



## BAB III

### METODE PENELITIAN



Hak cipta milik Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dalam metode penelitian akan dijelaskan mengenai objek penelitian, desain dari penelitian, variable yang diteliti, teknik pengumpulan data, teknik pengambilan sampel dan teknik penulis dalam menganalisa data mengenai variabel – variabel didalam penelitian ini.

#### A. Objek Penelitian

Pada penelitian ini, yang menjadi obyek penelitian adalah produk ramah lingkungan *Love, Beauty, and Planet* yang terletak di Jakarta. Menurut Umar (2019:49) objek penelitian dapat merupakan suatu perusahaan, kelompok perusahaan, sumber daya manusia perusahaan, atau lainnya. Sedangkan subjek penelitian ini adalah semua orang yang mengetahui produk *Love, Beauty, and Planet* di Jakarta. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuisioner secara langsung/ *offline* dengan subjek penelitian berupa sampel dari populasi sejumlah 100 orang responden yang telah menggunakan produk ramah lingkungan *Love, Beauty, and Planet*.

#### B. Desain Penelitian

Menurut Cooper dan Schindler (2017:146-148) desain penelitian adalah rencana awal pengumpulan, pengukuran dan analisis data, Serta membantu peneliti untuk membuat pilihan penting dalam penelitian. Ada banyak pendekatan definisi penelitian jika dilihat dari prespektif berbeda.

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.



Menurut Cooper dan Schindler (2017 : 96), pendekatan yang digunakan dalam

metode penelitian ini bias ditinjau dari berbagai perspektif yang berbeda, yaitu:

**1. Berdasarkan tingkat perumusan masalah**

Penelitian ini termasuk dalam penelitian formal, karena penelitian ini dimulai dengan identifikasi masalah dan dimana tujuan akhirnya adalah untuk menjawab identifikasi masalah tersebut.

**2. Berdasarkan metode pengumpulan data**

Penelitian ini dilakukan dengan cara *survey*, karena penelitian ini mengajukan pertanyaan kepada subjek dan mengumpulkan jawaban-jawabannya melalui cara-cara personal atau non-personal. Data yang dihasilkan dari data isian yang harus diisi dan diberikan kepada subjek penelitian.

**3. Berdasarkan pengendalian variabel-variabel oleh peneliti**

Penelitian ini menggunakan desain *ex-post facto*, dimana penulis mampu memanipulasi variabel-variabel yang ada. Penulis dapat melaporkan apa yang terjadi atau tidak terjadi.

**4. Berdasarkan tujuan penelitian**

Penelitian ini termasuk dalam studi deskriptif, sekaligus kausal eksplanatori karena penelitian ini dilakukan untuk memaparkan hubungan yang ada diantara variable.

**5. Berdasarkan dimensi waktu**

Penelitian ini menggunakan studi lintas-seksi (*cross-sectional*), yaitu studi yang dilaksanakan satu kali dan mencerminkan “potret” dari suatu keadaan pada suatu saat tertentu.

**6. Berdasarkan ruang lingkup topik bahasan**

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



Penelitian ini menggunakan studi statistik karena penelitian ini diuji secara kuantitatif dengan menggunakan uji statistik.



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

## 7. Berdasarkan lingkungan penelitian

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

## Variabel Penelitian

Variabel di dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas (*independent variable*), dan variabel terikat (*dependent variable*). Dimana variabel bebas tersebut adalah variabel *Green Marketing* (X), dan variabel terikat adalah Minat Beli (Y).

Variable yang dipilih akan diuraikan menjadi indikator berdasarkan sintesis setiap variable dan dimensinya.

### 1. Variabel Dependen (Y)

Minat beli merupakan variabel dependen dalam penelitian ini. Minat beli merupakan suatu pernyataan mental konsumen yang menggambarkan bagaimana rencana pembelian produk dengan merek-merek tertentu. Minat beli dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan tahapan yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2019:200) mengenai faktor perngintervensi, dimana jika konsumen memiliki minat beli maka ia akan lebih dahulu memiliki/ membentuk alternative, setelah itu maka akan dipertimbangkan dengan mengevaluasi faktor situasional yang tidak terkontrol dan sikap orang lain, setelah itu maka calon konsumen baru akan membuat keputusan pembelian. Pengukuran dilakukan dengan menggunakan 4 pernyataan yang mewakili proses tersebut. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert.

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. Variabel independen (X)

Variable Independen dalam penelitian ini ialah *Green Marketing* (X) *green marketing* merupakan seluruh aktivitas yang didesain untuk menghasilkan dan memfasilitasi semua perubahan yang diharapkan dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia, dengan dampak minimal pada perusakan lingkungan alam. Dalam penelitian ini terfokus pada penelitian mengenai *green marketing* Pengukuran *green marketing* menggunakan indikator yang meliputi: *green products, green price, green place, green promotion/green advertisement.* (Singh,2010:4) untuk mengukur sejauh mana kemampuan *green marketing* dapat berpengaruh secara langsung dan tidak langsung terhadap keputusan pembelian dan minat beli pelanggan. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert. Berikut adalah variabel dependen dan independent yang akan dijelaskan dalam bentuk tabel operasionalisasi

Tabel 3. 1 Operasionalisasi variabel *green marketing*

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
<i>Green marketing</i>	<i>Green Product</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Love Beauty and Planet</i> membuat formula produk yang ramah lingkungan.</li> <li>• <i>Love Beauty and Planet</i> menggunakan kemasan yang mudah didaur ulang dan aman bagi lingkungan.</li> </ul>	Interval



**© 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.

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Love Beauty and Planet</i> menggunakan sumber bahan alami dan tidak membahayakan kelestarian lingkungan.</li> <li>• Produk <i>Love Beauty and Planet</i> tidak menggunakan bahan yang berbahaya seperti pewarna, paraben dan silicon.</li> <li>• Produk <i>Love Beauty and Planet</i> tidak melakukan tes pada hewan (<i>not tested on animal</i>)</li> <li>• Produk <i>Love Beauty and planet</i> sedikit/tidak meninggalkan jejak karbon yang berbahaya bagi lingkungan</li> </ul>	
	<p><i>Green Price</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Produk <i>Love Beauty and Planet</i> ditawarkan dengan harga bersaing dengan produk sejenis.</li> </ul>	<p>Interval</p>



**© 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.

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pesan lingkungan dalam promosi <i>Love Beauty and Planet</i> jelas dan mudah dipahami</li> <li>• <i>Love Beauty and Planet</i> menampilkan label produk ramah lingkungan (eco-friendly) pada produk</li> </ul>	Interval
	<i>Green Promotion</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promosi <i>Love Beauty and Planet</i> sudah bercirikan promosi peduli lingkungan</li> </ul>	
	<i>Green Place</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lokasi pemasaran produk <i>Love Beauty and Planet</i> sesuai dengan konsep <i>green marketing</i></li> </ul>	Interval
Minat beli	minat untuk membeli	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Setelah mengenal produk perawatan kulit saya memutuskan untuk membeli produk <i>Love Beauty and Planet</i></li> </ul>	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.

Factor sikap orang lain	<ul style="list-style-type: none"> <li>Saya berminat membeli produk <i>Love Beauty and Planet</i> tanpa memperdulikan sikap/pandangan orang lain terhadap produk <i>Love Beauty and Planet</i>.</li> </ul>	Interval
Factor yang tidak dapat diantisipasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>Saya akan tetap berminat membeli produk <i>Love Beauty and Planet</i> walaupun ada factor situasional yang tidak dapat diantisipasi.</li> </ul>	interval
Keputusan pembelian	<ul style="list-style-type: none"> <li>Saya berminat membeli produk <i>Love Beauty and Planet</i>.</li> </ul>	Interval

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

**3. Adopsi Inovasi**

Pengukuran adopsi inovasi dilakukan berdasarkan teori adopsi inovasi menurut Kotler dan Keller, dimana dikemukakan bahwa proses adopsi inovasi yang dilakukan dimulai dari kesadaran akan adanya bentuk inovasi tersebut, dengan adanya kesadaran maka akan memunculkan minat akan inovasi tersebut. Kemudian calon konsumen akan mulai menilai apakah produk tersebut sesuai dengan kebutuhannya atau tidak, jika calon konsumen memutuskan untuk mencoba produk maka ia akan menggunakan produk tersebut, namun dalam

jumlah yang masih terbatas. Setelah percobaan tersebut maka akan ada pemakaian terus menerus/ mengadopsi produk atau terjadi penolakan. Berikut tabel operasionalisasi variabel adopsi inovasi

Tabel 3. 2 Operasionalisasi variabel minat beli

Variable	Dimensi	Indikator	Skala
Adopsi inovasi	<i>Awareness</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Anda mengenal merek <i>Love, Beauty, and Planet</i></li> </ul>	Diktomi
	Interest	<ul style="list-style-type: none"> <li>Anda tertarik dengan produk yang ditawarkan oleh <i>Love, Beauty, and Planet</i></li> </ul>	Diktomi
	<i>Evaluation</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Anda berminat pada produk dan mencari informasi mengenai <i>Love, Beauty, and Planet</i></li> </ul>	Diktomi
	<i>Trial</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Anda telah mencoba produk <i>Love, Beauty, and Planet</i></li> </ul>	Diktomi
	<i>Adoption</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Anda telah rutin menggunakan produk <i>Love, Beauty, and Planet</i></li> </ul>	Diktomi

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





## D. Teknik Pengumpulan Data

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode yaitu, observasi dan kuisisioner. Kuisisioner merupakan metode pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan tertulis yang disusun secara sistematis kepada responden. Kuisisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuisisioner digunakan untuk memperoleh data responden mengenai *green marketing*, dan minat beli menggunakan skala likert. Kuisisioner untuk mengetahui presentase adopsi inovasi penulis menggunakan skala diktomi dimana Skala diktomi digunakan untuk memperoleh jawaban iya atau tidak, skala ini digunakan untuk mengungkap respon dari responden.

## E. Teknik Pengambilan Sampel

(Sekaran 2017:53) Populasi mengacu pada keseluruhan kelompok orang, kejadian atau hal-hal menarik yang ingin peneliti investigasi. Populasi adalah kelompok orang, kejadian atau hal-hal menarik dimana penulis ingin membuat opini. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen *love, beauty and planet* yang berdomisili di Jakarta.

Sample adalah sebagian dari populasi, sample terdiri atas sejumlah anggota yang dipilih dari populasi. (Sekaran 2017:54) sample yang dalam penelitian ini merupakan orang yang minimal telah mengetahui produk *love, beauty, and planet* untuk mengetahui sejauh mana adopsi inovasi dan orang/ konsumen yang telah mengadopsi produk *love, beauty and planet*. Dalam penelitian penulis melakukan teknik pengambilan *judgement sampling*. *judgement sampling* merupakan teknik

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.



pengumpulan sampel dimana penulis memiliki kebebasan untuk memilih siapa yang ditemui. Dalam Sugiyono (2009;19) menyarankan bahwa ukuran sampel minimum adalah sebanyak 5 observasi untuk setiap estimated parameter, sehingga sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 20 item x 5. Jadi jumlah minimal sampel yang digunakan adalah 100.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

## E Teknik Analisis Data

### 1. Analisis Deskriptif

Menurut Ghozali (2016:19), analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran atau deskripsi yang dilihat dari nilai mean, median, dan modus. Dalam penelitian ini analisis deskriptif yang dimaksud adalah sebagai berikut:

#### a. Analisis Presentase

Analisis presentase digunakan untuk mengetahui jawaban terbanyak dalam bentuk presentase dan rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$P = \left( \frac{F}{N} \times 100\% \right)$$

Keterangan :

P : Presentase

F : Frekuensi dari setiap jawaban yang telah menjadi pilihan responden

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



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.

## b. Rata-rata

Rata-rata adalah penjumlahan nilai-nilai pengamatan dalam suatu distribusi yang dibagi oleh jumlah pengamatan. Rumus yang digunakan adalah

$$\bar{x} = \frac{\sum x_i}{n}$$

Keterangan:

$\bar{x}$  : nilai rata-rata

$x_i$  : nilai data ke-i

$n$  : banyaknya data

## c. Rata-rata Tertimbang

Rumus yang digunakan dalam rata-rata tertimbang adalah:

$$\bar{x} = \frac{\sum (f_i \cdot x_i)}{n}$$

$f_i$  = frekuensi ke - i  
 $x_i$  = data ke - i  
 $\sum (f_i \cdot x_i)$  = jumlah  $f_i$  dikali  $x_i$   
 $n$  = total frekuensi

## d. Median

*Median* adalah suatu harga yang membagi luas histogram frekuensi menjadi bagian yang sama besar. Rumus Median untuk data bergolong adalah



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.

$$\text{Median} = tb + \left( \frac{\frac{n}{2} - F}{Fm} \right) p$$

Tb = Tepi bawah dari kelas  $\frac{n}{2}$

F = Frekuensi kumulatif sebelum kelas median.

Fm = Frekuensi kelas median.

p = Interval

#### e. Modus

*Modus* adalah nilai yang sering muncul/nilai yang frekuensinya banyak dalam distribusi data. Rumus *Modus* untuk data bergolong adalah

$$Mo = b + \left( \frac{b_1}{b_1 + b_2} \right) p$$

Keterangan:

b : batas kelas interval dengan frekuensi terbanyak

p : panjang kelas interval

b1 : frekuensi pada kelas *modus* (frekuensi pada kelas interval yang terbanyak) dikurangi frekuensi kelas interval terdekat sebelumnya.

b2 : frekuensi pada kelas *modus* dikurangi frekuensi kelas interval terdekat berikutnya.

#### f. Skala Likert

Cooper dan Schindler (2014:278) skala likert merupakan penjumlahan skala likert terdiri dari pernyataan yang menyatakan sikap yang menguntungkan atau yang tidak menguntungkan terhadap objek yang



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.

diminati. Peserta diminta untuk setuju atau tidak setuju dengan setiap pernyataan. Setiap tanggapan diberikan skor numerik untuk mencerminkan tingkat kelayakan sikapnya, dan skor tersebut dapat dijumlahkan untuk mengukur sikap keseluruhan peserta.

Dalam penelitian ini skala likert terdapat skala 5 poin dengan pilihan sebagai berikut:

Tabel 2. 2 Bobot skala

Skala Peringkat	Bobot
Sangat tidak setuju	1
Tidak setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat setuju	5

Untuk menggambarkan jawaban dari responden maka diperlukan rentang skala yang dapat menunjukkan posisi dimulai dari sangat negatif menuju yang sangat positif dengan rumus rentang skala:

$$\text{Range} = \frac{m-n}{b}$$

Keterangan :

m : rata – rata tertinggi

n : rata – rata terendah

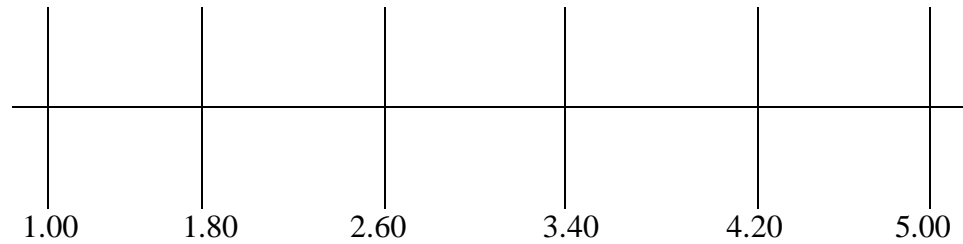
b : Jumlah kelas



Skor tertinggi adalah 5 sedangkan skor terendah sebesar 1 dan jumlah kategori adalah 5 maka:

$$\text{Range} = \frac{5-1}{5} = 0.8$$

Nilai rata – rata yang telah diperoleh dikelompokkan dalam kelas – kelas berbentuk rentang skala sebagai berikut:



Interpretasi dari angka – angka yang tertera diatas adalah sebagai berikut :

1 – 1.80= Sangat tidak setuju

1.81 – 2.60 = Tidak setuju

2.61 – 3.40 = Ragu – ragu

3.41 – 4.20 = Tidak setuju

4.21 – 5.00 = Setuju

## 2. Uji Instrumen Kuesioner

### a. Uji Validitas

Menurut Ghozali (2016:52) uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner, suatu kuesioner dikatakan valid apabila pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan uji *corrected item correlation*. Menurut S (2017:36) Semakin banyak



poin skala mewakili wilayah atau keluasan konsep yang sedang diukur semakin besar validitas isinya, dengan kata lain validitas isi merupakan fungsi seberapa baik penggambaran dimensi dan elemen suatu konsep. Menurut Umar (2019:63) kuesioner diisi oleh minimal 30 responden agar distribusi skor nilaimendekati kurva normal. Berikut rumus validitas

$$\text{Pearson } r = \frac{N\Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{\{N\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2\}} \sqrt{\{N\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2\}}}$$

r	= koefisien korelasi Pearson
$\Sigma XY$	= jumlah hasil kali skor X dan Y
$\Sigma X$	= jumlah skor X
$\Sigma Y$	= jumlah skor Y
$\Sigma X^2$	= jumlah kuadrat skor X
$\Sigma Y^2$	= jumlah kuadrat skor Y
N	= jumlah peserta ( pasangan skor )

## b. Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2016:47) reliabilitas adalah alat untuk mengukur kuesioner yang merupakan indicator dari variable atau konstruk.suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataanadalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Menurut (Sekaran 2017:39) Reliabilitas merupakan suatu pengukuran yang menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut tanpa bias (tanpa kesalahan) dank arena itu dapat menjamin konsistensi pengukuran disepanjang waktu serta diberbagai poin pada instrument tersebut. Dengan kata lain reliabilitas suatu ukuran merupakan indicator stabilitas dan konsistensi dimana instrument tersebut mengukur konsep serta menilai “ kesesuaian” suatu ukuran. Penelitian memerlukan data yang betul-betul valid dan reliabel. Dalam rangka urgensi ini, maka kuesioner sebelum digunakan sebagai data

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 primer, terlebih dahulu di ujicobakan ke sampel uji coba penelitian. Uji coba ini dilakukan untuk memperoleh bukti sejauh mana ketepatan dan kecermatan alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Pertanyaan dikatakan reliabel apabila jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Rumus reliabilitas adalah

$$r_{11} = \left( \frac{n}{n-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma^2} \right)$$

Keterangan :

$r_{11}$  = reliabilitas yang dicari

$n$  = Jumlah item pertanyaan yang di uji

$\sum \sigma_t^2$  = Jumlah varians skor tiap-tiap item

$\sigma^2$  = varians total

### 3. Pengujian Prasyarat Analisis

Analisis Regresi Linear Berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen. Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.

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





## a. Uji Asumsi Klasik

### (1) Uji normalitas

Menurut Ghozali (2016:154), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Dalam menguji normalitas digunakan uji statistik nonparametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S). Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis:  $H_0$  : Data residual berdistribusi normal  $H_a$  : Data residual tidak berdistribusi normal Pengujian normalitas dilakukan dengan melihat nilai 2-tailed significant. Jika data memiliki tingkat signifikansi lebih besar dari 51 0,05 atau 5% maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima, sehingga data dikatakan berdistribusi normal.

### (2) Uji Linearitas

Uji ini dilakukan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak . Uji linearitas digunakan dengan tujuan untuk mengetahui apakah variable yang diuji mempunyai hubungan yang linear secara signifikan atau tidak.

Dalam pengambilan keputusan uji linearitas dapat dengan cara membandingkan nilai signifikansi dengan 0,05. Jika nilai deviation from linearity sig. > 0,05 maka ada hubungan linear antara variable independen dengan variable dependent. Namun apabila nilai deviation from linearity sig. < 0,05 maka tidak ada hubungan yang linear secara signifikan antara variable.

Selain membandingkan nilai signifikansi keputusan juga dapat diambil dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel. Jika nilai F hitung < F tabel, maka terdapat hubungan yang linear secara signifikan antara

variable independent dan variable dependent. Namun jika nilai F hitung > F tabel, maka tidak terdapat hubungan linear secara signifikan antara variable independent dan variable dependent.

#### 4. Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana mempelajari bentuk hubungan/ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (variabel bebas), dengan tujuan untuk mengestimasi dan atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang dipilih. Model persamaan regresi adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + e$$

Keterangan :

$\alpha$  : Konstanta

$\beta_1$ : Koefisien regresi dari masing-masing variabel independen

$e$  : *Error Estimate*

Y : Minat beli

X: *Green marketing*

Konstanta tercermin dalam “ $\alpha$ ” dan koefisien regresi variabel independen ditunjukkan dengan  $\beta_1$ ,  $\beta_2$  dan seterusnya.



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 F

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat. Uji F digunakan untuk dapat mengetahui tingkatan signifikansi (Ghozali 2016:96) pengaruh yang dimiliki oleh variabel independen secara bersama terhadap variabel independen. Signifikan berarti hubungan yang terjadi dapat berlaku untuk populasi. Penggunaan tingkat signifikansinya beragam, tergantung keinginan peneliti, yaitu 0,01 (1%) ; 0,05 (5%) dan 0,10 (10%). Hasil uji F dilihat dalam tabel ANOVA dalam kolom sig. Sebagai contoh, kita menggunakan taraf signifikansi 5% (0,05), jika nilai probabilitas < 0,05, maka dapat dikatakan terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Namun, jika nilai signifikansi > 0,05 maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Contoh hipotesis dirumuskan sebagai berikut:

$$H_0 : \beta_1 = 0$$

Tidak ada pengaruh *green marketing* terhadap minat beli

$$H_a : \beta_1 \neq 0$$

Ada pengaruh *green marketing* terhadap minat beli

### b. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji secara parsial masing-masing variabel. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel *coefficients* pada kolom sig (*significance*). Menurut Ghozali (2016:97) Uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individual dalam menerangkan

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.



variasi variabel dependen apakah pengaruh signifikan atau sebaliknya. Hasil uji t dapat diperhatikan pada tabel coefficients pada kolom sig. Terdapat 2 pedoman dalam pengambilan keputusan sebagai berikut :

(1) Bila  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  dengan tingkat signifikansi  $> \alpha (0.05)$  , maka  $H_0$  ditolak sedangkan  $H_a$  diterima. Dapat diambil kesimpulan yaitu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.

(2) Bila  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$  dengan tingkat signifikansi  $< \alpha (0.05)$  , maka  $H_0$  diterima sedangkan  $H_a$  ditolak. Dapat diambil kesimpulan yaitu variabel independen secara individual tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

Dalam uji ini hipotesis sebagai berikut:

$H_0 : \beta_1 \leq 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh *positif green marketing* terhadap minat beli.

$H_a : \beta_1 > 0$ , artinya terdapat pengaruh *positif green marketing* terhadap minat beli.

### c. Koefisien Determinasi

Menurut Ghozali (2016:95) Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Apabila analisis yang digunakan adalah regresi sederhana, maka yang digunakan adalah nilai *R Square*. Namun, apabila analisis yang digunakan adalah regresi berganda, maka yang digunakan adalah *Adjusted R Square*. Hasil perhitungan *Adjusted R<sup>2</sup>* dapat dilihat pada output *Model Summary*. Pada kolom *Adjusted R<sup>2</sup>* dapat diketahui berapa

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.

persentase yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat. Sedangkan sisanya dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

Apabila Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat bebas. Nilai yang mendekati satu (100%) berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Menurut Sugiyono (2014:250) Apabila korelasi berada di 0,00-0,199 maka tingkat korelasi sangat rendah, apabila antara 0,20-0,399 maka tingkat korelasi rendah, jika berada pada 0,40-0,599 tingkat korelasi sedang. Sedangkan apabila terdapat pada 0,60-0,799 tingkat korelasi tinggi, dan jika berada di 0,80-1,000 maka korelasi sangat tinggi.

Terdapat kelemahan dari koefisien determinasi. Kelemahan tersebut adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka<sup>2</sup>  $R_{pasti}$  akan meningkat tanpa melihat apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

### **© 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.