BAB III

OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan sesuatu yang menjadi objek atau perhatian dalam suatu penelitian, objek penelitian ini menjadi sasaran dalam penelitian untuk mendapatkan jawaban ataupun solusi dari permasalahan yang terjadi.

Menurut Sugiyono (2015:41) menyatakan bahwa: "untuk itu sebelum peneliti memilih variabel apa yang akan diteliti perlu melakukan kajian teoritis, dan melakukan studi pendahulaun terlebih dahulu pada objek yang akan diteliti. Jangan sampai terjadi membuat rancangan penelitian dilakukan di belakang meja, dan tanpa mengetahui terlebih dahulu permasalahan yang ada di objek penelitian".

Dari penjelasan di atas dapat dikatakan bahwa objek penelitian digunakan untuk mendapatkan data sesuai tujuan dan kegunaan tertentu. Adapun objek yang akan diteliti dalam penelitain ini adalah Pemasaran Hijau (X_1) dan Kesadaran Lingkungan(X_2) sebagai variabel bebas dan Pemakaian Produk Hijau (Y) sebagaii variabel terikat. Penelitian ini dilakukan pada Brodo Bandung.

3.2 Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2015:2) menjelaskan bahwa, "Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu".

Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif karena penulis pada penelitian ini akan mendeskripsikan Pengaruh Pemasaran Hijau dan Kesadaran Lingkungan terhadap Pemakaian Produk Hijau pada Brodo Bandung.

Menurut Sugiyono (2015:21): "Metode Deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas".

Sedangkan metode verifikatif menurut Mashuri (2008:45) menyatakan bahwa: "Metode verifikatif yaitu memeriksa benar tidaknya apabila dijelaskan untuk menguji suatu cara dengan atau tanpa perbaikan yang telah dilaksanakan di tempat lain dengan mengatasi masalah yang serupa dengan kehidupan".

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey yaitu penelitian yang mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data.

3.2.1 Desain Penelitian

Dalam melakukan suatu penelitian diperlukan perencanaan penelitian terlebih dahulu agar penelitian yang dilakukan dapat berjalan dengan baik, sistematis serta efektif. Desain penelitian merupakan semua proses penelitian yang dilakukan oleh penulis dalam melaksanakan penelitian mulai dari perencanaan sampai dengan pelaksanaan penelitian yang dilakukan pada waktu tertentu.

Desain penelitian menurut Moh. Nazir (2011:84) yaitu: “Desain penelitian adalah semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian”. Dalam penulisan ini, penulis menggunakan metode studi kasus analisis deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa untuk melakukan desain penelitian diperlukan sebuah proses. Untuk menggambarkan lebih jelas mengenai Pemasaran Hijau dan Kesadaran Lingkungan mengenai Pemakaian Produk Hijau pada Brodo Bandung.

Berikut ini penjelasan mengenai langkah-langkah desain penelitian menurut Umi Narimawati (2010:30) adalah:

1. Menetapkan permasalahan sebagai indikasi dari fenomena penelitian, selanjutnya menetapkan judul penelitian.
   Dalam penelitian ini permasalahan yang akan analisis adalah pengaruh Pemasaran Hijau dan Kesadaran Lingkungan mengenai Pemakaian Produk Hijau pada Brodo Bandung.
2. Mengidentifikasi permasalahan yang terjadi.
   Banyak faktor yang mempengaruhi Pemakaian Produk Hijau. Dalam penelitian ini yang diambil adalah Pemasaran Hijau dan Kesadaran Lingkungan.
3. Menetapkan rumusan masalah.
   Dalam penelitian ini rumusan masalahnya yaitu bagaimana pengaruh PEmasaran Hijau dan KEsadaran Lingkungan mengenai Pemakaian Produk Hijau pada Brodo Bandung.
4. Menetapkan tujuan penelitian.
   Tujuan penelitian dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh Pemasaran Hijau dan Kesadaran Lingkungan mengenai Pemakaian Produk Hijau pada Brodo Bandung.
5. Menetapkan hipotesis penelitian, berdasarkan fenomena dan dukungan teori.
   Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- H1: Variabel Pemasaran Hijau berpengaruh mengenai Pemakaian Produk Hijau di Brodo Bandung.
- H2: Variabel Kesadaran Lingkungan berpengaruh mengenai Pemakaian Produk Hijau di Brodo Bandung.
- H3: Variabel Pemasaran Hijau dan Kesadaran Lingkungan berpengaruh mengenai Pemakakaian Produk Hijau di Brodo Bandung.

6. Menetapkan konsep variabel sekaligus pengukuran variabel penelitian yang digunakan.

   Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Pemasaran Hijau dan Kesadaran Lingkungan sedangkan yang menjadi variabel terikatnya adalah Pemakaian Produk Hijau.
7. Menetapkan sumber data, teknik penentuan sampel dan teknik pengumpulan data.
   Dalam penelitian ini menggunakan data primer yaitu berupa observasi, wawancara maupun kuisioner yang kemudian diolah menjadi data sekunder.
8. Melakukan analisis data.
   Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis kuantitatif.
9. Menyusun pelaporan hasil penelitian.

Adapun desain penelitian dalam penelitian ini dapat digambarkan seperti di bawah ini:

Tabel 3.1
Desain Penelitian

Tujuan Penelitian	**Desain Penelitian**			
	Jenis Penelitian	**Metode yang digunakan**	**Unit Analisis**	**Time Horizon**
T – 1	*Descriptive*	*Descriptive* dan *Survey*	Brodo Bandung	*Cross Sectional*
T – 2	*Descriptive*	*Descriptive* dan *Survey*	Brodo Bandung	*Cross*

				Sectional
T – 3	*Descriptive*	*Descriptive* dan *Survey*	Brodo Bandung	*Cross Sectional*
T – 4	*Verifikatif*	*Eksplanatory Survey*	Brodo Bandung	*Cross Sectional*

Sumber : Umi Narimawati, Sri Dewi Anggadini, Linna Ismawati (2010:31)

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Menurut Sugiyono (2015:31), menjelaskan bahwa: "Operasional Variabel adalah sesuatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya."

Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menentukan jenis, indikator, serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian.

Variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini adalah:

1. *Variabel Independent* (Variabel X)
   Variabel independen atau variabel bebas yaitu variabel yang mempengaruhi variabel lainnya dan merupakan variabel yang menjadi sebab perubahan timbulnya *variable dependent* (terikat).
   Dalam penelitian ini yang menjadi *variable independent* atau variabel bebas (X_1) dan (X_2) adalah Pemasaran Hijau dan Kesadaran Lingkungan.

2. *Variabel Dependent* (Variabel Y)
   Variabel dependen atau variabel terikat yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen atau variabel terikat (Y) pada penelitian ini adalah Pemakaian Produk Hijau.
   Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menentukan jenis indikator dan skala-skala variabel yang terkait dalam penelitian ini, secara lebih jelas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Green Marketing (X1)	Menurut Coddington (1993: 297-302) yang dimaksud dengan *green marketing* adalah segala aktivitas pemasaran dengan bertanggung jawab terhadap lingkungan, yaitu dengan seminimum mungkin memberikan dampak yang negatif terhadap lingkungan.	1. Green Product • Green produk ramah lingkungan • Kinerja Green Produk • Bahan Baku 2. Green Promotion • Iklan ramah lingkungan 3. Green Price • Keterjangkauan harga • Kesesuaian harga dengan kualitas • Kesesuain harga dengan manfaat 4. Green Place • Lokasi bersih • Lokasi strategis • Kemudahan akses	• Tingkat manfaat • Tingkat Kesesuaian • Tingkat Kepercayaan • Tingkat penyebaran iklan • Tingkat Keterjangkauan • Tingkat kesesuaian • Tingkat kesesuaina • Tingkat kebersihan • Tingkat kestrategisan • Tingkat Kemudahan akses	**ORDINAL**
Environmental Behavior (X2)	Menurut Axelrod dan Lehman	1. *Environmental attitude* (sikap terhadap		**ORD**

	(1993:153) *environmental behavior* adalah "*action which contribute towards environmental preservation and or conservation"*. *Action* memiliki arti proses dalam melakukan sesuatu. *Contribute* memiliki arti bergabung dengan yang lain untuk mem-berikan sesuatu (bantuan, uang, ide, dsb.) sehingga *environmental behavior* merupakan suatu tindakan untuk berkontribusi terhadap kelestarian dan/atau konservasi lingkungan.	lingkungan) • Perlindungan lingkungan 2. *Environmental concern* (kepedulian terhadap lingkungan) • Terlibat isu lingkungan *3. Perceived seriousness of environmental problem* (pemahaman masalah lingkungan) • Memahami lingkungan *4. Perceived environmental responsibility in* (pemahaman tanggung jawab terhadap lingkungan) • Mengerti tanggung jawab terhadap lingkungan 5. *Perceived Effectiveness of environmental behavior* (Pemahaman mengenai keefektifan dari perilaku lingkungan) • Berkontribusi terhadap lingkungan 6. *Perceived self-image in environmental*	• Tingkat perlindungan lingkungan • Tingkat keterlibatan dalam isu lingkungan • Tingkat pemahaman lingkungan • Tingkat mengertinya tanggung jawab akan lingkungan • Tingkat Berkontribusi terhadap lingkungan	**I N A L**

		protection (pemahaman mengenai self-image dalam perlindungan lingkungan) • Kegiatan peduli lingkungan 7. *Peer* influence (pengaruh teman sebaya) • Mampu memberi pengaruh cinta lingkungan	• Tingkat kegiatan peduli lingkungan • Tingkat kemampuan memberi pengaruh	
Green Purchasing Behavior (Y)	Maymand (2011) menyatakan *green purchasing behavior* memiliki arti penggunaan produk yang berguna atau bermanfaat untuk lingkungan, dapat didaur-ulang atau dijaga, peka atau responsif terhadap ekologi.	1. Bahan baku • Bermanfaat bagi lingkungan 2. Produk • Kesadaran akan produk *3.* Kualitas • Keyakinan Kualitas produk ramah lingkungan	• Tingkat manfaat • Tingkat Kesadaran • Tingkat Keyakinan	**ORDINAL**

3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data

3.2.3.1 Sumber Data

Data yang digunakan oleh peneliti ada dua jenis, yaitu :

1. Data Primer

   Merupakan data yang diperoleh secara langsung dari obyek yang diteliti baik dari pribadi (responden) maupun dari satu instansi yang mengolah data untuk keperluan penelitian, seperti dengan cara melakukan wawancara secara langsung ataupun

dengan menyebar kuisioner dengan pihak-pihak yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan, dalam hal ini adalah pada Brodo Bandung.

2. Data Sekunder
   Merupakan data yang berfungsi sebagai pelengkap data primer. Data sekunder dapat diperoleh dengan cara membaca, mempelajari, dan memahami melalui media lain yang bersumber dari literatur, buku-buku, serta catatan-catatan kuliah yang menunjang penelitian ini.

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data

1. Populasi

Sugiyono (2013:402), menyatakan bahwa bila dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sumber sekunder. Kesimpulannya, populasi merupakan sekumpulan objek yang bukan hanya orang tetapi juga benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek.

Tabel 3.3
Daftar Jumlah Konsumen Brodo Bandung Pada Enam Bulan Terakhir November 2017-April 2018

Bulan	Jumlah Konsumen
November 2017	45
Desember 2017	60
Januari 2018	48
Februari 2018	47
Maret 2018	55
April 2018	53
TOTAL	**308**

Sumber : Brodo Bandung

Populasi yang diperoleh penulis pada pembelian produk di Brodo Bandung dalam enam bulan terakhir adalah sebanyak 308.

2. Sampel

Sedangkan bagian terkecil dari populasi disebut sampel, menurut Husein Umar (2003:59) ukuran sampel dapat dilakukan dengan menggunakan teknik *Slovin* yaitu dengan rumus:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n= Anggota / Unit sampel

N= Jumlah Populasi

e= Error yang ditoleransi karena menggunakan sampel sebagai pengganti anggota populasi, biasanya 10%

Berdasarkan rumus *Slovin,* maka ukuran sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{308}{1+(308x(0.1)^2}$$

n = 75,49 = 75

Berdasarkan teknik tersebut, maka jumlah sampel yang akan diambil adalah sebanyak 75 responden

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah :

1. Studi Pustaka (*Library Research*)

Yaitu mengumpulkan data dan mempelajari atau membaca pendapat para ahli yang berhubungan dengan permasalahan yang akan diteliti untuk memperoleh landasan teori – teori yang dapat menunjang penelitian. Sehingga penelitian yang dilaksanakan mempunyai landasan teori yang kuat dan menunjang.

2. Studi Lapangan (*Field Research*)

Dalam teknik ini peneliti langsung terjun ke lapangan untuk mengumpulkan, mengelola, dan menganalisis data yang diperlukan. Adapun studi lapangan yang dilakukan peneliti adalah sebagai berikut:

a. Observasi

Yaitu pengumpulan data yang dilakukan langsung terhadap objek penelitian dengan mengunjungi perusahaan. Data atau informasi yang diperoleh didapat secara langsung dari sumber – sumber tertulis yang diberikan perusahaan. Pengamatan langsung ini dimaksudkan untuk melengkapi data yang diperlukan serta membandingkan keterangan yang diperoleh sebelumnya dengan ketepatan data yang ada diperusahaan.

b. Wawancara

Penulis mengadakan wawancara langsung dengan pihak perusahaan yang berwenang dalam bidang yang berhubungan dengan masalah yang dibahas sehingga memperoleh data – data yang diperlukan.

c. Kuesioner

Yaitu alat penelitian berupa daftar pertanyaan yang digunakan untuk memperoleh keterangan dari sejumlah responden. Disini peneliti menggunakan skala Likert.

Tabel 3.4

Skala Likert

Jawaban	Bobot Nilai	
	Positif	Negatif
a. Sangat Setuju (SS)	5	1
b. Setuju (S)	4	2
c. Ragu (R)	3	3
d. Tidak Setuju (TS)	2	4
e. Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

Sumber : Sugiyono 2007, 108

3.2.4.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur suatu ukuran yang menunjukan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Jadi suatu instrumen penelitian dikatakan valid apabila item yang digunakan mampu mengukur variabel yang hendak diukur sebagaimana telah diuraikan dalam operasionalisasi variabel, yang secara statistik ditunjukkan oleh nilai koefisien validitas yang melebih titik kritis 0,361. Hasil pengujian validitas, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 3.5
Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	No Item	Koefisien Validitas	Titik Kritis	Kesimpulan
X1 Green Marketing	1	0,400	0,361	Valid
	2	0,637	0,361	Valid
	3	0,673	0,361	Valid
	4	0,765	0,361	Valid
	5	0,467	0,361	Valid
	6	0,632	0,361	Valid
	7	0,729	0,361	Valid
	8	0,673	0,361	Valid
	9	0,809	0,361	Valid
	10	0,716	0,361	Valid
X2	11	0,750	0,361	Valid

Environmental Behavior	12	0,861	0,361	Valid
	13	0,739	0,361	Valid
	14	0,390	0,361	Valid
	15	0,754	0,361	Valid
	16	0,776	0,361	Valid
	17	0,659	0,361	Valid
Y Green Purchasing Behavior	18	0,883	0,361	Valid
	19	0,815	0,361	Valid
	20	0,908	0,361	Valid

Berdasarkan rekapitulasi hasil pengujian validitas instrumen di atas, terlihat bahwa seluruh pernyataan yang diajukan dalam mengukur Green Marketing, Environmental Behavior dan Green Purchasing Behavior memiliki nilai koefisien validitas di atas titik kritis 0,361 yang menunjukan bahwa seluruh pernyataan yang diajukan sudah melakukan fungsi ukurnya, dengan kata lain dinyatakan valid.

3.2.4.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2009:3), reliabiltas adalah derajat konsistensi atau keajegan data dalam interval waktu tertentu". Selain memiliki tingkat kesahihan (validitas) alat ukur juga harus memiliki kekonsistenan. Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah alat pengumpul data pada dasarnya menunjukan tingkat ketepatan, keakuratan, kestabilan, atau kekonsistensian alat tersebut dalam mengungkapkan gejala tertentu dari sekelompok individu, walaupun dilakukan pada waktu yang berbeda. Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pernyataan yang sudah valid, untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan pengukuran kembali terhadap gejala yang sama. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk menguji

reliabilitas adalah *Split Half Method (Spearman-Brown Correlation)* Teknik Belah dua. Metode ini menghitung reliabilitas dengan cara memberikan tes pada sejumlah subyek dan kemudian hasil tes tersebut dibagi menjadi dua bagian yang sama besar (berdasarkan pemilihan genap-ganil). Cara kerjanya adalah sebagai berikut :

a. Item dibagi dua secara acak (misalnya item ganjil/genap), kemudian dikelompokkan dalam kelompok I dan kelompok II.
b. Skor untuk masing-masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor total untuk kelompok I dan kelompok II.
c. Korelasikan skor total kelompok I dan skor total kelompok II.

$$\frac{2\,Ґb}{1 + Ґb}$$

(Sumber: Umi Narimawati, 2010:44)

d. Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$Ґ1 = \frac{2\,Ґb}{1 + Ґb}$$

(Sumber : Narimawati Umi, 2010:44)

Dimana

Γ1 = reliabilitas internal seluruh item

Γ*b* = korelasi product moment antara belahan pertama dan belahan kedua

Alat ukur selain harus valid juga harus memiliki reliabilitas atau keandalan. Suatu alat ukur dapat dikatakan andal jika alat ukur tersebut digunakan berulang kali akan memberikan hasil yang relatif sama (tidak berbeda jauh). Pengujian reliabilitas ini dimaksudkan untuk mengukur sejauh mana skala mampu

menciptakan hasil yang konsisten jika pengukuran terhadap karakteristik tertentu. Dalam penelitian ini, untuk menguji tingkat konsistensi dari alat ukur penelitian digunakan metode *split half*. Suatu konstruk dapat diterima jika memilki nilai koefisien reliabilitas yang lebih besar atau sama dengan 0,7.

Hasil perhitungan koefisien reliabilitas dapat dilhat pada tabel berikut:

Tabel 3.6
Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen

No	Variabel	Koefisien Reliabilitas Split Half	Titik Kritis	Kesimpulan
1	X1 Green Marketing	0,823	0,700	Reliabel
2	X2 Environmental Behavior	0,788	0,700	Reliabel
3	Y Green Purchasing Behavior	0,736	0,700	Reliabel

Dari hasil pengujian reliabilitas instrumen di atas, terlihat bahwa nilai koefisien reliabilitas yang diperoleh masing-masing variabel > 0,7 yang menunjukan bahwa alat ukur yang digunakan sudah menunjukan keandalannya atau reliabel sehingga sudah memenuhi syarat untuk digunakan dalam penelitian.

3.2.4.3 Uji MSI (Data Ordinal ke Interval)

Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut:

a. Ambil data ordinal hasil kuesioner.
b. Setiap pertanyaan, dihitung proporsi jawaban untuk seetiap kategori jawaban dan hitung proporsi kumulatifnya.

c. Menghitung nilai Z (Tabel distribusi normal) untuk setiap proporsi kumulatif. Untuk data n > 30 di anggap mendekati luas daerah dibawah kurva normal.
d. Menghitung nilai densititas untuk setiap proporsi kumulatif dengan memasukan nilai Z pada rumus distribusi normal.
e. Menghitung nilai skala dengan rumus *Methode Succesive Interval.*

$$\text{Mean of interval} = \frac{(\textit{Dencity at Lower Limit}) - (\textit{Dencity at Upper Limit})}{}$$

Narimawati Umi (2010:47)

Dimana :

Means of Interval : Rata-Rata Interval

Dencity at Lower Limit : Kepadatan bawah atas

Dencity at Upper Limit : Kepadatan atas bawah

Area Bellow Upper Limit : Daerah di bawah batas atas

Area Bellow Lower Limit : Daerah di bawah batas bawah

f. Menentukan nilai transformasi (nilai untuk skala interval) dengan menggunakan rumus :
Nilai Transformasi = Nilai Skala + Nilai Skala Minimal + 1

Data penelitian yang sudah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel independen dengan variabel dependen serta ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut. Adapun di dalam proses pengolahan data MSI tersebut, peneliti menggunakan bantuan program *software* MSI.

3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis

3.2.5.1 Rancangan Analisis

3.2.5.1.1 Analisis Deskriptif/Kualitatif

Analisis Deskriptif / kualitatif digunakan untuk menggambarkan tentang ciri-ciri responden dan variabel penelitian, sedangkan analisis kuantitatif digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik.

Analisis kualitatif digunakan dengan menyusun tabel frekuensi distribusi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan nilai (skor) variabel penelitian masuk dalam kategori: sangat baik, baik, cukup, tidak baik, sangat tidak baik.

Selanjutnya untuk menetapkan peringkat dalam setiap variabel penelitian dapat dilhat dari perbandingan antara skor aktual dengan skor ideal. Skor aktual diperoleh melalui hasil perhitungan seluruh pendapat responden sesuai klasifikasi bobot yang diberikan (1,2,3,4, dan 5). Sedangkan skor ideal diperoleh melalui perolehan predisi nilai tertinggi dikalikan dengan jumlah kuesioner dikalikan jumlah responden.

$$\% \text{ Skor} = \frac{\text{Skor actual}}{\text{Skor ideal}} \times 100\%$$

Sumber:UmiNarimawati (2007:84)

Keterangan:

a. Skor aktual adalah jawaban seluruh responden atas kuesioner yang telah.

b. Skor ideal adalah skor atau bobot tertinggi atau semua responden diasumsikan memilih jawaban dengan skor tertinggi.

Selanjutnya hasil perhitungan perbandingan antara skor aktual dengan skor ideal dikontribusikan dengan tabel 3.5 sebagai berikut:

Tabel 3.7
Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden

No	% Jumlah Skor	Kriteria
1	20.00 - 36.00	Tidak Baik
2	36.01 - 52.00	Kurang Baik
3	52.01 - 68.00	Cukup
4	68.01 - 84.00	Baik
5	84.01 – 100	Sangat Baik

Sumber : Umi Narimawati (2007:84)

3.2.5.1.2 Analisis Verifikatif/Kuantitatif

Data yang telah dikumpulkan melalui kuisioner akan diolah dengan pendekatan kuantitatif. Oleh karena data yang didapat dari kuesioner merupakan data ordinal, sedangkan untuk menganalisis data diperlukan data interval, maka untuk memecahkan persoalan ini perlu ditingkatkan skala interval melalui "*Methode of Successive Interval"* (Hays, 1969:39). Dan selanjutnya dilakukan analisis regresi korelasi serta determinasi.

1. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh beberapa variabel bebas atau independen variabel (X) terhadap satu variabel tidak bebas atau dependen variabel (Y) secara bersama-sama.

Persamaan Regresi Linier Berganda adalah:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 \ldots + \beta_n X_n + \varepsilon$$

Dimana :

Y	=	variabel dependen
X1, X2	=	variabel independen
A	=	konstanta
β 1, β 2	=	koefisien masing-masing faktor

2. Uji Asumsi Klasik

Untuk memperoleh hasil yang lebih akurat pada analisis regresi berganda maka dilakukan pengujian asumsi klasik agar hasil yang diperoleh merupakan persamaan regresi yang memiliki sifat *Best Linier Unbiased Estimator* (BLUE). Pengujian mengenai ada tidaknya pelanggaran asumsi-asumsi klasik merupakan dasar dalam model regresi linier berganda yang dilakukan sebelum dilakukan pengujian terhadap hipotesis.

Beberapa asumsi klasik yang harus dipenuhi terlebih dahulu sebelum menggunakan analisis regresi berganda (*multiple linear regression*) sebagai alat untuk menganalisis pengaruh variabel-variabel yang diteliti, terdiri atas:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas untuk mengetahui apakah variabel dependen, independe atau keduanya berdistibusi normal, mendekati normal atau tidak.Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal.

Mendeteksi apakah data terdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui sebuah grafik. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas (Husein Umar, 2011:181)

Dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas (Asymtotic Significance), yaitu :

a. Jika probabilitas > 0,05 maka distribusi dari populasi adalah normal.
b. Jika probabilitas < 0,05 maka populasi tidak berdistribusi secara normal.

b. Uji Multikolinieritas

Menurut Frisch, suatu model regresi dikatakan terkena masalah multikolenieritas bila terjadi hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna diantara beberapa atau semua variabel bebasnya. Akibat model tersebutakan mengalami kesulitan untuk melihat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya (Mandala, 2001: 268-270) dalam (Erwan Agus Purwanto Dyah Ratih Sulistiastuti, 2011:198). Jika terdapat korelasi yang kuat di antara sesama variabel independen maka konsekuesinya adalah:

1. Koefisien-koefisien regresi menjadi tidak dpaat di taksir
2. Nilai standar erornya miring setiap koefisien regresi menjadi tak terhingga.

Dengan demikian berarti semakin besar korelasi diantara sesama variabel independen, maka tingakat kesalahan dari koefisien regresi semakin besar, yang mengakibatkan standar erornya miring semakin besar pula.Cara yang digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya multikolenieritas adalah

dengan menggunakan Variance Implation Factors (VIF). Menurut Gujarati (2003:362), jika VIF kurang dari 10 maka dalam data tidak terdapat multikolinieritas tidak terdapat.

c. Uji Heteroskedastitas

Menurut Gujarati (2005:406), situasi heteroskedastisitas akan menyebabkan penaksiran koefisien regresi menjadi tidak efisien dan hasil taksiran dapat menjadi kurang atau melebihi dari yang semestinya. Dengan demikian, agar koefisien-koefisien regresi tidak menyesatkan, maka situasi heteroskedastisitas tersebut harus dihilangkan dari model regresi.Untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas digunakan uji *Rank Spearman* yaitu dengan mengkorelasikan masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolut dari residual.Jika nilai koefisien korelasi dari masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolut dari residual *(error)* ada yang signifikan, maka kesimpulannya terdapat heteroskedastisitas (varian dari residual tidak homogen).

Selain itu, dengan menggunakan program SPSS, heteroskedastisitas juga bisa dilihat dengan melihat grafik scatterplot antara nilai tambah prediksi variabel yaitu ZPRED dengan residualnya SDRESID, jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Analisis Korelasi

Pengertian analisi korelasi menurut Jonathan Sarwono (2006:37) adalah: ”Analisis korelasional digunakan untuk melihat kuat lemahnya anatara variabel bebas dengan tergantung.” Selain pengertian diatas analisis korelasi

juga digunakan untuk mengetahui derajat korelasi anatara kedua variabel, sehingga digunakan analisis korelasi produk moment yang bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan dua varaiabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat, analisis korelasi ini dapat pula dihitung dengan menggunakan program SPSS for Windows, sehingga diperoleh rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{n\sum XiYi - \sum Xi \sum y}{\sqrt{\left[n\sum Xi^2 - \left(\sum Xi\right)^2\right]\left[n\sum yi^2 - \left(\sum yi\right)^2\right]}}$$

Dimana: $-1 \leq r \leq +1$

r = koefisien korelasi

x = Proses, Bukti Fisik

y = Kepuasan Konsumen

n = jumlah responden

Ketentuan untuk melihat tingkat keeratan korelasi digunakan acuan pada Tabel 3.6 dibawah ini.

Tabel 3.8
Tingkat Keeratan Korelasi

0 – 0.20	Sangat rendah (hampir tidak ada hubungan)
0.21 – 0.40	Korelasi yang lemah
0.41 – 0.60	Korelasi sedang
0.61 – 0.80	Cukup tinggi
0.81 – 1	Korelasi tinggi

Sumber: Syahri Alhusin, 2003 : 157

4. Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat besarnya pengaruh antar variabel yang diteliti, maka dihitung koefisien determinasi (Kd) dengan asumsi dasar faktor-faktor lain diluar variabel dianggap konstan atau tetap. Nilai variabel bebas ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (r2). Semakin besar nilai koefisien determinasi, maka menunjukan bahwa persamaan regresi yang dihasilkan baik untuk mengestimasi variabel terikat. Dalam hal ini, terdapat dua analisis koefisien yang dilakukan, yaitu analisis koefisien determinasi berganda dan analisis koefisien korelasi parsial.

a. Analisis Koefisien Determinasi Simultan

Digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase variabel X1 (Proses) dan variabel X2 (Bukti Fisik) terhadap

variabel Y (Kepuasan Konsumen) secara simultan. Untuk mengetahui nilai koefisien determinasi berganda, maka dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut :

Keterangan:

$$\mathbf{Kd = r^2 \times 100\%}$$

Kd = Nilai koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi Product Moment

b. Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase variabel X1 (Proses) dan variabel X2 (Bukti Fisik) terhadap variabel Y (Kepuasan Konsumen) secara parsial. Untuk mengetahui nilai koefisien determinasi parsial, maka dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut:

$$\mathbf{Kd = \beta \times Zero\ order \times 100\%}$$

Keterangan:

β = Beta (nilai *standardized coefficients*)

Zero order = Matriks korelasi variabel bebas dengan variabel terikat

Dimana:

Kd = 0, berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, lemah

Kd = 1, berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, kuat

3.2.5.2 Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah Pengaruh Proses dan Bukti Fisik terhadap Kepuasan Konsumen. Dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji, maka uji statistik yang akan digunakan adalah melalui perhitungan analisis regresi dan korelasi.

Langkah – langkah dalam analisisnya sebagai berikut:

1. Pengujian Secara Parsial

Melakukan uji-t, untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat hipotesis sebagai berikut :

a. Rumus uji t yang digunakan adalah :

$$thitung\left(x_{1,2}\right)=\frac{b_{1,2}}{se\left(b_{1,2}\right)}$$

t_{hitung} diperoleh dari nilai koefisien regresi dibagi dengan nilai standar errornya.

b. Hipotesis

$Ho_{1.}$ ρ= 0, Tidak terdapat Pengaruh Pemasaran Hijau terhadap Pemakaian Produk Hijau pada Brodo Bandung

H_{11}. ρ ≠ 0, Terdapat Pengaruh Pemasaran Hijau terhadap Pemakaian Produk Hijau pada Brodo Bandung

Ho_{2}. ρ = 0, Tidak terdapat Pengaruh Kesadaran Lingkungan terhadap Pemakaian Produk Hijau pada Brodo Bandung.

H_{12}. ρ ≠ 0,Terdapat Pengaruh Kesadaran Lingkungan terhadap Pemakaian Prosuk Hijau pada Brodo Bandung.

2. Pengujian Secara Simultan

Melakukan uji F untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel bebas secara simultan tehadap variabel terikat.

a. Rumus uji F yang digunakan

Dimana:

F = Koefisien Korelasi Ganda
K = Jumlah Variabel bebas
n = Jumlah anggota sampel

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas secara bersama–bersama dapat berperan atas variabel terikat. Pengujian ini dilakukan menggunakan distribusi F dengan membandingkan antara nilai F-kritis dengan nilai F-test yang terdapat pada *Tabel Analisis of Variance* (ANOVA) dari hasil perhitungan dengan *SPSS.* Jika nilai Fhitung> Fkritis maka H0 yang menyatakan bahwa variasi perubahan nilai variabel ditolak dan sebaliknya.

Menurut Sugiyono (2009:183), menghitung keeratan hubungan atau koefisien korelasi antara X dengan variabel Y yang dilakukan dengan cara menggunakan perhitungan analisis koefisien korelasi *Product Moment Method* atau dikenal dengan rumusan *Pearson.*

b. Hipotesis

H0.ß = 0, Pemasaran Hijau dan Kesadaran Lingkungan tidak berpengaruh terhadap Pemakaian Produk Hijau pada Brodo Bandung

H1.ß ≠ 0, Pemasaran Hijau dan Kesadaran Lingkungan berpengaruh terhadap Pemakaian Produk Hijau pada Brodo Bandung.

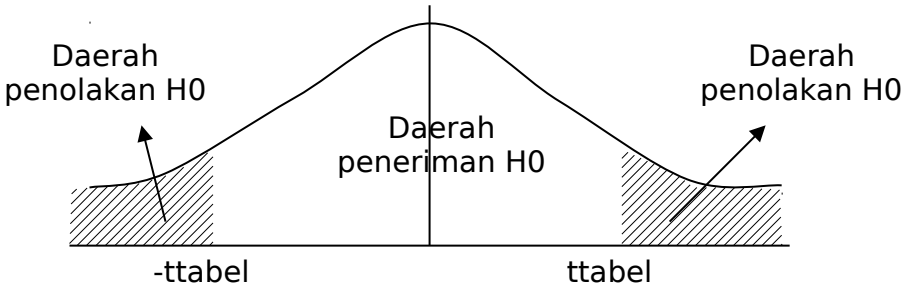
2. Kriteria pengujian

H_0 ditolak apabila t_{hitung}< dari t_{tabel}($\alpha = 0,05$)

Jika menggunakan tingkat kekeliruan ($\alpha = 0,01$) untuk diuji dua pihak, maka kriteria peneerimaan atau penolakan hipotesis yaitu sebagai berikut :

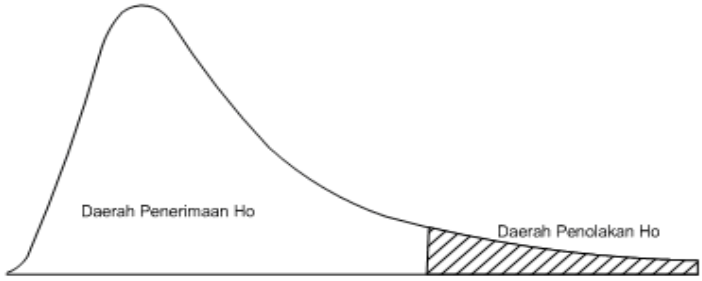
1. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ada di daerah penolakan, berarti Ha diterima artinya diantara variabel X dan variabel Y ada hubungannya.
2. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 ada di daerah penerimaan, berarti Ha ditolak artinya antara variabel X dan variabel Y tidak ada hubungannya.

Dibawah ini adalah gambaran daerah penolakan H_0 dan daerah penerimaan H_1 :



Sumber: Sugiyono (2009:185)

Gambar 3.1
Uji Daerah penolakan dan penerimaan Hipotesis pada Uji T (Parsial)



Gambar 3.2
Uji Daerah penolakan dan penerimaan Hipotesis pada Uji F (Simultan)