

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis kuantitatif dan melakukan pengumpulan data berdasarkan survei. Penelitian kuantitatif adalah metodologi penelitian yang melibatkan penggunaan data numerik untuk mengukur sikap, pendapat, perilaku, dan variabel lain yang didefinisikan. Tujuannya adalah untuk menghasilkan data numerik dari populasi sampel yang lebih besar dan menyederhanakan hasilnya (Mohajan, 2020). Jenis penelitian ini digunakan dalam berbagai bidang seperti pendidikan, ekonomi, dan desain. Dalam pendidikan, penelitian kuantitatif telah digunakan untuk memeriksa korelasi antara ukuran kelas, pendapatan rendah siswa, dan pengalaman guru dengan program pengujian (Jiayi, 2021). Secara keseluruhan, penelitian kuantitatif sangat penting untuk menghasilkan informasi yang dapat diandalkan dan bermakna di berbagai bidang (Cruz & Sarmiento, 2022).

3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan faktor penting bagi peneliti untuk menganalisis fenomena yang memiliki relevansi signifikan terkait dengan keputusan pembelian konsumen Mcdonald's. Objek penelitian dapat berupa orang, benda, transaksi, atau kejadian yang dikumpulkan dari subjek penelitian yang menggambarkan suatu kondisi atau nilai masing-masing subjek penelitian. Nama variabel berasal dari fakta bahwa karakteristik tertentu bisa bervariasi di suatu objek populasi (Ulfa, 2021). Pemilihan objek penelitian ini berfokus pada keputusan pembelian konsumen yang didukung oleh beberapa faktor lain seperti pemasaran hijau dan *brand image*. Peneliti memilih keputusan pembelian terhadap produk Mcdonald's sebagai objek penelitian.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah jumlah total subjek yang akan diteliti oleh seorang peneliti, sedangkan sampel adalah sebagian dari populasi tersebut. Nilai yang dihitung dan diperoleh dari populasi ini disebut parameter. Misalnya, seribu

orang dianggap populasi karena terkait dalam suatu penelitian. Ada pendapat lain yang mengatakan bahwa semua variabel yang terkait dengan subjek penelitian secara harfiah dianggap sebagai pemahaman populasi (Priadana & Sunarsi, 2021). Populasi yang menjadi target dalam penelitian ini merupakan konsumen yang tinggal di daerah Tangerang Selatan dan pernah melakukan pembelian produk dari Mcdonald's

3.3.2 Sampel

Strategi sampling yang ditargetkan menjauh dari bentuk sampel acak dan merupakan strategi untuk memastikan bahwa jenis kasus tertentu dari mereka yang mungkin akan dimasukkan adalah bagian dari sampel akhir dalam penelitian. Alasan untuk mengadopsi strategi yang bertujuan didasarkan pada asumsi bahwa, mengingat tujuan dan tujuan penelitian, jenis-jenis orang tertentu mungkin memiliki pandangan yang berbeda dan penting tentang ide-ide dan isu tersebut dan oleh karena itu perlu dimasukkan ke dalam sampel (Campbell et al., 2020).

Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yaitu variabel Independen (bebas) adalah Green Marketing, di variabel ini memiliki 4 (empat) indikator yaitu green product, green price, green place, dan green promotion. Variabel dependen (terikat) adalah Keputusan Pembelian, variabel ini memiliki 4 (empat) indikator keputusan tentang jenis produk, keputusan tentang merek, keputusan tentang penjualnya, dan keputusan tentang jumlah produk. Variabel Intervening atau variabel mediasi adalah Brand Image yang memiliki 3 (tiga) indikator kekuatan (strengthness), keunikan (uniqueness), dan keunggulan (privilege). Kemudian

Peneliti menggunakan metode purposive sampling untuk menilai siapa yang paling berpengalaman untuk memberikan informasi terbaik untuk mencapai tujuan studi. Ketika menggambarkan fenomena, membangun realitas historis, atau mengembangkan sesuatu yang belum banyak diketahui, metode sampling ini sangat berguna. Dalam penelitian kuantitatif, ini dapat diterapkan dengan memilih sejumlah individu yang telah ditentukan sebelumnya yang, menurut penilaian peneliti, akan memberikan informasi terbaik untuk

penelitian. Dalam penelitian ini, digunakan teknik purposive sampling dengan karakteristik sebagai berikut:

1. Responden merupakan konsumen yang pernah membeli produk Mcdonald's.
2. Responden berdomisili di wilayah Tangerang Selatan.

Karena total populasi dalam penelitian ini tidak diketahui maka Teknik sampel penelitian ini mengacu pada teori Hair et al, yaitu sampel minimum yang digunakan adalah jumlah total indikator dikali 5-10 (Hardani et al., 2020). Maka dari itu dapat dijelaskan seperti berikut :

$$\begin{aligned} & \text{Jumlah Indikator} \times 6 \\ & 21 \times 6 = 126 \end{aligned}$$

Jumlah sampel minimum yang diperlukan sebanyak 120 responden. Data sampel yang terkumpul dalam penelitian ini sebanyak 127 responden.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Peneliti dapat menggunakan metode pengumpulan data untuk mengumpulkan data. Metode ini dapat digunakan secara terpisah dari metode analisis data, atau bahkan dapat dianggap sebagai komponen utama dari metode analisis data. Data penelitian akan digunakan untuk menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan pada rumusan masalah, dan kemudian akan digunakan sebagai dasar untuk membuat kesimpulan atau keputusan. Data primer yang dikumpulkan untuk penelitian, baik dari pengumpul data maupun peneliti sendiri, dapat diukur dengan menggunakan skala Likert, yang memiliki skor mulai dari 1 hingga 4 yang menunjukkan sangat tidak setuju hingga sangat setuju (Hardani et al., 2020). Berikut merupakan kategori jawaban yang diberikan menurut skala Likert:

Tabel 3.1 *Kategori jawaban kuesioner menurut Likert*

No.	Opsi Jawaban	Singkatan	Skor
1	Sangat Setuju	SS	4
2	Setuju	S	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

3.5 Definisi Operasional

Konsep operasional digunakan untuk mendorong dan mengarahkan masalah yang sedang dianalisis untuk menentukan signifikansi variable yang dipelajari untuk pemasaran. Menurut pengertian Sugiyono, definisi operasional merupakan penentuan sifat atau kontrak yang akan diteliti sehingga menjadi variabel yang dapat diukur (Safani Sitorus, 2021).

Terdapat 3 (tiga) jenis variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel Bebas (Independen): Green Marketing (X) adalah variabel bebas yang dapat mempengaruhi variabel lain.
2. Variabel Mediasi atau Penghubung (Intervening) adalah variabel yang dapat mempengaruhi hubungan antara variabel bebas (independent) dan terikat (dependent) menjadi hubungan yang tidak langsung di antara keduanya. Dalam penelitian ini, variabel penghubung adalah Brand Image (Z)
3. Variabel Terikat (Dependen), yang dipengaruhi oleh variabel bebas dan mediasi. Keputusan Pembelian (Y) adalah variabel terikat dalam penelitian ini.

Tabel 3.2. *Definisi Operasional, Dimensi dan Indikator*

Variabel	Sumber	Definisi Operasional	Indikator
<i>Green Marketing</i>	(Goyal et al., 2022)	<i>Green Marketing</i> adalah proses manajemen yang mencari cara untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan masyarakat dengan cara yang menguntungkan ekonomi dan ramah lingkungan.	a. <i>Green product</i> b. <i>Green price</i> c. <i>Green place</i> d. <i>Green promotion</i>
<i>Brand image</i>	(Adam et al.,	<i>Brand image</i> adalah	a. Keunggulan

	2022)	persepsi konsumen terhadap suatu produk atau perusahaan secara keseluruhan, yang ditanamkan di benak konsumen melalui media sosial dan platform lainnya	asosiasi merek b. Kekuatan asosiasi merek c. Keunikan produk
Keputusan pembelian	(Ade Candra Gunawan., 2019)	Keputusan pembelian adalah suatu tindakan yang diambil oleh konsumen untuk memilih dan membeli produk atau jasa.	a. Pemilihan produk b. Pemilihan merek c. Pemilihan saluran pembelian d. Jumlah pembelian e. Metode pembayaran

3.6 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, analisis data merupakan bagian dari tahap penelitian yang dilakukan ketika data yang akan digunakan dalam penelitian telah diperoleh dengan lengkap. Teknik penganalisisan data ini menggunakan Partial Least Square (PLS) melalui aplikasi software yang bernama SmartPLS versi 3. Analisis Partial Least Squares (PLS) merupakan suatu pendekatan statistika multivariat yang membandingkan berbagai variabel dependen dan independen secara simultan. PLS, sebagai salah satu metode statistika Structural Equation Modeling (SEM) berbasis varian, dirancang khusus untuk menangani permasalahan dalam regresi berganda, terutama ketika terdapat kendala tertentu pada data, seperti ukuran sampel penelitian yang kecil, keberadaan data yang hilang, dan masalah multikolinieritas. Metode PLS

disebut sebagai "soft modeling" karena merinci asumsi-asumsi yang ketat dari regresi Ordinary Least Squares (OLS), seperti kemungkinan adanya multikolinieritas di antara variabel independen. Pendekatan ini merespon secara fleksibel terhadap berbagai kondisi khusus dalam data, seperti ukuran sampel yang terbatas dan keberadaan nilai yang hilang, sehingga memberikan solusi yang efektif dalam konteks analisis regresi berganda (Rahmad Solling Hamid & Suhardi M Anwar, 2019, p.26).

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan statistik, terdapat dua macam statistik yang digunakan untuk melakukan analisis yaitu statistik deskriptif dan statistik inferensial. Data yang telah terkumpul selanjutnya dianalisis. Analisis diarahkan untuk menjawab rumusan masalah dan hipotesis yang diajukan. Dalam penelitian kuantitatif analisis data menggunakan statistik. Statistik yang digunakan dapat berupa statistik deskriptif. Dengan kata lain, bahwa statistika deskriptif ini hanya menggambarkan atau mendeskripsikan karakteristik atau sifat-sifat yang dimiliki oleh sekelompok atau serangkaian data (baik itu data sampel maupun data populasi), tanpa melakukan generalisasi (yaitu menarik suatu kesimpulan umum berdasarkan informasi data sampel yang dikenakan kepada populasi induknya). Statistik deskriptif menjadi bagian cabang yang terpenting dari ruang lingkup statistik, karena dapat digunakan secara terus menerus dalam bidang ekonomi, bisnis ataupun yang lain. Statistik deskriptif merupakan sekumpulan prosedur dasar atau sebagai metode dalam beberapa hal berikut mengumpulkan data, Mengorganisasikan data, Menyajikan data, Menganalisis data, dan Menginterpretasikan data. Data yang sudah terkumpul merupakan hasil dari jawaban responden berdasarkan pernyataan yang terdapat dalam kuesioner dari hasil penyebaran kuesioner yang selanjutnya diolah dengan cara mengelompokkan atas pernyataan-pernyataan yang dilampirkan dalam statistik deskriptif dalam bentuk tabel dan melakukan pembahasan secara deskriptif (Ruwah Ibnatur Husnul et al., 2020, p.7).

Pada statistika inferensial ini akan selalu ada pendugaan parameter, ada penduga hipotesis dan menguji hipotesis tersebut sampai menemukan

kesimpulan yang berlaku secara umum. Ini dinamakan statistik induktif karena informasi bisa di tarik kesimpulan dengan data sebagian saja yang dianggap sudah mewakili data secara keseluruhan (Ruwah Ibnatur Husnul et al., 2020, p.9). Dalam PLS SEM, terdapat dua tahapan dalam evaluasi model, yaitu inner model dan outer model. Evaluasi model pengukuran (outer model) terdiri dari uji validitas dan reliabilitas. Selanjutnya, model yang kedua yaitu model struktural (inner model). Terdapat beberapa komponen yang menjadi kriteria dalam penelitian model struktural (inner model), yaitu nilai R-Square yang digunakan. Langkah selanjutnya yaitu evaluasi model pengukuran atau outer model. Dimulai dari tahapan uji validitas konstruk yang terdiri dari Validitas Konvergen yaitu dengan memperhatikan nilai loading factor dan nilai AVE dan Validitas Diskriminan ditunjukkan dengan nilai cross loading. Kemudian tahapan yang kedua yaitu pengujian reliabilitas ditunjukkan dengan nilai Composite Reliability Terdapat beberapa komponen yang menjadi kriteria dalam penelitian model struktural (inner model), yaitu nilai R-Square yang digunakan untuk pengukuran tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen, yang dimana nilai R-Square 0.75, 0.50, dan 0.25 untuk membuktikan bahwa model kuat, moderate, dan lemah. Kemudian, terdapat penilaian signifikan yang digunakan (two-tailed) t-value 1.65 (10%), 1.96 (5%), dan 2.58 (1%) (Hamid & Anwar, 2019). Selain itu, penilaian Q-Square yang berupa relevansi prediktif, yang dimana model tersebut memiliki kemampuan untuk memprediksi dari setiap indikator konstruk laten endogen. (Rahmad Solling Hamid & Suhardi M Anwar, 2019, p.67).

3.7 Uji Measurement Model (Outer Model)

Dalam kerangka penelitian ini, langkah evaluasi model yang diterapkan adalah pada tahap outer model atau analisis model pengukuran. Pada tahap ini, dilakukan pengujian terhadap instrumen penelitian melalui uji validitas dan uji reliabilitas terhadap kuesioner. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa indikator-indikator yang akan digunakan dalam analisis lebih lanjut memiliki validitas dan reliabilitas yang cukup, sehingga dapat dipercaya ketika

digunakan dalam konteks penelitian ini. (Rahmad Solling Hamid & Suhardi M Anwar, 2019, p.68).

A. Uji Validitas

1. Validitas Konvergen

Berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur pengukur dari suatu konstruk seharusnya berkorelasi tinggi. Uji validitas indikator reflektif dengan program SmartPLS dapat dilihat dari nilai loading factor untuk tiap indikator konstruk. Rule of Thumb untuk menilai validitas konvergen adalah nilai loading factor harus lebih dari 0.7 untuk penelitian yang bersifat confirmatory, serta nilai average variance inflation factor (AVE) harus lebih besar dari 0.5. (Rahmad Solling Hamid & Suhardi M Anwar, 2019, p.69).

2. Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur pengukur konstruk yang berbeda seharusnya tidak berkorelasi tinggi. Cara menguji validitas diskriminan dengan indikator reflektif adalah dengan melihat nilai cross loading. Nilai ini untuk setiap variabel harus lebih besar dari 0.70. Model mempunyai validitas diskriminan yang cukup jika akar AVE untuk setiap konstruk lebih besar daripada korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model. (Rahmad Solling Hamid & Suhardi M Anwar, 2019, p.70).

B. Uji Reliabilitas

Dalam PLS-SEM selain pengujian validitas juga dilakukan pengujian reliabilitas. Uji reliabilitas digunakan untuk membuktikan akurasi, konsistensi, dan ketepatan instrumen dalam mengukur konstruk. Mengukur reliabilitas suatu konstruk dengan indikator reflektif dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu dengan Cronbach's Alpha dan Composite Reliability. Rule of Thumb untuk menilai reliabilitas konstruk adalah nilai Composite Reliability harus lebih besar dari 0.70. Namun demikian, penggunaan Cronbach's Alpha untuk menguji reliabilitas

konstruk akan memberi nilai yang lebih rendah (under estimate) sehingga lebih disarankan untuk menggunakan Composite Reliability (Rahmad Solling Hamid & Suhardi M Anwar, 2019, p.73).

3.8 Uji Model Struktural (Inner Model)

Dalam tahapan evaluasi inner model, yang sering disebut juga sebagai inner relation, structural model, atau substantiver theory, dilakukan analisis untuk menggambarkan hubungan antar variabel laten berdasarkan teori substantif. Model struktural, atau inner model, berfokus pada prediksi hubungan kausalitas antar variabel laten. Ketika memperkirakan model struktural menggunakan Partial Least Squares (PLS), nilai R-Square dari setiap variabel laten endogen dianggap sebagai indikator kekuatan prediksi dari model tersebut. R-Square menggambarkan seberapa besar varian total dari konstruk yang dapat dijelaskan oleh model struktural. Selain itu, nilai F2, yang dengan angka 0,2, 0,15, dan 0,35, juga dievaluasi. Pada tahap ini, dilakukan analisis koefisien determinan (R²) pada konstruk endogen dalam model struktural dan melihat nilai signifikansi agar memahami pengaruh antar variabel melalui prosedur bootstrapping. Dengan demikian, langkah-langkah ini memungkinkan peneliti untuk memahami dan mengukur kekuatan serta signifikansi hubungan antar variabel laten dalam model struktural yang dikembangkan.

Tabel 3.3 *Kriteria Inner Model*

Kriteria	Rule of Thumb
R-Square	<i>R Square</i> adalah koefisien determinasi pada konstruk endogen. Nilai <i>R square</i> sebesar 0,75 (kuat), 0,50 (moderat), dan 0,25 (lemah).
f^2 (Effect size)	<i>F Square</i> dapat mengukur efek pada variabel laten terhadap variabel lainnya. Nilai <i>f square</i> efek sebesar 0,35 (besar), 0,15 (sedang), dan 0,02 (kecil).
Q^2 (Predictive relevance)	$Q^2 > 0$ menunjukkan model memiliki predictive relevance dan jika $Q^2 < 0$ menunjukkan bahwa kurang memiliki predictive relevance

3.9 Pengujian Hipotesis

Teknik statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis statistik ini adalah statistik inferensial. Statistik yang bekerja dengan data populasi adalah statistik deskriptif. Dalam statistik, yang diuji adalah hipotesis nol, karena peneliti tidak berharap ada perbedaan antara sampel dan populasi atau statistik dan parameter. Parameter adalah ukuran-ukuran yang berkenaan dengan populasi, dan statistik disini adalah hal-hal yang dengan ukuran yang berkenaan dengan sampel. Hipotesis deskriptif merupakan jawaban sementara terhadap masalah deskriptif, yaitu yang berkenaan dengan variabel mandiri. Hipotesa yang baik harus memenuhi beberapa kriteria yaitu:

- 1) Hipotesa harus menggambarkan hubungan antara variabel-variabel,
- 2) Hipotesa harus memberikan petunjuk bagaimana pengujian hubungan tersebut. Hal tersebut berarti, variabel-variabel yang dicantumkan dalam hipotesa harus dapat diukur dan arah hubungan antara variabel-variabel

tersebut harus jelas,

- 3) Dinyatakan dalam kalimat yang jelas, sehingga tidak menimbulkan berbagai penafsiran,
- 4) Dapat diuji dengan data yang dikumpulkan dengan metode-metode ilmiah. Selanjutnya hipotesis tersebut akan diuji oleh peneliti dengan menggunakan pendekatan kuantitatif

Pada pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan nilai t-statistik dan nilai probabilitas. Pengujian hipotesis untuk nilai statistik untuk alpha sebesar 5% atau ($p\text{-values} < 0,05$), dan nilai untuk t-statistik yang digunakan sebesar 1.96. Kriteria hipotesis akan ditolak atau diterima jika t-statistik > 1.96 . Uji signifikansi dapat diketahui dengan melihat nilai t-statistik dan p-values apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak (Ahmad Afandi et al., 2021). Beberapa kriteria dari uji hipotesis sebagai berikut:

- Apabila nilai Sig $> 0,05$ dan thitung $<$ tabel , maka H_0 diterima atau H_1 ditolak.
- Apabila nilai Sig $< 0,05$ dan thitung $>$ tabel maka H_0 ditolak atau H_1 diterima.