

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **B. Jenis Penelitian**

Dalam proses penelitian terdapat hal penting yang perlu diperhatikan yaitu metode penelitian, Metode penelitian memiliki peranan penting dalam proses penelitian, karena memberikan arahan yang jelas terhadap objek penelitian dan menggambarkan cara pelaksanaan penelitian untuk menjawab pertanyaan atau rumusan masalah yang ada dalam penelitian.

Metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian asosiatif kausal yang merupakan bagian dari kuantitatif, dengan menggunakan kuesioner dan metode penelitian survey. Menurut Sugiyono (2017:6) metode penelitian kuantitatif yaitu metode survey yang digunakan untuk data dari tempat tertentu yang alamiah, tetapi peneliti mengambil tindakan untuk mengumpulkan data, contohnya dengan mengedarkan test, kuesioner dan sebagainya.

Menurut Sugiyono (2017:8) menjabarkan bahwa asosiatif kausal yaitu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Hubungan kausal yaitu hubungan yang bersifat sebab akibat. Dalam penelitian ini terdapat variabel independen (yang mempengaruhi) dan variabel dependen (dipengaruhi).

## **C. Subjek dan Objek Penelitian**

### **1. Objek Penelitian**

Menurut Sugiyono (2017:39) pengertian objek penelitian adalah “suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya” Dalam penelitian ini objek penelitian yang digunakan yaitu “Outlet *The Body Shop* di Kota Bogor”.

### **2. Subjek Penelitian**

Menurut Sugiyono (2017:397) subjek penelitian yaitu pihak yang berkaitan dengan yang pengertian diteliti (informan atau narasumber) bertujuan mendapat informasi terkait data penelitian yang merupakan sampel dari sebuah penelitian. Dalam penelitian ini subjek penelitian adalah konsumen “*The Body Shop*”.

## **D. Variabel Penelitian**

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel bebas (variabel independen) merupakan variabel yang mempengaruhi lain atau variabel yang pengaruhnya ingin diketahui terhadap variabel lain dan variabel terikat (variabel dependen) merupakan variabel dipengaruhi variabel lain yang diukur untuk mengetahui besarnya efek berpengaruh variabel lain. Variabel yang digunakan penulis dalam penelitian ini, yaitu:

## 1. Variabel Bebas (X)

Pada penelitian ini yang menjadi variabel independen yaitu:

### a. *Green Product* (X1)

Menurut Pankaj dan Vishal (2014:22) *Green Product* adalah alternatif produk yang menggunakan bahan organik, menghemat penggunaan energi, menghilangkan produk beracun dan mengurangi polusi serta limbah.

### b. *Green Advertising* (X2)

Menurut Winarno (2019:4) *green advertising* didefinisikan salah satu strategi pemasaran yang mengkaitkan antara iklan dengan isu-isu lingkungan sehingga konsumen bisa membedakan *green advertising* dengan iklan-iklan produk lainnya.

## 2. Variabel Terikat (Y)

Pada penelitian ini yang menjadi variabel dependen yaitu:

### Keputusan Pembelian (Y)

Menurut Siregar (2023:2475), keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Sebelum konsumen melakukan keputusan pembelian, konsumen akan melewati beberapa tahapan. Tahapan-tahapan dalam keputusan pembelian yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, penilaian/evaluasi, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian.

### 3. Operasional Variabel Penelitian

Operasional variabel memberikan gambaran yang lebih jelas tentang variabel penelitian, maka dijelaskan pada tabel operasional variabel sebagai berikut:

**Tabel 7**  
**Operasional Variabel**

<b>Variabel</b>	<b>Definisi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
<i>Green Product</i> (X1)	<i>Green product</i> adalah alternatif produk yang menggunakan bahan organik, menghemat penggunaan energi, menghilangkan produk beracun dan mengurangi polusi serta limbah. <b>Menurut Pankaj dan Vishal (2014:22)</b>	1. Tidak mencemari lingkungan. 2. Kinerja <i>green product</i> Sesuai harapan konsumen. 3. bahan yang tidak berbahaya. <b>Menurut Pankaj dan Vishal (2014:22)</b>	<i>Likert</i>
<i>Green Advertising</i> (X2)	<i>Green advertising</i> didefinisikan salah satu strategi pemasaran yang mengkaitkan antara iklan dengan isu-isu lingkungan sehingga konsumen bisa membedakan <i>green advertising</i> dengan iklan-iklan produk lainnya. <b>Menurut Slamet Heri Winarno (2019:4).</b>	1. Berhubungan antara produk dan lingkungan. 2. Gaya hidup hijau dengan mengamati produk. 3. Menyajikan citra perusahaan dari tanggung jawab lingkungan. <b>Menurut Slamet Heri Winarno (2019:4)</b>	<i>Likert</i>
Keputusan Pembelian (Y1)	Keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak	1. Produk sesuai kebutuhan. 2. Produk mempunyai manfaat.	<i>Likert</i>

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
	<p>terhadap produk. Sebelum konsumen melakukan keputusan pembelian, konsumen akan melewati beberapa tahapan. Tahapan-tahapan dalam keputusan pembelian yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, penilaian/evaluasi, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian.</p> <p><b>Menurut Ahmad Irwansyah Siregar (2023:2475)</b></p>	<p>3. Ketepatan dalam membeli produk. 4. Pembelian yang berulang.</p> <p><b>Menurut Ahmad Irwansyah Siregar (2023:2476)</b></p>	

## E. Polulasi dan Sampel

### 1. Populasi

Menurut Sugiyono (2017:80) Populasi yaitu wilayah generalisasi yang terdiri atas, obyek/subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi responden tidak diketahui, pada penelitian ini ditunjukkan untuk pengguna produk *The Body Shop* di kota Bogor.

## 2. Sampel

Dari hasil populasi tersebut kemudian diambil sampel, menurut Sugiyono (2017:81) sampel yaitu sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel yang diambil harus benar-benar mewakili, karena kesimpulan akhirnya akan berlaku bagi keseluruhan populasi.

Penelitian ini menggunakan teknik *non-probability* sampling karena jumlah populasi tidak diketahui, dan dengan teknik *purposive sampling* yaitu teknik yang penentuan sampelnya dengan pertimbangan tertentu.

Jumlah masyarakat yang menggunakan *The Body Shop* di Kota Bogor tidak diketahui secara pasti, maka penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Lemeshow.

Berikut adalah perhitungan dari rumus Lemeshow

$$n = \frac{Z^2 P (1 - P)}{D^2}$$

Keterangan :

n	= Jumlah Sampel	
Z	= Nilai Derajat Kepercayaan 95%	= 1.96 ( $t_{tabel}$ )
P	= Hasil Maksimal Estimasi	= 0.5
D	= Tingkat Kesalahan	= 10% = 0.1

Karena tidak diketahuinya data jumlah populasi yang menggunakan *The Body Shop* di Kota Bogor, maka diperoleh jumlah sampel dengan perhitungan menggunakan rumus Lemeshow (Slamet Riyanto, 2020:13) sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 P (1 - P)}{D^2}$$

$$n = \frac{1.96^2 0.5(1 - 0.5)}{0.1^2}$$

$$n = \frac{3,842(0,25)}{0.1^2}$$

$$n = 96,04 \approx 97$$

Untuk keakuratan penelitian, digunakan sampel sebanyak 100 responden tersebut dianggap sudah representatif karena sudah melebihi batas minimal sampel. Teknik sampel dari populasi pada penelitian ini adalah teknik *non-probability sampling* dengan jenis *pureposive sampling*.

#### **F. Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan data penelitian ini adalah sebagai berikut :

##### **1. Kuesioner**

Metode kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono,

2017:137). Kuesioner ini menggunakan model pernyataan tertutup, karena opsi jawaban telah disediakan maka responden dapat memilih salah satu opsi jawaban tersebut.

Kuesioner akan dibagikan pada konsumen *The Body Shop* untuk mendapat data yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Hasil dari data tersebut akan dianalisis dan dapat dilihat bagaimana pengaruh variabel X pada variabel Y.

## 2. Observasi

Menurut Widoyoko (2018:46) yaitu salah satu metode pengumpulan data di mana pengumpulan data mengamati secara visual gejala yang diamati serta menginterpretasikan hasil pengamatan tersebut dalam bentuk catatan sehingga validitas data sangat tergantung pada kemampuan observer. Menurut Sugiyono. (2017:203) observasi adalah suatu teknik pengumpulan data dengan mengamati secara langsung objek yang diteliti.

Berdasarkan penjelasan para ahli, maka dapat disimpulkan bahwa observasi yaitu penelitian dengan melakukan pengamatan dan pencatatan dari berbagai proses secara langsung maupun tidak langsung yang tampak dalam suatu gejala pada objek penelitian. Tujuan dilakukan observasi sebagai metode penelitian diantaranya untuk mengetahui perilaku konsumen *The Body Shop*.



### 3. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara membaca referensi-referensi yang berkaitan dengan topik penelitian dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Dalam penelitian ini studi pustaka yang diperoleh digunakan sebagai teori dasar untuk mendukung penelitian.

### G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat bantu yang digunakan untuk mendapatkan data penelitian. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik komunikasi secara tidak langsung dalam bentuk kuesioner dan menyebarkannya kepada responden. Penyebaran kuesioner tersebut bertujuan agar memperoleh data atau informasi yang valid sehingga dapat menggambarkan keadaan pada konsumen *The Body Shop* di kota Bogor. Adapun nilai mutu atas kuesioner yang dibentuk menggunakan skala likert poin 1 – 5 dengan rincian sebagian berikut :

**Tabel 8**  
**Skala Likert**

Keterangan	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

## H. Teknik Analisis Data

Untuk penelitian dengan pendekatan kuantitatif, maka teknik analisis data ini berkenaan dengan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan pengujian hipotesis yang diajukan Sugiyono (2017:147).

Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah menggunakan perangkat lunak (*software*) SPSS versi 25. SPSS (*Statistical Program for Social Sciences*) adalah perangkat lunak yang digunakan untuk menganalisis data dan melakukan perhitungan statistik. Berikut adalah teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini :

### 1) Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

#### a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas dapat memberikan keyakinan kepada alat ukur yang digunakan peneliti sudah memiliki atau menunjukkan ketepatan dan kesesuaian yang baik dalam sebuah pengujian. Dalam peneliti Ghozali (2018:51), sebuah instrumen atau kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Untuk menghitung nilai korelasi, peneliti dapat menggunakan rumus *Pearson Product Moment* seperti berikut :

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n(\sum X^2) - (\sum X)^2][n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

Sumber: Sugiyono (2017:183)

Keterangan:

- r = Koefisien korelasi  
 n = responden  
 X = Jumlah skor pernyataan  
 Y = Skor total semua variabel kuisioner

Dalam melakukan uji validitas, terdapat kriteria pengujian sebagai berikut:

- 1) Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka skor instrumen dinyatakan *valid*.
- 2) Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka skor instrumen dinyatakan tidak *valid* dan harus dihilangkan.

#### **b. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui alat ukur, apakah alat pengukuran tersebut bisa diandalkan dan tetap konsisten apabila pengukuran tersebut diulang. Menurut Ghazali (2018:45) menyatakan sebuah kuesioner dinyatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan yaitu konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Teknik pengukuran yang digunakan oleh peneliti adalah Cronbach's Alpha  $> 0.60$ . Persamaan untuk menghitung Cronbach's Alpha sebagai berikut:

$$r = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma 1^2} \right]$$

Sumber: Sugiyono (2017:130)

Keterangan:

$r$  = Reliabilitas instrumen

$k$  = Jumlah butir pernyataan

$\sum \sigma b^2$  = Jumlah varian skor

$\sigma 1^2$  = Varian total

Dalam melakukan uji reliabilitas, terdapat kriteria pengujian sebagai berikut:

1. Jika nilai koefisien reliabilitas yakni Cronbach's Alpha  $> 0.60$ , maka instrumen dinyatakan reliabel (terpercaya).
2. Jika nilai koefisien reliabilitas yakni Cronbach's Alpha  $< 0.60$ , maka instrumen dinyatakan tidak reliabel (tidak terpercaya).

## 2) Uji Asumsi Klasik

Menurut Ghozali (2018:159) Uji Asumsin Klasik adalah tahap awal yang dipergunakan sebelum analisis regresi linear berganda. Uji asumsi klasik dipergunakan untuk memberikan kepastian agar koefisien regresi tidak bias serta konsisten dan memiliki ketepatan dalam estimasi. Uji asumsi klasik yang diterapkan mencakup uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji linearitas.

### a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018:145) uji normalitas yaitu untuk menguji apakah dalam model regresi variabel *independen* dan variable *dependen* atau keduanya memiliki distribusi normal

atau tidak. Apabila variabel tidak berdistribusi secara normal maka hasil uji statistik akan menyebabkan penurunan. Uji normalitas bukan dilakukan pada masing-masing variabel, akan tetapi residualnya. Uji normalitas dapat berpedoman pada uji *Kolmogorov Smirnov* dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  (taraf kepercayaan 95 %), maka data tidak berdistribusi normal.
- 2) Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  (taraf kepercayaan 95 %), maka data berdistribusi.

#### **b. Uji Multikolinieritas**

Menurut Ghazali (2018:107) beranggapan bahwa Uji Multikolinieritas ditujukan untuk menguji apakah model regresi didapati adanya korelasi antar variabel bebas (*independen*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel *independen*.

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas dalam persamaan regresi tersebut tidak saling berkorelasi. Uji Multikolinieritas dapat dilakukan dengan memeriksa *Tolerance* dan *Varian Inflation Factor* (VIF). Untuk memahami lebih lanjut eksistensi multikolinieritas, dapat diuji dengan koefisien korelasi pearson dengan formula sebagai berikut:

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

Sumber: Sugiyono (2017:239)

Keterangan:

r	= Koefisien korelasi
n	= Jumlah sampel
X	= Variabel independen
Y	= Variabel dependen

Dengan memanfaatkan fasilitas pengujian yang disediakan oleh *software* SPSS, juga akan digunakan *Variance Inflation Factor* (VIF) yang merupakan kebalikan dan *tolerance* sehingga formulanya adalah sebagai berikut:

$$VIF = \frac{1}{(1-R^2)} = \frac{1}{Tolerance}$$

Di mana  $R^2$  merupakan koefisien determinasi jika variabel independen ke-i prediksi dan variabel-variabel lainnya. Dalam melakukan uji multikolinieritas, terdapat kriteria pengujian sebagai berikut:

- 1) Melihat nilai *tolerance*
  - a. Apabila nilai *tolerance*  $> 0.10$ , maka dikatakan tidak terdapat masalah multikolinieritas.
  - b. Apabila nilai *tolerance*  $< 0.10$ , maka dikatakan terdapat masalah multikolinieritas.
- 2) Melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF)
  - a. Apabila nilai VIF  $< 10$ , maka dikatakan tidak terdapat masalah multikolinieritas.

b. Apabila nilai  $VIF > 10$ , maka dikatakan terdapat masalah multikolinearitas.

**c. Uji Heteroskedastisitas**

Menurut Ghozali (2018:120) uji heteroskedastisitas dibertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variance dan residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki persamaan variance residual suatu periode pengamatan dengan periode pengamatan lainnya, atau dengan hubungan nilai prediksi dengan *Studentized Delete Residual* nilai tersebut sehingga dapat dikatakan mode tersebut homokedastisitas.

Gejala heteroskedastisitas dalam suatu model regresi dapat dilihat dari pola gambar *Scatterplot*. Beberapa kriteria yang menyatakan bahwa model regresi berganda tidak terdapat heteroskedastisitas, yaitu:

1. Titik-titik data menyebar dibawah dan diatas disekitar angka 0.
2. Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas dan di bawah saja.
3. Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.

4. Penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola.

#### **d. Uji Linearitas**

Menurut Ghozali (2018:167) beranggapan bahwa uji linieritas dipergunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Apakah fungsi yang dipakai dalam suatu studi empiris sebaiknya berbentuk linear, kuadrat, atau kubik. Data yang baik seharusnya memiliki hubungan antara variabel dependen dan variabel independen.

- 1) Jika nilai signifikansi dari uji ini lebih dari 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linear antara variabel bebas *Green Product (X1)* dan *Green Advertising (X2)* dengan variabel terikat Keputusan Pembelian (Y1) adalah linear.
- 2) Jika nilai signifikansi kurang dari 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linear antara variabel bebas *Green Product (X1)* dan *Green Advertising (X2)* dengan variabel terikat Keputusan Pembelian (Y) adalah tidak linear.

#### **3) Analisis Deskriptif**

Menurut Sugiyono (2017:210) Analisis deskriptif yaitu alat uji statistik dipergunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau memvisualkan data yang terkumpul



sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau atau generalisasi”.

Analisis dilakukan dengan menggunakan analisis *mean weigh* atau bisa juga disebut rata-rata tertimbang berikut rumus yang digunakan:

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n X_i W_i}{\sum_{i=1}^n W_i}$$

Keterangan:

$\bar{X}$  = Rata-rata timbang

$X_i$  = Frekuensi

$W_i$  = Bobot

Sedangkan rumus yang digunakan untuk menghitung rentang skala sebagai berikut :

$$\text{Rentang skala} = \frac{\text{Skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{jumlah pilihan jawaban}} = \frac{5-1}{5} = 0,80$$

Sumber: Riyanto & Hatmawan (2020:54)

Dari hasil perhitungan rentang skala diatas, diperoleh jarak antar kategori sebesar 0,80, sehingga penulis menggunakan tabel rentang skala sebagai berikut:

**Tabel 9**

**Rentang Skala**

No	Rentang Skala	Kategori
1	1,00 – 1,79	Sangat Rendah
2	1,80 – 2,59	Rendah
3	2,60 – 3,39	Cukup
4	3,40 – 4,19	Tinggi
5	4,20 – 5,00	Sangat Tinggi

Sumber: Riyanto & Hatmawan (2020:54)

#### 4) Analisis Koefisien Korelasi

Analisis koefisien korelasi yaitu metode statistik yang dipergunakan untuk memastikan arah dan kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih. Menurut Sugiyono (2017:286) arah hubungan dapat diterangkan sebagai positif atau negatif, sementara kekuatan hubungan dapat diterangkan dalam nilai koefisien korelasi yang menunjukkan seberapa kuatnya atau lemahnya hubungan tersebut. Berikut ini adalah rumus koefisien korelasi :

$$R_{yX_1X_2} = \sqrt{\frac{r_{yX_1}^2 + r_{yX_2}^2 - 2r_{yX_1}r_{yX_2}r_{X_1X_2}}{1 - r_{X_1X_2}^2}}$$

Sumber: Sugiyono (2017:191)

Keterangan:

$R_{yX_1X_2}$  = Koefisien korelasi antara variabel  $X_1$  dengan  $X_2$   
secara bersama-sama dengan variabel  $Y$

$r_{yX_1}$  = Koefisien Korelasi antara  $X_1$  dengan  $Y$

$r_{yX_2}$  = Koefisien Korelasi antara  $X_2$  dengan  $Y$

$r_{X_1X_2}$  = Koefisien Korelasi antara  $X_1$  dengan  $X_2$

Koefisien korelasi menunjukkan tingkat pengaruh variabel independen (variabel bebas) dengan variabel dependen (variabel terikat). Nilai koefisien korelasi harus terdapat dalam batas-batas -1 hingga +1 ( $-1 < r < +1$ ), menghasilkan beberapa kemungkinan yaitu:

- a. Apabila  $r = 0$  atau mendekati 0, maka menunjukkan korelasi yang lemah atau tidak terdapat korelasi sama sekali antara variabel-variabel yang diteliti.
- b. Apabila  $r = +1$  atau mendekati +1, maka korelasi antar variabel dikatakan positif.
- c. Apabila  $r = -1$  atau mendekati -1, maka korelasi antar variabel dikatakan negatif.

Adapun interpretasi dari besarnya nilai antara variabel dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

**Tabel 10**  
**Nilai Koefisien Korelasi**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

Sumber: Sugiyono (2017:274)

### 5) Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiyono (2017:275) analisis regresi linear berganda diterapkan oleh peneliti, apabila peneliti mengamati bagaimana naik turunnya keadaan variabel *dependen* (kriterium), bila dua atau lebih variabel *independen* sebagai faktor predictor dinaik turunkan nilainya (dimanipulasi)

Dengan menggunakan pendekatan menurut Sugiyono (2017:275) persamaan Regresi Linear Berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + \beta^1 X^1 + \beta^2 X^2 + \varepsilon$$

Keterangan :

$Y$  = Keputusan Pembelian

$a$  = Konstanta

$\beta_1$  = Koefisien regresi *Green Product*

$\beta_2$  = Koefisien regresi *Green Advresting*

$X_1$  = *Green Product*

$X_2$  = *Green Adversting*

$\varepsilon$  = *Error term*

## 6) Uji Hipotesis

Menurut Sugioyono (2017:63) Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian dalam bentuk kalimat pertanyaan.

Secara statistik, hipotesis yaitu pernyataan tentang keadaan populasi yang akan diuji kebenarannya berdasarkan data yang diperoleh dari sampel penelitian. Dalam konteks ini, uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *green product* dan *green advertising* terhadap keputusan pembelian *The Body Shop*. Dalam penelitian ini dilakukan uji hipotesis sebagai berikut:

### a. Uji Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2018:98) Uji statistik t dilakukan untuk mengetahui dampak masing-masing *variable independen* pada *variable dependen*. Uji t dilakukan untuk mengetahui hubungan korelasi r yang diterima memiliki arti atau tidak dan digunakan untuk seberapa signifikan *variabel independen* yaitu *green product* (X1) dan *green advertising* (X2) secara parsial terhadap *variabel dependen* yaitu keputusan pembelian (Y).

Menurut Sugiyono (2017:184) rumus yang digunakan untuk menghitung uji parsial sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{b}{sb} \text{ atau } \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

- b = Koefisien regresi
- sb = Standar *Error*
- r = Koefisien korelasi sederhana
- n = Jumlah data

Dalam melakukan pengujian parsial (uji t) terdapat kriteria pengujian sebagai berikut:

- 1)  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

$H_0 : \beta_1 = 0$ , artinya tidak berpengaruh secara parsial antara *green product* terhadap keputusan pembelian *The Body Shop* di Kota Bogor.

$H_a : \beta_1 \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh secara parsial antara *green product* terhadap keputusan pembelian *The Body Shop* di Kota Bogor.

2)  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

$H_0 : \beta_2 = 0$ , artinya tidak berpengaruh secara parsial antara *green advertising* terhadap keputusan pembelian *The Body Shop* di Kota Bogor.

$H_a : \beta_2 \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh secara parsial antara *green advertising* terhadap keputusan pembelian *The Body Shop* di Kota Bogor.

3)  $t_{hitung} > t_{tabel}$ ,  $Sig < 0,05$   $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya *Variabel independen* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *variabel dependen*.

4)  $t_{hitung} < t_{tabel}$ ,  $Sig > 0,05$   $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya *Variabel independen* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap *variabel dependen*.

#### **b. Uji simultan (Uji F)**

Menurut Ghazali (2018:56) menjelaskan bahwa penggunaan uji F bertujuan untuk menunjukkan apakah variabel independen yang dimasukkan dalam model memiliki pengaruh bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen.

Uji simultan (uji F) dilakukan dengan membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  untuk signifikasinya 5% dari *defree of*

*freedom* (df) = n-k-1, dalam hal ini n yaitu jumlah sampel dan k yaitu konstruk. Berikut adalah rumus dari (uji F):

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

Sumber: Sugiyono (2017:192)

Keterangan:

$F$  = Nilai uji F

$R^2$  = Koefisien korelasi ganda dikuadratkan

$k$  = Jumlah variabel independen

$n$  = Jumlah anggota sampel

Dalam melakukan pengujian simultan (uji f), terdapat kriteria pengujian sebagai berikut:

- 1)  $H_0 ; \beta_1 ; \beta_2 = 0$ , (Tidak berpengaruh secara simultan antara *green product* dan *green advertising* terhadap keputusan pembelian *The Body Shop* di Kota Bogor).
- 2)  $H_a ; \beta_1 ; \beta_2 \neq 0$ , (Terdapat pengaruh secara simultan antara *green product* dan *green advertising* terhadap keputusan pembelian *The Body Shop* di Kota Bogor).
- 3)  $f_{hitung} < f_{tabel}$  atau  $Sig > 0,05$   $H_0$  diterima, artinya *Variabel independen* secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap *variabel depeden*.
- 4)  $f_{hitung} > f_{tabel}$   $Sig < 0,05$   $H_0$  ditolak, artinya *Variabel independen* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *variabel depeden*.

## 7) Uji Koefisien Determinasi (Uji R<sup>2</sup>)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui sejauh mana model dapat menjelaskan variasi dalam *variabel dependen* (Ghozali, 2018:97). Pada intinya, koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menangani variasi *variabel dependen*.

Koefisien determinasi memiliki rentang nilai antara 0 dan 1, dan semakin mendekati nilai 1, berarti *variabel independen* dapat memberikan informasi yang hampir seluruhnya dibutuhkan untuk memprediksi variasi dalam *variabel dependen*.

Apabila nilai koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) semakin besar, maka menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang besar dan signifikan dari *variabel independen* (variabel bebas) terhadap *variabel dependen* (variabel terikat), dan sebaliknya.

Untuk mengetahui nilai koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Sumber: Sugiyono (2017:320)

keterangan:

*KD* = Koefisien determinasi

*r*<sup>2</sup> = Koefisien korelasi

Sumber: Sugiyono (2017:320)