

BAB III

METODE PENELITIAN

Setiap penelitian ilmiah memerlukan adanya metode untuk memperlancar penelitian dalam rangka pencarian data dan petunjuk mengenai cara atau langkah serta teknik penelitian. Penelitian merupakan suatu proses dengan langkah yang dilaksanakan secara sistematis untuk mendapatkan pemecahan masalah. Pada bab ini akan membahas metode penelitian yang digunakan dalam tesis ini.

3.1 Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan suatu penelitian survei. Survei adalah sebuah proses pengukuran menggunakan *interview* yang terstruktur dengan baik, dalam survei ini menggunakan alat pengukuran yang dikenal dengan kuesioner (Sekaran dan Bougie, 2013).

3.2 Obyek Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis memilih Produk Kosmetik Ramah Lingkungan sebagai obyek penelitian.

3.3 Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah konsumen yang memenuhi kriteria sudah pernah melakukan pembelian produk kosmetik ramah lingkungan minimal dalam 6 bulan terakhir. Data konsumen yang didapat dalam penelitian ini berjumlah

308, namun hanya 275 data responden yang dapat diolah. Dalam penelitian ini terdapat dua pertanyaan dalam kuesioner yang digunakan peneliti untuk memilih data konsumen sesuai dengan kriteria responden. Pertanyaan dalam kuesioner untuk memilih kriteria responden yang diinginkan dalam penelitian ini adalah :

- 1). “Apakah anda pernah membeli produk kosmetik yang ramah lingkungan dalam 6 bulan terakhir?”;
- 2). “Apakah anda membeli produk kosmetik karena merek tersebut mengusung tema ramah lingkungan?”.

3.4 Variabel Penelitian

Variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini terdiri dari enam variabel independen, yaitu *Behavioral Belief*, *Normative Belief*, *Control Belief*, *Attitude*, *Subjective Norm*, dan *Perceived Behavioral Control*, satu variabel mediasi, yaitu *Green Purchase Intention*, dan satu variabel dependen, yaitu *Green Behavior*.

3.5 Metode Pengambilan Sampel

3.5.1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan obyek yang akan diteliti (Sekaran dan Bougie, 2013: 240). Populasi yang dipilih adalah seluruh masyarakat yang pernah melakukan pembelian produk kosmetik ramah lingkungan.

3.5.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang terdiri dari beberapa anggota yang dipilih dari populasi untuk diteliti (Sekaran dan Bougie, 2013: 241). Sampel

dalam penelitian ini berdasarkan *non-probability sampling* yaitu *convenience sampling*. Menurut (Sekaran dan Bougie, 2013), *non-probability sampling* berarti bahwa semua elemen yang tercakup dalam populasi tidak diketahui. Penelitian ini menggunakan *convenience sampling* karena informasi yang dikumpulkan oleh peneliti berasal dari anggota populasi yang mudah diakses dan bersedia bekerja sama sebagai responden.

Sampel Penelitian ini menggunakan *purposive sample* dimana hanya terbatas pada tipe spesifik sekumpulan orang tertentu yang dapat memberikan informasi yang diinginkan ataupun karena sekelompok orang tersebut sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan (Sekaran dan Bougie, 2013: 252).

Menurut Costello dan Osborne (2005), jumlah sampel yang representatif adalah 20 subyek untuk setiap variabel penelitian. Jumlah sampel yang representatif yang paling dapat diterima menurut Hair et al. (2010), adalah dengan perbandingan 10:1 (10 sampel untuk 1 variabel).

Variabel dalam penelitian ini berjumlah 8, sehingga untuk jumlah sampel dalam penelitian ini seturut teori yang telah dipaparkan sebelumnya adalah 160 orang responden (Costello dan Osborne, 2005), dan atau 80 orang responden (Hair et al., 2010). Sampel dalam penelitian ini berjumlah 275 orang responden yang pernah melakukan pembelian produk kosmetik ramah lingkungan dalam 6 bulan terakhir.

3. 6 Metode Pengumpulan Data

3.6.1. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, di mana data tersebut mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama yang berkaitan dengan variabel minat untuk tujuan minat yang lebih spesifik (Sekaran dan Bougie, 2013). Dalam penelitian ini dilakukan dengan memberikan kuesioner kepada responden, dan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang bersifat kuantitatif.

3.6.1.1 Kuesioner

Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden, yaitu laporan tentang pribadi responden dan hal-hal yang ingin diketahui peneliti (Sekaran dan Bougie, 2013: 147). Kuesioner dalam penelitian ini dibagikan kepada konsumen yang telah melakukan pembelian produk kosmetik ramah lingkungan dalam kurun waktu 6 bulan terakhir secara *online*. Peneliti mengirim *link* kuesioner kepada responden yang dituju, dan responden akan mengisi kuesioner *online* tersebut.

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah *self-administered questionnaires* yaitu meminta responden menjawab sendiri dari pertanyaan yang diberikan dengan mengidentifikasi secara pribadi permasalahan dalam kuesioner, sehingga hasil pengisian data bergantung dari jawaban responden secara pribadi (Sekaran dan Bougie, 2013).

3.6.1.2 Definisi Operasional dan Indikator

Pengukuran variabel adalah pemberian nilai properti dari suatu objek. Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala *likert* yaitu skala yang didesain untuk mengukur seberapa kuat subyek penelitian setuju atau tidak setuju terhadap pernyataan pada lima poin skala (Sekaran dan Bougie, 2013: 220). Alternatif jawaban adalah (Sekaran dan Bougie, 2013:220) :

Sangat Setuju (SS)	diberi skor 5
Setuju (S)	diberi skor 4
Kurang Setuju (KS)	diberi skor 3
Tidak Setuju (TS)	diberi skor 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	diberi skor 1

Kuesioner dapat dilihat pada Lampiran 1.

Tabel 3.1. Definisi Operasional

NO	VARIABEL	DEFINISI	ALAT UKUR	SUMBER
1.	Behavioral Belief	Kepercayaan-kepercayaan individu mengenai konsekuensi ketika memakai produk atau jasa ramah lingkungan (Han dan Kim, 2010)	Diukur dengan 4 pertanyaan pada kuesioner	(Han dan Kim, 2010)
2.	Normative Belief	Kepercayaan tentang produk atau jasa ramah lingkungan yang diyakini individu untuk menampilkan suatu perilaku ramah lingkungan berdasarkan motivasi dari pandangan orang lain yang dianggap penting bagi individu tersebut (Han dan Kim, 2010)	Diukur dengan 3 pertanyaan pada kuesioner	(Han dan Kim, 2010)
3.	Control Belief	Kepercayaan individu mengenai kemampuan individu itu sendiri dalam mengendalikan dan memakai produk-produk atau jasa ramah lingkungan (Han dan Kim, 2010)	Diukur dengan 5 pertanyaan pada kuesioner	(Han dan Kim, 2010)

		Kim, 2010).		
4.	Attitude	Mengacu pada tingkat seseorang mengevaluasi suatu perilaku pemakaian produk atau jasa ramah lingkungan itu baik atau tidak baik, dan dapat pula dikatakan merupakan penelitian seseorang terhadap perilaku penggunaan produk ramah lingkungan (Han dan Kim, 2010).	Diukur dengan 6 pertanyaan pada kuesioner	(Han dan Kim, 2010) dan (Carolyn dan Pusparini, 2013)
5.	Subjective Norm	Persepsi dan persetujuan individu dalam melakukan atau tidak melakukan suatu pemakaian produk atau jasa yang ramah lingkungan berdasarkan motivasi dan atau pandangan orang lain (Han dan Kim, 2010).	Diukur dengan 5 pertanyaan pada kuesioner	(Han dan Kim, 2010) dan (Carolyn dan Pusparini, 2013)
6.	Perceived Behavioral Control	Persepsi seseorang tentang kemampuan dan kemudahan atau kesulitan untuk melakukan suatu perilaku penggunaan produk atau jasa yang ramah lingkungan (Han dan Kim, 2010).	Diukur dengan 8 pertanyaan pada kuesioner	(Han dan Kim, 2010) dan (Carolyn dan Pusparini, 2013).
7.	Green Purchase Intention	Minat (<i>intention</i>) dalam <i>Theory of Planned Behavior</i> adalah faktor persepsi kemampuan seseorang dalam mengendalikan perilaku yang akan dikerjakan (<i>Behavior</i>) terhadap produk ramah lingkungan (Han dan Kim, 2010).	Diukur dengan 7 pertanyaan pada kuesioner	(Han dan Kim, 2010) dan (Carolyn dan Pusparini, 2013)
8.	Green Behavior	Dimaknai sebagai suatu perilaku yang tindakannya didasari oleh suatu nilai, norma dan aturan yang mengutamakan kepedulian terhadap lingkungan (Sheikh et al., 2014).	Diukur dengan 3 pertanyaan pada kuesioner	(Chan, 2001)

3.7 Metode Pengujian Instrumen Penelitian

Pengujian Instrumen diperlukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan dalam penelitian layak digunakan. Pengujian instrumen dalam penelitian ini menggunakan *software* SPSS versi 23.0. Uji instrumen yang dilakukan seperti yang dipaparkan di bawah ini:

3.7.1. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan mengetahui ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya (Sekaran dan Bougie, 2013: 226). Suatu kuisisioner dinyatakan valid jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai positif r hitung (*Corrected item-total correlation*) $>$ r table, di mana $df = n-2$ (sig 5%, $n =$ jumlah sampel). Setiap item pernyataan dapat dikatakan valid jika memiliki nilai korelasi r -hitung positif dan nilai r -hitung $>$ nilai r tabel, dalam penelitian ini: tingkat signifikansi 5%, $df = n-2$, $275-2 = 273$, r tabel 0.1183. Kuesioner dalam penelitian ini dinyatakan valid karena r -hitung tiap pernyataan (*corrected item-total correlation*) $>$ 0.1183 (Lihat Lampiran 3). Dalam penelitian ini uji validitas menggunakan *software* SPSS 23.0.

3.7.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas suatu pengukuran mengindikasikan bahwa jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil (Sekaran dan Bougie, 2013:228). Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan *Cronbach Alpha* (α) dari *software* SPSS 23.0. Variabel dalam penelitian ini dikatakan reliable jika

memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,70 (Nunnally, 1978). Hasil uji validitas yang telah dilakukan dapat dilihat pada Lampiran 3.

3.8 Metode Analisis Data

Dalam menganalisis data, penulis menggunakan :

3.8.1. Analisis Regresi

Untuk menguji dan menjawab hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini maka peneliti menggunakan teknik analisis regresi linear berganda dan regresi linear sederhana. Uji regresi linier sederhana dilakukan sebanyak lima kali. Pertama dilakukan untuk menguji pengaruh X1 (*behavioral belief*) pada X4 (*attitude*). Kedua untuk menguji pengaruh X2 (*normative belief*) pada X5 (*subjective norm*). Ketiga menguji pengaruh X3 (*control belief*) pada X6 (*perceived behavioral control*). Keempat menguji pengaruh X6 (*perceived behavioral control*) terhadap Y (*green behavior*). Kelima menguji pengaruh Z (*green purchase intention*) terhadap Y (*green behavior*).

Uji regresi linier berganda digunakan untuk menguji : pengaruh X4 (*attitude*), X5 (*subjective norm*), dan X6 (*perceived behavioral control*) terhadap Z (*green purchase intention*).

3.8.2. Analisis Mediasi

Pada penelitian ini terdapat satu variabel mediasi yaitu *green purchase intention*. Variabel mediasi sering disebut sebagai variabel perantara yang berfungsi untuk memediasi hubungan antara variabel independen dengan variabel

dependen. Baron dan Kenny (1986), mensyaratkan bahwa hubungan regresi X ke M, M ke Y, dan X ke Y harus berpengaruh signifikan. Terdapat 5 mediasi yang dapat terjadi menurut syarat Zhao et al. (2010) yang dijadikan acuan dalam penelitian ini, yaitu :

1. *Complementary mediation* : jika efek mediasi (axb) dan efek langsung (c) terjadi searah
2. *Competitive mediation* : jika (axb) dan c terjadi, namun berbeda arah
3. *Indirect-only mediation* : jika efek mediasi (axb) terjadi, namun efek langsung (c) tidak terjadi
4. *Direct-only non-mediation* : jika efek langsung (c) terjadi, namun efek mediasi (axb) tidak terjadi.
5. *No-effect non-mediation* : jika efek langsung (axb) maupun efek langsung (c) tidak terjadi.

3.8.2. ANOVA

Untuk menguji ada tidaknya pengaruh dari perbedaan jenis kelamin, usia dan pendapatan terhadap variabel *Behavioral belief*, *normative belief* dan *control belief* pada responden maka dalam penelitian ini dilakukan uji *One-way ANOVA*. Uji *One-way ANOVA* dilakukan menggunakan *software SPSS 23.0*, dengan tingkat kepercayaan 95% (Sig. = 0.05). Jika terdapat pengaruh signifikan (lebih kecil dari kesalahan yang boleh terjadi: $\alpha = 0.05$) dari perbedaan usia, jenis kelamin atau pendapatan terhadap variabel *behavioral belief*, *normative belief* dan

control belief, maka dilanjutkan dengan Duncan Multiple Range Test (DMRT). Uji lanjutan DMRT *post hoc* dilakukan untuk mengukur perbedaan signifikan *mean* atau untuk melihat perbedaan yang memberikan pengaruh paling besar terhadap variabel.

