

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan mengumpulkan data-data untuk mendapatkan gambaran hasil penelitian dan metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah sebuah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti terhadap populasi atau sampel tertentu, instrument penelitian digunakan untuk pengumpulan data, dan analisi data bersifat kuantitatif (Sugiyono, 2019). Tujuan dari penelitian kuantitatif adalah untuk menguji hipotesis dengan menggunakan teori-teori yang sudah ada. Penelitian kuantitatif bersifat objektif dan data yang disajikan bersifat sebenarnya, tidak ditambahkan atau dikurangi dengan opini pribadi peneliti. Penelitian kuantitatif biasanya menggunakan instrumen yang telah ditentukan sebelumnya dan tertata dengan baik, seperti angket atau kuesioner. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner menggunakan google formulir kepada mahasiswa di STIE Malangkececwara yang menggunakan produk *skin care avoskin*.

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang dapat terdiri dari makhluk hidup, benda, gejala, nilai tes, atau peristiwa sebagai sumber data yang mewakili karakteristik tertentu dalam suatu penelitian. Populasi dalam penelitian dapat pula diartikan sebagai keseluruhan unit analisis yang ciri-cirinya akan diduga. Unit analisis adalah unit/satuan yang akan diteliti atau dianalisis di kutip dari (buku

statistic dasar, Sinaga, 2014). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Mahasiswa STIE Malangkecewara pengguna produk *skin care* avoskin.

3.2.2. Sampel

Sampel penelitian adalah bagian dari jumlah populasi yang ada untuk diteliti. Sampel juga diartikan sebagai pengambilan anggota yang terpilih dalam populasi yang akan menjadi objek penelitian di kutip dari (buku statistic dasar, Sinaga, 2014). Sampel yang digunakan yaitu metode *purposive* sampling dan rumus yang digunakan adalah rumus slovin. Jumlah sampel kuisisioner diambil dari jumlah seluruh mahasiswa STIE Malangkecewara Prodi Manajemen dan Akuntansi angkatan 2020 sebanyak 241 mahasiswa yang kemudian dihitung menggunakan rumus slovin dengan *margin of error* sebesar 10%. Jadi jumlah kuesioner yang akan disebar kepada mahasiswa STIE Malangkecewara sebanyak 70 responden. Untuk metode *purposive* yaitu penentuan awal sampel dengan kriteria khusus sebagai berikut:

1. Konsumen yang melakukan pembelian dan menggunakan produk *skin care* avoskin.
2. Mahasiswa Stie Malangkecewara Prodi Manajemen dan Akuntansi Angkatan 2020.

Rumus Slovin :

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

Gambar 3. 1 Rumus Slovin (Robert Rosenthal Slovin)

Keterangan :

(n) = Jumlah sampel yang dibutuhkan

(N) = Ukuran populasi

(e) = Persentase batas toleransi 0,1 atau 10% (*margin of error*)

Perhitungan :

$$n = \frac{241}{1 + (241 \times 0,1^2)} = \frac{241}{1 + (241 \times 0,01)} = \frac{241}{3,41} = 70$$

3.3. Variabel Operasionalisasi dan Pengukuran

3.3.1. Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel independen, variabel dependen, dan variable multivariat.

1. Variabel Independen

Variabel yang dianggap sebagai penyebab atau pemicu perubahan pada variabel dependen. Dalam bahasa indonesia variabel ini sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas ialah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel independen pada penelitian ini adalah *green marketing*, *brand image*, dan persepsi diskon.

2. Variabel Dependen

Dalam bahasa indonesia variabel ini sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel dependen pada penelitian ini adalah keputusan pembelian.

3. Variabel Multivariat

Variabel multivariat adalah variabel yang terdiri dari dua atau lebih variabel independen yang digunakan untuk memprediksi variabel dependen dalam suatu penelitian. Dalam analisis multivariat, hubungan antara variabel

independen dan variabel dependen diuji secara bersamaan untuk menentukan pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

3.3.2. Operasional dan Pengukuran

Definisi operasional yaitu pemberian atau penetapan makna bagi suatu variabel dengan spesifikasi kegiatan atau pelaksanaan atau operasi yang dibutuhkan untuk mengukur, mengkategorisasi, atau memanipulasi variabel. Definisi operasional mengatakan pada pembaca laporan penelitian apa yang diperlukan untuk menjawab pertanyaan atau pengujian hipotesis (Sutama, 2016). Dimana masing-masing variabel tersebut memiliki indikator sehingga memungkinkan seorang peneliti untuk mengumpulkan data yang relevan terhadap variabel yang diteliti.

Tabel 3. 1
Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator
1.	<i>Green Marketing</i>	<i>Green marketing</i> adalah analisis mengenai pengaruh dari pemasaran terhadap lingkungan dan bagaimana variabel lingkungan dapat berkorporasi menjadi berbagai macam keputusan pemasaran perusahaan (Malyan & Duhan 2019).	1. Green Product 2. Green Price 3. Green Place 4. Green Promotion (Mahendra & Nugraha, 2021)
2.	<i>Brand Image</i>	<i>Brand Image</i> merupakan penanda suatu produk atau jasa yang terdiri dari unsur visual dan	1. Kualitas produk atau layanan yang ditawarkan 2. Seberapa guna

No	Variabel	Definisi	Indikator
		<p>unsur verbal yang dapat membedakannya dengan pesaing sejenis. Beberapa peneliti menyatakan bahwa citra merek telah menjadi topik diskusi yang menarik dalam literatur pemasaran (Lee & Lim, 2020; Sousa et al., 2019; Park & Park, 2019).</p>	<p>produk/layanan. 3. Perceived value. 4. Hubungan merek. Daya tahan produk atau layanan merek .</p>
3.	Persepsi Diskon	<p>Diskon adalah pengurangan dari harga yang biasa dari sesuatu (produk atau jasa). Sedangkan menurut kompas.com diskon adalah tunjangan atau koneksi harga. Diskon diberikan sehingga pembeli terpicat untuk melakukan pemesanan dan kemudian melakukan pembayaran tepat waktu.</p>	<p>1. Diskon Kuantitas. 2. Diskon Kas (Cash Discount). 3. Buy 1 Get 1. 4. Diskon di waktu terbatas atau Flash Sale. 5. Voucher Belanja.</p>
4.	Keputusan Pembelian	<p>Keputusan pembelian dipengaruhi oleh keadaan yang tidak terduga. Pendapatan yang diharapkan, biaya yang diharapkan, dan manfaat yang diantisipasi dari suatu produk adalah semua faktor yang dapat digunakan konsumen</p>	<p>Pilihan Produk Pilihan Merk Pilihan Penyalur Jumlah pembelian Waktu Pembelian Metode Pembayaran</p>

No	Variabel	Definisi	Indikator
		untuk merumuskan niat beli mereka Menurut (Kotler & Amstrong, 2018).	

3.4. Metode Pengumpulan Data

Metode kuesioner adalah sebuah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner berperan sebagai alat atau metode yang digunakan untuk mendapatkan data dalam sebuah penelitian. Tujuan penyebaran kuesioner adalah mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah, tanpa merasa khawatir bila responden memberi jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam pengisian daftar pertanyaan. Alasan peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang berupa kuesioner google formulir adalah sebagai berikut:

1. Tidak memerlukan hadirnya peneliti.
2. Responden dapat leluasa menjawab karena tidak dipengaruhi oleh sikap peneliti terhadap responden.
3. Jumlah responden yang banyak tidak memungkinkan untuk menemui satu persatu dan membantu untuk menghemat waktu, tenaga, biaya.
4. Data yang dikumpul lebih mudah untuk dianalisis karena pertanyaannya yang diajukan sama dan telah ditentukan terlebih dahulu standar nilainya.

Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Skala likert yang digunakan dalam penelitian ini yaitu minimum skor 1 dan maksimum skor 5, dikarenakan akan diketahui secara pasti jawaban responden, apakah cenderung kepada jawaban yang setuju maupun yang tidak setuju

Tabel 3. 2
Skor Skala Likert

No.	Jawaban	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Netral (N)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Skala Likert (Sugiyono, 2018).

Keterangan :

Skala penilaiannya skor 1-5 yang memiliki makna sebagai berikut :

Skor 5 : Sangat Setuju (SS)

Skor 4 : Setuju (S)

Skor 3 : Netral (N)

Skor 2 : Tidak Setuju (TS)

Skor 1 : Sangat Tidak Setuju (STS)

3.5. Metode Analisis

3.5.1. Uji Validitas

Validitas merupakan instrumen dalam kuesioner yang dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur, bukan kesalahan sistematis. Sehingga indikator-indikator tersebut dapat mencerminkan karakteristik dari variabel yang digunakan dalam penelitian (Malhotra, 2015). Dalam penelitian dapat dikatakan valid apabila terdapat kesamaan data yang sudah terkumpul dengan fakta data yang ada pada objek yang diteliti. Valid menunjukkan derajat ketetapan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dapat dikumpulkan peneliti (Sugiyono, 2016). Dalam pengujian ini,

probabilitas kesalahan dari korelasi adalah hal yang dilihat untuk menentukan valid atau tidaknya suatu instrumen. Hal ini dilambangkan sebagai Sig (nilai kesalahan). Nilai tersebut kemudian dikomparasi kembali dengan probabilitas kesalahan yang dilambangkan dengan alpha (α). Sedangkan nilai alpha yang biasa dipilih bernilai 0,05. Apabila nilai Sig berada di bawah nilai alpha, maka item yang sedang diuji dinilai valid. Sebaliknya, jika nilai Sig lebih besar dari nilai alpha, berarti item instrumen tidak valid. Berikut kriteria pengujian uji validitas sebagai berikut :

- a. Jika $r \text{ hitung} > r \text{ table}$, maka instrument penelitian dikatakan valid
- b. Jika $r \text{ hitung} < r \text{ table}$, maka instrument penelitian dikatakan invalid.

3.5.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan alat penyesuaian besaran tertentu yang berfungsi sebagai indikator suatu variabel atau konstruk. Dalam penelitian yang menggunakan metode kuantitatif, kualitas pengumpulan data sangat ditentukan oleh kualitas instrumen atau alat pengumpulan data yang digunakan. Suatu instrumen penelitian dikatakan berkualitas dan dapat dipertanggungjawabkan jika sudah terbukti validitas dan reliabilitasnya. Pengujian validitas dan reliabilitas instrumen, tentunya harus disesuaikan dengan bentuk instrumen yang akan digunakan dalam penelitian. Suatu kuisioner dikatakan handal atau reliabilitas jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsistensi atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2013). Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronch's Alpha. Suatu variabel dikatakan reliabel jika koefisien Cronch's Alpha $> 0,6$ (Ghozali, 2005).

Rumus Cronch's Alpha :

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

Keterangan :

r_{ac} = koefisien reliabilitas alpha cronbach

k = banyak butir/item pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah/total varians per-butir/item pertanyaan

σ_t^2 = jumlah atau total varians

Gambar 3. 2 Rumus Cronch's Alpha

3.6. Uji Asumsi Klasik

3.6.1. Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah residu dalam suatu model regresi berdistribusi normal atau tidak (Ghozali, 2011). Dalam model regresi linier, asumsi ini ditunjukkan oleh nilai error yang berdistribusi normal. Model regresi yang baik adalah model regresi yang dimiliki distribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik. Pengujian normalitas data menggunakan Test of Normality Kolmogorov-Smirnov pendekatan exact dalam program SPSS yaitu:

- a) Jika probabilitas $> 0,05$ maka distribusi residual adalah normal.
- b) Jika probabilitas $< 0,05$ maka distribusi residual adalah tidak normal.

3.6.2. Uji Multikolinearitas

Tujuannya untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antar variabel independen dalam regresi (Ghozali, 2013). Model regresi yang baik harus menjamin tidak adanya korelasi antar variabel independen. Salah satu cara untuk menilai adanya multikolonieritas dalam model regresi adalah dengan melihat (1) toleransi dan faktor inflasi variansnya (VIF). Nilai batas yang umum digunakan untuk

menunjukkan adanya multikolonieritas adalah toleransi ≤ 10 atau sama dengan $VIF \geq 10$.

$$VIF_j = \frac{1}{1 - R_j^2}$$

Keterangan:

VIF = *Variance Inflation Factor*

R_j^2 = koefisien determinasi antara X_j dengan variable bebas lainnya pada persamaan/model dugaan.

j = 1, 2, ..., p

Gambar 3. 3 Rumus Uji Multikolinieritas

3.6.3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Ghozali, 2021:178) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variasi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dalam pengamatan ini dapat dilakukan dengan cara uji Glejser. Uji Glejser adalah uji hipotesis untuk mengetahui apakah sebuah model regresi memiliki indikasi heteroskedastisitas dengan cara meregres absolut residua. Dasar pengambilan keputusan dengan uji glejser adalah:

1. Jika nilai signifikans $> 0,05$ maka data tidak terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka data terjadi heteroskedastisitas

3.7. Pengujian Hipotesis

3.7.1 Analisis Regresi Berganda

Teknik analisis data merupakan salah satu metode yang digunakan dalam penelitian untuk memverifikasi hipotesis yang diajukan dan kemudian menganalisis hasil yang diperoleh melalui analisis data tersebut di atas. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis berganda regresi linier. Salah satu metode yang digunakan untuk menguji

hubungan antara variabel bebas (bebas) dan variabel terikat (terikat) adalah analisis regresi dengan menggunakan regresi berganda (Umi Narimawati, 2008).

Analisis regresi berganda merupakan salah satu jenis analisis asosiatif yang digunakan secara kooperatif untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel tergantung pada skala intervalnya. Regresi digunakan untuk menguji sifat hubungan antar variabel melalui semacam paralel. Dalam regresi linear sederhana bentuk persamaan regresi linear dapat digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu:

$$Y = \alpha + \beta X_1 + \beta X_2 + \beta X_3 + \beta X_4 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

α = Konstanta

β = Koefisien regresi

X1 = *Green Marketing*

X2 = Brand Image

X3 = Persepsi Diskon

e = Error

H0: Artinya variabel *green marketing*, *brand image*, dan persepsi diskon tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.

Ha: artinya *green marketing*, *brand image*, dan persepsi diskon berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Selanjutnya, dasar pengambilan keputusan yaitu:

1. Jika P-value < α (0,05): maka H0 ditolak dan Ha diterima, artinya variabel *green marketing*, *brand image*, dan persepsi diskon berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.

2. Jika $P\text{-value} > \alpha (0.05)$: maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel *green marketing*, *brand image*, dan persepsi diskon tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.

3.7.2. Uji T (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen atau tidak. Pendekatan ini mengidentifikasi beberapa pengaruh spesifik suatu variabel independen terhadap variabel dependen. Metode uji t: membandingkan signifikansi t hitung dengan ketentuan; jika signifikansi $< 0,05$ maka H_a diterima; jika $> 0,05$, maka H_a ditolak. Dan jika nilai t hitung $> t$ table maka masing-masing variabel independen ada pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Jika nilai t hitung $<$ dari t tabel maka setiap variabel independen tidak ada pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui pengaruh parsial masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat maka dilakukan uji t (Ghozali, 2013).

3.7.3. Uji F (Simultan)

Uji F bertujuan untuk mencari apakah variabel independen secara bersama – sama (stimultan) mempengaruhi variabel dependen. Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh dari seluruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Tingkatan yang digunakan adalah sebesar 0.5 atau 5%, jika nilai signifikan $F < 0.05$ maka dapat diartikan bahwa variabel independent secara simultan mempengaruhi variabel dependen ataupun sebaliknya (Ghozali, 2016)