

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey yaitu dengan mengambil sampel dari suatu populasi yang menggunakan kuesioner sebagai alat pengambilan data penelitian, sedangkan rumusan masalah yang digunakan dalam penelitian ini bersifat deskriptif dan verifikatif.

Menurut Purba *et al.*, (2021) Penelitian deskriptif adalah pengumpulan data untuk menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan tentang status terakhir subjek penelitian, yang merupakan metode penelitian faktual tentang status kelompok orang, suatu objek, suatu keadaan, sistem pemikiran atau peristiwa dalam saat ini dengan interpretasi yang benar. Metode ini digunakan untuk menjawab rumusan masalah pertama yaitu, Bagaimana tanggapan konsumen terhadap *Personality Traits* mengenai produk Tumbler Tupperware, Kedua Bagaimana tanggapan konsumen terhadap *Perceived Value Toward Green Purchase* pada produk Tumbler Tupperware, Ketiga Bagaimana tanggapan konsumen terhadap *Green Purchase Intention* pada produk Tumbler Tupperware.

Sedangkan Penelitian Verifikatif menurut Sugiyono (2022:55) adalah metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar dua variabel atau lebih, metode ini digunakan untuk menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang diteliti. Metode verifikatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk menguji

hipotesis dengan menggunakan metode statistik, sehingga dapat diambil hasil pembuktian yang menunjukkan hipotesis diterima atau ditolak.

Metode penelitian verifikatif ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah yaitu untuk menjawab rumusan masalah yang ke empat, yaitu seberapa besar pengaruh *Personality Traits* terhadap *Perceived Value Toward Green Purchase* yang berdampak pada *Green Purchase Intention* pada produk Tumbler (Studi kasus pada konsumen produk Tumbler pada generasi Z di Kota Bandung).

3.2 Definisi dan Operasional Variabel Penelitian

Definisi variabel merupakan penjelasan variabel – variabel penelitian baik variabel bebas maupun terikat, sedangkan operasionalisasi variabel digunakan untuk mempermudah dalam mengukur dan memahami variabel – variabel penelitian.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Dalam suatu penelitian terdapat variabel yang merupakan permasalahan yang ada dalam penelitian. Pengertian variabel penelitian Sugiyono (2020:68) adalah suatu karakteristik atau atribut dari individu atau organisasi yang dapat diukur atau diobservasi yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dijadikan Pelajaran dan kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas (*independent variabel*), Variabel intervening dan variabel terikat (*dependent variabel*). Penelitian yang dilakukan terdapat variabel yang harus ditetapkan sebelum memperoleh atau mulai pengumpulan data. Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menentukan jenis,

indikator, serta skala dari variabel – variabel yang terkait dalam penelitian. Berikut definisi variable penelitian:

1. Variabel Bebas (*Independent Variabel*)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbul variabel dependent. Menurut Sugiyono (2021:69) variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel X (Variabel independent) yang digunakan pada penlitit ini adalah:

a. *Personality Traits* (X1)

Menurut Saucier (1994) dalam Quan Minh Vu et, al(2023)*Personality* (kepribadian) yang dimiliki setiap orang berbeda – beda karena personality merupakan adalah karakteristik individu yang berpengaruh pada pikiran, emosional dan perilakunya.

b. *Perceived Value Toward Green* (X2)

Menurut Sweeney & Soutar (2001) dalam Quan Minh Vu et., al (2023) *Green perceived value* dapat didefinisikan sebagai suatu penilaian menyeluruh dari consume terhadap manfaat yang diterima dan apa yang dikorbankan berdasarkan pada keinginan lingkungan, harapan, adanya keberlanjutan dan segala kebutuhan akan adanya produk hijau atau ramah lingkungan

2. Variabel Terikat (*Dependent Variabel*)

Variabel terikat merupakan faktor utama yang ingin dijelaskan atau diprediksi dan pengaruhi atau menjadi akibat adanya variabel lain. Menurut Sugiyono

(2021:68) variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel Y (Dependen) yang digunakan pada peniliti ini adalah:

a. *Green Purchase Intention* (Y)

Menurut Y.S.Chen & Chang, 2020) *Green purchase intention* didefinisikan sebagai kemauan konsumen untuk membeli produk ramah lingkungan yang motifnya terkait ekologis dan dampak lingkungan dari perilaku pembelian konsumen.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Berdasarkan pengertian dari ketiga variabel yaitu Personality, Perceived Value Tward Green Purchase, dan Green Purchase Intention. Peneliti menetapkan sub variabel, kemudian dikembangkan menjadi indikator-indikator sebagai item pernyataan yang akan digunakan dalam pembuatan kuesioner, agar lebih jelas, operasionalisasi dari variabel yang digunakan dalam penelitian ini, dapat dilihat pada tabel 3.1 sebagai berikut:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel dan Konsep	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. item
<i>Personality traits</i> (X1)	Wawasan yang luas	Gregariousness(sifat suka berteman)	Tingkat sifat suka berteman	Ordinal	1.
<i>Personality</i> (kepribadian) yang dimiliki setiap orang berbeda beda		Excitement Seeking (Mencari Kegembiraan)	Tingkat mencari kegembiraan	Ordinal	2.

Variabel dan Konsep	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. item
karena personality merupakan karakter-ristik individu yang berpengaruh pada pikiran emosional dan perilakunya. Jason Colquitt et al., 2019)	Keramahan	Altruism (Sikap atau naluri untuk kepentingan dan kebaikan orang lain)	Tingkat Altruism	Ordinal	3.
		Tender mindedness (sikap tidak tega dan memiliki hati yang lembut)	Tingkat mindedness	Ordinal	4.
	Kesadaran	Self – disiplin (diri yang konsisten)	Tingkat self disiplin	Ordinal	5.
		Dutifulness (sikap untuk bertanggung jawab)	Tingkat Dutifulness	Ordinal	6.
	Stabilitas Emosional	Implusiveness (sikap yang tidak terpengaruh)	Tingkat implusiveness	Ordinal	7.
		Self consciousness (kesadaran diri)	Tingkat Kesadaran Diri	Ordinal	8.
	Terbuka pada pengalaman	Fantasy (Kreatif)	Tingkat Kreatif	Ordinal	9
		Ideas (Ingin Tahu)	Tingkat ingin tahu	Ordinal	10.
<i>Perceived Value Toward Green Purchase (X2)</i>	Kualitas/ Kinerja	Efektifitas	Tingkat Efektifitas	Ordinal	11
Green perceived value dapat		Daya Tahan	Tingkat Daya Tahan	Ordinal	12.

Variabel dan Konsep	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. item
didefinisikan sebagai suatu penilaian menyeluruh dari konsumen terhadap manfaat yang diterima dan apa yang dikorbankan berdasarkan pada keinginan lingkungan, harapan, adanya keberlanjutan dan segala kebutuhan akan adanya produk hijau atau ramah lingkungan. Yu-Shan, Chen, (2019)	Harga	Keterjangkauan	Tingkat Harga	Ordinal	13.
		Kesesuaian harga dengan kualitas	Tingkat Kesesuaian harga dengan Kualitas	Ordinal	14.
	Nilai Emosional	Perasaan positif	Tingkat perasaan positif	Ordinal	15.
		Kesadaran Diri	Tingkat kesadaran diri	Ordinal	16.
	Nilai Sosial	Pengaruh sosial	Tingkat pengaruh sosial	Ordinal	17.
		Perubahan Sosial	Tingkat Perubahan Sosial	ordinal	18.
Green Purchase Intention (Y) Green purchase intention didefinisikan sebagai kemauan konsumen untuk membeli produk ramah lingkungan yang motifnya terkait ekologis dan dampak lingkungan dari perilaku pembelian konsumen. Snadi et., al (2021)	Bermkasud membeli karena kepedulian lingkungan	Pencarian Produk Berkelanjutan	Tingkat Pencarian Produk Berkelanjutan	Ordinal	19.
		Kesadaran akan dampak lingkungan	Tingkat Kesadaran akan dampak lingkungan	Ordinal	20.
	harapan membeli di masa depan karena kinerja lingkungan	Pengalaman sebelumnya	Tingkat pengalaman sebelumnya	Ordinal	21.
		Kesadaran isu lingkungan	Tingkat kesadaran isu lingkungan	Ordinal	22.
	senang membeli produk karena ramah lingkungan	Keinginan untuk berkontribusi	Tingkat keinginan untuk berkontribusi	Ordinal	23.
		Kepuasan Emosional	Tingkat kepuasan emosional	Ordinal	24.

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

3.3 Populasi dan Sampel

Penelitian memerlukan objek atau subjek yang harus diteliti, sehingga permasalahan yang ada dapat terpecahkan. Berdasarkan tabel operasionalisasi variabel yang telah dipaparkan, maka dapat ditentukan populasi dan sampel pada penelitian ini.

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2022:80), Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Pada penelitian ini yang menjadi populasi penelitian adalah konsumen pada produk Tumbler Tupperware. Berikut data konsumen Tumbler Tupperware periode 2023-2024.

Tabel 3.2
Data Konsumen Tumbler Tupperware Periode 2022-2023

Periode	Jumlah Pemakai Tumbler
Januari	8.700
Februari	8.520
Maret	8.100
April	7.720
Mei	8.000
Juni	8.222
Juli	8.120
Agustus	7.211
September	7.654
Oktober	8.450
November	8.300
Desember	8.210
Total	97.207
Rata-rata	8.100

Sumber: Tupperware, 2024

Berdasarkan Tabel 3.2 data konsumen mengalami kenaikan dan penurunan atau biasa disebut fluktuasi dapat dilihat bahwa jumlah populasi konsumen tumbler Tupperware sepanjang bulan Januari – Desember 2022 sebanyak 97.207 orang berdasarkan data yang diperoleh dari Tumblr Tupperware. Jumlah Rata- rata pengunjung perbulannya yaitu 8.100 konsumen.

3.3.2 Sampel

Sampel menurut Sugiyono (2022:81) mengemukakan bahwa Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasitersebut. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul – betul representatif (mewakili).

Untuk menentukan besarnya sampel bisa dilakukan dengan statistic atau berdasarka estimasi penelitian. Pengambilan sampel ini harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang benar – benar dapat berfungsi atau dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya, dengan istilah lain harus representative (mewakili).

Untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dari populasi peneliti menggunakan rumus Slovin yang dikemukakan oleh Sugiyono (2020:137) dengan tingkat kepercayaan 90% dengan nilai $e=10\%$ adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Dimana:

n = Jumlah sampel yang diperlukan

N = Jumlah populasi

e^2 = Tingkat kesalahan sampel (sampling error), 10% (0,1)

Populasi n = dengan asumsi tingkat kesalahan (e) =10% , maka jumlah

sampel yang harus digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak

$$N = \frac{8.100}{1+8.100(0,1)^2} = 98,8 \text{ Dibulatkan menjadi } 100$$

Berdasarkan perhitungan diatas maka dapat diperoleh ukuran (n) dalam penelitian ini sebanyak 100 orang yang akan dijadikan ukuran sampel pada penelitian.

3.3.3 Teknik Sampling

Terdapat teknik dalam pengambilan sampel untuk melakukan penelitian, menurut Sugiyono (2021:128) menjelaskan bahwa teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian terdapat teknik sampling yang digunakan.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non probability sampling*, menurut Sugiyono (2021:131) *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Salah satu teknik non probability sampling yang digunakan oleh peneliti adalah insidental sampling. Menurut Sugiyono (2021:133) insidental sampling adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/incidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara – cara yang dilakukan untuk memperoleh data dan keterangan – keterangan yang diperluka dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2021:296) jika dilihat dari sumbernya maka data terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Peneliti Lapangan (*Field Research*)

Teknik penelitian lapangan meruakan teknik megumpulkan data yang diperoleh secara langsung pada objek penelitian dengan cara melakukan wawancara, penyebaran kuesioner dan observasi.

a. Kuesioner

Kuesioner merupakan suatu alat ukur yang dilakukan dengan cara membuat daftar pertanyaan yang kemudian akan dijawab langsung oleh responden. Menurut Sugiyono (2021:199) Kuesioner merupakan teknik pengmulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

b. Pengamatan (*Observation*)

Pengamatan merupakan metode pengumpulan data dimana penelitian atau kolaboratornya mencatat informasi sebagaimana yang mereka saksikan selama penelitian. Menurut Sugiyono (2022:145) pengamatan adalah teknik pengumpulan data yang tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek yang lain.

2. Peneliti Kepustakaan (*Library Research*)

Data yang diperoleh dari pihak lain secara tidak langsung. Untuk memperoleh data sekunder, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

- a. Literatur- literatur dan buku – buku, yang berkaitan dengan objek yang diteliti bertujuan mengetahui teori – teori yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti.
- b. Jurnal dan hasil peneliti terdahulu yang berhubungan dengan topik permasalahan yang diteliti.
- c. Internet, dengan cara mencari data – data yang berhubungan dengan topik penelitian, berbentuk jurnal, makalah maupun karya tulis.

3.5 Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen penelitian meliputi uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas berkaitan dengan persoalan untuk membatasi atau menekan kesalahan – kesalahan dalam penelitian, sehingga hasil yang diperoleh akurat dan berguna untuk dilakukan. Uji validitas menunjukkan sejauh mana relevansi pernyataan terhadap apa yang dinyatakan atau apa yang ingin diukur dalam penelitian, sedangkan uji reliabilitas untuk menunjukkan sejauh mana tingkat kekonsistenan pengukuran dari satu responden ke responden lain atau sejauh mana pernyataan dapat dipahami dan tidak menyebabkan beda interpretasi dalam pemahaman pernyataan.

3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu alat yang digunakan menunjukkan derajat ketepatan dan kesesuaian antara objek dengan data yang telah dikumpulkan. Menurut Sugiyono (2021:175) “Pengujian validitas adalah suatu teknik untuk mengukur ketepatan antar data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti”. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Untuk menguji validitas pada tiap – tiap item, yaitu dengan mengkorelasi skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir. Koefisien korelasi yang dihasilkan kemudian dibandingkan dengan standar validasi yang berlaku. Menurut Sugiyono (2021: 246) sebagai berikut:

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

Keterangan:

R_{xy} = Koefisien korelasi pearson product moment.

x = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item

y = Skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item

n = Jumlah responden dalam uji instrumen

$\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X.

$\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y.

$\sum XY$ = Jumlah dari hasil kali pengamatan variabel X dan Variabel Y.

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X.

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y.

Dasar pengambilan keputusan:

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrumen atau item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).

2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka instrumen atau item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

Menurut Sugiyono (2021:180) menyatakan syarat minimum untuk dianggap suatu butir instrument valid adalah indeks validitasnya positif dan besarnya 0,3 keatas. Maka dari itu, semua instrument atau pernyataan yang memiliki tingkat korelasi dibawah 0,3 harus diperbaiki jarena dianggap tidak valid. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan program SPSS (*Statistical Product dan Service Solution*). Validitas suatu butir pertanyaan dapat diliat pada hasil output SPSS ada tabel dengan judul *Item Total Statistic*. Menilai kevalidan masing – masing butir pertanyaan dapat dilihat dari nilai *corrected item – Total Correlation* masing – masing butir pertanyaan.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas untuk memastikan apakah kuesioner penelitian yang akan dipergunakan untuk mengumpulkan data variabel penelitian reliabel atau tidak. Menurut Sugiyono (2021:176) instrument yang reliabel adalah instrument yang bila digunakan beberapa kali mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji realibilitas harus dilakukan hanya pada persetujuan – persetujuan yang sudah memenuhi uji validitas. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Cronbach Alpa (CA)* merupakan statistic yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrument penelitian, keudian dilanjutkan dengan pengujian rumus – rumus *spearman brown*.

Berkenan dengan hal tersebut peneliti melampirkan rumus – rumus untuk pengujian reliabilitas sebagai berikut:

1. Item dibagi dua secara acak, kemudian dikelompokkan dalam kelompok ganjil dan genap.
2. Skor untuk masing – masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor total untuk kelompok ganjil dan genap.
3. Korelasi skor kelompok ganjil dan kelompok genap dengan rumus.

$$r_{AB} = \frac{n(\sum AB) - (\sum A)(\sum B)}{\sqrt{((n \sum A^2 - (\sum A)^2)(n \sum B^2 - (\sum B)^2))}}$$

Keterangan:

r = Koefesien korelasi *product moment*

A = Variabel nomor ganjil

B = Variabel nomor genap

$\sum A$ = Jumlah total skor belahan ganjil

$\sum B$ = Jumlah total skor belahan genap

$\sum A^2$ = Jumlah kuadran total skor belahan ganjil

$\sum B^2$ = Jumlah kuadran total skor belahan genap

$\sum AB$ = Jumlah perkalian skor jawaban belahan ganjil dan belahan genap

4. Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus korelasi *Spearman Brown* sebagai berikut:

$$r = \frac{2 \cdot r_b}{1 + r_b}$$

Keterangan:

r = Nilai reliabilitas

r_b = Korelasi *pearson product moment* antar belahan pertama (ganjil) dan belahan kedua (genap), batas reliabilitas minimal 0,7

Setelah mendapatkan nilai reliabilitas instrument (rb hitung), kemudian nilai realibilitas instrument (rb hitung) tersebut dibandingkan dengan jumlah responden dan taraf nyata sehingga akan memunculkan keputusan sebagai berikut.

1. Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka instrumen atau pernyataan tersebut dinyatakan reliabel.
2. Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$, maka instrumen atau pernyataan tersebut dinyatakan tidak reliabel.

Selain valid, alat ukur tersebut juga harus memiliki keandalan atau realibilitas. Suatu alat ukur dapat diandalkan jika alat ukur tersebut digunakan berulang kali akan memberikan hasil yang relatif sama (tidak jauh berbeda). Untuk melihat andal tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui koefisien reliabilitas. Apabila koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,7 maka secara keseluruhan pernyataan dikatakan reliabel.

3.6 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis

Metode analisis data merupakan suatu cara untuk mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Untuk penelitian yang tidak merumuskan hipotesis, langkah terakhir tidak dilakukan.

Analisis data dalam bentuk statistik deskriptif antara lain adalah penyajian data melalui tabel, grafik, diagram, lingkaran, perhitungan modus, median, mean, perhitungan desil, persentil, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi, perhitungan presentase. Dalam statistik deskriptif juga dapat dilakukan mencari kuatnya suatu hubungan antar variabel melalui analisis kolerasi, melakukan prediksi, dengan analisis regresi, dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi (Sugiyono, 2021:207). Kebenaran hipotesis itu harus dibuktikan melalui data yang terkumpul.

Berdasarkan pendapat yang telah di paparkan dapat disimpulkan analisis data digunakan juga untuk menguji hipotesis yang diajukan peneliti, karena analisis data yang dikumpulkan digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen (X_1) = *Personality* (X_2) = *Perceived Value Toward Green* (Y) = *Green Purchase Intention*

3.6.1 Analisis Deskriptif

Dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif. Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisa data yang diperoleh melalui kuesioner yang bertujuan untuk menggambarkan dan mendeskripsikan sejauh mana tanggapan konsumen terhadap variabel X_1 (*Personality*), variabel X_2 (*Perceived Value Toward Green*), dan variabel Y (*Green Purchase Intention*). Menurut Sugiyono (2021:64) analisis deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya satu variabel atau lebih (variabel yang

berdiri sendiri) tanpa membuat perbandingan variabel itu sendiri dan mencari hubungan dengan variabel lain.

Peneliti melakukan pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner dengan menggunakan skala likert. Skala likert menurut Sugiyono (2021:146) yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Setiap item dari kuesioner tersebut memiliki 5 (lima) jawaban dengan bobot atau nilai yang berbeda-beda.

Setiap pilihan jawaban akan diberikan skor, maka responden harus menggambarkan dan mendukung pertanyaan(item positif hingga item negatif) skor tersebut berguna untuk mengetahui alternatif jawaban yang dipilih oleh responden. Adanya skor ini dapat memberikan masing masing jawaban pernyataan alternatif. Berikut terdapat skor skala likert menurut Sugiyono:

Tabel 3.2
Bobot Nilai Skala Likert

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
STS (Sangat Tidak Setuju)	1
TS (Tidak Setuju)	2
KS (Kurang Setuju)	3
S (Setuju)	4
SS (Sangat Setuju)	5

Sumber: Sugiyono (2021:147)

Berdasarkan Tabel 3.2 dapat diketahui bahwa dalam pernyataan pernyataan positif dan negatif memiliki bobot nilai yang berbanding terbalik. Pada kuesioner penelitian ini peneliti akan menggunakan pernyataan positif sehingga jawaban sangat setuju memiliki nilai 5 (lima), setuju memiliki nilai 4 (empat), dan pernyataan negatif dengan jawaban kurang setuju memiliki nilai 3 (tiga), tidak setuju memiliki nilai 2 (dua), dan sangat setuju memiliki nilai 1 (satu).

Pernyataan-pernyataan yang berhubungan dengan variabel dependen dan independen diatas dalam operasionalisasi variabel ini, semua variabel diukur oleh instrumen pengukur dalam bentuk kuesioner. Skala likert digunakan untuk menganalisis setiap pernyataan atau indikator, yang kemudian dihitung frekuensi jawaban setiap kategori (pilihan jawaban) dan kemudian dijumlahkan. Hasil rekapitulasi jawaban konsumen akan dihitung skor rata-ratanya untuk menghitung skor rata-rata menggunakan statistik non parametrik yaitu mean. Peneliti dalam menentukan kategori skala pada garis kontinum menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\frac{\sum \text{jumlah kuesioner}}{\sum \text{pertanyaan} \times \sum \text{responden}} = \text{Skor rata - rata}$$

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

$$\text{NJI (Nilai Jenjang Interval)} = \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Jawaban}}$$

Dimana:

- a. Nilai minimum : 1
- b. Nilai maksimum : 5
- c. Interval : $5 - 1 = 4$
- d. NJI (Nilai Jenjang Interval): $\frac{5 - 1}{5} = 0,8$

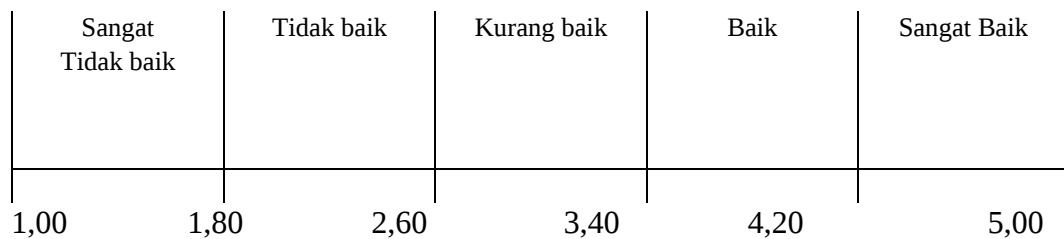
Berdasarkan hasil perhitungan diatas dapat diketahui kategori skala tabel yaitu sebagai berikut:

Tabel 3. 3
Kategori Skala

Skala	Kategori	Personality	Perceived Value Toward Green	Green Purchase Intention
1,00 - 1,80	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak Berkepribadian	Sangat Tidak setuju	Sangat Tidak Berminat pembelian hijau
1,81 – 2,60	Tidak Baik	Tidak Berkepribadian	Tidak Setuju	Tidak Berminat pembelian hijau
2,61 – 3,40	Kurang Baik	Kurang Berkepribadian	Kurang Setuju	Kurang berminat pembelian hijau
3,41 – 4,20	Baik	Berkepribadian	Setuju	Berminat Pembelian hijau
4,21 – 5,00	Sangat Baik	Sangat Berkepribadian	Sangat Setuju	Sangat Berminat Pembelian hijau

Sumber: Sugiyono (2017:95)

Setelah nilai rata – rata jawaban telah diketahui, kemudian hasil tersebut diinterpretasikan dengan alat bantu garis kontinum sebagai berikut:



Gambar 3. 1
Gambar Kontinum

Sumber: Sugiyono (2017:97)

3.6.2 Analisis Verifikatif

Menurut Sugiyono (2021:17) mendefinsikan analisis verifikatif adalah penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan

untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Analisis verikatif merupakan analisis untuk membuktikan dan mencari kebenaran dari hipotesis yang diajukan. Analisis verifikatif bermaksud untuk mengetahui hasil penelitian yang berkaitan antara pengaruh variabel *Personality* ,dan variabel *Perceived Value Toward Green Purchase* Terhadap variabel *Green Purchase Intention* pada produk Tumbler. Metode analisis ini dilakukan dapat dilakukan dengan berbagai langkah sebagai berikut:

3.6.2.1 Method Of Succesive Internal (MSI)

Setelah mendapatkan data dari hasil penyebaran kuesioner, yang berskala ordinal ditransformasikan menjadi skala interval, yang mana data yang disajikan oleh peneliti adalah data ordinal maka harus ditransformasikan menjadi data berskala iterval. Teknik tranformasi yang paling sederhana dengan menggunakan MSI (*Method Of Succeshive Interval*). Menurut Sugiyono (2017:268) Langkah – Langkah menganalisis data dengan menggunakan *Method Of Succeshive Interval* adalah sebagai berikut:

1. Memperhatikan setiap butir jawaban responden dari kuesioner yan disebarkan.
2. Menentukan frekeuensi setiap responden yaitu banyaknya responden yang memberikan respon untuk masing – masing kategori yang ada.
3. Menentukan nilai proposi setiap responden yaitu dengan membagi setiap bilangan pada frekuensi, dengan banyaknya responden keseluruhan.
4. Jumlah proposi secara keseluruhan (setiap responden), sehingga diperoleh proposi kumulatif.
5. Tentukan nilai Z untuk setiap proposi kumulatif.

6. Menghitung Scale Value (SV) untuk masing – masing responden dengan rumus:

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

Dimana :

Density of lower limit = kepadatan batas bawah

Density of upper limit = kepadatan batas atas

Area below upper limit = daerah dibawah batas atas

Area below lower limit = daerah dibawah batas bawah

7. Mengubah Scale Value (SV) terkecil menjadi sama dengan satu (=1) dan mentransformasikan masing – masing skala menurut perubahan skala terkecil sehingga diperoleh *Transformed Scaled Value* (TSV).

3.6.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi dilakukan bila ada hubungan dua variabel berupa hubungan kausal atau fungsional. Analisis regresi dapat digunakan apabila ingin mengetahui bagaimana variabel dependen atau kriteria dapat diprediksi melalui variabel independen atau preditor. Analisis regresi ganda digunakan oleh peneliti apabila variabel independen terdiri dari dua atau lebih sebagai faktor preditor. Persamaan regresi:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 +$$

Dimana:

Y = Variabel terikat (Green Purchase Intention)

a = Bilangan konstanta

b = Koefisien regresi

X₁ = Variabel bebas (Personality)

X₂ = Variabel bebas (Perceived Value Toward Green Purchase).

3.6.2.3 Analisis Korelasi Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui korelasi antara variable bebas (X) secara simultan keseluruhan dengan variable terikat (Y). Rumus korelasi berganda adalah sebagai berikut:

$$R = \frac{JK(\text{reg})}{\sum Y^2}$$

Dimana:

R = Koefisien korelasi berganda

JK(reg) = Jumlah kuadrat dalam bentuk deviasi

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat total korelasi dalam bentuk deviasi

Berdasarkan nilai koefisien (R) yang diperoleh, didapat hubungan $1 < R < 1$ sedangkan harga untuk masing-masing nilai R adalah sebagai berikut :

1. Apabila R = 1, artinya terdapat hubungan antara variabel X dan variabel Y semua positif sempurna.
2. Apabila R = -1, artinya terdapat hubungan antara variabel X dan variabel Y semua negatif sempurna.
3. Apabila R = 0, artinya tidak terdapat hubungan antara variabel X dan variabel Y

4. Apabila R berada diantara -1 dan 1, maka tanda megatif (-) menyatakan adanya korelasi tidak langsung atau korelasi negatif.

Dan tanda positif (+) menyatakan adanya korelasi langsung atau korelasi positif.

Adapun pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien dapat dilihat pada tabel

3.4 berikut ini:

Tabel 3. 4
Kriteria Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Korelasi
0,00 – 0,199	Sangat Lemah
0,20 – 0,399	Lemah
0,40 – 0,599	Cukup
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono 2018:214

3.6.2.4 Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan metode pengambilan keputusan yang dilakukan pada analisis data baik dari perusahaan yang terkontrol maupun dari observasi yang tidak terkontrol. Pengujian hipotesis ini dimaksudkan untuk mengetahui kebenaran dan relevansi antara variabel *independent* yang diusulkan terhadap variabel *dependent* serta untuk mengetahui kuat lemahnya pengaruh dari masing – masing variabel *independent* terhadap variabel *dependent*.

Menurut Sugiyono (2018:385) pengertian hipotesis adalah hipotesis didefinisikan sebagai dengan atas jawaban sementara mengenai suatu masalah yang masih perlu diuji secara empiris untuk mengetahui apakah pertanyaan atau dugaan jawaban itu dapat diterima atau ditolak. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan pengujian hipotesis secara parsial (Uji t) dan pengujian hipotesis

secara simultan (Uji f). Adapun penjelasan dari masing 0 masing pengujian tersebut adalah sebaga berikut.

1. Uji Simultan (F-Test)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Untuk menguji kedua hipotesis ini digunakan uji statistik F. Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis menggunakan output SPSS, dengan kriteria pengujian hipotesis dengan tingkat signifikansi (α) = 0,1 artinya kemungkinan kebenaran hasil penarikan kesimpulan mempunyai probabilitas 90% atau toleransi kesalahan 10%. ditentukan sebagai berikut :

H0 : $b_1, b_2 = 0$, Tidak terdapat pengaruh *Personality Traits* dan *Perceived Vaue Towards Green Purchase* terhadap *Green Purchase Intention*

H1 : $b_1, b_2 \neq 0$ Terdapat pengaruh *Personality Traits* dan *Perceived Vaue Towards Green Purchase* terhadap *Green Purchase Intention*.

Pasangan hipotesis tersebut kemudian di uji untuk mengetahui apakah hipotesis ditolak atau diterima, berikut merupakan rumus untuk menguji hipotesis :

$$F_{hitung} = \frac{R^2/K}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Dimana:

R^2 = Koefisien korelasi berganda

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah anggota sampel

F = F hitung yang selanjutnya dibandingkan dengan F tabel

(n-k-1)= Derajat kebebasan

Berdasarkan perhitungan terakhir maka akan diperoleh distribusi F dengan pembilang (K) dan penyebut (n-k-1) dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Apabila $F_{hitung} > F_{Tabel} (\alpha) = 0.1$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima (signifikan)
 2. Apabila $F_{hitung} < F_{Tabel} (\alpha) = 0.1$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. (tidak signifikan).
2. Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis menggunakan output SPSS, dengan kriteria pengujian hipotesis dengan tingkat signifikansi $(\alpha) = 0,1$ artinya kemungkinan kebenaran hasil penarikan kesimpulan mempunyai probabilitas 90% atau toleransi kesalahan 10% ditentukan sebagai berikut : *Personality Traits* terhadap *Green Purchase Intention*

- a. $H_0 : b_1, b_2 = 0$ artinya tidak terdapat pengaruh *Personality* terhadap *Green Purchase Intention*.
 - b. $H_a : b_1, b_2 \neq 0$ artinya terdapat pengaruh *Personality* dan terhadap *green purchase intention*.
2. *Perceived Value Toward Green Purchase* terhadap *Green Purchase Intention*
- a. $H_0 : B_2 = 0$ artinya tidak terdapat pengaruh *Perceived Value Toward Green Purchase* terhadap *Green Purchase Intention*
 - b. $H_0 : B_2 > 0$ artinya terdapat pengaruh *Perceived Value Toward Green Purchase* terhadap *Green Purchase Intention*

Selanjutnya untuk menguji signifikan koefisien parsial dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

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

Dimana:

T_{hitung} = statistika uji korelasi

r = nilai korelasi parsial

n = jumlah sampel

Apabila pengujian tersebut telah dilakukan, maka hasil pengujian t_{hitung} dibandingkan dengan t_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima
2. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

3.6.2.5 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat persentase (%) besarnya pengaruh personality terhadap perceived value toward green yang berdampak pada green purchase intention. Langkah perhitungan analisis koefisien determinasi yang dilakukan yaitu analisis koefisien determinasi berganda simultan dan analisis koefisien determinasi parsial, dengan rumus sebagai berikut:

1. Analisis koefisien determinasi berganda simultan.

Analisis koefisien determinasi berganda simultan digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase personality terhadap perceived value toward green yang berdampak pada green purchase intention secara simultan dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

Kd = Koefisien Determinasi

R^2 = Koefisien Korelasi yang di kuadratkan

2. Analisis Koefisien Determinasi Parsial.

Analisis koefisien determinasi parsial yaitu digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase personality terhadap perceived value toward yang berdampak pada green purchase intention secara parsial dengan rumus sebagai berikut:

$$Kd = \beta \times \text{Zero order} \times 100\%$$

Keterangan:

Kd = Koefisien Determinasi

β = Nilai standardized coefficients

Zero order = Korelasi variabel bebas terhadap variabel terikat

100% = Pengali yang menyatakan dalam persentase.

Kriteria-kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

1. $Kd = 0$, berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, rendah
2. $Kd = 1$, berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, kuat

3.7 Rancangan Kuesioner

Kuesioner adalah instrumen pengumpulan data atau informasi yang dioperasionalkan ke dalam bentuk item atau pernyataan. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan harapan dapat mengetahui variabel-variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal yang penting. Kuesioner ini berisi pernyataan mengenai variabel X1 (*Personality Traits*) dan X2 (*Perceived Value Toward Green*) Terhadap Y (*Green Purchase Intention*) sebagaimana yang tercantum pada operasionalisasi variabel. Kuesioner ini bersifat tertutup, dimana pernyataan yang membawa responden ke jawaban alternatif yang sudah ditetapkan sebelumnya, sehingga responden tinggal memilih pada kolom yang sudah disediakan. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert.

3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Tupperware Bandung Jl. Buah Batu No. 86, Burangrang, Kec. Lengkong, Kota Bandung, Jawa Barat 40262. Peneliti juga melakukan penelitian kepada konsumen Tupperware Bandung. Adapun waktu penelitian ini terhitung mulai dari bulan Januari 2024 sampai selesai.