

IV. METODE PENELITIAN

4.1 Metode Penentuan Lokasi Penelitian

Penentuan lokasi penelitian dilakukan dengan metode *purposive* di CV. Kurnia Kitri Ayu Farm yang beralamat di Jalan Rajawali No. 10, Kecamatan Sukun, Kota Malang, Jawa Timur. CV. Kurnia Kitri Ayu Farm dipilih berdasarkan pertimbangan karena perusahaan ini merupakan salah satu perusahaan yang memproduksi produk yang ramah lingkungan yaitu sayuran organik dan memiliki program CSR yang berkaitan dengan pertanian organik. Perusahaan ini sudah memiliki sertifikat yang menjelaskan bahwa produk yang dihasilkan adalah organik dari Badan Akreditasi Nasional (BAN). Waktu penelitian dilakukan pada bulan April-Mei 2016.

4.2 Metode Penentuan Responden

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk sayur organik CV. Kurnia Kitri Ayu Farm di daerah Malang dan di supermarket-supermarket Surabaya dan masyarakat yang merasakan program *corporate social responsibility* perusahaan CV. Kurnia Kitri Ayu Farm. Penarikan sampel menggunakan metode *nonprobability sampling* yaitu *accidental sampling* yang tidak memberikan peluang bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel sebab jumlah sampel pengambilannya tanpa direncanakan terlebih dahulu, hal ini dikarenakan konsumen sayur organik CV. Kurnia Kitri Ayu Farm tidak diketahui jumlahnya. Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jumlah sebanyak 36 orang. Menurut Cooper dan Emory (1995), untuk populasi yang tidak terbatas seperti mengenai perilaku konsumen, jumlah responden ditentukan dengan rumus sebagai berikut:

$$\sigma_p = \sqrt{\frac{pq}{n-1}}$$

$$n = \frac{pq}{\sigma_p^2} + 1$$

$$n = \frac{0,1 \times 0,9}{(0,051)^2} + 1$$

$$n = 36$$

Dimana :

n = jumlah responden

$\sigma_p = 0,051$ (kesalahan proporsi standar)

pq = ukuran penyebaran sampel (dipakai sebagai estimasi penyebaran populasi)

4.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini terbagi dua yaitu data primer dan data sekunder. Berikut mengenai penjelasan secara rinci mengenai metode pengumpulan data.

1. Metode Pengumpulan Data Primer

Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui observasi dan wawancara. Berikut penjelasan secara rinci mengenai metode pengumpulan data primer.

a. Observasi

Objek yang diteliti dalam penelitian ini adalah konsumen sayur organik dari CV. Kurnia Kitri Ayu Farm Malang. Lamanya waktu observasi tergantung jenis data yang akan dikumpulkan.

b. Wawancara

Wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi dengan memberikan pertanyaan langsung kepada responden yang dapat memberikan informasi lebih jelas dan rinci terkait dengan objek penelitian. Informasi yang dimaksud mengenai pendapat dan keputusan konsumen membeli produk sayur organik dari CV. Kurnia Kitria Ayu Farm Malang. Wawancara juga dilakukan dengan memberikan pertanyaan berupa kuesioner (Lampiran 1). Kuesioner berisi pernyataan dari semua variabel dengan menggunakan pertanyaan tertutup dan skala likert. Penggunaan skala likert dengan lima skala poin untuk variabel harga, produk, tempat, promosi, serta pengaruh

corporate social responsibility perusahaan terhadap pembelian konsumen. Hal ini dilakukan untuk melengkapi data wawancara yang dilakukan.

c. Dokumentasi

Pada penelitian ini dokumentasi yang digunakan untuk mengumpulkan data sekunder. Data sekunder yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu data-data yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara serta data yang dikumpulkan merupakan data yang relevan dengan tujuan penelitian.

2. Metode Pengumpulan Data Sekunder

Data sekunder terbagi dua yaitu data sekunder internal dan data sekunder eksternal. Data sekunder internal merupakan data yang berasal dari perusahaan tempat penelitian berupa data mengenai produk, harga produk, promosi, serta program-program *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan dan data lainnya yang mendukung penelitian. Data sekunder eksternal merupakan data yang didapat dari penelitian terdahulu, jurnal, maupun internet yang berhubungan dengan topik penelitian.

4.4 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis secara deskriptif dan secara kuantitatif. Berikut penjelasan secara rinci mengenai analisis deskriptif dan analisis kuantitatif.

4.4.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah analisis yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul tanpa maksud membuat kesimpulan yang berlaku secara umum. Analisis data deskriptif yang digunakan pada penelitian ini meliputi identitas reponden yaitu usia, jenis kelamin, pekerjaan, pendapatan/atau saku, dan kota asal konsumen sayur organik. Strategi-strategi *green marketing* dan program-program *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan juga dijelaskan dalam analisis ini.

4.4.2 Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh strategi *green marketing* sayur organik dan *corporate social responsibility* perusahaan CV. Kurnia Kitri Ayu Farm terhadap pembelian konsumen. Analisis kuantitatif berupa uji instrumen seperti uji validitas dan uji reliabilitas serta dilakukan analisis data yaitu analisis jalur (*path analysis*).

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam suatu mengukur apa yang diukur. Ghozali (2009) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner. Teknik pengujian SPSS sering digunakan untuk uji validitas adalah menggunakan korelasi *Bivariate Pearson* (Produk Momen Pearson) dan *Corrected Item-Total Correlation*. Analisis korelasi *Bivariate Pearson* (Produk Momen Pearson) dilakukan dengan mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total. Skor total adalah penjumlahan dari keseluruhan item. Item-item pertanyaan yang berkorelasi signifikan dengan skor total menunjukkan item-item tersebut mampu memberikan dukungan dalam mengungkap apa yang ingin diungkap, rumus korelasi produk moment dari *pearsons* yang digunakan:

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{(N\sum X^2 - (\sum X)^2)(N\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan :

r_{xy} = koefisien korelasi antara variabel X (variabel-variabel *green marketing* dan variabel *corporate social responsibility* perusahaan dan Y (keputusan pembelian)

N = jumlah responden

$\sum X$ = jumlah variabel *green marketing* dan *corporate social responsibility*

$\sum Y$ = jumlah variabel keputusan pembelian

$\sum X^2$ = jumlah skor kuadrat variabel *green marketing* dan *corporate social responsibility*

ΣY^2 = jumlah skor total variabel keputusan pembelian

nilai r_{hitung} dicocokkan dengan r_{tabel} *product moment* pada taraf signifikan 5%. Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} 5% maka butir soal tersebut valid.

b. Uji reliabilitas

Suryabrata (2000) menyatakan bahwa dalam arti yang paling luas, reliabilitas alat ukur menunjuk kepada sejauh mana perbedaan-perbedaan skor perolehan mencerminkan perbedaan atribut yang sebenarnya. Reliabilitas alat ukur yang juga menunjukkan derajat kekeliruan pengukuran tidak dapat ditentukan dengan pasti melainkan hanya dapat diestimasi (Suryabrata, 2000). Menurut Arikunto (2008), menguji realibilitas dapat menggunakan Alpha Combach sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum ab^2}{\alpha^2 t} \right)$$

Keterangan:

r_{11} = realibilitas instrument

k = banyaknya butir pertanyaan atau banyak soal

$\sum ab^2$ = jumlah varians butir

α^2 = varians total

Hasil perhitungan r_{11} (r_{hitung}) dibandingkan dengan r_{tabel} pada taraf nyata $\alpha = 5\%$, dengan kriteria kelayakan jika $r_{11}(r_{hitung}) > r_{tabel}$ menyatakan reliabel dan sebaliknya jika $r_{11}(r_{hitung}) < r_{tabel}$ menyatakan tidak reliabel.

2. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

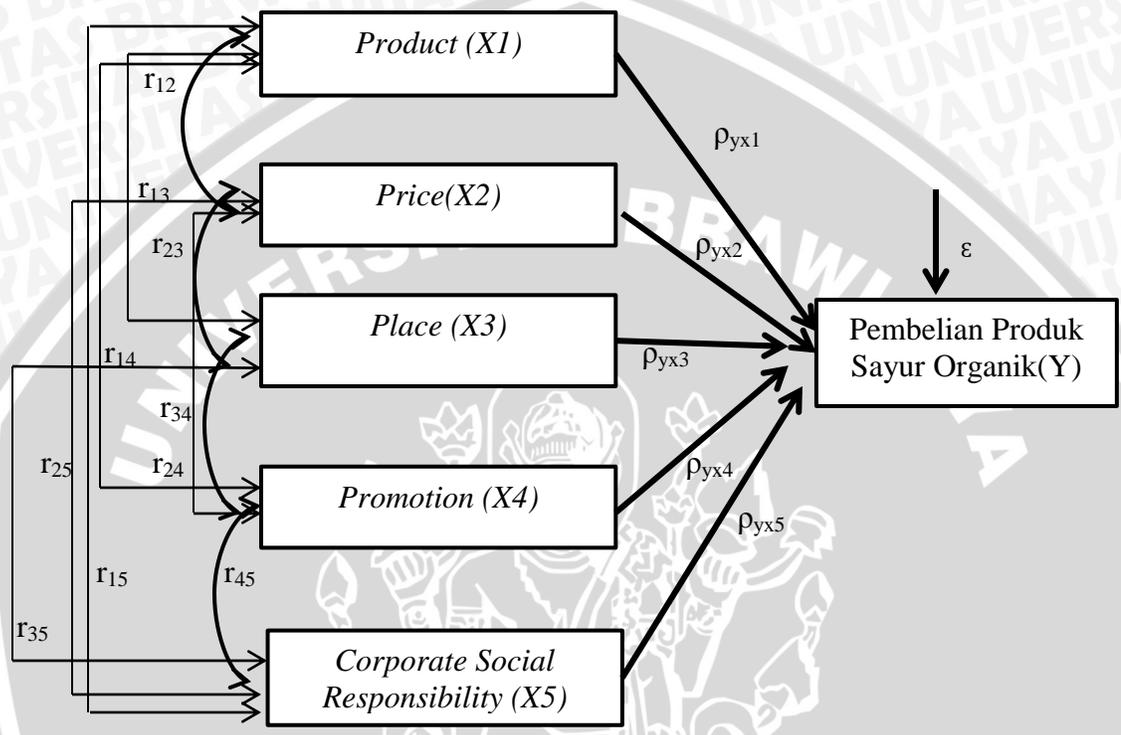
Analisis jalur ialah suatu teknik untuk menganalisis hubungan sebab akibat yang terjadi pada regresi berganda jika variabel bebasnya mempengaruhi variabel tergantung tidak hanya secara langsung, tetapi juga secara tidak langsung (Sarwono, 2007). Langkah-langkah menguji analisis jalur menurut Kuncoro (2008) adalah sebagai berikut:

1. Merumuskan hipotesis dan persamaan struktural

Struktur: $Y = \rho_{yx_1}X_1 + \dots + \rho_{yx_k}X_k + \rho_y\varepsilon_1$

2. Menghitung koefisien jalur yang didasarkan pada koefisien regresi

- a. Gambar diagram jalur lengkap tentukan sub-sub struktural dan rumuskan persamaan strukturalnya yang sesuai hipotesis yang diajukan.



Skema 2. Diagram Jalur Penelitian

Rumus struktural untuk hipotesis tersebut :

$$Y = \rho_{yx1} + \rho_{yx2} + \rho_{yx3} + \rho_{yx4} + \rho_{yx5} + \rho_{y\epsilon}$$

Diagram jalur penelitian digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh strategi *green marketing* dan program *corporate social responsibility* terhadap pembelian produk sayur organik. Pengujian pengaruh variabel *green marketing* yang meliputi *product*, *price*, *place*, dan *promotion*.

- b. Menghitung koefisien regresi untuk struktur yang telah dirumuskan.
3. Menghitung koefisien jalur secara simultan (keseluruhan)

Kaidah pengujian signifikansi : program SPSS

- Jika nilai probabilitas 0,05 lebih kecil atau sama dengan nilai probabilitas Sig atau ($0,05 \leq \text{Sig}$), maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak signifikan.

- Jika nilai probabilitas 0,05 lebih besar atau sama dengan nilai probabilitas Sig atau $(0,05 \geq \text{Sig})$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya signifikan.
4. Menghitung koefisien jalur secara individu
 5. Selanjutnya untuk mengetahui signifikansi analisis jalur bandingkan antara nilai probabilitas 0,005 dengan nilai probabilitas Sig dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut.
 - Jika nilai probabilitas 0,05 lebih kecil atau sama dengan nilai probabilitas Sig atau $(0,05 \leq \text{Sig})$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak signifikan.
 - Jika nilai probabilitas 0,05 lebih besar atau sama dengan nilai probabilitas Sig atau $(0,05 \geq \text{Sig})$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya signifikan.
 6. Meringkas dan menyimpulkan.

4.5 Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk menguji pengaruh variabel X (eksogen) terhadap variabel Y (endogen) dalam penelitian ini.

1. Menganalisis pengaruh variabel *product* terhadap pembelian produk sayur organik

Pengujian pengaruh variabel *product* terhadap pembelian produk sayur organik akan diuji menggunakan rumus hipotesis statistik berikut:

H_0 : variabel *product* tidak berpengaruh signifikan terhadap pembelian produk sayur organik.

H_1 : variabel *product* berpengaruh signifikan terhadap pembelian produk sayur organik.

Syarat untuk mengetahui pengaruh variabel *product* terhadap pembelian produk sayur organik adalah dengan membandingkan antara nilai probabilitas 0,05 dengan nilai uji *Sig* dengan dasar pengambilan keputusan yaitu sebagai berikut :

- a. Jika nilai probabilitas 0,05 lebih kecil atau sama dengan nilai probabilitas *Sig* atau $0,05 \leq \text{Sig}$, Maka H_0 diterima dan H_1 ditolak yang berarti tidak signifikan.
- b. Jika nilai probabilitas 0,05 lebih besar atau sama dengan nilai probabilitas *Sig* atau $0,05 \geq \text{Sig}$, Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang signifikan.

2. Menganalisis pengaruh variabel *price* terhadap pembelian produk sayur organik

Pengujian pengaruh variabel *price* terhadap pembelian produk sayur organik akan diuji menggunakan rumus hipotesis statistik berikut:

H_0 : variabel *price* tidak berpengaruh signifikan terhadap pembelian produk sayur organik.

H_1 : variabel *price* berpengaruh signifikan terhadap pembelian produk sayur organik.

Syarat untuk mengetahui pengaruh variabel *price* terhadap pembelian produk sayur organik adalah dengan membandingkan antara nilai probabilitas 0,05 dengan nilai uji *Sig* dengan dasar pengambilan keputusan yaitu sebagai berikut :

- Jika nilai probabilitas 0,05 lebih kecil atau sama dengan nilai probabilitas *Sig* atau $0,05 \leq Sig$, Maka H_0 diterima dan H_1 ditolak yang berarti tidak signifikan.
- Jika nilai probabilitas 0,05 lebih besar atau sama dengan nilai probabilitas *Sig* atau $0,05 \geq Sig$, Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang signifikan.

3. Menganalisis pengaruh variabel *place* terhadap pembelian produk sayur organik

Pengujian pengaruh variabel *place* terhadap pembelian produk sayur organik akan diuji menggunakan rumus hipotesis statistik berikut:

H_0 : variabel *place* tidak berpengaruh signifikan terhadap pembelian produk sayur organik.

H_1 : variabel *place* berpengaruh signifikan terhadap pembelian produk sayur organik.

Syarat untuk mengetahui pengaruh variabel *place* terhadap pembelian produk sayur organik adalah dengan membandingkan antara nilai probabilitas 0,05 dengan nilai uji *Sig* dengan dasar pengambilan keputusan yaitu sebagai berikut :

- Jika nilai probabilitas 0,05 lebih kecil atau sama dengan nilai probabilitas *Sig* atau $0,05 \leq Sig$, Maka H_0 diterima dan H_1 ditolak yang berarti tidak signifikan.
- Jika nilai probabilitas 0,05 lebih besar atau sama dengan nilai probabilitas *Sig* atau $0,05 \geq Sig$, Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang signifikan.

4. Menganalisis pengaruh variabel *promotion* terhadap pembelian produk sayur organik

Pengujian pengaruh variabel *promotion* terhadap pembelian produk sayur organik akan diuji menggunakan rumus hipotesis statistik berikut:

H_0 : variabel *promotion* tidak berpengaruh signifikan terhadap pembelian produk sayur organik.

H_1 : variabel *promotion* berpengaruh signifikan terhadap pembelian produk sayur organik.

Syarat untuk mengetahui pengaruh variabel *promotion* terhadap pembelian produk sayur organik adalah dengan membandingkan antara nilai probabilitas 0,05 dengan nilai uji *Sig* dengan dasar pengambilan keputusan yaitu sebagai berikut :

1. Jika nilai probabilitas 0,05 lebih kecil atau sama dengan nilai probabilitas *Sig* atau $0,05 \leq Sig$, Maka H_0 diterima dan H_1 ditolak yang berarti tidak signifikan.
2. Jika nilai probabilitas 0,05 lebih besar atau sama dengan nilai probabilitas *Sig* atau $0,05 \geq Sig$, Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang signifikan.
5. Menganalisis pengaruh variabel *corporate social responsibility* terhadap pembelian produk sayur organik

Pengujian pengaruh variabel *corporate social responsibility* terhadap pembelian produk sayur organik akan diuji menggunakan rumus hipotesis statistik berikut:

H_0 : variabel *corporate social responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap pembelian produk sayur organik.

H_1 : variabel *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap pembelian produk sayur organik.

Syarat untuk mengetahui pengaruh variabel *corporate social responsibility* terhadap pembelian produk sayur organik adalah dengan membandingkan antara nilai probabilitas 0,05 dengan nilai uji *Sig* dengan dasar pengambilan keputusan yaitu sebagai berikut :

1. Jika nilai probabilitas 0,05 lebih kecil atau sama dengan nilai probabilitas *Sig* atau $0,05 \leq Sig$, Maka H_0 diterima dan H_1 ditolak yang berarti tidak signifikan.
2. Jika nilai probabilitas 0,05 lebih besar atau sama dengan nilai probabilitas *Sig* atau $0,05 \geq Sig$, Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang signifikan.