

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data, baik data yang bersifat data sekunder maupun data primer, dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2013). Kegiatan penelitian ini didasarkan pada ciri-ciri keilmuan yang rasional, empiris, dan sistematis guna memperoleh data-data yang tepat, sehingga dapat dijadikan sebagai sebuah informasi yang penting dan berguna.

A. Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian merupakan sesuatu yang menjadi perhatian dalam suatu penelitian, Objek penelitian ini menjadi sarana dalam penelitian untuk mendapatkan jawaban ataupun solusi dari permasalahan yang terjadi. Menurut Sugiyono (2012) Objek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal objektif, *valid*, dan *reliabel* tentang suatu hal (variabel tertentu). Objek dalam penelitian ini adalah Ades, yang merupakan produk air mineral yang diluncurkan oleh The Coca-Cola Company.

Subjek penelitian atau responden adalah orang yang diminta untuk memberikan keterangan tentang suatu fakta atau pendapat (Arikunto, 2006). Subjek penelitian ini adalah konsumen yang pernah mengonsumsi produk air mineral Ades.

B. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Sugiyono (2012) data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dapat disimpulkan jika data primer adalah data yang dikumpulkan oleh perorangan atau kelompok secara langsung dari objek yang diteliti dan untuk kepentingan studi yang bersangkutan yang dapat berupa *interview* atau observasi.

C. Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian adalah keseluruhan subjek penelitian atau jumlah keseluruhan dari suatu sampel, sedangkan sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti (Arikunto, 2002). Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *non probability sampling*. Jenis *non-probability sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dengan kriteria tertentu misalnya akan melakukan penelitian tentang kualitas makanan, maka sampel sumber datanya adalah orang yang ahli makanan (Malhotra, 2007). Dengan menggunakan teknik ini peneliti dapat membuat penelitian lebih efektif dan efisien, dalam hal waktu dan biaya (Sekaran, 2003).

Adapun kriteria sampel dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Sampel minimal berusia 17 tahun
2. Sampel minimal pernah membeli produk air mineral Ades minimal 2 kali

Menurut Hair *et al* (dalam Astini, 2016) ukuran sampel untuk kepentingan pengujian hipotesis yang menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) berkisar antara 100-200. Pedomannya adalah 5-10 kali jumlah parameter diestimasi. Namun dalam penelitian ini, peneliti mengambil 200 sampel untuk hasil analisis data yang lebih akurat dan menghindari error pada kuesioner yang terkumpul.

D. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan alat kuesioner. Kuesioner merupakan daftar pertanyaan yang diberikan langsung kepada orang yang dimintai keterangan tentang dirinya. Jenis kuesioner yang digunakan adalah *close ended* dengan skala likert. *Close ended* yaitu kuesioner yang berisi pertanyaan yang sudah disediakan jawabannya oleh peneliti.

E. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel penelitian merupakan penjelasan dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian terhadap indikator-indikator yang membentuknya. Definisi operasional penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	Pertanyaan	Skala
<i>Green Marketing</i> (Hawkins <i>et al</i> , 2007) dalam (Kampani <i>et al</i> , 2014)	Upaya-upaya strategik yang dilakukan oleh perusahaan dan jasa-jasa yang ramah lingkungan kepada konsumen targetnya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Green marketing</i> melibatkan proses mengembangkan produk yang mana proses produksi, penggunaan, dan pembuangan sampahnya tidak membahayakan lingkungan dibandingkan dengan jenis produk lain 2. <i>Green marketing</i> melibatkan proses pengembangan produk yang memiliki dampak positif pada lingkungan 3. <i>Green marketing</i> harus meningkatkan penjualan produk melalui promosi dengan organisasi maupun even peduli lingkungan 	<p>2 item pertanyaan</p> <p>1 item pertanyaan</p> <p>2 item pertanyaan</p>	Likert
Keputusan Pembelian (Suharsono, 2010)	Tahapan pembelian dimana pembeli telah menentukan pilihannya dan melakukan pembelian produk serta mengkonsumsinya	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya memutuskan untuk membeli ades setelah ada rekomendasi 2. Saya memutuskan untuk membeli ades karena ramai dibicarakan 3. Saya memutuskan untuk membeli ades karena produk ramah lingkungan 4. Saya memutuskan membeli ades karena memiliki kemasan ramah lingkungan 5. Saya memutuskan membeli ades karena penasaran dengan iklanya yang menunjukkan perilaku ramah lingkungan 	<p>1 item pertanyaan</p> <p>1 item pertanyaan</p> <p>1 item pertanyaan</p> <p>1 item pertanyaan</p> <p>1 item pertanyaan</p>	Likert
Loyalitas Konsumen (Gremler & Brown, 1996 dalam Aryani dan Rosinta, 2010)	Komitmen konsumen kepada perusahaan atau niat untuk menjaga hubungan berkelanjutan dengan penyedia produk.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konsumen mengatakan hal positif tentang ades 2. Memberikan rekomendasi kepada pihak lain untuk membeli ades 3. Jarang melakukan peralihan ke produk lain 4. Merupakan pilihan pertama ketika membeli air mineral 5. Percaya bahwa ades merupakan produk air mineral terbaik 	<p>1 item pertanyaan</p> <p>1 item pertanyaan</p> <p>1 item pertanyaan</p> <p>1 item pertanyaan</p> <p>1 item pertanyaan</p>	Likert

F. UJI KUALITAS INSTRUMEN

1. Uji Validitas

Suatu instrumen (daftar pertanyaan) dalam kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan tersebut dapat mengukur apa yang ingin diukur. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Menurut (Ghozali, 2012) Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan teknik *Pearson Correlation*. Kuesioner dikatakan valid jika memiliki nilai signifikansi $< 0,05$ (5%).

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan keterandalan suatu alat ukur. Tujuan dari dilakukan uji reliabilitas adalah agar instrumen yang digunakan dapat dipercaya. Menurut (Ghozali, 2012) Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan *internal consistency*, yaitu mencobakan instrumen sekali saja, kemudian data yang diperoleh dianalisis menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha*. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Sekaran, 2011). Indikator pertanyaan dikatakan reliabel jika koefisien *cronbach's alpha* $> 0,6$.

G. Analisis Data dan Uji Hipotesis

Analisis data adalah interpretasi untuk penelitian yang ditunjukkan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian dalam rangka mengungkapkan

fenomena sosial tertentu. Analisis data adalah proses penyederhanaan ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diimplementasikan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis *Structural Equational Modeling* dengan software Amos.

Teknik analisa data menggunakan tahapan pemodelan dan analisis persamaan struktural. Langkah-langkah tahapannya dalam penelitian ini mangacu pada tahapan Hair *et al.*, 1998 (dalam Ghozali, 2014), sebagai berikut:

Langkah 1 : Pengembangan Model Berdasarkan Teori

Pengembangan model dalam penelitian ini telah dilakukan seperti dijelaskan dalam tinjauan teori, dimana terdapat tiga variabel yang terdiri dari dua variabel eksogen dan satu variabel endogen. Lima variabel diukur dengan menggunakan 41 indikator untuk menguji hubungan kausalitas antara *job involvement*, komitmen organisasional, dan kinerja.

Langkah 2 dan 3 : Menyusun Diagram Jalur dan Konversi Diagram Jalur ke dalam Persamaan Struktural

Masing-masing variabel beserta indikator yang telah dibangun pada langkah sebelumnya antara satu dengan lainnya, sehingga membentuk diagram jalur yang digambarkan dalam model penelitian. Masing-masing model kausalitas dibuat berdasarkan kerangka pemikiran teoritis yang dikembangkan. Dalam SEM diagram jalur ini dapat dikonversikan ke dalam persamaan structural.

Langkah 4 : Memilih Jenis Input Matriks dan Estimasi

Input data dalam SEM menggunakan matrik varian atau kovarian atau matrik korelasi untuk keseluruhan estimasi program yang digunakan dalam input

data adalah SPSS versi 20.0 dan program yang digunakan untuk pengolahan data menggunakan AMOS 21.0 dengan *maximum likelihood estimation*. Adapun Pengujian asumsi SEM meliputi:

a. Ukuran Sampel

Ukuran sampel memberikan dasar untuk mengestimasi sampling error. Model estimasi menggunakan *maximum Likelihood* minimal diperlukan 100, dan direkomendasikan ukuran sampel antara 100-200 dapat memberikan hasil yang stabil (Ghozali, 2008).

b. Uji Normalitas Data

Evaluasi normalitas dilakukan dengan menggunakan kriteria *critical ratio skewness* sebesar ± 2.58 pada tingkat signifikan 0,01. Data dapat disimpulkan mempunyai distribusi normal jika *critical ratio skewness* dibawah harga mutlak 2.58 (Ghozali, 2008)

c. Evaluasi Outlier

Outlier adalah kondisi observasi dari suatu data yang memiliki karakteristik untuk yang terlihat sangat berbeda dari observasi-observasi lainnya dan muncul dalam bentuk nilai ekstrim, baik untuk variabel tunggal ataupun variabel kombinasi (Hair et al, 1998 dalam Ghozali, 2008). Deteksi terhadap outlier dengan melihat nilai *mahalanobis distance* dibandingkan dengan kriteria nilai *chi-square* pada *degree of freedom* (sesuai jumlah indikator) dan $\alpha = 0,001$ (Ghozali, 2008). Penelitian ini menggunakan 41 indikator, maka nilai *chi-square* pada $\alpha = 0,001$ adalah 74,74.

Langkah 5 : Menilai Identifikasi Model Struktural

Problem identifikasi model adalah ketidakmampuan model yang dikembangkan untuk menghasilkan estimasi yang unik. Cara mengamati gejala-gejala problem identifikasi antara lain: standar error yang besar untuk salah satu atau lebih koefisien, nilai estimasi yang tidak mungkin (misalnya *varian error* yang negatif), nilai korelasi yang sangat tinggi ($> 0,90$) antar koefisien estimasi. Untuk mengatasi problem identifikasi adalah menetapkan lebih banyak konstrain dalam model (menghilangkan beberapa koefisien estimasi) sampai masalah yang ada akan hilang.

Langkah 6 : Menilai Kriteria *Goodness of Fit*

Menilai kelayakan model adalah menilai apakah data yang diolah memenuhi asumsi model struktural, melihat ada tidaknya *offending estimate* dan menilai *overallmodel fit* dengan berbagai kriteria yang ada. Beberapa kriteria pengujian ketepatan model menggunakan *Goodness of Fit Indices* seperti terlihat dalam tabel berikut:

Tabel 3.2
Goodness of Fit Indices

<i>Goodness-of-Fit Indices</i>	<i>Cut of value</i>
<i>Significance Probability (p)</i>	$\geq 0,05$
CMIN/DF	$< 2,000$
GFI	$\geq 0,90$
AGFI	$\geq 0,90$
TLI	$\geq 0,90$
NFI	$\geq 0,90$
RMSEA	$\leq 0,08$

Sumber: Lee, Park, & Ahn dalam Ghozali (2008)

Langkah 7 : Interpretasi dan Modifikasi Model

Bila estimasi yang dihasilkan memiliki residual yang besar, maka dapat dilakukan modifikasi terhadap model yang dikembangkan. Akan tetapi, modifikasi hanya dapat dilakukan bila terdapat justifikasi teori yang cukup kuat, sebab SEM bukan ditunjukkan untuk menghasilkan teori tetapi untuk menguji model yang mempunyai pijakan teori yang baik dan benar. Untuk memberikan interpretasi apakah model berbasis teori yang diuji dapat diterima langsung apa perlu dimodifikasi, perhatian diarahkan pada kekuatan prediksi dari model yaitu dengan mengamati besarnya residual yang dihasilkan.

H. Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung *Green Marketing* Terhadap Loyalitas Konsumen

Adanya pengaruh langsung ataupun tidak langsung dari *green marketing* terhadap loyalitas konsumen dengan keputusan pembelian sebagai variabel mediasi dapat dilihat dari struktur model teoritis yang telah diuji kesesuaiannya dengan data empiris. Adapun pengaruh langsung dari variabel laten *eksogen* dengan variabel *endogen* berdasarkan struktur model teoritisnya dideskripsikan melalui anak panah yang langsung menghubungkan kedua variabel tersebut. Sedangkan pengaruh tidak langsung dideskripsikan melalui arah panah dari variabel *eksogen* terhadap variabel *endogen* terikat melalui variabel endogen *intervening* (Ghozali, 2008).

Pengujian pengaruh langsung maupun tidak langsung dilakukan untuk mengetahui apakah diagram jalur pengaruh antar variabel pada struktur model teoritis memiliki pengaruh yang signifikan. Untuk melihat pengaruh langsung dan

tidak langsung dapat dihitung dari output Amos *standardized direct effect* dan *standardized indirect effect* (Ghozali, 2008). Jika, koefisien *standardized direct effect* lebih besar dari pada *standardized indirect effect*, maka pengaruh secara langsung lebih besar dibandingkan dengan pengaruh tidak langsung melalui variabel *intervening*, begitupun sebaliknya.