

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dengan periode waktu selama bulan Februari hingga Juni 2024 dengan fokus pada wanita yang berdomisili di Provinsi DKI Jakarta. Wilayah Jakarta dipilih sebagai lokasi penelitian karena wanita dengan usia produktif didominasi berada di wilayah tersebut (Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta, 2022).

B. Desain Penelitian

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif deskriptif, yang merupakan cara untuk mendapatkan pengetahuan melalui penggunaan data dalam bentuk angka sebagai alat untuk mencari informasi mengenai topik yang diteliti (Zulkhi & Jannah, 2022). Penelitian kuantitatif berfokus pada analisis data numerik (angka), menggunakan metode analisis deskriptif dan inferensial (Fitriani et al., 2022). Analisis deskriptif adalah metode statistik yang digunakan untuk menggambarkan data yang telah dikumpulkan sebagaimana adanya, tanpa bertujuan untuk membuat kesimpulan atau generalisasi (Zulkhi & Jannah, 2022).

Penelitian ini menggunakan metode survei *online* dengan menyebarkan kuesioner melalui *platform* media sosial seperti WhatsApp, Instagram, dan Twitter menggunakan Google Form. Penggunaan Google Form dipilih karena

memudahkan distribusi kuesioner kepada responden dan metode *online* ini dianggap efisien praktis, karena menghemat waktu, dan biaya.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Penelitian ini berfokus pada wanita generasi usia produktif minimal berusia 18 tahun, yang termasuk dalam generasi milenial dan Z. Konsumen muda menunjukkan peran penting dalam pengembangan populasi yang sadar lingkungan, serta merupakan pasar yang menjanjikan untuk produk organik. Konsumen muda tidak hanya peduli dengan masa kini tetapi juga dengan dampak jangka panjang dari tindakan mereka saat ini, dan cenderung menjadi konsumen setia pasar ramah lingkungan seumur hidup. Oleh karena itu, konsumen muda ini lebih memperhatikan produk ramah lingkungan dibandingkan konsumen yang lebih tua dan tampaknya lebih bersedia membeli produk ramah lingkungan saat berbelanja (Sun & Wang, 2020).

Pelanggan kosmetik sebagian besar adalah wanita yang ingin tampil menarik. Mereka juga bersemangat untuk mencoba produk yang lebih maju (Ferdinand & Ciptono, 2022). Perempuan memiliki tingkat sosialisasi yang lebih tinggi untuk peduli terhadap orang lain dan bertanggung jawab secara sosial, yang kemudian mengarahkan mereka untuk peduli terhadap masalah lingkungan dan bersedia melakukan perilaku lingkungan (Briscoe et al., 2019). Konsumen wanita cenderung memiliki sikap positif terhadap pembelian kosmetik ramah lingkungan dan produk perawatan kecantikan yang berkelanjutan (Shimul et al., 2022).

2. Sampel

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik dalam pengambilan sampelnya dipilih menggunakan pertimbangan tertentu. Pada penelitian ini, digunakan teknik *purposive sampling*, yaitu penentuan sampel dengan menggunakan kriteria tertentu (Putra, 2019). Penelitian ini berfokus dengan pembatasan lokasi yaitu di wilayah Jakarta. Wilayah Jakarta dipilih sebagai lokasi penelitian karena wanita dengan usia produktif didominasi berada di wilayah tersebut. Dan berdasarkan referensi penelitian terdahulu dengan topik dan variabel yang sama, belum banyak penelitian yang menggunakan wilayah DKI Jakarta sebagai fokus dalam meneliti wanita muda di wilayah tersebut.

Tabel 3. 1 Jumlah Penduduk Wanita Provinsi DKI Jakarta 2022

No	Kelompok Umur	Jumlah Penduduk Wanita
1.	15-19	409.108
2.	20-24	428.395
3.	25-29	422.522
4.	30-34	424.379
Jumlah		1.684.404

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta (2022)

Menurut Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta (2022) dari tabel 3.1, menyatakan bahwa jumlah penduduk wanita usia produktif di provinsi DKI Jakarta berjumlah 1.684.404. Adapun beberapa kriteria sampel sebagai responden yang akan diuji pada penelitian ini, adalah sebagai berikut:

- a. Wanita berusia minimal 18 tahun.
- b. Domisili DKI Jakarta.
- c. Memiliki minat membeli produk kosmetik ramah lingkungan seperti, Innisfree, Nature Republic, The Body Shop, dll.

Karena jumlah sampel dalam penelitian ini harus representatif, penelitian ini menggunakan rumus Slovin untuk menghitung ukuran sampel minimal dalam kasus di mana perilaku populasi belum diketahui secara pasti. Metode Slovin mengambil sampel 10–20 persen dari populasi (Universitas PGRI Madiun, 2024).

Rumus slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Sampel error 10%

$$n = \frac{1.684.404}{1 + (1.684.404)(0,1)^2} = 99,9$$

Peneliti menemukan jumlah sampel penelitian sebesar 99,9, yang dibulatkan menjadi 100 orang, berdasarkan hasil rumus Slovin di atas.

D. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data diperoleh melalui penggunaan kuesioner, yang merupakan sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk mendapatkan informasi dari responden mengenai laporan tentang diri mereka sendiri atau pengetahuan yang

mereka miliki. Untuk mengumpulkan data, peneliti secara langsung meminta responden untuk mengisi kuesioner yang disebarluaskan kepada sampel penelitian. (Kusumastuti Hendrawan et al., 2020). Hasil dari jawaban responden pada kuesioner yang disebarluaskan melalui *platform* media sosial seperti WhatsApp, Instagram, dan Twitter.

1. Definisi Konseptual Variabel

Definisi konseptual mencakup pemahaman konsep yang digunakan, yang membantu peneliti menerapkan konsep tersebut di lapangan (Tinggi et al., 2023). Berikut ini adalah definisi konseptual dari penelitian ini.

Minat membeli adalah aktivitas yang dilakukan oleh konsumen untuk mempertimbangkan atau mengambil tindakan untuk membeli suatu produk atau jasa. Berbagai perspektif, perilaku, dan persepsi pelanggan terkait dengan minat membeli (Hermenda et al., 2019). Minat ini dipengaruhi oleh persepsi kualitas produk yang membentuk keyakinan konsumen terhadap nilai produk tersebut. Selain itu, proses minat beli melibatkan perbandingan antara kualitas dan harga produk dengan pesaing.

Terkait beberapa definisi konseptual variabel di atas mengenai minat beli, dapat disimpulkan bahwa minat beli adalah tingkat dimensi paling akhir dari proses pengambilan keputusan dalam membeli suatu produk.

2. Definisi Operasional Variabel

Definisi Operasional istilah "batasan" mengacu pada batas-batas variabel yang dimaksud atau aspek-aspek yang diukur oleh variabel terkait (Kusumastuti Hendrawan et al., 2020). Definisi operasional bertujuan untuk

memberikan pemahaman yang lebih jelas terhadap suatu variabel sehingga dapat membatasi penelitian dengan lebih terperinci (Rifai et al., 2022). Pada penelitian ini, digunakan variabel tunggal yang merujuk pada satu aspek untuk menjelaskan elemen atau faktor-faktor terkait dalam setiap fenomena atau gejala yang diamati (Aprili, 2023).

Variabel tunggal dalam penelitian ini adalah *purchase intention* atau minat pembelian produk *green cosmetic* wanita di Jakarta dengan teori *Theory of Planned Behaviour* (TPB). Dimensi yang membuat calon konsumen memilih produk kosmetik ramah lingkungan adalah *attitude toward behaviour*, *subjective norm*, dan *perceived behavioural control*. Sementara itu, berdasarkan teori TPB membahas bagaimana individu mempertimbangkan tingkat kepercayaan diri dalam mewujudkan perilaku tertentu, serta faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk kosmetik ramah lingkungan. Tabel instrumen penelitian, atau Tabel 3.2, berisi pemetaan dari definisi operasional variabel penelitian ini.

Instrumen penelitian dalam penelitian kuantitatif mencakup beberapa metode; salah satunya adalah angket atau kuesioner. Instrumen ini berisi serangkaian pertanyaan yang dirancang untuk mengumpulkan data dari responden. Pertanyaan dalam angket bisa berupa pertanyaan tertutup dengan pilihan jawaban yang telah ditentukan sebelumnya, atau pertanyaan terbuka yang memungkinkan responden memberikan jawaban bebas (Ardiansyah et al., 2023). Teknik pengumpulan data merupakan bagian

penting dari instrumen pengumpulan data yang sangat menentukan keberhasilan suatu penelitian (Rifai et al., 2022).

Penelitian ini menggunakan dua metode berikut untuk membuat instrumen penelitian:

- a. Peneliti merujuk pada beberapa penelitian sebelumnya dan Item instrumen disesuaikan dengan subjek penelitian.
- b. Peneliti menggunakan teori terkait dengan variabel yang diteliti, yaitu *Purchase Intention*, dengan menerapkan teori TPB. Dalam penelitian ini, dimensi-dimensi variabel dari TPB digunakan sebagai indikator untuk membantu penyusunan item pertanyaan pada kuesioner.

Tabel instrumen penelitian berikut digunakan untuk mengumpulkan data melalui metode survei yang berbentuk kuesioner. Responden akan menggunakan platform kuesioner *online* Google Forms untuk mengisi kuesioner ini.

Tabel 3. 2 Instrumen Penelitian

Variabel	Teori	Dimensi	Indikator	Sumber	
Minat Beli terhadap <i>Green Cosmetic Product</i>	<i>Theory of Planned Behaviour</i> (TPB)	<i>Attitude toward Behaviour</i> (ATB)	1. Ide positif	(Costa et al., 2021; Huang & Ge, 2019; Rusyani et al., 2021; Zhang et al., 2019)	
			2. Nilai manfaat		
			3. Peran pendukung		
			4. Kualitas produk		
			5. Perilaku mencari informasi		
		<i>Subjective Norm</i> (SN)	1. Pengaruh orang terdekat		(Huang & Ge, 2019; Yuliasari et al., 2022)
			2. Pengaruh tokoh publik		
			3. Pengaruh media		
			4. Ketergantungan emosional		
			5. Tekanan sosial		
		<i>Perceived Behavioural Control</i> (PBC)	1. Kontrol diri		(Huang & Ge, 2019; Mulyarahardja et al., 2023; Shimul et al.,
			2. Dukungan moral		
			3. Pengaruh harga		
			4. Pengetahuan produk		

Variabel	Teori	Dimensi	Indikator	Sumber
			5. Kemudahan menemukan produk	2022; Sun & Wang, 2020)

Sumber : Diolah oleh Peneliti (2024)

Studi ini mengumpulkan kuesioner dari populasi yang tinggal di DKI Jakarta yang telah memiliki minat untuk membeli produk kosmetik ramah lingkungan atau yang setidaknya pernah melakukan pembelian atau menggunakan produk kosmetik ramah lingkungan minimal satu kali. Penelitian ini, digunakan skala *Likert Type* genap yang memiliki empat pilihan jawaban tanpa opsi netral. Setiap pernyataan menerima skor berikut: 1. Sangat Setuju (4), 2. Setuju (3), 3. Tidak Setuju (2), 4. Sangat Tidak Setuju (1). Skala empat jawaban pada skala *Likert Type* ini diperlukan untuk menghindari jawaban netral dan mendorong responden untuk memberikan pendapat mereka pada pernyataan atau pertanyaan dalam kuesioner (Ani & Lazulva, 2020). Ini ditunjukkan dalam tabel 3.3.

Tabel 3. 3 Bobot Penilaian Skala *Likert Type*

No	Skala Jawaban	Kode	Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	STS	1
2.	Tidak Setuju	TS	2
3.	Setuju	S	3
4.	Sangat Setuju	SS	4

Sumber: Data diolah oleh Ani & Lazulva (2020)

3. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur keakuratan serta validitas sebuah kuesioner. Item-item yang berkorelasi positif dengan kriteria (skor total) dan memiliki korelasi tinggi menunjukkan bahwa item

tersebut memiliki validitas yang tinggi (Kairupan & Raharusun, 2022). Uji ini dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen-instrumen dalam penelitian mampu mengukur variabel-variabel yang ditetapkan serta memastikan keandalan alat ukur tersebut (Vilaningrum, 2024).

Pengujian validitas dapat menggunakan rumus korelasi dengan koefisien korelasi *Product Moment*, di mana nilai signifikansi seluruh item pertanyaan harus lebih kecil dari 0,05 atau 5% agar dinyatakan valid sebagai pembentuk indikator (Kairupan & Raharusun, 2022). Dengan menggunakan program SPSS, tingkat validitas dapat dinilai dengan menggunakan rumus berikut:

$$r_{XY} = \frac{n(\Sigma XY) - (\Sigma X) \cdot (\Sigma Y)}{\sqrt{(n\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2)(n\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2)}}$$

Keterangan:

r = Angka korelasi

X = Skor item

Y = Skor total responden

n = Jumlah responden

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana instrumen pengukuran yang digunakan dapat diandalkan dalam memberikan hasil yang konsisten dan akurat (Styawati et al., 2023). Tujuan uji reliabilitas adalah untuk mengevaluasi seberapa konsisten hasil pengukuran tersebut jika diulang pada subjek yang sama (Amin & Yanti, 2021).

Validitas dapat dilihat dari validitas isi, validitas kriteria, dan validitas konstruk instrumen (Ardiansyah et al., 2023).

Reliabilitas instrumen mengacu pada konsistensi dan kestabilan instrumen dalam menghasilkan hasil yang sama jika diukur ulang dalam kondisi yang sama. Metode yang umum digunakan untuk mengukur konsistensi internal adalah *Alfa Cronbach*, yang menghitung koefisien reliabilitas berdasarkan hubungan antar item dalam instrumen (Ardiansyah et al., 2023). Untuk menghitung uji reliabilitas, ini dilakukan dengan menggunakan rumus *cronbach's alpha* berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right)$$

Keterangan:

K = Jumlah pertanyaan

$\sum si^2$ = Jumlah varians dalam setiap instrumen

st^2 = Varians keseluruhan instrumen

Cronbach's Alpha dianggap reliabel jika nilainya lebih dari 0,60.

Dalam pengukuran tersebut, sebuah instrumen dianggap baik apabila koefisien reliabilitas mendekati 1,0. Reliabilitas instrumen dianggap lemah jika *alpha* kurang dari 0,60, dapat diterima jika *alpha* berada di sekitar 0,70, dan jika lebih dari 0,80, penelitian dianggap baik. dianggap baik (Bougie & Sekaran, 2019).

E. Teknik Analisis Data

1. *Exploratory Factor Analysis* (EFA)

Dalam penelitian ini, statistik dianalisis menggunakan SPSS versi 29. Nilai rata-rata dan standar deviasi digunakan untuk membuat profil demografi responden (Jordy et al., 2023). *Exploratory Factor Analysis* (EFA) digunakan untuk menentukan struktur faktor, meneliti keandalan internal, dan menemukan struktur yang mendasari variabel penelitian (Arviani et al., 2022). Tujuan EFA adalah untuk menemukan hubungan antara variabel indikator membangun konstruk.

Dasar utama dari analisis faktor adalah menyederhanakan deskripsi data dengan mengurangi jumlah variabel atau dimensi. EFA dapat membantu memahami bagaimana korelasi terbentuk antara indikator-indikator dan berapa banyak faktor baru yang akan muncul (Sadat & Lin, 2020). Analisis faktor (EFA) ini dilakukan pada 17 item indikator yang berasal dari gabungan dimensi TPB.

a. Uji KMO dan *Bartlett*

Selanjutnya, EFA dilakukan untuk memastikan keabsahan data melalui pengukuran nilai KMO dan Uji *Bartlett*, setiap item kuesioner (Mulyarahardja et al., 2023). Analisis faktor ini dilakukan pada 17 item indikator yang terbentuk dari gabungan dimensi teori TPB. Penelitian ini menggunakan *Kaiser–Meyer–Olkin* (KMO) dengan kriteria nilai item yang harus lebih besar dari 0,5. Nilai KMO yang lebih tinggi menunjukkan bahwa data tersebut memadai untuk digunakan dalam

analisis faktor, sehingga data penelitian ini sangat memadai untuk digunakan dalam analisis faktor (Su et al., 2019).

$$KMO = \frac{\sum_{j=1}^p \sum_{j'=1}^p r^2 x_j x_{j'}}{\sum_{j=1}^p \sum_{j'=1}^p r^2 x_j x_{j'} + \sum_{j=1}^p \sum_{j'=1}^p \sum_{k=1}^p r^2 x_j x_{j'} - x_k}$$

Analisis faktor eksplorasi juga dilakukan untuk memastikan bahwa item-item yang mengukur konstruk sesuai dengan variabel yang telah diidentifikasi. Uji *Bartlett of Sphericity* juga digunakan untuk menentukan kecukupan pengambilan sampel dengan *p-value* lebih rendah dari 0,05 (Jordy et al., 2023). Uji kebulatan *Bartlett* membantu menentukan signifikansi semua korelasi yang ditemukan dalam matriks korelasi (Su et al., 2019).

$$X_{hit}^2 = - \left[(n - 1) - \frac{(2p+5)}{6} \right] |R|$$

b. Measure Sampling Adequacy (MSA)

Pada tahap analisis faktor, pengukuran hubungan korelasi antar variabel yang diteliti dapat dilakukan menggunakan *Measure Sampling Adequacy* (MSA) (Dewi et al., 2022). Nilai MSA dapat diketahui melalui *Anti-Image Correlation* >0,5 (Tatempa & Rantung, 2021). Variabel dianggap layak untuk analisis faktor jika memiliki nilai MSA >0,5. Jika nilai MSA <0,5, variabel tersebut akan dikeluarkan dari model dan analisis dilakukan kembali hingga mencapai nilai MSA yang diinginkan (Hidayah et al., 2020).

c. Ekstraksi Faktor

Proses pembentukan himpunan faktor dari variabel awal berdasarkan hubungan linier terbaik disebut ekstraksi faktor. Ini mencakup penentuan jumlah faktor yang akan mewakili hubungan timbal balik terbaik di antara sekumpulan variabel (Shrestha, 2021). Dalam ekstraksi faktor, nilai *eigenvalues* harus >1 . Ekstraksi faktor bertujuan untuk menjabarkan parameter-parameter dalam analisis faktor berdasarkan matriks variansi-kovariansi.

$$S_j^2 = \frac{\sum_{i=1}^n x_{ji}^2 - \frac{(\sum_{i=1}^n x_{ji})^2}{n}}{n-1}$$

$$S_{jk} = \frac{\sum_{i=1}^n (x_{ji} - \frac{\sum_{i=1}^n x_{ji}}{n}) (x_{ki} - \frac{\sum_{i=1}^n x_{ki}}{n})}{n-1}$$

d. Rotasi Faktor

Proses ekstraksi faktor menghasilkan faktor yang terkadang sulit diinterpretasikan secara langsung, sehingga diperlukan rotasi faktor terhadap matriks untuk meningkatkan interpretabilitas (Dewi et al., 2022). Rotasi faktor mensyaratkan nilai *loading factor* $>0,5$. Ini adalah proses memutar sumbu faktor umum dari kondisi awal ke kondisi tertentu untuk membentuk korelasi tinggi dengan faktor tertentu pada setiap variabel awal. Jika ekstraksi faktor belum menghasilkan komponen faktor utama, maka rotasi faktor akan dilakukan kembali.

e. Penamaan Faktor

Setelah mendapatkan hasil faktor baru dari analisis faktor, langkah selanjutnya adalah memberikan nama pada faktor yang ditemukan.

Menurut Balicki et al. (2022) penamaan faktor dalam analisis faktor bersifat teoritis, subjektif, dan induktif. Penamaan faktor dapat didasarkan pada teori dengan memilih variabel yang paling mewakili faktor atau berdasarkan faktor *loading* terbesar dari setiap indikator yang mewakili faktor (Astuti & Nugroho, 2021). Menurut (Fajriani & Silvianita, 2019), pemberian nama pada faktor yang telah dikelompokkan melalui analisis faktor dapat dilakukan sesuai keinginan atau pendapat peneliti dengan bantuan atau penilaian dari seorang ahli di bidangnya.

2. Analisis Tabulasi Sederhana

Rumus analisis tabulasi sederhana digunakan untuk mempermudah dalam mengetahui frekuensi dari jumlah responden yang memilih kategori tertentu serta untuk mengetahui persentase responden yang memilih kategori tersebut. Rumus perhitungannya sebagai berikut:

$$P = \frac{f_i}{\sum f_i} \times 100\%$$

Keterangan :

P = Presentase responden yang memilih kategori tertentu.

f_i = Jumlah responden yang memilih kategori tertentu.

$\sum f_i$ = Banyaknya jumlah responden.

3. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah dikumpulkan sebagaimana adanya, tanpa bermaksud membuat kesimpulan atau

generalisasi yang luas (Zulkhi & Jannah, 2022). Analisis deskriptif dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran variabel penelitian. Untuk menguji keabsahan data dan menghindari estimasi, dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas (Harsono et al., 2023). Analisis deskriptif dalam penelitian ini mencakup profil responden dan data. Selain itu, untuk menganalisis data penelitian ini, digunakan pendekatan metode analisis EFA.

Tabel 3. 4 Bobot Skor Kriteria dan Tingkat Capaian

No	Skor Kriteria	Kategori
1	0 – 25%	Sangat Tidak Setuju
2	26-50%	Tidak Setuju
3	51-75%	Setuju
4	76-100%	Sangat Setuju

Sumber: Data diolah oleh Zulkhi & Jannah (2022)

Hasil jawaban responden akan dihitung rata-ratanya untuk mengkategorikan dan menarik kesimpulan dari data. Berikut adalah rumus perhitungan rata-rata:

$$X = \frac{\sum(fi \cdot xi)}{n}$$

Keterangan :

X = Rata-rata

fi = Frekuensi

xi = Bobot Data

n = jumlah data

Setelah menghitung skor rata-rata, peneliti akan menginterpretasikannya berdasarkan rentang skala kriteria yang telah

ditetapkan. Rentang nilai terbesar berasal dari skala empat (4) untuk jawaban “Sangat Setuju,” yang merupakan bobot tertinggi, sementara rentang nilai terkecil berasal dari skala satu (1) untuk jawaban “Sangat Tidak Setuju,” yang merupakan bobot terendah.

$$Interval = \frac{skor\ tertinggi - skor\ terendah}{skor\ tertinggi}$$

$$Interval = \frac{(4 - 1)}{4} = 0,75$$

Berdasarkan perhitungan interval tersebut, kriteria skala TPB terhadap minat membeli *green cosmetic* dapat dilihat pada tabel 3.5 berikut:

Tabel 3. 5 Rentang Skala Kriteria

Rentang Skala	Kategori
1,00 – 1,75	Sangat Rendah
1,76 – 2,50	Rendah
2,51 – 3,25	Tinggi
3,26 – 4,00	Sangat Tinggi

Sumber: Diolah Oleh Peneliti (2024)