

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek/ Subjek Penelitian

Objek penelitian merupakan sasaran untuk mendapatkan sesuatu data sesuai dengan pendapat. Obyek penelitian menjelaskan tentang apa dan untuk siapa yang menjadi obyek penelitian. Juga dimana dan kapan penelitian dilakukan (Umar, 2005). Subjek adalah satu anggota dari sampel, sebagai elemen adalah satu anggota dari populasi (Sekaran, 2006).

Objek pada penelitian ini adalah produk dari Unilever yaitu Molto Ultra atau pelembut dan pewangi pakaian satu kali bilas sebagai produk hijau (*green produc*) sedangkan untuk subjeknya adalah pengguna produk Molto Ultra di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

B. Jenis Data

Jenis data yang digunakan adalah data primer. Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak malalui media perantara). Data primer secara khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian (Indriantoro dan Supomo, 2002).

C. Populasi dan Sampel

Populasi mengacu pada keseluruhan kelompok orang, kejadian atau hal minat yang ingin peneliti investigasi (Sekaran, 2006). Sedangkan menurut Tjahjono, H.K, (2015), populasi mengacu pada keseluruhan dari kelompok,

peristiwa dan juga segala sesuatu yang menarik bagi peneliti untuk di investigasi. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa/i Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Sampel adalah sebagian dari populasi. Sampel terdiri atas sejumlah anggota yang terdiri dari populasi. Dengan kata lain, sejumlah, tapi tidak semua anggota, elemen populasi akan membentuk sampel (Sekaran, 2006). Sedangkan menurut Tjahjono, H.K, (2015) sampel adalah bagian dari sebuah populasi yang terdiri dari sebagian anggota yang dipilih dari populasi. Dengan mempelajari sampel, penelitian akan mampu menarik kesimpulan yang akan di generalisasi ke populasi. Sampel pada penelitian ini adalah pengguna produk Molto Ultra di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang menggunakan produk Molto Ultra.

D. Teknik Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel (*sampling*) adalah proses memilih sejumlah elemen secukupnya dari populasi, sehingga penelitian terhadap sampel dan pemahaman tentang sifat atau karakteristiknya akan membuat kita dapat menggeneralisasikan sifat atau karakteristik tersebut pada elemen populasi (Sekaran, 2006).

Ada dua tipe utama desain pengambilan sampel : pengambilan sampel cara probabilitas dan non-probabilitas. Dalam pengambilan sampel cara probabilitas, sebesarnya peluang atau probabilitas elemen populasi untuk terpilih sebagai subyek sampel diketahui. Dalam pengambilan sampel caranon-probabilitas,

sebesarannya elemen untuk terpilih sebagai subyek tidak diketahui (Sekaran, 2006).

Dalam penelitian ini teknik yang akan digunakan peneliti adalah sampel non-probabilitas. Dalam pengambilan sampel cara nonprobabilitas, probabilitas elemen dalam populasi untuk terpilih sebagai subyek sampel tidak diketahui. Hal tersebut berarti bahwa temuan dari studi terhadap sampel tidak dapat secara meyakinkan digeneralisasikan pada populasi. Tetapi, peneliti bisa saja suatu waktu kurang memperdulikan generalisasi dibanding memperoleh beberapa informasi pendahuluan secara cepat dan murah (Sekaran, 2006).

Desain pengambilan sampel yang di gunakan ialah pengambilan sampel yang mudah (*convenience sampling*) yang merupakan metode pengambilan sampel dengan mengumpulkan informasi dari anggota populasi yang dengan senang hati bersedia memberikannya, sehingga mempermudah peneliti (Sekaran, 2006).

Kriteria sampel pada penelitian ini yaitu mahasiswa/i Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY) yang pernah menggunakan produk Molto Ultra. Alasan penulis menggunakan mahasiswa/i di universitas agar mempermudah peneliti mencari sampel.

Hair (2010) yang menyatakan bahwa jumlah sampel minimum adalah 100 orang. Selain itu di dukung dengan Roscoe dalam Yunita (2012) yang menyatakan bahwa sampel yang layak berkisar antara 30-500 sampel. Jadi dalam penelitian ini akan di gunakan 100 orang sebagai sampel.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini ialah survey dengan membagikan kuesioner atau angket. Survey merupakan metode pengumpulan data primer yang menggunakan pertanyaan lisan dan tulisan (Indriantoro dan Supomo, 2001).

Kuesioner (*questionnaires*) adalah daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya yang akan responden jawab, biasanya dalam alternatif yang didefinisikan dengan jelas. Kuesioner merupakan suatu mekanisme pengumpulan data yang efisien jika peneliti mengetahui dengan tepat apa yang diperlukan dan bagaimana mengukur variabel penelitian. Koesioner dapat diberikan secara pribadi, disuratkan pada responden, atau disebarakan secara elektronik (Sekaran, 2006).

Penelitian ini menggunakan skala liker untuk mengukur citra merek dan keputusan pembelian konsumen, mahasiswa khususnya pengguna Molto Ultra akan diberikan pertanyaan atau pernyataan terkait pengaruh *green marketing* terhadap citra merek serta dampaknya pada keputusan pembelian Molto Ultra. Menurut Tjahjono (2015) skala liker dirancang untuk menguji seberapa kuat subyek menyetujui atau tidak menyetujui suatu pernyataan pada 5 skala poin. Skala liker disusun untuk menguji seberapa kuat subyek menyetujui atau tidak suatu pernyataan atau pertanyaan. Adapun skala liker yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 3.1
Instrumen Skala Liker

No	Keterangan	Skor Positif
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Netral	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

F. Definisi Operasional dan Variabel Penelitian

Definisi operasional variabel adalah pengertian variabel yang diungkap dalam definisi konsep tersebut secara optimal, praktis, dan nyata dalam lingkungan obyek penelitian. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas, variabel terikat dan variabel intervening.

a. Variabel bebas (variabel independen)

Variabel bebas adalah variabel yang mengambil variabel terikat, entah secara positif maupun secara negatif. Jika terdapat variabel bebas, maka variabel terikat pun akan hadir, dan dengan setiap unit kenaikan dalam variabel bebas terdapat pula kenaikan atau penurunan dalam variabel terikat (Sekarang, 2006). Pemasaran hijau dalam penelitian ini merupakan variabel bebas.

b. Variabel terikat (variabel dependen)

Variabel terikat merupakan variabel yang menjadi perhatian utama peneliti (Sekaran, 2006). Keputusan pembelian merupakan variabel terikat dalam penelitian ini.

c. Variabel intervening

Variabel intervening adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel terikat dengan variabel bebas menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati dan di ukur (Sugiyono, 2007) .

Tabel 3.2
Definisi operasional variabel

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Sumber Indikator
1	<i>Green Marketing</i>	<i>Green product</i> Produk tersebut memenuhi atau melebihi ekspektasi kualitas oleh pelanggan dan benar-benar teruji (Singh, 2010).	1. Kemasan yang <i>recyclabel</i> 2. Tingkat keramahan lingkungan 3. Keamanan produk	Harianti Silitonga (2014).
		<i>Green Price</i> Merupakan elemen penting dari bauran pemasaran. Kebanyakan pelanggan siap membayar lebih jika persepsi nilai produk bertambah (Singh, 2010).	1. Harga 2. Kesesuaian harga dengan manfaat 3. Kebersedian membayar lebih	Harianti Silitonga (2014).
		<i>Green Promotion</i> Mempromosikan produk dan layanan kepada target pasar termasuk iklan, <i>public relations</i> , promosi penjualan, pemasaran langsung dan ditempat promosi (Singh, 2010).	1. Media promosi 2. Cara promosi 3. Memberikan edukasi untuk peduli terhadap lingkungan	Harianti Silitonga (2014).

Lanjutan Tabel 3.2

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Sumber Indikator
	Citra Merek	Merek adalah nama, istilah simbol, atau desain dengan kombinasinya dengan maksud mengidentifikasi barang dan jasa dari satu penjualan atau sekelompok penjualan dan untuk membedakannya dari pesaing Kotler (2006).	1. Mengenal merek 2. Populer 3. Merek terpercaya	Suliatyawati (2010).
	Keputusan Pembelian	Keputusan Pembelian adalah keputusan pembelian konsumen akhir perorangan dan rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi (Kotler, 2009).	1. Pilihan produk 2. Informasi produk 3. Evaluasi produk.	Harianti Silitonga (2014).

G. UJI KUALITAS INSTRUMEN

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Validitas

Validitas adalah tingkat keandalan dan kesahihan alat ukur yang digunakan. Instrumen dikatakan valid berarti menunjukkan alat ukur yang dipergunakan untuk mendapatkan data itu valid atau dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya di ukur. Suatu data yang dikatakan valid apabila taraf signifikan $< 0,05$ atau 5 % (Sugiyono, 2014).

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrumen yang dalam hal ini kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang akan menghasilkan data yang konsisten. Dengan kata lain, reliabilitas instrumen mencirikan tingkat konsistensi. Nilai koefisien reliabilitas yang baik adalah $> 0,006$ (Sugiyono, 2014).

2. Analisis Data

Suatu penelitian membutuhkan teknik analisis data dan interpretasi dengan tujuan menjawab pertanyaan – pertanyaan peneliti. Analisis data merupakan proses penyederhanaan data kedalam bentuk yang mudah dibaca dan dipahami. Alat uji untuk menganalisis data harus sesuai dengan kebutuhan dengan melihat pola penelitian dan variabel yang akan diteliti. Disini peneliti menggunakan Analisis jalur (*path analysis*) dengan menggunakan *software* SPSS 20 dalam pengujian hipotesis dan di gunakan dalam model.

a. Analisis Jalur (*path analysis*)

Analisis jalur (*path analysis*) adalah suatu teknik pengembangan dari regresi linier berganda. Teknik ini digunakan untuk menguji besarnya sumbangan (kontribusi) yang ditunjukkan oleh koefisien jalur pada setiap diagram jalur dari hubungan kasusal antara variabel PH berpengaruh langsung terhadap KP serta dampaknya terhadap CM. (Basuki dan Prawoto, 2016:155)

Hubungan analisis jalur didapat persamaan sebagai berikut :

- 1) Pengaruh langsung PH → KP
- 2) Pengaruh tidak langsung PH → KP = $p_3 \times p_2$

Diman jika :

$A < B$ = Mediasi

$B < A$ = Tidak terjadi mediasi

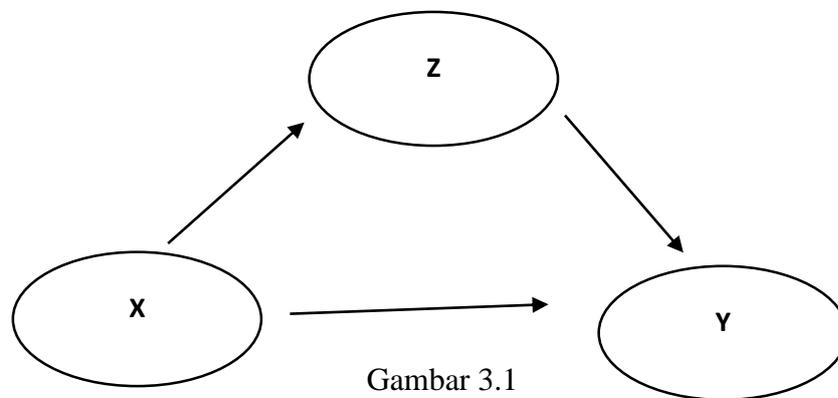
Pada analisis jalur dalam penelitian didasarkan pada asumsi berikut (Sugiyono, 2015):

- 1) Hubungan antara variabel yang akan di analisis berbentuk linier, adiktif dan kausal.
- 2) Variabel residual tidak berkorelasi dengan variabel yang mendahuluinya. Dan tidak berkorelasi juga dengan variabel lain.
- 3) Dalam model hubungan variabel hanya terdapat jalur kausal atau sebab-akibat searah.
- 4) Data setiap variabel yang di analisis adalah data interval dan berasal dari sumber yang sama.

Langkah-langkah yang perlu dilakukan dalam analisis jalur (*Path analysis*) adalah sebagai berikut:

a. Membuat diagram jalur

Diagram jalur disusun berdasarkan kerangka pikiran yang dikembangkan dari teori yang digunakan. Dalam penelitian ini diagram jalur yang digunakan adalah sebagai berikut :



Gambar 3.1

b. Menghitung koefisien jalur

Hubungan jalur antar variabel dalam diagram jalur yaitu suatu hubungan korelasi, oleh karena itu perhitungan angka koefisien jalur menggunakan angka standar skor CM. Pada setiap variabel eksogen tidak dipengaruhi oleh variabel lainnya dalam diagram, sehingga yang ada hanya suku residualnya yang beri notasi (Sugianto, 2015).

c. Pengujian model / hipotesis

Uji dapat menggunakan hipotesis, maka korelasi antar variabel dalam diagram jalur tersebut terlebih dahulu disusun ke dalam matriks korelasi. Jika matriks korelasi yang dihitung mendekati R^2 , maka diagram jalur yang

dihipotesiskan tersebut diterima, tetapi apa bila matriks korelasi yang dihitung jauh dari R^2 , maka diagram jalur yang di hipotesiskan tersebut ditolak dan diganti model lain. Matriks yang di hipotesiskan dan matriks hasil perhitungan dikatakan tidak menyimpang apa bila koefisien korelasi yang ada pada diagram jalur perbedaan antara yang di hipotesiskan dengan perhitungan yaitu tidak lebih dari 0,05 (Sugiyono, 2015).

H. Uji Hipotesis dan Analisis Data

1. Uji t

Uji t (Uji parsial) untuk menguji hipotesis kedua. Uji ini adalah untuk mengetahui apakah pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat apakah bermakna atau tidak. Pengujian dilakukan dengan membandingkan antara nilai t_{hitung} masing- masing variabel bebasa dengan nilai t_{tabel} dengan toleransi kesalahn 5% dalam arti ($\alpha =0.05$). Apabila nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka variabel bebasnya memberikan pengaruh bermakna terdapat variabel terikat (Basuki dan Prawoto, 2016).

2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan sebuah model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai satu. Bila $R^2 = 0$ berarti antara variabel bebas dengan variabel terikat tidak ada hubungan signifikan. Bila $R^2 = 1$ berarti antara variabel bebas dengan variabel terikat mempunya hubungan yang signifikan (Ghazali, 2011).