

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian yang Digunakan

Pada suatu penelitian penggunaan metode penelitian sangat penting digunakan untuk menentukan data penilaian juga menguji kebenaran masalah yang diteliti. Menurut Sugiyono (2018:17) metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan maksud dan tujuan tertentu.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2018:147) metode deskriptif merupakan metode untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan dengan cara mendeskripsikan keadaan suatu nilai satu atau lebih variabel secara mandiri. Metode ini ditunjukkan untuk menjawab rumusan masalah bagaimana tanggapan konsumen mengenai *green product* dan *green advertising* terhadap keputusan pembelian produk hijau AMDK AQUA pada konsumen di Kota Bandung.

Metode verifikatif merupakan metode yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2018:55). Metode ini berfungsi untuk menguji pengaruh dari masalah yang sedang diselidiki dalam hipotesis. Metode verifikatif juga digunakan untuk mengetahui dan mengkaji besarnya pengaruh *green product* dan *green advertising* terhadap keputusan pembelian produk hijau AMDK AQUA pada konsumen di Kota Bandung.

3.2 Definisi Variabel dan Operasional Variabel Penelitian

Variabel merupakan komponen penelitian yang harus dioperasionalkan dengan operasional variabel sehingga dapat diukur dan tidak multi tafsir.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2018:38) variabel merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga akan diperoleh informasi tentang hal tersebut dan kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut Sugiyono (2018:39) variabel penelitian terdiri dari variabel bebas dan variabel terikat, sebagai berikut :

1. Variabel bebas (*Independen*)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat (variabel *dependen*). Dengan kata lain variabel bebas merupakan variabel yang menyebabkan perubahan pada variabel terikat. Terdapat dua variabel bebas dalam penelitian ini, yaitu :

a. *Green Product* (X_1)

Produk hijau adalah produk yang menggunakan bahan-bahan alami dan bebas bahan kimia di mana penghijauan suatu produk harus mencakup seluruh siklus hidup produk mulai dari desain, pengadaan bahan, produksi, penyimpanan, distribusi, penggunaan, dan bahkan pasca penggunaan Menurut Agustini (2019:22)

b. *Green Advertising* (X_2)

Iklan hijau adalah iklan ramah lingkungan yang bertujuan untuk mempromosikan produk dan jasa yang berisi komitmen perusahaan komitmen

perusahaan untuk mengurangi kerusakan lingkungan sehingga dapat memberikan citra perusahaan yang peduli terhadap lingkungan. Menurut Agustini (2019:80)

2. Variabel terikat (Dependen)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Dengan kata lain variabel terikat merupakan akibat yang timbul karena adanya variabel bebas.

a. Keputusan Pembelian Produk Hijau (Y)

Keputusan pembelian produk hijau merupakan suatu keputusan final ketika konsumen percaya bahwa konsumsi produk hijau membawa efek positif. Mahrinasari MS (2020:22)

3.2.2 Definisi Operasionalisasi Variabel

Definisi operasional variabel adalah suatu batasan maupun konstruk yang diberikan oleh peneliti terhadap variabel yang diteliti agar variabel yang semula hanya berupa konsep yang abstrak dan luas menjadi konsep yang operasional dan spesifik sehingga tidak multi tafsir dan pada gilirannya variabel tersebut dapat diukur Sugiyono (2018:41).

Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yang dikelompokkan menjadi dua variabel bebas yaitu *green product* (X_1), dan *green advertising* (X_2) dengan satu variabel terikat yaitu keputusan pembelian produk hijau (Y). Dari ketiga variabel tersebut masing-masing mempunyai indikator-indikator yang akan diukur dengan skala ordinal. Operasionalisasi variabel bertujuan untuk memecahkan variabel

menjadi bagian-bagian terkecil sehingga diketahui ukurannya, peneliti menjabarkan ke dalam bentuk operasionalisasi variabel pada tabel berikut :

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
<p>Green Product (X₁)</p> <p>“Green product is a product that use natural and chemical-free ingredients where the greening of a product must cover the entire life cycle from design, procurement of materials, manufacture, storage, distribution, use, and even post-use activities”</p> <p>Artinya Produk hijau adalah produk yang menggunakan bahan-bahan alami dan bebas bahan kimia di mana penghijauan suatu produk harus mencakup seluruh siklus hidup produk mulai dari desain, pengadaan bahan, produksi, penyimpanan, distribusi, penggunaan, dan bahkan pasca penggunaan.</p> <p>Agustini (2019:22)</p>	1. <i>Core product</i> (Produk inti)	a. Produk yang berkualitas ramah lingkungan	Tingkat kualitas produk ramah lingkungan	Ordinal	1
		b. Memiliki fitur-fitur yang ramah lingkungan	Tingkat fitur-fitur ramah lingkungan yang dimiliki	Ordinal	2
		c. Menghilangkan penggunaan bahan yang tidak aman bagi lingkungan	Tingkat menghilangkan bahan yang tidak aman bagi lingkungan	Ordinal	3
	2. <i>Tangible of green product</i> (Wujud dari produk hijau)	a. Kemasan yang ramah lingkungan	Tingkat kemasan yang ramah lingkungan	Ordinal	4
		b. Dapat mengubah produk konvensional menjadi ramah lingkungan	Tingkat mengubah produk konvensional menjadi ramah lingkungan	Ordinal	5
		c. memberikan citra ramah lingkungan pada penamaan produk hijau	Tingkat memberikan citra ramah lingkungan pada penamaan produk hijau	Ordinal	6
	3. <i>Augmented of green product</i> (Penambahan Produk Hijau)	a. menyajikan cara hidup yang ramah lingkungan kepada konsumen	Tingkat menyajikan cara hidup yang ramah lingkungan kepada konsumen	Ordinal	7
		b. memberikan layanan informasi kepada konsumen tentang seberapa besar dampak produk terhadap lingkungan	Tingkat memberikan layanan informasi kepada konsumen tentang seberapa besar dampak produk terhadap lingkungan	Ordinal	8

Lanjutan Tabel 3.1					
Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
<p>Green advertising (X₂)</p> <p>“Green advertising is green advertising that aims to promote products and services that contain the company's commitment to reduce environmental damage so that it can provide an image of a company that cares about the environment”</p> <p>Artinya iklan hijau adalah iklan ramah lingkungan yang bertujuan untuk mempromosikan produk dan jasa yang berisi komitmen perusahaan komitmen perusahaan untuk mengurangi kerusakan lingkungan sehingga dapat memberikan citra perusahaan yang peduli terhadap lingkungan.</p> <p>Agustini (2019:80)</p>	1. <i>Contains the relationship between the product/service and the environment</i> (Berisi hubungan antara produk/jasa dan lingkungan)	a. Iklan secara implisit mengandung hubungan antara produk dengan lingkungan sbiofisik	Tingkat Iklan secara implisit mengandung hubungan antara produk dengan lingkungan biofisik	Ordinal	9
		b. Iklan secara eksplisit mengandung hubungan antara produk dengan lingkungan biofisik	Tingkat Iklan secara eksplisit mengandung hubungan antara produk dengan lingkungan biofisik	Ordinal	10
	2. <i>Green lifestyle</i> (Gaya hidup hijau)	a. Iklan AQUA mempromosikan gaya hidup hijau	Tingkat iklan AQUA mempromosikan gaya hidup hijau	Ordinal	11
		b. Peningkatan daya tarik melalui iklan gaya hidup hijau dengan menyoroti produk	Tingkat daya tarik melalui iklan gaya hidup hijau dengan menyoroti produk	Ordinal	12
	3. <i>Building an image</i> (Membangun citra)	a. Iklan AQUA menggambarkan tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan	Tingkat tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan	Ordinal	13
		b. Iklan AQUA membangun citra sebagai produk ramah lingkungan	Tingkat kekuatan iklan AQUA membangun citra	Ordinal	14
<p>Keputusan Pembelian Produk Hijau (Y)</p> <p>Keputusan pembelian produk hijau merupakan suatu</p>	1. <i>Type of product</i>	a. Memilih produk ramah lingkungan	Tingkat pemilihan produk ramah lingkungan	Ordinal	15

Lanjutan Tabel 3.1					
Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
keputusan final ketika konsumen percaya bahwa konsumsi produk hijau membawa efek positif. Mahrinasari (2020:22)		b. Memilih produk ramah lingkungan dibandingkan produk konvensional	Tingkat Memilih produk ramah lingkungan dibandingkan produk konvensional	Ordinal	16
	2. <i>First choice</i>	a. Merek yang pertama kali diingat	Tingkat merek yang pertama kali diingat	Ordinal	17
		b. Memilih AQUA daripada merek AMDK lainnya	Tingkat pemilihan AQUA daripada merek lainnya	Ordinal	18
	3. <i>Recommendation</i>	a. Merekomendasikan produk ramah lingkungan kepada orang lain	Tingkat merekomendasikan produk ramah lingkungan kepada orang lain	Ordinal	19
	4. <i>Future decision</i>	a. Keputusan pembelian produk ramah lingkungan di masa yang akan datang	Tingkat Keputusan pembelian produk ramah lingkungan di masa yang akan datang	Ordinal	20
		b. Meningkatkan pembelian / penggunaan produk ramah lingkungan	Tingkat peningkatan pembelian / penggunaan produk ramah lingkungan	Ordinal	21

Sumber : Diolah Penulis, 2023

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

Pada sub bab ini akan menjelaskan pengertian populasi serta ukuran sampel yang akan digunakan. Penelitian yang dilakukan pasti memerlukan objek yang harus diteliti sehingga permasalahan yang ada dapat terpecahkan. Sampel sangat membantu jika populasi dianggap terlalu banyak dan sampel akan membantu peneliti dalam melakukan penelitiannya. Dalam suatu penelitian populasi dan sampel

ditetapkan sebagai tujuan agar penelitian bisa mendapatkan data sesuai yang diharapkan, berikut pembahasan mengenai populasi dan sampel.

3.3.1 Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018:55). Dengan demikian, populasi tidak terbatas pada sekelompok orang, tetapi apa saja yang menjadi perhatian kita. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat atau konsumen yang peduli terhadap lingkungan di Kota Bandung yang pernah membeli produk AMDK AQUA.

3.3.2 Sampel Penelitian

Sampel adalah suatu bagian dari keseluruhan serta karakteristik yang dimiliki oleh sebuah populasi Sugiyono (2018:56). Sampel penelitian diperoleh dengan menggunakan metode atau teknik sampling tertentu. Sehingga jumlah sampel yang diambil harus dapat mewakili populasi penelitian. Dalam penelitian ini sampel yang diambil dari populasi menggunakan *Purposive Sampling* dan *Insidental Sampling*. *Purposive* sampling menurut Sugiyono (2018:138) adalah pengambilan sampel dengan menggunakan beberapa pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti. Berikut adalah beberapa kriteria yang relevan dengan penelitian ini adalah:

1. Masyarakat Kota Bandung.
2. Pernah mengonsumsi produk AMDK AQUA.

3. Termasuk dalam konsumen yang peduli terhadap lingkungan.

Dikarenakan populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya, maka rumus yang dibutuhkan untuk mengetahui jumlah sampel adalah menggunakan rumus Lemeshow menurut Riyanto dan Hatmawan (2020:13) , yaitu:

$$n = \frac{Z^2 \times P(1 - P)}{d^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

Z = Nilai standar dari distribusi sesuai nilai $\alpha = 5\% = 1,96$

P = Prevelensi *outcome*, maksimal estimasi = 50% = 0,5

d = Tingkat kesalahan = 10% = 0,1

Maka sampel yang diambil yaitu sebanyak :

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

$$n = \frac{3,8416 \times 0,5(0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04 = 97$$

Maka diperoleh hasil jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 97 responden.

3.3.3 Teknik Sampling Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2018:60) teknik pengambilan sampel atau *sampling* adalah proses menyeleksi sejumlah elemen dari populasi yang diteliti untuk dijadikan sampel, dan memahami berbagai sifat atau karakter dari subjek yang dijadikan sampel, yang akan dilakukan generalisasi dari elemen populasi. Teknik sampling dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability* sampling dan *non-probability* sampling.

Menurut (Sugiyono, 2018:61) *probability sampling* atau *random sampling* merupakan teknik *sampling* yang dilakukan dengan memberikan peluang atau kesempatan kepada seluruh anggota populasi untuk menjadi sampel. Sementara *non-probability* sampling adalah teknik pengambilan sampel yang ditemukan atau ditentukan sendiri oleh peneliti atau menurut pertimbangan pakar, *sampling* ini tidak memberikan peluang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik *non-probability sampling* sebagai teknik pengambilan sampel yang digunakan. Salah satu teknik *non-probability* sampling yang digunakan oleh peneliti adalah *purposive sampling* dan *insidental sampling*.

Sampling insidental menurut Sugiyono (2018:138) adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok dengan sumber data.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti didapatkan dari berbagai sumber yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti. Menurut (Sugiyono, 2018:137) berdasarkan sumber dari mana data berasal maka data dibagi menjadi dua, yaitu data primer dan sekunder.

Data primer adalah data penelitian yang didapatkan secara langsung dari sumber aslinya tanpa melalui media perantara. Data ini dikumpulkan untuk mendapatkan jawaban atas pertanyaan penelitian. Sementara data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak lain, bukan dari sumber aslinya. Peneliti mengumpulkan data secara tidak langsung dengan menggunakan media perantara.

3.4.1 Data Penelitian Lapangan (*Field Research Data*)

Penelitian lapangan adalah data penelitian yang dimaksudkan untuk memperoleh data secara langsung di lapangan (data primer) untuk menemukan data yang bersifat mendalam.

1. Metode Survei Penelitian

Metode survei merupakan metode pengumpulan data yang menggunakan pertanyaan lisan maupun tertulis. Adapun teknik yang peneliti gunakan antara lain :

a. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan tanya jawab dengan konsumen AMDK AQUA di Kota Bandung. Menurut Sugiyono (2018:139) Wawancara adalah teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti

ingin mengetahui hal-hal yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil.

b. Kuesioner

Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden (secara langsung) untuk dijawab. Peneliti menyediakan pernyataan-pertanyaan untuk responden jawab yang berisikan kesesuaian antara pernyataan dengan kondisi yang dialami responden. Kuesioner penelitian ini dilakukan secara personal atau *personally administered questionnaires*.

2. Metode Observasi Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2018:140) observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologi dan psikologis. Secara sederhana observasi adalah kegiatan pemantauan, pengawasan, dan pengamatan. Pada penelitian ini peneliti melakukan observasi langsung dengan melakukan pengamatan pada konsumen AMDK AQUA di Kota Bandung.

3.4.2 Data Penelitian Kepustakaan (*Library Research Data*)

Data penelitian kepustakaan adalah pengumpulan informasi yang dilakukan dengan cara membaca, dan mempelajari literatur yang berkaitan dengan penelitian, data penelitian ini diperoleh secara tidak langsung yang merupakan data penunjang yang bersifat teoritis kepustakaan. Teknik yang digunakan pada penelitian ini menggunakan literatur-literatur, buku, jurnal, internet, dan data perusahaan.

3.5 Uji Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat untuk mengukur nilai variabel yang diteliti guna memperoleh data pendukung dalam melakukan suatu penelitian. Jumlah instrumen yang akan digunakan untuk penelitian tergantung pada jumlah variabel yang akan diteliti. Dalam penelitian ini terdapat dua uji instrumen penelitian yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

Untuk menjadi alat ukur yang bisa diterima atau standar, maka alat ukur tersebut harus melalui uji validitas dan reliabilitas, uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Sementara uji reliabilitas digunakan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel.

3.5.1 Uji Validitas

Validitas artinya keakurasian data, validitas merupakan derajat ketetapan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Dikatakan valid apabila instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur, untuk mengetahui apakah setiap butir instrumen valid atau tidak dapat diketahui dengan cara mengkorelasikan antara skor setiap pertanyaan dengan skor total seluruh pertanyaan.

Menurut pendapat para ahli uji validitas dapat dilakukan menggunakan rumus *pearson product moment*, yang kemudian dapat ditafsirkan. Menurut (Sugiyono, 2018:143) jika koefisien korelasi lebih besar dari 0,300 ($r_{hitung} \geq r_{tabel}$) maka

dinyatakan valid, tetapi jika koefisien korelasinya lebih kecil dari 0,300 ($r_{hitung} \leq r_{tabel}$) maka dinyatakan tidak valid. Rumus *Pearson Product Moment* :

$$r_{hitung} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} + \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{hitung} = koefisien Validitas yang dicari

n = Jumlah Responden

$\sum X$ = Jumlah Hasil Pengamatan Variabel X

$\sum Y$ = Jumlah Hasil Pengamatan Variabel Y

$\sum XY$ = Jumlah Hasil pengamatan Variabel X dan Variabel Y

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor X

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor Y

3.5.2 Uji Reliabilitas

Jika alat ukur telah dinyatakan valid, selanjutnya reliabilitas alat ukur tersebut diuji, reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama. Uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

Uji reliabilitas dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh pertanyaan. Untuk uji reliabilitas digunakan metode *alpha cronbach* , yang hasilnya bisa dilihat dari nilai *Cronbach-alpha*, hasil penelitian reliabel terjadi apabila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda.

Rumus *Cornbach-Alpha* :

$$r_{11} = S \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(\frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

r_{11} = Koefisien reliabilitas alpha
 k = Jumlah item pertanyaan
 $\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varians butir
 σ_t^2 = Varians total

Jika korelasi nilai *Alpha cornbach* yang dihasilkan sama dengan (r_{tabel}) $\geq 0,700$ maka dapat dinyatakan memberikan hasil reliabel yang cukup, tetapi sebaliknya jika hasil korelasi bawah (r_{tabel}) $\leq 0,700$ maka dapat dinyatakan kurang reliabel.

3.6 Metode Analisis Data Penelitian

Analisis data penelitian kuantitatif merupakan hasil pengolahan data atas jawaban yang diberikan responden terhadap pernyataan dari setiap item kuesioner. Pengolahan data dilakukan dengan cara mengumpulkan data yang sudah dijawab responden, kemudian diolah dan disajikan dalam bentuk tabel. Pada penelitian ini peneliti menggunakan skala *likert* di dalam kuesioner. Menurut (Sugiyono, 2018:160) “skala *likert* adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat responden tentang fenomena sosial”. Dalam skala *likert*, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel yang dijadikan sebagai tolak ukur untuk menyusun *item* instrumen di mana alternatifnya berupa pernyataan. Jawaban dari setiap *item* instrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai dengan sangat negatif, adapun alternatif jawaban dengan menggunakan skala *likert* yaitu dengan memberikan skor pada masing-masing jawaban sebagai berikut:

Tabel 3.2
Alternatif Jawaban Dengan Skala *Likert*

No	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
1	SS (Sangat Setuju)	5
2	S (Setuju)	4
3	KS (Kurang Setuju)	3
4	TS (Tidak Setuju)	2
5	STS (Sangat Tidak Setuju)	1

Sumber: Sugiyono (2018)

Untuk mendapatkan hasil yang sesuai dengan tujuan penelitian, maka dalam menganalisis data harus dilakukan dengan benar sesuai metode yang digunakan. Peneliti menggunakan analisis deskriptif dan analisis verifikatif pada penelitian ini, untuk dapat menganalisis dan mengolah data yang akan diteliti.

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan metode penelitian yang menggambarkan suatu kejadian sehingga metode ini berkehendak mengadakan akumulasi data dasar berlaku. Analisis deskriptif menurut (Sugiyono, 2018:167) adalah penyajian data melalui tabel, grafik, diagram lingkaran, *pictogram*, perhitungan *modus*, *median*, *mean*, perhitungan *desil*, *persentil*, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi, juga perhitungan persentase. Analisis deskriptif pada penelitian ini menggambarkan tentang suatu data menggunakan *mean* atau nilai rata-rata dari masing-masing variabel dan seluruh sampel yang diteliti untuk mengetahui tentang kondisi *green product*, *green advertising* dan keputusan pembelian produk hijau. Setelah dilakukan penyebaran kuesioner selanjutnya akan dicari rata-ratanya dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\sum_{mean} \frac{\sum \text{Jawaban Kuesioner}}{\sum \text{Pertanyaan} \times \sum \text{Responden}} \times 100\% = \text{Skor Rata - rata}$$

Setelah diketahui nilai rata-rata, maka hasil dimasukkan ke dalam garis kontinum dengan kecenderungan jawaban responden akan didasarkan pada nilai rata-rata skor selanjutnya kana dikategorikan pada rentang skor sebagai berikut :

$$NJI = \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{Jumlah kriteria jawaban}}$$

Keterangan:

NJI = Nilai Jenjang Interval

Nilai tertinggi = 5

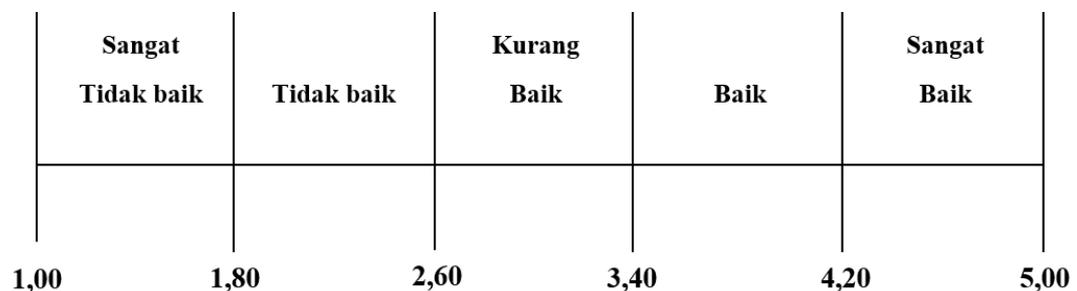
Nilai terendah 1

Tabel 3.3
Tafsiran Nilai rata-rata

Interval	Kriteria
1,00 - 1,80	Sangat Tidak Baik
1,81 - 2,60	Tidak Baik
2,61 - 3,40	Kurang baik
3,41 - 4,20	Baik
4,21 - 5,00	Sangat Baik

Sumber: Sugiyono (2018)

Kategori skala pengukuran tersebut dapat diinterpretasikan dengan alat bantu garis kontinum, yaitu sebagai berikut :



Gambar 3.1
Garis Kontinum

Berdasarkan gambar 3.1 menunjukkan bahwa *range* 1,00 – 1,80 menunjukkan hasil pengukuran yang sangat tidak baik, *range* 1,80 – 2,60 menunjukkan hasil pengukuran tidak baik, *range* 2,60 – 3,40 menunjukkan hasil pengukuran kurang baik, *range* 3,40 – 4,20 menunjukkan hasil pengukuran baik, 4,20 – 5,00 menunjukkan hasil pengukuran yang sangat baik.

3.6.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif digunakan dalam penelitian ini untuk menguji hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistik. Menurut Sugiyono (2018:170) Analisis varifikatif yaitu metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Verifikatif berarti menguji teori dengan pengujian hipotesis apakah diterima atau ditolak.

3.6.2.1 *Method of Successive Interval* (MSI)

Method of successive interval digunakan untuk mengubah data ordinal ke interval. Mengingat data variabel yang digunakan dalam penelitian seluruhnya adalah skala ordinal, sementara pengolahan data dengan penerapan statistik parametrik mensyaratkan data sekurang-kurangnya harus diukur dalam skala interval. Dengan demikian semua data ordinal yang terkumpul akan ditransformasikan terlebih dahulu menjadi skala interval dengan menggunakan *method of successive interval* (MSI). Berikut langkah-langkah untuk melakukan transformasi data:

1. Menentukan frekuensi setiap responden (berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan, kemudian hitung berapa banyak responden yang menjawab *score* nilai 1-5 untuk setiap pertanyaan)
2. Menentukan berapa responden yang akan memperoleh *score-score* yang telah ditentukan dan dinyatakan sebagai frekuensi
3. Setiap frekuensi pada responden dibagi dengan keseluruhan responden, disebut dengan proporsi
4. Tentukan nilai proporsi kumulatif dengan menjumlahkan nilai proporsi secara berurutan per kolom *score*
5. Gunakan tabel distribusi normal, dihitung nilai *Z* untuk setiap proporsi kumulatif yang diperoleh
6. Tentukan nilai tinggi densitas untuk setiap *Z* yang diperoleh (dengan menggunakan tabel densitas)
7. Tentukan nilai skala dengan menggunakan rumus:

$$SV = \frac{\text{Density of Lower Limit} - \text{Density of Upper Limit}}{\text{Area Under Upper Limit} - \text{Area Under Lower Limit}}$$

Keterangan:

Scala Value: Nilai skala

Density of lower limit: Densitas batas bawah

Density of upper limit: Densitas batas atas

Area under upper limit: Daerah dibawah batas atas

Area under lower limit: Daerah dibawah batas bawah

8. Menghitung *score* hasil transformasi untuk setiap pilihan jawaban dengan menggunakan rumus:

$$Y = SV + K$$

Dimana *K* adalah $1 + \text{symin}$

3.6.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel *independen* dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel *independen* berpengaruh positif atau negatif terhadap variabel *dependen*, serta untuk memprediksi nilai variabel *independen* yang mengalami kenaikan atau perubahan.

Dikatakan regresi linier berganda, karena jumlah variabel *independen* sebagai prediktor lebih dari satu, analisis regresi linier berganda merupakan metode statistik yang paling jamak dipergunakan dalam penelitian-penelitian sosial, terutama penelitian ekonomi. Adapun persamaan regresi linier berganda dengan rumus sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \varepsilon$$

Keterangan:

- Y = Variabel terikat/*Dependen* (Keputusan Pembelian Produk Hijau)
- a = Konstanta
- X₁ = Variabel bebas (*Green product*)
- X₂ = Variabel Bebas (*Green advertising*)
- b₁, b₂ = Besaran koefisien regresi dari masing-masing variabel
- ε = *Standart error* / epsilon (Variabel lain yang tidak diteliti)

3.6.2.3 Analisis Kolerasi Berganda

Analisis korelasi berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara variabel *independen* X₁ (*green product*), X₂ (*green advertising*) dan variabel *dependen* Y (keputusan pembelian produk hijau). Keeratan hubungan dapat dinyatakan dengan istilah koefisien korelasi. Koefisien korelasi merupakan besar kecilnya hubungan antara variabel

yang dinyatakan dalam bilangan. Adapun rumus korelasi berganda sebagai berikut

:

$$r = \frac{J_{\text{Regresi}}}{\sum Y^2}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi berganda

J_{regresi} = Jumlah kuadrat regresi

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat total

Berdasarkan nilai R yang diperoleh maka dapat dihubungkan $-1 < r < 1$

sebagai berikut:

1. Apabila $r = 1$, artinya terdapat hubungan positif antara variabel X_1 , X_2 dan Y .
2. Apabila $r = -1$, artinya terdapat hubungan negatif antara variabel X_1 , X_2 dan Y .
3. Apabila $r = 0$, artinya terdapat hubungan korelasi

Tabel 3.4
Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,000 - 0,199	Sangat Lemah
0,200 - 0,399	Lemah
0,400 - 0,599	Cukup
0,600 - 0,799	Kuat
0,800 - 0,999	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2018)

3.6.2.4 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel *dependen* Y (keputusan pembelian produk hijau) yang dapat dijelaskan oleh variabel *independen* X_1 , X_2

(*green product, green advertising*). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Semakin tinggi nilai R^2 menunjukkan bahwa varian untuk variabel *dependen* (Y) dapat dijelaskan oleh variabel *independen* (X) dan sebaliknya. Jadi nilai R^2 memberikan persentase varian yang dapat dijelaskan dari model regresi.

1. Analisis koefisien determinasi simultan

Koefisien determinasi simultan digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel (X_1) *green product* dan (X_2) *green advertising* serta keputusan pembelian produk hijau(Y) atau perhitungan koefisien determinasi secara simultan yang dapat diketahui dengan rumus sebagai berikut :

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

Kd = Koefisien determinasi

r^2 = Kuadrat dari koefisien berganda

2. Analisis koefisien determinasi parsial

Koefisien determinasi parsial digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh dari salah satu variabel independen terhadap variabel *dependen*, dimana variabel *independen* lainnya dianggap konstan/tetap. Untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel *dependen* terhadap variabel *independen* digunakan analisis koefisien determinasi secara parsial sebagai berikut :

$$Kd = b \times \text{Zero Order} \times 100\%$$

Keterangan:

Kd = Koefisien determinasi

b = nilai *standardized coefficients*

Zero Order = Korelasi variabel independen dengan variabel dependen

Ketentuan untuk koefisien determinasi secara parsial, yaitu:

- a) jika K_d mendekati nol (0), artinya pengaruh antara variabel *independen* terhadap variabel *dependen* lemah.
- b) Jika K_d mendekati angka satu (1), artinya pengaruh antara variabel *independen* terhadap variabel *dependen* kuat.

3.6.3 Uji Hipotesis Penelitian

Uji hipotesis penelitian merupakan suatu jawaban sementara yang bersifat praduga dan perlu dibuktikan kebenarannya. Jika hipotesis itu salah maka ditolak, sebaliknya jika itu benar maka akan diterima. Hasil penyelidikan atau pengamatan berdasarkan fakta yang telah dikumpulkan dapat menentukan bahwa hipotesis itu ditolak ataupun diterima. Uji hipotesis dilakukan peneliti untuk mengetahui pengaruh *green product*, dan *green advertising* terhadap keputusan pembelian produk hijau. Uji hipotesis dirumuskan dengan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a).

3.6.3.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Tingkat signifikan dari pengaruh variabel independen (*green product* dan *green advertising*) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (keputusan pembelian produk hijau) yang kemudian dapat diuji menggunakan uji hipotesis simultan (uji F). Nilai F_{hitung} dapat dilihat dari hasil pengelolaan data bagian ANOVA, hipotesis statistik yang diajukan yaitu:

- a) $H_0 : b_1 \text{ dan } b_2 = 0$

Artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara *green product* (X_1) dan *green advertising* (X_2) terhadap keputusan pembelian produk hijau (Y).

b) $H_a : b_1 \text{ dan } b_2 \neq 0$

Artinya terdapat pengaruh signifikan antara *green product* (X_1) dan *green advertising* (X_2) terhadap keputusan pembelian produk hijau (Y).

Uji F atau taraf nyata (signifikan) yang digunakan yaitu: $\alpha = 0,10$ atau 10%. Selanjutnya hasil hipotesis F_{hitung} dibandingkan dengan F_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut:

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima (signifikan)

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a ditolak. (tidak signifikan)

3.6.3.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji parsial diperlukan untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara variabel yang satu dengan variabel yang lain, apakah saling mempengaruhi atau tidak. Pengujian dilakukan dengan uji statistik dengan langkah-langkah sebagai berikut:

$H_0 : b_1 = 0$, tidak terdapat pengaruh *green product* terhadap keputusan pembelian produk hijau

$H_a : b_1 \neq 0$, terdapat pengaruh *green product* terhadap keputusan pembelian produk hijau

$H_0 : b_2 = 0$, tidak terdapat pengaruh *green advertising* terhadap keputusan pembelian produk hijau

$H_a : b_2 \neq 0$, terdapat pengaruh *green advertising* terhadap keputusan pembelian produk hijau

Kemudian dilakukan pengujian dengan menggunakan rumus uji t dengan tingkat signifikansi 5% dengan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{1-r^2}$$

Keterangan:

t = Nilai uji t
r = Koefisien korelasi
n = Jumlah sampel

kemudian hasil hipotesis t_{hitung} dibandingkan dengan tabel, pada ketentuan berikut:

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ Maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ Maka H_0 diterima dan H_a ditolak

3.7 Rancangan Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2018:199). Kuesioner ini berisi pernyataan mengenai variabel *Green product*, *green advertising*, dan Keputusan pembelian produk hijau. Rancangan kuesioner yang dibuat adalah kuesioner tertutup di mana pernyataan dan jawaban sudah ditentukan sebelumnya, sehingga responden hanya perlu memilih jawaban pada kolom pernyataan yang sudah disediakan. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 97 responden.

3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat atau wilayah di mana suatu penelitian dilakukan, penetapan suatu lokasi penelitian merupakan tahapan penting dalam penelitian, karena dengan ditetapkannya lokasi penelitian maka akan mempermudah peneliti melakukan penelitian. Adapun waktu penelitian adalah waktu yang digunakan untuk pelaksanaan penelitian ini.

3.8.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini dilaksanakan pada konsumen AMDK AQUA di Kota Bandung.

3.8.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan sejak bulan Desember 2022 sampai dengan bulan September 2023.