

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tempat Penelitian

Tempat penelitian ini akan dilaksanakan di DKI Jakarta kota Jakarta. Peneliti memilih wilayah tersebut dikarenakan untuk mempermudah peneliti melakukan penelitian untuk mengetahui kepedulian lingkungan terhadap sikap dan niat pembelian The Body Shop Mal Central Park.

3.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan Juli 2019.

3.3 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian deskriptif dengan metode pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017:35), penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan nilai variabel mandiri, baik hanya satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri atau variabel bebas) tanpa membuat perbandingan variabel itu sendiri dan mencari hubungan dengan variabel lain. Sedangkan penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2017:80) adalah penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Berdasarkan teori tersebut, penelitian deskriptif kuantitatif, merupakan data yang diperoleh dari sampel populasi penelitian dianalisis sesuai dengan metode statistik yang digunakan. Penelitian deskriptif dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran dan keterangan-keterangan mengenai respon yang pernah menggunakan produk ramah lingkungan The Body Shop.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2017:80) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini, populasi yang dipilih adalah calon pembeli dan pengguna produk The Body Shop Mal Central Park.

3.4.2 Sampel

Sampel menurut Sugiyono (2017:81) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2017:85). *Purposive sampling* sebuah teknik yang memungkinkan peneliti memperoleh informasi dari mereka yang paling siap serta memenuhi beberapa kriteria dalam memberikan informasi.

Menurut Roscoe yang dikutip Sekaran (2011:252) memberikan acuan umum untuk menentukan ukuran sampel:

- a. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
- b. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya: tertuju pada pengguna The Body Shop, pria/wanita, pegawai negeri/swasta, umur, dan sebagainya), maka jumlah sampel setiap kategori minimal 30.
- c. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti.
- d. Untuk penelitian eksperimental sederhana yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok control, maka jumlah anggota sampel masing-masing kelompok antara 10 sampai dengan 20.

Berdasarkan pada teori Roscoe dalam Sugiyono (2017:81), peneliti menetapkan jumlah sampel sebanyak 200 responden. Alasan peneliti memilih 200 responden karena jumlah tersebut berada di antara rentang 30 sampai dengan 500 responden. Responden yang memenuhi kriteria penelitian adalah calon pembeli dan pengguna produk The Body Shop di Jabodetabek.

3.5 Metode Pengumpulan Data

3.5.1 Data Primer

Menurut Sekaran (2011:252) data primer adalah data-data yang dikumpulkan dari pihak pertama, di mana dalam penelitian ini adalah calon pembeli dan pengguna produk The Body Shop mal central park. Pengumpulan data primer ini dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner kepada responden di mana responden tersebut adalah calon pembeli dan

pengguna produk The Body Shop di Jabodetabek. Kuesioner adalah suatu teknik dengan cara memberikan beberapa pertanyaan maupun pernyataan yang diajukan kepada responden untuk dijawab sebagai pengumpulan data. Berikut ini adalah penjelasan dari jenis data primer yang Peneliti gunakan untuk meneliti dalam penelitian ini.

3.5.2 Kuesioner

Menurut Sekaran (2011:217) kuesioner adalah seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis yang telah memiliki daftar yang sudah dirumuskan sebelumnya dan kemudian akan dijawab oleh responden sebagai objek penelitian. Peneliti menggunakan jenis kuesioner dengan daftar tertutup sehingga responden dapat senantiasa memilih jawaban yang selaras dengan apa yang sebenar-benarnya dirasakan pada lembar kuesioner.

3.6 Operasional Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat 3 jenis variabel yang digunakan, yaitu variabel bebas (*independent variable*), dan variabel terikat (*dependent variable*). Variabel-variabel tersebut berdasarkan judul penelitian yang peneliti ambil, yakni “Pengaruh kepedulian pada lingkungan terhadap sikap Konsumen dan niat beli produk The Body Shop Survei pada Mal Central Park Jakarta”.

3.6.1 Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel *Independent* ialah variabel yang sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, dan anteseden. Dalam bahasa Indonesia sering disebut dengan variabel bebas. Variabel ini mempengaruhi atau yang menjadi

sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen atau variabel terikat (Sugiyono, 2017:39). Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kepedulian Lingkungan (X), sikap (Y).

3.6.2 Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel *dependent* sering disebut sebagai variabel *output*, kriteria, dan konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel independen atau variabel bebas (Sugiyono, 2017:39). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah niat pembelian (Z).

3.6.3 Variabel *Intervening*

Variabel *intervening* adalah variabel yang berada diantara variabel independen dan dependen. Variabel *intervening* merupakan variabel bebas yang tidak terikat oleh variabel apapun. Dalam tugasnya variabel *intervening* membantu menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel terikat, Sekaran dan Bougie (2013:30). Variabel *intervening* dalam penelitian ini adalah sikap (Y).

Tabel III.1 Operasionalisasi variabel

Variabel	Indikator	Sumber
Kepedulian Lingkungan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Peduli pada lingkungan 2. Khawatir akan dampak negatif dari produk terhadap lingkungan. 3. Terganggu jika melihat seseorang menggunakan produk yang menyebabkan polusi lingkungan. 	Kim dan Choi (2005) dan suki (2013)
Sikap	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan produk The Body Shop 	S,F Persada

	<p>karena menerapkan konsep ramah lingkungan</p> <p>2. Menggunakan produk The Body Shop adalah hal yang bijak</p> <p>3. Menggunakan produk The Body Shop adalah hal yang menyenangkan</p>	(2016)
Niat Beli	<p>1. Tertarik untuk mencoba produk perawatan merek The Body Shop ramah lingkungan</p> <p>2. Akan mempertimbangkan untuk membeli produk perawatan Merek The Body Shop</p> <p>3. Akan beralih ke produk perawatan merek The Body Shop apabila ingin berganti produk perawatan</p>	Aman <i>et al.</i> (2012)

Sumber: Diolah Oleh Peneliti (2019)

3.7 Skala Pengukuran

Penelitian ini menggunakan *likert scale* yang terdiri dari lima tingkat. *likert scale* secara luas menggunakan skala penilaian yang mengharuskan responden untuk menunjukkan setuju dan tidak setuju dengan masing-masing pernyataan tentang objek stimulus. Biasanya, setiap item skala memiliki lima kategori respon, mulai dari “sangat tidak setuju” hingga “sangat setuju” (Maholtra, 2012:139)

Likert scale paling sering digunakan dengan pernyataan sikap atau pernyataan tipe faktual. (Malhotra, 2012:276). *Likert scale* terdiri dari lima tingkat untuk mengekspresikan sikap atau jawaban responden sebagai berikut:

Tabel III.2
Skala Likert

Kriteria Jawaban	Skor	Kode
Sangat Tidak Setuju	1	STS
Tidak Setuju	2	TS
Netral	3	N
Setuju	4	S
Sangat Setuju	5	SS

Sumber: Maholtra (2012:276)

3.8 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan peneliti yaitu *Structural Equation Modelling* (SEM), dilakukan untuk mengetahui secara menyeluruh hubungan antar variabel yang ada di dalam penelitian beserta komponen-komponen pembentuk variabel. Perangkat lunak yang digunakan yaitu AMOS.

3.9 Uji Instrumen

3.9.1 Uji Validitas

Pengujian validitas digunakan untuk mengukur sejauh mana *valid*-nya suatu kuesioner (Hair Jr *et al.*, 2010:175). Pengujian ini digunakan untuk mengukur validitas tiap butir pertanyaan yang dibagikan kepada responden nantinya.

Selanjutnya untuk melihat korelasi dalam validitas maka digunakan analisis faktor (*factor analysis*). *Exploratory factor analysis* (EFA) digunakan dalam penelitian ini. EFA dapat sangat berguna dan efektif mendapatkan informasi dari data yang besar dan saling terkait (Hair Jr *et al.*, 2010:175). Selain EFA, selanjutnya ada *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) untuk

mengetahui indikator-indikator yang paling dominan pada suatu konstruk (Sugiyono, 2017:117).

3.9.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berfungsi untuk mengetahui sejauh mana variabel yang diamati mengukur nilai “benar” dan “bebas dari kesalahan”. Uji reliabilitas pada kuesioner menggunakan metode *Cronbach Alpha*. Rumus *Cronbach Alpha* menurut (Priyatno, 2010:267) adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

r_{11} : Reliabilitas instrumen

σ_b^2 : Jumlah varians butir

k : Banyaknya butir pertanyaan

σ_t^2 : Jumlah varians total

Kriteria pengujian dengan menggunakan *Cronbach's Alpha* adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,6$, maka instrumen penelitian dikatakan reliabel
- b. Jika nilai *Cronbach's Alpha* $< 0,6$, maka instrumen penelitian dikatakan tidak reliabel

3.9.3 Pengujian Hipotesis

Analisis dalam penelitian ini menggunakan SEM dengan perangkat lunak AMOS.

Analisis SEM (*Structural Equation Modeling*) menggabungkan pendekatan analisis faktor (*factor analysis*), model struktural (*structural model*), dan analisis jalur (*path analysis*) (Sugiyono, 2017:102).

Dalam menggunakan SEM, ada tiga bagian untuk menentukan apakah model SEM tersebut dapat dikatakan sesuai atau tidak (Sanusi, 2017:248):

a. *Absolute Fit Indices*

Absolute Fit Measures berfungsi dalam mengukur kecocokan model *fit* secara keseluruhan, baik model struktural maupun pengukuran.

b. *Incremental Fit Indices*

Incremental Fit Measures berfungsi membandingkan model yang diusulkan dengan model dasar yang digunakan oleh peneliti

c. *Parsimony Fit Indices*

Membandingkan model yang kompleks dengan sederhana (parsimoni atau ringkas).

Adapun alat ukur pada *absolute fit indices* yaitu:

a. *Chi-square*

Chi-square berfungsi untuk mengukur *overall fit*. Baik atau memuaskannya suatu model yang diuji bergantung pada nilai *chi-square*. Jika nilai *chi-square* (CIMN) semakin rendah, maka semakin baik model itu dan diterima berdasarkan probabilitas (p) dengan *cut off value* sebesar

$p > 0,05$. *Chi-square* memiliki kekurangan yaitu sifatnya yang sensitif terhadap besar jumlahnya sampel yang digunakan. Nilai *chi-square* akan naik apabila jumlah sampel yang digunakan terbilang cukup besar atau lebih dari 200, dan berpeluang untuk menolak hipotesis nol. Pemakaian *chi-square* dapat sesuai dan efektif apabila ukuran sampel berkisar antara 100 hingga 200.

b. RMSEA (*The Root Mean Square Error of Approximation*)

Indeks ini berfungsi untuk mengkompetensi statistik *chi-square* dalam sampel yang besar. Nilai RMSEA bisa dikatakan baik apabila $\leq 0,08$.

c. GFI (*Goodness of Fit Index*)

Dalam GFI berisi nilai yang tidak memiliki acuan signifikansi. Indeks ini memiliki rentang nilai antara mendekati 0 sampai 1,0. Semakin tinggi nilai indeks ini, menunjukkan *fit* yang lebih baik. $GFI \geq 0,90$ berarti *good fit*, sementara $0,80 \leq GFI \leq 0,90$ artinya *fit marginal*.

d. AGFI (*Adjusted Goodness-of-Fit Index*)

Indeks ini merupakan pengembangan dari *Goodness Fit of Index* (GFI) yang telah disesuaikan dengan *ratio* dari *Degree of Freedom* (DF). Semakin besar nilai dari AGFI, semakin baik kesesuaian yang dimiliki model. $GFI \geq 0,90$ berarti *good fit*, sementara $0,80 \leq GFI \leq 0,90$ artinya *fit marginal*. Dengan begitu, nilai yang dirokemendasikan yaitu $\geq 0,90$.

e. CMIN/DF

CMIN/DF didapatkan dari statistik *chi-square* (CMIN) yang dibagi oleh *Degree of Freedom* (DF) yang merupakan salah satu indikator dalam

mengukur tingkat fit sebuah model. Model diterima apabila CMIN/DF menunjukkan sebesar $\leq 2,00$.

Sedangkan ukuran *incremental fit measures* yang biasa digunakan yaitu:

1) *Tucker Lewis Index* (TLI)

Indeks yang berfungsi membandingkan model yang sedang diuji dengan *baseline* modelnya. Nilai ini berkisar antara 0-1. Nilai TLI > 0,95 direkomendasikan untuk menerima sebuah model yang diuji

2) *Comparative Fit Index* (CFI)

Nilai dari indeks CFI berada pada rentang 0-1, jika angkanya semakin mendekati 1, maka tingkat penerimaan modelnya semakin tinggi. Nilai CFI yang diharapkan adalah sebesar $\geq 0,95$.

Setelah melakukan *Incremental Fit Indicates*, langkah selanjutnya yaitu *Parsimonious Fit Indices*, yang berfungsi untuk melakukan *adjustment* terhadap pengukuran *fit* untuk dapat diperbandingkan antar model penelitian. Dengan demikian, indeks-indeks yang dapat digunakan untuk menguji kelayakan sebuah model adalah seperti yang dirangkum pada tabel di bawah ini:

Tabel III.3. Goodness of Fit Indices

<i>Goodness of Fit Indices</i>	<i>Cut-off Value</i>
<i>Chi-square</i>	Diharapkan kecil
Probabilitas	$\geq 0,05$
RMSEA	$\leq 0,08$
GFI	$\geq 0,90$
AGFI	$\geq 0,90$
CMIN/DF	$\leq 2,00$
TLI	$\geq 0,95$
CFI	$\geq 0,95$

Sumber: Sanusi,(2011)

Hasil uji hipotesis hubungan antara variabel ditunjukkan dari nilai *standardized total effects*, yang mana hasil dari analisis data akan diketahui seberapa besar pengaruh atau hubungan antar variabel. Setelah membentuk sebuah *fit* model, selanjutnya akan dianalisis apakah model tersebut memiliki kriteria tertentu yang dapat memberikan hasil sesuai hipotesis penelitian ini, yaitu *t-values* pada kolom C.R. (*Critical Ratio*) dan *p-value* pada kolom P menunjukkan perhitungan signifikan(***) yang berarti C.R. > 1,96 atau *p-value* < 0,05.

Untuk mengetahui besar tidaknya pengaruh hubungan variabel terhadap variabel lain, pengaruh setiap variabel dijelaskan dalam efek langsung (*direct effect*) dan efek tidak langsung (*indirect effect*). Pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung dapat dilihat sebagai berikut:

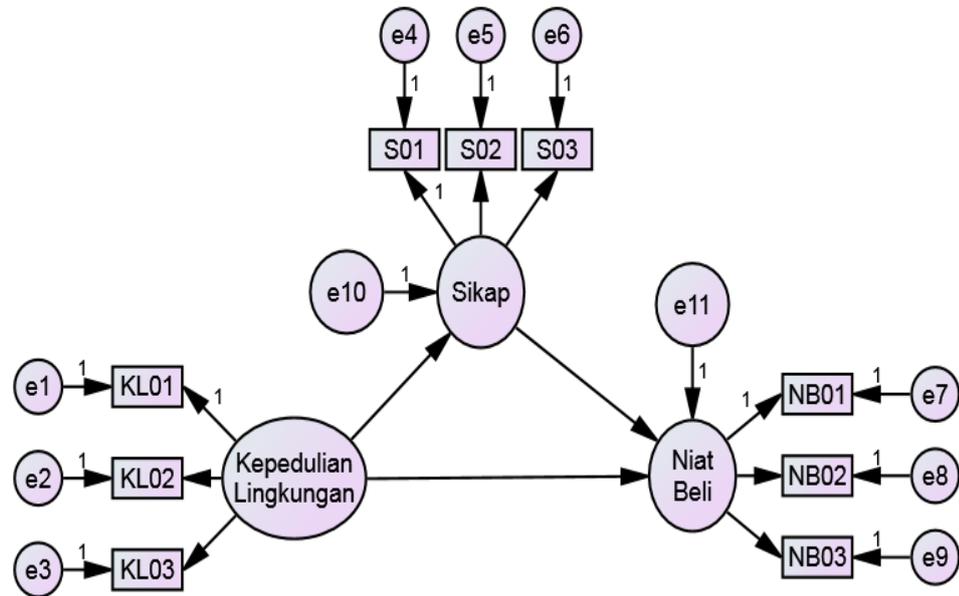
a. Pengaruh langsung

Pengaruh langsung hasil dari X (kepedulian lingkungan) terhadap Z (niat beli) dan X (kepedulian lingkungan) terhadap Y (sikap); dan Y (sikap) terhadap Z (niat beli)

b. Pengaruh tidak langsung

Pengaruh tidak langsung hasil dari X (kepedulian lingkungan) terhadap Z (niat) melalui Y (sikap).

3.10 Model SEM



Chi-Square = χ^2
 DF = df
 Probabilitas = p
 RMSEA = \sqrt{RMSEA}
 GFI = \sqrt{GFI}
 AGFI = \sqrt{AGFI}
 TLI = \sqrt{TLI}
 CFI = \sqrt{CFI}

Gambar III.1

Diagram Konseptual Full Model

Sumber: Data diolah peneliti (2019)