

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian eksplanatori yang digunakan untuk menguji suatu teori atau hipotesis guna memperkuat atau bahkan menolak teori atau hipotesis hasil penelitian yang sudah ada. Penelitian eksplanatori bersifat mendasar dan bertujuan untuk menjelaskan hubungan antara dua atau lebih gejala atau variabel. Singarimbun dalam Singarimbun dan Effendi (Ed. 2008:5) menjelaskan, “Penelitian Explanatori (*Explanatory Research*) adalah penelitian yang menyoroti hubungan kausal antara variabel-variabel penelitian dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya.”

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. ADICITRA PRIMA KENCANA yang berlokasi di Jalan Raya Langsep No.18 Malang. Alasan pemilihan lokasi ini adalah karena PT. ADICITRA PRIMA KENCANA merupakan salah satu kantor cabang resmi Tupperware di Kota Malang yang cukup besar dan selalu ramai dikunjungi oleh pelanggan.

C. Konsep, Variabel, Definisi Operasional dan Skala Pengukuran

1. Konsep

Konsep yang ada dalam penelitian ini terdapat dua, yaitu:

- a. *Individual Differences* (X), merupakan faktor internal yang menggerakkan dan mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan proses keputusan pembelian.
- b. *Green Purchasing* (Y), merupakan praktek menerapkan kriteria lingkungan dalam melakukan keputusan pembelian.

2. Variabel

Langkah pertama sebelum mengadakan penelitian, penulis harus menentukan variabel terlebih dahulu yang berguna untuk mempermudah dalam melakukan penelitian. Menurut Sekaran (2006:115), variabel adalah apapun yang dapat membedakan atau membawa variasi pada nilai. Nilai bisa berbeda pada berbagai waktu untuk objek atau orang yang sama. Dalam penelitian ini terdapat *dependent variable* dan *independent variable*. *Independent variable* atau variabel bebas merupakan variabel yang yang menyebabkan timbulnya atau berubahnya *dependent variable*. Dapat dikatakan variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi. Sedangkan *dependent variable* atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- a. Variabel bebas, terdiri dari :
 - 1) Pendapatan (X_1)
 - 2) Waktu (X_2)
 - 3) Pengetahuan (X_3)
 - 4) *Green attitude* (X_4)
 - 5) *Green value* (X_5)

b. Variabel terikat adalah *Green Purchasing Structures* (Y_1)

3. Definisi Operasional

Menurut Effendi dalam Singarimbun dan Effendi (Ed.2008:46) mengemukakan bahwa definisi operasional adalah unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana caranya mengukur suatu variabel. Definisi operasional juga merupakan suatu informasi ilmiah yang sangat membantu peneliti lain yang ingin menggunakan variabel yang sama. Sehingga dapat dikatakan definisi operasional merupakan penjabaran dari variabel yang memudahkan untuk menunjukkan alat pengambilan data mana yang sesuai untuk digunakan.

Variabel yang akan dianalisis adalah variabel pendapatan (X_1), variabel waktu (X_2), variabel pengetahuan (X_3), variabel *green attitude* (X_4), variabel *green value* (X_5) secara bersama-sama terhadap *Green Purchasing Structures* (Y_1).

a. Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah *individual differences* yang berhubungan dengan bagaimana perbedaan dalam diri individu atau konsumen yang terdiri dari pendapatan, waktu, pengetahuan, sikap-sikap dan nilai-nilai mengenai lingkungan untuk memberikan pengaruh dalam proses keputusan pembelian hijau. *Individual differences* (X) terdiri dari variabel-variabel berikut :

1) Pendapatan (X_1)

Setiap konsumen memiliki pendapatan yang berbeda-beda satu dengan lainnya. Melihat rata-rata produk ramah lingkungan memiliki harga yang cukup tinggi, maka konsumen yang memiliki pendapatan

tinggi mempunyai peluang membeli produk ramah lingkungan.

Indikatornya adalah:

- a) Tingkat pendapatan ($X_{1,1}$)
- b) Alokasi pendapatan ($X_{1,2}$)

2) Waktu (X_2)

Green product yang tahan lama memiliki sifat yang menghemat waktu, sehingga konsumen tidak perlu melakukan pembelian secara berulang-ulang karena produk ini memiliki jangka waktu yang lama.

Indikatornya adalah :

- a) Daya tahan produk ($X_{2,1}$)
- b) Ketersediaan produk ($X_{2,2}$)

3) Pengetahuan (X_3)

Pengetahuan konsumen merupakan informasi yang melekat pada ingatan konsumen untuk mampu mendefinisikan konsep lingkungan.

Indikatornya adalah :

- a) Pengetahuan Produk ($X_{3,1}$)
- b) Pengetahuan Pemakaian ($X_{3,2}$)
- c) Pengetahuan Pembelian ($X_{3,3}$)

4) *Green attitude* (X_4)

Sikap ramah lingkungan atau *green attitude* dapat muncul karena *green consumer* mempersepsikan mengenai tingkat kerusakan

lingkungan dapat mempengaruhi keinginan mereka untuk membeli dan membayar lebih untuk produk-produk ramah lingkungan.

Indikatornya adalah :

- a) Motivasi ($X_{4,1}$)
- b) Persepsi ($X_{4,2}$)

5) *Green value* (X_5)

Green value atau nilai ramah lingkungan merupakan nilai yang melekat pada individu mengenai lingkungan hidup yang mampu meyakinkan sikap dan kegiatan *green consumer*.

Indikatornya adalah:

- a) Kesadaran lingkungan ($X_{5,1}$)
- b) Keterlibatan ($X_{5,2}$)

b. Variabel terikat (Y) yang terpengaruh oleh variabel-variabel bebas (X) di atas adalah *Green Purchasing Structures* (Y_1).

Indikatornya adalah :

- a) Keputusan tentang Jenis Produk ($Y_{1,1}$)
- b) Keputusan tentang Merek ($Y_{1,2}$)
- c) Keputusan tentang Jumlah Produk ($Y_{1,3}$)
- d) Keputusan tentang Cara Pembayaran ($Y_{1,4}$)
- e) Keputusan tentang Waktu Pembelian ($Y_{1,5}$)
- f) Keputusan tentang Bentuk ($Y_{1,6}$)
- g) Keputusan tentang Penjualannya ($Y_{1,7}$)

Tabel 3.1 Konsep , Variabel, Indikator

Konsep	Variabel	Indikator
Faktor <i>Individual Differences</i> (X)	Pendapatan (X_1)	Tingkat pendapatan ($X_{1,1}$)
		Alokasi pendapatan ($X_{1,2}$)
	Waktu (X_2)	Daya tahan produk ($X_{2,1}$)
		Ketersediaan produk ($X_{2,2}$)
	Pengetahuan (X_3)	Pengetahuan Produk ($X_{3,1}$) Pengetahuan Pemakaian ($X_{3,2}$) Pengetahuan Pembelian ($X_{3,3}$)
<i>Green attitude</i> (X_4)	Motivasi ($X_{4,1}$)	
	Persepsi ($X_{4,2}$)	
<i>Green value</i> (X_5)	Kesadaran lingkungan ($X_{5,1}$) Keterlibatan ($X_{5,2}$)	
<i>Green Purchasing</i> (Y)	<i>Green Purchasing Structures</i> (Y_1)	Keputusan tentang Jenis Produk ($Y_{1,1}$) Keputusan tentang Merek ($Y_{1,2}$) Keputusan tentang Jumlah produk ($Y_{1,3}$) Keputusan tentang Cara pembayaran ($Y_{1,4}$) Keputusan tentang Waktu pembelian ($Y_{1,5}$) Keputusan tentang Bentuk ($Y_{1,6}$) Keputusan tentang Penjualannya ($Y_{1,7}$)

4. Skala Pengukuran

Skala Likert dapat dikatakan sebagai skala yang didesain untuk menilai seberapa besar subjek setuju atau tidak setuju dengan pernyataan pada skala 5

(Sekaran, 2006:31). Dalam penelitian ini menggunakan Skala Likert sebagai skala pengukuran guna mengukur tanggapan responden. Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban dapat diberi skor seperti dalam Tabel 3.2.

Tabel 3.2 Skala Likert

Alternatif Jawaban	Keterangan	Skor Jawaban
STS	Sangat Tidak Setuju	1
TS	Tidak Setuju	2
R	Ragu-ragu	3
S	Setuju	4
SS	Sangat Setuju	5

Sumber : Sekaran (2006:31)

D. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Populasi mengacu pada keseluruhan kelompok orang, kejadian atau hal minat yang ingin peneliti investigasi (Sekaran, 2006:121). Secara singkat populasi dapat diartikan pula sebagai sebuah keseluruhan unit atau individu dalam ruang lingkup yang ingin diteliti. Pada penelitian ini, populasi yang digunakan adalah pelanggan Tupperware dan jumlah populasinya tidak diketahui.

2. Sampel

Sampel terdiri atas sejumlah anggota yang dipilih dari populasi. (Sekaran, 2006:123). Pengambilan sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus Machin dan Champbell karena jumlah populasi yang tidak ketahui, berikut adalah rumus Machin dan Champbell :

$$n = \frac{(Z_{1-\alpha} + Z_{1-\beta})^2}{(U\rho^1)^2} + 3$$

$$U\rho = \frac{1}{2} \ln \left[\frac{1+\rho}{1-\rho} \right] + \frac{\rho}{2(n-1)}$$

$$U'\rho = \frac{1}{2} \ln \left[\frac{1+\rho}{1-\rho} \right]$$

Keterangan :

$U\rho$ = standardized normal random variable corresponding to particular value of the correlation coefficient ρ

$U'\rho$ = initial estimate of $U\rho$

n = ukuran sampel

$Z_{1-\alpha}$ = harga yang diperoleh dari tabel distribusi normal baku dengan alpha yang telah ditentukan

$Z_{1-\beta}$ = harga yang diperoleh dari tabel distribusi normal baku dengan beta yang telah ditentukan

ρ = koefisien korelasi terkecil yang diharapkan dapat dideteksi secara signifikan

Berdasarkan pertimbangan bahwa nilai r terendah yang diperkirakan akan diperoleh melalui penelitian ini adalah $r = 0,45$; $\alpha = 0,10$; pada pengujian dua arah dan $\beta = 0,05$ maka diperoleh n (minimum) = 102. Jadi sampelnya adalah 102 orang.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Sekaran (2006:123) adalah sebuah proses menyeleksi kumpulan elemen dari sebuah populasi dari penelitian untuk menjadi wakil dari populasi tersebut. Teknik *sampling* yang digunakan pada penelitian ini adalah metode *simple random sampling*. Menurut Mantra dan Kasto dalam Singarimbun dan Effendi (Ed. 2008: 155), sampel acak sederhana atau *simple random sampling* ialah sebuah sampel yang diambil sedemikian rupa sehingga setiap unit penelitian atau satuan elementer dari populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk

dipilih sebagai sampel. Jadi sampel yang digunakan peneliti cocok sebagai sumber data adalah orang tersebut merupakan pelanggan produk Tupperware.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

a. Data Primer

Menurut Maholtra (2009:120) data primer dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan permasalahan yang sedang ditangani. Data primer dalam penelitian ini adalah isi dari kuesioner yang dibagikan kepada responden yaitu pelanggan Tupperware.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan untuk maksud selain untuk menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi (Maholtra, 2009:121). Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui data perusahaan berupa informasi perusahaan dari PT. Adicitra Prima Kencana.

2. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Dalam penelitian ini metode pengumpulan data melalui kuesioner (angket). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Metode ini dengan menyebarkan kuesioner yang berisi pertanyaan tertulis kepada para responden yang dianggap sesuai untuk dijadikan sampel penelitian. Kuesioner biasanya

digunakan untuk jumlah responden yang cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas.

3. Instrumen Penelitian

Dalam melakukan penelitian diperlukan alat bantu berupa instrumen penelitian. Menurut Arikunto (2006:160) instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya baik, dalam arti lebih cermat, lengkap dan sistematis sehingga mudah diolah. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner berisi sejumlah pertanyaan-pertanyaan yang dijawab atau direspon oleh responden yang berkenaan dengan informasi yang diperlukan. Menurut Sekaran (2006:82) kuesioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya yang akan responden jawab, biasanya dalam alternatif yang didefinisikan dengan jelas. Responden memberikan jawaban sesuai dengan pandangannya terhadap suatu persoalan. Pertanyaan dibuat dengan bahasa sederhana yang mudah dimengerti dan kalimat-kalimat pendek dengan maksud yang jelas.

F. Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Validitas menguji seberapa baik suatu instrumen dibuat mengukur konsep tertentu yang ingin diukur (Sekaran, 2006:39). Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin

diukur (Ancok dalam Singarimbun dan Effendi, Ed.2008:124). Valid atau tidaknya suatu item instrumen dapat diketahui dengan membandingkan indeks korelasi product moment (r hitung) dengan nilai kritisnya, dimana r hitung dapat diperoleh dengan rumus:

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{\{n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2\} \{n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2\}}}$$

Keterangan :

- r = korelasi product moment x dan y
- n = banyaknya populasi/sampel
- x = nilai variabel x
- y = nilai variabel y

Apabila nilai koefisien korelasi (r) antara indikator pertanyaan dengan skor total indikator mempunyai taraf yang signifikan di bawah atau sama dengan 0,05 ($\alpha = 5\%$), maka indikator pertanyaan yang digunakan dalam instrumen penelitian tersebut valid. Sebaliknya jika nilai koefisien korelasi (r) antara indikator pertanyaan dengan skor total indikator mempunyai taraf signifikan di atas 0,05 ($\alpha=0,05\%$) maka indikator pertanyaan yang digunakan dalam instrumen penelitian tersebut dinyatakan tidak valid, sehingga indikator pertanyaan tersebut tidak dapat digunakan dalam kuesioner.

2. Uji Reliabilitas

Ancok dalam Singarimbun dan Effendi (Ed. 2008:140) mendefinisikan reliabilitas sebagai istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih. Nilai reliabilitas variabel ditunjukkan oleh koefisien Alpha Cronbach. Sebuah

variabel dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach Alpha > 60% (Nunnally, 1967).

Rumus Alpha Cronbach sebagai berikut:

$$\alpha = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma^2} \right]$$

Keterangan :

α = reliabilitas alat ukur

k = jumlah item 1 pertanyaan

$\sum \sigma_i^2$ = jumlah varians masing-masing item

σ^2 = jumlah varians total

3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas *Individual Differences*

Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu Pendapatan (X_1), Waktu (X_2), Pengetahuan (X_3), *Green Attitude* (X_4), dan *Green Value* (X_5). Masing-masing variabel tersebut akan diuraikan hasil uji validitas dan reliabilitasnya sebagai berikut.

1) Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Pendapatan (X_1)

Berikut ini adalah hasil uji validitas dan reliabilitas Pendapatan (X_1) yang ditunjukkan pada Tabel 3.3.

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Pendapatan (X_1)

No	Korelasi	Koefisien Korelasi (R)	Probabilitas	Keterangan
1	$X_{1.1.1} - X_1$	0,877	0,000	Valid
2	$X_{1.2.1} - X_1$	0,483	0,002	Valid
3	$X_{1.2.2} - X_1$	0,503	0,001	Valid
Alpha = 0,721				Reliabel

Sumber : Lampiran 2 dan 6

Berdasarkan Tabel 3.3 diketahui bahwa semua *item* untuk variabel Pendapatan mempunyai tingkat probabilitas lebih kecil dari 0,05 ($p < 0,05$), sehingga keseluruhan *item* tersebut dinyatakan valid. Hasil perhitungan reliabilitas

Alpha Cronbach diperoleh 0,721 yang lebih besar dari 0,6 sehingga dinyatakan reliabel untuk keseluruhan *item*.

2) Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Waktu (X_2)

Berikut ini adalah hasil uji validitas dan reliabilitas Waktu (X_2) yang ditunjukkan pada Tabel 3.4.

Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Waktu (X_2)

No	Korelasi	Koefisien Korelasi (R)	Probabilitas	Keterangan
1	$X_{2.1.1} - X_2$	0,360	0,023	Valid
2	$X_{2.1.2} - X_2$	0,492	0,001	Valid
3	$X_{2.2.1} - X_2$	0,633	0,000	Valid
4	$X_{2.2.2} - X_2$	0,788	0,000	Valid
Alpha = 0,706				Reliabel

Sumber : Lampiran 2 dan 6

Berdasarkan Tabel 3.4 diketahui bahwa semua *item* untuk Waktu mempunyai tingkat probabilitas lebih kecil dari 0,05 ($p < 0,05$), sehingga keseluruhan *item* tersebut dinyatakan valid. Hasil perhitungan reliabilitas Alpha Cronbach diperoleh 0,706 yang lebih besar dari 0,6 sehingga dinyatakan reliabel untuk keseluruhan *item*.

3) Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Pengetahuan (X_3)

Berikut ini adalah hasil uji validitas dan reliabilitas Pengetahuan (X_3) yang ditunjukkan pada Tabel 3.5. Berdasarkan Tabel 3.5 diketahui bahwa semua *item* untuk Pengetahuan mempunyai tingkat probabilitas lebih kecil dari 0,05 ($p < 0,05$), sehingga keseluruhan *item* tersebut dinyatakan valid. Hasil perhitungan reliabilitas Alpha Cronbach diperoleh 0,754 yang lebih besar dari 0,6 sehingga dinyatakan reliabel untuk keseluruhan *item*.

Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Waktu (X_3)

No	Korelasi	Koefisien Korelasi (R)	Probabilitas	Keterangan
1	$X_{3.1.1} - X_3$	0,711	0,000	Valid
2	$X_{3.1.2} - X_3$	0,643	0,000	Valid
3	$X_{3.1.3} - X_3$	0,641	0,000	Valid
4	$X_{3.1.4} - X_3$	0,564	0,000	Valid
5	$X_{3.1.5} - X_3$	0,735	0,000	Valid
6	$X_{3.2.1} - X_3$	0,630	0,000	Valid
7	$X_{3.3.1} - X_3$	0,576	0,000	Valid
Alpha = 0,754				Reliabel

Sumber : Lampiran 3 dan 6

4) Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas *Green Attitude* (X_4)

Berikut ini adalah hasil uji validitas dan reliabilitas *Green Attitude* (X_4) yang ditunjukkan pada Tabel 3.6

Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas *Green Attitude* (X_4)

No	Korelasi	Koefisien Korelasi (R)	Probabilitas	Keterangan
1	$X_{4.1.1} - X_4$	0,670	0,000	Valid
2	$X_{4.1.2} - X_4$	0,727	0,000	Valid
3	$X_{4.2.1} - X_4$	0,654	0,000	Valid
Alpha = 0,754				Reliabel

Sumber : Lampiran 4 dan 6

Berdasarkan Tabel 3.6 diketahui bahwa semua *item* untuk *Green Attitude* mempunyai tingkat probabilitas lebih kecil dari 0,05 ($p < 0,05$), sehingga keseluruhan *item* tersebut dinyatakan valid. Hasil perhitungan reliabilitas Alpha Cronbach diperoleh 0,754 yang lebih besar dari 0,6 sehingga dinyatakan reliabel untuk keseluruhan *item*.

5) Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas *Green Value* (X_5)

Berdasarkan Tabel 3.7 diketahui bahwa semua *item* untuk *Green Value* mempunyai tingkat probabilitas lebih kecil dari 0,05 ($p < 0,05$), sehingga

keseluruhan *item* tersebut dinyatakan valid. Hasil perhitungan reliabilitas Alpha Cronbach diperoleh 0,903 yang lebih besar dari 0,6 sehingga dinyatakan reliabel untuk keseluruhan *item*. Berikut ini adalah hasil uji validitas dan reliabilitas *Green Value* (X_5) yang ditunjukkan pada Tabel 3.7.

Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas *Green Value* (X_5)

No	Korelasi	Koefisien Korelasi (R)	Probabilitas	Keterangan
1	$X_{5.1.1} - X_5$	0,905	0,000	Valid
2	$X_{5.2.1} - X_5$	0,940	0,000	Valid
Alpha = 0,903				Reliabel

Sumber : Lampiran 4 dan 7

6) Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel *Green Purchasing Structures* (Y)

Variabel Y dalam penelitian ini adalah *Green purchasing Structures* atau struktur keputusan pembelian hijau. *Green purchasing Structures* memiliki 7 indikator dan masing-masing indikator memiliki *item* yang dijadikan pernyataan dalam kuesioner. Berikut ini adalah hasil pengujian validitas dan reliabilitas variabel *Green Purchasing Structures* yang ditunjukkan pada Tabel 3.8.

Tabel 3.8 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas *Green Purchasing Structures*

No	Korelasi	Koefisien Korelasi (R)	Probabilitas	Keterangan
1	$Y_{1.1.1} - Y_1$	0,431	0,005	Valid
2	$Y_{1.2.1} - Y_1$	0,520	0,001	Valid
3	$Y_{1.3.1} - Y_1$	0,436	0,005	Valid
4	$Y_{1.4.1} - Y_1$	0,365	0,021	Valid
5	$Y_{1.5.1} - Y_1$	0,786	0,000	Valid
6	$Y_{1.6.1} - Y_1$	0,485	0,002	Valid
7	$Y_{1.7.1} - Y_1$	0,666	0,000	Valid
Alpha = 0,711				Reliabel

Sumber : Lampiran 5 dan 7

Berdasarkan Tabel 3.8 diketahui bahwa semua *item* untuk *Green Purchasing Structures* mempunyai tingkat probabilitas lebih kecil dari 0,05 ($p < 0,05$), sehingga keseluruhan *item* tersebut dinyatakan valid. Hasil perhitungan reliabilitas Alpha Cronbach diperoleh 0,711 yang lebih besar dari 0,6 sehingga dinyatakan reliabel untuk keseluruhan *item*.

G. Analisis Data

Tujuan dari penggunaan alat analisis data adalah untuk menyederhanakan data ke dalam bentuk yang lebih mudah untuk dibaca dan diinterpretasikan sesuai dengan tujuan penelitian yang ditetapkan maka dalam penelitian ini menggunakan:

1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis ini digunakan untuk menggambarkan keadaan gejala sosial dari lokasi penelitian, obyek penelitian serta distribusi *item-item* dari masing-masing variabel. Data dikumpulkan dan ditabulasikan dalam tabel, kemudian dilakukan pembahasan secara deskriptif dalam angka dan presentase.

2. Analisis Faktor

Menurut Malhotra (2010:288) analisis faktor adalah sebuah kelas prosedur-prosedur yang digunakan terutama untuk reduksi dan perangkuman data. Analisis faktor digunakan dalam penelitian ini karena dalam *Individual Differences* terdapat variabel-variabel yang saling berkolaborasi, sehingga harus direduksi sampai pada tingkatan yang dapat dikelola. Hubungan antara himpunan-himpunan variabel yang saling terkait diuji dan disajikan menurut faktor dasar.

a. Model Analisis Faktor

Analisis faktor sedikit sama dengan analisis regresi majemuk, bahwa setiap variabel diekspresikan sebagai kombinasi linier faktor-faktor dasar, model faktor bisa disajikan sebagai berikut:

$$X_i = A_{i1}F_1 + A_{i2}F_2 + A_{i3}F_3 + \dots + A_{im}F_{im} + V_iU_i \quad (\text{Malhotra, 2010: 289})$$

Keterangan :

X_i = variabel baku ke- i

A_i = koefisien regresi majemuk yang dibakukan dari variabel dari variabel i atas faktor biasa i

F = faktor biasa

V_i = koefisien regresi yang dibakukan dari variabel i atas faktor unik i

U_i = faktor unik untuk variabel i

m = banyaknya faktor biasa

b. Langkah-langkah Pelaksanaan Analisis Faktor

Menurut Malhotra (2010:289) langkah-langkah dalam melakukan analisis faktor adalah sebagai berikut:

1) Memformulasikan Masalah

Formulasi masalah meliputi beberapa tugas. Pertama, tujuan dari analisis faktor harus diidentifikasi. Variabel yang diikuti dalam analisis harus ditentukan spesifikasinya berdasarkan riset masa lalu, teori dan penilaian pribadi penelitian.

2) Membuat Matriks Korelasi

Proses analisis didasarkan pada sebuah matriks korelasi antar variabel. Agar analisis faktor tepat, variabel-variabel tersebut harus berkorelasi. Statistik-statistik formal tersedia untuk menguji kecocokan model faktor. Uji Bartlett's sphericity dapat digunakan untuk menguji hipotesis nol bahwa variabel-variabel tersebut tidak berkorelasi dalam populasi, dengan kata lain, matriks korelasi populasi adalah sebuah matriks identitas. Sebuah statistik lain yang berguna adalah ukuran kecukupan *sampling* Kaiser-Meyer-Olkin (KMO). Indeks ini digunakan untuk menguji kesesuaian analisis faktor. Secara umum, nilai yang lebih besar dari 0,5 adalah nilai yang diinginkan.

3) Menentukan Jumlah faktor

Beberapa prosedur disarankan untuk menentukan banyaknya faktor, diantaranya:

a) Determinasi Priori

Ada kalanya peneliti mengetahui berapa banyak faktor yang diharapkan dan dengan demikian dapat menentukan lebih dulu jumlah faktor yang ingin di ekstraksi. Ekstraksi faktor-faktor dihentikan bila jumlah faktor yang diinginkan telah terekstraksi.

b) Determinasi Berdasarkan Nilai *Eigen*

Dalam pendekatan ini, hanya faktor-faktor dengan nilai *eigen* yang lebih dari sama dengan 1,0 yang dipertahankan, sedangkan faktor-faktor lainnya tidak diikuti dalam model.

c) Determinasi Berdasarkan *Plot Scree*

Sebuah plot scree adalah sebuah plot nilai *eigen* terhadap jumlah faktor dalam urutan ekstraksi. Bentuk plot tersebut digunakan untuk menentukan jumlah faktor.

d) Determinasi Berdasarkan Presentase Varians

Dalam pendekatan ini, jumlah faktor yang diekstraksi ditentukan sedemikian rupa sehingga persentase kumulatif varians hasil ekstraksi oleh faktor-faktor mencapai tingkatan yang memuaskan.

e) Determinasi Berdasarkan Keandalan Bagi Dua (*Split-Half Reliability*)

Sampel dibagi dua dan analisis faktor dilakukan terhadap masing-masing separuh bagian. Hanya faktor-faktor dengan korespondensi muatan faktor yang tinggi terhadap kedua *subsample* lah yang dipertahankan.

f) Determinasi Berdasarkan Uji Signifikansi

Menentukan signifikansi nilai *eigen* yang terpisah dan hanya mempertahankan faktor-faktor yang signifikan secara statistik merupakan sebuah hal yang mungkin untuk dilakukan.

4) Merotasi Faktor

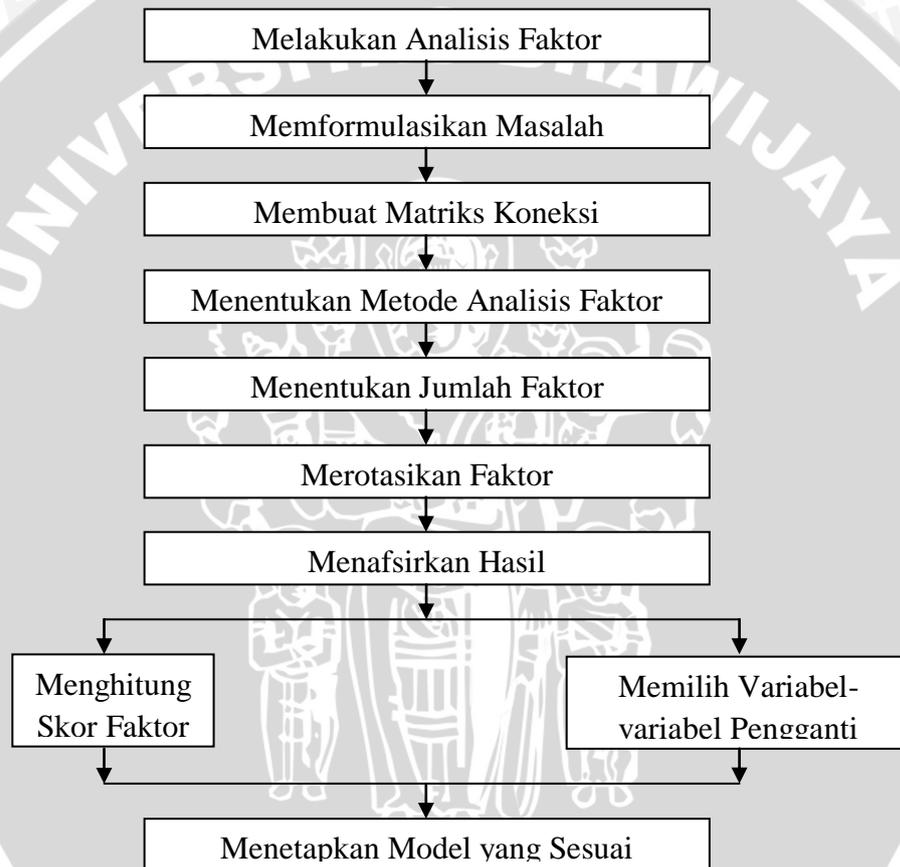
Suatu output penting dari analisis faktor adalah matriks faktor yang disebut juga matriks pola faktor. Matriks faktor berisi koefisien yang digunakan untuk menyatakann variabel-variabel standarisasi dalam hal faktor tersebut. Dalam merotasi faktor-faktor, kita menginginkan setiap faktor-faktor mempunyai muatan atau koefisien bukan nol atau signifikan untuk hanya beberapa variabel. Metode rotasi yang paling umum digunakan adalah prosedur varimax. Metode ini merupakan sebuah rotasi orgonal yang meminimumkan jumlah variabel dengan muatan yang tinggi pada sebuah faktor, sehingga meningkatkan kemampuan tafsir dari faktor tersebut.

5) Menafsirkan Faktor

Penafsiran difasilitasi dengan mengidentifikasi variabel-variabel yang mempunyai muatan yang besar pada faktor yang sama. Faktor itu dapat ditafsirkan menurut variabel-variabel yang memberi muatan yang besar pada faktor yang sama.

6) Menghitung Skor-Skor Faktor

Bobot atau koefisien skor faktor digunakan untuk mengkombinasikan variabel-variabel standar yang diperoleh dari matriks koefisien skor-skor faktor. Sebagian besar program komputer memungkinkan kita untuk meminta skor faktor.



Gambar 3.1 Langkah-langkah pelaksanaan analisis faktor
Sumber : Malhotra (2010:292)

7) Memilih variabel-variabel Pengganti

Kadang-kadang ketimbang menghitung skor faktor, peneliti berharap memilih variabel-variabel pengganti. Pemilihan variabel pengganti meliputi pemilihan beberapa variabel asal untuk digunakan dalam analisis selanjutnya. Dengan menguji matriks faktor, kita dapat memilih setiap faktor variabel muatan

tertinggi atas faktor itu. Variabel itu kemudian dapat digunakan sebagai sebuah variabel pengganti untuk faktor yang berhubungan.

8) Menentukan Model yang Sesuai (*Fit Model*)

Langkah terakhir dalam menganalisis faktor meliputi penentuan sebuah kesesuaian model. Sebuah asumsi dasar yang mendasari analisis faktor adalah bahwa korelasi pengamatan antar variabel dapat disebabkan oleh faktor-faktor biasa, maka korelasi antar variabel dapat disimpulkan atau direproduksi dari korelasi yang diestimasikan antara variabel-variabel dengan faktor-faktor.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Malhotra (2010 : 230) mengemukakan bahwa regresi linier berganda adalah sebuah teknik statistik yang secara simultan mengembangkan sebuah hubungan matematis antara dua atau lebih variabel independen dan sebuah variabel dependen yang menggunakan skala interval. Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \beta_3 x_3 + \beta_4 x_4 + \beta_5 x_5 + \mu_1$$

Keterangan:

Y = *green purchasing structure*

β_0 = konstanta

β_1 = koefisien regresi dari pendapatan

β_2 = koefisien regresi dari waktu

β_3 = koefisien regresi dari pengetahuan

β_4 = koefisien regresi dari *green attitude*

β_5 = koefisien regresi dari *green value*

X_1 = variabel pendapatan

X_2 = variabel waktu

X_3 = variabel pengetahuan

X_4 = variabel *green attitude*

X_5 = variabel *green value*

μ_1 = *standart error*

4. Pembuktian Hipotesis

a. Uji F

Uji F dimaksudkan untuk menguji tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat. Tahapan dalam Uji F yaitu :

1) Merumuskan hipotesis

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = 0$, variabel-variabel bebas tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat. $H_1 : \beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq \beta_4 \neq 0$, variabel-variabel bebas mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat, paling tidak salah satu dari variabel tersebut.

2) Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi yang diharapkan yaitu $\alpha = 5\%$ atau confidence interval sebesar 95% dan *degree of freedom* (K-1) dan (n-K) di mana n adalah jumlah observasi dan K adalah variabel regresor.

3) Menghitung nilai F_{hitung}

Nilai F hitung dicari dengan rumus :

$$F = \frac{MSR}{MSE} \quad (\text{Gujarati, 2003:220})$$

Keterangan:

MSR = *Mean Square Regression*

MSE = *Mean Square Residu*

4) Membandingkan nilai probabilitas F_{hitung} dengan α untuk menentukan diterima atau ditolaknya hipotesis dengan ketentuan sebagai berikut:

- Jika probabilitas $F_{hitung} \leq \alpha$ berarti H_0 ditolak
- Jika probabilitas $F_{hitung} > \alpha$ berarti H_0 diterima

b. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh parsial variabel bebas terhadap variabel terikat. Tahap dalam uji t yaitu:

1) Merumuskan hipotesis

$H_0 : \beta_i = 0$ berarti variabel X tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y.

$H_1 : \beta_i \neq 0$ berarti variabel X mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y.

2) Menentukan nilai t_{hitung} dengan nilai α

Hipotesis nol akan diterima/ditolak dengan ketentuan sebagai berikut:

Jika probabilitas $t_{hitung} \leq \alpha$ berarti H_0 ditolak

Jika probabilitas $t_{hitung} > \alpha$ berarti H_0 diterima

Jika H_0 ditolak berarti dengan tingkat kepercayaan 0,95 ($\alpha = 5\%$) variabel yang diuji secara nyata terhadap variabel dependen.