

$$n = 100 \text{ Responden (dibulatkan)}$$

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

Ne = % kelonggaran ketidaktelitian karena pengambilan sampel yang masih di tolelir (10% = 0,1)

Berdasarkan jumlah populasi maka peneliti mengambil jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 orang.

### **3.3.3 Teknik Sampling**

Menurut Sugiyono (2020) teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan.

Penelitian ini menggunakan teknik sampling yaitu teknik purposive random sampling yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Penelitian ini menggunakan purposive random sampling sebanyak 100 orang responden. Dengan kriteria sampel :

1. Responden berusia 20 tahun – 50 tahun.
2. Responden berdasarkan jenis kelamin, laki-laki dan perempuan.
3. Responden berdasarkan pekerjaan, pelajar, pegawai swasta, PNS, lain-lain.

Dalam penelitian ini penyebaran kuisioner dilakukan secara online melalui google form

### **3.4 Metode Pengumpulan Data**

Ada dua jenis data yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan juga data sekunder yaitu sebagai berikut:

#### **3.4.1 Data Primer**

Menurut Sugiyono (2019) data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul. Metode atau pendekatan yang dapat dilakukan dalam proses pengumpulan data yang bersifat primer ini dapat menggunakan angket/kuesioner, wawancara, observasi, dokumentasi dan sebagainya. Data primer dari penelitian ini yaitu data jumlah konsumen yang membeli produk dan juga berupa data pelayanan di Ayam Rekoso Lamongan.

### **1. Kuesioner**

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara member seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.

### **2. Interview**

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menentukan permasalahan yang harua diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.

- 1) Wawancara Terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data, bila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh.
- 2) Wawancara Tidak Terstruktur adalah wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya.

### **3. Observasi**

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai cirri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lainnya. Yaitu wawancara dan kuesioner. Jika wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang maka observasi tidak terbatas pada orang tetapi juga obyek-obyek alam yang lain.

#### 4. Skala Likert

Menurut Sugiyono, (2020) skala likert yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

**Tabel 3.2 Skala Likert**

No	Keterangan	Skor
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Kurang Setuju	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

*Sumber: Data diolah tahun 2023*

#### 3.4.2 Data Sekunder

Menurut Sugiyono, (2020) Data sekunder adalah data yang diperoleh/dikumpulkan dan disatukan oleh studi-studi sebelumnya atau yang diterbitkan oleh berbagai instansi lain. Biasanya sumber tidak langsung berupa data dokumentasi perusahaan atau sumber lainnya.

Penelitian ini akan menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yang meliputi:

##### 1. Dokumenter

Merupakan metode pengumpulan data dengan cara memperoleh langsung dari dokumen perusahaan yang bisa membantu penelitian.

##### 2. Study Kepustakaan

Merupakan elemen yang sangat penting dalam penelitian studi deskriptif karena tanpa adanya literature pendukung, dengan cara studi keperustakaan dapat memudahkan peneliti dalam pencarian materi untuk melengkapi penelitian Library Research (Study Keperustakaan)

Study keperpustakaan merupakan penelitian dengan cara melakukan pengumpulan data teori dan mempelajari berbagai macam materi penelitian yang terdahulu yang ada diperpustakaan

### 3.5 Operasional variabel

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

Menurut Sugiyono (2019:69) Variabel independen (bebas) adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel independen dalam penelitian ini adalah strategi pemasaran ( $X_1$ ), dan daya saing ( $X_2$ ).

#### 3.5.1 Strategi Pemasaran ( $X_1$ )

Menurut Atmoko, (2018) strategi pemasaran merupakan serangkaian tujuan maupun target, strategi maupun kebijakan yang memberi arah kepada upaya-upaya pemasaran perusahaan dari masa ke masa, pada tiap-tiap kategori, rujukan serta distribusinya, lebih-lebih menjadi persepsi perusahaan dalam menghadapi kondisi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.

**Tabel 3.3 Indikator Strategi Pemasaran**

Variabel	Definisi Strategi Pemasaran	Indikator	Skala ukur
Strategi Pemasaran	serangkaian tujuan maupun target, strategi maupun kebijakan yang memberi arah kepada upaya-upaya pemasaran perusahaan dari masa ke masa, pada tiap-tiap kategori, rujukan serta distribusinya, lebih-lebih menjadi persepsi perusahaan dalam menghadapi kondisi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah	1) Pemilihan Pasar 2) Perencanaan Produk 3) Penetapan Harga 4) Sistem Distribusi 5) Komunikasi Pemasaran (Promosi)	Likert

*Sumber: Atmoko, 2018*

### 3.5.2 Daya Saing (X<sub>2</sub>)

Menurut Sumihardjo (2018) Daya Saing adalah mencapai lebih dari yang lain, atau beda dengan yang lain dari segi mutu, atau memiliki keunggulan tertentu.

**Tabel 3.4 Indikator Daya Saing**

Variabel	Definisi Daya Saing	Indikator	Skala ukur
Daya Saing	mencapai lebih dari yang lain, atau beda dengan yang lain dari segi mutu, atau memiliki keunggulan tertentu	1) Harga bersaing 2) Kualitas produk 3) fleksibilitas	Likert

*Sumber: Sumihardjo, 2018*

### 3.5.3 Kepuasan Konsumen (Y)

Menurut Indrasari (2019), memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memutuskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan.

**Tabel 3.5 Indikator Kepuasan Konsumen**

Variabel	Definisi Kepuasan Konsumen	Indikator	Skala ukur
Kepuasan Konsumen	Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memutuskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan.	1) Kesesuaian harapan 2) Minat berkunjung kembali 3) Kesiediaan merekomendasikan	Likert

*Sumber: Buku Indrasari, 2019*

## 3.6 Metode Analisis Data

Metode analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan bahan-bahan lain,

sehingga dapat mudah difahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik kuantitatif statistic yang prosesnya menggunakan aplikasi pada computer yaitu SPSS (*Statistika program for the social science*). Analisis data yg digunakan yaitu:

### 3.6.1 Uji Validitas

Menurut Kriyantono (2020) Uji validitas instrument bertujuan untuk memberikan pernyataan sejauh mana pengukuran dari instrument terhadap yang akan diukur. Dalam penelitian ini, pengujian validitas instrument menggunakan rumus product moment, dimana criteria valid atau tidaknya butir instrument dilakukan dengan membandingkan  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$ . Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka butir dianggap valid, sebaliknya jika  $r_{hitung} \leq r_{tabel}$  maka butir dianggap tidak valid dan selanjutnya tidak digunakan. Adapun taraf signifikan yang diuji adalah  $\alpha = 0,1$  Pada uji validitas ini, digunakan korelasi product Moment Person (metode interkorelasi). Cara pengukurannya yaitu dengan menggunakan rumus:

$$R_{XY} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n \sum X^2 - (\sum X)^2)(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

$R_{xy}$  = koefisien validitas

$N$  = banyaknya subjek

$X$  = nilai pembanding

$Y$  = nilai dari intrumen yang akan dicari validitasnya

### 3.6.2 Uji Realibilitas

Menurut Ghozali (2020) Reliabilitas adalah salah satu cara mengukur sebuah kuesioner yang terdiri dari indikator dari sebuah perubah ataupun konstruk. Selain sebuah kuesioner harus valid, kuesioner juga harus reliable. Arti dari reliable disini

adalah ajeg atau mempunyai presisi yang tinggi. Yaitu dimana suatu alat ukur mampu menunjukkan sampai sejauh mana alat ukur tersebut dapat dipercaya atau diandalkan. Misalnya, meteran akan valid jika digunakan untuk mengukur panjang, tetapi tidak reliabel jika meteran tersebut terbuat dari karet karena karet bersifat elastic sehingga panjangnya bisa berubah-ubah. Reliabilitas instrument dapat dihitung dengan menggunakan rumus koefisien Alpha Cronbach. Koefisien Alpha Cronbach dapat menggambarkan varian butir-butir sehingga dapat digunakan untuk mengevaluasi internal consistency. Berikut rumus untuk Koefisien Alpha Cronbach.

$$R_{11} = \left[ \frac{n}{n-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma^2} \right]$$

Keterangan :

$R_{11}$  = Koefisien reliabilitas

$n$  = Banyaknya butir soal

$\sum \sigma_i^2$  = Jumlah varian butir

$\sigma^2$  = Varian total

Uji Kriteria

- Jika alpha Cronbach > 0.60 – artinya uji dinyatakan Reliabel.
- Jika alpha Cronbach < 0.60 – artinya uji dinyatakan tidak Reliabel.

### 3.6.3 Uji Regresi Linier Berganda

Menurut Ghazali (2018) analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis ini dilakukan jika jumlah variabel independennya minimal 2 variabel.

Persamaan regresi untuk tiga prediktor adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y = Variabel Kepuasan Konsumen

X<sub>1</sub> = Variabel Strategi Pemasaran

X<sub>2</sub> = Variabel Daya Saing

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

Untuk bisa membuat ramalan melalui regresi, maka data setiap variabel harus tersedia. Selanjutnya berdasarkan data itu peneliti harus dapat menentukan persamaan melalui perhitungan

### 3.6.4 Uji Korelasi Berganda

Menurut Sugiyono (2016:231), korelasi berganda adalah angka yang menunjukkan arah dan kekuatan hubungan antara dua variabel bebas secara bersama-sama atau lebih dengan satu variabel terikat. Pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi adalah sebagai berikut:

0,00 - 0,199 = Sangat Rendah

0,200 – 0,399 = Rendah

0,400 – 0,599 = Sedang

0,600 – 0,799 = Kuat

0,800 – 0,1000 = Sangat Kuat

Korelasi ganda ditunjukkan oleh rumus berikut:

$$R_{y \cdot x_1 \cdot x_2} = \sqrt{\frac{r^2yx_1 + r^2yx_2 - 2ryx_1 \cdot ryx_2 \cdot rx_1rx_2}{1 - r^2x_1x_2}}$$

Keterangan:

$R_{y.x_1.x_2}$  = korelasi ganda antara variabel  $X_1$  dan  $X_2$  secara bersama sama dengan variabel Y

$r_{yx_1}$  = Korelasi Product Moment antara  $X_1$  dan Y

$r_{yx_2}$  = Korelasi Product Moment antara  $X_2$  dan Y

$r_{x_1x_2}$  = Korelasi Product Moment antara  $X_1$  dan  $X_2$

### 3.6.5 Uji Koefisien Determinasi

Menurut Siregar, 2017:338 (dalam skripsi Pranata, 2019:20) “Koefisien determinasi adalah angka yang menyatakan atau digunakan untuk mengetahui kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh sebuah variabel atau lebih X (bebas) terhadap variabel Y (terikat)”.

Berikut rumus Koefisien Determinasi yaitu :

$$KD = (r)^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = Nilai koefisien determinasi

r = Nilai koefisien korelasi

### 3.6.6 Uji t

Menurut Ghazali (2017) bahwa uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen dengan asumsi bahwa variabel independen yang lain konstan. Maka menggunakan statistika uji t dengan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

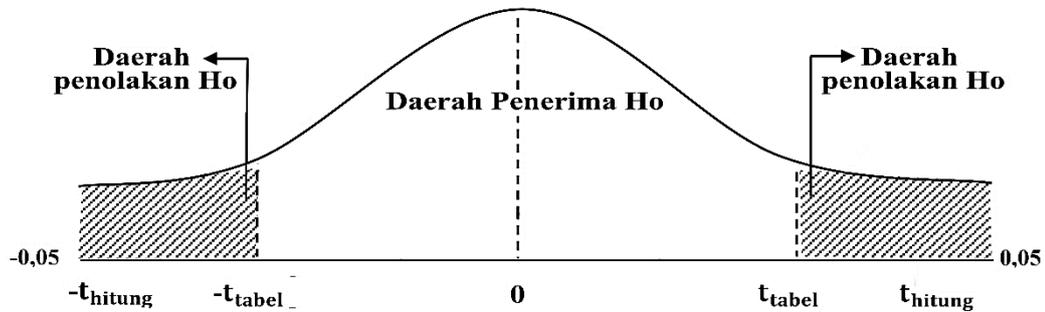
Keterangan :

t = Signifikan korelasi

r = Koefisien korelasi

$n$  = Jumlah responden

$n-2$  = Derajat kebebasan



Sumber: data diolah peneliti, 2023

**Gambar 3.1 Kurva Uji t**

$H_0 : \beta_1 = 0$ , secara parsial variabel bebas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

$H_0 : \beta_1 \neq 0$ , secara parsial variabel bebas memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Tingkat signifikan ( $\alpha$ ) yang digunakan  $10\% = 0,1$  menggunakan uji 2 sisi dengan rumus sebagai berikut:

$$\alpha / 2 ; df = n-k$$

Keterangan:

$df$  = derajat kebebasan

$n$  = jumlah sample

$k$  = jumlah variable bebas

Kriteria penerimaan atau penolakan :

Jika  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak

Jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima

### 3.6.7 Uji F

Menurut Sugiyono (2018) Uji F bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas (X) yang dimasukkan dengan model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat (Y). Digunakan Uji F dengan rumus sebagai berikut:

Dilakukan untuk mengetahui variabel-variabel bebas mana yang paling dominan berpengaruh terhadap variabel terikat digunakan uji-t. uji ini dilakukan untuk menguji signifikan atau tidaknya X1 dan X2 terhadap Y dengan rumus sebagai berikut :

$$F_h = \frac{R^2/(K)}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Keterangan :

$F_h$  =  $F_{hitung}$

$R^2$  = Koefisien determinasi yang ditemukan

K = Jumlah variabel independen

n = Jumlah anggota sampel

Rumusan hipotesis :

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$  (secara bersama-sama tidak ada pengaruh antara variabel X dengan variabel Y).

$H_a : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 \neq 0$  (secara bersama-sama ada pengaruh antara variabel X dengan variabel Y).

Taraf nilai signifikan ( $\alpha$ ) yang digunakan  $10\% = 0,1$  menggunakan uji 1 sisi dengan rumus sebagai berikut :

$$Df_1 = k$$

$$Df_2 = n-k-1$$

Keterangan

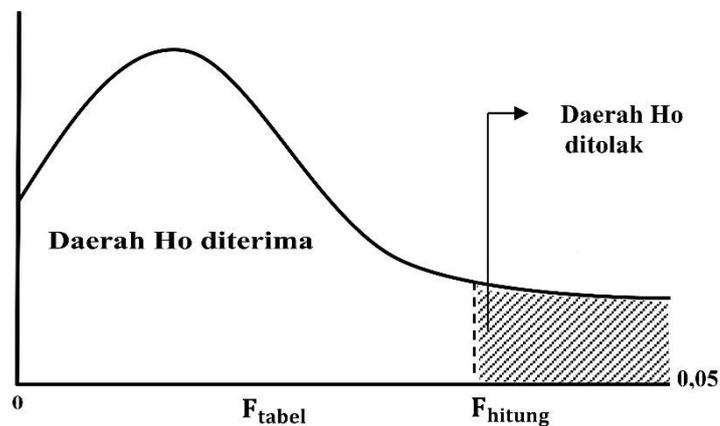
df = derajat kebebasan

n = jumlah sample

k = jumlah variable bebas

Kriteria penerimaan atau penolakan :

1. Jika nilai probabiliti  $> 0.1$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_i$  ditolak, berarti tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas  $X_1$  dan  $X_2$  terhadap variabel terikat  $Y$ .
2. Jika nilai probabiliti  $\leq 0.1$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_i$  diterima maka terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas  $X_1$  dan  $X_2$  terhadap variabel terikat  $Y$ .



*Sumber: data diolah peneliti, 2023*

**Gambar 3.2 Kurva Uji F**

