

BAB 3

METODE PENELITIAN

Menurut Sugiyono (2018:2) pengertian dasar dari metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode penelitian dibagi menjadi 2 yakni metode penelitian kuantitatif dan kualitatif. Adapun metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif mempunyai pengertian sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2018).

3.1 Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2018) obyek penelitian adalah orang atau kegiatan atau objek yang memiliki variasi tertentu yang sebelumnya telah ditetapkan oleh peneliti untuk di alami dan dipelajari agar bisa ditarik kesimpulan. Berdasarkan teori tersebut, peneliti menetapkan The Body Shop akan menjadi obyek dari penelitian ini.

3.2 Desain Penelitian

Menurut Cooper dan Schindler (2019:126), desain penelitian adalah rencana dan struktur penelitian untuk mendapatkan jawaban atas pertanyaan penelitian mencakup garis besar tentang apa yang akan dilakukan peneliti dari penelitian hipotesis dan implikasi operasional peneliti terhadap analisis akhir data.





Menurut Cooper dan Schindler (2019:126), terdapat tujuh pendekatan dalam desain penelitian jika dilihat dari perspektif yang berbeda, antara lain :

3.1. Tujuan Studi

Tujuan penelitian bisa dibagi menjadi empat yakni *untuk reporting study, descriptive, causal-explanatory* dan *causal-predictive*. Adapun penelitian ini mempunyai tujuan dalam bentuk kausal-prediktif dimana dalam penelitian ini berusaha untuk menjelaskan dengan memperkirakan dampak terhadap sebuah variabel dengan memanipulasi variabel yang lain sementara mempertahankan variabel lainnya secara konstan. Pada penelitian ini, variabel yang dimanipulasi adalah keputusan pembelian sedangkan variabel yang dimanipulasi adalah *green marketing* dan *corporate social responsibility*. Jadi dengan kata lain tujuan dari studi ini adalah untuk melihat dampak dari pemberlakuan *green marketing* dan *corporate social responsibility* oleh The Body Shop terhadap Keputusan Pembelian (Cooper & Schindler, 2019)

3.2.2. Lingkungan Penelitian

Berdasarkan Cooper dan Schindler (2019:127), lingkungan penelitian dibagi menjadi tiga yakni ada *field setting, laboratory research*, dan *simulation*. Penelitian ini akan dilakukan dengan konsep *field setting* dimana lingkungan akan dilakukan secara langsung dilapangan. Adapun dikarenakan adanya pandemi *Covid-19*, lingkungan yang dimaksud akan berada pada lingkungan daring. Adapun pada lingkungan yang serba daring ini, objek dan subjek penelitian tidak akan bisa ditemui secara langsung sehingga penelitian akan dilakukan dengan menyebarkan kuisioner melalui sarana internet kepada masyarakat luas.

3.2.3. Dimensi Waktu

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Dimensi waktu menurut Cooper dan Schlinder (2019:127) dibagi menjadi

dua kategori yakni *cross-sectional* dan *longitudinal*. Dalam penelitian ini menggunakan studi *cross-sectional* dimana pengumpulan data hanya dilakukan satu kali yaitu saat penyebaran kuesioner kepada responden pada bulan Januari 2022 sampai dengan bulan Februari 2022.

3.2.4. Ruang Lingkup Topik Bahasan

Ruang lingkup topik dari penelitian dibagi menjadi 2 yakni *statistical* dan *case*. Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan studi statistik yang dimana penelitian akan berusaha untuk menangkap karakteristik populasi dengan membuat keputusan berdasarkan karakteristik sampel serta hipotesis dalam penelitian ini diuji secara kuantitatif (Cooper & Schindler, 2019)

3.2.5. Metode Pengumpulan Data

Dalam Cooper dan Schlinder (2019), metode pengumpulan data dibagi menjadi 2 yakni *monitoring* dan *communication study*. *Monitoring* merupakan metode pengumpulan data yang dimana data didapatkan dengan peneliti melakukan inspeksi terhadap subjek atau objek yang diteliti tanpa melihat tanggapan dari orang lain, sedangkan *communication study* merupakan metode pengumpulan data yang dimana peneliti bertanya kepada subjek atau objek penelitian dan mengumpulkan tanggapan subyektif ataupun tidak subyektif. Adapun yang digunakan dalam penelitian ini adalah *communication study*, dimana peneliti mempertanyakan tanggapan para responden yang didasarkan pada variabel dalam penelitian, kemudian peneliti mengumpulkan data hasil jawaban responden.

3.2.6. Tingkat Rumusan Masalah

Tingkat rumusan masalah sebagaimana disebutkan oleh Cooper dan Schlinder (2019) dibagi menjadi 2 yakni *explanatory study* dan *formal study*.

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



Penelitian ini bersifat formal dimana dimulai dengan pertanyaan penelitian atau hipotesis dan melibatkan tata cara penelitian yang tepat serta spesifikasi sumber data. Tujuan dari desain penelitian formal yaitu untuk menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan-pertanyaan yang ada pada penelitian ini.

3.2.7. Pengendalian Variabel Oleh Peneliti

Pengendalian variabel bisa digolongkan dalam 2 bentuk yakni *experiment* dan *ex post facto design*. Pengendalian variabel dalam penelitian ini yaitu menggunakan *ex post facto* dimana peneliti tidak memiliki kontrol atas variabel-variabel yang ada dengan arti bahwa peneliti tidak memiliki kemampuan kendali untuk memanipulasi variabel dan hanya melaporkan apa yang sedang atau yang telah terjadi. Peneliti tidak boleh melakukan manipulasi pada penelitian ini karena bisa menyebabkan bias.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi yang diteliti

Menurut Sugiyono (2018), populasi adalah wilayah penyamarataan yang terdiri atas objek / subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi peneliti menetapkan populasi dalam penelitian ini yaitu para masyarakat Indonesia yang tinggal di daerah JABODETABEK yang mengetahui atau sudah pernah menggunakan produk dari perusahaan The Body Shop.

3.3.2. Sampel yang diteliti

Menurut Sugiyono, sampel adalah suatu bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2018). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel *nonprobability sampling*. *Nonprobability sampling* menurut Sugiyono adalah sebuah teknik dalam pengambilan sampel yang



tidak memberikan peluang / kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2018). Dalam menentukan sampel untuk penelitian ini, peneliti menggunakan *sampling purposive*.

Sampling purposive adalah sebuah teknik untuk menentukan sampel dari populasi dengan beberapa pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2018), atau dengan kata lain *sampling purposive* adalah penggunaan beberapa anggota dari populasi yang sebagaimana sudah ditetapkan jumlahnya oleh peneliti untuk diteliti. Menurut Roscoe dalam Sugiyono yang dimana mengatakan mengenai ukuran sampel untuk penelitian terdapat beberapa kriteria, yakni ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500 responden dan bila penelitian melakukan analisis dengan multivariate maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti (Sugiyono, 2018). Jadi untuk penelitian ini jumlah sampel yang diperlukan adalah 30 dikarenakan adanya 3 variabel (dua independen dan satu dependen). Adapun menurut ahli lainnya, dalam ukuran yang pasti sebuah penelitian multivariat memerlukan 100 responden ataupun lebih untuk menjadi sampelnya (Hair et al., 2018). Peneliti memutuskan untuk menggunakan sampel dari penelitian ini yaitu berjumlah 139 dari 153 orang responden yang didapat yang dimana 139 tersebut merupakan responden yang sudah pernah membeli produk The Body Shop. Adapun yang termasuk kedalam responden adalah masyarakat dengan kriteria tertentu, berikut adalah kriteria dari responden :

- 1) Responden dengan usia lebih dari 17 tahun keatas. Pemilihan umur didasarkan pada anggapan bahwa responden sudah cukup dewasa dan mempunyai pertimbangan yang lebih rasional dalam menjawab kuisisioner, selain itu responden juga dianggap mempunyai kemampuan membeli yang lebih tinggi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI RKG (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 IBI RKG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBI RKG.



- 2) Responden berdomisili di daerah JABODETABEK
- 3) Responden mengetahui produk The Body Shop ataupun sudah pernah menggunakan produk The Body Shop



Hak cipta dimiliki IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3.4 Lokasi Penelitian

Peneliti memilih lokasi penelitian pada daerah JABODETABEK yakni Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi dengan subyek penelitian pada masyarakat yang mengetahui ataupun sudah pernah menggunakan produk The Body Shop. Lokasi penelitian dilakukan pada daerah JABODETABEK karena jumlah toko The Body Shop mayoritas berada pada daerah JABODETABEK seperti yang bisa dilihat melalui gambar berikut :

Gambar 3. 1 : Lokasi Toko The Body Shop



Sumber : Google Map

3.5 Variabel Penelitian

Dalam penelitian yang dilakukan, terdapat tiga variabel yang terdiri dari dua variabel independen (variabel bebas) dan satu variabel dependen (variabel terikat). Variabel independen pada penelitian ini adalah *green marketing* dan *corporate social responsibility*, sementara untuk variabel dependen dalam penelitian adalah keputusan pembelian.

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



3.5.1. Variabel *Green Marketing* (variabel independen / variabel bebas / X1)

Variabel *green marketing* dijabarkan melalui tabel berikut :

Tabel 3. 1 : Indikator Variabel *Green Marketing* (X1)

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
<i>Green Marketing</i>	<i>Green Product</i>	Dimana produk yang dijual oleh perusahaan tidak boleh mengandung unsur binatang ataupun hewani,	Likert
		Produk juga mempunyai daya tahan yang lama	Likert
		Komponen bahan baku yang digunakan dalam produk aman bagi konsumen.	Likert
	<i>Green Price</i>	Penetapan harga yang sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen.	Likert
	<i>Green Place</i>	Pendistribusian produk yang membuat konsumen dapat dengan lebih mudah untuk memperoleh produk sehingga konsumen tidak perlu mengeluarkan bahan bakar yang dapat merusak lingkungan.	Likert
	<i>Green Promotion</i>	Penggunaan media promosi sebagai alat dalam mengubah persepsi masyarakat untuk lebih cinta lingkungan, seperti program <i>Bring Back Our Bottle</i> .	Likert

Sumber : Peneliti, 2022

3.5.2. Variabel *Corporate Social Responsibility*(variabel independen / variable bebas / X2)

Variabel *corporate social responsibility* dijabarkan melalui tabel berikut :

Tabel 3. 2 : Indikator Variabel *Corporate Social Responsibility* (X2)

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
<i>Corporate Social Responsibility</i>	<i>Legal Behavior</i>	Perusahaan harus menaati hukum yang berlaku, dimana standar produk kecantikan adalah produknya sudah BPOM	Likert
	<i>Ethical Behavior</i>	Perusahaan melakukan perilaku yang etis pada bisnisnya dengan memberikan produk yang aman kepada konsumen	Likert
	<i>Social Responsibility Behavior</i>	Perusahaan melakukan kegiatan tanggung jawab terhadap lingkungan dengan mengurangi dampak dari produksi melalui program daur	Likert

© Hak cipta dimiliki IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang menyalin, 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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)		ulang “ <i>Bring Back Our Bottle</i> ”	Likert
		Perusahaan melakukan kegiatan tanggung jawab terhadap sosial dengan membantu masyarakat sekitar melalui program sekolah gratis “Sekolah Bisa”	

Sumber : Peneliti, 2022

3.3. Variabel Keputusan Pembelian (variabel dependen / variabel terikat / Y)

Variabel keputusan pembelian dijabarkan melalui tabel berikut :

Tabel 3. 3 : Indikator Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Keputusan Pembelian	Pengenalan Kebutuhan	Konsumen menyadari suatu masalah atau kebutuhan	Likert
	Pencarian Informasi	Konsumen ingin mencari informasi lebih banyak	Likert
	Evaluasi Alternatif	Konsumen menggunakan informasi untuk mengevaluasi merek alternatif dalam sekelompok pilihan	Likert
	Keputusan Pembelian	1.Muncul niat dari konsumen untuk membeli 2.Konsumen memutuskan untuk membeli	Likert
	Pasca Pembelian	Konsumen yang puas melakukan pembelian kembali	Likert

Sumber : Peneliti, 2022

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menyebarkan kuesioner elektronik melalui *Google Form* kepada masyarakat di daerah JABODETABEK melalui jaringan sosial. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala likert menurut Sugiyono (2018 : 93) merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi dari seseorang ataupun sekelompok orang mengenai fenomena sosial yang terjadi. Cara kerja dari skala likert adalah dengan menjabarkan variabel yang akan diukur menjadi indikator-indikator.

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.



Lalu indikator tersebut akan menjadi landasan untuk menyusun pernyataan ataupun pertanyaan yang akan digunakan dalam kuisisioner. Menurut Ghozali (2018) skala likert dapat berbentuk skala interval, dimana skala interval merupakan tingkatan preferensi dari sangat tinggi hingga ke rendah. Berdasarkan pernyataan tersebut maka peneliti menggunakan urutan skala likert sebagai berikut :

Tabel 3. 4 : Tabel Skala Likert

Pernyataan	Skor
Tidak Setuju	1
Kurang Setuju	2
Cukup Setuju	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

3.7 Teknik Uji Kuisisioner

3.7.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2018: 121) sebuah penelitian bisa dikatakan valid apabila ada kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Instrumen atau indikator variabel bisa dikatakan valid menandakan bahwa alat yang digunakan untuk memperoleh data bersifat valid, atau dengan kata lain instrumen atau indikator pada variabel tersebut bisa digunakan untuk mengukur apa yang sedang diteliti. Menurut Sugiyono (2018:125) jumlah sampel yang digunakan untuk validitas sebanyak 30.

Menurut Ghozali (2018: 51) Uji validitas merupakan alat ukur untuk menguji sah atau valid tidaknya suatu kuisisioner. Kuisisioner dikatakan valid apabila pertanyaan atau pernyataan pada kuisisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner yang telah dibuat. Kuisisioner dikatakan valid apabila nilai signifikansi (Sig.) kurang dari 0,05 dan tidak valid apabila nilai signifikansi (Sig.) melebihi 0,05.



Cara pembuktian lainnya adalah dengan membandingkan r tabel dengan r hitung, jika r hitung lebih besar dari r tabel maka data dikatakan valid dan begitupun sebaliknya.

Pada penelitian ini, nilai r tabel yang digunakan ada pada $df = 30 - 2 = 28$.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2018:121), sebuah penelitian dikatakan reliabel apabila terdapat kesamaan data meskipun dalam waktu yang berbeda. Instrumen atau indikator pada variabel dikatakan reliabel apabila instrumen atau indikator tersebut meskipun telah dipakai berkali-kali akan menghasilkan data yang sama.

Menurut Ghazali (2018 :45), uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuisioner dapat dinyatakan handal jika jawaban seorang partisipan terhadap pertanyaan dalam mnegisi kuisioner adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Jika konstruk atau indikator variabel pada penelitian yang dilakukan dikatakan reliabel atau dapat dipercaya maka data yang diperoleh dari instrumen akan dapat dipercaya juga.

Menurut Nunnally dalam Ghazali (2018:46), pengukuran dari sebuah konstruk atau indikator variabel dikatakan sebagai reliabel jika hasil dari Cronbach Alpha $> 0,70$

3.7.3 Analisis Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2018:147) statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Statistik deskriptif dapat digunakan bila peneliti hanya ingin mendeskripsikan data sampel dan tidak ingin membuat kesimpulan yang berlaku untuk populasi di mana sampel diambil. Bentuk statistik deskriptif yang



termasuk 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, perhitungan persentase. Menurut Ghazali (2018:19) statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis dan skewness(kemencengan distribusi).

Rata-Rata Hitung (Mean) :

Rata-rata dihitung dengan cara menggunakan seluruh perkalian antara frekuensi dengan nilai skor masing-masing dibagi dengan jumlah total frekuensi.

$$\bar{X} = \frac{\sum Fi \cdot Xi}{N}$$

Keterangan :

\bar{X} : Skor rata-rata

Fi : Frekuensi pemilihan nilai

Xi : Skor Hasil Kuisisioner

N : Jumlah total frekuensi

Presentase

Analisis Presentase digunakan untuk mengetahui jawaban kuisisioner dengan jumlah terbanyak dalam bentuk yang sudah diubah menjadi persentase. Berikut rumus dari analisis presentase :

$$P = \frac{Fi}{\sum Fi} \times 100\%$$

Keterangan :

P : Presentase dari responden yang memiliki kategori tertentu

Fi = jumlah responden yang menjawab satu jenis pertanyaan tertentu

$\sum Fi$: Jumlah total 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.



3.7.4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk melihat keterkaitan antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Dalam penelitian ini, analisis regresi linear berganda digunakan untuk melihat hubungan antara dua variabel independen yakni *green marketing* dan *corporate social responsibility* terhadap satu variabel dependen yakni Keputusan Pembelian konsumen. Terdapat rumus analisis regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Keterangan :

Y = variabel dependen (Keputusan Pembelian)

β_0 = konstanta

β_1 = koefisien regresi

β_2 = koefisien regresi

X_1 = variabel independen (*Green Marketing*)

X_2 = variabel independen (*Corporate Social Responsibility*)

ε = Variabel Gangguan atau Error

a. Uji Asumsi Klasik :

1) Uji Multikolonieritas :

Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Tidak adanya korelasi diantara variabel independen merupakan model regresi



yang baik. Variabel independen yang saling berkorelasi bisa disebut sebagai variabel yang tidak ortogonal, yakni interaksi antara variabel independen yang bernilai 0. Tanda adanya multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *Tolerance* atau nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Keduanya memiliki nilai yang berlawanan karena $VIF = 1/Tolerance$. Secara umum, tanda keberadaan multikolinieritas adalah jika nilai VIF ≥ 10 atau $Tolerance \leq 0,1$ (Ghozali, 2018).

2) Uji Heteroskedastisitas

Menurut Imam Ghozali (2018 : 137) uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi bisa dikatakan sebagai Heteroskedastisitas apabila residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda, sedangkan model regresi dikatakan sebagai Homoskedastisitas apabila residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya tetap. Keberadaan homoskedastisitas melambangkan model regresi yang baik.

H_0 : Koefisien parameter sign atau nilai signifikansi < 0.05 maka terjadi heteroskedastisitas

H_a : Koefisien parameter sign atau nilai signifikansi > 0.05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3) Uji Normalitas :

Menurut Ghozali (2018 :161) uji normalitas digunakan untuk melihat variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal pada model regresi. Terdapat dua cara untuk mencari melihat residual berdistribusi normal atau tidak, yakni dengan analisis grafik dan uji statistik. Yang

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.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

digunakan pada penelitian ini adalah uji statistik khususnya pada bagian uji-statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov. Uji ini dilakukan dengan membuat hipotesis, sebagai berikut :

H_0 : Data residual berdistribusi normal

H_a : Data residual berdistribusi tidak normal

Model yang paling baik adalah distribusi data normal. Untuk menguji apakah sebuah data residual berdistribusi normal atau tidak bisa dilihat dari nilai signifikansinya yang bila angkanya lebih besar dari 0,05 maka data berdistribusi normal dan jika angkanya lebih kecil dari 0,05 maka data berdistribusi tidak normal.

Uji Korelasi (Uji Statistik T)

Uji statistic t merupakan dapat menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2018). Hipotesis yang digunakan dalam pengujian ini seperti :

H_0 : $b_i = 0$

H_a : $b_i \neq 0$

Untuk menginterpretasikan koefisien variabel independen pada penelitian ini digunakan unstandardized coefficients, yang membuat pengambilan keputusan mempunyai kriteria sebagai berikut :

- 1) Jika signifikansi > 0.05 maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat;
- 2) Jika signifikansi ≤ 0.05 maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

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



c. Uji F

Uji F dikenal dengan uji kelayakan model dilakukan untuk mengukur kelayakan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual secara statistik. Menurut Ghazali (2018 : 98), uji F tidak seperti uji T yang dimana menguji signifikansi koefisien parsial regresi secara terpisah dengan pengujian hipotesis yang terpisah juga dan bernilai nol, melainkan pengujian dilakukan secara bersama-sama. Pada penelitian ini, uji signifikansi digunakan untuk melihat apakah model regresi dapat atau layak digunakan untuk memprediksi variabel Y (keputusan pembelian). Hipotesis yang akan digunakan pada uji F adalah :

$$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = 0$$

$$H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq 0$$

Untuk menguji hipotesis pada statistik Uji F ini bisa digunakan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut (Frost, 2019) :

- 1) Jika nilai signifikansi > 0.05 atau nilai F hitungnya lebih kecil dari nilai F tabel maka terima H_0 . Jika H_0 diterima artinya model regresi yang digunakan tidak layak untuk dipakai untuk memprediksi variabel dependen.
- 2) Jika nilai signifikansi < 0.05 atau nilai F hitungnya lebih besar dari nilai F tabel maka terima H_a . Jika H_a diterima artinya model regresi yang digunakan layak dipakai untuk memprediksi variabel dependen.

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghazali (2018 : 97), koefisien determinasi merupakan koefisien yang mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai dari koefisien determinasi berjarak mulai dari nol sampai dengan satu, semakin kecil nilainya maka semakin kecil juga

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.

kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen. Nilai yang dilihat pada koefisien determinasi adalah bagian *Adjusted R²*.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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