

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian korelasional, yaitu penelitian yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Menurut Sudjana dan Ibrahim dalam jurnal penelitian oleh M. Iqbal Anshari, korelasi merupakan hubungan antara dua variabel atau lebih yakni mempelajari sejauh mana hubungan variasi pada satu variabel dengan variasi variabel lainnya. Sedangkan menurut Arikunto, penelitian korelasional bertujuan untuk menemukan ada tidaknya hubungan antar variabel, apabila ada seberapa erat hubungan serta berarti tidaknya hubungan itu.¹

Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang datanya berwujud bilangan (angka) yang dianalisis menggunakan statistik untuk menjawab pertanyaan atau hipotesis penelitian yang sifatnya spesifik dan untuk melakukan prediksi bahwa suatu variabel tertentu mempengaruhi variabel yang lain.²

B. Setting Penelitian

Penentuan lokasi penelitian digunakan agar dapat mempermudah dan memperjelas objek penelitian. Tempat ini dipilih karena dari pihak produsen bersedia untuk bekerjasama dan membantu peneliti dalam memberikan data dan informasi yang dibutuhkan. Lokasi penelitian ini dilakukan di katering Makan Bamboo yang beralamat di Jalan Kudus-Pati Km. 05 Ngembal Rejo, Kudus.

¹M. Iqbal Anshari, "Hubungan Antara Peserta Diklat Terhadap penyelenggaraan Program Pendidikan dan pelatihan Dasar Komputer dengan Motivasi Belajar," *Skripsi*, 2013: 42-43.

²Mashrukin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 7.

C. Sumber Data Penelitian

Sumber data memiliki fungsi penting dalam penelitian, karena dengan sumber data maka akan diketahui berbagai informasi yang tersaji dalam penelitian ini. Maka dari itu sumber data yang dapat digunakan pada penelitian ini ialah sumber data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari responden/konsumen.³ Pada penelitian ini peneliti mengumpulkan jawaban-jawaban yang diperoleh dari responden/konsumen berdasarkan pertanyaan yang telah diberikan, yakni yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada konsumen Katering Makan Bamboo Kudus.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi berasal dari kata bahasa Inggris *population*, yang berarti jumlah penduduk. Dalam metode penelitian kata populasi sangat populer, biasanya digunakan untuk menyebut sekelompok orang atau objek yang menjadi sasaran penelitian. Oleh karena itu menurut Burhan Bungin, populasi penelitian merupakan keseluruhan (*universum*) dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian.⁴ Jenis populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah populasi tak terbatas. Menurut Nurul Zuriah, populasi tak terbatas ialah populasi yang tidak dapat ditentukan batasnya sehingga tidak dapat diketahui secara pasti jumlahnya secara kuantitatif.⁵ Maka dari itu dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah konsumen Katering Makan Bamboo, karena tidak dapat diketahui secara

³Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), 13.

⁴Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2011), 109.

⁵Nurul Zuriah, *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), 116.

pasti jumlah sebenarnya dari konsumen yang melakukan pembelian di Katering Makan Bamboo Kudus.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Apabila populasi besar, tetapi peneliti tidak bisa menganalisis semua yang ada pada populasi karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti bisa menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Oleh karena itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).⁶

Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling*. Menurut Sugiyono, *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.⁷ Sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *sampling insidental*. Menurut Sugiyono, *sampling insidental* merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel apabila orang tersebut cocok sebagai sumber data.⁸

Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Cochran, yaitu sebagai berikut:⁹

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan:

n : Jumlah sampel yang diperlukan

z : Tingkat keyakinan sampel yang dibutuhkan dalam penelitian (95% = 1,96).

⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019), 127.

⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 131.

⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 133.

⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 136-137.

- p : peluang benar 50% = 0,5
- q : peluang salah 50% = 0,5
- e : Tingkat kesalahan sampel 10%

Berdasarkan rumus di atas, maka besarnya sampel yang akan diambil adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

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

$$n = 96,04 \text{ dibulatkan } 100 \text{ orang}$$

Jadi jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 96,04 = 100 orang/responden. Sampel ini merupakan konsumen katering Makan Bamboo Kudus.

E. Desain dan Definisi Operasional Variabel

Variabel dan definisi operasional akan dijelaskan sebagaimana tabel berikut:

Tabel 3. 1 Definisi Operasional

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
<i>Green Marketing</i> (X ₁)	<i>Green Marketing</i> merupakan konsep selain memasarkan barang yang bersifat ramah pada lingkungan terhadap pelanggan, tentang tahapan-tahapan dalam memproduksi serta pendistribusian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kebijakan desain produk hijau (<i>policy of green products design</i>). 2. Harga produk hijau (<i>pricing of green product</i>). 3. Distribusi dengan kriteria hijau hijau (<i>distribution with green criteria</i>). 4. Publisitas dan sponsor hijau (<i>green publicity and green</i> 	<i>Likert</i>

	dari barang yang dilakukan ¹⁰	<i>sponsoring</i>). ¹¹	
<i>Word Of Mouth</i> (X ₂)	<i>Word Of Mouth</i> merupakan kata-kata positif dari mulut konsumen sebagai bentuk kepuasan yang diterimanya. ¹²	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membicarakan produk 2. Merekomendasikan produk 3. Memberikan dorongan kepada teman atau relasi¹³ 	<i>Likert</i>
<i>Consumer Motivation</i> (X ₃)	<i>Consumer Motivation</i> merupakan kekuatan pendorong dari dalam diri seseorang yang memaksanya untuk melakukan suatu tindakan. ¹⁴	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kebutuhan terhadap produk 2. Kebutuhan mencari kenyamanan dari produk 3. Kebutuhan mencari kepuasan dari produk 	<i>Likert</i>

¹⁰ Donni Juni Priansa, *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*, 279.

¹¹ Riska Septifani, dkk, “Pengaruh Green Marketing, Pengetahuan dan Minat Membeli Terhadap Keputusan Pembelian,” *Jurnal Manajemen Teknologi*: 203.

¹² Babin Barry, et.al., “Modeling Consumer Satisfaction and Word Of Mouth: Restaurant Patronage in Korea”, *Journal of Services Marketing* 19, no. 3 (2005): 133.

¹³ Kiki Joesyiana, “Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee di Pekanbaru Pekanbaru (Survey Pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau),” *Jurnal Valuta* 4, no.1 (2018): 73.

¹⁴ Sumiati, “Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas, Sikap Konsumen, dan Brand Image Pada Keputusan Pembelian Komputer Tablet Apple

Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan Pembelian ialah proses keputusan dan tindakan orang-orang yang terlibat dalam pembelian dan penggunaan produk. ¹⁵	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengenalan Kebutuhan 2. Pencarian informasi 3. Evaluasi alternatif 4. Keputusan pembelian 5. Hasil¹⁶ 	<i>Likert</i>
-------------------------	--	--	---------------

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dapat diperoleh menggunakan metode-metode sebagai berikut:

1. Metode Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan baik tertulis maupun tidak tertulis kepada responden untuk dijawabnya.¹⁷ Pengukuran data dilakukan menggunakan instrumen penelitian skala likert. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok mengenai fenomena sosial. Pada penelitian ini fenomena sosial sudah ditetapkan oleh peneliti, yang disebut sebagai variabel penelitian.¹⁸

Jawaban setiap instrumen yang menggunakan skala *Likert* memiliki tingkatan dari sangat setuju sampai sangat tidak setuju, dengan lima alternatif jawaban sebagai berikut:

Ipad Pada Emax Apple Store Surabaya”, *Jurnal Ilmu ekonomi & Manajemen* 1, no. 2 (2014): 116.

¹⁵ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen dan Pendekatan Praktis*, 332.

¹⁶ Kevin Yonathan, “Motivasi Konsumen dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di WILD,” *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*: 570.

¹⁷ Sugiyono, *Statistik untuk Penelitian*, 142.

¹⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 93.

Simbol	Alternatif Jawaban	Nilai
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

2. Metode Dokumentasi

Dokumentasi adalah proses pengumpulan data dan informasi dengan melakukan pencarian dan penemuan bukti-bukti. Selain itu foto juga bermanfaat sebagai sumber informasi karena mampu menggambarkan peristiwa yang terjadi. Akan tetapi penelitian tidak boleh menggunakan kamera sebagai alat pencari data secara sembarangan, karena orang akan menjadi curiga. Dokumen-dokumen yang dikumpulkan akan membantu penelitian dan membantu dalam membuat interpretasi data.¹⁹

G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Menurut Imam Ghozali, uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner. Jika pertanyaan pada suatu kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur, maka kuesioner tersebut dapat dikatakan valid.²⁰ Instrumen dapat dikatakan valid ketika alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Jadi instrumen yang valid adalah syarat mutlak untuk mendapatkan hasil yang valid, sehingga peneliti harus mampu mengendalikan objek yang diteliti dan meningkatkan kemampuan dengan menggunakan instrumen untuk mengukur variabel yang diteliti.²¹

Terdapat tiga macam pengujian validitas instrumen, diantaranya; pengujian validitas konstruksi,

¹⁹Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis* (Yogyakarta: UII Press, 2005), 139.

²⁰Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19* (Semarang: Badan Penerbit Diponegoro, 2011), 52.

²¹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 175-176.

pengujian validitas isi, dan pengujian validitas eksternal. Pertama, dalam pengujian validitas konstruksi dapat menggunakan pendapat ahli (*judgment experts*). Instrumen akan dikonstruksikan tentang aspek-aspek yang diukur berdasarkan teori tertentu, maka selanjutnya dikonsultasikan dengan ahli. Sesudah dilakukan pengujian konstruksi dan berdasarkan pengalaman empiris di lapangan selesai, maka dapat dilanjutkan dengan uji coba instrumen. Instrumen tersebut dicobakan pada sampel darimana populasi diambil. (Pengujian pengalaman empiris ditunjukkan pada pengujian validitas eksternal) jumlah sampel yang digunakan sekitar 30 orang. Setelah data ditabulasikan, maka pengujian validitas konstruksi dilakukan dengan analisis faktor, yaitu dengan mengkorelasikan antara skor item instrumen dalam suatu faktor, dan mengkorelasikan skor faktor dengan skor total.²² Dalam hal ini $30-2$ atau df 28 dan satu pengujian alpha 0,05 didapat r_{tabel} 0,361. Jika r_{hitung} tiap butir pertanyaan lebih besar dari r_{tabel} dan nilai r positif maka butir atau pertanyaan tersebut dikatakan valid.²³

Kedua, pengujian validitas isi dapat digunakan dengan membandingkan antara isi instrumen dengan materi pelajaran yang telah diajarkan. Secara teknis pengujian validitas konstruksi dan validitas isi dapat dibantu dengan menggunakan kisi-kisi instrumen atau matriks pengembangan instrumen. Pada kisi-kisi tersebut terdapat variabel yang diteliti, indikator sebagai tolok ukur dan item pertanyaan atau pernyataan yang telah dijabarkan dari indikator. Dengan kisi-kisi instrumen tersebut maka pengujian validitas dapat dilakukan dengan mudah dan sistematis. Setiap instrumen baik test maupun non-test terdapat item pertanyaan atau pernyataan. Untuk menguji validitas item instrumen lebih lanjut, maka

²²Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 179-180.

²³Danang Sunyoto, *Metode Penelitian* (Bandung: Refika Aditama, 2013), 85-87.

setelah dikonsultasikan dengan ahli maka selanjutnya diujicobakan, dan dianalisis dengan analisis item atau uji beda. Analisis item dilakukan dengan menghitung korelasi antara skor item instrumen dengan skor total dan uji beda dilakukan dengan menguji signifikansi perbedaan antar 27% skor kelompok atas dan 27% skor kelompok bawah.²⁴

Ketiga, pengujian validitas eksternal dapat dilakukan dengan membandingkan (mencari kesamaan) antara kriteria yang ada pada instrumen dengan fakta-fakta empiris yang terjadi di lapangan. Misalnya instrumen untuk mengukur kinerja sekelompok pegawai, maka kriteria kinerja pada instrumen itu dibandingkan dengan catatan-catatan di lapangan (empiris) tentang kinerja pegawai yang baik. Apabila terdapat kesamaan antara kriteria dalam instrumen dengan fakta di lapangan, maka dapat dinyatakan instrumen tersebut mempunyai validitas eksternal yang tinggi.²⁵

2. Uji Reliabilitas

Menurut Yaya Suryana, uji reabilitas merupakan ukuran yang menunjukkan bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian mempunyai keandalan sebagai alat ukur, diantaranya diukur melalui konsistensi hasil pengukuran dari waktu ke waktu jika fenomena yang diukur tidak berubah.²⁶ Jika jawaban pertanyaan konsisten, maka kuesioner dapat dikatakan reliabel. Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila nilai yang didapatkan dari uji statistik *Cronbach's Alpha* > 0,60 sedangkan jika *Cronbach's Alpha* < 0,60 maka dikatakan tidak reliabel. Reabilitas data diukur dengan menggunakan r_{hitung} dengan r_{tabel} , jika:²⁷

- 1) $r_{hitung} > r_{tabel}$, data reliabel
- 2) $r_{hitung} < r_{tabel}$, data tidak reliabel

²⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 184.

²⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 184.

²⁶Yaya Suryana, *Metode Penelitian Manajemen Pendidikan* (Bandung: Pustaka Setia, 2015), 235.

²⁷Mashrukin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 98.

H. Teknik Analisis Data

1. Uji Prasyarat

Sebelum melakukan analisis data, perlu dilakukan uji prasyarat guna mengetahui apakah analisis data untuk pengujian hipotesis dapat dilanjutkan atau tidak.

a. Uji Normalitas

Menurut Imam Ghozali, uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Sebagaimana diketahui bahwa uji t dan F memperhitungkan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu menggunakan analisis grafik dan uji statistik.²⁸

Dalam penelitian ini, peneliti memakai teknik uji statistik non parametrik Kolmogrov-Smirnov dan analisis grafik Normal Probability Plot dalam menguji normalitas data. Uji normalitas data menggunakan teknik Kolmogrov-Smirnov dilakukan dengan menghitung nilai residual, yaitu nilai maksimum dari selisih antara Kumulatif Proporsi (KP) dengan harga Z tabel pada signifikansi $> 0,05$, maka nilai residual berdistribusi normal.²⁹ Sedangkan analisis grafik Normal Probability Plot dilakukan dengan cara melihat sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residunya. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya maka data berdistribusi normal.³⁰

²⁸Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS* 19, 160.

²⁹Muhammad Ali Gunawan, *Statistik Penelitian Bidang Pendidikan, Psikologi dan Sosial* (Yogyakarta: Parama Publishing, 2015), 72-73.

³⁰Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS* 19,163.

b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Variabel bebas yang saling berkorelasi, tidak dapat membentuk variabel ortogonal. Variabel ortogonal ialah variabel bebas yang nilai korelasi dengan sesama variabel bebas bernilai = 0.³¹

Ada tidaknya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Nilai *cutttof* yang umum dipakai adalah nilai toleransi lebih dari 0,10 ($> 0,10$) dan nilai VIF kurang dari (< 10), maka data yang tidak terkena multikolinearitas nilai toleransinya harus lebih dari 0,10 atau nilai VIF kurang dari 10.³²

c. Uji Heterokedastisitas

Menurut Imam Ghozali, uji heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah ada ketidaksamaan varian dari residual satu pengamat ke pengamat yang lain. Heterokedastisitas terjadi apabila *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain berbeda, dan jika tetap disebut homoskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heterokedastisitas. Kriteria yang dapat digunakan untuk pengambilan keputusan jika tidak terjadi heterokedastisitas adalah apabila terdapat pola yang jelas serta titik-titik yang menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y.³³

³¹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* 19, 105.

³² Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* 19, 105-106.

³³ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* 19, 139.

2. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono, analisis regresi berganda bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh perubahan nilai variabel dependen, jika nilai variabel independen diubah-ubah. Analisis ini digunakan jika peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), dan apabila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor diubah (dinaik turunkan nilainya).³⁴

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *green marketing*, *word of mouth* dan *consumer motivation* terhadap keputusan pembelian produk pada katering Makan Bamboo Kudus.

Model rumus persamaan regresi berganda yang digunakan yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y : Keputusan Pembelian

a : Konstanta

X₁ : *Green Marketing*

X₂ : *Word Of Mouth*

X₃ : *Consumer Motivation*

b₁ : Koefisien Regresi Variabel *Green Marketing*

b₂ : Koefisien Regresi Variabel *Word Of Mouth*

b₃ : Koefisien Regresi Variabel *Consumer Motivation*

e : Variabel Pengganggu (*Error*)³⁵

b. Koefisien Determinasi (R²)

Menurut Imam Ghozali, koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai

³⁴Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, 275.

³⁵Anwar Sanusi, *Metode Penelitian Bisnis* (Jakarta: Salemba Empat, 2014),

koefisiensi determinasi adalah antara nol sampai dengan satu dan ditunjukkan dengan nilai *adjusted R²* yang kecil berarti variasi variabel-variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Untuk mengetahui uji koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat dari nilai *adjusted R square* dalam SPSS. Secara sistematis jika nilai $R^2 = 1$, maka *adjusted R square* = 1 sedangkan jika $R^2 = 0$, maka nilai *adjusted R square* = $(1-k)/(n-k)$. Jika $k > 1$, maka *adjusted R square* akan bernilai negatif.³⁶

c. Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F)

Uji F statistik pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat.³⁷ Dalam penelitian ini dapat diartikan bahwa apakah *green marketing*, *word of mouth* dan *consumer motivation* berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian produk pada katering Makan Bamboo Kudus. Berikut ini dasar pengambilan keputusan uji F antara lain:³⁸

- 1) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ atau $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak (tidak terdapat pengaruh).
- 2) Jika nilai signifikansi $< 0,05$ atau $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, dan H_a diterima (terdapat pengaruh).

³⁶Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS*, 97-98.

³⁷Mudrajad Kuncoro, *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi* (Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan AMP YKPN, 2001), 98.

³⁸Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2010), 67.

d. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji Statistik t)

Analisis parsial (uji t) ini digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen.³⁹ Rumus t_{hitung} pada analisis regresi adalah sebagai berikut:

$$t = \frac{b_1}{sb_1}$$

Dimana:

b_1 = nilai koefisien variabel independen (variabel X)

sb_1 = nilai *standard error* dari variabel independen (variabel Y)

Pengujian ini dilakukan dengan uji t pada tingkat keyakinan 95% dengan ketentuan jika menggunakan probabilitas signifikan antara lain:⁴⁰

- 1) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ atau nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak (tidak terdapat pengaruh).
- 2) Jika nilai signifikansi $< 0,05$ atau nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima (terdapat pengaruh).

³⁹Mudrajad Kuncoro, *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*, 97.

⁴⁰Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, 69.