



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

3.1 Objek Penelitian

Pada penelitian yang sedang dilakukan ini, Objek penelitian yang akan diteliti adalah layanan transportasi Online, Gojek. Sedangkan subyek dari penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan menggunakan layanan Gojek yang berdomisili di Jakarta Utara.

3.2 Desain Penelitian

Metode penelitian yang dipakai oleh penulis adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif yang bertujuan untuk menguji Pengaruh Pemasaran Hijau Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Mediasi Pada Konsumen Layanan Gojek di Jakarta Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan dan menganalisis data secara numerik untuk memecahkan masalah dengan berbagai teori. Penelitian kuantitatif mencoba untuk menjawab pertanyaan penelitian dengan mengukur variabel yang relevan dan menguji hipotesis yang telah dibuat sebelumnya.

3.3 Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini, terdapat tiga variabel yang akan diteliti yaitu Pemasaran Hijau, Citra Merek, dan Loyalitas Konsumen.

3.3.1 Variabel Independen

A. Pemasaran Hijau

Tabel 3.2
Pengukuran Variabel Pemasaran Hijau

indikator	Butir pernyataan	Skala
Pemasaran Hijau (X)		

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



(C) Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

indikator	Butir pernyataan	Skala
<i>Green Product</i>	- Perusahaan Gojek menghasilkan layanan yang ramah lingkungan - Perusahaan Gojek berusaha meningkatkan desain dan kualitas produknya agar bisa menjadikannya lebih ramah lingkungan - Perusahaan Gojek telah menjadi pionir dalam memperkenalkan layanan ramah lingkungan ke pasar	Likert
<i>Green Price</i>	- Saya harus membayar lebih untuk menggunakan layanan ramah lingkungan yang dibuat oleh perusahaan ini - Layanan ramah lingkungan yang dibuat oleh Gojek lebih mahal dibandingkan produk non-hijau	
<i>Green Distribution / place</i>	- Layanan ramah lingkungan ini dapat ditemukan di layanan Gojek yang dikenal karena mendukung tujuan lingkungan dan ramah lingkungan - Produk ramah lingkungan dari perusahaan ini tersedia melalui sebagian besar mitra ritel Layanan Gojek.	
<i>Green Promotion</i>	- Perusahaan ini menyediakan banyak informasi tentang produk ramah lingkungan di dalamnya iklan - Saya telah membaca tentang produk ramah lingkungan perusahaan	



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

indikator	Butir pernyataan	Skala
	ini di Internet, Menurut pendapat saya, iklan produk ramah lingkungan oleh Gojek sangat menarik.	

3.3.2 Variabel Mediasi

B. Citra Merek

Tabel 3.3
Pengukuran Variabel Citra Merek

Indicator	Butir pernyataan	Skala
Citra Merek (Z)		
<i>Corporation Image</i>	- Perusahaan Gojek mempunyai reputasi baik dan memiliki manajemen yang baik - Perusahaan Gojek selalu melakukan inovasi terhadap produknya - Perusahaan Gojek memiliki jaringan Perusahaan yang baik	Likert
<i>User Image</i>	- Pengguna layanan Gojek merasa bangga jika menggunakan produk layanan dari Gojek - Layanan Gojek digunakan oleh konsumen yang mementingkan kualitas	
<i>Product Image</i>	- Produk Layanan Gojek dikenal sesuai dengan kegunaannya - Layanan di Gojek mudah diucapkan, dikenali dan diingat - Desain logo layanan Gojek dari produk tersebut dapat membedakan dengan merek lain	



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Indicator	Butir pernyataan	Skala
	Konsumen memiliki persepsi atau pandangan yang baik terhadap Layanan tersebut	

B.3.3 Variabel Dependen

C. Loyalitas Konsumen

Tabel 3.4
Pengukuran Variabel Loyalitas Konsumen

indikator	Butir pernyataan	Sumber
Loyalitas Konsumen (Y)		
<i>Make Regular Repeat Purchase</i>	- Saya sering menggunakan layanan di Gojek - Saya menggunakan layanan secara berkala di Gojek, seperti seminggu sekali	Likert
<i>Purchases Across Product or Service Lines</i>	- Saya menggunakan layanan di Gojek meskipun tidak ada promosi - Saya biasa menggunakan layanan lebih dari satu produk layanan di Gojek	
<i>Refers Others</i>	- Saya merekomendasikan layanan Gojek kepada orang lain - Saya memberikan komentar positif mengenai layanan Gojek	
<i>DEMONSTRATES AN IMMUNITY TO THE FULL OF THE COMPETITION</i>	Saya tetap menggunakan layanan di Gojek meskipun adanya tawaran promosi dari brand kompetitor.	



indikator	Butir pernyataan	Sumber
	• Saya selalu menggunakan layanan Gojek dibanding brand kompetitor.	

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Fadilla et al. (2022) populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang dapat terdiri dari makhluk hidup, benda, gejala, nilai tes, atau peristiwa sebagai sumber data yang mewakili karakteristik tertentu dalam suatu penelitian. Populasi dalam penelitian dapat pula diartikan sebagai keseluruhan unit analisis yang ciri-cirinya akan diduga. Unit analisis adalah unit atau satuan yang akan diteliti atau dianalisis. Lalu menurut Riyanto & Hatmawan (2020) Populasi adalah keseluruhan dari subjek dan atau objek yang akan menjadi sasaran penelitian. Dengan berdasarkan penjelasan populasi di atas, maka populasi dalam penelitian ini adalah Pelanggan Gojek yang aktif menggunakan layanan Gojek yang berdomisili di wilayah Jakarta Utara, karena kepadatan penduduk yang tinggi dan tingkat polusi yang signifikan di Jakarta Utara menjadi landasan utama pemilihan lokasi dalam populasi ini.

3.4.2 Sampel

Menurut Sahir (2022) Sampel dalam penelitian kualitatif merupakan seluruh orang, dokumen dan peristiwa yang dicermati, diobservasi atau diwawancarai sebagai sumber informasi yang dianggap ada hubungannya dengan permasalahan penelitian. Lalu Menurut Fadilla et al. (2022) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, karena mempunyai keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi yang mewakili.



Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel dengan jenis *nonprobability*. Dalam Muhyi et al. (2018) *Nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel, dengan metode *purposive sampling*. (Muhyi et al., 2018) *Sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, misalnya akan melakukan penelitian tentang kualitas makanan, maka sampel sumber datanya adalah orang yang ahli makanan, sampel ini lebih cocok digunakan untuk penelitian kualitatif, atau penelitian-penelitian yang tidak melakukan generalisasi. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan yang menggunakan layanan gojek memiliki kriteria sebagai berikut:

1. Memiliki usia kerja 17 – 35 tahun
2. Aktif menggunakan layanan gojek selama 6 bulan terakhir
3. Pernah menggunakan salah satu layanan berkelanjutan dari Gojek yaitu Layanan Motor Listrik, *Gogreenest*, dan *Carbon Offset*.
4. Berdomisili di Jakarta Utara

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam sampel ini sebanyak 120 individu yang akan dipilih secara acak yang merupakan pengguna layanan berkelanjutan yang dihadirkan oleh Gojek di wilayah Jakarta yang berusia antara 18 hingga 35 tahun. Populasi ini dipilih karena mereka merupakan kelompok yang aktif menggunakan layanan Gojek dan memiliki rentang usia yang relevan dengan penelitian. Dengan setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih, hasil penelitian memiliki potensi yang tinggi untuk menghasilkan pengalaman, persepsi, dan keputusan pembelian dalam populasi tersebut.



Jumlah populasi perlu diketahui untuk menentukan jumlah sampel. Namun, oleh karena jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti atau tidak terhingga, maka penentuan jumlah sampel menggunakan rumus penentuan jumlah sampel menurut Lemeshow dalam Riyanto & Hatmawan (2020).

$$n = \frac{z^2 1 - a/2P(1 - p)}{d^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel penelitian

z = skor Z pada kepercayaan 95%, yaitu 1,96

p = maksimal estimasi, yaitu 0,5

d = alpha (ditetapkan 10%) atau error sampling

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5(1 - 0,5)}{0,10^2} = 96,04$$

Melalui perhitungan berdasarkan rumus Lemeshow dengan menggunakan Tingkat kesalahan atau *margin error* sebanyak 10%. Mendapatkan hasil senilai 96,04. Yang diartikan jumlah sampel sebanyak 96 sampel. Namun untuk menghindari serta mengantisipasi terjadinya kesalahan atau kekurangan responden yang sesuai kriteria, untuk itu penulis menambahkan menjadi 120 sampel.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Peneliti harus menggunakan alat berupa kuesioner untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan. Peneliti menggunakan kuesioner dengan cara membuat pertanyaan kepada responden (Sahir, 2022). Kuesioner dapat bersifat terbuka atau tertutup, dan penyebarannya dapat dibagikan secara langsung atau melalui internet. (Sahir, 2022) Teknik pengumpulan data merupakan proses dalam sebuah penelitian dan merupakan bagian yang penting. Teknik pengambilan data harus benar dan sesuai dengan metode agar hasil yang diraih sesuai dengan



tujuan penelitian awal atau hipotesis awal yang sudah ditentukan. Penulis menggunakan Teknik komunikasi dengan cara menyebarkan kuesioner pada responden. Penelitian ini menggunakan nilai pertanyaan yang menggunakan skala likert sebagai berikut:

Tabel 3.5
Tabel skala Likert

Skor	Jawaban
5	SS = Sangat Setuju
4	S = Setuju
3	BS = Biasa Saja
2	TS = Tidak Setuju
1	STS = Sangat Tidak Setuju

Sumber: Imam Ghozali (2018:45)

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan metode structural equation modeling (SEM) yang berbasis partial least square (PLS), dengan tujuan membantu peneliti untuk mendapatkan nilai variabel laten dengan tujuan prediksi. Program partial least square adalah SmartPLS ver 4.0, program Smartpls 4.0 memiliki fitur baru dibandingkan dengan SmartPLS 3.0 yang meliputi tampilan antarmuka yang lebih modern dan mudah digunakan, peningkatan kecepatan dan efisiensi komputasi, peningkatan kemampuan analisis data seperti analisis multigroup, analisis moderasi dan mediasi, dan peningkatan visualisasi data seperti diagram jalur yang lebih interaktif dan fleksibel (Ghozali & Karlina, 2023). Setelah peneliti mendapatkan data dengan kuesioner, peneliti akan melakukan proses pengolahan dan analisis data. Teknik analisis data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



3.6.1 Analisis Deskriptif

Menurut Amruddin et al (Amruddin et al., 2022) Analisis deskriptif ialah suatu metode analisis statistik yang bertujuan untuk memberikan deskripsi atau gambaran mengenai subjek penelitian berdasarkan data variabel yang diperoleh dari kelompok subjek tertentu. Manfaat yang diperoleh dari penggunaan analisis deskriptif adalah mendapatkan gambaran lengkap dari data baik dalam bentuk verbal atau numerik yang berhubungan dengan data yang kita teliti. Analisis deskriptif pada penelitian ini akan diolah menggunakan program SmartPLS 4.0.

3.6.2 Partial Least Square

Pada penelitian ini, pengolahan data dan analisis data akan menggunakan Partial Least Square (PLS) dengan bantuan program SmartPLS versi 4.0. Perangkat lunak ini digunakan untuk mempermudah proses pengolahan dan analisis data pada penelitian ini. PLS merupakan metode analisis yang sangat baik karena tidak didasarkan pada berbagai asumsi (Abdillah & Hartono, 2015). Keuntungan menggunakan PLS dalam suatu penelitian, yaitu:

- 1) Dapat memodelkan banyak variabel dependen maupun independen.
- 2) Mampu mengelola masalah multikolinearitas antar variabel independen.
- 3) Hasil tetap kuat walaupun terdapat data yang tidak normal dan hilang.
- 4) Menghasilkan variabel laten independen secara langsung berbasis cross-product yang melibatkan variabel laten dependen sebagai kekuatan prediksi.
- 5) Dapat digunakan pada konstruk reflektif dan formatif.
- 6) Dapat digunakan pada sampel kecil.
- 7) Tidak mensyaratkan data terdistribusi normal.
- 8) Dapat digunakan pada data dengan tipe skala berbeda, yaitu nominal, ordinal, dan kontinu.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- 9) Mampu mengelola masalah multikolinearitas antar variabel independen.

3.6.3 Outer Model

Model pengukuran atau disebut sebagai outer model, dapat menjelaskan hubungan setiap dari blok indikator dengan variabel laten dalam penelitian (Ghozali & Latan, 2020). Maka dari itu dalam outer model ini akan dilakukan dalam uji validitas, yaitu uji *convergent validity* dan uji *discriminant validity*. Serta Uji reliabilitas.

1) Uji *Convergent Validity*

Uji *Convergent Validitas* menilai pengukuran-pengukuran dari suatu variabel dengan konstruk yang memiliki korelasi tinggi. Suatu indikator dapat dinyatakan valid apabila memiliki korelasi lebih dari 0,70 lalu mempunyai nilai average variance extracted yang lebih besar dari 0,5. Bila suatu konstruk memiliki nilai tersebut maka konstruk memiliki konvergensi yang cukup. (Ghozali & Latan, 2020)

2) Uji *Discriminant Validity*

Discriminant Validitas menilai hubungan antar variabel dengan prinsip bahwa variabel memiliki konstruk yang berbeda dan tidak berkorelasi tinggi. Pengujian validitas diskriminant dilihat dari nilai cross loading pada setiap variabel. Nilai cross loading dari sebuah variabel harus lebih dari 0,70 (Ghozali & Latan, 2020).

- 3) Uji reliabilitas variabel dapat dilakukan dengan dua cara yaitu dengan melihat nilai *composite reliability* dan juga *Cronbach Alpha*. Secara umum reliabilitas kurang dari 0,60 dianggap lemah, sedangkan di kisaran 0,7 dapat diterima, dan yang di atas 0,80 baik (Fadilla et al., 2022).



uji reliabilitas dilaksanakan untuk menunjukkan akurasi dan ketepatan instrumen dalam pengukuran konsep. Terdapat dua metode dalam pengukuran reliabilitas yaitu menggunakan Cronbach's alpha dan composite reliability. Metode ini menunjukkan akurasi serta seberapa baik instrumen dalam pengukuran konsep. Sebuah instrumen dikatakan reliabel bila nilai cronbach's alpha dan composite reliability lebih besar dari 0.7 (Ghozali & Latan, 2020)

3.6.4 Inner Model

Uji inner model atau analisis *structural model* dilakukan untuk memastikan bahwa model *structural* yang dibangun telah akurat dengan melihat nilai *R-square*. Nilai *R-square* digunakan untuk koefisien determinasi pada konstruk endogen. Semakin tinggi nilai *R-square* berarti semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan. Terdapat nilai *R-squares* dalam uji r determinan. Nilai 0,75 disimpulkan kuat, nilai 0,50 disimpulkan moderat dan nilai 0,25 disimpulkan lemah (Ghozali & Latan, 2020)

1) Analisis Jalur

Menurut Ghozali (Ghozali & Latan, 2020) analisis jalur atau *path analysis* mempermudah dalam melihat hubungan langsung dan hubungan tidak langsung antar variabel dalam model. Signifikansi hubungan antar variabel dikatakan signifikan apabila nilai signifikansi atau *t statistics* lebih besar dari 1,96 ($> 1,96$) (Ghozali & Latan, 2020)

2) Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah dalam sebuah penelitian (Sahir, 2021). Uji hipotesis dilakukan untuk

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



mengetahui nilai signifikansi yang dihasilkan oleh antar variabel untuk menunjukkan pengaruh terhadap hubungan variabel (Ghozali & Latan, 2020). Dalam uji hipotesis nilai *T-statistics* akan menjadi tumpuan mengenai signifikansi hubungan antar variabel. Bila hasil uji hipotesis menunjukkan nilai *T-statistics* lebih dari 1,9 ($>1,9$) dengan tingkat signifikansi 5% maka hubungan dikatakan signifikan. Apabila nilai *T-statistics* kurang dari 1,9 ($<1,9$) dengan tingkat signifikansi kurang dari 5% maka hubungan dikatakan tidak signifikan. Lalu dalam uji hipotesis dapat menilai dari nilai *p* atau *p-value*. Apabila nilai *p* lebih kecil dibandingkan tingkat signifikan maka dapat dinyatakan bahwa hubungan signifikan. Maka apabila nilai *p* di bawah 0,05 (5%) hubungan menjadi signifikan.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.