

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan mulai tanggal 1 Maret 2022 sampai dengan tanggal 30 Desember 2022. Penelitian dilaksanakan di kantor pusat PT Jaya Real property, Tbk yang beralamat di CBD Emerald Blok CE/A No. 01 Boulevard Bintaro Jaya, Pondok Aren, Tangerang Selatan.

3.2 Desain Penelitian

Desain penelitian menurut Moh. Pabundu Tika (2015) adalah suatu rencana tentang cara mengumpulkan, mengolah, dan menganalisis data secara sistematis dan terarah agar penelitian dapat dilaksanakan secara efisien dan efektif sesuai dengan tujuan penelitian. Penulis ingin mengetahui hubungan antara *Environmental Consciousness* (X1), *Environmental Concern* (X2), dan *Environmental Knowledge* (X3) terhadap *Attitude* (Z) serta implikasinya pada *Green Purchase Intention* (Y) seseorang, sehingga desain yang digunakan dalam penelitian ini adalah desain korelasi. Desain korelasi adalah penelitian untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih (Nursalam, 2013)

3.3. Definisi dan Operasionalisasi Variabel

3.3.1. Variabel Independen (X)

Variabel independen adalah variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel lain. Menurut Sugiyono *et al.*, (2017) variabel independen yaitu variabel yang menjadi penyebab timbulnya atau adanya perubahan variabel dependen, dan di sebut juga sebagai variabel yang mempengaruhi. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel independen yang digunakan, yaitu:

a. *Environmental Consciousness (X1)*

Environmental consciousness adalah konsep yang mencerminkan kesiapan atau kesadaran seseorang untuk melakukan sesuatu terhadap lingkungannya sendiri Maichum *et al.*, (2017). *Environmental Consciousness* timbul ketika manusia melakukan suatu tindakan yang dapat mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan dimana tindakan tersebut didasari oleh nilai, kepercayaan, atau aturan dalam kelompok/masyarakat.

b. *Environmental Concern (X2)*

Environmental concern merupakan kepedulian atau kesadaran individu terhadap lingkungan. Junior *et al.*, (2018). *Environmental concern* mendorong seseorang untuk memahami lingkungan sehingga dapat melestarikan sumber daya yang ada dan mengurangi serta mencegah dampak berbahaya dari perilaku-perilaku manusia.

c. *Environmental Knowledge (X3)*

Environmental knowledge didefinisikan sebagai informasi yang dimiliki individu mengenai hubungan timbal balik antara manusia dan lingkungan (Niu *et al.*, 2018). Semakin tinggi pengetahuan seseorang akan lingkungan, maka semakin tinggi pula keinginannya untuk membeli produk hijau (*green product*).

d. *Attitude (Z)*

Attitude merupakan suatu ekspresi perasaan seseorang yang merefleksikan kesukaannya atau ketidaksukaannya terhadap suatu objek (Damiati *et al.*, 2017).

e. *Green Purchase Intention (Y)*

Green Purchase Intention adalah keinginan atau ekspresi niat seseorang untuk berkomitmen pada aktivitas yang mendukung keramahan lingkungan (Junaedi, 2017). Minat beli ini timbul karena adanya

kesadaran dari konsumen bahwa mengkonsumsi produk hijau akan lebih baik dibandingkan dengan mengkonsumsi produk konvensional.

3.3.2. Operasional Variabel

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

Variabel Independen	Indikator	Skala
<i>Environmental Consciousness</i> (X1) Shancez dan Lafuente (2010)	Sikap konsumen terhadap kondisi lingkungan global	Ordinal
	Kemauan konsumen untuk terlibat pada upaya pelestarian lingkungan	
	Sejauh mana konsumen menganggap dirinya diberitahu tentang isu-isu yang berkaitan dengan lingkungan	
<i>Environmental Concern</i> (X2) Angelovska et al., (2012)	Konsumen peduli mengenai masalah lingkungan karena konsumen menyadari dampaknya untuk gaya hidup konsumen.	
	Konsumen peduli mengenai masalah lingkungan karena konsumen menyadari dampaknya untuk semua orang	
	Konsumen peduli mengenai masalah lingkungan karena konsumen menyadari dampaknya untuk hewan dan tumbuhan.	
<i>Environmental Knowledge</i> (X3) Chen (2013)	Konsumen benar-benar mengetahui tentang jenis perumahan ramah lingkungan	
	Persepsi atau penilaian konsumen tentang apa yang mereka tahu mengenai perumahan ramah lingkungan	
	Pengetahuan konsumen yang terkait dengan isu-isu lingkungan	
<i>Attitude</i> (Z)	Konsumen yakin bahwa perumahan ramah lingkungan lebih baik digunakan untuk kesehatan	

Ujang Sumarwan (2018)	Konsumen akan mempelajari manfaat dari perumahan ramah lingkungan bagi lingkungan hidup
	Konsumen akan merekomendasikan ke orang lain untuk ikut membeli perumahan ramah lingkungan
<i>Green Purchase Intention (Y)</i>	Keinginan konsumen untuk membeli produk perumahan ramah lingkungan
Rian Pramono (2016)	Konsumen mereferensikan produk perumahan ramah lingkungan kepada orang lain
	Konsumen menjadikan produk perumahan ramah lingkungan sebagai prioritas utama
	Konsumen mencari informasi produk perumahan ramah lingkungan

3.3.3. Pengukuran Variabel

Pada penelitian ini skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert. Skala Likert yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2017). Skala likert pada umumnya memiliki tingkatan penilaian yaitu dari sangat setuju - sangat tidak setuju, tingkatan tersebut dapat dilihat melalui skor.

Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Untuk jawaban responden pada “sangat setuju” memiliki skor 5 sedangkan untuk responden yang menjawab “sangat tidak setuju” memiliki skor 1.

Tabel 3.2 Skala Likert

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

Sumber: Sugiyono (2016)

3.4. Populasi dan Sampel

3.4.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini populasi yang menjadi target untuk di teliti adalah seseorang atau masyarakat yang belum pernah membeli rumah di *cluster* U-Ville dan berkunjung ke kantor *marketing gallery* Bintaro Jaya.

3.3.2. Sampel

Dalam sebuah penelitian, sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. (Sugiyono, 2017). Oleh sebab itu, sampel harus mewakili populasi untuk memastikan bahwa sebuah penelitian dapat menggeneralisasi temuan dari sampel tersebut ke populasi secara keseluruhan (Naimatul, 2014).

Pada penelitian ini metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah secara *non probabilitas* yaitu *convenience sampling*. *Convenience sampling* adalah mengambil responden sebagai sampel berdasarkan waktu dan tempat yang ditemui peneliti serta masuk kriteria sampel (Sugiyono, 2017). Pemilihan metode *convenience sampling* diambil berdasarkan ketersediaan elemen dan kemudahan untuk

mendapatkannya, dengan kata lain sampel diambil karena sampel tersebut ada pada tempat dan waktu yang tepat. Dengan menggunakan metode survei, dengan kuesioner sebagai instrumen untuk pengumpulan datanya.

Penentuan jumlah sampel yang *representative* menurut Hair *et al.*, (1995 dalam Kiswati 2010) adalah tergantung pada jumlah indikator dikali 5 sampai 10. Apabila menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM) adalah minimal 100 sampel (Ferdinand, 2005). Menurut Ghozali (2014) dalam metode SEM besarnya sampel adalah Antara 100-200. Dengan rumus perhitungan jumlah sampel sebagai berikut:

$$\text{Jumlah Indikator} \times (\text{angka } 5-10) = \text{Jumlah Sampel} > 100$$

Dari rumus perhitungan sampel tersebut, maka pada penelitian ini, jumlah sampel yang akan diambil adalah:

$$\begin{aligned} \text{Jumlah sampel} &= \text{Indikator} \times 8 \\ &= 20 \times 8 \\ &= \mathbf{160 \text{ sampel responden}} \end{aligned}$$

Teknik pengambilan sampel tersebut digunakan untuk melakukan penyebaran kuesioner langsung kepada para responden.

3.5. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan bagian penting dalam sebuah penelitian, karena metode ini merupakan langkah atau cara yang dipakai oleh peneliti dalam pengumpulan data yang akan diperlukan dalam penelitiannya. Creswell (2016) langkah-langkah pengumpulan data meliputi usaha membatasi penelitian, mengumpulkan informasi melalui observasi, wawancara, baik yang terstruktur maupun tidak, dokumentasi, materi-materi visual, serta usaha merancang protokol untuk merekam/mencatat informasi.

Pada penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan cara memberikan kuesioner yang berisikan pertanyaan-pertanyaan yang akan dijawab oleh responden. Kuesioner dibuat melalui *google form*, kemudian kuesioner disebarluaskan dikantor *marketing gallery* Bintaro Jaya melalui media internet seperti chatting application (*whatsapp app*), setelah itu responden akan mengisi kuesioner tersebut secara online. Sehingga memudahkan proses pengumpulan data dan menjadi lebih efektif dan efisien

3.6. Metode Analisis Data

(Sugiyono, 2018) mendefinisikan teknik analisis data sebagai berikut: “Teknik analisis data adalah kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan tersebut meliputi mengelompokkan data berdasarkan variable dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan menguji hipotesis yang telah diajukan”.

Dalam penelitian ini, pengolahan dan penyajian data dengan menggunakan software SmartPLS versi 3.3.5 dan SPSS versi 26. SmartPLS digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan SPSS digunakan untuk mengetahui pengaruh secara simultan

3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif

Ghozali (2018) menyatakan bahwa statistik deskriptif memberikan gambaran suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis dan skewness. Statistik deskriptif digunakan untuk meringkas data secara terorganisir dengan menggunakan hubungan antar variabel dalam suatu sampel atau populasi (Yellapu, 2018).

Penggunaan software IBM SPSS Statistic 26 untuk mendapatkan data sum, mean, standard deviasi dan prosentase dan lainnya. Sehingga rincian data yang akan dihasilkan berupa:

1. Deskripsi Responden

Peneliti mendeskripsikan karakteristik responden dengan mengajukan kuesioner seperti:

- Jenis Kelamin
- Usia
- Status Pernikahan
- Pendidikan
- Jenis Pekerjaan
- Pendapatan Perbulan

2. Deskripsi Variabel

Dengan pengisian kuesioner yang dilakukan oleh responden, maka akan dijelaskan secara rinci pada masing – masing indikator. Untuk mengetahui tinggi rendahnya nilai pada setiap pertanyaan, dapat dilihat dari besarnya standar deviasi (SD), mean dan mengkonversikan nilai mean. Oleh sebab itu, dengan adanya nilai hasil konversi mean sebagai acuan dalam penelitian atas pertanyaan dan jawaban responden dengan ketentuan yang sudah ditetapkan, yaitu:

Tabel 3.3 Nilai Konversi Mean

Ketentuan	Konversi Nilai
$\geq 4,91$	Sangat Tinggi (ST)
4,20 – 4,90	Tinggi (T)
3,49 – 4,19	Cukup Tinggi (CT)
2,78 – 3,48	Rendah (R)
$\leq 2,77$	Sangat Rendah (SR)

Sumber: Riadi (2017)

3.6.2 Partial Least Square (PLS)

Partial Least Square (PLS) merupakan salah satu metode statistik berbasis kovarian yang sering disebut dengan istilah Structural Equation

Modelling (SEM). Menurut Ghozali (2016), PLS merupakan pendekatan alternatif yang bergeser dari pendekatan SEM berbasis kovarian menjadi berbasis varian. SEM yang berbasis kovarian umumnya menguji kausalitas atau teori sedangkan PLS lebih bersifat predictive model. PLS meliputi teknik korelasi kanonikal, analisis redundansi, regresi berganda, multivariate analysis of variance (MANOVA) dan principle component analysis yang diasumsikan secara umum atau generalisasi (Ghozali, 2014).

1. Model Pengukuran (*Outer Model*)

Model pengukuran (*outer model*) ialah untuk mengukur hubungan indikator dengan variabel latennya. Model pengukuran (*outer model*) dapat diukur menggunakan uji reliabilitas dan uji validitas. Tujuan dari uji validitas yang dilakukan adalah untuk mengetahui kemampuan instrumen penelitian untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Sedangkan uji reliabilitas adalah untuk mengukur konsistensi responden dalam menjawab pernyataan kuesioner. Validitas konvergen (*convergent validity*) dari *measurement model* dilihat dari korelasi antar skor indicator dengan skor variabel. Indikator dapat dikatakan valid apabila memiliki nilai AVE > 0,5 atau nilai loading > 0,5 hal ini mengartikan bahwa pengujian yang telah dilakukan dapat memenuhi kriteria validitas konvergen.

Uji yang mencangkup dalam *outer model* adalah Hair *et al.*, (2019):

1. Uji Validitas

1.1. Validitas Konvergen (Convergent Validity)

Validitas konvergen yaitu pengujian yang dinilai berdasarkan korelasi antara *item score/component score* dengan *construct score* yang dihitung dengan PLS. Untuk mengevaluasi validitas konvergen konstruk refleksif yakni dengan menggunakan nilai *outer loadings* dan *Average Variance Extracted (AVE)*. Berikut adalah penjelasannya:

- *Outer Loadings*

Outer loadings yaitu pengujian yang bertujuan untuk menilai apakah indikator pengukuran variabel laten reliabel atau tidak. Caranya dengan mengevaluasi hasil *outer loadings* setiap indikator. Nilai loading di atas 0,70 menunjukkan bahwa konstruk dapat menjelaskan lebih dari 50% varians indikatornya.

- *Average Variance Extracted (AVE)*

Average Variance Extracted (AVE) yaitu pengujian untuk menilai rata-rata *communality* pada setiap variabel laten dalam model reflektif. Nilai AVE harus di atas 0.50, yang mana nilai tersebut mengungkapkan bahwa setidaknya faktor laten mampu menjelaskan setiap indikator sebesar setengah dari *variance*.

1.2. Validitas Diskriminan (Discriminant Validity)

Validitas diskriminan bertujuan untuk menentukan apakah suatu indikator reflektif benar merupakan pengukur yang baik bagi konstruksya berdasarkan prinsip bahwa setiap indikator harus berkorelasi tinggi terhadap konstruksya saja. Sedangkan pengukur-pengukur konstruk yang berbeda seharusnya tidak berkorelasi tinggi (Ghozali *et al.*, 2015). Uji validitas diskriminan menggunakan nilai *Cross Loadings*, *Fornell-Larcker Criterion* dan *Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)* (Henseler *et al.*, 2015). Berikut adalah penjelasannya:

- *Cross Loadings*

Nilai *Cross Loadings* masing-masing konstruk dievaluasi untuk memastikan bahwa korelasi konstruk dengan item pengukuran lebih besar daripada konstruk lainnya. Nilai *Cross*

Loading yang diharapkan adalah lebih besar dari 0,7 (Ghozali *et al.*, 2015).

- *Fornell-Larcker Criterion*

Metode lain untuk menilai validitas diskriminan adalah dengan *Fornell-Larcker Criterion*, sebuah metode tradisional yang telah digunakan lebih dari 30 tahun yang membandingkan nilai akar kuadrat dari *Average Variance Extracted (AVE)* setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk lainnya dalam model (Henseler *et al.*, 2015). Jika nilai akar kuadrat AVE setiap konstruk lebih besar daripada nilai korelasi antar konstruk dengan konstruk lainnya dalam model, maka model tersebut dikatakan memiliki nilai validitas diskriminan yang baik (Wong, 2013).

- *Heterotrait – Monotrait Ratio (HTMT)*

Beberapa ahli berpendapat bahwa *Cross Loading* dan *Fornell-Larcker Criterion* kurang sensitif dalam menilai validitas diskriminan. HTMT merupakan metode alternatif yang direkomendasikan untuk menilai validitas diskriminan. HTMT didefinisikan sebagai rasio antara rata-rata *heterotrait-heteromethod correlations* dengan akar dari *monotrait-heteromethod correlations* konstruk tertentu dikali *monotrait-heteromethod correlations* konstruk lainnya. Model pengukuran diindikasikan memiliki validitas diskriminan yang memadai apabila nilai HTMT lebih kecil dari 0,85 atau 0,90 (Henseler *et al.*, 2015).

2. Uji Reliabilitas

2.1. Composite Reliability & Cronbach's Alpha

Nilai *Composite Reliability* dan *Cronbach Alpha* yang dapat diterima minimum ≥ 0.70 atau ≥ 0.7 sedangkan untuk idealnya 0,8 sampai 0,9, dengan nilai seperti ini dapat diartikan bahwa konstruk memiliki reliabilitas yang tinggi

2. Model Struktural (*Inner Model*)

Evaluasi model struktural atau *inner model* bertujuan untuk memprediksi hubungan antar variabel laten (Latan *et al.*, 2020). Pengukuran model struktural dapat dilihat dari beberapa indikator yang meliputi:

1. Koefisien Determinasi atau R-Square (R^2)

Koefisien determinasi merupakan cara untuk menilai seberapa besar konstruk endogen dapat dijelaskan oleh konstruk eksogen. Nilai koefisien determinasi (R^2) diharapkan antara 0 dan 1. Nilai R^2 0,75, 0,50, dan 0,25 menunjukkan bahwa model tersebut kuat, moderat dan lemah (Sarstedt *et al.*, 2017). Kriteria nilai R^2 sebesar 0,67, 0,33 dan 0,19 adalah kuat, moderat, dan lemah (Ghozali *et al.*, 2015).

2. *Cross Validated Redundancy* (Q^2)

Cross-validated redundancy (Q^2) atau *Q-square test* digunakan untuk menilai relevansi prediktif. Nilai $Q^2 > 0$ menunjukkan bahwa model mempunyai relevansi prediktif yang akurat terhadap konstruk tertentu sedangkan nilai $Q^2 < 0$ menunjukkan bahwa model kurang mempunyai relevansi prediktif (Sarstedt *et al.*, 2017). Nilai *Cross-validated Redundancy* didapat dengan prosedur Blindfolding dalam SmartPLS.

3. *Effect Size* (f^2)

Untuk menilai apakah ada atau tidak hubungan yang signifikan antar variabel, seorang peneliti sebaiknya juga menilai besarnya pengaruh antar variabel dengan *Effect Size* atau *f-square* (Wong, 2013). Nilai f^2 0,02

mempunyai efek kecil, 0,15 sedang dan nilai 0,35 besar. Nilai kurang dari 0,02 bisa diabaikan atau dianggap tidak mempunyai efek (Sarstedt *et al.*, 2017).

4. Analisis *Multicollinearity*

Analisis *Multicollinearity* yaitu pengujian untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearitas dalam model SEM-PLS yang dapat dilihat dari nilai *tolerance* atau nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Multikolinearitas merupakan fenomena di mana dua atau lebih variabel bebas atau konstruk eksogen berkorelasi tinggi sehingga menyebabkan kemampuan prediksi model tidak baik (Bougie *et al.*, 2016). Dengan ketentuan nilai VIF harus kurang dari 5, jika nilai VIF lebih dari 5 maka menunjukkan adanya masalah multikolinearitas

3. Uji Hipotesis

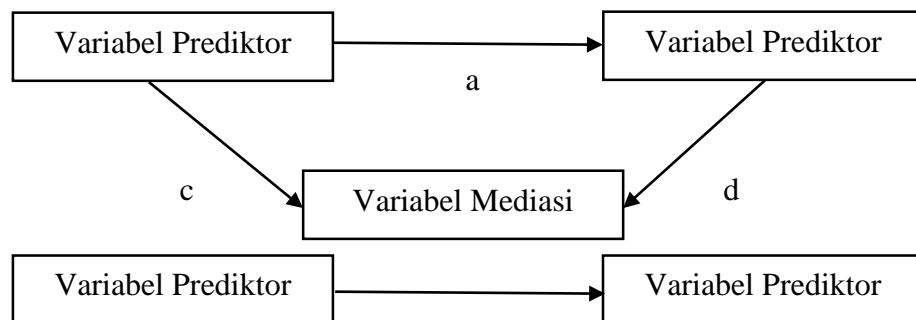
Pengujian hipotesis dilakukan dengan metode resampling Bootstrap yang dikembangkan oleh Geisser & Stone (Solimun, 2012) Statistik uji yang digunakan adalah t-statistik atau uji t. Dengan demikian asumsi data terdistribusi bebas (*distribution free*), serta tidak memerlukan asumsi distribusi normal.

1. Uji Mediasi

Pengujian mediasi bertujuan untuk mendeteksi kedudukan variable intervening dalam model. Untuk menguji signifikansi pengaruh tidak langsung, maka perlu menguji nilai t dari koefisien ab. Nilai t hitung dibandingkan dengan nilai t tabel, jika nilai t hitung > nilai t tabel maka dapat disimpulkan terjadi pengaruh mediasi (Ghozali, 2011). Selanjutnya untuk menentukan sifat hubungan antara variabel baik sebagai variable mediasi sempurna (*complete mediation*) atau mediasi parsial (*partial mediation*), atau bukan sebagai variabel mediasi, digunakan metode pemeriksaan.

Metode pemeriksaan variabel mediasi dilakukan dengan pendekatan perbedaan nilai koefisien dan signifikansi dilakukan sebagai berikut : (1)

memeriksa pengaruh langsung variabel eksogen terhadap endogen pada model dengan melibatkan variabel mediasi; (2) memeriksa pengaruh langsung variabel eksogen terhadap endogen tanpa melibatkan variabel mediasi; (3) memeriksa pengaruh variabel eksogen terhadap variabel mediasi; (4) memeriksa pengaruh variabel mediasi terhadap variabel endogen (Solimun, 2012).



Gambar 3.1 Metode Pemeriksaan Variabel Mediasi

Sumber: (Solimun, 2012)

Jika (c) dan (d) signifikan, serta (a) tidak signifikan, maka dikatakan sebagai variabel mediasi sempurna (*complete mediation*). Jika (c) dan (d) signifikan, serta (a) signifikan, dimana koefisien dari (a) lebih kecil dari (b) maka dikatakan sebagai variabel mediasi sebagian (*partial mediation*). Jika (c) dan (d) signifikan, serta (a) juga signifikan, dimana koefisien dari (a) hampir sama dengan (b), maka bukan sebagai variabel mediasi. Jika (c) dan (d) atau keduanya tidak signifikan maka dikatakan bukan sebagai variabel mediasi (Solimun, 2012)