BAB III METODE PENELITIAN

A. Definisi Konsep

1. *Purchase Intention*

Purchase intention (minat beli) merupakan pernyataan mental dari diri konsumen yang merefleksikan rencana pembelian sejumlah produk dengan merek tertentu (Ferdinand, 2014).

2. *Environmental Knowledge*

Environmental knowledge (pengetahuan lingkungan) merupakan pengetahuan dasar seseorang tentang sesuatu yang dapat dilakukan guna dalam melindungi lingkungan (Chen, 2013).

3. *Environmental Concern*

Environmental concern (kepedulian lingkungan) merupakan keadaan dimana seseorang memiliki komitmen yang tinggi terhadap isu lingkungan dan menjadikan hal tersebut acuan untuk melakukan sesuatu (Angelovska et al., 2012)

4. *Social Media Marketing*

Social media marketing merupakan segala bentuk pemasaran langsung atau tidak langsung yang digunakan untuk membangun kesadaran, pengakuan, dan tindakan untuk suatu merek, bisnis, produk, orang, atau entitas lain dan dilakukan dengan menggunakan alat-alat *web social* (Gunelius, 2011).

B. Definisi Operasional

1. Variabel Independen

Variabel independen atau variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2019). Ada 3 variabel independen dalam penelitian ini yaitu *Environmental Knowledge*, *Environmental Concern*, dan *Social Media marketing*.

a) *Environmental Knowledge*

Indikator yang digunakan untuk menilai *Environmental Knowledge* menurut Chen (2013):

- 1) Pengetahuan Faktual
- 2) Pengetahuan Subjektif
- 3) Pengetahuan Abstrak

b) *Environmental Concern*

Indikator yang digunakan untuk menilai *Environmental Concern* menurut Angelovska dkk. (2012):

- 1) Kepedulian *Egoistic*
- 2) Kepedulian *Alturistic*
- 3) Kepedulian *Biospheric*

c) *Social Media Marketing*

Indikator yang digunakan untuk menilai *Social Media Marketing* menurut Gunelius (2011):

- 1) *Content Creation*

- 2) *Content Sharing*
- 3) *Connection*
- 4) *Community Building*

2. Variabel Dependen

Variabel dependen atau terikat merupakan variabel yang diberi pengaruh atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini variabel dependen (Y) adalah Minat Beli (*purchase intention*). Menurut Ferdinand (2014) terdapat 4 indikator dalam pengukuran minat beli yaitu:

- 1) Minat Transaksional
- 2) Minat Referensial
- 3) Minat Preferensial
- 4) Minat Eksploratif

C. Jenis Penelitian

Penelitian merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survei. Menurut Sugiyono (2019) kuantitatif adalah metode yang data penelitiannya berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Penelitian survei merupakan suatu penelitian yang dimana sampel yang diambil dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data yang pokok. Menurut Sugiyono (2019) pengumpulan data pada penelitian survei digunakan untuk

mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, test, wawancara terstruktur, dan sebagainya.

D. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yaitu metode dengan menggunakan pendekatan ilmiah yang memandang suatu realitas itu dapat diklasifikasikan, konkrit, teramati, dan terukur (Sugiyono, 2019). Hubungan variabelnya bersifat sebab akibat dimana data penelitiannya berupa angka-angka dan analisisnya menggunakan statistik.

2. Sumber Data

Menurut Sugiyono, (2019) data primer adalah sumber data yang secara langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Sumber data dalam penelitian ini merupakan sumber data primer dengan mengumpulkan data langsung dari responden yang memenuhi kriteria.

Menurut Sugiyono (2019) kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Peneliti menyebarkan kuesioner dengan cara memberikan pernyataan dalam angket berupa *google form* yang sudah disiapkan kepada responden yang telah memenuhi kriteria.

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2019) populasi dalam penelitian kuantitatif diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas subyek atau obyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini populasi yang digunakan oleh peneliti ialah seluruh masyarakat Yogyakarta yang memiliki media sosial dan pernah membeli maupun berkunjung ke toko Vert Terre.

2. Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2019) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Sebelum menggunakan menentukan sampel, penulis terlebih dahulu menentukan teknik pengambilan sampel yang akan dipakai. Teknik pengambilan sampel yang dilakukan oleh peneliti ialah teknik *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. *Non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan *purposive sampling*

merupakan teknik menentukan sampel menggunakan klasifikasi khusus (Sugiyono, 2019).

Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah

- a. Bertempat tinggal di Yogyakarta
- b. Berumur minimal 17 tahun ke atas
- c. Berjenis kelamin laki-laki maupun perempuan
- d. Memiliki dan aktif dalam menggunakan media sosial
- e. Belum pernah melakukan pembelian di *bulk store* Vert Terre.
- f. Pernah melihat dan mengakses *social media* Vert Terre

Menurut Sugiyono (2019) ukuran sampel dalam penelitian kuantitatif dapat dihitung menggunakan rumus yaitu jumlah indikator dikalikan dengan nilai 5-10. Indikator pada penelitian ini berjumlah 14 indikator, maka dapat diketahui jumlah sampelnya adalah $14 \times 8 = 112$ sampel. Dalam penelitian ini memperoleh responden 115 sampel.

F. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner yang disebarakan secara *online* dengan memanfaatkan *google form*. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis yang ditujukan kepada responden. Kuesioner dalam penelitian ini disiapkan dengan beberapa alternatif jawaban berdasarkan skala pengukuran yaitu

skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi orang atau kelompok orang mengenai fenomena-fenomena sosial (Sugiyono, 2019). Dalam skala Linkert, variabel terukur diubah menjadi indikator variabel. Indikator-indikator ini kemudian digunakan sebagai titik awal untuk menyusun, item instrumen, yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Untuk mengukur variabel di atas digunakan skala Linkert sebanyak lima tingkat sebagai berikut:

- a. Sangat setuju (SS) : memiliki skor 5
- b. Setuju (S) : memiliki skor 4
- c. Netral (N) : memiliki skor 3
- d. Tidak setuju (TS) : memiliki skor 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) : memiliki skor 1

G. Metode Analisis Data

Penelitian ini akan menggunakan perangkat lunak yakni SPSS versi 25. Program olah data SPSS ini sangat membantu dalam proses pengolahan data, sehingga hasil olah data yang dicapai juga dapat dipertanggungjawabkan dan terpercaya. Tujuan dari metode analisis data adalah untuk menginterpretasikan dan menarik kesimpulan dari sejumlah data yang terkumpul.

1. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2019) validitas adalah derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Uji validitas bertujuan untuk mengkonfirmasi korelasi yang signifikan antara korelasi antar variabel. Kemudian Uji validitas juga dimaksudkan untuk mengetahui apakah kuesioner yang digunakan dalam penelitian sudah valid atau belum. Kriteria penilaian uji validitas sebagai berikut:

- a. Apakah $R_{(\text{hitung})} > t_{(\text{tabel})}$, maka item kuesioner tersebut dikatakan valid
- b. Apabila $R_{(\text{hitung})} < t_{(\text{tabel})}$, maka item kuesioner dikatakan tidak valid.

1.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2019) uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran menggunakan objek yang sama, maka akan menghasilkan data yang sama. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai *Cronbach Alpha*. *Cronbach Alpha* adalah koefisien reliabilitas yang menunjukkan seberapa baik item dalam penelitian tersebut berkorelasi positif dengan yang lain. Nilai *Cronbach Alpha* menunjukkan seberapa baik item-item yang ada berkorelasi secara positif satu sama lain. Nilai *Cronbach Alpha* berkisar 0 hingga 1. Semakin mendekati nilai 1, maka item tersebut dapat dikatakan memiliki konsistensi yang baik. Dalam

menguji reliabilitas, batas minimal hasil uji *Cronbach Alpha* yang baik adalah sebagai berikut :

- a. Hasil $\alpha > 0,60$ = reliabel atau konsisten
- b. Hasil $\alpha < 0,60$ = tidak reliabel atau tida konsisten

2. Uji Asumsi Dasar

2.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018) uji normalitas digunakan untuk menguji data pada persamaan regresi apakah berdistribusi normal atau tidak, yaitu diukur dengan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov Test* yang dapat dilihat dari tingkat signifikansinya. Jika didapat nilai asymp. Sig (2-tailed) di atas 0,05 atau 5% itu artinya data yang diuji berdistribusi normal.

3. Uji Asumsi Klasik

3.1 Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2018) uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah ada atau tidaknya korelasi antar variabel independen, jika variabel independen memiliki hubungan yang signifikan, maka terdapat multikolinearitas. Pengujian dapat dilakukan dengan cara melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF), jika nilai VIF > 10 maka terjadi multikolinearitas.

3.2 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali, (2018) uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah di dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varian dari residual dalam satu pengamatan ke pengamatan lain. Dalam penelitian menggunakan uji *Glesjer* untuk meregresi nilai *absolute residual* terhadap variabel bebas. Adapun kriteria dalam pengujiannya, sebagai berikut:

- a. Jika nilai probabilitas $< 0,5$ maka terdapat heteroskedastisitas.
- b. Jika nilai probabilitas $> 0,05$ maka tidak terdapat heteroskedastisitas.

4. Uji Hipotesis

4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Ghozali (2018), tujuan analisis regresi linier berganda yaitu untuk mengukur apakah ada hubungan lebih dari satu variabel bebas dan variabel terikat. Pada penelitian ini analisis linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan *environmental knowledge* (X1), *environmental concern* (X2), dan *social media marketing* (X3) terhadap minat beli (Y1). Berikut persamaan analisis regresi linier berganda pada penelitian ini:

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

Keterangan :

Y : Variabel dependen *Purchase Intention*

α : Konstanta

β_1 : Koefisien Regresi *Environmental Knowledge*

β_2 : Koefisien Regresi *Environmental Concern*

β_3 : Koefisien Regresi *Social Media Marketing*

X1 : Variabel *Environmental Knowledge*

X2 : Variabel *Environmental Concern*

X3 : Variabel *Social Media Marketing*

e : Standard Error

4.2 Uji t (uji parsial)

Menurut Ghozali, (2018) uji t menunjukkan seseorang tentang seberapa jauh pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen, dengan asumsi bahwa variabel independen yang lain konstan. Pengujian ini didasarkan pada tingkat signifikansi 0,05. Adapun kriteria dalam penolakan dan penerimaan hipotesis, sebagai berikut:

- a) Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka secara parsial variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka secara parsial variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2018) koefisien determinasi merupakan besaran untuk menunjukkan tingkat kekuatan hubungan antara variabel independen menunjukkan tingkat kekuatan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi antar nol dan satu, nilai *adjusted R²* yang kecil berarti variabel independen (X) dalam menjelaskan variabel dependen (Y) sangat

terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel (X) memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Y).