

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian merupakan sasaran untuk mendapatkan sesuatu data sesuai dengan pendapat. Objek penelitian menjelaskan tentang apa dan untuk siapa yang menjadi objek penelitian dan juga dimana, kapan penelitian dilakukan (Umar, 2005). Objek pada penelitian ini adalah produk The body shop.

Subjek adalah satu anggota dari sampel, sebagai elemen dari satu anggota dari populasi (Sekaran, 2006). Subjek penelitian atau responden adalah pihak-pihak yang dijadikan sebagai sampel dalam sebuah penelitian. Subjek penelitian juga membahas karakteristik subjek yang digunakan dalam penelitian, termasuk penjelasan mengenai populasi, sampel dan teknik sampling (acak/non-acak) yang digunakan. Subjek dalam penelitian ini adalah Mahasiswa/i pengguna produk The body shop di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY).

B. Jenis Data

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

C. Populasi dan Sampel

Sekaran,(2006) Populasi mengacu pada keseluruhan kelompok orang dan kejadian atau hal minat yang ingin peneliti investigasi. Tjahjono, H.K, (2013) 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, (2013) sampel merupakan bagian dari sebuah populasi yang terdiri dari sebagian anggota yang dipilih dari populasi. Dengan mempelajari sampel, penelitian mampu menarik kesimpulan yang akan di generalisasi ke populasi. Sampel pada penelitian ini adalah mahasiswa/i di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang menggunakan produk The body shop.

D. Teknik Pengambilan Sampel

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

Ada dua tipe utama untuk 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 cara non-probabilitas, sebesarnya 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 non-probabilitas, 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). Penentuan jumlah sampel yang representatif menurut Hair et al. (2010), adalah 5 sampai 10 kali jumlah indikator. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah: $15 \times 8 = 120$. Berdasarkan perhitungan tersebut untuk jumlah sampel minimum menggunakan 120 sampel responden.

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 (*questionnaire*) adalah daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya yang akan responden jawab, biasanya dalam alternatif yang didefinisikan dengan jelas. Koesioner dapat diberikan secara pribadi, disuratkan pada responden, atau disebarakan secara elektronik (Sekaran, 2006).

Penelitian ini menggunakan skala likert untuk mengukur citra merek dan keputusan pembelian konsumen, khususnya mahasiswa/i pengguna The body shop akan diberikan pertanyaan atau pernyataan terkait pengaruh *green marketing* terhadap citra merek serta dampaknya pada keputusan pembelian The body shop. Menurut Tjahjono (2013), skala likert dirancang untuk menguji seberapa kuat subyek menyetujui atau tidak menyetujui suatu pernyataan pada 5 skala poin. Skala likert disusun untuk menguji seberapa kuat subyek menyetujui atau tidak suatu pernyataan atau pertanyaan. Adapun skala likert yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Instrumen Skala Likert

No	Keterangan	Skor
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 (Independent variables)

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 (Sekaran, 2006). *Green marketing* dalam penelitian ini merupakan variabel bebas.

b. Variabel terikat (Dependent variables)

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 diukur (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>recyclable</i> 2. Tingkat keramahan lingkungan 3. Keamanan produk	Harianti Silitonga (2014) Almuarief (2016)
		<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. Kebersediaan membayar lebih	Harianti Silitonga (2014) Almuarief (2016).
		<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) Aluarief (2016)
2	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	1. Mengenal merek 2. Populer 3. Merek terpercaya.	Suliatyawati (2010).

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Sumber Indikator
		Kotler (2006).		
3	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) Almuarief (2016)

G. Uji Kualitas Instrumen

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji 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 $> 0,6$ (Sugiyono, 2014).

H. Analisis Data dan Uji Hipotesis

1. Regresi Linear Sederhana

Menurut Sugiono (2007), Regresi Linear Sederhana adalah Metode Statistik yang berfungsi untuk menguji sejauh mana hubungan sebab akibat antara Variabel Faktor Penyebab (X) terhadap Variabel Akibatnya. Faktor Penyebab pada umumnya dilambangkan dengan X atau disebut juga dengan Predictor sedangkan Variabel Akibat dilambangkan dengan Y atau disebut juga dengan Response. Regresi Linear Sederhana atau sering disingkat dengan SLR (Simple Linear Regression) juga merupakan salah satu Metode Statistik yang dipergunakan dalam produksi untuk melakukan peramalan ataupun prediksi tentang karakteristik kualitas maupun Kuantitas.

Model Persamaan Regresi Linear Sederhana adalah seperti berikut ini :

$$Y = a + bX$$

Dimana :

Y = Variabel Response atau Variabel Akibat (Dependent)

X = Variabel Predictor atau Variabel Faktor Penyebab (Independent)

a = konstanta

b = koefisien regresi (kemiringan); besaran Response yang ditimbulkan oleh Predictor.

2. Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiyono (2007), Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, X_n) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio.

Persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Keterangan:

Y' = Variabel dependen (nilai yang diprediksikan)

X_1 dan X_2 = Variabel independen

a = Konstanta (nilai Y' apabila $X_1, X_2, \dots, X_n = 0$)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

3. Analisis Jalur

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)

Hubungan analisis jalur didapat persamaan sebagai berikut :

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

Dimana jika :

A < B = Mediasi

B < A = Tidak terjadi mediasi

Ghozali (2011), analisis jalur (*path analysis*) merupakan perluasan dari analisis linear berganda, atau analisis jalur adalah penggunaan analisis untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori.

Langkah-langkah dalam analisis jalur (*path analysis*) untuk mengetahui apakah pengaruh mediasi diterima atau tidak, adalah sebagai berikut :

- a. Melakukan regresi persamaan pertama, yaitu antara variabel independen dengan variabel intervening.

- b. Melakukan regresi persamaan kedua, yaitu antara variabel independen, dan variabel intervening terhadap variabel dependen.
- c. Melakukan uji mediasi dengan menggunakan *sobel test*, mediasi diterima dengan ketentuan jika nilai t hitung > nilai t tabel

1. Uji Hipotesis

a. 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 bebas dengan nilai t tabel dengan toleransi kesalahan 5% dalam arti ($\alpha = 0.05$). Apabila nilai t hitung \geq t tabel, maka variabel bebasnya memberikan pengaruh bermakna terhadap variabel terikat (Basuki dan Prawoto, 2016).

b. 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 mempunyai hubungan yang signifikan (Ghazali, 2011).