

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Objek dan Lokasi Penelitian

Obyek penelitian pada penelitian ini adalah *green purchase intention* pada produk minuman Sprite yang dipengaruhi oleh variabel *green knowledge*, *green attitude*, dan *green price*. Pemilihan lokasi di Provinsi DKI Jakarta dikarenakan Provinsi DKI Jakarta merupakan pusat perekonomian serta beragamnya budaya-budaya dari penduduknya yang berasal dari berbagai daerah menjadi keunikan tersendiri. Selain itu Provinsi DKI Jakarta juga menjadi salah satu pusat perekonomian di Indonesia yang sering menjadi indikator untuk berbagai survei.

Pada tahun 2020 menurut SWI tingkat pengumpulan sampah plastik di DKI Jakarta sudah mencapai 20,57% atau sekitar 4.525 ton perbulannya (Suara.com, 2020). Pada tahun 2021 DKI Jakarta menempati urutan ketiga sebagai provinsi dengan timbunan sampah terbesar di Indonesia sebesar 2,59 juta ton, dibawah Jawa Tengah dengan jumlah 3,17 juta ton dan Jawa Timur dengan jumlah 2,63 juta ton (databoks, 2022). Namun perlu kita perhatikan bahwa jumlah penduduk Jawa Tengah dan Jawa Timur jauh diatas jumlah penduduk DKI Jakarta. Dimana DKI Jakarta memiliki jumlah penduduk sebesar 10,56 juta jiwa pada tahun 2020 (BPS Provinsi Jakarta, 2021). Jawa Tengah dengan jumlah penduduk sebesar 36,51

(36.516.035) juta jiwa pada tahun 2020 (BPS Provinsi Jawa Tengah, 2021) dan Jawa Timur sebesar 40,67 juta jiwa pada tahun 2020 (BPS Provinsi Jawa Timur, 2021) DKI Jakarta dengan jumlah penduduk yang relatif lebih sedikit dibandingkan dengan Jawa Tengah dan Jawa Timur, berindikasi bahwa dengan jumlah penduduk yang lebih sedikit dan jumlah sampah tertimbun DKI Jakarta hampir menyamai Jawa Tengah dan Jawa Timur, dimasa yang akan datang mungkin saja DKI Jakarta dapat menyamai bahkan melebihi jumlah sampah tertimbun Jawa Tengah atau Jawa Timur. Jumlah penduduk yang tidak begitu besar, namun dengan jumlah sampah yang hampir menyamai jumlah sampah yang dihasilkan oleh beberapa provinsi besar lainnya dapat menimbulkan masalah tersendiri bagi Jakarta.

Usaha yang dilakukan Pemprov DKI Jakarta dalam mengatasi sampah plastik tidak bisa dibilang sedikit, terdapat beberapa upaya Pemprov DKI Jakarta dalam mengurangi sampah. Pemprov DKI Jakarta mengeluarkan larangan sampah plastik sekali pakai, yang kala itu melarang penggunaan tas belanja berbahan plastik untuk digunakan di wilayah Jakarta. Baru-baru ini Pemprov DKI Jakarta juga mengeluarkan gerakan “Jakarta Sadar Sampah”, gerakan ini bertujuan sebagai langkah alternatif mengurangi kuantitas sampah yang masuk ke TPST Bantar Gebang yang hampir mencapai batas maksimalnya dalam menampung sampah. Gerakan ini akan menghimbau warga Jakarta untuk mengurangi, memilah, serta mengolah sampah (Kompas.com, 2021). Kegiatan pemilahan sampah ini juga membantu dalam percepatan kegiatan daur ulang terutama untuk produk-produk seperti plastik yang pada tahun 2021 menyumbang 1,9% dari jumlah total sampah yang masuk TPST Bantargebang. Memang terlihat sedikit, namun jumlah 1,9%

tersebut, merupakan jenis sampah anorganik yang kontribusinya paling besar (databoks, 2022).

Pemilihan DKI Jakarta sebagai lokasi juga sesuai karena sebanyak 7,6 juta jiwa penduduk DKI Jakarta merupakan penduduk dengan usia produktif (15-64 tahun) atau sekitar 71,98% dari populasi pada tahun 2020 sebesar 10,56 juta jiwa (Kusnandar, 2021). Hal ini juga sesuai dengan siapa target dari Sprite (dalam hal ini PT Coca-Cola Amatil Indonesia) yang menargetkan orang-orang muda siswa, mahasiswa, outlet, dan mall yang secara jelas juga dikatakan bahwa target mereka adalah kalangan atau anak-anak muda (Tempo, 2010).

3.2. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Populasi penelitian pada penelitian ini adalah penduduk yang berdomisili provinsi DKI Jakarta yang pernah membeli minimal satu kali minuman bersoda Sprite dengan kemasan baru (bening).

Sampel pada penelitian ini ditentukan dengan teknik *Non-probability sampling* yaitu *purposive sampling*. Syarat sampel untuk penelitian ini adalah pernah membeli produk Sprite dengan kemasan yang lebih ramah lingkungan (kemasan bening) serta usia responden dalam rentang 15 – 54 tahun. Usia 15 – 54 tahun dipilih karena mencakup beberapa kategori usia seperti remaja/usia muda, paruh baya dan pra-pensiun. Rentang usia ini diharapkan sudah memiliki penghasilan dan terlebih sudah dianggap dapat menentukan pilihannya sendiri. Batas usia 54 tahun merupakan usia pra-pensiun sehingga masih memasuki kategori

usia produktif. Rentang usia ini juga sesuai dengan target pasar Sprite sendiri, dimana target pasar mereka adalah anak-anak muda. Usia 54 tahun dimasukkan kedalam kategori ini dikarenakan usia-usia yang sudah lebih dewasa dianggap lebih familiar dengan minuman-minuman bersoda ini. Kategori usia produktif dengan jumlah populasi untuk kategori usia 15 – 54 tahun pada 2021 sebesar 6.621.003 jiwa (Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta, 2022).

Kuesioner akan disebarakan melalui wadah media sosial, dengan cara melalui menyebarkan status *WhatsApp* dan mengunggah iklan di Instagram atau Line. Bila calon responden merasa sesuai maka, calon responden tersebut dapat mengisi kuesioner yang dibagikan melalui *google form*. Peneliti juga akan sebisa mungkin menyebarkan *link* kuesioner kepada responden-responden atau grup-grup yang sesuai atau sekiranya sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Penyortiran responden yang sesuai akan menggunakan pertanyaan kapan waktu responden membeli Sprite dengan kemasan bening .

Jumlah sampel pada penelitian ini didasari oleh Roscoe dalam (Sugiyono, 2019) dimana terdapat beberapa saran mengenai ukuran sampel untuk penelitian, antara lain :

- a. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
- b. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya: pria-wanita, pegawai negeri-swasta dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.

- c. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate, maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti.
- d. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok control, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 sampai dengan 20.

Maka berdasarkan poin c dimana jumlah sampel yang layak adalah 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti 4 sehingga bila berdasarkan poin c maka jumlah sampel yang diperlukan dalam penelitian ini minimal 40 sampel. Jumlah sampel pada penelitian ini berjumlah 100 responden yang merupakan konsumen dari minuman bersoda Sprite dengan kemasan yang lebih ramah lingkungan (kemasan bening), hal ini didasari juga pada penelitian-penelitian serupa seperti (Suwarso & K, 2015), (Rini, Sukaatmadja, & Giantari, 2017), dan (Ryantari & Giantari, 2020) dimana penelitian-penelitian diatas memiliki jumlah sampel antara 100 – 150 sampel, sehingga perlu ditambahkannya jumlah sampel yang minimal 40 sampel menjadi 100 sampel pada penelitian ini.

3.3. Metode Pengumpulan Data

Jenis data pada penelitian ini berjenis data kuantitatif dengan sumber data primer yang diperoleh dari kuesioner dalam bentuk *Google form*. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel *dependent*, yaitu *green knowledge* (X_1), *green attitude* (X_2), dan *green price* (X_3) terhadap variabel *independent* yaitu *green purchase intention* (Y).

Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang menggunakan *Google form*. Selain mempercepat penyebaran kuesioner, penggunaan *Google form* sebagai media pembantu persebaran kuesioner juga digunakan dengan alasan mengurangi kontak langsung dengan orang-orang sehubungan dengan pandemic covid-19 serta mengurangi penggunaan kertas. Penggunaan *Google form* juga membantu menjangkau responden-responden yang tidak dapat dijangkau oleh peneliti dalam satu waktu. Kuesioner *Google form* ini akan disebarluaskan melalui beberapa media sosial seperti Line, Whatsapp, dan Instagram. Akun utama akan menggunakan akun pemilik (sebagai pembuat dan penyebar tautan, dan penerima data), namun untuk memperbesar dan mempercepat responden yang ada, peneliti juga akan menggunakan teknik yang serupa dengan *word of mouth* yaitu meminta bantu kepada beberapa pihak yang peneliti anggap dapat menggapai responden-responden khususnya anak muda di tingkat SMA/SMK juga pada tingkat universitas untuk membagi link tersebut kepada responden-responden yang berada di SMA/SMK dan juga universitas yang bisa saja tidak dapat peneliti jangkau tanpa adanya pihak dari dalam yang membantu. Bentuk kuesioner akan berbentuk skala *Likert* dengan skala yang digunakan 1 sampai 5. Kuesioner akan disebarluaskan dalam jangka waktu satu bulan atau hingga mendapatkan jumlah responden yang dibutuhkan. Untuk memastikan bahwa responden merupakan responden yang tepat dibuat sebuah pertanyaan yang menguji kapan pembelian produk Sprite kemasan bening (pertanyaan keenam pada kuesioner). Sprite dengan kemasan bening diluncurkan pada bulan Februari 2021 di Indonesia, terdapat empat pilihan jawaban yang disediakan yaitu membeli terakhir kali dua tahun yang lalu, satu setengah

tahun yang lalu, satu tahun yang lalu, dan tiga bulan yang lalu. Persebaran kuesioner dimulai pada tanggal 4 Juli 2022 hingga 31 Juli 2022. Rentang waktu antara peluncuran pertama Sprite kemasan bening dengan tanggal pertama kali kuesioner disebar adalah satu tahun lima bulan atau 17 bulan setelah peluncuran pertama. Apabila responden menjawab membeli Sprite kemasan bening dua tahun yang lalu atau satu setengah tahun yang lalu, maka kemungkinan responden tersebut keliru dengan produk serupa atau responden menjawab dengan tidak jujur. Apabila ditemukan jawaban tersebut maka jawaban responden tersebut akan dianggap tidak valid dan akan langsung dihapus. Responden yang menjawab satu tahun atau tiga bulan makan data responden tersebut yang diambil untuk penelitian. Tidak ada alasan khusus mengenai satu tahun atau tiga bulan, hanya saja apabila memberikan rentang waktu dari waktu peluncuran aktual (terdapat rentang waktu lima bulan dari pilihan satu tahun) membantu memudahkan responden menjawab sehingga tidak terlalu rumit dalam memilih jawaban dan memberikan jawaban yang lebih kuat.

3.3.1. Uji Validitas

Uji validitas menurut (Ghozali, 2013) merupakan uji yang mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dianggap valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Instrumen dianggap valid apabila r hitung $>$ r tabel dengan tingkat signifikansi 5%.

Tabel 3.1. Hasil Uji Validitas *Green Knowledge* (X1), *Green Attitude* (X2), *Green Price* (X3), dan *Green Purchase Intention* (Y)

Variabel	Indikator	R hitung (Corrected Item Total Correlation)	R tabel	Keterangan			
<i>Green Knowledge</i>	X1.1	0,391	0,195	Valid			
	X1.2	0,558					
	X1.3	0,293					
<i>Green Attitude</i>	X2.1	0,553		0,195	Valid		
	X2.2	0,615					
	X2.3	0,437					
<i>Green Price</i>	X3.1	0,406			0,195	Valid	
	X3.2	0,528					
	X3.3	0,306					
<i>Green Purchase Intention</i>	Y1	0,673				0,195	Valid
	Y2	0,752					
	Y3	0,827					

Sumberdata: data primer yang diolah,2022

Hasil uji validitas untuk variabel *green knowledge* (X1), ditemukan bahwa seluruh variabel *green knowledge* (X1) memiliki nilai R hitung yang lebih besar dibandingkan nilai R tabel. Dengan nilai R hitung yang lebih besar dari pada R tabel dapat dinyatakan bahwa variabel *green knowledge* (X1) valid. Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa hasil uji validitas variabel *green attitude* (X2), memiliki nilai R hitung lebih besar dari pada nilai R tabel (0,195). Dengan hasil tersebut maka variabel *green attitude* (X2) dinyatakan valid. Pada tabel 3.1 dapat dilihat bahwa hasil uji validitas variabel *green price* (X3), memiliki nilai R hitung yang lebih besar daripada nilai R tabel (0,195). Dengan hasil tersebut maka variabel *green price* (X3) dinyatakan valid. Pada tabel 3.1 dapat dilihat bahwa hasil uji validitas variabel *green purchase intention* (Y), memiliki nilai R hitung yang lebih besar dari

pada nilai R tabel (0,195). Dengan hasil tersebut maka variabel *green purchase intention* (Y) dinyatakan valid.

3.3.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menurut (Ghozali, 2013) adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Kuesioner dianggap reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Menurut Sekaran dalam Hartono (2019) uji reliabilitas adalah pengukuran yang menunjukkan sejauh mana instrumen atau alat ukur yang diujikan tanpa bias. Karena hal tersebut menjamin pengukuran yang konsisten lintas waktu dan beragam instrument, oleh sebab itu uji reliabilitas merupakan tanda tentang stabilitas dan konsistensi instrumen atau alat ukur. Pengukuran uji reliabilitas diukur dengan melihat *Cronbach Alpha* > 0,6 serta semakin mendekati 1,0 maka akan semakin reliabel.

Tabel 3.2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Cut of Value (cronbach alpha)	Keterangan
Variabel <i>Green Knowledge</i> (X1)	0,588	0,6	Tidak Reliabel
Variabel <i>Green Attitude</i> (X2)	0,709	0,6	Reliabel
Variabel <i>Green Price</i> (X3)	0,593	0,6	Tidak Reliabel
Variabel <i>Green Purchase Intention</i> (Y)	0,775	0,6	Reliabel

Sumber Data: data primer yang diolah ,2022

Berdasarkan hasil uji reliabilitas ditemukan bahwa variabel *green knowledge* (X1) dan variabel *green price* (X3) tidak variabel. Oleh karena itu dilakukan pengurangan atau *drop* beberapa pertanyaan pada uji validitas untuk variabel X1 dan X3 yang memiliki nilai *Cronbach's Alpha if item deleted* tertinggi.

3.3.3. Pengujian Ulang

Tabel 3.3. Cronbach's Alpha if item deleted (X1)

Variabel Pertanyaan X1	R hitung (Corrected Item Total Correlation)	R tabel	Cronbach's Alpha if item deleted
X1.1	0,391	0,195	0,500
X1.2	0,558	0,195	0,278
X1.3	0,293	0,195	0,697

Sumber Data: data primer yang diolah,2022

Pada variabel *green knowledge* (X1), nilai *Cronbach's Alpha if item deleted* tertinggi adalah pada indikator X1.3 dengan nilai *Cronbach's Alpha if item deleted* 0,697.

Tabel 3.4. Cronbach's Alpha if item deleted (X3)

Variabel Pertanyaan X3	R hitung (Corrected Item Total Correlation)	R tabel	Cronbach's Alpha if item deleted
X3.1	0,406	0,195	0,502
X3.2	0,528	0,195	0,282
X3.3	0,306	0,195	0,620

Sumber Data: data primer yang diolah,2022

Pada variabel *green price* (X3), nilai *Cronbach's Alpha if item deleted* tertinggi adalah pada indikator X3.3 dengan nilai *Cronbach's Alpha if item deleted* 0,620.

Setelah menentukan nilai *Cronbach's Alpha if item deleted* tertinggi maka dilakukan kembali pengujian ulang validitas dan reliabilitas.

Tabel 3.5. Pengujian Ulang Uji Validitas *Green Knowledge* (X1), *Green Attitude* (X2), *Green Price* (X3), dan *Green Purchase Intention* (Y)

Variabel	Indikator	R hitung (Corrected Item Total Correlation)	R tabel	Keterangan
<i>Green Knowledge</i>	X1.1	0,535	0,195	Valid
	X1.2	0,535		
<i>Green Attitude</i>	X2.1	0,553		Valid
	X2.2	0,615		
	X2.3	0,437		
<i>Green Price</i>	X3.1	0,451		Valid
	X3.2	0,451		
<i>Green Purchase Intention</i>	Y1	0,673		Valid
	Y2	0,752		
	Y3	0,435		

Sumber Data: data primer yang diolah, 2022

Pengujian ulang uji validitas berguna untuk mengetahui apakah adanya perubahan hasil R hitung lebih besar atau lebih kecil dari nilai R tabel setelah dilakukannya pengurangan salah satu indikator pada variabel yang diakibatkan

tidak reliabelnya indikator yang dihilangkan tersebut, sehingga variabel yang diujikan ulang tetap valid untuk digunakan dalam penelitian.

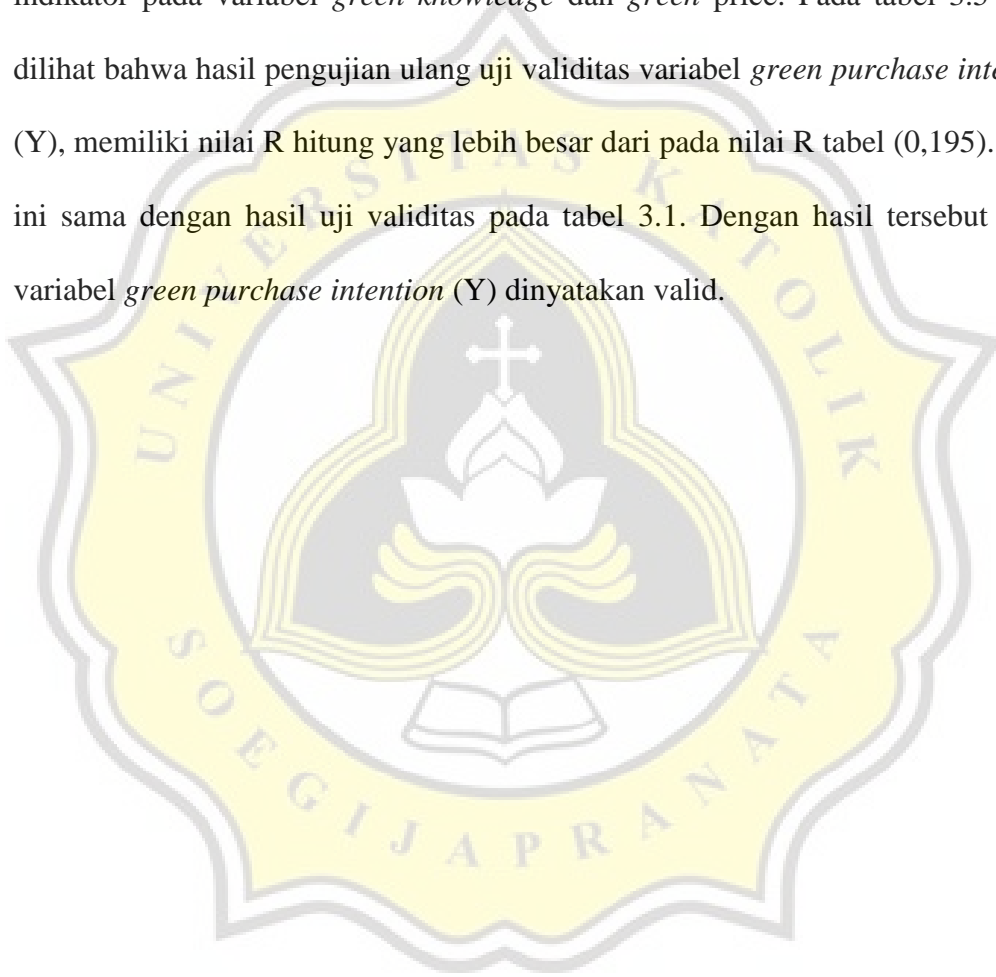
Hasil pengujian ulang uji validitas variabel *green knowledge* (X1). Pengujian ulang uji validitas berguna untuk mengetahui apakah adanya perubahan hasil R hitung setelah dilakukannya pengurangan salah satu indikator pada variabel yang diakibatkan tidak reliabelnya indikator yang dihilangkan tersebut. Dari pengujian diatas, variabel *green knowledge* (X1) memiliki nilai R hitung lebih besar dari pada nilai R tabel (0,195). Hal ini menunjukkan adanya perubahan nilai R hitung dengan pengujian yang sebelumnya. Dengan hasil tersebut maka variabel *green knowledge* (X1) dinyatakan valid.

Pengujian ulang uji validitas untuk *green attitude* memiliki tujuan yang sama yaitu melihat dan memastikan apakah ada perubahan nilai dari uji validitas yang sebelumnya dan yang sekarang setelah pengurangan salah satu indikator pada variabel *green knowledge* dan *green price* Pada tabel 3.5 dapat dilihat bahwa, hasil uji validitas variabel *green attitude* (X2), memiliki nilai R hitung lebih besar dari pada nilai R tabel (0,195). Hasil ini sama dengan hasil uji validitas pada tabel 3.1 Dengan hasil tersebut maka variabel *green attitude* (X2) dinyatakan valid.

Pengujian ulang uji validitas variabel *green price* bertujuan untuk melihat apakah adanya perubahan nilai validitas variabel setelah dihilangkannya salah satu indikator yaitu X3.3. Pada tabel 3.5 dapat dilihat bahwa hasil pengujian ulang uji validitas variabel *green price* (X3), memiliki nilai R hitung yang lebih besar daripada nilai R tabel (0,195). Hal ini menunjukkan adanya perubahan nilai R hitung

setelah indikator X3.3 dihilangkan. Dengan hasil tersebut maka variabel *green price* (X3) dinyatakan valid.

Pengujian ulang uji validitas variabel Y dilakukan untuk melihat dan memastikan , apakah ada perubahan nilai uji validitas setelah adanya pengurangan indikator pada variabel *green knowledge* dan *green price*. Pada tabel 3.5 dapat dilihat bahwa hasil pengujian ulang uji validitas variabel *green purchase intention* (Y), memiliki nilai R hitung yang lebih besar dari pada nilai R tabel (0,195). Hasil ini sama dengan hasil uji validitas pada tabel 3.1. Dengan hasil tersebut maka variabel *green purchase intention* (Y) dinyatakan valid.



Tabel 3.6. Pengujian Ulang Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Cut of Value (cronbach alpha)	Keterangan
Variabel <i>Green Knowledge</i> (X1)	0,697	0,6	Reliabel
Variabel <i>Green Attitude</i> (X2)	0,709	0,6	Reliabel
Variabel <i>Green Price</i> (X3)	0,620	0,6	Reliabel
Variabel <i>Green Purchase Intention</i> (X4)	0,775	0,6	Reliabel

Sumber Data: data primer yang diolah, 2022

Pengujian ulang uji reliabilitas adalah untuk mengetahui apakah dengan adanya perubahan beberapa indikator yang memiliki nilai *Cronbach's Alpha if item deleted* yang tinggi yang menyebabkan pada pengujian awal ditemukannya variabel X1 dan X3 yang tidak reliabel. Pengujian ulang uji reliabilitas berguna untuk mengetahui dan memastikan bawah variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini sudah reliabel.

Berdasarkan hasil pengujian ulang uji reliabilitas, ditemukan bahwa semua variabel telah memiliki nilai lebih dari 0,6. Dengan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa variabel X1, X2, X3, dan Y reliabel.

