

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. OBYEK DAN LOKASI PENELITIAN

Obyek dalam penelitian ini adalah minat beli produk hijau Dexlite di kalangan masyarakat kota Semarang. Lokasi penelitian difokuskan pada beberapa mall yang memiliki lahan parkir luas untuk meningkatkan kemungkinan bertemu dengan responden sasaran yakni pemilik maupun pengguna mobil bermesin diesel. Mall yang dipilih adalah Paragon Mall, Duta Pertiwi Mall, Transmart Telogorejo dan Transmart Setiobudi karena dirasa memiliki potensi responden yang sesuai dengan penelitian.

3.2. POPULASI, SAMPEL DAN TEKNIK SAMPLING

Populasi dalam penelitian adalah seluruh pemilik dan / atau pengguna mobil bermesin diesel yang berada di wilayah Kota Semarang. Penelitian ini menggunakan kombinasi dua teknik sampling yakni *purposive* dan *snowball sampling*. Kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna dan/atau pemilik kendaraan bermesin diesel berusia minimal 17 tahun. Sampel dengan kriteria tersebut, dinilai telah menerima informasi dan memiliki kemampuan kognitif yang cukup untuk memahami dan membangun penilaian pribadi terkait konsep produk ramah lingkungan serta mampu memberikan respon secara objektif berdasar pengalaman menggunakan bahan bakar jenis solar. Beberapa materi pertanyaan *screening test* akan diajukan terlebih dahulu

untuk memastikan kecukupan pemahaman responden mengenai konsep produk hijau. Ukuran sampel minimum sebaiknya sebanyak 10 observasi untuk setiap *estimated parameter*. Hair (1995), menyebutkan bahwa ukuran sampel yang sesuai pada penelitian SEM berkisar 100 hingga 200 sampel. Dalam penelitian ini terdapat 20 item kuesioner, maka jumlah sampel minimum adalah 10 kali dari total jumlah pertanyaan atau sebanyak $20 \times 10 = 200$ responden.

3.3. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

3.3.1. Instrumen Pengumpulan Data

Data penelitian yang menggambarkan pengetahuan produk hijau, pengaruh sosial, sikap terhadap produk hijau dan minat beli produk hijau dalam penelitian ini merupakan hasil dari pengisian angket online maupun cetak yang diperoleh dari responden sesuai dengan karakter sampel yang diharapkan. Pada angket tersebut di dalamnya akan berisikan data mengenai semua variabel yang digunakan pada penelitian ini. Menurut waktu penggunaannya, data penelitian ini berjenis *cross section* dimana data yang diperoleh dari objek penelitian berasal dari tahun 2019 saja. Proses pengumpulan data dilakukan pada bulan April hingga Juni tahun 2019. Alat yang digunakan sebagai media pengumpulan data pada penelitian ini berupa kuesioner. Kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya,

dimana peneliti tidak langsung bertanya jawab dengan responden (Sutopo, 2006: 87). Kuesioner akan berisi dua bagian pertanyaan :

a. Pertanyaan Tertutup

Merupakan pertanyaan yang berisi beberapa pilihan jawaban yang dapat dipilih oleh responden agar tidak melebar dan agar sesuai dengan konteks. Jawaban atas pertanyaan ini akan menggambarkan profil demografi responden.

b. Pertanyaan Berskala

Bagian kedua merupakan pertanyaan yang menggunakan skala untuk mengukur jawabannya. Dalam penelitian ini, skala Likert akan digunakan untuk mengakomodasi pertanyaan ini. Jawaban responden kemudian akan menjadi indikator yang akan menggambarkan faktor - faktor yang terkait penelitian ini.

Instrumen pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan skala Likert. Skala Likert dinilai cocok untuk digunakan sebagai alat pengukuran sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Penerapannya pada kuesioner yakni dengan memberikan lima alternatif jawaban dari jawaban sangat tidak setuju (1) hingga jawaban sangat setuju (5). Semua item kues akan diajukan sebagai pernyataan yang bersifat *favourable* (positif) saja.

3.3.2. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Pengumpulan Data

Sebelum pengumpulan data secara keseluruhan dilakukan, terlebih dahulu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas terhadap instrument

penelitian. Tujuannya adalah untuk memastikan apakah instrument yang digunakan mampu untuk mengukur variabel yang digunakan dalam penelitian. Pengujian dilakukan pada 30 jawaban responden yang diperoleh pada tahap *pilot test* dengan menggunakan program SPSS 22. Jumlah sampel adalah 30 pada tingkat signifikansi 0,05 menghasilkan nilai R tabel sebesar 0,361.

Uji validitas dilakukan dengan analisis korelasi *product moment*. Pengambilan keputusan diambil dengan melihat nilai signifikansi, apabila nilai sig. (2-tailed) > 0.05, maka dinyatakan terdapat korelasi. Lalu dengan membandingkan nilai r hitung (*pearson correlation*) dengan r tabel. Apabila nilai r hitung lebih besar dari r tabel = 0,361, maka dinyatakan terdapat korelasi antar variabel. Pengambilan keputusan juga dapat diperoleh berdasar tanda bintang pada output SPSS, bila terdapat tanda bintang baik (*) maupun (**) maka dinyatakan terdapat korelasi. Sedangkan uji reliabilitas dilakukan dengan membandingkan nilai *Corrected Item-Total Correlation* dengan R tabel. Apabila nilai tersebut lebih besar dari nilai R tabel maka disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan reliabel untuk mengukur variabel terkait.

Dari tabel 3.1. dapat diketahui bahwa nilai r hitung variabel independen terhadap variabel mediasi dan variabel dependen lebih kecil dari 0,05, nilai r hitung untuk semua item kues berada di atas 0,361 dan semua memiliki tanda bintang. Hal tersebut mengindikasikan adanya korelasi antara seluruh variabel independen terhadap variabel mediasi dan

variabel dependen. Maka seluruh pertanyaan dinyatakan valid dalam mengukur konstruk yang akan diteliti. Lalu pada uji reliabilitas, nilai *Corrected Item-Total Correlation* untuk seluruh item kues berada di atas R tabel pada $df (30-2) = 28$, di tingkat signifikansi 0,05 sebesar 0,361, table output dapat dilihat di lampiran. Atas hasil tersebut disimpulkan bahwa seluruh item kues yang digunakan untuk mengukur tiap variabel dapat dikatakan reliabel.

Tabel 3.1. Validitas Item Kues

Variabel	Dimensi Indikator Kues	Nilai R Hitung
Pengetahuan Produk Hijau (PPH)		
PPH1	Bahan Baku Dextrite yang ramah lingkungan	.862
PPH2	Dextrite dapat mengurangi polusi udara	.919
PPH3	Kesesuaian performa Dextrite dengan harapan	.907
PPH4	Manfaat yang lebih baik dari solar biasa	.878
Pengaruh Sosial (PS)		
PS1	Dorongan berdasar pendapat keluarga dan warga sekitar	.864
PS2	Dorongan berdasar pilihan teman - teman	.826
PS3	Review positif pengguna Dextrite	.821
PS4	Jumlah pengguna Dextrite di SPBU	.840
Harga Produk Hijau (HPH)		
HPH1	Terjangkau tidaknya harga	.924
HPH2	Kemampuan menjangkau harga	.905
HPH3	Kesediaan membayar lebih	.927
HPH4	Kesesuaian harga dengan manfaat	.893
Sikap Terhadap Produk Hijau (STPH)		
STPH1	Ketertarikan atas kemampuan mengurangi polusi	.925
STPH2	Keyakinan Dextrite baik bagi mesin	.861
STPH3	Pendapat bahwa Dextrite berkualitas	.794
STPH4	Kecenderungan memilih Dextrite	.918
Minat Beli Produk Hijau (MBPH)		
MBPH1	Minat membeli atas informasi yang diperoleh	.904
MBPH2	Minat membeli atas manfaatnya	.918
MBPH3	Perlu tidaknya meningkatkan pembelian Dextrite	.907
MBPH4	Pernyataan bahwa Dextrite sebagai pilihan utama	.935

Sumber : data penelitian yang diolah (2019)

3.3.3. Kegiatan Pengumpulan Data

Untuk kepentingan pengumpulan data, angket kuesioner akan disusun dalam format cetak dan format online dalam bentuk Google Form. Format cetak digunakan sebagai instrumen utama sebagai wadah pengumpulan data responden dengan teknik *Purposive Sampling* yang disertai dengan tatap muka. Kesempatan untuk dapat bertatap muka dengan responden sangatlah penting untuk dapat memastikan keakuratan jawaban dan mengurangi *non-response rate*. Sedangkan format online digunakan untuk menjalankan teknik *Snowball Sampling* dalam menjangkau responden yang termasuk dalam kriteria sampel penelitian namun memiliki keterbatasan waktu untuk bertemu secara tatap muka.

Penyebaran angket cetak akan menggunakan metode *mall intercept survey* di beberapa pusat perbelanjaan yang telah ditentukan. Paragon, Duta Pertiwi Mall, dan Citra Land merupakan tiga lokasi yang telah ditentukan sebagai sumber perolehan responden penelitian. Sebelum mengajukan angket cetak maupun online, *screening test* akan dilakukan guna memastikan bahwa responden merupakan kelompok sasaran sesuai dengan kriteria yang ditentukan. Pada tahap *screening test*, responden akan diberikan pertanyaan singkat secara lisan seputar produk Dexlite dan bagaimana manfaatnya terhadap lingkungan. Hanya responden dengan pemahaman baik akan dilibatkan dalam penelitian. Setelah itu responden akan ditanya apakah merupakan warga asli atau hanya sementara

berdomisili di Semarang dan apakah pemilik atau pengguna mobil bermesin diesel.

Perolehan data melalui angket online hanya dibatasi sebesar 10% dari total kebutuhan responden atau maksimal sebesar 20 orang saja. Hal tersebut dilakukan untuk menjaga kualitas *response rate* data penelitian mengingat tidak adanya kepastian apakah pengisian angket online dilakukan benar – benar oleh responden yang bersangkutan. Angket online akan dikirim dalam bentuk tautan melalui aplikasi Whatsapp, dimana tautan tersebut dapat diakses dari komputer maupun smartphone. Metode ini akan dikhususkan untuk para anggota komunitas kendaraan bermesin diesel agar mempermudah proses pengumpulan data tanpa memerlukan kesempatan untuk bertatap muka. Responden yang menjawab melalui angket online pun juga akan melalui *screening test* yang sama yang disampaikan melalui chat pada smartphone.

Namun sebelum melakukan pengumpulan data secara keseluruhan, terlebih dahulu akan dilakukan sebuah *pilot test* dengan memperoleh sebanyak 30 responden terlebih dahulu. Data pada *pilot test* tersebut kemudian akan digunakan untuk menguji dan mengevaluasi kembali validitas dan reliabilitas kuesioner. Selain itu, responden pada tahap ini juga akan dimintai keterangan perihal pemahamannya atas setiap butir pertanyaan. *Pilot test* akan memudahkan kita untuk memperbaiki pertanyaan, instrument dan prosedur sekaligus memberikan

perkembangan yang bermanfaat pada hasil analisis akhir (Blumberg, Cooper, & Schindler, 2008).

Pengumpulan data dimulai dari bulan April hingga Juni tahun 2019 dengan mendatangi pengunjung mall secara acak. *Screening test* dilakukan pada seluruh responden tanpa terkecuali dan peneliti akan menunggu hingga proses pengisian angket selesai. Pemilihan responden memprioritaskan pengunjung tidak sedang melakukan aktivitas berbelanja atau sedang tidak menyantap hidangan. Pengunjung tersebut meliputi orang – orang yang sedang duduk – duduk, melihat pameran / bazaar, atau sedang berada diluar tenant manapun karena dinilai memiliki ketersediaan waktu yang lebih banyak dan tingkat fokus yang lebih baik. Lokasi parkir sengaja tidak dipilih karena mayoritas pengunjung mall pada lokasi tersebut sering dalam posisi terburu – buru untuk masuk ke mall atau segera pulang.

Selama proses pengumpulan data, tak jarang beberapa responden menanyakan maksud dari salah satu butir kues dan peneliti akan memberikan penjelasan yang relevan untuk memastikan kualitas *response rate* tetap dalam level terbaik. Peneliti juga akan mengecek terlebih dahulu setiap angket yang telah diisi apakah seluruh pertanyaan benar – benar telah terisi dan memastikan bahwa tidak ada angket yang memiliki jawaban ganda. Sedangkan untuk pengumpulan data melalui angket online, tautan disebar kepada orang – orang yang sebelumnya telah dikenal sebagai pemilik dan/atau pengguna kendaraan bermesin diesel.

Orang – orang tersebut kemudian secara sukarela memberikan informasi kontak rekan – rekan sesama pengguna kendaraan bermesin diesel lainnya. Rekap dari hasil pengisian angket dapat diunduh melalui melalui Google Form dengan laporan berformat *spreadsheet*. Berikut merupakan ringkasan dari seluruh kegiatan pengumpulan data :

Tabel 3.2. Agenda Pengumpulan Data

Tahap	Bulan	Agenda	Lokasi
1	April minggu 1	- Pengumpulan 30 data pilot test dengan angket cetak	Duta Pertiwi Mall
2	April minggu 2	- Pengolahan data pilot test & evaluasi kuesioner	
3	April minggu 3 s/d Mei	Penyebaran angket cetak dengan metode <i>mall intercept survey</i> di beberapa pusat perbelanjaan secara bergantian. Serta penyebaran angket online melalui Whatsapp	Paragon Mall Duta Pertiwi Mall Citra Land
4	Juni	Tabulasi dan pengolahan data	

3.4. TEKNIK ANALISIS DATA

3.4.1. Analisis Deskriptif

Analisis deksriptif berguna untuk memberi gambaran mengenai data – data yang telah terkumpul melalui instrumen yang digunakan secara objektif tanpa menarik suatu kesimpulan tertentu. Gambaran data tersebut akan menjelaskan ragam aspek demografi responden yang terlibat dalam penelitian.

3.4.2. Analisis Jalur

Penelitian ini akan menerapkan teknik analisis jalur dengan program AMOS 22. Program AMOS dipilih karena mampu menganalisis model yang kompleks dengan satu kali proses. Jenis analisis ini dinilai

yang paling tepat dalam menguji pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel eksogen dengan variabel endogen. Analisis jalur juga dapat digunakan untuk menguji model kausal yang dibentuk berdasar teori yang digunakan. Menurut Juanim (2004), analisis jalur mengharuskan adanya asumsi berikut :

1. Hubungan antar variabel dalam model harus bersifat linier, adaptif dan bersifat normal
2. Aliran kausal harus rekursif atau hanya satu arah dan tidak terdapat arah bolak – balik.
3. Variabel terikat diukur dalam skala ukur interval dan rasio
4. Menggunakan teknik pengambilan sampel untuk memberikan peluang yang sama pada setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel
5. Variabel terukur dapat diobservasi secara langsung dan seluruh *error* tidak berkorelasi dengan yang lain.
6. Model yang digunakan disusun berdasarkan teori tertentu yang memberi gambaran penjelasan mengenai hubungan kausalitas antar variabel yang diteliti.

3.4.3. Uji Prasyarat Analisis Jalur

Uji normalitas perlu dilakukan terlebih dahulu sebelum data – data yang terkumpul mulai dianalisis. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa data empirik yang diperoleh berdistribusi normal dan dapat diolah melalui diagram alur. Uji ini sangat perlu dilakukan karena dalam proses

perhitungan statistik parametrik akan membutuhkan asumsi persebaran data yang normal. Menurut (Santoso, 2001), data dikatakan berdistribusi normal apabila rasio skewness dan kurtosis tidak melebihi angka ± 2.58 . dan nilai Sig. atau nilai probabilitas lebih dari 0.001.

Outliers adalah observasi atau data yang memiliki karakteristik yang unik yang terlihat sangat berbeda jauh dari observasi-observasi lainnya dan muncul dalam bentuk nilai ekstrim baik untuk sebuah variabel tunggal atau variabel kombinasi Hair *et al.* (1995, dalam Ferdinand, 2002:97). Pengujian terhadap outliers multivariate dilakukan dengan menggunakan kriteria jarak *Mahalanobis* pada tingkat signifikansi 0,01. Apabila seluruh data memiliki Mahalanobis d-squared yang lebih rendah dari Mahalanobis Distance, maka dapat dipastikan data yang digunakan tidak berupa Outliers.

3.4.4. Analisis Kesesuaian Model (*Goodness of Fit*)

Menurut Hair *et al.* SEM tidak mempunyai uji statistik tunggal terbaik yang dapat menjelaskan kekuatan dalam memprediksi sebuah model. Sebagai gantinya, peneliti mengembangkan beberapa kombinasi ukuran kecocokan model yang menghasilkan tiga perspektif, yaitu ukuran kecocokan model keseluruhan, ukuran kecocokan model pengukuran, dan ukuran kecocokan model struktural. Nawangsari (2011) menyatakan bahwa teknik analisis data menggunakan SEM dilakukan untuk menjelaskan secara menyeluruh hubungan antar variabel yang ada dalam penelitian. Menurut Ferdinand (2006), untuk melakukan uji kesesuaian

dan uji statistik diperlukan beberapa indeks kesesuaian dan cut-off valuenya untuk digunakan dalam pengujian sebuah model :

a. Chi-Square (χ^2)

Uji kecocokan ini mengukur seberapa dekat antara *implied covariance matrix* (matriks kovarians hasil prediksi) dan *sample covariance matrix* (matriks kovarians dari sampel data)

Perhitungan Chi-Square didapat dengan melihat pada output (kata Chi-Square). Sebuah model dianggap baik apabila memiliki nilai chi-square yang relative rendah karena menngindikasikan tidak adanya perbedaan. Model juga dapat diterima nilai probabilitas apabila melebihi nilai cutoff sebesar 0.05.

b. AGFI (Adjusted Goodness of Fit Index)

Ukuran *AGFI* merupakan modifikasi dari *GFI* dengan mengakomodasi *degree of freedom model* dengan model lain yang dibandingkan. AGFI adalah analog R dalam regresi berganda. Fit

Index ini dapat diadjust terhadap *degress of freedom* yang ada untuk menguji apakah model penelitian dapat diterima atau tidak

(Arbuckle, 1997 dalam Ferdinand, A.T., 2000) AGFI dapat

dikatakan baik apabila mempunyai nilai $\geq 0,90$, sedangkan apabila

nilai AGFI berada di antara 0,8 – 0,9 dapat dinilai sebagai

marginal fit.

c. GFI (Goodness of Fit Index)

Ukuran GFI pada dasarnya merupakan ukuran kemampuan suatu model menerangkan keragaman data. Bila sebuah model memiliki nilai GFI lebih dari 0,95, maka model tersebut dinyatakan memiliki kesesuaian model yang baik. Semakin tinggi nilai GFI, semakin tinggi pula nilai keesuaian model.

d. TLI (Tucker Lewis Indeks)

Adalah sebuah alternative incremental fit index yang memberikan perbandingan antara model yang diuji dengan sebuah baseline model. Ukuran ini merupakan ukuran untuk perbandingan antarmodel yang mempertimbangkan banyaknya koefisien di dalam model. Apabila nilai yang diperoleh pada model menunjukkan lebih dari 0,95, maka model tersebut dinilai memiliki skor kesesuaian yang baik dan nilai yang sangat mendekati 1 adalah *good fit* (Arbuckle, 1997 dalam Ferdinand A.T 2000).

e. CFI (Comparative Fit Index)

Bentler (Byrne, 117) merevisi *NFI*, dalam membandingkan model yang dibuat dengan *null model*, dengan mempertimbangkan ukuran sampel seperti yang ditunjukkan oleh *CFI*. *CFI* yang mendekati 1 mengindikasikan tingkat fit yang paling tinggi. Skor *CFI* yang berada pada 0,8 – 0,9 merupakan *marginal fit* $\geq 0,9$ adalah *good fit* dan nilai yang sangat mendekati 1 adalah *very good fit* (Arbuckle, 1997 dalam Ferdinand A.T 2000).

f. RMSEA (The Root Mean Square Error of Approximation)

Merupakan sebuah indeks yang dapat berguna untuk memberi kompensasi atas chisquare statistic dalam penelitian yang melibatkan sampel yang besar (Ferdinand, A.T., 2000). Apabila nilai RMSEA sebuah model lebih kecil atau sama dengan 0,08, maka model tersebut menunjukkan nilai kesesuaian yang baik berdasar *degrees of freedom* (Browne dan Cudeck, 1993 dalam Ferdinand, 2000).

Tabel 3.3. Nilai Goodness of Fit

<i>Goodness of Fit Indeks</i>	<i>Cut of Value</i>
Chi Square Probability	Diharapkan lebih kecil
AGFI	≥ 0.05
GFI	≥ 0.90
TLI	≥ 0.95
CFI	≥ 0.90
RMSEA	≤ 0.08

3.4.5. Pengujian Hipotesis

Setelah perhitungan melalui analisis SEM memenuhi kriteria untuk sebuah model yang fit, maka selanjutnya akan dilakukan pengujian hipotesis dalam penelitian ini. Model yang terbaik dipilih berdasarkan nilai *goodness-of-fit*. Uji hipotesis akan menggunakan analisis jalur berdasar output dari program AMOS. Analisis jalur akan menaksir hubungan kausalitas pada variabel yang telah dibangun berdasar teori.

Dasar pengambilan keputusan dapat ditentukan dengan melihat tabel *Regression Wight* yang disajikan program AMOS. Langkahnya

adalah dengan melihat nilai P pada tingkat signifikasi 0,05. Apabila nilai P lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis diterima dan apabila nilai P lebih besar dari 0,05 maka hipotesis ditolak. Sedangkan untuk pengujian variabel mediasi akan melihat nilai pengaruh langsung dan tidak langsung pada output AMOS. Bila pengaruh tidak langsung bernilai lebih besar, maka dapat disimpulkan terjadi peran mediasi atau variabel mediasi merupakan penghubung antara variabel independen dan dependen.

