

BAB III

METODA PENELITIAN

3.1 Strategi Penelitian

Menurut Sugiyono (2012) Strategi pada penelitian ini adalah metode asosiatif, asosiatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini maka akan dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala. Dalam penelitian ini, metode asosiatif digunakan untuk menjelaskan tentang pengaruh variabel *green product*, *green price*, dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk Lion Star di PT. Bank Capital Atrium Senen.

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1 Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012:90). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan produk Lion Star di PT Bank Capital Atrium Senen.

3.2.2 Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2012:91). Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan produk Lion Star di PT. Bank Capital Atrium Senen. Teknik pengambilan sampel dengan purposive sampling dengan menggunakan karakteristik tertentu seperti berikut :

- a. Konsumen yang mengunjungi PT. Bank Capital Atrium Senen.
- b. Konsumen yang mengetahui produk Lion Star dan menggunakan produk tersebut.

Adapun rumus dengan menggunakan Formula Lemeshow untuk mengetahui sampel dengan populasi yang tidak diketahui, yaitu sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2 p (1-p)}{e^2}$$

Keterangan :

N = Jumlah Sampel

Z = 1,96 (skor z pada kepercayaan 95%)

P = Maksimal Estimasi (0,5)

E = Alpha atau sampling error (10%)

$$N = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1-0,5)}{0,01^2}$$

N = 96,04 dibulatkan menjadi 100

Berdasarkan rumus tersebut didapatkan jumlah sampel dengan minimum 96,04 responden, dan untuk mempermudah perhitungan jumlah sampel maka sampel dibulatkan menjadi 100 responden.

3.3 Data dan Metoda Pengumpulan Data

3.3.1 Data

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dan sekunder, data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung diperoleh dari objek yang diteliti melalui pengamatan dan wawancara, yang berkaitan tentang *pengaruh Green Product, Green Price*, citra merek, dan keputusan pembelian produk ramah lingkungan yaitu Lion Star terhadap konsumen yang menggunakan produk Lion Star di PT. Bank Capital Atrium Senen. Sedangkan data sekunder didapatkan melalui buku, jurnal dan artikel yang membahas mengenai variabel-variabel pada penelitian ini agar data yang didapatkan menjadi semakin sempurna.

3.3.2 Metoda Pengumpulan Data

Dalam melengkapi data pada penelitian ini maka penulis menggunakan metoda pengumpulan data berupa kuesioner dalam bentuk memberikan pertanyaan kepada konsumen yang mengunjungi dan menggunakan produk ramah lingkungan yaitu Lion Star di PT. Bank Capital Atrium Senen, dan Setelah data diperoleh maka data tersebut diolah dengan menggunakan skala likert dan menggunakan aplikasi *SPSS (Statistic Product and Service Solution)*. Menurut Sugiyono (2012:132) dalam mengukur instrument ini menggunakan skala likert, yaitu skala yang dapat digunakan untuk mnegukur mengenai sikap, ataupun persepsi seseorang mengenai kejadian tertentu, dan setiap instrument mempunyai bobot nilai sebagai berikut.

Tabel 3.1

Kriteria pengukuran instrument dengan skala likert

Pilihan jawaban	Bobot skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono (2012)

3.4 Operasional Variabel

3.4.1 Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016:38). Tabel dibawah ini memberikan gambaran mengenai variabel,

definisi operasional, indikator, dan skala pengukuran pada masing-masing variabel penelitian.

3.4.2 Operasional Variabel

Tabel dibawah ini memberikan gambaran mengenai variabel, definisi operasional, indikator, dan skala pengukuran pada masing-masing variabel penelitian

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala pengukuran (skala likert)
<i>Green Product</i>	<i>Green product</i> adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. <i>Green Product</i> didefinisikan sebagai suatu produk yang ramah atau tidak berbahaya terhadap lingkungan, saat proses produksinya atau konsumsi	1. Bentuk 2. Fitur 3. Mutu 4. Daya Tahan	Ordinal
<i>Green Price</i>	Produk ramah lingkungan selalu ditawarkan dengan harga premium sehingga menimbulkan persepsi di benak konsumen bahwa produk hijau akan selalu mempunyai harga yang cukup tinggi	1. Keterjangkauan harga 2. Daya saing 3. Kesesuaian harga	Ordinal

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala pengukuran (skala likert)
Citra Merek	Merek adalah nama, istilah, tanda, lambang atau desain, atau kombinasi dari semua ini yang memperlihatkan identitas produk atau jasa dari satu penjual atau sekelompok penjual dan membedakan produk itu dari produk pesaing, dan citra merek adalah deskripsi produk dan keyakinan konsumen terhadap merek tertentu	1. Identitas merek 2. Personalitas merek 3. Asosiasi merek 4. Sikap dan perilaku merek 5. Manfaat dan keunggulan merek	Ordinal
Keputusan pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah proses keputusan pembelian terdiri dari lima tahap yang dilakukan oleh seorang konsumen sebelum sampai pada keputusan pembelian dan selanjutnya pasca pembelian.	1. pengenalan masalah 2. pencarian informasi 3. evaluasi alternatif 4. keputusan pembelian 5. perilaku pasca pembelian	Ordinal

Sumber : Data yang diolah

3.5 Metoda Analisis Data

3.5.1 Metoda Pengolahan Data

Data telah diperoleh secara lengkap maka selanjutnya adalah data tersebut diolah dengan menggunakan skala likert dan menggunakan aplikasi *SPSS (Statistical Package For Social Service)* versi 23.

3.5.2 Metoda Penyajian Data

Dalam penelitian ini data yang disajikan adalah seluruh informasi data yang sudah didapat kemudian diolah menggunakan aplikasi *SPSS*,

dan data yang dihasilkan dapat berupa tulisan, tabel, dan grafik agar memudahkan dalam menganalisis data agar mendapatkan hasil yang sistematis.

3.5.3 Alat Analisis Statistik Data

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Menurut (Ghozali, 2016) uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner, suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur kuesioner tersebut. Kriteria dalam penilaian uji validitas adalah sebagai berikut :

- a. Apabila r hitung $>$ r tabel (dengan taraf signifikan 5%) maka dapat dikatakan valid
- b. Apabila r hitung $<$ r tabel (taraf signifikan 5%) maka dapat dikatakan tidak valid

b. Uji Reliabilitas

Uji realibilitas digunakan untuk mengetahui apakah alat pengumpulan data menunjukkan tingkat ketepatan, tingkat keakuratan, kestabilan, atau konsistensi dalam mengungkapkan gejala tertentu (Sugiyono, 2016:172). Uji realiabilitas harus dilakukan hanya pada pernyataan-pernyataan yang sudah memenuhi uji validitas dan yang tidak memenuhi, maka tidak perlu diteruskan untuk di uji reliabilitas. Rumus *Alpha Cronbach* digunakan untuk mengestimasi reliabilitas instrument yang skornya bukan 1 dan 0, misalnya angket atau soal bentuk uraian. Rumus *Alpha Cronbach* yaitu :

$$r_i = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right)$$

r_i = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma b^2$ = Jumlah varians butir

Σt^2 = Varians total

2. Uji Asumsi Klasik

Untuk menguji kelayakan model regresi yang digunakan, maka harus terlebih dahulu memenuhi uji asumsi klasik.

a. Uji Normalitas

Menurut Imam Ghozali (2013:160) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan f mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Menurut Singgih Santoso (2012:393), dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas (*Asymtotic Significance*), yaitu :

- a. Jika probabilitas $> 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah normal.
- b. Jika Probabilitas $< 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah tidak normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian atau residual atau pengamatan ke pengamatan lainnya. Menurut Gujarati (2012:406) untuk menguji data ada tidaknya heteroskedastisitas digunakan uji rank-spearman yaitu dengan mengkorelasikan variabel independen terhadap nilai absolute dari residual (error). Jika variabel independen signifikan secara statistik

mempengaruhi variabel dependen, maka terdapat indikasi terjadi Heteroskedasitas.

c. Uji Multikolinieritas

Menurut Imam Ghozali (2013:105) uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Metode yang dapat digunakan untuk menguji terjadinya multikolinieritas dapat dilihat dari matrik korelasi variabel-variabel bebas. Untuk mengetahui adanya multikolinieritas maka dapat dilihat dengan *tolerance* dan *variance inflation faktor* (VIF), jika nilai *tolerance* $> 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF < 10$ maka dapat dikatakan tidak terjadi multikolinieritas, dan jika nilai *tolerance* $< 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF > 10$ maka dapat dikatakan terjadi multikolinierita

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Cara yang digunakan dalam uji ini adalah dengan uji Durbin Watson (DW) dengan ketentuan sebagai berikut :

- a. $DU < DW < (4-DU)$ artinya tidak terjadi autokorelasi.
- b. $DW < DL$ atau $DW > (4-DL)$ artinya terjadi autokorelasi.
- c. $DL < DW < DU$ atau $(4-DU) < DW < (4-DL)$ artinya tidak ada kepastian atau kesimpulan yang pasti. Nilai DU dan DI dapat diperoleh dari hasil tabel statistik Durbin Watson dengan hasil $n = 100$ (jumlah sampel), $\alpha = 5\%$ dan $k = 4$ (jumlah variabel).

3. Analisis Koefisien Determinasi

Menurut Imam Ghozali (2013:97) koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independent. Nilai koefisien determinasi adalah 0 dan 1.

Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independent dalam menjelaskan variabel-variabel dependent amat terbatas. Dalam kenyataan nilai R^2 dapat bernilai negatif, walaupun yang di kehendaki harus bernilai positif. Jika dalam uji empiris didapat *adjusted* R^2 negatif, maka nilai *adjusted* R^2 dianggap bernilai 0. Menurut Ghozali (2016) kelemahan dari koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independent yang dimasukan kedalam model. Setiap ada penambahan variabel independent R^2 pasti akan meningkat tanpa mempedulikan apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependent. Oleh karena itu maka digunakanlah model *adjusted* R^2 . Model *adjusted* R^2 dapat naik atau turun apabila ada suatu variabel independen yang ditambahkan kedala model.

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

KD : Koefisien Determinasi

R : Koefisien Korelasi

4. Uji Hipotesis Penelitian

a. Uji Hipotesis Parsial (uji t)

Menurut Imam Ghozali (2013:98) uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan signifikan level 0,05 ($\alpha = 5\%$). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria :

a. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

b. Jika nilai signifikan $\leq 0,05$ maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

a. Pengaruh X_1 (*green product*) terhadap Y (Keputusan Pembelian).

$H_0 : \rho_1 \leq 0$ (secara parsial tidak terdapat pengaruh antara *green product* terhadap keputusan pembelian)

$H_a : \rho_1 > 0$ (secara parsial terdapat pengaruh antara *green price* terhadap keputusan pembelian)

b. Pengaruh X_2 (*green price*) terhadap Y (Keputusan Pembelian)

$H_0 : \rho_2 \leq 0$ (secara parsial tidak terdapat pengaruh antara *green price* terhadap keputusan pembelian)

$H_a : \rho_2 > 0$ (secara parsial terdapat pengaruh antara *green price* terhadap keputusan pembelian)

c. Pengaruh X_3 (citra merek) terhadap Y (keputusan pembelian)

$H_0 : \rho_3 \leq 0$ (secara parsial tidak terdapat pengaruh antaracitra merek terhadap proses keputusan pembelian)

$H_0 : \rho_3 > 0$ (secara parsial terdapat pengaruh antara citra merek terhadap proses keputusan pembelian)

b. Uji Hipotesis Simultan (uji f)

Menurut Imam Ghozali (2013:98) Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Uji ini dilakukan dengan membandingkan antar nilai f hitung dengan nilai f tabel dengan tingkat signifikan sebesar 5%. Jika nilai f hitung lebih besar dari f tabel maka secara menyeluruh variabel independen mempengaruhi variabel dependen dan sebaliknya. Uji ini dilakukan dengan membandingkan signifikan f hitung dengan ketentuan :

- a. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada $\alpha 0,05$ maka H_1 ditolak.
- b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada $\alpha 0,05$ maka H_1 diterima.

$H_0 : \rho_1, \rho_2, \rho_3 \leq 0$ (Secara simultan tidak terdapat pengaruh antara variabel *green product*, *green price*, citra merek terhadap Keputusan Pembelian)

$H_a : \rho_1, \rho_2, \rho_3 > 0$ (Secara simultan terdapat pengaruh antara variabel *green product*, *green price*, citra merek terhadap Keputusan Pembelian)

5. Regresi Linier Berganda

Menurut Imam Gozali (2013:96) Analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan independen. Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui arah hubungan, antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif. Rumus dalam regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Variabel Bebas (Keputusan Pembelian / keppembelian)

X1 = Variabel Terikat (*Green Product /gpro*)

X2 = Variabel Terikat (*Green Price /gpri*)

X3 = Variabel Terikat (*Green Promotion /gprom*)

e = Unsur error

a = Konstanta

b = koefisien Regresi