

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab 3 ini peneliti akan membahas mengenai obyek penelitian yang merupakan gambaran singkat dan padat informatif mengenai obyek yang akan diteliti, sub bab selanjutnya adalah desain penelitian dimana menjelaskan mengenai cara dan pendekatan penelitian yang akan digunakan serta uraian penjelasan cara dan pendekatan tersebut di gunakan, di lanjutkan dengan variabel penelitian yang merupakan penjabaran dari masing-masing variabel serta definisi oprasionalnya secara ringkas dan indikator yang di gunakan dari variabel-variabel yang di gunakan.

teknik pengumpulan data merupakan penjabaran usaha bagaimana peneliti mengumpulkan data lalu menjelaskan data yang di perlukan, teknik pengambilan sample merupakan penjelasan mengenai teknik memilih anggota populasi menjadi anggota sample, terakhir teknik analisis data berisi metode analisi yang di gunakan untuk mengukur hasil penelitian, juga rumus-rumus statistik yang di gunakan dalam perhitungan dan program computer yang di gunakan untuk mengolah data.

A. Obyek Penelitian

Dalam penelitian ini, berdasarkan judul penelitian yaitu “Pengaruh *Green Marketing mix* Terhadap *Consumers’ Buying Decision Process* Melalui Mediasi *Consumer Perception*”, dengan objek penelitian adalah produk *The Body Shop*. Penelitian ini akan menyebarkan kuesioner kepada konsumen yang membeli dan





mengonsumsi produk *The Body Shop* di beberapa cabang toko seperti *The Body Shop* Mall Kelapa Gading 3, Golden truly, Grand Indonesia (GI), Central Park (CP).

B. Desain Penelitian

Menurut Cooper dan Schindler buku *business research methods* (2008:141), studi deskriptif dapat berbentuk sederhana atau kompleks yang dapat dilakukan bervariasi. Penelitian deskriptif sederhana berfokus pada pertanyaan atau pernyataan hipotesis yaitu peneliti bertanya tentang (atau sesuatu tentang) negara, ukuran, bentuk, distribusi, atau keberadaan dari suatu variabel. Pendekatan yang digunakan dalam metode penelitian ini, bila ditinjau dari berbagai perspektif yang berbeda adalah:

1. Berdasarkan tingkat perumusan masalah

Penelitian ini merupakan studi formal, karena penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis dan menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian yang diajukan.

2. Berdasarkan metode pengumpulan data

Penelitian ini dilakukan secara survei, menyebarkan kuesioner yang berisi daftar pertanyaan kepada responden dengan mengajukan pertanyaan kepada subjek dan mengumpulkan jawaban-jawabannya dari pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner tersebut. Data yang dihasilkan dapat berasal dari daftar isian yang harus diisi dan diberikan kepada subjek penelitian ini.

3. Berdasarkan pengendalian variabel-variabel oleh peneliti

Penelitian ini menggunakan desain *ex post facto*, di mana penulis dibatasi dengan membiarkan faktor-faktor konstan untuk memilih subjek-subjek secara cermat sesuai dengan prosedur-prosedur pengambilan sampel.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI KGG (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 IBIKGG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKGG.



4. Berdasarkan tujuan penelitian

Penelitian ini termasuk dalam studi kausal, karena bertujuan untuk menguji apakah terdapat hubungan antara variabel-variabel yang diteliti.

5. Berdasarkan dimensi waktu

Penelitian ini menggunakan *cross-sectional*, yaitu studi yang dilaksanakan satu kali dan mencerminkan gambaran dari suatu keadaan pada suatu saat tertentu.

6. Berdasarkan ruang lingkup topik bahasan

Penelitian ini menggunakan studi statistik, karena hipotesis dalam penelitian ini akan diuji secara kuantitatif dengan menggunakan uji statistik. Kesimpulan mengenai hasil-hasil temuan disajikan berdasarkan tingkat sejauh mana sampel adalah *representative* dan tingkat validitas atau kesalahan sampel.

7. Berdasarkan lingkungan penelitian

Penelitian ini tergolong sebagai penelitian lapangan (*field studies*), karena subjek dan objek penelitian berada dalam lingkungan nyata yang sebenarnya (bukan simulasi).

8. Berdasarkan persepsi subjek

Dalam penelitian ini persepsi subjek yang diusahakan adalah subjek tidak merasa ada penyimpangan dari situasi sehari-hari sampai subjek merasa ada penyimpangan, tetapi tidak dikaitkan dengan penelitian.

C. Variabel Penelitian

Adapun Variabel dalam penelitian berikut aspek-aspeknya dan variabel tersebut sebagai berikut:



1. Variabel bebas (*independent variabel*)

Variabel bebas merupakan variabel yang nilainya tidak dipengaruhi/ditentukan oleh variabel lain yang ada dalam suatu model. Dalam penelitian ini, yang menjadi bagian dari *variable (independent variable)* adalah *Green marketing mix (X1)*

Tabel 3.1

Green marketing mix

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
<i>Green marketing mix</i>	Produk (<i>product</i>)	1. produk <i>The Body Shop</i> memiliki fitur ramah lingkungan. 2. Kemasan pada produk <i>The Body Shop</i> dapat di daur ulang. 3. produk <i>The Body Shop</i> memiliki desain lingkungan. 4. Produk <i>The Body Shop</i> dapat diandalkan, tidak membuat iritasi kulit karena terbuat dari bahan alami.	Interval

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

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.



<p>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <p>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.</p> <p>2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.</p>	<p>Harga (<i>Price</i>)</p>	<p>1. Harga yang ditetapkan <i>The Body Shop</i>, relevan dengan program pelestarian lingkungan.</p> <p>2. harga <i>The Body Shop</i> sesuai dengan manfaat produk yang ramah lingkungan.</p>	Interval
	<p>Place</p>	<p>1. Tampilan atau desain tempat di toko <i>The Body Shop</i> berwarna natural seperti kayu yang mencerminkan suasana ramah lingkungan.</p>	Interval
	<p>Promotion</p>	<p>1. Media promosi baik media cetak maupun media elektronik yang digunakan oleh <i>The Body Shop</i> menggunakan konsep berwawasan lingkungan.</p> <p>2. Pesan - pesan yang disampaikan <i>The Body Shop</i> dalam bentuk iklan relevan dengan pelestarian lingkungan</p>	Interval

2. Variabel terikat (*dependent variabel*)

Variabel terikat merupakan variabel yang diamati dan diukur untuk menentukan besar pengaruh yang disebabkan oleh variabel bebas. Dalam penelitian



ini yang menjadi bagian dari variabel terikat (*dependent variabel*) adalah
 (C) *Consumers' buying decision process* (Y1).

Tabel 3.2

Consumers' buying decision process

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Consumers' buying decision process	<i>Problem Recognition</i>	1. ingin membeli Produk <i>The Body Shop</i> karena menyadari kebutuhan akan penampilan.	Interval
	<i>Information search</i>	1. mencari informasi produk <i>The Body Shop</i> dari public. 2. mencari informasi produk <i>The Body Shop</i> dari media komersial. 3. mencari informasi produk <i>The Body Shop</i> dengan bertanya pada keluarga atau rekan 4. memakai produk <i>The Body Shop</i> melalui tester yang di sediakan di gerai <i>The Body Shop</i>	Interval
	<i>Evaluation of Alternative</i>	1. membandingkan dengan produk lain sebelum membeli produk <i>The Body Shop</i> 2. mempertimbangkan produk <i>The Body Shop</i> dari segi manfaat dan pemecahan solusi	Interval

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Consumers' buying decision process

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.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)	<i>Purchase decision</i>	1. percaya terhadap Produk <i>The Body Shop</i> lalu membelinya	Interval
	<i>Postpurchase Behavior</i>	1. puas ketika membeli produk <i>The Body Shop</i> .	Interval

3. Variabel Mediasi

Imam Gozhali (2006:210) mengatakan bahwa variabel mediasi adalah variabel antara atau (mediating) yang memiliki fungsi untuk memediasi hubungan antara variabel bebas (*independent variable*) dengan variabel tetap (*dependent variable*). Variabel bebas (*independent variable*) yang merupakan variabel mediasi dapat berpengaruh langsung pada variabel tetap (*dependent variable*) ataupun dapat berpengaruh tidak langsung melalui variabel bebas (*independent variable*) yang lain. Dalam penelitian ini, yang menjadi bagian dari variabel mediasi adalah *Consumer perception*.

Tabel 3.3

Consumer perception

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
<i>Consumer perception</i>	<i>Selective Attention</i>	1. Memperhatikan Produk <i>The Body Shop</i> karena sedang membutuhkan kosmetik.	Interval

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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



<p>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p>		<p>2. Memperhatikan produk <i>The Body Shop</i> karena tidak suka dengan produk yang tidak berbahan alami.</p> <p>3. Memperhatikan produk <i>The Body Shop</i> ketika ada potongan harga.</p>	
	<p><i>Selective Distortion</i></p>	<p>1. menaruh perhatian pada produk <i>The Body Shop</i> karena yakin ada kemiripan dengan kosmetik yang biasa sering di pakai.</p>	<p>interval</p>
	<p><i>Selective Retention</i></p>	<p>1. menaruh perhatian pada produk <i>The Body Shop</i> karena <i>The Body Shop</i> mempunyai merek yang kuat sehingga dapat di ingat.</p>	<p>Interval</p>

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian adalah:

1. Teknik komunikasi

Teknik komunikasi digunakan untuk mengumpulkan data primer dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner diberikan kepada responden yang mengkonsumsi produk *The Body Shop*.



2. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data dimana dilakukan dengan dokumen. Dokumen dilakukan untuk memperoleh data sekunder yang akan dijadikan landasan teori terhadap masalah yang sedang diteliti. Dokumen dilakukan dengan mempelajari literatur-literatur serta laporan-laporan yang menyajikan informasi mengenai topik permasalahan yang diteliti, kemudian dari hasilnya tersebut dijadikan pedoman dalam melakukan penelitian.

E. Teknik Pengambilan Sampel

Jumlah sampel yang diajukan dalam suatu penelitian menurut *Hair Et Al* (2009:101).“mengenai ukuran sampel pertanyaan, peneliti umumnya tidak akan menganalisis faktor sampel kurang dari 50 hasil pengamatan, dan sebaiknya ukuran sampel harus 100 atau lebih besar. secara umum, minimum memiliki setidaknya lima kali banyak observasi dari jumlah variabel yang akan dianalisis, dan ukuran sampel yang lebih dapat diterima akan memiliki rasio 10:1.” Peneliti menetapkan kriteria dari sampel yang akan diambil adalah mereka yang pernah membeli produk *The Body Shop* dan melakukan pembelian ulang produk *The Body Shop* di wilayah Mall Kelapa Gading 3, Golden truly, Grand Indonesia (GI), Central Park (CP). Oleh karena itu, dalam penelitian ini dilakukan beberapa kali pembagian kuesioner secara sistematis dengan perincian: kuesioner sebanyak 120 set yang dibagikan kepada masyarakat yang pernah mengonsumsi produk *The Body Shop*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBIKKG (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.



F. Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini untuk melakukan uji model dan pengolahan data adalah *Structural Equation Model* (SEM). Analisis menggunakan SEM dilakukan dengan bantuan program LISREL 8.80 untuk memudahkan dalam melakukan perhitungan dengan metode SEM. Untuk menghitung reliabilitas variabel yang diteliti, peneliti menggunakan program SPSS.

Model persamaan struktural (*Structural Equation Model*) merupakan teknik analisis multivariate yang memungkinkan peneliti untuk menguji hubungan antar variabel yang kompleks baik *recursive* maupun *non-recursive* untuk memperoleh gambaran menyeluruh mengenai keseluruhan model (Ghozali dan Fuad, 2008 : 3).

1. Evaluasi Model Pengukuran

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner, suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. *Item* pertanyaan dikatakan valid jika *t-value* > 1,96 (Yamin dan Kurniawan, 2009: 36) dan *factor loading* $\geq 0,4$ (Minto Waluyo, 2011: 81)

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dengan SPSS dapat diukur reliabilitas dengan uji statistic *cronbach alpha*. Suatu konstruk atau variabel



dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha* > 0,70. Kriteria yang dapat digunakan adalah sebagai berikut ini (Ghozali, 2011) :

- (1) Jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,70 maka pertanyaan - pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah “reliabel”.
- (2) Jika nilai *Cronbach Alpha* < 0,70 maka pertanyaan - pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah “tidak reliabel”.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan pusat, penyebaran, dan bentuk distribusi data serta sangat membantu sebagai alat awal untuk mendeskripsikan data (Cooper dan Schindler, 2003: 474). Adapun alat analisis deskriptif yang digunakan adalah :

a. Rata-rata Hitung (\bar{x})

Mean adalah jumlah nilai yang diamati dalam distribusi dibagi dengan jumlah pengamatan. Rumus rata-rata hitung adalah :

$$\bar{x} = \sum_{i=1}^n \frac{xi}{n}$$

Keterangan :

\bar{x} : Rata-rata hitung (mean)

xi : Total bobot

n : Jumlah responden

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.



b. Analisis Persentase

Analisis persentase digunakan untuk mengetahui jumlah jawaban terbanyak dalam bentuk persentase. Rumus yang digunakan adalah :

$$Fr_i = \frac{\sum fi}{n} \times 100\%$$

Keterangan

Fr_i : frekuensi relatif untuk setiap kategori

$\sum fi$: nomor atau responden yang termasuk dalam kategori i

n : Total responden

c. Rata-rata Tertimbang

Untuk rata-rata tertimbang, rumus yang digunakan adalah :

$$\bar{x} = \frac{\sum fi \times xi}{\sum fi}$$

Keterangan :

fi : frekuensi

xi : bobot nilai

$\sum fi$: jumlah responden

3. Skala Likert

Berdasarkan daftar pertanyaan pada kuesioner yang dibuat oleh peneliti, untuk menentukan penilaian skor atas jawaban yang diberikan oleh responden, peneliti menetapkan nilai masing-masing jawaban yang diperoleh berdasarkan skala *likert*.

Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. (Sugiyono, 2012 : 132).

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.



Skala Likert didesain untuk menelaah seberapa kuat subjek setuju dan tidak

setuju dengan pernyataan pada skala lima titik dengan susunan sebagai berikut:

Jawaban	Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu - ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Respons terhadap sejumlah item yang berkaitan dengan konsep atau variabel tertentu kemudian disajikan kepada tiap responden. Ini adalah skala interval dan perbedaan respon antara dua titik pada skala tetap sama (Uma Sekaran, 2009: 152).

4. Penilaian Overall Fit

a. Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)

Menurut Ghazali dan Fuad (2008 : 32), nilai RMSEA yang kurang dari 0,05 mengindikasikan *goodness of fit model* sangat baik dan jika nilai RMSEA yang kurang dari atau sama dengan 0,08 menyatakan model memiliki perkiraan kesalahan yang masuk akal. Sedangkan jika RMSEA berkisar antara 0,08 sampai dengan 0,1 mengindikasikan bahwa model memiliki *fit* yang cukup. Dan *P-value for Test of Close Fit* adalah lebih besar dari 0,5.

b. Adjusted Goodness of fit Index (AGFI)

Menurut Diamantopaulus dan Siguaw (2000) dalam buku Ghazali dan Fuad (2008 : 31), nilai AGFI model yang fit adalah lebih besar dari 0.9.

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.



c. *Chi Square/Degrees of Freedom*

Wheaton et. Al (1977) dalam Ghozali dan Fuad (2008: 326) nilai ratio sama dengan 5 (lima) atau kurang dari lima merupakan ukuran yang masuk akal.

d. *Normed Fit Index (NFI)*

Menurut bentler (1992) dalam Ghozali dan Fuad (2008: 34) suatu model dikatakan fit apabila memiliki nilai NFI lebih besar dari pada 0,9.

e. *Goodnessl Fit Indices (GFI)*

Nilai GFI yang direkomendasikan berkisar antara 0 - 1 (Ghozali dan Fuad, 2008: 31).

f. *Comparative Fit Index (CFI)*

Menurut bentler (1990) dalam Ghozali dan Fuad (2008: 328) nilai yang direkomendasikan agar model *fit* adalah $>0,90$.

g. *Consistent Aike Information Criterion (CAIC)*

Nilai CAIC model yang baik harus lebih kecil dari CAIC *Saturated* dan CAIC *Independence* (Ghozali dan Fuad, 2008 : 33)

h. *Akaike's Information Criterion (AIC)*

Nilai AIC model yang baik harus lebih kecil dari AIC *Saturated* dan AIC *Independence*. (Ghozali dan Fuad, 2008 : 33)

i. *Parsimony Goodness of Fit Index (PGFI)*

Nilai PGFI yang direkomendasikan untuk indikasi model yang baik yaitu 0,06-0,09 (Ghozali dan Fuad, 2005: 31).

j. *Relative Fit Index (RFI)*

Nilai RFI berada di antara 0 sampai dengan 1 dimana nilai yang mendekati angka 1 menunjukkan bahwa suatu model *fit* (Ghozali dan Fuad, 2008: 34)

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.



5. Penilaian Model Struktural

Ⓒ Evaluasi model struktural berfokus pada hubungan-hubungan antara variabel laten eksogen dan endogen serta hubungan antara variabel endogen. Tujuan menilai model struktural adalah memastikan apakah hubungan-hubungan yang dihipotesiskan pada model konseptualisasi didukung oleh data empiris yang diperoleh melalui *survey* (Imam Ghazali dan Fuad, 2008: 335)

a. Tanda (arah) hubungan antara variabel-variabel laten mengindikasikan apakah hasil hubungan antara variabel-variabel tersebut memiliki pengaruh yang sesuai dengan yang dihipotesiskan. Hipotesis statistik dalam penelitian ini.

(1) Pengaruh *green marketing mix* terhadap *consumer perception*

$$H_0 : \beta = 0$$

$$H_a : \beta > 0$$

(2) Pengaruh *green marketing mix* terhadap *consumers' buying decision process*

$$H_0 : \beta = 0$$

$$H_a : \beta > 0$$

(3) Pengaruh *consumer perception* terhadap *consumers' buying decision process*

$$H_0 : \beta = 0$$

$$H_a : \beta > 0$$

b. Koefisien determinasi (R^2) pada persamaan struktural mengindikasikan jumlah varians pada variabel laten endogen yang dapat dijelaskan secara simultan oleh variabel-variabel laten independen. Semakin tinggi nilai R^2 , maka semakin besar variabel-variabel independen dapat menjelaskan variabel endogen, sehingga semakin baik, persamaan struktural

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



6. Model Lengkap SEM

- © Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
- Path diagram* (Ghozali dan Fuad, 2008 : 15) merupakan grafis bagaimana beberapa variabel pada suatu model berhubungan satu sama lain, yang memberikan suatu pandangan menyeluruh mengenai struktur model. Representasi grafis membantu dalam memahami hipotesis yang telah dibentuk. *Path diagram* mampu menunjukkan persamaan-persamaan aljabar dan *error* dalam persamaan tersebut serta mengurangi kemungkinan *spesification error* dengan menyoroti hubungan yang dihilangkan, variabel yang dikeluarkan, sehingga konseptualisasi model akan ditingkatkan. *Path diagram* juga membantu dalam mendeteksi kesalahan pada persamaan yang telah dibentuk. Berikut merupakan gambar model kelengkapan SEM dari penelitian yang dilakukan.

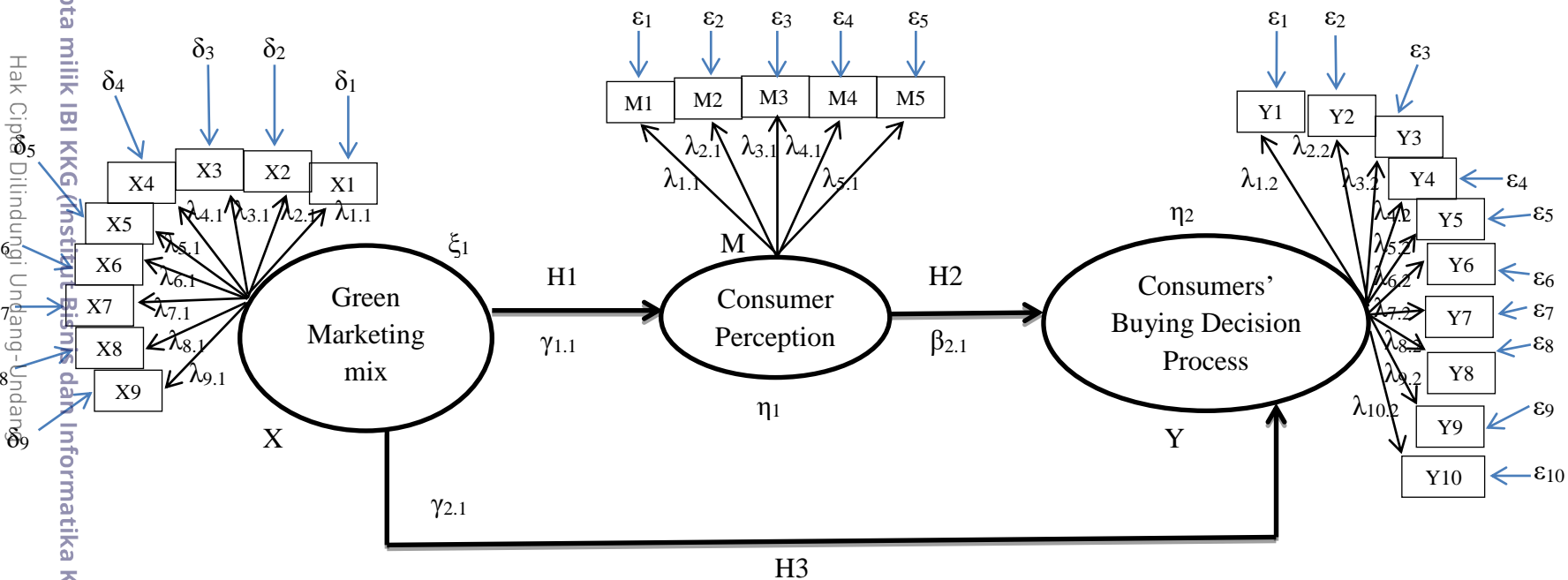
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

Gambar 3.1

Model Lengkap SEM



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisni

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.





Keterangan:

ξ (KSD): variabel laten eksogen

η (ETA): variabel laten endogen

γ (GAMMA): hubungan langsung antara variabel eksogen terhadap variabel endogen

β (BETA): hubungan antara sama-sama variabel endogen

λ (LAMBDA): hubungan antara variabel laten dengan indikatornya

ϵ (EPSILON): *measurement error* untuk indikator variabel endogen

δ (DELTA): *measurement error* untuk indikator variabel eksogen

Persamaan Struktural :

$$\eta_1 = \gamma_{11}\xi_1 + \epsilon$$

$$\eta_2 = \beta_{21}\eta_1 + \gamma_{21}\xi_1 + \epsilon$$

Persamaan pengukuran variabel eksogen :

$$X_1 = \lambda_{11}\xi_1 + \delta_1$$

$$X_2 = \lambda_{21}\xi_1 + \delta_2$$

$$X_3 = \lambda_{31}\xi_1 + \delta_3$$

$$X_4 = \lambda_{41}\xi_1 + \delta_4$$

$$X_5 = \lambda_{51}\xi_1 + \delta_5$$

$$X_6 = \lambda_{61}\xi_1 + \delta_6$$

$$X_7 = \lambda_{71}\xi_1 + \delta_7$$

$$X_8 = \lambda_{81}\xi_1 + \delta_8$$

$$X_9 = \lambda_{91}\xi_1 + \delta_9$$

Hak Cipta Ditanggung Undang-Undang Republik Indonesia
Instytut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Ditaring 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.



Persamaan pengukuran variabel endogen :

$$M_1 = \lambda_{11}\eta_1 + \varepsilon_1$$

$$M_2 = \lambda_{21}\eta_1 + \varepsilon_2$$

$$M_3 = \lambda_{31}\eta_1 + \varepsilon_3$$

$$M_4 = \lambda_{41}\eta_1 + \varepsilon_4$$

$$M_5 = \lambda_{51}\eta_1 + \varepsilon_5$$

$$Y_1 = \lambda_{12}\eta_2 + \varepsilon_1$$

$$Y_2 = \lambda_{22}\eta_2 + \varepsilon_2$$

$$Y_3 = \lambda_{32}\eta_2 + \varepsilon_3$$

$$Y_4 = \lambda_{42}\eta_2 + \varepsilon_4$$

$$Y_5 = \lambda_{52}\eta_2 + \varepsilon_5$$

$$Y_6 = \lambda_{62}\eta_2 + \varepsilon_6$$

$$Y_7 = \lambda_{72}\eta_2 + \varepsilon_7$$

$$Y_8 = \lambda_{82}\eta_2 + \varepsilon_8$$

$$Y_9 = \lambda_{92}\eta_2 + \varepsilon_9$$

$$Y_{10} = \lambda_{102}\eta_2 + \varepsilon_{10}$$

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

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

a. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber;

b. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

c. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.