

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Metode Penelitian**

Metode penelitian dapat diartikan sebagai cara ilmiah untuk memperoleh data dengan tujuan tertentu. Dalam penelitian ini, sering kali sulit untuk langsung mendapatkan data yang *valid*. Oleh karena itu, data yang telah terkumpul harus diuji terlebih dahulu untuk mengetahui validitasnya sebelum digunakan dalam analisis data.

Data penelitian ini, metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang pendalamannya dengan sistematis, tersusun dengan jelas dari awal hingga akhir pembuatan penelitiannya (Sugiyono, 2013:13).

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah ada pengaruh *green product* dan *green promotion* pada keputusan pembelian. Penelitian ini diawali dengan mengkaji teori-teori dan pengetahuan yang sudah ada sehingga muncul sebab permasalahan. Permasalahan tersebut akan diuji untuk mengetahui penerimaan atau penolakannya berdasarkan data yang diperoleh.

## **B. Subjek dan Objek Penelitian**

### 1. Subjek Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitian adalah konsumen Starbucks Coffee.

### 2. Objek Penelitian

Pada penelitian ini objek yang akan digunakan yaitu seluruh outlet Starbucks di kota bogor.

## **C. Variabel Penelitian dan Operasional Variabel**

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016:2).

Penelitian ini akan menguji dua jenis variabel yaitu variabel terikat dan variabel bebas. Variabel terikat terdiri dari Keputusan Pembelian (Y), sedangkan variabel bebas yang terdiri dari *green product* (X1) dan *Green Promotion* (X2).

Berkaitan dengan penelitian ini menguji dua variabel yaitu variabel terikat dan variabel bebas. Dengan uraian sebagai berikut :

### 1. Variabel terikat (*Dependent variabel*)

Variabel *dependent* sering disebut variabel terikat yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.

Yang termasuk dalam variabel terikat adalah Keputusan Pembelian (Y).

Menurut Kotler & Armstrong (2018) keputusan pembelian konsumen

merupakan keputusan untuk membeli merek yang paling disukai, tetapi dua faktor dapat muncul antara niat membeli dan keputusan membeli.

2. Variabel bebas (*Independent variabel*)

Variabel *independent* sering disebut variabel bebas yaitu variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab kemunculan variabel terikat.

Yang termasuk dalam variabel bebas adalah :

a. *Green Product* (X1)

Menurut Pankaj dan Vishal (2014). *Green product* menawarkan alternatif produk yang diproses menggunakan bahan organik, menghemat penggunaan energi, menghilangkan produk beracun dan mengurangi polusi limbah.

b. *Green Promotion* (X2)

Mamahit (2015), *Green promotion* merupakan promosi yang bertujuan untuk mengubah persepsi masyarakat akan produk yang ramah akan lingkungan dengan menggunakan media, seperti media elektronik (televisi dan internet).

**Tabel 1**  
**Operasional Variabel**

No.	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1.	<i>Green Product</i>	<i>Green product</i> menawarkan alternatif produk yang diproses menggunakan bahan organik, menghemat penggunaan energi, menghilangkan produk beracun dan	1. <i>Green product</i> bermanfaat bagi lingkungan. 2. Kinerja <i>green product</i> sesuai harapan konsumen.	Likert

		mengurangi polusi serta limbah. (Pankaj dan Vishal (2014))	3. Bahan baku <i>green product</i> terbuat dari bahan – bahan yang tidak berbahaya. (Pankaj dan Vishal (2014:22))	
2.	<i>Green Promotion</i>	<i>Green Promotion</i> merupakan promosi yang bertujuan untuk mengubah persepsi masyarakat akan produk yang ramah akan lingkungan dengan menggunakan media elektronik (televisi dan internet). (Mamahit (2015))	1. Media promosi 2. Kreativitas promosi 3. Diferensiasi promosi 4. Kualitas tenaga pemasar (Wijaya (2018:109))	Likert
3.	Keputusan Pembelian	Keputusan pembelian konsumen merupakan keputusan untuk membeli merek yang paling disukai , tetapi dua faktor dapat muncul antara niat membeli dan keputusan membeli. (Kotler & Armstrong (2018))	1. Pilihan produk 2. Pilihan merek 3. Pilihan Penyalur 4. Waktu pembelian 5. Jumlah pembelian (Indrasari (2019:74-75))	Likert

#### D. Populasi dan Sampel

##### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016:61). Populasi dari penelitian ini adalah jumlah konsumen produk Starbucks dan jumlahnya yang banyak sehingga tidak

diketahui. Dimana populasi didapat dari konsumen yang membeli produk di Starbucks.

## 2. Sampel

Menurut Sugiyono (2022:81) sampel merupakan 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.

Karena populasi konsumen starbucks di kota bogor tidak diketahui jumlahnya, maka rumus yang dibutuhkan untuk mengetahui jumlah sampel adalah menggunakan rumus lemeshow (Slamet Riyanto, 2020:13) :

$$n = \frac{Z_{1-\alpha/2}^2 P(1-P)}{d^2}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

Z = Skor pada kepercayaan 95% = 1,96

P = Maksimal estimasi = 50% = 0,5

d = Tingkah kesalahan = 10% = 0,1

Berdasarkan rumus, maka  $n = \frac{1,96^2 \times 0,5 (1 - 0,5)}{0,1^2} = 96,04$

0,1<sup>2</sup>

Maka diperoleh hasil jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 100 responden. Teknik pengambilan sampel dari populasi pada penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Pengambilan dengan cara teknik sampling yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (konsumen) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Sedangkan metode *purposive sampling* yaitu teknik yang penentuan sampelnya dengan pertimbangan tertentu.

#### **E. 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, 2014:199). Kuesioner ini menggunakan model pernyataan tertutup, karena opsi jawaban telah disediakan maka responden dapat memilih salah satu opsi jawaban tersebut.

2. Studi pustaka

Studi pustaka yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan informasi yang diperoleh peneliti dalam melakukan penelitiannya dari jurnal, buku-buku ilmiah dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Dalam penelitian ini studi

pustaka yang diperoleh digunakan sebagai teori dasar untuk mendukung penelitian.

## **F. Metode Analisa Data**

Metode analisis data merupakan suatu metode pengolahan data yang dilakukan untuk mengubah data mentah menjadi informasi yang punya manfaat dan bernilai. Dalam metode analisis data, data diproses dan diolah untuk menghasilkan kesimpulan atau rekomendasi yang dapat membantu dalam pengambilan keputusan.

Setelah data dari semua responden atau sumber data lainnya telah terkumpul, kegiatan selanjutnya adalah analisis data (Sugiyono, 2022:147). Analisis data melibatkan beberapa kegiatan, seperti mengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dan semua responden, menyajikan data setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan pengujian hipotesis yang telah diajukan.

Skala Likert merupakan jenis skala yang paling umum digunakan dalam kuesioner dan sering digunakan dalam riset berupa survei. Nama skala ini diambil dari Rensis Likert, yang menerbitkan sebuah laporan yang menjelaskan penggunaannya.

Menurut Sugiyono (2022:93) Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok terhadap fenomena sosial yang telah ditentukan secara khusus oleh peneliti. Variabel penelitian dengan skala Likert diuraikan menjadi indikator-indikator

variabel, yang kemudian digunakan sebagai dasar untuk mengembangkan item-item instrumen seperti pertanyaan atau pernyataan.

Skala Likert menggunakan gradasi dari sangat positif hingga sangat negatif untuk setiap item instrumennya. Berikut ini merupakan kriteria penilaian yang digunakan pada skala Likert :

**Tabel 2**  
**Skala Likert**

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

Sumber : Sugiyono (2022:93)

Berdasarkan hal tersebut maka dalam mencapai tujuan penelitian, data yang telah diperoleh kemudian akan diolah dan dipaparkan berdasarkan statistik. Teknik analisis data yang digunakan adalah program SPSS versi 25. SPSS (*Statistical Program for the Social Sciens*) merupakan program Aplikasi yang mempunyai kemampuan untuk menganalisis statistik secara tinggi serta sistem manajemen data pada lingkungan grafis dengan menggunakan menu sederhana sehingga memberikan kemudahan untuk cara penggunaannya. Dibawah ini merupakan teknik analisis data yang digunakan :

#### 1. Uji Validitas

Validitas adalah *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat dalam melakukan fungsinya. Uji

validitas merupakan suatu ukuran untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu kuesioner. Validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar (konstruk) pertanyaan dalam mendefinisikan variabel (Sugiyono, 2016:125).

Pada pengujian ini dilakukan agar dapat memastikan jawaban yang dihasilkan oleh responden pada kuesioner benar dan sesuai untuk digunakan dalam penelitian atau tidak. Dalam hal ini rumus yang digunakan dalam mengukur validitas adalah rumus *product moment* dari *pearson*.

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

Keterangan :

R = Koefisien korelasi

N = Jumlah subyek / Responden

X = Skor butir

Y = Skor total

$\Sigma X^2$  = Jumlah kuadrat nilai X

$\Sigma Y^2$  = Jumlah kuadrat nilai Y

Syarat tersebut menurut Sugiyono (2014:173-174) yang harus dipenuhi yaitu harus memiliki kriteria sebagai berikut :

- a. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka item-item pertanyaan dari kuesioner adalah valid.

b. Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka item-item pertanyaan dari kuesioner adalah tidak valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Reliabilitas merupakan konstabilan suatu skor instrumen penelitian terhadap individu yang sama, dan diberikan waktu yang berbeda. Pada uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini ada metode *Cronbach Alpha*. Persamaan untuk menghitung *Cronbach Alpha* sebagai berikut :

$$r = \frac{k}{(k - 1)} \left\{ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right\}$$

Sumber : Sugiyono (2013:365)

Keterangan :

$r$  = Reliabilitas instrument

$k$  = Jumlah pernyataan

$\sum \sigma_b^2$  = Jumlah varian butir

$\sigma_1^2$  = Varian total

Dalam melakukan uji reliabilitas kriteria pengujian sebagai berikut:

1) Jika nilai koefisien yakni *Cronbach's Alpha*  $> 0,60$  maka instrumen dinyatakan reliabel (terpercaya).

2) Jika nilai koefisien yakni *Cronbach's Alpha* < 0,60 maka instrumen dinyatakan tidak reliabel (tidak terpercaya).

### 3. Analisis Deskriptif.

Statistik deskriptif merupakan metode statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara memberikan deskripsi atau gambaran tentang data yang telah dikumpulkan untuk digunakan sebagai sampel dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2022:147) analisis statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan.

Adapun analisis deskriptif statistik dalam penelitian ini adalah nilai minimum, nilai maksimum, dan nilai rata-rata tertimbang (*mean weight*). Berikut rumus-rumus yang digunakan, antara lain :

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

Keterangan :

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

$X_i$  = Frekuensi

$W_i$  = Bobot

### 4. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas diperlukan untuk melakukan beberapa pengujian variabel lainnya dengan mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Untuk menguji sebuah data bernilai normal atau tidak, dapat diketahui dengan menggunakan

grafik dan analisis statistik. Metode yang digunakan untuk melakukan uji normalitas dalam penelitian ini adalah dengan analisis statistik yang menggunakan *One Sample Kolmogorow-Smirnov Test*, dengan taraf signifikan 0,05 atau 5%.

Dasar pengambilan keputusan untuk pengujian normalitas adalah sebagai berikut :

- 1) Jika taraf signifikan yang dihasilkan  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima, sehingga data tersebut terdistribusi normal.
- 2) Jika taraf signifikan yang dihasilkan  $< 0,05$  maka  $H_0$  diterima, sehingga data tersebut tidak terdistribusikan secara normal.

b. Uji Multikolineritas

Pada uji multikolineritas dipergunakan untuk mengetahui tersedia atau tidaknya variabel independen yang memiliki kesamaan dengan variabel independen lain dalam satu model. Kesamaan antara variabel independen dalam suatu model akan menyebabkan terjadinya korelasi yang kuat antara suatu variabel independent dengan variabel lainnya. Selain itu deteksi terhadap multikolineritas bertujuan agar menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan kesimpulan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Deteksi multikolineritas pada suatu model dapat dilihat dari beberapa hal, antara lain :

- 1) Jika nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* lebih kecil dari 10 dan nilai *Tolerance* tidak kurang dari 0,1, maka model dapat dikatakan bebas dari multikolinieritas  $VIF = 1/Tolerance$ , jika  $VIF = 10$ , maka  $Tolerance = 1/10 = 0,1$ . Semakin tinggi  $VIF$  maka semakin rendah *Tolerance*.
  - 2) Jika nilai koefisien korelasi antar masing-masing variabel independen kurang dari 0,70, maka model dapat dinyatakan bebas dari asumsi klasik multikolinieritas. Jika lebih dari 0,70 maka diasumsikan terjadi korelasi yang sangat kuat antar variabel independen sehingga terjadi multikolinieritas.
  - 3) Jika nilai koefisien determinan, baik dilihat dari  $R^2$  maupun *R-Square* di atas 0,60 namun tidak ada variabel independen yang berpengaruh terhadap variabel dependen, maka ditengarai model terkena multikolinieritas.
- c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Imam Ghozali (2018:135) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian residual dari pengamatan satu dengan lainnya. Jika pada pengamatan satu dengan lainnya tidak berubah atau tetap maka disebut homoskedastisitas dan sebaliknya jika terjadi perubahan atau berbeda maka heteroskedastisitas. Pengujian heteroskedastisitas ini menggunakan perangkat komputer dengan program SPSS 25.

Berikut adalah cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model yang dilihat dari pola *scatterplot* model tersebut antara lain :

- 1) Nilai signifikansi  $> 0,05$ , maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.
- 2) Nilai signifikansi  $< 0,05$ , maka terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

d. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah pada dua variabel atau lebih yang diuji mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini digunakan biasanya untuk persyaratan dalam analisis korelasi atau regresi linear.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji linearitas adalah :

- 1) Jika nilai probabilitas  $> 0,05$  maka hubungan antara variabel (X) dengan (Y) adalah linear.
- 2) Jika nilai probabilitas  $< 0,05$  maka hubungan antara variabel (X) dengan (Y) adalah tidak linear.

5. Analisis Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi merupakan suatu nilai yang mengukur signifikansi, petunjuk, serta intensitas hubungan pada dua variabel. Analisis tersebut bertujuan untuk mendapatkan pola dan kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih. Dibawah ini merupakan rumus koefisien korelasi :

$$R_{y_{x_1x_2}} = \sqrt{\frac{r_{yx_1}^2 + r_{yx_2}^2 - 2r_{yx_1}r_{yx_2}r_{x_1x_2}}{1 - r_{x_1x_2}^2}}$$

Sumber : Sugiyono (2022:191)

Keterangan :

$R_{y_{x_1x_2}}$  = Koefisien korelasi antara variabel  $X_1$  dengan  $X_2$  secara bersama-sama dengan variabel  $Y$

$r_{y_{x_1}}$  = Koefisien korelasi antara  $X_1$  dengan  $Y$

$r_{y_{x_2}}$  = Koefisien korelasi antara  $X_2$  dengan  $Y$

$r_{x_1x_2}$  = Koefisien korelasi antara  $X_1$  dengan  $X_2$

Untuk menguji apakah terdapat hubungan yang erat antara *green product* dan *green promotion* dengan keputusan pembelian maka peneliti menggunakan tabel interpretasi koefisien korelasi.

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

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

Berikut merupakan interpretasi koefisien korelasi dari besarnya nilai antara variabel sebagai berikut :

**Tabel 3**  
**Interpretasi Koefisien Korelasi**

<b>Interval Koefisien</b>	<b>Tingkat Hubungan</b>
0,00 – 0,19	Sangat Rendah
0,20 – 0,39	Rendah
0,40 – 0,59	Sedang
0,60 – 0,79	Kuat
0,80 – 1,00	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2013:231)

#### 6. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda merupakan pengujian statistik yang dipergunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen) dengan menggunakan variabel bebas lebih dari satu. Analisis tersebut bertujuan untuk membuktikan hubungan fungsional atau hubungan kausal antara dua atau lebih variabel bebas. Model hubungan tersebut dapat disusun dalam fungsi atau persamaan berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Sumber : Sugiyono (2017:276)

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

$\beta_1$  = Koefisien regresi *green product*

$\beta_2$  = Koefisien regresi *green promotion*

X1 = *Green Product*

$X_2$  = *Green Promotion*

$e$  = *Error Term*

Persamaan regresi berganda dapat digunakan dalam analisis jika telah memenuhi syarat asumsi klasik.

## 7. Uji Hipotesis

Pada uji hipotesis ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, dengan begitu maka dilakukan sebuah pengujian terhadap hipotesis yang diajukan. Di dalam penelitian ini, hipotesis yang diuji adalah hipotesis ada atau tidaknya pengaruh *green product* dan *green promotion* terhadap keputusan pembelian pada produk starbucks di kota bogor. Dalam penelitian ini dilakukan uji hipotesis dengan asumsi sebagai berikut :

### a. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial atau yang biasa disebut uji t ini digunakan untuk melihat seberapa signifikan pengaruh dari variabel bebas atau independen ( $X_1$  dan  $X_2$ ) secara individu terhadap variabel terikat atau dependen ( $Y$ ).

Uji parsial (uji t) dilakukan sebagai alat hitung untuk menghitung suatu konsentrasi yang diambil dari rumus sebagai berikut :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Sumber : Sugiyono (2022:187)

Keterangan :

- t = Nilai uji t  
 r = Koefisien korelasi  
 n = Jumlah sampel

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

- 1)  $H_0 : \beta_1\beta_2 = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh *Green Product* (X1), *Green Promotion* (X2) secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y).
- 2)  $H_1 : \beta_1\beta_2 \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh *Green Product* (X1), *Green Promotion* (X2) secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y).
- 3)  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau signifikansi  $< 0,05$ .  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.  
 $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau signifikansi  $> 0,05$ .  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan pada umumnya digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independent secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Uji F dilakukan dengan membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  untuk signifikansinya 5% dari *defree of freedom* (df) = n-k-1, dalam hal ini

n adalah jumlah sampel dan k adalah konstruk. Berikut adalah rumus dari uji F :

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

Sumber : Sugiyono (2022:192)

Keterangan :

F = Nilai uji F

$R^2$  = Koefisien korelasi ganda dikuadratkan

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah anggota sampel

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

1)  $H_0 : \beta_1\beta_2 = 0$ , artinya *Green Product (X1)*, *Green Promotion (X2)* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

2)  $H_1 : \beta_1\beta_2 \neq 0$ , artinya *Green Product (X1)*, *Green Promotion (X2)* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

3) Dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

$F_{hitung} > F_{tabel}$  atau signifikansi  $< 0,05$   $H_0$  ditolak, artinya variabel independen secara bersamaan mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.

$F_{hitung} < F_{tabel}$  atau signifikansi  $> 0,05$   $H_0$  diterima, artinya variabel independen secara bersamaan tidak mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.

#### 8. Analisis Koefisien Determinasi (Uji $R^2$ )

Ghozali (2018:97) menyatakan bahwa uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui sejauh mana model dapat menjelaskan variasi dalam variabel dependen. 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.

Untuk mengetahui nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

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

Sumber : Sugiyono (2017:320)

Dimana :

KD = Koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi

