

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu, cara ilmiah, data, tujuan, kegunaan tertentu Sugiyono (2023:2) 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 akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada sifat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah digunakan Sugiyono (2023:16).

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah ada pengaruh *Green Product*, *Green Price* dan *Green Promotion* terhadap 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. Variabel Penelitian dan Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah segala bentuk yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, lalu ditarik kesimpulannya. Variabel bisa berupa sesuatu yang memengaruhi (independen) atau dipengaruhi (dependen) Sugiyono (2023:68).

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) *Green Price* (X2) dan *Green Promotion* (X3).

1. Variabel Terikat (Dependent Variabel)

Variabel dependen atau biasa disebut variabel *output*, kriteria, atau konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering di sebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas Sugiyono (2023:69). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikatnya adalah Keputusan Pembelian (Y).

Keputusan Pembelian adalah proses dan sikap konsumen dalam memilih, membeli, dan menggunakan suatu produk atau jasa berdasarkan pertimbangan kebutuhan, preferensi, informasi, dan keyakinan bahwa produk tersebut akan membeli kepuasan atau manfaat.

2. Variabel Bebas (Independent Variabel)

Variabel independen, variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, antecedent. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel bebas yaitu *Green Product* (X1) *Green Price* (X2) dan *Green Promotion* (X3).

a. *Green Product* (X1)

Green Product adalah produk yang ramah lingkungan dan aman bagi kesehatan, diproduksi dengan bahan yang tidak berbahaya, proses yang minim emisi, serta dapat didaur ulang. Indikatornya mencakup penggunaan bahan baku ramah lingkungan, proses produksi efisien, daur ulang produk, dampak lingkungan yang rendah selama siklus hidupnya serta sertifikasi dan label.

b. *Green Price* (X2)

Green Price adalah strategi penetapan harga untuk produk ramah lingkungan yang mempertimbangkan biaya produksi berkelanjutan serta nilai tambah terhadap lingkungan. Harga ini umumnya lebih tinggi karena penggunaan bahan baku ramah lingkungan dan proses produksi yang minim dampak negatif.

c. *Green Promotion* (X3)

Green Promotion adalah komunikasi pemasaran yang digunakan perusahaan untuk menyampaikan nilai dan keunggulan lingkungan dari produknya guna meningkatkan kesadaran, citra merek, dan minat beli konsumen terhadap produk ramah lingkungan..

3. Operasional Variabel Penelitian

Operasional variabel bertujuan untuk menjelaskan secara rinci setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini, dan disajikan dalam bentuk tabel operasional sebagai berikut :

Tabel 6
Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
<i>Green Product</i> (X1)	<i>Green Product</i> adalah produk yang ramah lingkungan dan aman bagi kesehatan, diproduksi dengan bahan yang tidak berbahaya, proses yang minim emisi, serta dapat didaur ulang. Indikatornya mencakup penggunaan bahan baku ramah lingkungan, proses produksi efisien, daur ulang produk, dan dampak lingkungan yang rendah selama siklus hidupnya.	1. Penggunaan bahan baku ramah lingkungan 2. Proses produksi minim emisi 3. Produk dapat didaur ulang 4. Produk memiliki dampak rendah terhadap lingkungan selama siklus hidupnya 5. Sertifikasi dan label Menurut Sofwan & Wijayangka (2021:654).	Likert

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
<i>Green Price</i> (X2)	<i>Green Price</i> adalah strategi penetapan harga untuk produk ramah lingkungan yang mempertimbangkan biaya produksi berkelanjutan serta nilai tambah terhadap lingkungan. Harga ini umumnya lebih tinggi karena penggunaan bahan baku ramah lingkungan dan proses produksi yang minim dampak negatif	f. Kesesuaian dengan kualitas bahan baku g. Sesuai dengan kinerja lingkungan h. Sesuai dengan desain produk i. Perbandingan harga dengan produk sejenis j. Persepsi konsumen Menurut Salqaura et al (2024:65)	Likert
<i>Green Promotion</i> (X3)	<i>Green Promotion</i> adalah komunikasi pemasaran yang digunakan perusahaan untuk menyampaikan nilai dan keunggulan lingkungan dari produknya guna meningkatkan kesadaran, citra merek, dan minat beli konsumen terhadap produk ramah lingkungan..	1. Iklan promosi berorientasi kepedulian lingkungan 2. Promosi mencantumkan manfaat produk terhadap lingkungan 3. Konsistensi pesan hijau melalui media promosi Menurut Margareth Ginting & Feby Aulia Safrin (2023:57)	
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan Pembelian adalah proses dan sikap konsumen dalam memilih, membeli, dan menggunakan suatu produk atau jasa berdasarkan pertimbangan kebutuhan, preferensi, informasi, dan keyakinan bahwa produk	1. Keputusan tentang produk 2. Keputusan tentang merek 3. Keputusan tentang saluran Menurut Palupi (2020:9)	Likert

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
	tersebut akan membeli kepuasan atau manfaat.		

C. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2023:285) populasi yaitu wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian menghasilkan kesimpulannya, populasi dari penelitian ini adalah jumlah orang yang membeli produk Eiger di kota bogor, yang sangat banyak sehingga tidak diketahui dari mana populasi didapat.

2. Sampel

Dari hasil populasi tersebut kemudian diambil sampel, menurut Sugiyono (2023:285) sampel yaitu sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel yang diambil harus benar-benar mewakili, karena kesimpulannya akhirnya akan berlaku bagi keseluruhan populasi.

Jumlah masyarakat yang menggunakan produk Eiger 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 Maksimul Estimasi 50% = 0.5

D = Tingkat Kesalahan 10% = 0.1

Berdasarkan rumus, maka $n = \frac{1,96^2 \times 0,5 (1-0,5)=96,4}{0,1^2}$

Jadi, jumlah minimal sampel yang diperlukan untuk penelitian ini adalah 100 responden. Pada penelitian ini, sampel dari populasi diambil menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah metode pengambilan sampel yang didasarkan pada pertimbangan atau kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Penetapan sampel diambil berdasarkan pada kriteria sebagai berikut :

- a. Laki-laki dan Perempuan > 17 tahun
- b. Berdomisili di Kota Bogor
- c. Pernah melakukan pembelian produk Eiger

D. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data yang relevan sesuai dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan terdiri dari :

1. Kuesioner (Angket)

Kuesioner digunakan untuk memperoleh data primer secara langsung dari responden, kuesioner disusun dalam bentuk pertanyaan tertutup menggunakan skala Likert lima point, dimana responden memilih jawaban sesuai dengan persepsi dan pengalaman mereka Sugiyono (2023:199). Butir-butir pernyataan disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel penelitian, yaitu *Eco-Label* (X1), *Green Marketing* (X2), dan Keputusan Pembelian (Y).

a) Skala Likert

Menurut Sugiyono (2023:146) menyatakan bahwa skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok terhadap fenomena sosial yang telah ditentukan secara khusus oleh peneliti. Dengan menggunakan skala likert variabel penelitian diuraikan menjadi indikator variabel.

Jenis skala yang paling sering digunakan dalam kuisisioner dan dalam penelitian survei adalah skala Likert, yang diambil dari Rensis Likert, yang menerbitkan sebuah laporan yang menjelaskan penggunaannya. Untuk setiap item instrumen, skala Likert menggunakan gradasi dari sangat positif hingga sangat negatif. Berikut ini adalah kriteria penilaian yang digunakan pada Likert :

Tabel 7
Skala Likert

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

Sumber : Sugiyono (2023:147)(Sugiyono, 2023)

Berdasarkan data yang diperoleh kemudian akan diolah dan disajikan dengan statistik untuk mencapai tujuan penelitian. Metode analisis data yang digunakan adalah program SPSS versi 25. SPSS adalah program aplikasi yang dikenal sebagai *Statistical Program for the Social Sciences* dan memiliki kemampuan untuk menganalisis statistik tingkat tinggi serta sistem manajemen data pada lingkungan grafis dengan menu sederhana yang membuatnya mudah digunakan.

Untuk menjamin keakuratan dan konsistensi data yang diperoleh melalui kuesioner, perlu dilakukan uji instrumen terlebih dahulu. Uji instrumen ini meliputi uji validitas dan reliabilitas yang bertujuan untuk memastikan bahwa setiap item dalam kuesioner mampu mengukur variabel yang diteliti dengan tepat serta menghasilkan data yang konsisten jika pengukuran dilakukan berulang kali.

b) Uji Validitas

Sebelum digunakan dalam penelitian, kuesioner diuji validitasnya untuk memastikan bahwa setiap butir pernyataan benar-benar mampu mengukur konstruk yang dimaksud. Menurut Ghozali (2021:667) Uji Validitas didefinisikan sebagai persamaan antar data yang dikumpulkan langsung dari subjek penelitian dan data yang dilaporkan oleh peneliti. Jika pernyataan dalam kuisisioner mampu mengungkapkan apa yang akan diukur oleh kuisisioner dikatakan valid atau tidaknya suatu kuisisioner. Untuk setiap pertanyaan, uji validitas dilakukan alat dianggap tidak valid jika r hitung $>$ r tabel pada taraf signifikan ($\alpha = 0,05$) maka instrumen itu dianggap valid dan jika r hitung $<$ r tabel maka instrumen dianggap tidak valid.

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

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

Keterangan :

r = Koefisien Korelasi

n = Responden

X = Jumlah Skor Pernyataan

Y = Skor Total Semua Variabel Kuisisioner

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.

c) Uji Reliabilitas

Setelah lolos uji validitas, instrumen diuji realibilitasnya untuk mengetahui sejauh mana instrumen memberikan hasil yang konsisten. Uji realibilitas dilakukan menggunakan metode *Cronbach's Alpha*, instrumen dikatakan reliabel apabila nilai $\alpha >$ dari 0,60 yang menunjukkan bahwa responden terhadap pernyataan tetap konsisten jika dilakukan pengukuran berulang Ghozali (2021:61).

Uji reabilitas menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran dengan objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Untuk menguji realibilitas penelitian ini metode *Cronbach's Alpha* digunakan. Persamaan untuk menghitung *Cronbach's Alpha* adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

r = Realibilitas Instrument

k = Jumlah Butir Pernyataan

$\sum \sigma b^2$ = Jumlah Varian Skor

$\sigma 1^2$ = Varian Total

Dalam melakukan uji realibilitas kriteria pengujian sebagai berikut :

- 1) Jika dinyatakan koefisien yakni *Cronbach's Alpha* $> 0,60$ maka instrumen dinyatakan realibel (terpercaya)
- 2) Jika koefisien yakni *Cronbach's Alpha* $< 0,60$ maka instrumen dinyatakan tidak realibel (tidak terpercaya).

2. Studi Pustaka

Instrumen lain yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi pustaka. Instrumen ini digunakan untuk mengumpulkan data sekunder dari berbagai sumber tertulis yang relevan, seperti buku referensi, jurnal ilmiah, artikel penelitian terdahulu, serta dokumen resmi lainnya. Studi pustaka berfungsi sebagai landasan teori dan kerangka konseptual yang memperkuat analisis data primer yang diperoleh melalui kuesioner.

E. Teknik Analisa Data

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah : mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan Sugiyono (2023:206). Teknik analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini :

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum terhadap data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, biasanya digunakan untuk mengeragui nilai maksimum, minimum, rata-rata (mean), dan standar deviasi (*standar deviation*).

Menurut Sugiyono (2023:206), statistik deksriptif bertujuan untuk menyajikan data agar mudah dibaca dan ditafsirkan. Dua ukuran utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah rata-rata dan standar deviasi.

a. Rata-rata (*Mean*)

Rata-rata digunakan untuk mengetahui kecenderungan umum dari jawaban responden pada setiap item pernyataan. Rumus yang digunakan :

$$X = \frac{\sum_i^n -1 X_i W_i}{\sum_i^n -1 W_i}$$

Keterangan :

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

X_i = frekuensi

W_i = bobot

Sedangkan rumus yang digunakan untuk menghitung rentangan skala sebagai berikut :

$$Rentang\ Skala = \frac{Skor\ tertinggi - Skor\ terendah}{Jumlah\ Pilihan\ Jawaban} = \frac{5 - 1}{5} = \frac{4}{5} = 0,80$$

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

Tabel 8
Rentang Skala Analisis Deskriptif

No	Rentang Skala	Kategori
1	1,00 – 1,80	Sangat Lemah
2	1,81 – 2,60	Lemah
3	2,61 – 3,40	Cukup
4	3,41 – 4,20	Kuat
5	4,21 – 5,00	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2023:204)

b. Standar Deviasi

Standar deviasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh data menyebar dari rata-rata. Rumus standar deviasi untuk sampel :

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum_i^n (x_i - \bar{x})^2}{n - 1}}$$

σ = Standar Deviasi (SD)

n = Ukuran Sampel

x_i = Nilai X ke-I

$\bar{x}$ = Nilai Rata-Rata

Perhitungan analisis deskriptif dilakukan dengan bantuan software SPSS versi 25, untuk mendapatkan ringkasan data berupa nilai minimum, maksimum, rata-rata, dan standar deviasi dari masing-masing indikator variabel penelitian.

2. Uji Asumsi Klasik

Menurut Ghozali (2021:159) Uji Asumsi 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 mencakup uji normalitas, uji multikolineritas, uji heterokedastisitas, dan uji linearitas.

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2021:196) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan f mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan melalui analisis statistik menggunakan *One Sample Kolmogorow-Samirnov Test* dengan taraf signifikan 0,05 atau 5%. Dasar pengambilan keputusan untuk uji normalitas adalah sebagai berikut :

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

b. Uji Multikolineritas

Menurut Ghozali (2021:157) Uji multikolineritas menentukan tersedia atau tidaknya variabel independen yang

memiliki kesamaan dengan variabel independen lainnya dalam model tertentu. Jika ada kesamaan antar variabel independen dalam model tertentu, maka ada korelasi yang kuat antara variabel independen tersebut dan variabel independen lainnya. Selain itu, tujuan dari deteksi multikolinieritas adalah untuk mencegah kebiasaan dalam proses pengambilan kesimpulan yang berkaitan dengan pengaruh uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Beberapa hal dapat menunjukkan Multikolinieritas pada model, seperti:

- 1) Apabila nilai $VIF < 10$, maka dikatakan tidak terdapat masalah Multikolinieritas.
- 2) Apabila nilai $VIF > 10$, maka dapat dikatakan terdapat masalah Multikolinieritas.
- 3) Jika nilai *Tolerance* $> 0,10$, maka dikatakan tidak terdapat masalah Multikolinieritas.
- 4) Jika nilai *Tolerance* $< 0,10$, maka dikatakan terdapat masalah Multikolinieritas.

d) Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2021:178) uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah varian residual dalam model regresi sama dengan pengamatan satu sama lainnya. Homoskedastisitas berarti bahwa satu orang dengan orang lain tidak

berubah atau tetap sama, sebaliknya heteroskedastisitas berarti bahwa ada perubahan atau perbedaan. Uji heteroskedastisitas ini dilakukan menggunakan komputer dan program SPSS 25. Cara-cara berikut dapat digunakan untuk memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model berdasarkan pola scatterplot model:

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

e) Uji Linieritas

Uji linieritas adalah uji yang biasanya digunakan untuk persyaratan analisis korelasi atau regresi linear Ghazali (2021:203). Tujuan uji ini adalah untuk menentukan apakah ada hubungan yang linear atau tidak signifikan antara dua variabel atau lebih yang diuji. Dalam uji linieritas, dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- 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.

3. Analisis Koefisien Korelasi

Analisis koefisien korelasi mengukur kekuatan dan arah hubungan antar dua variabel atau lebih. Arah ditandai dengan hubungan positif dan negatif, dan kekuatan hubungan ditandai dengan besarnya koefisien korelasi Sugiyono (2024:190).

Koefisien korelasi (r) menunjukkan derajat korelasi antara variabel independen dan variabel dependen. Nilai koefisien harus berada di antara -1 dan +1 ($-1 < r \leq +1$) yang menghasilkan beberapa kemungkinan, antara lain:

1. Adanya tanda positif antara variabel yang diuji ditunjukkan oleh tanda positif, yang berarti bahwa setiap kenaikan dan penurunan nilai-nilai X sebanding dengan kenaikan dan penurunan nilai-nilai Y. Jika $r = +1$ atau dekat dengan 1, maka pengaruh positif antara variabel yang diuji sangat kuat.
2. Tanda negatif menunjukkan bahwa ada korelasi negatif antara variabel yang diuji, setiap kenaikan nilai X akan diikuti dengan penurunan nilai Y, dan sebaliknya. Jika $r = -1$ atau dekat dengan -1 maka pengaruh korelasi antar variabel yang diuji lemah.
3. Jika $r = 0$ atau hampir 0 maka menunjukkan bahwa ada korelasi yang lemah atau tidak ada sama sekali antara variabel yang diteliti dan diuji.

Tabel 9
Nilai Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Lemah
0,20 – 0,399	Lemah
0,40 – 0,599	Cukup
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2024:184)

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear 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:

$$KP = a + \beta_1 GPD + \beta_2 GPR + \beta_3 GPM + e$$

Keterangan :

KP = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

β_1 = Koefisien Regresi *Green Product*

β_2 = Koefisien Regresi *Green Price*

β_3 = Koefisien Regresi *Green Promotion*

GPO = *Green Product*

GPR = *Green Price*

GPM = *Green Promotion*

ϵ = *Error Term* (Faktor Lain)

5. Uji Hipotesis

Menurut Sugiyono (2024:159) hipotesis diartikan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Hipotesis berfungsi sebagai pernyataan yang dapat diuji dan menjadi dasar untuk melakukan analisis lebih lanjut. Dalam penelitian, hipotesis biasanya dirumuskan berdasarkan teori yang ada dan hasil penelitian sebelumnya.

Uji hipotesis ini dilakukan untuk memeriksa apakah variabel bebas mempengaruhi variabel terikat. Dalam penelitian ini, hipotesis yang diuji adalah apakah *Green Product*, *Green Price* dan *Green Promotion* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk Eiger di Kota Bogor. Dalam penelitian ini, hipotesis diuji berdasarkan asumsi berikut:

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial atau yang biasa disebut uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen Ghazali (2021:148).

Uji parsial (uji t) digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, uji t dilakukan secara satu

arah (one-tailed tesr) dengan tingkat signifikansi (α) sebesar 5% atau 0,05 Berikut adalah rumusan hipotesis uji parsial (uji t) :

1) $H_0 : \beta_1 = 0 \rightarrow$ Tidak terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara *Green Product* terhadap Keputusan Pembelian (Y).

$H_1 : \beta_1 \neq 0 \rightarrow$ Terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara *Green Product* terhadap Keputusan Pembelian (Y).

2) $H_0 : \beta_2 = 0 \rightarrow$ Tidak terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara *Green Price* terhadap Keputusan Pembelian (Y).

$H_1 : \beta_2 \neq 0 \rightarrow$ Terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara *Green Price* terhadap Keputusan Pembelian (Y).

3) $H_0 : \beta_3 = 0 \rightarrow$ Tidak terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara *Green Promotion* terhadap Keputusan Pembelian (Y).

$H_1 : \beta_3 \neq 0 \rightarrow$ Terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara *Green Promotion* terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Kriteria pengambilan keputusan :

1) Jika nilai signifikansi (p-value) $< 0,05$ atau t hitung $> t$ tabel, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

2) Jika nilai signifikansinya (p-value) $\leq t$ tabel, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

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 (2023:187)

Keterangan :

t = Nilai Uji t

r = Koefisien Korelasi

n = Jumlah Sampel

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan pada umumnya digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel independen. Uji F dilakukan dengan membandingkan nilai Fhitung dengan Ftabel untuk signifikasinya 5% dari *degree of freedom* (df) = n-k-1, dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah konstruk Ghazali (2021:148). Berikut rumus dari Uji F :

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

Sumber : Sugiyono (2023:192)

Keterangan :

F = Nilai Uji F

R² = Koefisien Korelasi Ganda Dikuadratkan

k = Jumlah Variabel Independen

n = Jumlah Anggota Sampel

Dalam melakukan uji simultan (uji F), terdapat rumusan hipotesis sebagai berikut :

- 1) $H_0 : \beta_1 \beta_2 \beta_3 = 0$ artinya tidak terdapat pengaruh *Green Product* (X1), *Green Price* (X2), *Green Promotion* (X3) secara simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y).
- 2) $H_1 : \beta_1 \beta_2 \beta_3 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh *Green Product* (X1), *Green Price* (X2), *Green Promotion* (X3) secara simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Dengan kriteria pengambilan keputusan :

- 1) Jika nilai signifikansi (p-value) $< 0,05$ atau $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara *Green Product* (X1), *Green Price* (X2), *Green Promotion* (X3)
- 2) Jika nilai signifikansi (p-value) $\geq 0,05$ atau $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, yang berarti tidak terdapat pengaruh signifikan secara simultan.

6. Analisis Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Ghozali (2021:147) 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 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)

Keterangan :

KD = Koefisien Determinasi

r^2 = Koefisien Korelasi

Tabel 10
Nilai Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,19	Sangat Lemah
0,20 – 0,39	Lemah
0,40 – 0,59	Cukup
0,60 – 0,79	Kuat
0,80 – 1,00	Sangat Kuat