

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Jenis dan Pendekatan

Penelitian kuantitatif ialah cara analisis yang memiliki landasan terhadap filsafat positivisme yang berguna untuk penelitian populasi dan sampel. Teknik pengambilan sampel lazimnya dijalankan secara acak, kemudian data dikumpulkan dengan *instrument* penelitian, dan tahap akhir berupa analisis data bersifat kuantitatif/*statistic* dengan tujuan untuk pengujian hipotesis yang telah ditetapkan.<sup>1</sup> Penelitian ini menggunakan empat variabel bebas (*independent*), yaitu *green buying behavior* (X1), *green advertising* (X2), *green brand* (X3), dan *green perceived value* (X4) serta satu variabel terikat (*dependen*), yaitu *green satisfaction* (Y).

### B. Setting Penelitian

Setting penelitian ini terdapat informasi tentang tempat dan masa penelitian dilakukan. Tempat penelitian ini dilakukan di kabupaten Kudus, Jawa Tengah. Waktu yang dialokasikan peneliti guna melakukan penelitian ini pada awal bulan Januari sampai bulan Maret tahun 2023.

### C. Populasi dan Sampel Penelitian

#### 1. Populasi

Populasi merupakan kawasan yang lazimnya mencakup obyek/subyek yang memiliki kuantitas dan ciri khas tertentu yang ditentukan oleh peneliti guna dikaji kemudian dapat ditarik kesimpulan.<sup>2</sup> Populasi penelitian artinya keutuhan dari objek penelitian bisa berupa insan, hewan, udara, tumbuh-tumbuhan dan sebagainya, sehingga akibatnya obyek-obyek ini bisa menjadi awal mula penelitian.<sup>3</sup> Populasi ialah sekelompok obyek yang menjadi sasaran penelitian. Berdasarkan tempat yang telah ditetapkan peneliti untuk dijadikan penelitian, populasi di dalam penelitian ini ialah seluruh konsumen *Handicraft* karung goni di kabupaten Kudus.

---

<sup>1</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, hal. 7.

<sup>2</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, hal. 135.

<sup>3</sup>Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005), hal. 109.

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang dapat digunakan untuk penelitian dan hasilnya digunakan sebagai representasi dari populasi secara keseluruhan.<sup>4</sup> Metode yang digunakan untuk pemilihan sampel dalam penelitian ini ialah teknik *purposive sampling* yang artinya sampel yang dipilih berdasarkan peninjauan peneliti berkaitan sampel-sampel yang sejalan, bermanfaat, dan dipandang bisa mewakili sebuah populasi guna mendukung penelitian ini berjalan lancar.<sup>5</sup> Karena jumlah populasi yang tidak diketahui, maka dalam menentukan besarnya sampel peneliti akan menggunakan rumus lemeshow, diantaranya:

$$n = \frac{z^2 p(1 - p)}{d^2}$$

Keterangan:

- n : Total sampel yang diinginkan  
 z : Tingkat keyakinan sampel yang dibutuhkan dalam penelitian (95% = 1,96).  
 p : Jumlah maksimal perkiran 50% = 0,5  
 d : Jumlah tingkat kekeliruan sampel 10%

Atas dasar rumus tersebut, jumlah sampel yang digunakan yakni sebesar:

$$n = \frac{(1,96)^2 0,5(1 - 0,5)}{(0,10)^2}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan perhitungan rumus tersebut, total sampel yang diperlukan pada penelitian ini sebanyak 96,04 sehingga peneliti membulatkan menjadi minimal 110 responden. Karena peneliti menggunakan total 22 indikator dalam penelitian serta variabelnya ada 5, maka dari itu 22 x 5 ialah 110. Artinya jumlah responden yang peneliti gunakan sebesar 110 responden. Alasan peneliti menggunakan rumus dari lameshow karena asumsi populasi terlalu besar dan jumlahnya berfluktuasi atau berubah-ubah. Ukuran yang harus dipenuhi untuk menjadi sampel dalam penelitian ini yaitu:

- Konsumen yang tinggal di kabupaten kudus.
- Mengetahui produk *handicraft* karung goni.

<sup>4</sup> Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam* (Jakarta: Kencana, 2015), hal.192.

<sup>5</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D.*, hal. 136.

- c. Dapat membedakan produk ramah lingkungan dan produk tidak ramah lingkungan.

#### D. Identifikasi Variabel Penelitian

Identifikasi penelitian adalah suatu identifikasi untuk mengetahui sifat objek atau subjek atau kegiatan yang memiliki ciri-ciri khusus untuk ditarik kesimpulan oleh peneliti.<sup>6</sup> Macam – macam variabel pada penelitian ini dapat dibagi menjadi 2 yaitu, sebagai berikut:

1. *Variabel Independent*, dalam penelitian kerap dimaknai sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen.<sup>7</sup> Pada penelitian ini yang menjadi variabel *independen* adalah *green buying behavior* (X1), *green advertising* (X2), *green brand* (X3), dan *green perceived value* (X4).
2. *Variabel Dependen*, dalam penelitian kerap dimaknai sebagai variabel terikat. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel *independent*.<sup>8</sup> Pada penelitian ini yang menjadi *variabel dependen* adalah *green satisfaction* (Y).

#### E. Definisi Variabel Operasional

Sebuah penelitian, perlu diberikan indikator pada definisi operasional untuk menguji permasalahan yang telah di amati.<sup>9</sup> Menurut Utama definisi operasional variabel adalah suatu penentuan penjelasan pada variabel secara spesifik atas aktivitas penelitian atau operasi yang digunakan untuk mengukur dan mengkategorisasikan variabel. Definisi operasional menyatakan pada pembaca bahwa terdapat kebutuhan untuk menjawab suatu pertanyaan atau pengujian hipotesis.<sup>10</sup> Penjelasan rinci mengenai definisi variabel operasional, antara lain:

---

<sup>6</sup>Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2014), hal. 3.

<sup>7</sup>Sugiarso, dkk, *Teknik Sampling* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001), hal. 15.

<sup>8</sup>Tony Wijaya, *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis: Teori Dan Praktik* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hal. 13.

<sup>9</sup>Marzuki, *Metodologi Riset Panduan Penelitian Bidang Bisnis Dan Sosial* (Yogyakarta: Ekonisia, 2005), hal. 45.

<sup>10</sup>Rahmawati, *Apa Saja Variabel Penelitian Dalam Bidang Marketing* (Yogyakarta: Deepublish, 2022).

**Tabel 3. 1**  
**Definisi Variabel Operasional**

No	Variabel Operasional	Definisi Variabel	Pengukuran
1	<i>Green buying behavior</i>	“Merupakan perilaku beli konsumen yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Setelah membeli produk ramah lingkungan tersebut, konsumen akan melakukan evaluasi apakah produk tersebut sesuai dengan harapannya atau tidak, dalam hal ini terjadi kepuasan dan tidak kepuasan konsumen.”	Pengukuran variabel <i>Green buying behavior</i> menggunakan kuesioner yang dikembangkan oleh Tariq jalees, dkk. Pada kuesioner yang telah disebarakan terbagi 5 kelompok pertanyaan dengan memakai skala likert 1-5, atas dasar standar sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju dan sangat setuju.
2	<i>Green advertising</i>	“Merupakan iklan yang mempunyai daya tarik untuk memberikan informasi tentang produk ramah lingkungan dari suatu produk atau layanan untuk menarik konsumen untuk membeli atau menggunakan produk yang ramah lingkungan.”	Pengukuran variabel <i>Green advertising</i> menggunakan kuesioner yang dikembangkan oleh Tariq jalees, dkk. Pada kuesioner yang telah disebarakan terbagi 5 kelompok pertanyaan dengan memakai skala likert 1-5, atas dasar standar sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju dan sangat setuju.
3	<i>Green brand</i>	“Merupakan sebagai tanda, desain, kombinasi, istilah, symbol, dan nama guna	Pengukuran variabel <i>Green brand</i> menggunakan kuesioner yang

		mengenali produk atau jasa yang diproduksi agar membedakan dengan produk atau jasa yang diproduksi oleh lainnya berdasarkan faktor-faktor seperti Pentingnya merek, Keakraban merek, Kepercayaan konsumen, <i>eco-labelling</i> , dan pertimbangan unsur ramah lingkungan sebelum membeli.”	dikembangkan oleh Tariq jalees, dkk. Pada kuesioner yang telah disebarakan terbagi 5 kelompok pertanyaan dengan memakai skala likert 1-5, atas dasar standar sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju dan sangat setuju.
4	<i>Green perceived value</i>	“Merupakan suatu penilaian menyeluruh konsumen dari segala manfaat dan keuntungan yang diterima dan apa yang dikorbankan berdasarkan pada hasrat mengenai lingkungan, harapan adanya keberlanjutan, dan adanya kebutuhan dari produk-produk organik.”	Pengukuran variabel <i>Green perceived value</i> menggunakan kuesioner yang dikembangkan oleh Mohamad Reza Pahlevi dan Dwi Suhartanto. Pada kuesioner yang telah disebarakan terbagi 5 kelompok pertanyaan dengan memakai skala likert 1-5, atas dasar standar sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju dan sangat setuju.
5	<i>Green satisfaction</i>	“Merupakan terpenuhinya keinginan konsumen untuk mengkonsumsi suatu produk yang ramah lingkungan, dan harapan berkelanjutan. Kepuasan dan	Pengukuran variabel <i>Green satisfaction</i> menggunakan kuesioner yang dikembangkan oleh Mohamad Reza Pahlevi dan Dwi Suhartanto. Pada

		kebahagiaan pada konsumen karena produk ramah lingkungan yang telah dikonsumsi sesuai dengan harapan, keinginan dan kebutuhan mereka.”	kuesioner yang telah disebarakan terbagi 5 kelompok pertanyaan dengan memakai skala likert 1-5, atas dasar standar sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju dan sangat setuju.
--	--	--	---

**F. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan suatu pendekatan strategis yang dilakukan pada penelitian karena bertujuan dalam memperoleh data.<sup>11</sup> Dalam memperoleh data yang diperlukan pada penelitian ini, maka peneliti menggunakan beberapa metode, yaitu:

1. Metode kuesioner

Metode pengumpulan informasi yang peneliti maanfaatkan berupa kuesioner, angket atau kuesioner ialah catatan sebagian persoalan yang diserahkan pada orang lain yang mau buat membagikan asumsi cocok dengan permohonan kasus periset.<sup>12</sup> Metode kuesioner merupakan suatu daftar rangkaian pertanyaan mengenai sesuatu masalah yang akan diteliti oleh peneliti.<sup>13</sup> Responden memberikan tanda khusus pada pertanyaan yang peneliti tulis dalam kuesioner, dan pernyataan ini mengenai Pengaruh *Green Buying Behavior, Green Advertising, Green Brand, Dan Green Perceived Value Terhadap Green Satisfaction* (Studi Kasus Pada Konsumen *Handicraft* Karung Goni Di Kabupaten Kudus).

2. Metode Kepustakaan

Kepustakaan merupakan proses metode yang ada hubungannya dengan kajian toeritis dan referensi terkait nilai, budaya, dan norma yang sedang banyak dibicarakan pada situasi sosial yang akan diteliti. Selain itu, kepustakaan memiliki peran dalam penelitian karena pada suatu penelitian pasti terdapat

---

<sup>11</sup>Bambang Sudaryana, dkk, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Sleman: Deepublish, 2022), hal. 45.

<sup>12</sup>Riduwan, *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2005), hal, 143.

<sup>13</sup>Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi4Penelitian* (Jakarta: Bumi Aksara, 2009)., hal. 76.

beberapa *literature* ilmiah.<sup>14</sup> Dasar-dasar teoritis pada penelitian ini diperoleh dari beberapa literatur yang berkaitan dengan variabel penelitian seperti penelitian terdahulu, jurnal, buku, dan artikel.

## G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah aktivitas yang dilakukan setelah seluruh data terkumpul dari responden maupun sumber lain. Adapun analisis data bertujuan untuk mengkategorisasikan data yang diperoleh dari lapangan yang kemudian dikelola dan diambil kesimpulan terkait masalah penelitian.<sup>15</sup> Peneliti menggunakan program SPSS 20' dalam proses penelitiannya dengan harapan dapat memperoleh kesimpulan dari masalah penelitian.

### 1. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah prosedur statistik yang digunakan untuk menggambarkan data yang diperoleh. Analisis deskriptif merupakan pengujian statistik menganalisis data dengan cara mendeskripsikan data yang telah terkumpul tanpa membuat kesimpulan secara umum.<sup>16</sup> Dengan kata lain, dapat disimpulkan bahwa analisis statistik deskriptif adalah bagian dari uji statistik yang mempelajari bagaimana data dikumpulkan dan disajikan untuk dipahami. Statistik deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan atribut responden, seperti jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan, dll.

### 2. Uji Validitas

Uji *validitas* dipakai guna menguji suatu daftar pertanyaan yang berhubungan dengan benar atau tidak valid nya kuesioner tersebut. *Validitas* menerangkan sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurannya. Suatu kuesioner dikatakan *valid* atau benar apabila pertanyaan pada kuesioner mampu untuk menerangkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.<sup>17</sup>

---

<sup>14</sup>Ana Putri Susanti and Agus Dwi Atmoko, "Analisis Rasio Keuangan Untuk Menilai Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Subsektor Perdagangan Eceran Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia" 5, No. 1 (2020).

<sup>15</sup>Bambang Sudaryana, dkk, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*.

<sup>16</sup>*Metode Penelitian Untuk Perguruan Tertinggi* (Sleman: Yayasan kita menulis, 2021). hal. 145

<sup>17</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D.*, hal. 356.

*Confirmatory Factor Analysis* (CFA) merupakan salah satu dari dua pendekatan utama dalam analisis faktor.<sup>18</sup> Pengujian ini dijalankan melalui uji *Confirmatory Factor Analysis*, karena data yang diperoleh dengan skala likert berupa data interval yang diukur sepanjang skala di mana setiap titik ditempatkan pada jarak yang sama satu sama lain. Data interval selalu muncul dalam bentuk angka atau nilai numberik dimana jarak antara dua titik distandarisasi dan sama.

*Confirmatory Factor Analysis* digunakan untuk menguji apakah indikator-indikator yang digunakan dapat mengkonfirmasi sebuah variabel. Alat uji KMO-MSA (*Kaiser - Meyer - Olkin Measure of Sampling*) digunakan untuk mengukur tingkat interkorelasi antar variabel. Nilai KMO bervariasi dari 0 sampai dengan 1. Nilai yang dikehendaki harus  $> 0,50$ . Teknik yang digunakan adalah dengan melihat output dari *Rotated Component Matrix* yang harus ekstrak secara sempurna. Jika masing-masing item pertanyaan belum ekstrak secara sempurna, maka proses pengujian harus diulang dengan menghilangkan item pertanyaan yang memiliki nilai ganda. Setiap item pertanyaan harus memiliki *factor loading* minimal 0.5 atau 0.35.<sup>19</sup>

### 3. Uji Reliabilitas

Uji *reliabilitas* digunakan untuk mengukur kuesioner yang merupakan penanda dari suatu variabel. Kuesioner dapat disebutkan *reliable* atau dapat dipercaya jika respon seseorang terhadap pertanyaan dari kuesioner tidak berubah dari waktu satu dengan waktu lainnya.<sup>20</sup> Percobaan uji reliabilitas itu menguji apakah setiap pernyataan oleh alat tersebut benar atau valid, atau apakah tidak dapat diperoleh dengan teknik yang menyelaraskan setiap pernyataan dengan pernyataan secara keseluruhan. Suatu alat pengumpul data dikatakan reliabel jika dapat menunjukkan kebenaran dan keterpercayaan serta tidak berubah ketika menghasilkan hasil yang sesuai dengan batas yang diukur berdasarkan SPSS 20 dan diuji dengan menggunakan metode koefisien cronbach alpha pada taraf nyata 5%. Suatu item

---

<sup>18</sup>Haqiqi Rafsanjani, "Confirmatory Factor Analysis ( Cfa ) Untuk Mengukur Unidimensional," *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 7, no. 30 (2022): 620–637.

<sup>19</sup>Imam Ghozali, *Aplikasi Analisa Multivariative Dengan Program IBM SPSS 25* (semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018)., hal. 388

<sup>20</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D.*, hal. 45.

dinyatakan reliabel jika kesesuaiannya lebih besar dari skor kritis atau jika nilai *cronbach alpha* > 0,60.

#### 4. Uji Asumsi Klasik (Uji Residual)

Mempertimbangkan cara analisis yang dipakai ialah analisis regresi linier berganda dan data peneliti yang dipakai ialah data primer, untuk itu dalam terpenuhinya persyaratan yang ditetapkan hingga pemakaian regresi linier berganda harus dijalankan pembuktian atas beberapa dugaan yang dipakai untuk penelitian ini yakni diantaranya uji *normalitas*, uji *multikolinearitas*, uji *heteroskedastisitas* dan uji *auto korelasi*.

##### a. Uji Normalitas

Uji *Normalitas* bertujuan untuk menguji normalitas pada model regresi, variabel pengganggu atau residual. Hasil dari uji normalitas harus terdistribusi normal karena dalam uji t dan uji f memperkirakan bahwa nilai residual sama dengan distribusi normal. Dalam penelitian ini melakukan uji normalitas dengan menggunakan uji statistik non-parametrik kolmogorov smirnov (k-S) yang memiliki kriteria sebagai berikut:<sup>21</sup>

Ho: Nilai sig > 0,05 maka data residual normal

Ha : Nilai sig < 0,05 maka data residual tidak normal

##### b. Uji Multikolinieritas

Uji *multikolinieritas* bermaksud untuk memeriksa ada atau tidaknya kesesuaian antar variabel bebas (*independen*). Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji korelasi antar variabel pada model regresi. Model regresi dikatakan normal apabila tidak terdapat korelasi pada variabel *independen*.<sup>22</sup> *Multikolinieritas* bisa dipandang dari nilai *tolerance* dan bisa dipandang dari *variance inflation factor* (VIF). *Tolerance* memperkirakan variabilitas variabel *independen* yang dipilih yang tidak diterangkan oleh variabel *independen* lainnya. Alhasil skor *tolerance* yang rendah sama dengan skor VIF yang tinggi (karena  $VIF = 1/Tolerance$ ). Dasar pengambilan keputusan.<sup>23</sup>

---

<sup>21</sup>Slamet Riyanto dan Aglis Andhita, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen* (Sleman: Deepublish, 2020), hal.137

<sup>22</sup>Ibid.-140

<sup>23</sup>Slamet Riyanto dan Aglis Andhita, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*, hal. 105.

- a) Apabila skortolerance  $\leq 0.10$  dan skor VIF  $\geq 10$  maka ada *multikolonieritas* antar *variabel independen* dalam model regresi.
  - b) Apabila skortolerance  $\geq 0.10$  dan skor VIF  $\leq 10$  maka tidak ada *multikolonieritas* antar *variabel independen* dalam model regresi.
- c. **Uji Heteroskedastisitas**

Uji *heteroskedastisitas* bermaksud membuktikan ketidaksamaan *variance* dari *residual* satu pandangan ke pandangan lainnya.<sup>24</sup> Apabila *variance* dari *residual* satu pandangan ke pandangan lain tidak berubah, alhasil dinamakan *homoskedastisitas* dan apabila berbeda dinamakan *heteroskedastisitas*. Muncul atau tidaknya *heteroskedastisitas* bisa dijalankan melalui menggunakan Uji Park dengan nilai Ln U<sub>2i</sub> (Ln dari nilai residual yang dikuadratkan). Uji heteroskedastisitas dengan pendekatan uji park dalam pengambilan keputusan, dapat dilihat dari nilai signifikan setiap variabel *independen* yang memiliki ketentuan, sebagai berikut:

- a) Apabila uji t pada variabel *independen* memiliki nilai sig  $< 0,05$  (5%) maka terdapat gejala heteroskedastisitas.
- b) Apabila uji t pada variabel *independen* memiliki nilai sig  $> 0,05$  (5%) maka tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

## 5. Analisis Regresi Linear Berganda

Penelitian yang terdapat variabel *independen* lebih dari satu dan menggunakan analisis *regresi* sebagai alat analisisnya, maka dinamakan analisis *regresi linier* berganda. Analisis regresi linear berganda (*multiple regression*) ialah cara statistik yang digunakan untuk memeriksa hubungan antara satu variabel terikat dengan lebih dari satu variabel bebas. Analisis *regresi linier* berganda merupakan salah satu alat statistik yang digunakan dengan tujuan memperoleh informasi terkait pengaruh antar variabel.<sup>25</sup> Selain mengukur kekuatan tautan antara satu variabel terikat dengan lebih dari satu variabel bebas, analisis regresi

---

<sup>24</sup>Imam Ghozali, *Aplikasi Analisa Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*, hal. 137

<sup>25</sup>Wildan Khaustara Wijaksana, dkk, *Regresi Linier Untuk Prediksi Jumlah Pengunjung Terhadap Jumlah Petugas Dalam Menentukan Penjadwalan Penugasan* (Pati: Cv Kreatif Industri Nusantara, 2020), hal.40.

linear berganda juga membuktikan petunjuk antara *variabel dependen* dengan *variabel independen*.<sup>26</sup>

Penelitian ini memakai analisis regresi linier berganda guna membuktikan hubungan dan petunjuk hubungan antara *green buying behavior* (X1), *green advertising* (X2), *green brand* (X3), dan *green perceived value* (X4) terhadap *green satisfaction* (Y). Adapun Model persamaan regresi linier berganda pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan:

Y = *Green satisfaction (dependent variable)*

A = Konstanta

B = Koefisien Regresi sederhana (*Single Regression*)

X1 = *Green buying behavior (independent variable)*

X2 = *Green advertising (independent variabel)*

X3 = *Green brand (independent Variabel)*

X4 = *Green perceived value (Independent Variabel)*

E = *Error term*

## 6. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis merupakan proses dalam menguji pernyataan dengan memakai pendekatan statistik, sehingga hasil yang diharapkan dapat terbukti signifikan secara statistik. Tujuan dari pengujian menggunakan stastisik pada hipotesis adalah peneliti dapat menentukan hipotesis diterima atau ditolak. Metode pengujian hipotesis pada suatu penelitian disesuaikan berdasarkan hipotesis yang akan di teliti. Pemeriksaan hipotesis dijalankan melalui beberapa cara sebagai berikut:

### a. Analisis Koefisien Determinasi (*Adjusted R<sup>2</sup>*)

Koefisien determinasi (*R<sup>2</sup>*) pada dasarnya untuk menimbang kekuatan bentuk dalam menjelaskan jenis variabel *dependen*. Skor atau nilai koefisien determinasi ialah antara nol dan satu. Nilai *R<sup>2</sup>* yang mendekati nol mengartikan kekuatan variabel-variabel independen dalam menerangkan jenis variabel *dependen* sangat spesifik. Skor atau nilai yang mendekati satu artinya beberapa variabel *independen* memberikan hampir seluruh informasi yang diperlukan guna menduga jenis variabel *dependen*.<sup>27</sup>

<sup>26</sup>Imam Ghozali, *Pengantar Statistika Inferensial* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), hal. 8.

<sup>27</sup>Imam Ghozali, *Aplikasi Analisa Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19 Update PLS Regresi*, hal. 97.

Nilai Adjusted  $R^2$  dapat bernilai *negatif*, walaupun yang diinginkan harus bernilai *positif*. Apabila pada pengujian empiris diperoleh nilai Adjusted  $R^2$  *negatif*, berarti nilai Adjusted  $R^2$  disamakan memiliki nilai nol. Secara matematis, apabila skor  $R^2 = 1$ , berarti Adjusted  $R^2 = R^2 = 1$  sedangkan jika skor  $R^2 = 0$ , maka Adjusted  $R^2 = (1 - k)(n - k)$ . Jika  $k > 1$ , maka Adjusted  $R^2$  akan bernilai *negatif*.<sup>28</sup> Dari rumus diatas bisa disimpulkan jika Adjusted R-Square akan bernilai *negatif* ketika nilai R-Square terlalu kecil sedangkan rasio antara total observasi dengan banyaknya variabel terlalu kecil, artinya datanya terlalu sedikit atau variabel nya yang terlalu banyak.

**b. Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F)**

Uji F dimaksudkan guna meyakinkan signifikan atau tidak pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel *dependen* yang diuji pada tingkat *signifikansi* 0,05 dengan ketentuan sebagai berikut:<sup>29</sup>

- a) Apabila skorsignifikansi  $F > 0,05$ , artinya terdapat pengaruh tidak signifikan antara semua variabel *independen* terhadap variabel *dependen*.
- b) Apabila skorsignifikansi  $F < 0,05$ , artinya variabel *independen* mempunyai pengaruh *signifikansi* terhadap variabel *dependen*.

**c. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t)**

Uji t pada dasarnya membuktikan signifikan atau tidak pengaruh satu variabel *independen* secara individual terhadap variabel *dependen* yang diuji taraf *signifikansi* 0,05 dengan ketentuan sebagai berikut:<sup>30</sup>

- a) Apabila skorsignifikansi  $t > 0,05$ , artinya variabel *independen* secara individual mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap variabel *dependen*.
- b) Apabila skorsignifikansi  $t < 0,05$ , artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *independen* secara parsial terhadap variabel *dependen*.

---

<sup>28</sup>Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*, hal. 97-98.

<sup>29</sup>Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19 Update PLS Regresi*, hal. 98.

<sup>30</sup>Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19 Update PLS Regresi*, hal. 91.