

BAB III

METODE PENELITIAN

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan daftar 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.

A. Objek Penelitian

Objek penelitian menjadi pusat perhatian dalam suatu penelitian karena objek penelitian adalah sasaran yang ingin dicapai untuk mendapatkan jawaban atau solusi dari permasalahan yang diteliti. Menurut Sugiyono (2013), objek penelitian didefinisikan sebagai berikut: "Objek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang suatu hal yang objektif, valid, dan reliable terkait dengan suatu variabel tertentu."

Dalam penelitian ini objek yang dimaksud ialah produk-produk pembersih yang sering digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Sedangkan subjek penelitian ialah produk ramah lingkungan yang akan peneliti teliti didalam penelitian ini khususnya produk rumah tangga di seluruh Supermarket di wilayah Jakarta Utara.

B. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, di mana data penelitian disajikan dalam bentuk angka-angka dan dianalisis dengan menggunakan metode statistik (Sugiyono, 2013: 30). Metode yang diterapkan dalam penelitian kuantitatif ini didasarkan pada filsafat positivisme, yang bertujuan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan mengumpulkan data menggunakan instrumen penelitian (Sugiyono, 2013: 30).

Selain itu, penelitian ini bersifat penelitian kuesioner, di mana responden berperan sebagai instrumen utama untuk mengumpulkan informasi dalam bentuk pendapat dari sejumlah orang terkait dengan topik tertentu. Tujuan dari penggunaan kuesioner adalah untuk memperoleh kesimpulan sesuai dengan karakteristik dan populasi yang telah ditentukan (Thoifah, 2015).

C. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu dalam penelitian yang diidentifikasi oleh peneliti untuk dipelajari guna memperoleh informasi dan kesimpulan (Sugiyono, 2013: 38). Terdapat dua jenis variabel dalam penelitian, yaitu variabel terikat (*dependent variable*) dan variabel bebas (*independent variable*). Variabel terikat adalah variabel yang bergantung pada variabel lain, sementara variabel bebas adalah variabel yang tidak bergantung pada variabel lainnya. Berkaitan dengan penelitian ini, variabel yang digunakan adalah sebagai berikut :

a. Variabel Independen (*Independent Variable*)

Variabel independen, atau variabel bebas, adalah variabel yang memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (terikat), baik itu pengaruh positif maupun negatif (Ferdinand, 2006). Variabel independen dalam penelitian ini adalah :

(1) Kesadaran Lingkungan (X1)

(2) *Eco label* (X2)

(3) Sikap konsumen (X3)

(4) Iklan (X4)

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,
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.

(5) Persepsi Harga (X5)

b. Variabel Dependen (*Dependent Variable*)

Variabel dependen, atau variabel terikat, adalah variabel yang nilainya bergantung pada variabel lain, di mana nilai tersebut dapat berubah. Variabel dependen sering juga disebut variabel respon dan dilambangkan dengan Y.

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian.

2. Definisi Operasional

Menurut Sugiyono (2013), definisi operasional variabel adalah suatu atribut, sifat, atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, dan kemudian ditarik kesimpulannya. Definisi operasional ini membantu mengukur atau mengamati variabel dalam kerangka penelitian secara konkret dan dapat dioperasionalkan.

Adapun variable beserta operasionalnya dijelaskan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Definisi Operasional

No.	Variable	Deskripsi Variable	Indikator	Sumber
-----	----------	--------------------	-----------	--------



1.	Kesadaran Lingkungan (X1)	Kesadaran lingkungan merupakan usaha untuk mengembangkan pemahaman individu tidak hanya sebatas pengetahuan teoritis tentang lingkungan, termasuk topik seperti sampah, pencemaran, penghijauan, dan perlindungan satwa langka. Lebih dari itu, kesadaran lingkungan berfokus pada mengajak individu untuk menerapkan pengetahuan yang telah diperoleh, dengan memotivasi semangat dan kesadaran mereka terhadap lingkungan sekitarnya.	1. Pengetahuan 2. Sikap (<i>attitude</i>): 3. Bertanggung jawab (<i>responsible</i>);	(Wibowo, 2011)
----	---------------------------	---	---	----------------

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



2.	<i>Eco label</i> (X2)	<p><i>eco label</i> merupakan suatu instrumen yang memberikan informasi kepada konsumen mengenai dampak lingkungan suatu produk. Seiring itu, <i>eco label</i> juga memberikan insentif kepada produsen untuk menghasilkan produk yang lebih ramah lingkungan sepanjang siklus hidupnya, melibatkan tahap perolehan bahan baku, proses produksi, penggunaan, pembuangan, dan upaya pendaurulangan. Dengan demikian, <i>eco label</i> berperan sebagai alat yang merangsang kesadaran keberlanjutan dalam pengambilan keputusan konsumsi dan mendorong praktik produksi</p> <ol style="list-style-type: none">Mengetahui bahwa <i>eco label</i> terdapat pada produk ramah lingkunganMenyadari keberadaan <i>eco label</i> pada saat berbelanjaMenyadari bahwa pemerintah mendukung <i>eco label</i><i>Eco label</i> dapat dengan mudah diidentifikasi	(Riyanto et.al., 2018)
----	--------------------------	--	------------------------

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
- Dilarang mengumumkan 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)

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

yang berkelanjutan.



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.

3.	Sikap (X3)	sikap merupakan organisasi keyakinan yang relatif tetap,	1. Cognitive component 2. Affective component 3. Konatifn component	(Amstrong dan Kotler, 2008)
4.	Iklan (X4)	Iklan pada dasarnya adalah alat komunikasi yang digunakan oleh produsen atau perusahaan untuk menyampaikan informasi tentang produk atau jasa mereka kepada pelanggan dan masyarakat melalui media massa.	1. <i>Mission</i> (tujuan) 2. <i>Message</i> (pesan yang disampaikan), 3. <i>Media</i> (media yang digunakan).	(Kotler dan Keller, 2013)



5.	Harga (X5)	Harga dapat dijelaskan sebagai sejumlah uang yang dikeluarkan untuk memperoleh suatu produk atau jasa, atau sebagai sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat, kepemilikan, atau penggunaan produk atau jasa tersebut.	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Harga sesuai kemampuan atau daya saing 4. Kesesuaian harga dengan manfaat	(Kotler dan Keller, 2009)
----	------------	--	--	---------------------------

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

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.



6.	Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah tindakan konsumen untuk membentuk preferensi di antara merekmerek dalam kelompok pilihan dan membeli produk yang paling disukai.	<ol style="list-style-type: none">1. Kemantapan pada sebuah produk adalah kualitas produk yang sangat baik akan membangun kepercayaan konsumen sehingga merupakan penunjang kepuasan konsumen2. Kebiasaan dalam membeli produk adalah pengulangan sesuatu secara terus menerus dalam melakukan pembelian produk yang sama3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain adalah memberikan kepada seseorang atau lebih bahwa sesuatu yang dapat dipercaya, dapat juga merekomendasikan diartikan sebagai menyarankan, mengajak untuk bergabung, menganjurkan suatu bentuk perintah4. Melakukan pembelian ulang adalah individu melakukan pembelian produk atau jasa dan	(Amstrong dan Kotler, 2008)
----	-------------------------	---	--	-----------------------------

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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

menentukan untuk membeli lagi,

maka pembelian kedua dan selanjutnya disebut pembelian ulang

D. Teknik Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yang merupakan suatu teknik penentuan sampel dengan mempertimbangkan faktor-faktor tertentu (Sugiyono, 2013: 217). Pemilihan teknik *purposive sampling* dipilih karena sesuai untuk penelitian kuantitatif atau penelitian yang melibatkan generalisasi (Sugiyono, 2013: 217). Metode penetapan sampel jenuh atau *total sampling*, seperti yang dijelaskan oleh (Sugiyono, 2013: 217), adalah teknik kuantitatif sampel di mana seluruh anggota populasi digunakan sebagai sampel. Dalam penelitian ini, sampel terdiri dari konsumen yang melakukan pembelian di seluruh supermarket di Wilayah Jakarta Utara.

Didalam penelitian ini yang menjadi karakteristik sample penelitian ialah :

1. Konsumen di Wilayah Jakarta Utara

Sampel penelitian akan terdiri dari individu atau konsumen yang tinggal atau
kerja di wilayah Jakarta Utara. Ini mencerminkan konteks lokal yang menjadi
fokus penelitian.

2. Usia dan Demografi

Sampel penelitian mencakup berbagai kelompok usia dan demografi, termasuk remaja, dewasa muda, dan orang dewasa, dengan variasi dalam jenis kelamin, pendidikan, dan latar belakang sosial-ekonomi.

3. Konsumen Produk Pembersih Ramah Lingkungan

Sampel akan terdiri dari individu yang secara aktif membeli dan menggunakan

produk pembersih yang diketahui atau diyakini ramah lingkungan.

4. Ketersediaan untuk Berpartisipasi

Sampel akan terdiri dari individu yang bersedia dan dapat berpartisipasi

dalam penelitian, baik melalui survei atau wawancara, sesuai dengan metode yang

digunakan dalam penelitian.

Menurut Hair et al., (2019) ukuran sampel yang baik yaitu antara 100-200.

Ukuran sampel adalah 5-10 observasi untuk setiap *estimated parameter*. Kuesioner pada penelitian ini mempunyai 30 pertanyaan sehingga sampel minimal yaitu 5 kali jumlah pertanyaan atau $30 \times 5 = 150$. Sehingga diperoleh bahwa responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah 150.

E. Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data asli yang diperoleh langsung dari sumbernya. Data ini diperoleh melalui interaksi langsung dengan individu atau kelompok, atau melalui pengamatan langsung terhadap objek, kejadian, atau hasil pengujian (Sugiyono, 2013: 224).

Adapun langkah-langkah yang ditempuh dalam pengumpulan data adalah sebagai berikut:

1. Observasi

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,
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang waair IBIKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKG.

Metode observasi melibatkan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Observasi merupakan metode pengumpulan data yang dapat dilakukan secara langsung atau tidak langsung terhadap obyek penelitian (Tanzeh, 2009). Dalam penelitian ini, penulis melakukan pengamatan langsung terhadap lokasi penelitian, khususnya di Supermarket seluruh wilayah Jakarta Utara. Teknik pengumpulan data observasi digunakan untuk mendapatkan informasi mengenai proses pengisian angket.

2. Kuesioner (Angket)

Penelitian ini menggunakan angket untuk mengumpulkan data. Angket tersebut berisi pertanyaan-pertanyaan yang terkait dengan permasalahan yang akan diteliti. Penelitian ini nantinya akan menggunakan kuesioner yang disebar secara online dengan jumlah 30 pernyataan yang harus diisi oleh responden. Penulis akan mengelola data dengan memberikan penilaian terhadap jawaban responden menggunakan skala likert. Skala Likert digunakan karena memudahkan peneliti dalam mengukur tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan responden terhadap suatu pernyataan atau objek.

Kuesioner adalah instrumen pengumpulan data yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, atau persepsi responden. Jawaban terhadap kuesioner dapat diukur menggunakan skala Likert, yaitu skala yang terdiri dari beberapa pilihan jawaban, seperti sangat setuju, setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Sugiyono (2013: 142) menyatakan bahwa "Skala Likert adalah alat ukur yang digunakan untuk mengukur sikap atau pendapat seseorang atau sekelompok orang terhadap suatu fenomena sosial. Skala Likert terdiri dari beberapa pilihan jawaban yang menggambarkan tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan responden terhadap

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,
 - 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.

fenomena tersebut. Skor 1 menunjukkan tingkat persetujuan yang paling rendah, sedangkan skor 4 menunjukkan tingkat persetujuan yang paling tinggi.



3. Dokumenter

Metode dokumenter adalah alat pengumpulan data yang menggunakan formulir pencatatan dokumen, dan sumber datanya berupa catatan atau dokumen yang tersedia (Faisal, 2007). Metode ini dapat digunakan untuk menganalisis kebijakan atau program lingkungan yang mungkin ada di supermarket Jakarta Utara.

Dokumen-dokumen seperti peraturan pasar, pedoman pengelolaan sampah, atau inisiatif lingkungan lainnya dapat memberikan pemahaman tentang konteks dan kerangka kerja yang mendukung perilaku konsumen ramah lingkungan.

F. Teknik Analisis Data

Pengolahan data yang diperoleh dari survei adalah langkah selanjutnya setelah semua kuesioner terkumpul. Informasi yang dikumpulkan dari kuesioner adalah data mentah yang perlu diproses lebih lanjut agar bermanfaat untuk penelitian.

Software SPSS 25 digunakan untuk mengolah data lebih lanjut untuk dianalisa dan menentukan seberapa besar pengaruh tingkat kesadaran lingkungan, keberadaan eco label, sikap konsumen, iklan, dan harga terhadap keputusan pembelian di seluruh supermarket Area Jakarta Utara. Teknik analisis data yang digunakan didalam melakukan proses pengilahan data yaitu :

1. Uji Validitas

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,
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Dalam mengukur tingkat valid atau tidaknya sebuah kuesioner maka harus dilakukan uji validitas. Sebuah kuesioner akan valid atau sah apabila pernyataan pada kuisioner dapat mengungkapkan sesuatu yang sedang diukur. Kriteria dalam mengukur uji validitas yaitu dengan membandingkan r hitung dengan r tabel, untuk df atau *degree of freedom* = n-2. Dalam kriteria, n adalah jumlah sampel. Pernyataan atau kuisioner dinyatakan valid atau sah apabila r hitung lebih besar daripada r tabel (Ghozali 2021:66-67).

2. Uji Reabilitas

Uji ini digunakan untuk mengukur kuisioner .Kuisioner akan reliabel apabila jawaban yang diberikan terhadap kuisioner konsisten atau stabil, kriteria yang harus dipenuhi dalam uji reliabilitas adalah nilai *cronbach alpha* > 0,60 (Ghozali 2021:61).

3. Analisis Deskriptif

Dalam analisis deskriptif, gambaran atau deskripsi dapat terlihat melalui nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, minimum, maksimum Ghozali (2021:19). Analisis deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

(a) Analisis Presentase

Dalam mengetahui jawaban terbanyak dalam bentuk presentasi. Rumus yang digunakan dalam analisis presentasi adalah sebagai berikut:

Keterangan:

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 : Presentase dari responden
 f_i : Jumlah responden yang menjawab
satu jenis pertanyaan tertentu

$\sum f_i$: Jumlah total responden

(b) Rata-rata Hitung (*Mean*)

Mean merupakan sebuah penjumlahan nilai-nilai pengamatan dalam suatu distribusi yang dibagi oleh jumlah pengamatan. Berikut adalah rumus ratarata hitung atau *mean* yang digunakan sebagai berikut:

Keterangan:

X : Rata-rata Hitung

X_i : Data

N : Sampel

4. Uji Rata Rata Selang Kepercayaan 95%

- 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,
 - 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 milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Menurut Bowerman et al., (2011 : 309) selang kepercayaan untuk rata-rata populasi adalah selang yang dibangun disekitar rata-rata sampel sehingga kita cukup yakin, atau yakin bahwa selang ini mengandung rata-rata populasi. Selang kepercayaan untuk rata-rata populasi berdasarkan apa yang disebut tingkat kepercayaan. Tingkat kepercayaan ini adalah persentase (misalnya, 95 persen atau 99 persen) yang mengungkapkan seberapa yakin kita bahwa selang kepercayaan mengandung rata-rata populasi. Selang kepercayaan dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

Rumus Selang Kepercayaan:

Keterangan:

x : Rata-rata Sampel α : 1 -

(tingkat kepercayaan) $Z^{(\alpha/2)}$:

Nilai Z (dari tabel Z) σ :

Standar Deviasi Populasi n :

Banyaknya Anggota Sampel

5. Analisis Regresi Berganda

Ghozali (2021:145-146) menyatakan bahwa analisis regresi digunakan untuk menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen serta kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih. Variabel independen/bebas seharusnya memiliki nilai yang stabil sedangkan variabel dependen diasumsikan acak atau stokastik, yang berarti memiliki distribusi probabilistik (dalam pengambilan sampel berulang). Rumus regresi berganda yang digunakan adalah sebagai berikut:

Keterangan:

Y : Variabel Keputusan Pembelian a

: Konstanta β_1 : Variabel Kesadaran

Lingkungan β_2 : Variabel *Eco Label*

β_3 : Variabel Sikap Konsumen

β_4 : Variabel Iklan β_5 :

Variabel Persepsi Harga e :

Term of Error

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 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.
- a. Uji Simultan (Uji F)
Menurut Ghazali (2016:96), uji F berguna untuk mengukur tingkat signifikansi secara bersama-sama seluruh variabel independent terhadap variabel dependen. Terdapat kriteria mengukur uji F yaitu :

- (1) Taraf signifikansi / Sig. F ($\alpha = 0,05$)
- (2) Jika nilai Sig. F $> 0,05$ maka model tidak layak untuk digunakan dalam penelitian
- (3) Jika nilai Sig. F $< 0,05$ maka model layak untuk digunakan dalam penelitian b.

Uji Parsial (Uji t)

Uji t berfungsi sebagai pengukur pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen secara individual. (Ghazali 2021:148-149) Terdapat kriteria yang digunakan dalam menguji apakah variabel independent memiliki pengaruh signifikan atau tidak adalah sebagai berikut:

- (1) Taraf signifikasi/Sig. t ($\alpha = 0,05$)
- (2) Jika nilai Sig. t $< 0,05$ dan nilai t hitung $>$ t tabel maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen atau tolak H_0
- (3) Jika nilai Sig. t $> 0,05$ dan t hitung $<$ t tabel maka variabel independent tidak berpengaruh terhadap variabel dependen atau H_0 diterima

Dengan demikian, hipotesis untuk Uji t adalah

H_0 : Variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen

H_a : Variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Dalam mengukur seberapa kemampuan variabel atau model dalam menjelaskan variabel dependen, dapat dilihat dari uji koefisien determinasi. Nilai uji ini adalah antara nol dan satu. Jika nilai R^2 terhitung kecil, artinya kemampuan variabel independent dalam mempengaruhi variabel dependen sangat terbatas. Tetapi jika nilai mendekati satu artinya variabel independen memberikan informasi yang dibutuhkan dalam memprediksi atau menjelaskan variabel dependen (Ghozali (2021:147)).

6. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji data yang tersedia, apakah data memiliki distribusi normal (Ghozali 2021:196). Dalam menguji normalitas, uji *Kolmogorov-Smirnov* akan digunakan dalam penelitian ini. Kriteria dalam menguji normalitas adalah sebagai berikut:

- (1) Apabila probabilitas $> 0,05$ maka data yang diolah berdistribusi normal
- (2) Apabila probabilitas $< 0,05$ maka data yang diolah berdistribusi tidak normal

Dengan demikian, hipotesis untuk uji normalitas adalah

H_0 : Data berdistribusi normal

H_a : Data tidak berdistribusi normal

b. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2021:178), uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah model regresi menghasilkan ketidaksamaan varians dari satu

pengamatan residual ke pengamatan lainnya. Ketika varians antara satu pengamatan residual dan pengamatan lainnya tetap ada, itu disebut sebagai homoskedastisitas; ketika itu berubah, itu disebut sebagai heteroskedastisitas.. kriteria yang digunakan dalam uji ini adalah sebagai berikut:

- (1) Apabila probabilitas $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas
- (2) Apabila probabilitas $< 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas

Dengan demikian, hipotesis untuk uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

H_0 : Tidak ada kecenderungan terjadi heteroskedastisitas

H_a : ada kecenderungan terjadi heteroskedastisitas

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Seharusnya model regresi yang baik tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (Ghozali 2021:157). Kriteria untuk bebas multikolinearitas adalah nilai toleransi $> 0,10$ atau nilai VIF < 10 .

- (1) Apabila nilai toleransi $> 0,10$ atau VIF < 10 , maka tida terdapat multikolinearitas.
- (2) Apabila nilai toleransi $< 0,10$ atau VIF > 10 maka terdapat multikolinearitas.