BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran mengenai hubungan dan pengaruh antara beberapa variabel bebas terhadap variabel terikat dengan menggunakan pendekatan kuantitatif.

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah ditetapkan dan adanya hipotesis yang hendak diuji, maka jenis penelitian ini adalah penelitian penjelasan *(explanatory research)* dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Singarimbun dalam Singarimbun dan Effendi (Ed, 2008:5),

> Apabila untuk data yang sama peneliti menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesa, maka penelitian tersebut tidak lagi dinamakan penelitian deskriptif melainkan penelitian pengujian hipotesa atau penelitian penjelasan. Penelitian penjelasan *(explanatory research)* adalah penelitian yang digunakan untuk menguji hipotesis tentang adanya hubungan variabel-variabel (hubungan sebab akibat).

Dalam pelaksanaannya, penelitian ini nantinya akan menjelaskan mengenai hubungan sebab akibat atau kausal antara variabel, seperti pernyataan Singarimbun bahwa penelitian penjelasan (*explanatory research*) digunakan untuk menjelaskan hubungan kausal dan pengujian hipotesa, sehingga dalam penelitian ini metode eksplanatori digunakan untuk mengetahui hubungan kausal antara variabel-variabel Kepedulian Lingkungan yaitu variabel Pengetahuan Lingkungan (X_1), Afeksi terhadap Lingkungan (X_2), variabel Produk Hijau yaitu Kualitas Produk Hijau (X_3), dan variabel Harga yaitu Harga Premium (X_4) terhadap variabel Struktur Keputusan Pembelian (Y).

Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode survei. Malhotra (2009:196) menyatakan "metode survei adalah kuesioner yang terstruktur yang diberikan ke responden yang dirancang untuk mendapatkan informasi spesifik".

B. Lokasi Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang dengan unit analisis Mahasiswa S1 Jurusan Administrasi Bisnis Angkatan 2008/2009 dan 2009/2010 pengguna lampu hemat energi merek Philips. Alasan pemilihan lokasi penelitian ini didasarkan atas pertimbangan bahwa mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Angkatan 2008/2009 dan 2009/2010 diduga merupakan komunitas yang berpotensi dalam penggunaan produk yang diteliti yaitu lampu hemat energi merek Philips. Mahasiswa sebagai seorang pelajar membutuhkan prasarana, dalam hal ini produk lampu, yang mendukung kegiatan belajar di tempat tinggalnya.

Status tempat tinggal mahasiswa yang kebanyakan adalah kos menyebabkan mahasiswa sangat mempertimbangkan komponen harga dan kualitas produk dalam keputusan pembeliannya, di lain pihak mahasiswa sebagai konsumen memiliki loyalitas merek yang cukup kuat sehingga saat kos mahasiswa tetap memakai merek lampu yang sama seperti yang dipakai di tempat tinggal asal. Peneliti juga mengambil mahasiswa sebagai sampel karena pertimbangan usia yang cukup dewasa dan pendidikan yang tinggi sehingga cukup memahami topik penelitian sehingga tanggapan yang diberikan dapat dipertanggungjawabkan.

C. Konsep, Variabel, Definisi Operasional, dan Skala Pengukuran

1. Konsep

Menurut Cooper dan Schindler dalam Simamora (2004:21), "konsep adalah sekumpulan pengertian *(a bundle of meanings)* atau karakteristik yang bisa diasosiasikan dengan kejadian, objek, keadaan, situasi, atau perilaku tertentu". Sofian Efendi dalam Singarimbun dan Effendi (Ed, 2008:34), memberikan definisi sebagai berikut:

> Konsep adalah abstraksi mengenai suatu fenomena yang dirumuskan atas dasar generalisasi dari sejumlah karakteristik kejadian, keadaan, kelompok atau individu tertentu. Peranan konsep dalam penelitian sangat besar, karena dia adalah yang menghubungkan dengan dunia teori dan dunia observasi antara abstraksi dan realitas.

Konsep merupakan definisi yang bersifat abstrak, di mana tingkat interaksi dari masing-masing konsep tidak selalu sama, semakin dekat suatu konsep dengan realita maka konsep semakin mudah diukur.

Adapun definisi konseptual dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Konsep Kepedulian Lingkungan

   Kepedulian lingkungan berkaitan dengan unsur yang mendorong seseorang memiliki sikap terhadap lingkungan dan produk hijau, sehingga sikap tersebut mempengaruhi keputusan pembelian. Kepedulian Lingkungan dari produk lampu hemat energi merek Philips adalah Pengetahuan Lingkungan dan Afeksi terhadap Lingkungan.

b. Konsep Produk Hijau

   Produk Hijau merupakan produk yang memiliki diferensiasi mengenai dampak terhadap lingkungan dan kesehatan. Produk Hijau dalam hal ini adalah komponen produk yang dipertimbangkan konsumen pada

keputusan pembelian. Produk Hijau ini adalah Kualitas Produk Hijau dari produk lampu hemat energi merek Philips.

c. Konsep Harga

Harga berkaitan dengan kualitas produk dan berkaitan dengan kemampuan ekonomi konsumen. Harga adalah faktor yang mempengaruhi pertimbangan konsumen. Harga di sini adalah Harga Premium, salah satu faktor yang dipertimbangkan dalam keputusan pembelian produk lampu hemat energi merek Philips.

d. Konsep Keputusan Pembelian

Keputusan Pembelian adalah kumpulan dari sejumlah keputusan terhadap pembelian lampu hemat energi merek Philips dengan mempertimbangkan komponen-komponen dalam struktur pembelian yaitu keputusan tentang jenis produk, bentuk produk dan merek sebagai bagian perilaku pembelian yang berwawasan lingkungan.

2. Variabel

Variabel adalah segala sesuatu yang memiliki beragam nilai atau karakteristik, sifat, atau atribut yang diukur, atau suatu simbol yang kepadanya nilai-nilai diberikan (Simamora, 2004:26). Dalam suatu penelitian minimal terdapat dua variabel. Masing-masing variabel itu berfungsi sebagai variabel independen (X) dan variabel dependen (Y).

"Variabel dependen adalah variabel yang dimaksudkan untuk dijelaskan (dihubungkan, dibandingkan, dibedakan, diprediksi) dan variabel independen adalah variabel yang digunakan untuk menjelaskan (menghubungkan, membandingkan, memprediksi) variabel dependen"

(Aritonang, 2007:29). Menurut Sugiyono (2008:39) variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel independen atau variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).

Adapun variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah variabel Pengetahuan Lingkungan, Afeksi terhadap Lingkungan, Kualitas Produk Hijau, Harga Premium dan variabel Struktur Keputusan Pembelian. Variabel independen atau bebas adalah Pengetahuan Lingkungan (X_1), Afeksi terhadap Lingkungan (X_2), Kualitas Produk Hijau (X_3) dan Harga Premium (X_4), sedangkan variabel dependen atau terikat adalah Struktur Keputusan Pembelian (Y).

3. Definisi Operasional

Simamora (2004:24) menyebutkan, definisi operasional adalah definisi yang dibuat spesifik sesuai dengan kriteria pengujian atau pengukuran. Tak peduli konsepnya nyata ataukah abstrak, definisi harus dibuat sedemikian sehingga mencerminkan karakteristik dan cara pengukurannya. Sedangkan menurut Aritonang (2007:116), inti dari definisi operasional adalah apa saja yang dilakukan untuk memperoleh data mengenai suatu variabel. Menurut pendapat Effendi dalam Singarimbun dan Effendi (Ed, 2008:46), "definisi operasional adalah suatu informasi ilmiah yang amat membantu peneliti lain yang ingin menggunakan variabel yang sama".

Definisi operasional merupakan semacam petunjuk pelaksanaan bagaimana caranya mengukur suatu variabel sehingga dapat menentukan

apakah prosedur pengukuran yang sama akan dilakukan atau diperlukan prosedur pengukuran yang baru. Definisi operasional sangatlah penting, sebab dengan operasionalisasi variabel-variabel penelitian yang bersifat abstrak (konseptual) dapat dijangkau realitasnya.

Definisi operasional masing-masing variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Variabel Bebas.

1) Pengetahuan Lingkungan (X_1)

Yaitu pengetahuan atau informasi yang dimiliki seseorang mengenai isu lingkungan umum dan mengenai atribut lampu hemat energi merek Philips. Indikator variabel ini adalah pengetahuan terhadap isu lingkungan umum dan pengetahuan mengenai atribut produk hijau.

2) Afeksi terhadap Lingkungan (X_2)

Adalah tingkat perasaan emosi individu yang diperlihatkan terhadap isu lingkungan. Indikator variabel ini adalah tingkat emosi terhadap isu lingkungan.

3) Kualitas Produk Hijau (X_3)

Adalah kemampuan produk dalam memperagakan fungsi yang diharapkan konsumen pada produk lampu hemat energi merek Philips, dengan indikator kehandalan.

4) Harga Premium (X_4)

Yaitu harga tinggi yang mengarah pada keuntungan di atas rata-rata dari produk lampu hemat energi merek Philips, dengan indikator kesediaan membayar harga premium.

b. Variabel Terikat

Struktur Keputusan Pembelian, yaitu suatu tindakan yang dilakukan oleh konsumen sebelum memutuskan membeli produk lampu hemat energi merek Philips setelah terlebih dahulu melakukan berbagai pertimbangan terkait komponen struktur pembelian, dengan indikator keputusan pembelian produk lampu hemat energi merek Philips.

Berdasarkan konsep, variabel, definisi operasional dalam penelitian ini dapat dijelaskan dalam Tabel 2.3 sebagai berikut :

Tabel 2.3

Konsep, Variabel, Indikator dan *Item*

Konsep	Variabel	Indikator	*Item*
Kepedulian Lingkungan	Pengetahuan Lingkungan (X1)	Pengetahuan terhadap isu lingkungan umum	a. Perubahan iklim global. b. Pentingnya penghematan energi. c. Pemahaman tentang produk ramah lingkungan.
		Pengetahuan mengenai atribut produk hijau	a. Mengetahui merek produk ramah lingkungan. b. Label ramah lingkungan.
	Afeksi terhadap Lingkungan (X2)	Tingkat emosi terhadap isu lingkungan	a. Peduli terhadap perubahan iklim global. b. Khawatir terhadap krisis energi. c. Prihatin terhadap pencemaran lingkungan.
Produk Hijau	Kualitas Produk Hijau (X3)	Kehandalan	a. Produk awet. b. Kemungkinan kecil kerusakan. c. Kualitas terjamin.
Harga	Harga Premium (X4)	Kesediaan membayar harga premium	a. Harga sesuai kualitas produk. b. Harga sesuai nilai yang terkandung. c. Harga dipengaruhi atribut lingkungan.
Keputusan Pembelian	Struktur Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian produk lampu hemat energi merek Philips	a. Jenis produk. b. Bentuk produk. c. Merek.

4. Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert. Menurut Sugiyono (2005:93) Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu fenomena sosial. Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun *item-item* instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

> Skala Likert adalah skala yang digunakan secara luas yang meminta responden menandai derajat persetujuan atau ketidaksetujuan terhadap masing-masing dari serangkaian pernyataan mengenai obyek stimulus. Umumnya, masing-masing *item scale* mempunyai lima kategori, yang berkisar antara sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju (Malhotra, 2009:298).

Pemberian skor pada skala ini dimulai dengan angka 1 (satu) sampai dengan angka 5 (lima) dengan perincian sebagai berikut:

1. Sangat tidak setuju diberi skor 1
2. Tidak setuju diberi skor 2
3. Ragu-ragu diberi skor 3
4. Setuju diberi skor 4
5. Sangat setuju diberi skor 5

Berdasarkan jawaban-jawaban dari responden, dapat dikembangkan sesuai kebutuhan berdasarkan subtansi pertanyaan-pertanyaan yang telah diajukan kepada responden, dengan tujuan agar tidak terjadi bias pertanyaan atau kesalahpahaman dalam memahami pertanyaan-pertanyaan yang tertera pada kuesioner.

D. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2008:80), 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. Sedangkan Aritonang (2007:95) berpendapat populasi atau *universe* adalah keseluruhan unsur yang menjadi subyek penelitian. Populasi

dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Angkatan 2008/2009 dan 2009/2010 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang Membeli Lampu Hemat Energi Merek Philips.

Sebelum menentukan jumlah populasi, peneliti terlebih dahulu melakukan survei pendahuluan untuk mengetahui jumlah mahasiswa yang membeli dan memakai lampu hemat energi merek Philips yang nantinya akan dijadikan responden dalam penelitian. Survei pendahuluan dilakukan dengan terlebih dahulu meminta data mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Angkatan 2008/2009 dan 2009/2010 pada Kepala Tata Usaha Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang. Data yang diperoleh menunjukkan jumlah mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Angkatan 2008/2009 sebanyak 475 orang dan Angkatan 2009/2010 sebanyak 473 orang yang kemudian dilakukan wawancara untuk memperoleh populasi dan didaftar untuk membuat kerangka sampling. Hasil dari survei pendahuluan diketahui jumlah mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang membeli dan memakai lampu hemat energi merek Philips sebanyak 214 orang.

2. Sampel

Menurut Arikunto (2006:131) “sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti”. Sedangkan menurut Sugiyono (2008:81), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Syarat utamanya adalah sampel harus menjadi cerminan dari populasi dan dapat mewakili populasi.

Ukuran sampel dapat dihitung berdasarkan formulasi rumus berikut:

$$n = \frac{N}{\{1 + Ne^2\}}$$ Umar (2004:107)

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir/diinginkan yaitu sebesar 0,1 atau 1 %

Dalam penelitian ini jumlah sampel yang akan diteliti diperoleh melalui perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{214}{\{1 + 214(0.1)^2\}}$$

$$= \frac{214}{3,14}$$

= 68,1528662

= 68 (pembulatan)

Jumlah sampel dari perhitungan Slovin yang akan diambil dalam penelitian ini adalah 68 orang responden yang merupakan mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Angkatan 2008/2009 dan 2009/2010 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang Membeli Lampu Hemat Energi Merek Philips

3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Simple Random Sampling*, yaitu bentuk *sampling* probabilitas yang sifatnya sederhana di mana tiap sampel yang berukuran sama memiliki suatu probabilitas atau kesempatan sama untuk terpilih dari populasi. Menurut Sugiyono (2007:82)

teknik *simple random sampling* merupakan pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut dengan anggota populasi dianggap homogen.

Simple Random Sampling dapat dilakukan dengan metode undian, dimana prosesnya dilakukan dengan menggunakan pola pengundian. Proses pelaksanaan metode undian adalah dengan memberi kode nomor urut pada semua elemen populasi pada lembar kertas-kertas kecil, kemudian kertas-kertas tersebut digulung dan dimasukkan ke dalam kotak lalu dikocok sehingga keluar satu persatu. Gulungan yang keluar didaftar dan merupakan sampel yang dipilih sebagai responden sesuai dengan jumlah sampel. Apabila sampel yang terpilih tidak dapat dihubungi atau ditemui, maka diambil kode nomor urut yang lain sebagai pengganti sampel.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

Data yang menjadi sumber dalam penelitian ini berasal dari dua sumber yaitu data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data Primer merupakan data yang diperoleh dari jawaban responden melalui kuesioner yang diberikan kepada responden.

b. Data Sekunder

Data Sekunder merupakan data yang bersifat menunjang, berfungsi sebagai pelengkap data primer.

2. Metode Pengumpulan Data

a. Kuesioner

Metode ini dilakukan dengan memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Jawaban tersebut akan diolah dan dianalisis dalam penelitian ini.

b. Wawancara

Merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara bertanya langsung kepada responden dan pihak-pihak yang terkait dengan penelitian. Wawancara ini berfungsi sebagai penunjang kuesioner karena dengan wawancara akan diperoleh informasi yang tidak diperoleh melalui kuesioner.

3. Instrumen Penelitian

Dalam melakukan kegiatan penelitian diperlukan alat bantu berupa instrumen penelitian yaitu:

a. Kuesioner

Merupakan daftar pertanyaan tertulis yang diberikan kepada responden, berfungsi untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan untuk penelitian dan nantinya akan diolah peneliti.

b. Pedoman Wawancara

Berisi butir-butir yang akan ditanyakan, cara pencatatan, dan pemberian skor (bila diperlukan) atas jawaban responden.

F. Validitas dan Reliabilitas

1. Validitas

Menurut Simamora (2004:172), "validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen". Suatu instrumen yang valid atau sahih mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Suatu instrumen dianggap valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Dengan kata lain, mampu memperoleh data yang tepat dari variabel yang diteliti.

Pengujian validitas instrumen dapat dilakukan dengan menghitung korelasi antara masing-masing pertanyaan dengan skor total dari masing-masing pertanyaan dengan skor total dari variabel yang diuji validitasnya. Rumus korelasi yang dapat digunakan adalah yang dikemukakan oleh Pearson, yang dikenal dengan rumus korelasi *Product Moment* sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N\sum X^2 - (\sum X^2)\}\{N\sum Y^2 - (\sum Y^2)\}}}$$ (Arikunto, 2006:170)

Keterangan :

r_{xy} = koefisien korelasi variabel bebas dan variabel terikat

N = banyaknya sampel

X = *item* / pertanyaan

Y = total variabel

Dengan membandingkan indeks korelasi *Product Moment* Pearson dengan level signifikansi 5 %, suatu item instrumen dapat diketahui kevalidannya. Apabila probabilitas hasil korelasi di bawah 0,05 (< 5 %),

instrumen dinyatakan valid. Sebaliknya, bila probabilitas hasil korelasi diatas 0,05 (> 5 %), maka instrumen dinyatakan tidak valid.

2. Reliabilitas

Menurut Djamaludin Ancok dalam Singarimbun dan Effendi (Ed, 2006:140) "reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukuran dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Reabilitas menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur dalam mengukur gejala yang sama". Untuk menguji reliabilitas instrumen, digunakan rumus Alpha yaitu:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1}\right)\left(1 - \frac{\sum \sigma_b{}^2}{\sigma^2{}_t}\right)$$ (Arikunto, 2006:196)

Keterangan :

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_b{}^2$ = jumlah varians butir

$\sigma^2{}_t$ = varians total

Suatu instrumen dikatakan reliabel bila memiliki koefisien reliabilitas lebih besar atau sama dengan 0,6 ($\alpha \geq 0{,}6$). Sebuah nilai 0,6 atau kurang secara umum mengindikasikan keandalan konsistensi internal yang tidak memuaskan (Malhotra, 2009:310).

3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Penghitungan uji validitas dan reliabilitas ini menggunakan program SPSS 16 *for Windows*. Kriteria pengambilan keputusan yang digunakan adalah dengan membandingkan nilai r_{hitung} terhadap r_{tabel} dengan tingkat signifikan 5% atau 0,05 sehingga apabila signifikan < 0,05 maka dapat dinyatakan bahwa

instrumen yang digunakan tersebut dinyatakan valid. Tolak ukur dari uji reliabilitas adalah jika koefisien *Alpha Cronbach* mempunyai nilai 0,6 (60 %) atau lebih, maka instrumen penelitian tersebut dinyatakan reliabel.

a. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Pengetahuan Lingkungan (X_1)

Hasil dari pengujian yang dilakukan diketahui bahwa item-item pada variabel Pengetahuan Lingkungan (X_1) adalah valid, karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Sedangkan hasil pengujian reliabilitasnya adalah 0,830 dan dinyatakan reliabel karena lebih besar dari 0,6. Hasil uji validitas dan reliabilitas variabel Pengetahuan Lingkungan (X_1) dapat dilihat pada Tabel 3.3 sebagai berikut:

Tabel 3.3
Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Pengetahuan Lingkungan (X_1)

No.	*Item*	Koefisien Korelasi (Pearson Correlation)	Signifikansi	Keterangan
1	$X_{1.1}$-X_1	0,623	0,000	Valid
2	$X_{1.2}$-X_1	0,804	0,000	Valid
3	$X_{1.3}$-X_1	0,842	0,000	Valid
4	$X_{1.4}$-X_1	0,781	0,000	Valid
5	$X_{1.5}$-X_1	0,806	0,000	Valid
Koefisien Reliabilitas (Alpha Cronbach) = 0,830				Reliabel

Sumber : Data Primer diolah, Lampiran 5

Keterangan:

$X_{1.1}$ = Perubahan iklim global

$X_{1.2}$ = Pentingnya penghematan energi

$X_{1.3}$ = Pemahaman tentang produk ramah lingkungan

$X_{1.4}$ = Mengetahui merek produk ramah lingkungan

$X_{1.5}$ = Label ramah lingkungan

b. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Afeksi terhadap Lingkungan (X_2)

Berdasarkan hasil pengujian diketahui bahwa *item-item* yang terdapat dalam variabel Afeksi terhadap Lingkungan (X_2) adalah valid, hal tersebut dapat dilihat dari nilai signifikansi yang lebih kecil dari angka 0,05. Hasil uji reliabilitas, diperoleh angka 0,802 dan dinyatakan reliabel karena angka tersebut lebih besar dari koefisien yang ditetapkan yaitu sebesar 0,6. Hasil uji validitas dan reliabilitas variabel Afeksi terhadap Lingkungan (X_2) dapat dilihat pada Tabel 4.3.

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Afeksi terhadap Lingkungan (X_2)

No.	*Item*	Koefisien Korelasi (Pearson Correlation)	Signifikansi	Keterangan
1	$X_{2.1}$-X_2	0,840	0,000	Valid
2	$X_{2.2}$-X_2	0,874	0,000	Valid
3	$X_{2.3}$-X_2	0,825	0,000	Valid
Koefisien Reliabilitas (Alpha Cronbach) = 0,802				Reliabel

Sumber : Data Primer diolah, Lampiran 5

Keterangan:

$X_{2.1}$ = Peduli terhadap perubahan iklim global

$X_{2.2}$ = Khawatir terhadap krisis energi

$X_{2.3}$ = Prihatin dengan pencemaran lingkungan

c. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kualitas Produk Hijau (X_3)

Hasil pengujian membuktikan bahwa *item-item* pada variabel Kualitas Produk Hijau (X_3) dinyatakan valid karena nilai signifikansi yang

lebih kecil dari 0,05. Hasil uji reliabilitas *item-item* pada variabel Kualitas Produk Hijau (X_3) diperoleh angka sebesar 0,820 dan dinyatakan reliabel karena lebih besar dari 0,6. Hasil uji validitas dan reliabilitas variabel Afeksi terhadap Lingkungan (X_2) dapat dilihat pada Tabel 5.3.

Tabel 5.3
Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kualitas Produk Hijau (X_3)

No.	*Item*	Koefisien Korelasi (Pearson Correlation)	Signifikansi	Keterangan
1	$X_{3.1}$-X_3	0,891	0,000	Valid
2	$X_{3.2}$-X_3	0,897	0,000	Valid
3	$X_{3.3}$-X_3	0,780	0,000	Valid
Koefisien Reliabilitas (Alpha Cronbach) = 0,820				Reliabel

Sumber : Data Primer diolah, Lampiran 5

Keterangan Tabel 5.3:

$X_{3.1}$ = Produk awet

$X_{3.2}$ = Kemungkinan kecil kerusakan

$X_{3.3}$ = Kualitas terjamin

d. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Harga Premium (X_4)

Hasil uji pada *item-item* yang terdapat pada variabel Harga Premium (X_4) menunjukkan bahwa *item-item* tersebut valid dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05. Hasil uji reliabilitas menunjukkan angka 0,693 yang menyatakan bahwa *item-item* yang terdapat pada variabel Harga Premium (X_4) adalah reliabel karena angka 0,693 lebih besar dari 0,6. Hasil uji validitas dan reliabilitas variabel Harga Premium (X_4) dapat dilihat pada Tabel 6.3.

Tabel 6.3
Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Harga Premium (X_4)

No.	*Item*	Koefisien Korelasi (Pearson Correlation)	Signifikansi	Keterangan
1	$X_{4.1}$-X_4	0,759	0,000	Valid
2	$X_{4.2}$-X_4	0,782	0,000	Valid
3	$X_{4.3}$-X_4	0,830	0,000	Valid
Koefisien Reliabilitas (Alpha Cronbach) = 0,693				Reliabel

Sumber : Data Primer diolah, Lampiran 5

Keterangan:

$X_{4.1}$ = Harga sesuai kualitas produk

$X_{4.2}$ = Harga sesuai nilai yang terkandung

$X_{4.3}$ = Harga dipengaruhi atribut lingkungan

e. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Struktur Keputusan Pembelian (Y)

Hasil pengujian pada *item-item* yang terdapat pada variabel Struktur Keputusan Pembelian (Y) adalah valid karena nilai signifikansi penelitian lebih kecil dari 0,05. Hasil uji reliabilitas adalah 0,609 dan dinyatakan reliabel karena lebih besar dari 0,6. Hasil uji validitas dan reliabilitas variabel Struktur Keputusan Pembelian (Y) dapat dilihat pada Tabel 7.3 sebagai berikut:

Tabel 7.3
Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Struktur Keputusan Pembelian (Y)

No.	Item	Koefisien Korelasi (Pearson Correlation)	Signifikansi	Keterangan
1	Y_1-Y	0,744	0,000	Valid
2	Y_2-Y	0,769	0,000	Valid
3	Y_3-Y	0,737	0,000	Valid
Koefisien Reliabilitas (Alpha Cronbach) = 0,609				Reliabel

Sumber : Data Primer diolah, Lampiran 5

Keterangan:

Y_1 = Jenis produk

Y_2 = Bentuk produk

Y_3 = Merek

G. Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah transformasi data mentah ke dalam bentuk yang mudah dipahami atau diinterpretasi. Analisis deskriptif bertujuan untuk mengetahui karakteristik setiap variabel dalam sampel. Hasil analisis ini juga dapat dipakai sebagai bahan pertimbangan untuk menentukan alat analisis dalam uji hipotesis (Simamora, 2004:231).

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Merupakan persamaan yang menyatakan hubungan antara sebuah variabel terikat dengan variabel bebas. Regresi linier berganda digunakan apabila variabel independen berjumlah dua atau lebih. Persamaan untuk n variabel adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \ ... \ + b_nX_n$$ (Simamora, 2004:339)

Keterangan:

Y = Struktur Keputusan Pembelian

X = variabel independen (Pengetahuan Lingkungan, Afeksi terhadap Lingkungan, Kualitas Produk Hijau dan Harga Premium)

a = konstanta

b = koefisien regresi

Uji statistik F digunakan untuk menguji persamaan regresi secara keseluruhan yaitu apakah semua variabel bebas mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Analisis ini dilakukan untuk menguji apakah variabel Pengetahuan Lingkungan (X_1), Afeksi terhadap Lingkungan (X_2), Kualitas Produk Hijau (X_3) dan Harga Premium (X_4) yang dihasilkan dari persamaan regresi secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Struktur Keputusan Pembelian (Y).

Uji F menurut Rangkuti (2007:154) sebagai berikut:

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

Keterangan :

F = rasio

R = korelasi ganda

k = jumlah variabel bebas

n = banyaknya sampel

Berdasarkan hipotesis yang dirumuskan, maka hipotesis penelitian ini adalah :

H_0: variabel Pengetahuan Lingkungan (X_1), Afeksi terhadap Lingkungan (X_2), Kualitas Produk Hijau (X_3) dan Harga Premium (X_4) secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Struktur Keputusan Pembelian (Y).

H_a: variabel Pengetahuan Lingkungan (X_1), Afeksi terhadap Lingkungan (X_2), Kualitas Produk Hijau (X_3) dan Harga Premium (X_4) secara bersama-

sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Struktur Keputusan Pembelian (Y).

Pengujian hipotesis dalam penelitian, dapat dilakukan dengan membandingkan besarnya angka F_{hitung} dengan F_{tabel} yaitu jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima dan jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Pengujian hipotesis juga dapat dilakukan dengan membandingkan besarnya taraf signifikansi (sig.) penelitian dengan α 0,05. Jika sig. penelitian < α 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima, dan jika sig. penelitian > α 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

3. Analisis Regresi Parsial

Analisis regresi parsial digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat. Rumus uji t dalam Rangkuti (2007:155) yaitu:

$$t = \frac{b_1}{Sb_1}$$

Keterangan:

b_1 = penduga bagi $\beta 1$

Sb_1 = standar error dari β

Hipotesis pengujian ini adalah sebagai berikut:

H_o = 0, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel Pengetahuan Lingkungan (X_1), Afeksi terhadap Lingkungan (X_2), Kualitas Produk Hijau (X_3) dan Harga Premium (X_4) secara parsial terhadap Struktur Keputusan Pembelian (Y).

$H_a \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Pengetahuan Lingkungan (X_1), Afeksi terhadap Lingkungan (X_2), Kualitas Produk

Hijau (X_3) dan Harga Premium (X_4) secara parsial terhadap Struktur Keputusan Pembelian (Y).

Pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan taraf signifikansi (sig.) t pada penelitian dengan α 0,05. Apabila sig. t pada penelitian > α 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Demikian sebaliknya, jika sig. t pada penelitian < α 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat juga dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak, apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.