REPOSITORI IAIN KUDUS

BAB III
METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

1. Jenis Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan hipotesis yang telah dijelaskan, maka jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan yakni penelitian yang langsung dilakukan di lapangan guna menemukan realita apa yang tengah terjadi mengenai suatu masalah tertentu atau menemui responden.[1]

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah metode pengujian teori-teori tertentu dengan meneliti hubungan antar variabel. Variabel dan data pada penelitian kuantitatif yang terdiri dari angka-angka biasanya diukur dengan instrumen penelitian, kemudian data tersebut dianalisis berdasarkan prosedur-prosedur statistik.[2]

Penelitian kuantitatif ini menggambarkan dua variabel, yaitu variabel independen (variabel yang dapat mempengaruhi variabel lain), dan variabel dependen (variabel yang diukur untuk mempengaruhi besarnya efek atau pengaruh variabel lainnya). Adapun jenis metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian survei. Survei yakni jenis penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan kemudian menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data.[3]

---

[1] Misbahuddin, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), 5.

[2] Adhi Kusumastuti, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 2.

[3] Sandu Siyoto, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literai Media Publishing, 2015), 20.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi mencakup semua individu yang general atau umum dengan karakteristik khusus dari penelitian yang akan dilakukan. Populasi dapat dikatakan sebagai totalitas dari unit analisa yang mempunyai kualitas serta karakteristik khusus yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajarinya dan menarik kesimpulan.[4] Adapun populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli, yang akan membeli, dan yang belum membeli produk *ecoprint* dari UMKM Godong Salam. Populasi dalam penelitian ini mencakup dari wilayah Kota Kudus, Pati, Jepara, Demak, dan lainnya.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang mempunyai ciri khas tertentu untuk diteliti. Sampel yang baik merupakan sampel yang dapat mewakili sebagian dari karakteristik populasi.[5] Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan teknik *accidental sampling*. Pengambilan sampel dilakukan berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel.[6] Dari teknik *accidental sampling* tersebut didapatkan 96 responden yang digunakan dalam penelitian ini.

C. Identifikasi Variabel

Variabel menjadi bagian penting dalam penelitian kuantitatif. Istilah variabel dapat didefinisikan sebagai konsep yang memiliki nilai bervariasi. Variabel sering pula diartikan

---

[4] Imam Santoso, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Tangerang: Indigo Media, 2021), 105.

[5] Iwan Hermawan, *Metodologi Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif & Mixed Methode)*, (Karawang: Hidayatul Quran Kuningan, 2019), 62.

[6] I Gusti bagu Rai Utama, *Metodologi Penelitian Bidang Manajemen dan Pariwisata (Dilengkapi Studi Kasus Penelitian dan Pembahasannya)*, (Yogyakarta: Deepublish, 2023), 260.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

sebagai karakteristik individu atau objek yang memiliki "variasi" nilai.[7]

Pada penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu:

1. Variabel bebas atau independen

   Variabel yang menyebabkan atau memengaruhi variabel terikat. Variabel independen merupakan faktor-faktor yang diukur, dimanipulasi, atau dipilih untuk menentukan hubungan antara fenomena yang diobservasi atau diamati. Variabel bebas disimbolkan dengan variabel X. Pada penelitian ini variabel bebas yang digunakan adalah inovasi produk (X1), *brand awareness* (X2), dan *green marketing* (X3).

2. Variabel terikat atau dependen

   Variabel yang dipengaruhi oleh, atau menjadi akibat dari variabel bebas. Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian. Variabel terikat dilambangkan dengan variabel Y.

D. Definisi Variabel Operasional

Definisi variabel operasional merupakan bagian yang mendefinisikan suatu konsep atau variabel sedemikian rupa sehingga dapat diukur dengan ukuran atau indikator variabel yang akan diteliti.[8] Berdasarkan variabel pada penelitian ini yang berupa inovasi produk, *brand awareness*, *green product*, dan keputusan pembelian, maka perumusan indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti adalah sebagai berikut:

[7] Abd. Mukhid, *Metodologi Penelitian Pendekatan Kuantitatif*, (Surabaya: Jakad Media Publishing, 2021), 61.

[8] Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian (Skripsi, Tesis, Disertasi & Karya Ilmiah)*, (Jakarta: Kencana, 2017), 97.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

Tabel 3.1
Definisi Operasional

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala
Inovasi Produk (X1)	Kotler dan Keller mendefinisikan bahwa inovasi produk adalah gaungan dari berbagai macam proses yang saling mempengaruhi antara yang satu dengan yang lain sehingga dapat menghasilkan produk baru atau gabungan kreatif dari berbagai produk yang telah ada.[9]	a. Gaya produk	a. Corak motif yang ditawarkan berbeda pada setiap produknya	Likert 1-5
		b. Varian produk	b. Jenis produk yang ditawarkan beragam	
		c. Kualitas produk[10]	c. kualitas produk yang ditawarkan baik dan menarik	
Brand Awareness (X2)	Keller dan Kotler menjelaskan bahwa kesadaran merek ialah kemampuan konsumen untuk mengenali suatu merek	a. *Brand recall*	a. Mempunyai *tagline* yang memudahkan untuk mengingat kembali nama merek	Likert 1-5

[9] Philip Kotler & Keller, Kevin Lane, *A framework for marketing management, sixth edition, global edition*, (England: Pearson, 2016).

[10] Roberto Junianto Cahyo, "Analisa Inovasi Produk Pada Sektor Usaha Formal dan Informal di Jawa Timur", *Agora, Vol. 1, No. 3 (2013)*.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

	dalam berbagai keadaan, misalnya melalui pengenalan merek atau prestasi pengingatan.[11]			
		b. *Brand recognition*	b. Pengenalan merek dengan pemberian nama merek yang berbeda dari yang lainnya	
		a. *Purchase*	c. Menjadikan merek masuk dalam pilihan pembelian	
		d. *Consumption*[12]	b. Mengingat suatu merek meskipun sedang menggunakan produk pesaing	
Green Product (X3	*Green product* ialah produk yang tidak	a. *Green product* bermanfaat bagi	a. Produk yang ditawarkan	Likert 1-5

[11] Doni Juni Priansa, *Komunikasi Pemasaran Terpadu*, 254.

[12] Jenica Sintya Winadi, "Hubungan *Word of Mouth* dengan *Brand Awareness* Teh Kotak", *Jurnal E-Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra, Surabaya, Vol. 5, No.1 (2017)*

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

	beracun, terbuat dari bahan daur ulang dan memiliki dampak negatif yang rendah terhadap lingkungan. *Green product* merupakan istilah umum yang digunakan untuk menggambarkan produk yang melindungi dan meningkatkan lingkungan dengan menghemat energi dan/atau sember daya dan mengurangi atau tidak menggunakan bahan beracun, dan limbah.[13]	konsumen	mempunyai manfaat bagi konsumen dan tidak mencemari lingkungan
		b. Kinerja *green product* sesuai harapan	b. Produk yang ditawarkan berkualitas tinggi
		c. Bahan baku *green product* terbuat dari bahan-bahan yang tidak berbahaya[14]	c. Produk yang ditawarkan menggunakan bahan alami dalam proses pembuatan nya
		d. Tingkat bahaya produk	d. Produk yang ditawarkan mempunyai tingkat bahaya yang rendah
		e. Kemasan yang ditimbulkan produk	e. Kemasan produk yang ditawarkan

[13] Pankaj Kumar Azad, "*Consumer Adoption of Green Products and Their Role in Resource Management*", *Indian Journal of Commerce & Managemen Studies, Vol. 5, No. 3 (2014).*

[14] Imam Santoso, "*Green Packaging, Green Product, Green Advertising,* Persepsi dan Minat Beli Konsumen", *Jurnal Ilmu Keluarga dan Konsumen, Vol. 9, No.2 (2016).*

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

			tidak berdampak buruk pada lingkungan	
		f. Material bahan baku	f. Produk yang ditawarkan menggunakan bahan baku yang tidak berbahaya bagi manusia dan lingkungan	
		g. Sertifikat *eco label*[15]	g. Produk yang ditawarkan mempunyai sertifikat *eco label* yang menunjukkan aspek lingkungan dalam suatu produk	
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian menurut Kotler dan Amstrong ialah membeli merek yang paling disukai	a. Pengenalan kebutuhan[17]	a. Mengenal masalah kebutuhan yang diperlukan dalam memutuska	Likert 1-5

[15] Hanim Nur Hanifah, "Pengaruh Produk Ramah Lingkungan/*Green Product* dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tupperware", *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis Dewantara, Vol. 2, No. 1 (2019)*.

[17] Yenni Arfah, *Keputusan Pembelian Produk*, 4.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

	dari berbagai alternatif yang ada, tetapi terdapat dua faktor yang bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian. Faktor pertama adalah sikap orang lain dan faktor kedua adalah faktor situasional.[16]		n pembelian	
		b. Pencarian informasi	b. Pencarian informasi mengenai produk dapat melalui media sosial	
		c. Penilaian pilihan	c. Memilih produk yang ditawarkan karena manfaatnya	
		d. Pengambilan keputusan pembelian	d. Memutuskan membeli produk yang ditawarkan karena kualitasnya bagus	
		e. Perilaku konsumen pasca pembelian[18]	e. Memutuskan membeli kembali produk yang ditawarkan karena kinerja produk	

[16] Philip Kotler, dan Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008),

[18] Muhammad Ismail Yusanto, *Menggagas Bisnis Islami*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), 166.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

E. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian yang valid dan reliabel dalam memperoleh data harus menggunakan metode yang tepat. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini berupa kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti dengan menyebarkan angket atau kuesioner berupa pertanyaan terkait obyek yang diteliti kepada subyek penelitian. Kuesioner merupakan mekanisme pengumpulan data yang sangat efektif apabila digunakan dalam penelitian deskriptif atau penjelasan. Kuesioner dirancang untuk mengumpulkan data kuantitatif yang jumlahnya besar. Kuesioner dapat diberikan secara langsung kepada responden atau melalui *link google form* yang dikirim melalui *email* atau media sosial responden.[19]

Skala yang digunakan untuk mengukur penelitian ini adalah jenis skala likert. Skala yang dipakai untuk mengukur sikap dan pendapat responden, serta untuk melengkapi kuesioner yang mengharuskan responden menunjukkan tingkat persetujuan terhadap beberapa pertanyaan. Skala likert digunakan untuk mengukur perilaku seseorang dengan merespon lima pilihan untuk setiap pertanyaan, yaitu:[20]

Tabel 3.2
Skala Likert

No	Kategori Jawaban	Skor
1.	STS (sangat tidak setuju)	1
2.	TS (tidak setuju)	2
3.	N (netral)	3
4.	S (setuju)	4
5.	SS (sangat setuju)	5

Sumber: Weksi Budiaji, "Skala Pengukuran dan Jumlah Respon Skala Likert", *Jurnal Ilmu Pertanian dan Perikanan, Vol. 2, No. 2 (2013)*.

[19] Imam Ghozali, *Desain Penelitian Kuantitatif & Kualitatif (untuk Akuntansi, Binis, dan Ilmu Sosial Lainnya)*, (Semarang:Yoga Pratama: 2016), 107.

[20] Weksi Budiaji, "Skala Pengukuran dan Jumlah Respon Skala Likert", *Jurnal Ilmu Pertanian dan Perikanan, Vol. 2, No. 2 (2013)*.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Instrumen Data

a. Uji Validitas

Uji validitas dapat digunakan untuk melihat apakah suatu instrumen alat ukur memenuhi tugas pengkurannya dan telah terbukti keakuratan dan ketelitian pengukurannya atau tidak. Skala pengukuran dapat dikatakan valid jika ia melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji signifikan dilakukan dengan cara membandingkan nilai hitung korelasi (*person correlation*) dengan nilai hitung r tabel pada df (*degree of fredoom*) = n-k.[21]

Peniliti dalam melakukan uji validitas dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) dengan metode *Bivariate Pearson* (Produk Momen Person) untuk menguji valid atau tidaknya item pertanyaan maupun pernyataan. Metode *Bivariate Pearson* dilakukan dengan cara mengkorelasi skor item dengan skor total dari instrumen. Pengujian uji dua sisi dengan taraf signifikan 0,05 memiliki kriteria sebagai berikut:

1) Jika r hitung > r tabel, klaim menunjukkan korelasi yang signifikan terhadap skor total dan dinyatakan valid.
2) Jika r hitung < r tabel, klaim menunjukkan bahwa item tersebut tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total dan dinyatakan tidak valid.[22]

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas biasanya berkaitan dengan adanya masalah kepercayaan terhadap instrumen. Uji reabilitas digunakan untuk dapat melihat tingkat kestabilan suatu alat ukur. Hasil pengukuran reliabel, jika digunakan dalam beberapa kali pengukuran pada kelompok sasaran yang sama, maka diperoleh hasil

---

[21] Imam Ghozali, *Desain Penelitian Kuantitatif & Kualitatif (untuk Akuntansi, Binis, dan Ilmu Sosial Lainnya)*, 148.

[22] Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*, (Ponorogo: UNMUH Ponorogo Press, 2017), 65.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

yang relatif sama selama aspek yang diukur tidak berubah pada subyek. Ukuran reliabilitas biasanya menggunakan koefisien *alpha* atau metode *Cronbach's Alpha* dengan kriteria:

1) Jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,7 maka pernyataan dikatakan reliabel.
2) Jika nilai *Cronbach's Alpha* < 0,7 maka pernyataan dikatakan tidak reliabel.[23]

2. Uji Asumsi Klasik

Hasil suatu persamaan regresi dikatakan valid jika dalam melakukan analisis regresi terdapat asumsi yang harus dipenuhi. Pada penelitian ini menggunakan tiga uji asumsi, yaitu sebagai berikut:

a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui apakah regresi menemukan korelasi antara variabel bebas atau tidak. Cara mengujinya dengan melihat nilai *korelasi pearson* antar variabel bebas, dengan melihat *eigenvalues* dan *condition index* (CI), atau dengan *variance infflation factor* (VIF). Regresi yang baik harus memiliki nilai VIF < 10. Apabila terjadi nilai VIF > 10, maka terjadi multikolinieritas. Selain melihat dari hal-hal diatas, juga dapat diuji dengan nilai *tolerance*. Nilai regresi yang baik jika memiliki nilai *tolerance* > 0,10, maka hal tersebut menandakan tidak terjadi atau bebas dari multikolinieritas.[24]

b. Uji Normalitas

Uji normalitas menunjukkan apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Suatu model regresi dianggap baik jika memiliki distribusi normal. Pada penelitian ini peneliti menggunakan dua metode untuk menentukan apakah regresi dapat tersebar dengan normal atau tidak, yaitu:

---

[23] Imam Ghozali, *Desain Penelitian Kuantitatif & Kualitatif (untuk Akuntansi, Binis, dan Ilmu Sosial Lainnya)*, 148.

[24] Nikolaus Duli, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019), 120.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

1) Metode grafik

Uji normal *P-Plot* dapat dikatakan sebagai metode yang lebih cerdas, yaitu memeriksa *normal probability plot* dengan membandingkan distribusi kumulatif dengan distribusi normal. Sebagai dasar pengambilan keputusan, jika titik-titik tersebarr di sekitar garis dan mengikuti garis diagonal maka nilai residual berdistribusi normal.[25]

2) Metode uji *One sample Kolmogorov*

Penggunaan uji ini untuk mengetahui distribusi data apakah akan mengikuti distribusi normal atau tidak. Pada uji normalitas *One sample Kolmogorov* dasar pengambilan keputusannya sebagai berikut:

a) Jika nilai signifikasi > a = 0,05 maka data tersebut terdistribusi dengan normal.
b) Jika nilai signifikasi < a = 0,05 maka data tersebut tidak terdistribusi dengan normal.[26]

c. Uji Heterokedastisitas

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya kesamaan varian dari residual suatu pengamatan. Residual yang mempunyai nilai varian sama maka disebut homokedastisitas. Berbeda dengan residual yang memiliki nilai varian tidak sama maka disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik yaitu yang tidak terjadi heterokedastisitas.[27] Pada penelitian ini peneliti menggunakan dua cara untuk mengetahui terjadi atau tidak terjadi heterokedastisitas, yaitu:

1) Metode *scatter plot*

Melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependent) yaitu ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residualnya).

[25] Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*, 112.
[26] Syarif Hidayatullah, *Metodologi Penelitian Pariwisata*, 102.
[27] Syarif Hidayatullah, *Metodologi Penelitian Pariwisata*, 102.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

Kriteria penilaian pada metode *scatter plot* adalah:

a) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola teratur seperti gelombang, melebar atau menyempit, dapat diidentifikasi bahwa telah terjadi heteroskedastisitas.
b) Jika tidak ada pola yang jelas dan titik-titik pada sumbu Y terdistribusi di atas atau di abwah 0, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.[28]

2) Metode uji *glejser*

Uji heteroskedastisitas dengan metode uji *glejser* yaitu dengan melihat nilai sign dari variabel bebasnya, dengan ketentuan:

a) Sig.2-tailed < a = 0,05 maka terdapat masalah heteroskedastisitas, dimana variabel bebas dapat dinyatakan mengalami heteroskedastisitas.
b) Sig.2-tailed > a = 0,05 maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas, dimana variabel bebas dapat dinyatakan tidak mengalami heteroskedastisitas. [29]

3. Teknik Pengujian Hipotesis

a. Uji Regresi Linier Berganda

Pengujian regresi linier berganda digunakan untuk menentukan secara linier hubungan atau pengaruh lebih dari satu variabel bebas terhadap variabel terikat. Secara umum, model regresi linier berganda dari populasi adalah:[30]

$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$

Dimana:

Y = variabel dependen (keputusan pembelian)
a = nilai konstanta

[28] Slamet Riyanto, *Metode Riset Penelitian Kesehatan & Sains*, (Yogyakarta: Deepublish, 2022), 136.
[29] Syarif Hidayatullah, *Metodologi Penelitian Pariwisata*, 102.
[30] Mudrajad Kuncoro, *Metode Kuantitatif (Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi)*, (Yogyakarta: STIM YKPN, 2011), 108.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

X_1, X_2, X_3 = variabel independen
b_1, b_2, b_3 = nilai koefisiensi regresi variabel independen
e = error

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Tujuan utama koefisien determinasi adalah untuk menguji sejauh mana model dapat menjelaskan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti bahwa varibel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.[31]

c. Uji F

Uji statistik F digunakan untuk menguji apakah semua variabel bebas memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Hasil uji F dapat diketahui dengan melakukan perbandingan antara F hitung dan F tabel dengan α 0,05. Jika nilai signifikasi > 0,05 maka semua variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikat.

d. Uji Parsial (Uji t)

Uji statistik t digunakan untuk menguji seberapa besar pengaruh suatu variabel penjelas secara individual menjelaskan variasi variabel terikat. Pengujian menggunakan nilai signifikasi 0,05 (5%).
Kriteria pengujian:

1) Jika nilai signifikasi < 0,05 maka dapat dikatakan signifikan, dimana Ho ditolak dan Ha diterima. Sehingga variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat
2) Jika nilai signifikasi > 0,05 maka dapat dikatakan tidak signifikan, dimana Ho diterima dan Ha ditolak. Sehingga tidak ada pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat.[32]

[31] Mudrajad Kuncoro, *Metode Kuantitatif (Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi)*, 108.
[32] Syarif Hidayatullah, *Metodologi Penelitian Pariwisata*, 104.

REPOSITORI IAIN KUDUS