

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dimana peneliti langsung ke lapangan untuk mencari atau menggali informasi. Teknik penelitian yang digunakan menggunakan teknik survei. Teknik survey merupakan suatu cara untuk mengumpulkan informasi dari berbagai individu dengan menggunakan kuisioner, interview, atau dengan melalui pos (*by mail*) maupun telepon.

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian dalam penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dengan variabel *green marketing*, label halal, *electronic word of mouth*. Pendekatan penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik, yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sitoyo, 2015:27). Dalam penelitian kuantitatif, analisa data yang dilakukan secara kronologis setelah data selesai dikumpulkan semua dan biasanya diolah dan dianalisis dengan secara

computerized berdasarkan metode analisis data yang telah ditetapkan dalam desain penelitian. (Sitoyo, 2015:110)

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi ialah wilayah generalisasi yang terdiri atas beberapa bagian, yaitu objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang sudah ditetapkan oleh peneliti terlebih dahulu untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono,2013:115).

Penelitian ini menggunakan populasi konsumen produk Innisfree di kota Banjarmasin yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Oleh karena itu untuk penelitian ini dilakukan pengambilan sampel.

2. Sampel

Sampel merupakan sebagian dari populasi yang terpilih dan mewakili populasi tersebut (Yusuf, 2014:150). Sampel merupakan bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu, yang juga memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang dianggap bisa mewakili populasi (Agung, 2012:33). Metode yang digunakan oleh peneliti adalah metode *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Metode *non probability sampling* merupakan teknik yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel

(Sitoyo, 2015:67). *Purposive sampling* ialah teknik *nonprobability sampling* yang lebih tinggi kualitasnya dan merupakan pengembangan atau penyempurnaan dari metode-metode sebelumnya. *Purposive sampling* dilakukan untuk mengambil sampel dari populasi berdasarkan kriteria tertentu.

Untuk menentukan ukuran sampel penelitian dari populasi, peneliti menggunakan rumus *Lemeshow* yang mana rumus tersebut menggunakan standar tingkat kesalahan 10% dan 5% dan peneliti menggunakan tingkat kesalahan 10%. Peneliti menggunakan rumus *Lemeshow* karena jumlah populasi yang menggunakan produk Innisfree di Banjarmasin belum diketahui secara pasti atau tak terhingga yang dapat disebabkan karena bertambah atau berkurangnya pengguna produk Innisfree setiap harinya. Adapun syarat orang yang dapat dijadikan sumber data adalah sebagai berikut:

1. Masyarakat kota Banjarmasin
2. Perempuan usia 17 – 40 tahun
3. Konsumen pernah membeli dan menggunakan produk *Innisfree*

$$\text{Rumus Lemeshow : } n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot (1-p)}{d^2} = \frac{(1,96)^2 \cdot 0,5 \cdot (1-0,5)}{(0,10)^2} = \frac{0,9604}{0,01} = 96,04$$

Dimana :

n = Ukuran/Jumlah Sampel yang diperlukan

Z = Skor Z pada kepercayaan 95 % atau (1,96)

p = Maksimal estimasi 0,5

d = Alpha (0,10) atau sampling error yang dipakai 10%

Dari hasil perhitungan menggunakan rumus lemeshow di atas, dapat diperoleh jumlah sampel yang bagus yaitu 96,04 yang dapat dibulatkan menjadi 96 sampel. Maka dari itu jumlah sampel untuk penelitian ini berjumlah 96 responden.

C. Data dan Sumber Data

1. Data

Data ialah bentuk jamak dari datum. Data merupakan keterangan-keterangan tentang suatu hal, dapat berupa sesuatu hal yang diketahui atau yang dianggap atau tanggapan. Data dapat juga diartikan sebagai suatu fakta yang dapat digambarkan lewat angka, simbol, kode, dan lainnya (Agung, 2012:58). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti langsung dari sumbernya, dicatat, dan diamati untuk pertama kalinya dan hasilnya langsung digunakan oleh peneliti untuk memecahkan persoalan yang akan dicari jawabannya. Data ini biasa disebut data asli, dapat berwujud hasil wawancara, pengisian kuisioner, atau bukti transaksi seperti tanda bukti pembelian barang dan karcis parkir. Semua data ini merupakan data mentah yang nantinya akan diolah untuk tujuan-tujuan tertentu sesuai dengan kebutuhan. Data primer dalam penelitian ini berdasarkan kuisioner dari peneliti yang dibagikan kepada masyarakat kota Banjarmasin yang merupakan konsumen dari produk *Innisfree*.

2. Sumber Data

Adapun yang akan menjadi sumber data dalam penelitian ini adalah responden, yaitu pihak-pihak yang dianggap peneliti dapat memberikan data hasil dari kuisioner yang sudah dibagikan yang berkaitan dengan penelitian ini.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah pencatatan peristiwa, keterangan-keterangan, karakteristik-karakteristik sebagian atau seluruh elemen populasi yang akan menunjang atau mendukung penelitian. (Agung, (2012:61) Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data yaitu dengan metode kuesioner. Teknik kuesioner ini dilakukan untuk memperoleh data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden yaitu konsumen produk *Innisfree* di kota Banjarmasin untuk mengetahui seberapa berpengaruh *green marketing*, label halal, dan *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian *Innisfree*.

E. Teknik Pengolahan Data

Pengolahan data secara kuantitatif yang didapatkan dari hasil pengisian kuesioner responden. Kuesioner inilah yang digunakan peneliti sebagai instrument penelitian. Dalam proses pengolahan data, ada beberapa langkah ilmiah yang perlu dilakukan untuk memudahkan proses pengolahan data, yaitu:

1. Editing

Sebelum data kuesioner diolah, data yang sudah didapatkan tersebut perlu diedit terlebih dahulu. Dengan perkataan, data kuesioner yang telah dikumpulkan perlu dibaca sekali lagi dan diperbaiki, jika masih terdapat hal-hal yang salah atau yang masih meragukan.

2. Kodefikasi Data

Memberikan angka-angka dan kode-kode tertentu yang telah disepakati terhadap jawaban-jawaban pernyataan dalam kuesioner, sehingga memudahkan pada saat memasukan data ke komputer.

3. Tabulasi Data

Membuat tabulasi termasuk dalam kerja memproses data. Membuat data dengan memasukkan data ke dalam program excel dikomputer, dan mengatur angka-angka sehingga dapat dihitung.

F. Desain Pengukuran

Adapun yang menjadi desain pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala ini dikembangkan oleh Rensis Likert, yang artinya suatu series butir (butir soal). Responden hanya memberikan persetujuan atau ketidaksetujuannya terhadap butir soal tersebut. Skala ini bertujuan untuk mengukur sikap individu dalam dimensi yang sama dan individu menempatkan dirinya ke arah satu kontinuitas dari butir soal. (Yusuf, 2014:222) Dalam melakukan penelitian terhadap variabel yang akan diuji penulis menggunakan skala likert dan penulisan pada setiap jawaban akan diberi lima tingkatan jawaban skor, yaitu:

Tabel 3. 1 Skala *Likert*

No.	Alternatif Jawaban	Skor
1.	SS = Sangat Setuju	5
2.	S = Setuju	4
3.	N = Normal	3
4.	TS = Tidak Setuju	2
5.	STS = Sangat Tidak Setuju	1

G. Indikator Variabel

Adapun indikator variabel yang digunakan dalam penelitian ialah sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Indikator Variabel

No.	Definisi Operasional	Indikator Variabel	Skala
1.	<i>Green Marketing</i>	1. Produk 2. Harga 3. Promosi 4. Tempat	Likert
2.	Label Halal	1. Gambar 2. Tulisan 3. Kombinasi gambar dan tulisan	Likert

3.	<i>Electronic Word of Mouth</i>	<ol style="list-style-type: none">1. Intensitas2. Konten3. Pendapat Positif4. Pendapat Negatif	Likert
4.	Keputusan Pembelian	<ol style="list-style-type: none">1. Pengenalan Masalah2. Pencarian Informasi3. Evaluasi Informasi4. Keputusan Pembelian5. Perilaku Pasca Pembelian	Likert

H. Teknik Analisis Data

Setelah melakukan langkah-langkah pengolahan data di atas, langkah selanjutnya yaitu melakukan analisis data dengan metode statistik sebagai berikut:

1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a. Uji Validitas

Validitas ialah alat yang digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaannya pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghazali, 2013:52). Untuk melakukan uji validitas dilihat dari tabel Item-Total Statistik. Nilai tersebut dibandingkan dengan nilai r hitung. Apabila nilai $r_{hitung} > \text{nilai } r_{tabel}$ maka dikatakan valid, dan terjadi sebaliknya.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas yaitu konsistensi atau kestabilan skor suatu instrumen penelitian terhadap individu yang sama, dan diberikan dalam waktu yang berbeda (Yusuf, 2014:242). Wrightstone menulis bahwa reliabilitas sebagai suatu perkiraan tingkatan (*degree*) konsistensi atau kestabilan antara pengukuran ulang dan

pengukuran pertama dengan menggunakan instrumen yang sama. Jadi, suatu instrumen dikatakan reliabel apabila instrumen tersebut diuji coba kepada subjek yang sama secara berulang-ulang tetapi hasilnya tetap sama atau cenderung sama. Teknik yang digunakan untuk uji reliabilitas ini adalah teknik *Cronbach's Alpha* yang mana satu kuisioner dianggap reliabel apabila *Cronbach's Alpha* > 0,60.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Asumsi normalitas adalah asumsi residual (ε) berdistribusi normal, sehingga uji normalitas dilakukan pada residual model regresi. Untuk mengidentifikasi adanya pelanggaran asumsi normalitas, dapat dilakukan dengan uji Kolmogorov- Smirnov, uji Anderson-Darling, uji Shapiro-Wilk, dan uji Jarque-Bera. Penyebab tidak terpenuhinya asumsi normalitas adalah karena ada data pencilan (outlier) dan data dimungkinkan memang tidak berdistribusi normal atau berdistribusi lain, seperti eksponensial, gamma, dan lain-lain (Bawono, 2018:38). Peneliti menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov untuk mengetahui adanya pelanggaran asumsi normalitas. Aturan Kolmogorov- Smirnov, yaitu :

•Jika probabilitas Kolmogorov-Smirnov > 0,05 maka residualnya berdistribusi normal

•Jika probabilitas Kolmogorov-Smirnov $< 0,05$ maka residualnya berdistribusi tidak normal

b. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas merupakan keadaan dimana terdapat hubungan linier sempurna atau pasti diantara beberapa atau semua variabel bebas dari model regresi berganda. Dalam arti luas berarti terdapat korelasi yang tinggi diantara variabel bebas. Di dalam model ekonometrika, gejala multikolinieritas sering muncul karena variabel-variabel dibidang ekonomi pada kenyataannya saling berhubungan. Untuk melihat ada tidaknya gejala multikolinieritas, dapat menggunakan nilai korelasi antar variabel. (Bawono, 2018:46). Deteksi Multikolinieritas :

1) Uji nilai korelasi antar variabel independen, jika nilai korelasi sama maka ada multikolinieritas

2) Uji nilai VIF, jika masing-masing variabel independen mempunyai nilai centered VIF > 10 maka ada multikolinieritas

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji model regresi apakah terjadi ketidaksamaan varians antara residual satu dengan pengamatan lainnya (Ghazali, 2013:134). Jika varians dari residual dari pengamatan tetap, maka disebut homoskedastisitas dan apabila berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model yang tidak terjadi

heteroskedastisitas atau homoskedastisitas. Untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas, dapat dilakukan dengan uji Glesjer, uji White, uji Breusch Pagan, uji Harvey, uji Park, dan lainnya. Peneliti menggunakan pola gambar *scatterplot* untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas. Aturan deteksi heteroskedastisitas pada pola gambar *scatterplot*, yaitu jika titik-titik yang menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji Hipotesis dan Analisis Regresi

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel independen atau lebih terhadap variabel dependen dengan tujuan untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi atau hubungan kasual antara dua variabel independen atau lebih dengan satu variabel dependen. Dengan demikian formulasi regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Dimana :

Y = Keputusan Pembelian

β_0 = Konstanta

β_1 - β_2 = Koefisien Regresi

X_1 = Variabel *green marketing*

X_2 =Variabel label halal

X_3 =Variabel *electronic word of mouth*

e = Error

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui sampai sejauh mana kecocokan atau ketepatan garis regresi yang terbentuk dalam mewakili kelompok data hasil pengamatan. Koefisien determinasi menggambarkan bagian dari variasi total yang dapat diterangkan oleh model. Semakin besar nilai (mendekati 1) maka ketepatan dikatakan semakin baik. Sifat koefisien determinasi sebagai berikut :

Nilai $0 \leq R^2 \leq 1$

1) $R^2 = 0$, berarti model regresi yang terbentuk tidak tepat untuk meramalkan nilai variabel dependen, hal ini disebabkan karena tidak adanya hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

2) $R^2 = 1$, berarti bahwa model regresi yang terbentuk dapat meramalkan nilai variabel dependen dengan sempurna.

c. Uji Signifikansi Secara Parsial (t)

Pengujian individu digunakan untuk menguji apakah variabel independen ke- j memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen atau tidak. Banyaknya uji individual

adalah sama dengan banyaknya variable independen (Bawono, 2018:23).

Hipotesis dari pengujian secara individual ini adalah sebagai berikut :

$$H_0 : \beta_j \neq 0, j = 1,2,3,\dots,p$$

Untuk menguji hipotesis ini digunakan statistik dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

1) Apabila nilai signifikan (*P value*) < 0,05 maka H_0 ditolak dan menerima H_a yang berarti ada pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat.

2) Apabila nilai signifikan (*P value*) > 0,05 maka H_0 diterima dan menolak H_a yang berarti tidak ada pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat.

d. Uji Signifikansi Secara Simultan (f)

Uji kecocokan model dapat disebut juga uji serentak. Parameter atau koefisien regresi diuji secara serentak menggunakan ANOVA (*Analisis of Variance*), untuk mengetahui apakah model regresi yang dihasilkan cocok atau variabel-variabel independen secara serentak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (Bawono, 2018:22).

Hipotesis dari pengujian ini adalah :

$$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \dots = \beta_p = 0 \text{ (model tidak cocok)}$$

$$H_1 : \text{minimal ada satu } \beta_j \neq 0, j = 1,2,3,\dots,p \text{ (model cocok)}$$

Untuk menguji hipotesis ini digunakan statistik dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

- 1) H_0 ditolak dan H_a diterima, jika nilai signifikan (P value) $< 0,05$
- 2) H_0 diterima dan H_a ditolak, jika nilai signifikan (P value) $> 0,05$