

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian kuantitatif dengan metode asosiatif kasual yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antar variabel. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang artinya mempunyai sebab dan akibat di antara dua variabel atau lebih. Menurut Bahri (2018: 81) metode kuantitatif digunakan sebagai landasan perumusan masalah, pengembangan hipotesis, pengujian data, pembuatan kesimpulan. Penelitian untuk menganalisis fenomena Pengaruh *Green Product* (X1), Persepsi Konsumen (X2) dan Gaya Hidup (X3) terhadap Minat Beli (Y) Kendaraan Listrik di Indonesia

3.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah primer yang diperoleh langsung oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan – pertanyaan peneliti. Menurut Sugiyono (2018:456) Data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Data primer pada penelitian ini adalah data yang diperoleh dari hasil jawaban responden pada kuesioner yang diberikan kepada konsumen yang memiliki minat terhadap kendaraan listrik

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dalam bentuk kuesioner Menurut Sugiyono (2020:199) kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Metode ini menggunakan data primer dengan kuesioner menggunakan mengajukan beberapa daftar pertanyaan yang diajukan kepada responden untuk mendapatkan informasi terkait dengan Kendaraan Listrik

Skala yang digunakan adalah skala likert, Menurut Bahri (2018:145) skala likert merupakan metode yang mengukur sikap dengan menyatakan setuju atau tidak setuju terhadap subjek atau objek tertentu. Skala likert digunakan untuk menguraikan

varabel yang akan diukur menjadi indikator variabel yang nantinya dijadikan tolak untuk mengukur menyusun pertanyaan-pertanyaan. Pertanyaan pada kuesioner memiliki enam alternatif jawaban, sehingga responden dapat memilih hanya pada alternatif tersebut. Alternatif jawaban tersebut antara lain

Tabel 4.1 Skala Likert

SS	Sangat Setuju	Skor 5
S	Setuju	Skor 4
N	Netral	Skor 3
TS	Tidak Setuju	Skor 2
STS	Sangat Tidak Setuju	Skor 1

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Sugiyono (2020:126) menjelaskan bahwa populasi adalah suatu wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen berupa masyarakat yang memiliki minat terhadap Kendaraan Listrik

3.4.2 Sampel

Sugiyono (2020 : 127) sampel adalah karakteristik atau bagian dari jumlah yang dimiliki oleh populasi tersebut. Metode dalam pemilihan sampel adalah proses pengambiln sampel dari sebuah populasi dan metode yang digunakan yaitu *non probability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yang merupakan teknik pemilihan sampel dengan didasarkan pada kriteria-kriteria tertentu dengan tujuan untuk membrikakn informasi yang maksimal. Sampel pada penelitian ini adalah masyarakat yang memiliki minat beli terhadap kendaraan listrik yang telah ditentukan oleh peneliti. Penentuan jumlah sampel dengan kriteria responden yang diambil sebagai sampel adalah sebagai berikut :

Tabel 5.2 Kriteria pemilihan sampel

No	Kriteria Pemilihan Sampel
1.	Responden memiliki minat terhadap kendaraan listrik
2.	Target Usia Gen Milenial s/d Gen Z

Dalam penentuan jumlah sampel menggunakan rumus menurut Hair, et al (2019). Rumus Hair digunakan mengingat populasinya besar dan keterbatasan waktu karena ukuran populasi yang belum diketahui pasti dan menyarankan bahwa ukuran sampel minimum 5-10 dikali variabel indikator, Jadi jumlah sampel pada peneitian ini adalah :

$$\text{Sampel} = \text{Jumlah Indikator} \times 10 = 14 \times 8 = 112 \text{ Responden}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah sejumlah 112 sampel

3.5 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah sesuatu yang menjadi fokus perhatian yang memberikan pengaruh dan mempunyai nilai dan dapat diukur, baik berwujud maupun tidak berwujud nilai yang diberikan pada suatu variabel didasarkan pada ciri- ciri variabel tersebut.

3.5.1 Variabel Bebas (Independent)

Variabel bebas merupakan variabel yang mepengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) (Sugiyono, 2020:69). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah *Green Product* (X1), Persepsi Konsumen (X2) dan Gaya Hidup (X3).

3.5.2 Variabel Terikat (Dependen)

Menurut Sugiyono (2020 :69) sering disebut dengan variabel terikat, variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibar, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat pada penelitian ini adalah Minat Beli (Y).

3.6 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah unsur penelitian yang memberikan penjelasan atau keterangan pada variabel- variabel operasional sehingga dapat diamati dan diukur.

Definisi operasional variabel dalam penelitian ini yaitu :

Tabel 6.3 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Skala Ukur
<i>Green Product</i> (X1)	(Sumarwan et al, 2012:235) mengklarifikasikan produk ramah lingkungan adalah suatu produk yang menggunakan bahan-bahan aman bagi konsumen dan lingkungan, mampu bertahan lama, serta menggunakan bahan dari sumber daya yang dapat diperbaharui.	<i>Green product</i> adalah produk yang baik bagi pengguna juga tidak mencemari lingkungan sekitar	1. Green product bermanfaat bagi lingkungan. 2. Kinerja green product sesuai dengan kualitas. 3. Bahan baku yang digunakan terbuat dari bahan-bahan yang tidak berbahaya. 4. Produk tidak mengandung racun. (Ottman 2011)	Interval
Persepsi	Menurut Machfoedz	seseorang	Menurut	Interval

Konsumen (X2)	persepsi adalah proses pemilihan, penyusunan, dan penafsiran informasi untuk mendapatkan arti. Sedangkan menurut Hurriyati persepsi adalah proses yang dilalui orang dalam memilih, mengorganisasikan dan menginterpretasikan informasi guna membentuk gambaran berarti mengenai dunia.	yang akan membeli dipengaruhi oleh persepsi terhadap situasi yang dihadapinya, sedangkan apa yang dipersepsikan seseorang berbeda dari kenyataan yang ada	Sweeney dan Soutdar (2011:216) 1. Harga 2. Model/type 3. Kualitas 4. Fasilitas	
Gaya Hidup (X3)	Gaya Hidup Menurut Kotler (2005,p.100) menyatakan gaya hidup seseorang adalah pola hidup seseorang dalam dunia kehidupan sehari-hari yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan	Gaya hidup mencerminkan sesuatu yang lebih dari kelas social di satu pihak dan kepribadian di pihak lain, yang artinya bahwa gaya hidup	1. Activity 2. Interest 3. Opinion	Interval

	pendapat (opini) yang bersangkutan	mencerminkan bagaimana seseorang itu sebenarnya.		
Minat Beli (Y)	Menurut Kotler & Keller (2016:137) berpendapat bahwa minat beli merupakan salah satu jenis perilaku konsumen yang terjadi sebagai respon yang muncul terhadap objek yang menunjukkan keinginan konsumen untuk membeli sesuatu.	Suatu keinginan atau ketertaikan konsumen untuk membeli suatu produk dengan periode tertentu dan dengan jumlah tertentu, hal tersebut harus diprediksi oleh pemasar untuk memenuhi keinginan konsumen	1. Minat Transaksional 2. Minat Referensial 3. Minat Preferensial 4. Minat Eksploratif (Menurut Ferdinand dalam Mayasari 2019)	Interval

3.7 Uji Persyaratan Instrumen

Dalam penelitian ini yang akan di ukur adalah variabel *Green Product* (X1), Persepsi Konsumen (X2), Gaya Hidup (X3) dan Minat Beli (Y). Uji persyaratan instrumen penelitian menguji validitas dan reabilitas.

3.7.1 Uji Validitas

Menurut Bahri (2018: 105) Uji Validitas adalah alat ukur suatu ukuran yang menunjukkan tingkat valid atau sah nya suatu instrumen, digunakan

untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Jika skor tiap butir pertanyaan berkorelasi secara signifikan dengan skor total pada tingkat alfa tertentu maka dapat dikatakan alat pengukur valid. Untuk menguji validitas, peneliti menggunakan rumus Pearson Product Moment, dalam penelitian ini uji validitas menggunakan SPSS versi 20 untuk nilai koefisien korelasi hasil sig dan alpha atau hasil perhitungan dengan r dalam tabel dengan alpha 5% ($N-2$)

Uji Validitas diukur melalui kriteria ini :

1. H_0 : Data berinstrumen valid

H_a : Data berinstrumen tidak valid

2. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ atau $sig < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

3. Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ atau $sig > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Penjelasan dan Kesimpulan

3.7.2 Uji Reliabilitas

Saputra (2022: 72) Reliabilitas dapat diartikan sebagai keandalan atau ketepatan pengukuran. Uji reliabilitas dilakukan untuk melihat sejauh mana konsistensi hasil suatu penelitian ketika dilakukan secara berulang-ulang. Semakin tinggi tingkat reliabilitasnya, maka penelitian tersebut semakin bisa diandalkan, walaupun digunakan berkali-kali hasilnya akan serupa. Uji Reliabilitas menunjukkan kepada suatu pengertian bahwa instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data, karena instrumen tersebut sudah baik. Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 26. Koefisien korelasi yang diperoleh kemudian dimasukkan kedalam rumus Spearman-Brown, Kuesioner dinyatakan reliabel apabila r_{sb} = reliabel hasil perhitungan lebih besar dari pada nilai r dalam tabel alfa 5% ($N-2$).

Tabel 7.4 Nilai r Alpha indeks korelasi

No	Nilai Reliabilitas	Interprestasi
1	$0,80 < r_{11} \leq 1,00$	Sangat Tinggi
2	$0,60 < r_{11} \leq 0,80$	Tinggi
3	$0,40 < r_{11} \leq 0,60$	Cukup
4	$0,20 < r_{11} \leq 0,40$	Rendah
5	$0,00 < r_{11} \leq 0,20$	Sangat Rendah

Sumber : Saputra (2022)

3.8 Uji Persyaratan Analisis Data

3.8.1 Uji Normalitas

Menurut Syaiful Bahri (2018:162) uji normalitas data merupakan uji distribusi data yang akan dianalisis pada penyebaran di bawah kurva normal atau tidak. Pendekatan yang digunakan untuk menguji normalitas data, yaitu metode grafik dan metode uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov. Uji normalitas lain menggunakan uji statistik non parametrik Kolmogorov Smirnov (K-S). Pedoman pengambilan keputusan tentang data tersebut mendekati atau merupakan distribusi normal berdasarkan Uji K-S dapat dilihat dari: Jika nilai Sig. atau signifikan normal $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal. Jika nilai Sig. atau signifikan normal $> 0,05$ maka data berdistribusi normal.

Prosedur pengujian :

1. H_0 : Data berasal dari populasi berdistribusi normal H_a : Data dari populasi yang berdistribusi tidak normal
2. Apabila nilai (sig) $> 0,05$ maka H_0 diterima (Normal) Apabila nilai (sig) $< 0,05$ maka H_0 ditolak (Tidak Normal)
3. Pengujian normalitas sampel dilakukan melalui program SPSS (Statistical Program and Service Solution 20)
4. Penjelasan dan kesimpulan dari nomor 1 dan 2, dengan membandingkan nilai kedua probabilitas (sig) $> 0,05$ normal atau sebaliknya yaitu tidak normal.

3.8.2 Uji Linearitas

Menurut Ghozali (2018: 167) Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Korelasi yang baik terdapat hubungan antara variabel independen (X) dengan variabel dependent (Y). Apakah fungsi yang digunakan dalam suatu studi empiris sebaiknya berbentuk linear, kuadrat, atau kubik.

Prosedur Pengujian :

1. H_0 : Model regresi berbentuk linier H_a : Model regresi tidak berbentuk linier.
2. Jika Probabilitas (sig) $< 0,05$ (Alpha) maka H_0 ditolak, maka model regresi tidak berbentuk linear. Jika Probabilitas (sig) $> 0,05$ (Alpha) maka H_0 diterima, maka regresi berbentuk linear.
3. Pengujian linieritas sampel dilakukan melalui program SPSS (Statistical Program and Service Solution 20)
4. Penjelasan dan kesimpulan dari nomor 1 dan 2, dengan membandingkan nilai probabilitas (sig) $> 0,05$ berbentuk linear atau sebaliknya tidak berbentuk linier.

3.8.3 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas, Ghozali (2013). Uji ini memastikan tidak boleh terdapat multikolinieritas diantara variabel penjelas pada model tersebut yang diindikasikan oleh hubungan sempurna atau hubungan yang tinggi diantara beberapa atau keseluruhan variabel penjelas.

Selain cara tersebut gejala multikolinieritas dapat juga diketahui dengan menggunakan nilai VIF (variance inflation factor). Jika nilai VIF lebih dari 10 maka ada gejala multikolinearitas, sedangkan unsur $(1 - R^2)$ disebut collinearity tolerance, artinya jika nilai collinearity tolerance dibawah 0,1 maka ada gejala multikolinearitas.

Prosedur Pengujian :

1. Jika nilai $VIF \geq 10$ maka ada gejala multikolinearitas Jika nilai $VIF \leq 10$ maka tidak ada gejala multikolinearitas.
2. Jika nilai tolerance $< 0,1$ maka ada gejala multikolinearitas Jika nilai tolerance $> 0,1$ maka tidak ada gejala multikolinearitas.
3. Pengujian multikolinieritas dilakukan melalui program SPSS (Statistical Program and Service Solution seri 20).
4. Penjelasan kesimpulan dari nomor 1 dan 2, dengan membandingkan nilai probabilitas (sig) $> 0,1$ maka variabel X multikolinearitas atau tidak multikolinearitas.

3.9 Metode Analisis Data

Metode analisis data adalah proses pengelompokan data berdasarkan variabel dan seluruh responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dan seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis telah diajukan.

Analisis data regresi linear berganda ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh simultan antara variabel *Green Product* (X1), Persepsi Konsumen (X2), Gaya Hidup (X3) dan Minat Beli (Y) Kendaraan Listrik di Bandar Lampung.

3.9.1 Regresi Linear Berganda

Menurut Bahri (2018:195), analisis regresi linear berganda merupakan analisis yang menghubungkan antara dua variabel independen atau lebih dengan tujuan untuk mengukur intensitas hubungan dua variabel atau lebih. Persamaan umum regresi linear berganda yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Keterangan :

Y = Minat Beli

a = Nilai konstanta

b_1 - b_2	= Koefisien regresi
X1	= <i>Green Product</i>
X2	= Persepsi Konsumen
X3	= Gaya Hidup
e	= Standar eror

3.10 Uji Hipotesis

3.10.1 Uji t

Menurut Bahri (2018:205) Uji Parsial (uji t) digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen untuk menguji t, perlu diketahui nilai dari *t tabel* sesuai dengan jumlah n (responden) dan tingkat derajat kebebasan rumus $df = n - 2$. Setelah didapatkan nilai df, maka dapat melihat nilai *ttabel* pada tabel nilai t yang ada.

Kriteria pengujian uji t dilakukan dengan :

Jika Nilai sig < 0,05 maka H_0 ditolak

Jika Nilai sig > 0,05 maka H_a diterima

Atau

Jika nilai *thitung* > *ttabel* H_0 ditolak

Jika nilai *thitung* < *ttabel* H_a diterima

1. Pengaruh *Green Product* (X1) Terhadap Minat Beli (Y) Kendaraan Listrik di Indonesia

H_0 = *Green Product* (X1) tidak berpengaruh signifikan dan positif terhadap Minat Beli (Y) Kendaraan Listrik di Indonesia.

H_a = *Green Product* (X1) berpengaruh signifikan dan positif terhadap Minat Beli (Y) Kendaraan Listrik di Indonesia.

2. Pengaruh Persepsi Konsumen (X2) Terhadap Minat Beli (Y) Kendaraan Listrik di Indonesia

H_o = Persepsi Konsumen (X1) tidak berpengaruh signifikan dan positif terhadap Minat Beli (Y) Kendaraan Listrik di Indonesia.

H_a = Persepsi Konsumen (X2) berpengaruh signifikan dan positif terhadap Minat Beli (Y) Kendaraan Listrik di Indonesia.

3. Pengaruh Gaya Hidup (X3) Terhadap Minat Beli (Y) Kendaraan Listrik di Indonesia

H_o = Gaya Hidup tidak berpengaruh signifikan dan positif terhadap Minat Beli (Y) Kendaraan Listrik di Indonesia.

H_a = Gaya Hidup (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli (Y) Kendaraan Listrik di Indonesia.

3.10.2 Uji F

Menurut Bahri (2018:202) Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas (independent) secara bersama – sama berpengaruh terhadap variabel terikat (dependen). Uji F bertujuan untuk menunjukkan apakah seluruh variabel independen yang dimasukkan ke dalam model berpengaruh secara simultan atau bersama- sama terhadap variabel dependen.

Pengaruh *Green Product* (X1), Persepsi Konsumen (X2) dan Gaya Hidup (X3) Terhadap Minat Beli (Y) Kendaraan Listrik di Indonesia

H_o = *Green Product* (X1) tidak berpengaruh signifikan dan positif bersama – sama terhadap Minat Beli (Y) Kendaraan Listrik di Indonesia

$H_a = \text{Green Product (X1)}$ berpengaruh signifikan dan positif bersama – sama terhadap Minat Beli (Y) Kendaraan Listrik di Indonesia

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara :

1. Membandingkan hasil perhitungan F dengan kriteria sebagai berikut :

Jika nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Jika nilai $f_{hitung} < f_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

2. Menentukan nilai titik kritis untuk F tabel pada $df_1 = k-1$ dan $df_3 = n-k$

3. Menentukan dan membandingkan nilai probabilitas (sig) dengan nilai alpha (0,05) dengan kriteria sebagai berikut :

Jika nilai $Sig < 0,05$ maka H_0 ditolak

Jika nilai $Sig > 0,05$ maka H_0 diterima

4. Menentukan Kesimpulan dari hasil uji hipotesis