

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Berdasarkan tujuan dari penelitian tersebut, maka penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif. Jenis penelitian yang digunakan adalah dengan menggunakan penelitian kuantitatif dan *eksplanatory research*. Jenis penelitian kuantitatif digunakan dalam penelitian yang menggunakan data berupa angka sebagai patokan analisis. Penelitian *eksplanatory research* bertujuan untuk menjelaskan variabel-variabel yang diteliti. Jenis penelitian ini adalah asosiatif, karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antar variabel *independent* (bebas) dengan variabel *dependent* (terikat). Minat beli (Y) sebagai variabel *dependent* (terikat) *independent* (bebas) variabel yaitu *green product* (X₁), *green price* (X₂), *green promotion* (X₃), dan *green place* (X₄).

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian bertempat di Kabupaten Gresik

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2015;80) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya.

Sedangkan menurut Indriantoro dan Supomo (2014;115) populasi yaitu sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karekteristik tertentu. Populasi dalam penelitian ini adalah Masyarakat gresik yang pernah membeli produk *tupperware* yang populasinya tidak di ketahui

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2015;81). Sedangkan menurut Indriantoro dan Supomo (2014;115) peneliti dapat meneliti seluruh elemen populasi (disebut dengan sensus) atau meneliti sebagian dari elemen-elemen populasi (disebut dengan sampel).

Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui dengan pasti. Sehingga jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 orang responden. Hal ini senada dengan pendapat dari Cooper dan Emory (1996) bahwa formula dasar dalam menentukan ukuran sampel probabilitas mengasumsikan bahwa populasi adalah tidak terbatas dimana sebanyak 100 orang yang diambil dari populasi sebanyak 1000. Selain itu, dalam penentuan jumlah sampel ini diharapkan mampu memenuhi kriteria dalam pengujian hipotesis sesuai dengan metode statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan software SPSS.

Pengambilan sampel dilakukan dengan cara *non probability sampling* dimana semua populasi tidak memiliki kesempatan atau peluang yang sama untuk dijadikan anggota sampel. Prosedur yang digunakan adalah memakai *Purposive sampling* yaitu metode penetapan sampel dengan berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu. Kriteria-kriteria yang dimaksud oleh peneliti adalah Masyarakat Gresik yang pernah membeli produk *tupperware*.

3.4 Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini merupakan data primer, yaitu data yang dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari responden dengan menggunakan kuisioner. Responden yang dimaksud yaitu Masyarakat Gresik yang pernah membeli produk *tupperware*.

3.5 Sumber Data

Data diperoleh dari hasil kuisisioner responden yang sedang ataupun pernah berlangganan pada Masyarakat Gresik yang pernah membeli produk *tupperware* dan data-data yang dibutuhkan oleh peneliti.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah lembar kuesioner. Angket atau kuesioner yang dibagikan merupakan kuesioner tertutup. Responden tinggal memberikan tanda checklist (√) pada alternatif jawaban yang tersedia secara online

3.7 Definisi Operasional

Berdasarkan permasalahan dan hipotesis yang diajukan serta model analisis yang digunakan maka variabel yang dianalisis terdiri dari dua macam, yaitu variabel bebas (*independent variabel*) diberi simbol X dan variabel terikat (*dependent variabel*) diberi simbol Y. Berikut penjelasan masing-masing variabel operasional berserta indikator-indikatornya:

3.7.1 Variabel Independent (X)

Green Product (X1) (Zulkifli,2020) adalah produk yang memberikan jaminan keberlanjutan bagi pelestarian lingkungan, kesehatan manusia, hemat sumber daya alam, memperhatikan *green material* dan *green design* dengan cara melakukan pengolahan dan minimasi limbah, produksi bersih, *recycle*, *reuse* serta *eco-efficiency* . Dimensi Indikatornya Menurut Manongko (2011) ;

- a) Produk tidak mengandung toxic Produk tidak mengandung toxic
- b) Produk tidak tahan lama
- c) Produk menggunakan bahan baku yang dapat didaur ulang

Green price (X2) adalah (Zulkifli,2020) Internalisasi biaya pencegahan dan perbaikan kerusakan lingkungan ke dalam harga produk. Sebagian besar pelanggan hanya akan bersedia membayar harga lebih apabila produk memiliki persepsi nilai tambah (Kalama, 2007). Salah satu nilai tambah yang dimaksud tersebut adalah manfaat lingkungan yang sering kali menjadi faktor penentu antara produk dengan nilai dan kualitas yang sama (Singh, 2013). Menurut Kotler dan Armstrong (2006:62) indikator *green price* yang dinyatakan dalam *marketing mix* diantaranya; (a) Pilihan harga yang ditawarkan, (b) Penetapan harga produk, (c) Perbandingan harga produk, (d) Cara pembayaran, (e) Periode pembayaran yang ditetapkan.

Green Place(X3) adalah distribusi produk menggunakan transportasi dan energi yang ramah lingkungan, memperluas ruang terbuka hijau, dan memastikan limbah aman bagi kesehatan manusia dan organisme lain menurut (Zulkifli,2020). *Green Place* juga memuat unsur bagaimana lokasi yang dijadikan pusat penjualan tidak melanggar tata ruang, mengkonversasi ruang terbuka hijau, menyebabkan kemacetan, polusi udara dan sebagainya. Menurut Suryadi dan Hutomo (2010) indikator antara lain: a. Kemudahan mendapatkan produk, (b) Lokasi pembelian, (c) Lokasi mudah di jangkau

Green promotion (X4) (Zulkifli,2020) adalah promosi yang mensosialisasikan pengetahuan lingkungan, meningkatkan kesadaran lingkungan dan mengurangi dampak akibat penggunaan promo tools yang tidak ramah lingkungan. Indikator *green promotion (X3)* menurut Davari dan Strutton (2014) sebagai berikut: a. Menyediakan banyak informasi tentang produk hijau dalam

iklannya. b. Menawarkan promosi dan penawaran khusus kepada orang-orang yang membeli produk hijau

3.7.2 Variabel Dependen (Y)

Minat beli ulang adalah perilaku dimana pelanggan merespons positif terhadap kualitas layanan dan berniat melakukan kunjungan kembali atau mengkonsumsi kembali produk perusahaan tersebut. Menurut Priansa (2017:168) Minat beli ulang konsumen dapat diukur dengan empat dimensi pokok, yaitu:

- a. Minat Transaksional
- b. Minat Refrensial
- c. Minat Preferensial

b) Pengukuran Variabel

Teknik pengukuran data yang digunakan adalah skala interval, maka dalam kuisioner ini digunakan skala likert (*likert scale*). Dimana jawaban dari pernyataan responden dari instrumen penelitian diberikan bobot nilai sebagai berikut

1. Katagori Sangat Tidak Setuju (STS) diberiskor = nilai 1
2. Katagori Tidak Setuju (TS) diberiskor = nilai 2
3. Katagori Cukup Setuju (CS) diberiskor = nilai 3
4. Katagori Setuju (S) diberiskor = nilai 4
5. Katagori Sangat Setuju (SS) diberiskor = nilai 5

3.8 Teknis Analisis Data

Analisis regresi berganda bertujuan untuk melihat secara langsung pengaruh beberapa variabel bebas terhadap variabel terikat. Sehingga analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2 (Sugiyono, 2010:277). Pada penelitian ini, terdapat dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Maka, rumusan matematis dari regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat

X = Variabel bebas

α , = Konstanta

b_1, b_2 = Koefisien Regresi

X_1 = *Green Product*

X_2 = *Green Pricing*

X_3 = *Green Promotion*

X_4 = *Green Place*

E= error

Sehingga nilai-nilai estimasi ini akan diuji menggunakan uji hipotesis untuk melihat apakah persamaan regresi yang diperoleh sudah cukup layak dalam memodelkan antara variabel dependen dengan variabel independen

2. Pengujian Instrumen Penelitian

Untuk menguji kevalidan dan ketepatan serta akurasi atau ketelitian suatu instrument, peneliti menggunakan :

a. Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur (kuisisioner) itu dapat mengukur apa yang ingin diukur. Oleh karena itu suatu data yang valid harus mengandung unsur ketepatan dan kecermatan, tepat berarti mengenai sasaran dan cermat berarti mampu membedakan aspek sampai sekecil-kecilnya. Selain itu alat ukur dikatakan valid apabila memiliki kemampuan untuk menyadap aspek-aspek (atau unsur-unsur, dimensi-dimensi) yang hendak diukur.

Suatu kuesioner dikatakan sah jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh koesioner tersebut. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan r hitung (untuk setiap butir dapat dilihat pada kolom *corrected item-total correlations*) dengan r tabel untuk *degree of freedom* $df = (N-2)$, dalam hal ini N adalah jumlah sampel. Jika r hitung $>$ r tabel, maka pertanyaan tersebut dikatakan valid (Ghozali,2011:45).

b. Uji Reliabilitas

Menurut Priyatno (2017:79) reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur pada kuisisioner, maksudnya apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali. Metode yang sering digunakan dalam penelitian untuk mengukur skala rentangan seperti skala likert 1-5 adalah *Cronbach Alpha*. Dasar pengambilan keputusan apakah suatu instrumen dikatakan reliabel atau tidak adalah menggunakan batasan 0,6. Jika nilai $\alpha > 0,6$ maka instrumen tersebut dikatakan reliabel, sedangkan dikatakan tidak reliabel jika $\alpha \leq 0,6$.

c) Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan uji data yang digunakan untuk mengetahui apakah data penelitian memenuhi syarat untuk dianalisis lebih lanjut, guna menjawab hipotesis penelitian.

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2013:154) Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas dilakukan dengan membandingkan antara data yang kita miliki dengan data distribusi normal yang memiliki *mean* dan standar deviasi yang sama dengan data kita. Uji normalitas merupakan salah satu syarat pengujian *parametric-test* (uji parametrik) adalah data harus memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah berdistribusi normal atau mendekati normal. Hal tersebut dapat dilihat dengan menggunakan *normal probability plot*, yaitu dengan membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Pengambilan keputusan tersebutlah dijadikan sebagai patokan data yang akan diuji. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, maka model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas. Namun jika sebaliknya, apabila data tersebut jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka hal tersebut menunjukkan bahwa distribusi tersebut tidak normal

b. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali, (2013:103) Uji multikorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independen*). Terdapat cara untuk mendeteksi ada tidaknya multikorelasi, yaitu dapat dilihat dari

(1) nilai *tolerance* dan lawannya (2) *variance inflation factor* (VIF). *Tolerance* mengukur variabilitas variabel *independen* yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel *independen* lainnya. Nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF=1/Tolerance$). Variabel dikatakan bebas apabila nilai VIF $< 1/\alpha$ atau $1/0,05=20$. Data dianggap baik apabila tidak terjadi multikolinieritas

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2011:139) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali,2011:139). Uji statistik yang dipilih peneliti adalah uji Glejser, dasar pengambilan keputusan uji heteroskedastisitas melalui uji Glejser adalah :

1. Apabila sig.2-tailed $< \alpha=0.05$, maka telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Apabila sig.2-tailed $> \alpha=0.05$, maka tidak terjadi heteroskedastisitas

d) Uji Hipotesis

(Sugiyono, 2017:89) Uji Hipotesis adalah suatu pertanyaan yang menunjukkan dugaan tentang hubungan antara dua variabel atau lebih. Dalam menguji hipotesis dilakukan dengan uji koefisien determinasi, dan uji statistik T.

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Ghazali (2011:97) koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai

koefisien determinasi antara nol dan satu. Semakin mendekati nol besarnya koefisien determinasi suatu persamaan regresi, maka semakin kecil pula pengaruh semua variabel independen (*Green Product, Green Price, Green Place, Green Promotion*) terhadap nilai variabel dependen (Minat beli) Sebaliknya, semakin mendekati satu besarnya koefisien determinasi suatu persamaan regresi, maka semakin besar pula pengaruh semua variabel independen (*Green Price, Green Place, Green Promotion*) terhadap variabel dependen (prestasi belajar).

b. Uji t (Uji Parsial)

Uji parsial atau *t test* digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel *independen* terhadap variabel dependen. Analisis uji parsial dapat diketahui dengan cara dengan membandingkan nilai t_{tabel} dengan t_{hitung} . Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ dan tingkat signifikansi $\geq 0,05$ maka H_0 diterima. dan H_a ditolak. Sedangkan jika diketahui $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ dan tingkat signifikansi $t \leq 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

c. Uji F (Uji Simultan)

Uji Statistik F atau uji pengaruh simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel *independen* secara bersama-sama atau simultan memengaruhi variabel *dependen*. Uji pengaruh simultan dapat dilihat dengan cara membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} . Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ dan tingkat signifikikasi $F < 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Sedangkan jika diketahui $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ dan tingkat signifikansi $F > 0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak.

d. Uji Variabel Dominan

Penelitian ini juga menggunakan Sumbangan Efektif (SE) untuk menguji variabel bebas mana yang paling dominan mempengaruhi variabel terikat serta besarnya kontribusi terhadap variabel terikat. Rumus untuk mencari sumbangan efektif adalah sebagai berikut.

$$SE = \left(\frac{bX \times \text{Cross Product} \times R^2}{\text{Regression}} \right) \times 100\%$$

Keterangan:

SE = Sumbangan Efektif Variabel

bX = Koefisien Determinasi Variabel Bebas

Cross Product = Koefisien atau *Constant* (B) Variabel Bebas

Regression = Nilai Regresi

R^2 = Sumbangan Efektif (Koefisien Determinasi) Total Dalam menghitung sumbangan efektif, peneliti menggunakan program SPSS 24 for *Windows* agar hasil yang diperoleh lebih akurat