

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah *explanatory research*. Menurut Singarimbun&Efendi (1995) *explanatory research* adalah penelitian pengujian hipotesis. Penelitian ini ditujukan untuk menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel penelitian dan menguji hipotesis yang dirumuskan. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui perbedaan antar variabel-variabel bebas terhadap variabel terikatnya, serta mengetahui bagaimana hubungan itu terjadi.

B. Populasi dan Sampel

Menurut Arikunto (1996) populasi adalah keseluruhan subjek penelitian, sedangkan sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa FISIP UNILA. Menurut Roscoe (1975) memberikan pedoman penentuan besarnya sampel penelitian, yaitu jumlah sampel lebih besar dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian. Dalam penelitian *multivariate*, ukuran sampel sebaiknya beberapa kali (lebih disukai 10 kali atau lebih) lebih besar dari jumlah variabel dalam studi. Namun dalam penelitian ini besarnya sampel ditentukan dengan jumlah yang ideal saja karena dalam penelitian ini variabel yang digunakan hanya mengenai keputusan pembelian dan *gender* maka dapat ditentukan jumlah yang ideal adalah

sebanyak 130 orang sampel, yang terdiri dari 65 orang wanita dan 65 orang pria. Adapun sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa FISIP UNILA yang mengkonsumsi Air Minum Dalam Kemasan ADES.

Teknik yang digunakan untuk menentukan sampel penelitian adalah *purposive sampling*. Pada prinsipnya *purposive sampling* memilih sampel dari kelompok sasaran tertentu yang dianggap mampu memberikan informasi yang dibutuhkan dan termasuk dalam kriteria tertentu. Mengingat sampel yang dibutuhkan harus memenuhi satu kriteria, yaitu sampel merupakan mahasiswa FISIP UNILA yang mengkonsumsi Air Minum Dalam Kemasan ADES, berdasarkan kriteria tersebut maka teknik *purposive sampling* dianggap sesuai.

C. Definisi Konseptual Variabel

Menurut Indrianto&Supomo (1999) pengertian konseptual adalah penjelasan mengenai arti suatu konsep. Definisi ini menunjukkan bahwa teori merupakan kumpulan *construct* atau konsep (*concept*), definisi (*definition*), dan proporsi (*proposition*) yang menggambarkan suatu fenomena yang terjadi secara sistematis melalui penentuan hubungan antara variabel.

Menurut Lips (*dalam* Setiawati 2007) *Gender* merupakan seperangkat peran, perilaku, kegiatan, dan atribut yang dianggap layak bagi laki-laki dan perempuan, yang dikonstruksi secara sosial, dalam suatu masyarakat. Schmoll *et. al.* (*dalam* Regia, 2011) menyatakan bahwa ditemukan perbedaan yang signifikan antara jenis kelamin wanita dan pria terhadap suatu pelayanan jasa atau produk. Pria cenderung lebih mudah menerima suatu produk maupun jasa yang baru dibandingkan dengan perempuan. Namun, perempuan lebih bersifat konsumtif

terhadap suatu produk yang memang produk tersebut terbukti bagus dan banyak dipakai oleh teman-temannya.

Pendapat senada dikemukakan oleh Mitchell&Waish (*dalam Regia, 2011*) bahwa pria dan wanita menginginkan produk dan jasa yang berbeda dan mereka memiliki jalan pikiran yang berbeda untuk mendapatkan produk maupun jasa yang diinginkan. Sebuah penelitian dilakukan untuk mengetahui bagaimana *gender* mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan serta melakukan komunikasi mengenai suatu layanan jasa. Oleh karena itu, *gender* memiliki pengaruh yang mengakibatkan perbedaan persepsi terhadap terbentuknya suatu komunikasi. Hal ini disebabkan oleh perbedaan kebutuhan dan sifat alamiah yang ada di dalam pria dan wanita.

Dalam penelitian ini perbedaan antara keputusan pembelian pria dan wanita yang menjadi bahan utama sebagai tujuan penelitian, hal ini dilakukan dengan menganalisa penyebab keputusan pembelian produk Air Minum Dalam Kemasan ADES yang kemudian dilakukan uji beda.

D. Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiana (2008) definisi operasional adalah batasan pengertian tentang variabel yang didalamnya sudah mencerminkan indikator-indikator yang akan digunakan untuk mengukur variabel yang bersangkutan.

a. Variabel dependen

Menurut Kotler&Armstrong (2004) keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-

benar akan membeli. Beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur variabel keputusan pembelian adalah sebagai berikut:

1. Kemantapan membeli
2. Pertimbangan dalam membeli
3. Kesesuaian atribut dengan keinginan dan kebutuhan.

b. Variabel Independen

Komitmen produk ramah lingkungan melibatkan keterikatan individu terhadap suatu produk ramah lingkungan, atau derajat hubungan yang dimiliki individu terhadap suatu produk ramah lingkungan (Setiawati, 2007). Komitmen produk ramah lingkungan terdiri dari beberapa komponen sebagai berikut:

1. Orientasi Individual

Suatu tahap seseorang dalam merepresentasikan seberapa besar seseorang memfokuskan dan tergantung pada dirinya sendiri. Nilai orientasi individualisme terdiri dari tiga dimensi yaitu keinginan mencapai tujuan (*achievement*), pengarahan diri (*selfdirection*) dan pemenuhan diri (*self-fulfilment*) serta kebebasan (*independence*).

2. Kesadaran Lingkungan

Kesadaran sosial konsumen dirasakan ketika seseorang berupaya untuk mempertimbangkan perilaku belinya berkaitan dengan polusi terhadap pengaruh sosial lingkungan sekitarnya.

3. Pengetahuan Ekologikal

Kemampuan seseorang untuk mengidentifikasi atau mendefinisikan sejumlah simbol, konsep dan perilaku berkaitan dengan permasalahan

lingkungan ekologis. Definisi pengetahuan lingkungan adalah seberapa besar seorang individu mengetahui isu-isu tentang lingkungan.

4. Niat Beli Hijau

Niat beli hijau atau niat pembelian terhadap produk ramah lingkungan dalam studi ini adalah keinginan atau mengekspresikan niat seorang individu untuk berkomitmen pada aktivitas-aktivitas yang mendukung keramahan lingkungan.

5. Perilaku Beli Produk Hijau

Perilaku pembelian aktual terhadap produk berdasarkan komitmen produk tersebut terhadap lingkungan.

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Sub Variabel	Definisi	Indikator
Variabel Dependen	-Komitmen laki-laki -Komitmen perempuan (Y)	Tahap dalam proses untuk menentukan pengambilan keputusan terhadap yang diinginkan	1. Kemantapan dalam berkomitmen 2. Pertimbangan dalam berkomitmen 3. Kesesuaian atribut dengan keinginan dan kebutuhan
Variabel Independen	Orientasi Individual (X ₁)	Kemampuan merepresentasikan seberapa besar seseorang memfokuskan dan tergantung pada dirinya sendiri	1. Keinginan mencapai tujuan 2. Pengarahan diri 3. Pemenuhan diri 4. Kebebasan
	Kesadaran Lingkungan (X ₂)	Upaya seseorang dalam mempertimbangkan perilaku belinya terhadap lingkungan	1. Pertimbangan perilaku beli 2. Pertimbangan terhadap lingkungan
	Pengetahuan Ekologis (X ₃)	Kemampuan seseorang untuk mengidentifikasi sejumlah simbol, konsep dan perilaku berkaitan dengan permasalahan lingkungan ekologis	1. Pengetahuan tentang produk 2. Pemahaman terhadap suatu simbol sebuah produk

	Niat Beli Hijau (X ₄)	Keinginan atau niat seorang individu untuk berkomitmen pada aktivitas-aktivitas yang mendukung keramahan lingkungan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dorongan diri sendiri 2. Sengaja membeli produk hijau 3. Komitmen
	Perilaku Beli Produk Hijau (X ₅)	perilaku pembelian aktual terhadap produk ramah lingkungan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Selalu menggunakan produk ramah lingkungan 2. Mengonsumsi bahan makanan organik

Sumber: Data Diolah, 2014

E. Deskripsi data

a. Jenis data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data kuantitatif.

Data kuantitatif dalam penelitian ini diperoleh dengan cara membagikan kuisioner atau angket kepada responden.

b. Sumber data

1) Data primer

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer menurut Kuncoro (2003) adalah data yang dikumpulkan dari sumber-sumber asli, data yang diperoleh penulis langsung melalui kuisioner yang dibagikan kepada seluruh sampel.

2) Data sekunder

Data sekunder menurut Kuncoro (2003) adalah data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain. Data sekunder ini diperoleh melalui studi pustaka, internet, majalah, dan tabloid.

F. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Kuesioner

Pada penelitian ini penulis menggunakan kuesioner sebagai alat untuk mengumpulkan data. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya Sugiyono (2006). Metode ini dilakukan dengan cara memberi sejumlah pertanyaan atau pernyataan yang berkaitan dengan permasalahan penelitian.

2. Wawancara

Wawancara yang dilakukan dengan dua bentuk, yaitu wawancara terstruktur (dilakukan melalui pertanyaan-pertanyaan yang telah disiapkan sesuai dengan permasalahan yang akan diteliti). Sedang wawancara tak terstruktur (wawancara dilakukan apabila adanya jawaban berkembang diluar pertanyaan-pertanyaan terstruktur namun tidak terlepas dari permasalahan penelitian).

3. Studi Dokumentasi

Menurut Arikunto (1996) teknik dokumentasi yaitu “mencari data mengenai hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda dan sebagainya”. Metode wawancara ini dilakukan untuk memperoleh data tambahan yang mendukung data primer.

G. Skala Pengukuran

Dalam pengukurannya, variabel ini menggunakan skala *Likert* dimana skala ini meminta responden untuk mengindikasikan derajat persetujuan atau ketidaksetujuan dari sekumpulan pertanyaan yang telah dibuat oleh penulis. Responden diminta

menyatakan “setuju” atau “tidak setuju” untuk setiap pertanyaan yang berbentuk kalimat. Jawabannya diberi nilai-nilai yang mencerminkan secara konsisten sikap responden. Nilai total seluruh pertanyaan dihitung untuk setiap responden. Skala *Likert* memiliki beberapa keuntungan, yaitu mudah untuk disusun dan responden mudah memahami bagaimana menggunakan skala tersebut. Dalam Skala likert setiap jawaban diberi bobot tertentu yaitu:

Tabel 3.2
Instrumen Skala Likert

No.	Alternatif Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	1
2.	Setuju (S)	2
3.	Netral (N)	3
4.	Kurang Setuju (KS)	4
5.	Tidak Setuju Sekali (TSS)	5

Sumber: Sugiyono (2006)

H. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat bantu yang digunakan pada waktu peneliti menggunakan metode pengumpulan data. Menurut Sugiyono (2006) instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian. Instrumen utama yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuisisioner, yaitu daftar pertanyaan yang diajukan kepada responden berkenaan dengan informasi mengenai Analisis perbedaan *gender* dalam keputusan pembelian produk ramah lingkungan kepada mahasiswa FISIP UNILA yang mengkonsumsi Air Minum Dalam Kemasan ADES.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah sampel data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mrngukur data berskala ordinal, interval, ataupun rasio. Untuk menguji normalitas data, penelitian ini

menggunakan analisis grafik. Pengujian normalitas melalui analisis grafik adalah dengan cara menganalisis grafik normal *probability plot* yang membandingkan distribusikumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Data dapat dikatakan normal jika data atau titik-titik terbesar di sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti garis diagonal.

Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusan mengenai normalitas menurut Ghazali (2005) adalah sebagai berikut:

- 1) Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Jika data menyebar lebih jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

I. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan suatu proses penyerderhanaan data ke dalam bentuk yang mudah di baca dan diinterpretasikan. Analisis data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Pengujian validitas kuisioner dilakukan untuk menunjukkan apakah kuisioner yang akan disebar kepada responden layak (valid) atau tidak disebar, dengan menggunakan rumus korelasi *Product Moment* (Sugyiono, 2006) sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \cdot \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[(N \cdot \sum X - (\sum X)^2)] \cdot [(N \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2)]}} \dots\dots\dots(1)$$

Di mana :

r_{xy} = Koefisien Korelasi

N = Jumlah Sampel

X = Variabel Citra Perusahaan (X_1), Citra Merek (X_2)

Y = Variabel Keputusan Pembelian Konsumen (Y)

Tahapan dalam menguji validitas dengan menggunakan SPSS 17.0 *for Windows evaluation Version* sebagai berikut (Ghozali, 2005).

a. Menyusun Matriks Data Mentah

Matriks data mentah berisi nilai-nilai data asli dari kuisioner. Matriks ini berukuran $m \times n$ (m adalah jumlah responden dan n adalah jumlah variabel).

b. Menyusun Hipotesis

H_0 = Skor butir berkorelasi positif dengan skor faktor

H_1 = Skor butir tidak berkorelasi positif dengan skor faktor

c. Menentukan r_{tabel}

Dengan melihat table r berdasarkan nilai df dan tingkat signifikansi, maka dapat ditentukan besarnya r_{tabel} .

d. Mencari r_{hitung}

Nilai r_{hitung} untuk tiap-tiap item dapat dilihat pada kolom *corrected item-total correlation*.

e. Pengambilan Keputusan

- 1) Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka item tersebut valid.
- 2) Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$, maka item tersebut tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Pengertian reliabilitas sebenarnya adalah untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2005). Pengukuran keandalan butir pertanyaan dengan sekali menyebarkan kuisisioner pada reponden, kemudian hasil skornya diukur korelasinya antar skor jawaban pada butir pertanyaan yang sama dengan bantuan program komputer SPSS, dengan fasilitas *Cronbach Alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai cronbach alpha $> 0,60$.

3. Uji *Independent Samples T Test*

Independent Samples T Test digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan rata-rata antara dua kelompok sampel yang tidak berhubungan. Pengujian *Independent Samples T Test* dapat memberikan gambaran ada tidaknya perbedaan antara kedua variabel tersebut, yang dapat dilihat dari nilai pada bagian F (*levene's test*) dan pada nilai t test. Jika ada perbedaan, rata-rata manakah yang

lebih tinggi. Pemrosesan data menggunakan SPSS (*Statistical Package for the Social Science*), Dengan langkah-langkah sebagai berikut:.

Gunakan fungsi *Analyze – Compare Means – Independent Samples T Test* untuk mengelola kedua kelompok *gender*. Menurut Jogiyanto (2007) *Independent Samples T Test* dapat pula ditulis dengan rumus:

$$t = \frac{\bar{X} - \mu}{S/\sqrt{n}} \dots\dots\dots 3.5$$

Keterangan:

t = nilai hitung t

\bar{X} = rata-rata sampel (*mean*)

μ = rata-rata populasi

S = Standard deviasi Sampel

n = jumlah observasi di dalam sampel

4. Uji Analisis Diskriminan

Analisis Diskriminan dipergunakan untuk melihat signifikansi perbedaan dua kelompok sampel atau lebih dan menemukan variabel-variabel yang membedakan secara signifikan antara dua kelompok atau lebih. Dalam pemrosesan data menggunakan SPSS (*Statistical Package for the Social Science*), Dengan langkah-langkah sebagai berikut :

Gunakan fungsi *Analyze – Classify – Discriminant* untuk mengelola kedua kelompok *Gender* menurut Singgih Santoso, Analisis diskriminan termasuk dalam *Multivariate Dependence Method*, Dengan model :

$Y_1 = X_1 + X_2 + \dots + X_n$

Non Metrik

Metrik

Keterangan :

Y_1 : Data Kategorikal atau Nominal

X_1, X_2, \dots, X_n : Data Matriks

J. Pengujian Hipotesis

1. Uji Hipotesis Pertama

Pengujian hipotesis ini untuk menguji apakah terdapat perbedaan antara komitmen keputusan pembelian produk ramah lingkungan pria dan wanita dilakukan dengan menggunakan uji beda dua rata-rata dapat dilihat pada bagian uji F (*Levene's test*) digunakan untuk mengetahui apakah beberapa varian populasi data adalah sama atau tidak. Uji ini dilakukan sebagai prasyarat dalam analisis *Independent Samples T Test* dan *Way ANOVA*. Sebelum dilakukan uji t test (*Independent Samples T Test*) sebelumnya dilakukan uji kesamaan varian (homogenitas) dengan F test (*Levene's Test*), artinya jika varian sama, maka uji t menggunakan *Equal Variances Assumed* (diasumsikan varian sama) dan jika varian berbeda menggunakan *Equal variances Not Assumed* (diasumsikan varian berbeda). Kedua hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

H_{01} = Tidak ada perbedaan signifikan komitmen pemilihan produk ramah lingkungan antara pria dan wanita terhadap keputusan pembelian.

H_{a1} = Ada perbedaan signifikan komitmen pemilihan produk ramah lingkungan antara pria dan wanita terhadap keputusan pembelian.

Sebagai kriteria pengujian, jika nilai signifikansi lebih dari 0.05 maka dapat dikatakan bahwa varian dari dua atau lebih kelompok data adalah sama (identik).

Menurut Riyadi (2010), nilai F dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$F = \frac{R^2 K}{1 - R^2} \cdot \frac{n - k - 1}{k} \dots \dots \dots 3.6$$

Keterangan:

- n : jumlah sampel
 k : jumlah variabel bebas
 R² : koefisien

Apabila:

1. Berdasarkan statistik hitung dengan statistik tabel adalah:
 - Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka Ho ditolak
 - Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka Ho diterima
2. Metode pengambilan keputusan dapat dibagi menjadi dua, yaitu:
 - Jika nilai probabilitas $F > 0,05$, maka Ho diterima
 - Jika nilai probabilitas $F < 0,05$, maka Ho ditolak

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis melalui uji F (*levene's test*) tersebut akan diketahui apakah ada tidaknya perbedaan komitmen pemilihan produk ramah lingkungan antara pria dan wanita terhadap keputusan pembelian.

2. Uji Hipotesis Kedua

Pengujian hipotesis kedua ini dilakukan untuk menguji manakah yang lebih baik diantara komitmen pemilihan produk ramah lingkungan antara pria dan wanita

terhadap keputusan pembelian.. Analisis yang dilakukan menggunakan pengujian *Analisis Diskriminan*.

Metode pengambilan keputusan dapat dibagi menjadi dua, yaitu:

Hipotesis :

- H_0 : group covariance matrices adalah relatif sama
- H_1 : group covariance matrices adalah berbeda

Keputusan dengan dasar signifikansi :

- Jika $\text{Sig.} > 0.05 \rightarrow H_0$ Diterima
- Jika $\text{Sig.} < 0.05 \rightarrow H_0$ Ditolak

Berdasarkan pengujian hipotesis melalui uji Analisis Diskriminan tersebut akan diketahui komitmen manakah yang lebih baik antara keputusan pembelian kelompok pria dan kelompok wanita.