

BAB III

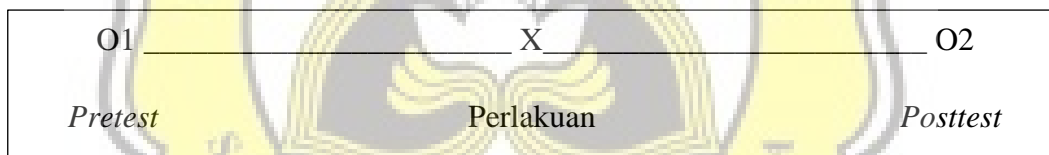
METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *Pre-Experiment Design* dengan jenis *One-Group Pretest-Posttest Design* (Sugiyono, 2017). Dalam bentuk eksperimen ini terdapat *pretest* terlebih dahulu sebelum diberikan perlakuan. Metode ini juga dapat memberikan hasil perlakuan yang dapat diketahui secara lebih akurat, karena dapat membandingkan dengan keadaan sebelum diberi perlakuan (Sugiyono, 2017).

Berdasarkan desain penelitian yang telah dikemukakan di atas, berikut merupakan gambaran desain penelitian *One-Group Pretest-Posttest Design*.

Gambar 3.1.1. Desain Penelitian *One-Group Pretest-Posttest Design*.



Keterangan:

O1 : *Pretest* pada sampel dari responden Coca-Cola

O2 : *Posttest* pada sampel dari responden Coca-Cola

X : Perlakuan pada sampel dari responden Coca-Cola berupa memberikan segala informasi terkait *PlantBottle*

3.2. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian (Arikunto, 1986). Yang menjadi objek penelitian ini adalah Coca-Cola *PlantBottle*.

3.3. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.3.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas serta karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017).

Dalam penelitian ini populasi adalah seluruh konsumen produk Coca-Cola yang berdomisili di Kota Semarang. Jumlah populasi tidak dapat diketahui secara pasti, karena sifatnya yang fluktuatif.

3.3.2. Sampel

Sampel pada dasarnya dapat mewakili atau representatif dari populasi yang telah ditentukan dan akan diteliti. Menurut Kuncoro, (2003) sampel adalah proses memilih sejumlah elemen dari populasi yang mencukupi untuk mempelajari sampel dan memahami karakteristik elemen populasi.

Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari konsumen produk Coca-Cola yang berdomisili di Kota Semarang dan berumur 17 – 35 tahun. Peneliti memutuskan untuk menggunakan sampel sebanyak 30 responden mengacu pada Kuncoro (2003) yang menuliskan bahwa secara umum jumlah sampel yang dapat diterima untuk suatu studi tergantung dari studi yang dilakukan. Untuk Studi eksperimen, umumnya dianjurkan minimal 15 subjek per grup, dikarenakan metode eksperimen yang dipakai menggunakan jenis *One-Group Pretest-Posttest Design*, yang tidak menggunakan dua kelompok, maka dari itu peneliti memutuskan untuk membuat 2x sampel lebih banyak agar hasil penelitian dapat lebih baik dan akurat.

3.3.3. Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2017) Teknik *sampling* merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian.

Pada penelitian ini, teknik *sampling* yang digunakan adalah menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*, dikarenakan tidak tahu persis jumlah serta keberadaan konsumen produk Coca-Cola dan untuk memberikan penentuan sampel dengan pertimbangan serta kriteria tertentu

sehingga nantinya layak dijadikan sebagai sampel. Penelitian ini memiliki kriteria yang digunakan yaitu:

- Responden yang pernah maupun sedang membeli produk Coca-Cola, yang berumur 17 – 35 tahun. Kriteria adanya pembatasan rentang umur 17 hingga 35 tahun, dikarenakan 17 tahun sudah dianggap dewasa dan sudah dapat memahami terkait dengan instrumen pernyataan yang diajukan oleh peneliti.

3.4. Jenis dan Sumber Data

Dalam sebuah penelitian, diperlukan jenis data dan sumber data yang lengkap dan akurat. Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh secara langsung oleh sumber asli terkait dengan pendapat responden mengenai kemasan ramah lingkungan (*green packaging*) dan minat beli. Sumber data dari penelitian ini didapatkan dari responden Coca-Cola yang berada di Kota Semarang.

3.5. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuisioner. Dikarenakan penelitian ini bersifat eksperimen maka kuisioner akan diberikan kepada responden sebanyak 2 kali, yaitu sebelum (*pretest*) dan setelah (*posttest*) adanya pemberian informasi terkait dengan kemasan ramah lingkungan (*PlantBottle*).

Setelah memperoleh responden yang sesuai dengan kriteria, dan setuju untuk memberikan waktunya dalam mengisi kuisioner, peneliti menerangkan bagaimana sistem penelitian ini. Berikut merupakan langkah dalam menerangkan responden untuk mengisi kuisioner :

1. Pembagian kuisioner, responden mengisi identitas responden serta beberapa pertanyaan awal yang telah disediakan oleh peneliti.
2. Selanjutnya dilakukanlah *pretest*, perlakuan dan *posttest*. Hal ini mengacu pada dasar desain penelitian yang telah dipaparkan, bahwa rancangan penelitian ini terdiri dari satu kelompok (tidak terdapat kelompok kontrol), dan proses penelitiannya terdiri dari 3 tahap, yaitu (Yusuf, 2017):
 - a. Melaksanakan *pretest*

Hal ini digunakan untuk mengukur kondisi awal responden sebelum diberikan perlakuan, yaitu dengan cara mengisi kuisioner *pretest* yang telah di sediakan, yang dimaksudkan untuk mengetahui pendapat responden tentang kemasan ramah lingkungan dan minat beli terhadap kemasan produk Coca-Cola yang seperti sekarang ada.

b. Memberikan perlakuan

Perlakuan yang diberikan berupa pemberian keterangan tentang Coca-Cola *PlantBottle* kepada responden yang meliputi hal-hal ini:

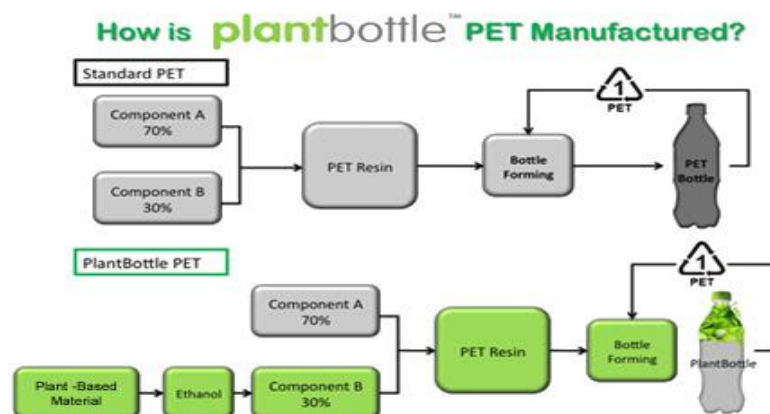
- i. Kandungan dari *PlantBottle*
- ii. Tampilan kemasan *PlantBottle*
- iii. Logo *PlantBottle*
- iv. Hasil yang telah dicapai oleh *PlantBottle*.

Untuk mempermudah dalam menerangkan perlakuan peneliti menggunakan gambar yang diambil melalui informasi web perusahaan Coca-Cola.

Berikut gambar beserta penjelasannya:

Pada gambar 3.1.2. menjelaskan kandungan bahan yang digunakan untuk membuat kemasan botol plastik PET, dan *PlantBottle*. Dalam gambar terlihat jelas bahwa dari komposisi bahan untuk membuat kemasan Coca-Cola *PlantBottle* dapat dikatakan lebih ramah lingkungan karena mengandung 30% bahan yang berasal dari tanaman, yaitu berbahan dari tanama tebu. Sedangkan kemasn botol plastik PET Coca-Cola yang kita tahu sekarang ini menggunakan sebagian bahan yang bersumber dari minyak bumi.

Gambar 3.1.2 Perbedaan botol PET dengan *PlantBottle*



Pada gambar 3.1.3 memperlihatkan kemasan botol plastik Coca-Cola dengan menggunakan kemasan *PlantBottle*. Pada gambar juga terlihat bahwa kemasan Coca-Cola *PlantBottle* dari segi bentuk serta desain tidak terdapat perubahan, dan sama persis seperti botol PET yang sekarang ini, namun hanya ada penambahan logo *PlantBottle* berukuran kecil yang membedakannya.

Gambar 3.1.3. Bentuk Kemasan produk Coca-Cola *PlantBottle*



Gambar 3.1.4. merupakan Logo kemasan botol plastik *PlantBottle* diberi logo seperti berikut untuk membedakan kemasan PET dengan *PlantBottle*. Pada logo disini tertulis juga bahwa kemasan *Plantbottle* ini 30% berbahan dari tanaman, dan 100% botol daur ulang.

Gambar 3.1.4. Logo *PlantBottle*



Gambar 3.1.4. menjelaskan dampak dari penggunaan *PlantBottle* bagi lingkungan. Bahwa dari adanya *PlantBottle*, dalam proses pembuatan *PlantBottle* sendiri sudah mampu mengurangi emisi karbon dioksida.

Gambar 3.1.5. Pencapaian Hasil *PlantBottle* terhadap Lingkungan



- c. Setelah itu responden menjawab beberapa pertanyaan yang ditujukan untuk sekedar mengetahui pemahaman responden akan perlakuan yang telah diberikan. Kemudian barulah responden mengisi kuisioner kedua (*posttest*) yang berisi tentang pernyataan yang sama persis seperti pernyataan pada *pretest*, namun pada *posttest* ini hasilnya digunakan untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden ketika sesudah diberikan perlakuan.

3.6. Validitas dan Reliabilitas Instrumen

3.6.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner penelitian. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan yang terdapat pada kuesioner mampu mengungkapkan atau menjelaskan sesuatu yang akan dapat diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2013).

Item dapat dinyatakan valid jika r hitung $>$ r tabel dengan tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0.05. Kriteria penilaian uji validitas yaitu:

- Apabila r hitung $>$ r tabel maka item pernyataan kuesioner dikatakan valid.
- Apabila r hitung $<$ r tabel maka item pernyataan kuesioner dikatakan tidak valid.

Tabel 3.1. Hasil Uji Validitas *Pretest* dan *Posttest*.

<i>Pretest</i>				
	Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Kemasan Ramah Lingkungan	Dapat didaur ulang	0.712	0.3610	Valid
	Memiliki kemasan yang aman bagi lingkungan	0.838	0.3610	Valid
	Memiliki sifat mudah terurai	0.742	0.3610	Valid
	Dapat mengurangi pencemaran tanah	0.846	0.3610	Valid
	Dapat mengurangi pencemaran air	0.815	0.3610	Valid
	Berasal dari sumber terbarukan, yang mengandung bahan-bahan bersumber dari alam	0.734	0.3610	Valid
Minat Beli	Berminat membeli produk (minat transaksional)	0.530	0.3610	Valid
	Berminat mereferensikan produk (minat refrensial)	0.641	0.3610	Valid
	Memiliki minat lebih kepada produk tersebut (minat prefrensial)	0.649	0.3610	Valid
	Memiliki minat untuk mencari informasi lebih mengenai produk (minat eksploratif)	0.648	0.3610	Valid

Posttest

	Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Kemasan Ramah Lingkungan	Dapat didaur ulang	0.618	0.3610	Valid
	Memiliki kemasan yang aman bagi lingkungan	0.690	0.3610	Valid
	Memiliki sifat mudah terurai	0.895	0.3610	Valid
	Dapat mengurangi pencemaran tanah	0.839	0.3610	Valid
	Dapat mengurangi pencemaran air	0.907	0.3610	Valid
	Berasal dari sumber terbarukan, yang mengandung bahan-bahan bersumber dari alam	0.770	0.3610	Valid
Minat Beli	Berminat membeli produk (minat transaksional)	0.771	0.3610	Valid
	Berminat mereferensikan produk (minat refrensial)	0.545	0.3610	Valid
	Memiliki minat lebih kepada produk tersebut (minat prefrensial)	0.718	0.3610	Valid
	Memiliki minat untuk mencari informasi lebih mengenai produk (minat eksproratif)	0.764	0.3610	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 3.1. dapat dilihat bahwa nilai r hitung pada kemasan ramh lingkungan dan minat beli menunjukkan hasil lebih besar jika dibandingkan dengan r tabel. Serta angka signifikansi bernilai $< 0,05$ dapat disimpulkan bahwa tiap item pernyataan dalam kuisisioner tersebut adalah valid.

3.6.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan alat untuk mengukur kehandalan (reliabilitas) suatu kuesioner yang menjadi indikator dari variabel. Hal ini dapat dilihat dari jawaban responden. Bila jawaban responden terhadap pertanyaan dalam kuesioner konsisten atau stabil, maka kuesioner dapat dikatakan reliabel (Ghozali, 2013).

Metode pengambilan keputusan pada uji reliabilitas yaitu menggunakan batasan Koefisien Alpha Cronbach 0,60. Koefisien Alpha Cronbach berfungsi untuk menafsirkan korelasi antara skala yang dibuat dengan semua skala indikator

yang ada dengan keyakinan tingkat kendala. Suatu variabel dikatakan reliable jika nilai menunjukkan Alpha cronbach lebih besar dari 0,6 (Sugiyono, 2017).

Tabel 3.2. Hasil Uji Reliabilitas Kelompok *Pretest* dan *Posttest*.

	Indikator		Alpha	Keterangan
1	Kemasan Ramah Lingkungan <i>Pretest</i>	0,6	0,856	Reliabel
2	Minat Beli <i>Pretest</i>	0,6	0,457	Tidak Reliabel
3	Kemasan Ramah Lingkungan <i>Posttest</i>	0,6	0,880	Reliabel
4	Minat Beli <i>Posttest</i>	0,6	0,632	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dapat dilihat pada tabel 3.2. pada kemasan ramah lingkungan baik *pretest* maupun *posttest* memiliki koefisien alpha Cronbach $> 0,8$ menunjukkan reliabel, yang berarti jawaban responden pada kemasan ramah lingkungan konsisten. Sedangkan minat beli pada *pretest* koefisien alpha cronbach $0,457 < 0,6$ menunjukkan tidak reliabel, yang berarti jawaban responden terhadap pernyataan minat beli *pretest* cenderung tidak konsisten. Namun minat beli pada *posttest* koefisien alpha cronbach $0,632 > 0,6$ yang menunjukkan reliabel, hal ini berarti jawaban responden cenderung konsisten.

Adanya perbedaan reliabilitas pada minat beli *pretest* dan *posttest* hal ini dapat mengacu pada Sugiyono (2017), yang mengatakan bahwa pengujian reliabilitas dapat dilakukan secara eksternal maupun internal. Setelah dilakukan pengujian internal yang menunjukkan bahwa minat beli pada *pretest* tidak reliabel, maka tetap dilakukan pengujian lagi pada *posttest*. Hal ini dapat dikatakan sebagai pengujian eksternal dengan cara *Test-retest*, karena item pertanyaan yang diujikan sama persis dengan responden yang sama juga. Dikarenakan hasil minat beli *posttest* reliabel, maka secara otomatis minat beli *pretest* juga dapat dikatakan reliabel. Hal ini menunjukkan bahwa minat beli dan kemasan ramah lingkungan reliabel.

3.7. Teknik Analisis Data

3.7.1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2017).

Pada penelitian ini, pernyataan dari tiap item pernyataannya menggunakan skala likert dengan rentang ukuran nilai 1 hingga 5 untuk menunjukkan setuju atau tidak setuju terhadap suatu statement yang tersedia:

1 = Sangat tidak setuju (STS)

2 = Tidak setuju (TS)

3 = Netral (N)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat setuju (SS),

Dalam melakukan analisis deskriptif pengukurannya menggunakan rentang skala. Adapun rentang skala yang digunakan adalah Dalam menentukan rentang skala digunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Rentang Skala (RS)} : \frac{(m-1)}{m} \quad RS = \frac{(5-1)}{5} = 0,8$$

RS : Rentang Skala

m : jumlah alternatif jawaban

Tabel 3.3. Kategori Rentang Skala

Rentang Skala	Kategori
1 – 1,8	Sangat Tidak Setuju
1,9 – 2,6	Tidak Setuju
2,7 – 3,4	Netral
3,5 – 4,2	Seuju
4,3 – 5,0	Sangat Setuju

3.7.2. Uji Beda T-test dengan Sample Berhubungan

Uji beda *Dependent sample t-test* atau *Paired Sampel t-Test*, merupakan uji statistik yang digunakan untuk menguji apakah terdapat perbedaan rata-rata dari dua sampel yang berhubungan, dengan cara membandingkan rata-rata dari dua kelompok uji yang saling berpasangan tersebut. Sampel berpasangan diartikan sebagai sebuah sampel dengan subjek sama namun mendapat 2 perlakuan yang berbeda, yaitu pengukuran sebelum dan sesudah dilakukannya sebuah perlakuan pada group tersebut. (Ghozali, 2013) Jika hasil dari uji beda T-test menunjukkan nilai signifikansi $< 0,05$ hal tersebut menunjukkan hasil bahwa terdapat perbedaan antara 2 sampel yang saling berhubungan tersebut. Sebaliknya apabila nilai signifikansi $> 0,05$ menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan.

