

BAB III

METODE PENELITIAN

1.1 Jenis Penelitian

Rancangan penelitian yang dilaksanakan adalah bersifat kuantitatif “penelitian *asosiatif(explanatory research)*, penelitian asosiatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui berapa besar kontribusi variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat serta besarnya arah hubungan yang terjadi”(umar,2008:166).

“Penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan *asosiatif* yang bersifat kausal .Penelitian asosiatif adalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih.Hubungan kausal adalah hubungan sebab akibat .jadi dalam penelitian ini ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (dipengaruhi)(Sugiyono,2008:36).

Adapun *variabel independen* dengan *Green Produk (X1)*,*Green Marketing (X2)*,dan keputusan pembelian sebagai *variabel dependen (Y)*maka dalam penelitian ini digunakan teknik analisis regresi linier berganda ,dengan teknik tersebut akan dapat di uji hipotesis yang ada pengaruh parsial simultan dan signifikan antara variabel independen (X) yaitu *Green Produk* dan *Green Marketing* terhadap variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian.

Jenis rancangan riset pada penelitian ini adalah rancangan riset kausal yang bertujuan untuk mendapatkan bukti hubungan sebab akibat (kausal) antara variabel bebas yaitu *green product* terhadap variabel terikatnya yaitu minat beli

konsumen berupa jumlah konsumen yang berminat dengan kripik jamur di rumah jamur bejirejo dan tabulasi dan penelitian (Kuesioner). Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder dengan tujuan agar penelitian ini didukung dengan data yang akurat. Sugiyono (2010: 122) menyatakan data dapat dibagi menjadi data primer dan sekunder.

1.2 Objek Penelitian

Menurut sugiyono (2015 : 38) “ objek penelitian adalah suatu atribut, sifat, nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan” Adapun sebagai objek penelitian adalah variabel independen berupa *Green Produk* (X_1) dan *Green Marketing* (X_2) terhadap variabel dependen (Y) berupa keputusan pembelian.

Lokasi yang dipilih adalah Desa Bodang kecamatan Padang karna Kripik jamur dirumah jamur bejirejo hanya ada di Desa bodang dari seluruh Kecamatan padang dan adapun objek yang diteliti adalah di toko sekitar desa bodang kecamatan padang dan terdiri dari berbagai golongan mulai anak-anak dewasa dan orang tua, sehingga kemungkinan besar penduduknya telah melakukan pembelian kripik jamur di rumah jamur dusun bejirejo desa bodang kecmatan padang

1.3 Jenis Dan Sumber Data

1.3.1 Jenis Data

Jenis data adalah macam data yang digunakan. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer. Data primer adalah data asli yang dikumpulkan sendiri oleh periset untuk menjawab masalah risetnya secara khusus “ data primer di peroleh langsung dari sumbernya, sehingga periset menjadi tangan pertama yang memperoleh data tersebut” (Istijanto, 2009 : 44-45).

Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil pengisian dari kuesioner oleh responden yaitu orang yang telah membeli kripik jamur di rumah jamur bejirejo desa bodang kecamatan padang kabupaten lumajang. Sedangkan untuk data sekunder itu digunakan untuk mengetahui rancangan home industri dari kripik jamur di rumah jamur bejirejo dan data minat beli masyarakat desa Bodang

3.3.2 Sumber Data

Sumber data adalah dari mana data berasal. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sumber data internal. Data internal merupakan data yang tersedia di dalam perusahaan biasanya berkaitan dengan kegiatan operasional perusahaan yang dicatat secara rutin” (Istijanto, 2009 : 39). Data internal dalam penelitian ini diperoleh dari *Home Indutri* kripik jamur di rumah jamur bejirejo desa bodang kecamatan padang kabupaten lumajang yaitu surat ijin, data profit perusahaan, situ, siup.

1.4 Populasi Dan Sampel

1.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek / subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian bisa disimpulkan (Sugiyono, 2010:115).

Populasi adalah suatu kelompok dari elemen penelitian, dimana elemen adalah unit yang merupakan sumber dari data yang diperlukan (Kuncoro, 2009:123)

Populasi dalam penelitian ini adalah pengecer yang melakukan pembelian Kripik Jamur di rumah jamur bejirejo Desa Bodang Kecamatan Padang Kabupaten Lumajang adalah sebanyak 60 orang pengecer.

1.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2015 : 136) menyatakan bahwa “ sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh proposal tersebut “. Sampel dalam penelitian ini adalah pengecer yang melakukan pembelian kripik jamur di rumah jamur dusun bejirejo desa bodang kecamatan padang kabupaten luamajang. Teknik pengambilan sampel yang di gunakan dalam penelitian ini adalah sampling jenuh.

“ Sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel “ (Sugiyono, 2011:68). Dengan mempertimbangkan kecilnya jumlah populasi, maka jumlah sampel dalam

penelitian ini adalah semua populasi yang akan diteliti yaitu berjumlah sekitar 60 pengecer.

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah model yang dikembangkan oleh Rescose dalam bukunya *Research Methods For Business* (1982-253) seperti yang dikutip dalam (Sugiono, 2016 : 164), sebagai berikut :

- a. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
- b. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya : pria-wanita, pegawai negeri-swasta dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
- c. Bila dalam penelitian akan melakukan analisisn dengan multivariate (korelasi atau regresi berganda misalnya), maka anggota sampel minimal 10 kali jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 3 (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel $10 \times 3 = 30$
- d. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 sampai 30.

Jadi jumlah sampel dalam penelitian ini adalah $3 \times 20 = 60$.

1.5 Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional

1.5.1 Variabel Penelitian

1.5.1.1 Identifikasi Variabel

(Sugiyono, 2015:64). “ variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dari ditarik kesimpulannya “

Variabel dalam penelitian ini menggunakan 3 (tiga) variabel dari 2 (dua) variabel independen yaitu *Green Produk*, *Green Marketing* dan 1 (satu) variabel dependen yaitu keputusan pembelian.

1.5.1.2 Variabel Dependen (X)

(Sugiyono, 2014:39). “ variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)” Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah *Green Produk* (X_1) dan *Green Marketing* (X_2).

1.5.1.3 Variabel Dependen (Y)

(Sugiyono, 2015:64). “ variabel dependen sering disebut sebagai variabel *output*, *kriteria*, *konsejuen*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas” Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah keputusan pembelian (Y).

3.5.2 Devinisi Operasional

3.5.2.1 *Green Produk* (X_1)

Green Product yang digunakan dalam penelitian ini merujuk pada pendapat Elkington et al., (1993) dalam Octoviani (2013) dan Rath (2013), diantaranya (1) tingkat bahaya produk bagi kesehatan manusia, (2) kemasan yang ditimbulkan produk, (3) material bahan baku, dan (4) sertifikat eco label / sertifikat produk ramah lingkungan sedangkan menurut.

Rath (2013) menjelaskan bahwa *green produk* merupakan produk-produk industri yang diproduksi melalui teknologi ramah lingkungan

Indikator *Green Product* menurut Ottman (2010:5) adalah sebagai berikut :

1. Tahan Lama
2. Tidak berbahaya bagi kesehatan
3. Pengemasan yang aman bagi kesehatan
4. bermanfaat bagi lingkungan
5. Bahan yang digunakan aman bagi lingkungan

Untuk menjangring pendapat responden mengenai variabel *Green Produk*, maka disusun pernyataan sebagai berikut :

- 1) Kripik jamur di rumah jamur bejirejo desa bodang bisa dikonsumsi dalam jangka pendek maupun jangka panjang
- 2) Pengemasan kripik jamur dirumah jamur dusun bejirejo bervariasi dan aman bagi kesehatan
- 3) Produk yang dijual di rumah kripik jamur dusun bejirejo sangat sehat bagi kesehatan dan tanpa bahan pengawet

- 4) Produk kripik jamur dusun bejirejo bermanfaat bagi lingkungan
- 5) Bahan yang digunakan oleh kripik jamur dusun bejirejo aman bagi lingkungan dan untuk semua kalangan

3.5.2.2 *Green Marketing* (X_2)

Penelitian dari Balawera (2013) menjelaskan bahwa *green marketing* memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap minat membeli pada pelanggan atau konsumen produk organik.

Indikator *Green Marketing* menurut Ottman (2011:9) adalah sebagai berikut :

1. variasi produk
2. Proses produksi
3. Perubahan pengemasan
4. Periklanan
5. Penggunaan dan pembuangan sampahnya tidak membahayakan lingkungan

Untuk menjangkau responden mengenai variabel *Green Marketing*, maka disusun pernyataan sebagai berikut :

- 1) Produk rumahan kripik jamur di rumah jamur dusun bejirejo selalu memberi kualitas serta pelayanan yang baik dan ramah untuk pelanggan
- 2) Produk rumahan kripik jamur di rumah jamur dusun bejirejo melakukan berbagai macam bentuk pengemasan

- 3) Produk rumahan kripik jamur di rumah jamur dusun bejirejo memberikan jaminan bagi pekerjanya
- 4) Produk rumahan kripik jamur di rumah jamur dusun bejirejo memiliki mesin yang cukup memadai
- 5) *Home Industry* Keripik jamur dusun bejirejo Penggunaan dan pembuangan sampahnya tidak membahayakan lingkungan.

3.5.2.3 Keputusan Pembelian (Y)

Menurut Sudaryono (2016:99) keputusan pembelian adalah sebagai suatu pemilihan tindakan dari dua atau lebih pilihan alternative yaitu pembelian dan tidak membeli.

Menurut Sudaryono (2016:109), adapun indikator variabel keputusan pembelian sebagai berikut :

- a) Pengenalan kebutuhan
- b) Pencarian informasi
- c) Evaluasi alternatif
- d) Keputusan pembelian
- e) Perilaku pasca pembelian

Untuk menjaring pendapat responden mengenai keputusan pembelian, maka disusun kuisisioner dengan pernyataan sebagai berikut :

- 1) Saya menyadari adanya kebutuhan untuk membeli produk kripik jamur di rumah jamur dusun bejirejo
- 2) Saya memperoleh informasi mengenai rumah industri kripik jamur dirumah jamur dusun bejirejo dari teman dan masyarakat desa bodang

- 3) Saya melakukan perbandingan dan menyeleksi terlebih dahulu sebelum memutuskan untuk membeli produk kripik jamur di rumah jamur dusun bejirejo
- 4) Saya memutuskan membeli produk kripik jamur di rumah jamur dusun bejirejo
- 5) Saya merasa puas dengan produk kripik jamur di rumah jamur dusun bejirejo

3.6 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.

3.6.1 Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data sebagaimana pewawancara (penelitian atau yang diberi tugas pengumpulan data) dalam mengumpulkan data mengajukan suatu pertanyaan kepada yang di wawancarai (Sugiyono, 2015:188).

Bentuk pengambilan data ini dilakukan dengan mengadakan wawancara langsung dengan pelanggan Kripik jamur di rumah jamur bejirejo yang berada di lokasi penelitian selanjutnya dilengkapi dengan pengutipan data dari Home Industri kripik jamur di rumah jamur bejirejo yang relevan dengan masalah penelitian yang dimaksud.

3.6.2 Observasi

Menurut Sugiyono (2015:234) observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner. Kalau wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi dalam penelitian ini dilakukan dengan cara datang langsung ke tempat penelitian.

Observasi yang dilakukan oleh penelitian ini adalah dengan mengamati secara langsung pembeli pada produk Kripik Jamur Di Rumah Jamur Dusun Bejirejo Desa Bodang Kecamatan Padang Kabupaten Lumajang

3.6.3 Dokumentasi

“ Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang” (Sugiyono, 2012:422). Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan, mencatat, meng-Copy dokumen-dokumen yang ada di lokasi penelitian serta dengan membaca literature-literatur sebagai bahan masukan yang berhubungan dengan data yang relevan dengan variabel penelitian

3.6.4 Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan di ukur dan tahu apa yang bisa di harapkan dari responden (Sugiyono, 2015:230)

untuk melengkapi data yang penulis butuhkan, maka penulis mengajukan daftar pertanyaan untuk dijawab oleh pelanggan Kripik jamur di rumah jamur bejirejo desa bodang kecamatan padang kabupaten lumajang.

3.7 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik fenomena ini disebut variabel penelitian (Sugiyono, 2015:178) :

- a. Instrumen untuk mengukur *Green Product* (X1)
- b. Instrumen untuk mengukur *Green Marketing* (X2)
- c. Instrumen untuk mengukur Keputusan Pembelian (Y)

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif (Sugiyono, 2015:164).

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala ordinal. Skala ordinal adalah skala yang memiliki urutan, namun jarak antara titik-titik atau kategori terdekat tidak perlu menunjukkan rentang yang sama. Skala ordinal hanya mengindikasikan kategori yang menjadi urutan pertama posisinya lebih tinggi daripada kategori urutan kedua dan kategori kedua punya kedudukan yang lebih tinggi daripada ketiga dan seterusnya (Istijanto, 2010:80).

Instrumen dalam penelitian ini disusun berdasarkan indikator – indikator variable dan selanjutnya instrumen penelitian dan skala pengukurannya disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 3.1 : Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
1.	<i>Green Product</i> (X1)	Tahan Lama	Kripik jamur di rumah jamur bejirejo desa bodang bisa dikonsumsi dalam jangka pendek maupun jangka panjang	Ordinal	Ottman (2010:5)
		Tidak berbahaya bagi kesehatan	Pengemasan kripik jamur di rumah jamur bejirejo bervariasi dan aman bagi kesehatan	Ordinal	Ottman (2010:5)
		Pengemasan yang aman bagi kesehatan	Produk yang dijual di rumah kripik jamur bejirejo sangat sehat bagi kesehatan dan tanpa bahan pengawet.	Ordinal	Ottman (2010:5)
		Bermanfaat bagi lingkungan	Produk kripik jamur dusun bejirejo bermanfaat bagi lingkungan	Ordinal	Ottman (2010:5)
		Bahan yang digunakan aman bagi lingkungan	Bahan yang digunakan oleh kripik jamur dusun bejirejo aman bagi lingkungan dan untuk semua kalangan	Ordinal	Ottman (2010:5)
2.	<i>Green Marketing</i> (X2)	variasi produk	Produk rumahan kripik jamur di rumah jamur bejirejo selalu memberi kualitas serta pelayanan yang baik dan rama untuk pelanggan	Ordinal	Ottman (2011:9)
		Proses produksi	Produk rumahan kripik jamur di rumah jamur bejirejo melakukan berbagai macam bentuk pengemasan	Ordinal	Ottman (2011:9)

	Perubahan pengemasan	Produk rumahan kripik jamur di rumah jamur bejirejo memberikan jaminan bagi pekerjanya	Ordinal	Ottman (2011:9)	
	Periklanan	Produk rumahan kripik jamur di rumah jamur bejirejo memiliki mesin yang cukup memadai	Ordinal	Ottman (2011:9)	
	Penggunaan dan pembuangan sampahnya tidak membahayakan lingkungan	<i>Home industry</i> kripik jamur di dusun bejirejo memiliki mesin yang cukup memadai	Ordinal	Ottman (2011:9)	
3.	Keputusan Pembelian (Y)	Pengenalan kebutuhan	Saya menyadari adanya kebutuhan untuk membeli produk kripik jamur di rumah jamur bejirejo	Ordinal	Sudaryono (2016:109)
		Pencarian informasi	Saya memperoleh informasi mengenai rumah industri kripik jamur di rumah jamur bejirejo dari teman dan masyarakat desa bodang	Ordinal	Sudaryono (2016:109)
		Evaluasi alternatif	Saya melakukan perbandingan dan meyeleksi terlebih dahulu sebelum memutuskan untuk membeli produk kripik jamur di rumah jamur bejirejo	Ordinal	Sudaryono (2016:109)
		Keputusan pembelian	Saya memutuskan membeli produk kripik jamur di rumah jamur bejirejo	Ordinal	Sudaryono (2016:109)
		Perilaku pasca pembelian	Saya merasa puas dengan produk kripik jamur di rumah jamur bejirejo	Ordinal	Sudaryono (2016:109)

3.8 Teknik Analisis Data

Sesuai dengan hipotesis dengan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian, maka digunakan analisis pengaruh yang merupakan analisis hubungan asosiatif kausal, yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen dalam memprediksi variabel dependen dalam penelitian ini (Sugiyono, 2012:35).

Sebelum dilakukan analisis dan uji pengaruh, maka terhadap kuesioner perlu dilakukan uji validitas dan realibilitas. Selanjutnya akan dilakukan analisis dan uji pengaruh yang menggunakan asumsi dasar, bahwa data harus berdistribusi normal terbebas dari Multikolinieritas (*Multicolonearity*) dan Heterokedastisitas (*Heterokedsticity*).

Menurut Susiyono (2012:428) menyatakan bahwa teknik anakisis data adalah proses mencari dan mengintegrasikan secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasian data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan mudah oleh orang lain.

Penelitian ini menguji pengaruh *Green Produk*, *Green Marketing* terhadap keputusan pembelian. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan alat statistik SPSS. Sebelum dilakukan analisis dan uji pengaruh, maka terhadap kuesioner perlu dilakukan uji validitas dan resibilitas. Selanjutnya akan dilakukan analisis dan uji pengaruh yang

menggunakan asumsi dasar, bahwa data harus berdistribusi normal terbebas dari Multikolinearitas dan Heterokedastisitas.

Analisa Kuantitatif

Analisa kuantitatif adalah suatu analisa yang penyajiannya dalam bentuk angka-angka yang dapat diukur dan dihitung kemudian dijelaskan dan diinterpretasikan dalam suatu uraian. Adapun analisa kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

1.8.1. Pengujian Instrumen

Sebelum dilakukan pengujian terhadap hipotesis, maka perlu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas terhadap kuesioner yang digunakan untuk menjangkau data responden, dimana asumsi dasar yang harus dipenuhi oleh kuesioner adalah data harus valid dan *reliabel* untuk bisa dilakukan pengujian hipotesis tahap berikutnya.

a. Pengujian Validitas

Menurut Umar (2011:166) uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan-pertanyaan pada kuisisioner yang harus dibuang/diganti karena dianggap tidak relevan.

Uji validitas atau kesalahan dilakukan untuk mengetahui sampai sejauh mana suatu kuesioner yang diajukan dapat menggali data atau informasi yang diperlukan. Seperti dikatakan oleh Arikunto (2003:125) bahwa instrumen dikatakan valid apabila mampu menggali apa yang diinginkan dan mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat.

Langkah-langkah mengukur validitas menurut Umar (2011:166) adalah sebagai berikut:

- 1) Melakukan uji coba kuisisioner dengan meminta minimal 30 responden menjawab pertanyaan-pertanyaan yang ada. Dengan jumlah minimal 30 orang ini, distribusi skor (nilai) akan lebih mendekati kurva normal
- 2) Siapkan tabel tabulasi jawaban.
- 3) Hitung korelasi antar data pada masing-masing pernyataan dengan skor total.

Untuk menguji validitas data yang digunakan dalam penelitian ini, digunakan pengolahan data melalui SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) dengan menggunakan rumus korelasi *product moment* (Umar, 2011:84) sebagai berikut :

$$r = \frac{n(\sum x) - (\sum x \sum y)}{\sqrt{n(\sum x^2 - (\sum x)^2)(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

r = Koefesien korelasi

n = Jumlah observasi/ responden

X = Skor butir

Y = Skor total

Menurut Sugiyono (2008:134), syarat minimum untuk data kualitatif dianggap memenuhi syarat validitas apabila r minimal bernilai 0,3. Jadi jika korelasi antara butir dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir-butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid.

b. Pengujian Reliabilitas

Pengujian reliabilitas instrumen dapat dilakukan secara eksternal maupun internal. Secara eksternal pengujian dapat dilakukan dengan *test-retest (stability)*, *equivalent* dan gabungan keduanya. Secara internal reliabilitas instrumen diuji dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada pada instrumen dengan teknik tertentu Sugiyono (2012:183).

Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Dalam pandangan positivistik (kuantitatif), suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam obyek yang sama menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda. Karena reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi, maka bila ada peneliti lain mengulangi atau mereplikasi dalam penelitian pada obyek yang sama dengan metode yang sama maka akan menghasilkan data yang sama. Suatu data yang reliabel atau konsisten akan cenderung valid, walaupun belum tentu valid (Sugiyono, 2012:456).

3.8.2 Pengujian Asumsi Klasik

a. Pengujian Normalitas Data

Menurut Kuncoro (2009:94) penggunaan model analisis pengaruh terikat dengan asumsi bahwa data harus distribusi normal agar diperoleh hasil yang tidak bias

Tabel : 3.2 Indeks Kriteria Reliabilitas

No.	Interval <i>Alpha Cornbach</i>	Tingkat Reliabilitas
1	0,000 - 0,20	Kurang Reliabel
2	0,201 - 0,40	Agak Reliabel
3	0,401 - 0,60	Cukup Reliabel
4	0,601 - 0,80	Reliabel
5	0,801 - 1,00	Sangat Reliabel

Sumber : Kuncoro (2009:94)

Pengujian ini dilakukan dengan maksud untuk mengetahui apakah data berada berdistribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik, parametik. Normalitas data dapat diuji dengan beberapa cara sebagai berikut:

1. Menggunakan pengukur bentuk (*measure of shape*) distribusi yang normal mempunyai bentuk simetris dengan nilai mean, median, dan mode yang mengumpul di satu titik tengah.
2. Pengujian normalitas dapat juga dilakukan dengan rumus skewness. Untuk ini digunakan uji Z yang membutuhkan suatu nilai statistic yaitu nilai skweness sebagai ukuran kemencengan sebaran. Jika skweness bernilai positif berarti

sebaran data menceng ke kiri dan sebaliknya, jika bernilai negatif berarti sebaran data menceng kekanan.

$$Z = \frac{\text{Skewness}}{\sqrt{6/N}}$$

3. Selanjutnya nilai Z dihitung, dibandingkan dengan nilai Z tabel tanpa memperhatikan tandanya. Jika nilai Z hitung lebih kecil dari nilai Z tabel, maka asumsi normalitas terpenuhi atau data berada dalam distribusi normal.

4. Pengujian normalitas dapat juga dihitung dengan menggunakan metode *Kolmogorov Smirnov*.

Pengujian normalitas data dalam penelitian ini adalah dengan melihat penyebaran data melalui sebuah grafik. Jika data tersebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas.

b. Pengujian Multikolinieritas

Menurut Kuncoro (2009:98) multikolinieritas menunjukkan adanya hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna diantara beberapa atau semua variabel. Multikolinieritas juga berarti antara variabel bebas yang satu dengan variabel bebas yang lain saling berkorelasi linier. Berarti multikolinieritas dapat dikatakan sebagai suatu keadaan dimana variabel-variabel independen dalam suatu persamaan mempunyai hubungan yang kuat. Biasanya korelasinya mendekati sempurna (koefisien korelasinya tinggi atau bahkan satu).

Ada beberapa cara untuk mengetahui adanya multikolinieritas yaitu:

1. Menganalisis koefisien korelasi antara variabel bebas. Jika diantara dua variabel bebas memiliki koefisien korelasi spesifik seperti koefisien

korelasi yang tinggi antara variabel bebas tersebut atau tanda koefisien variabel bebas yang berbeda dengan tanda koefisien regresinya, maka dalam model regresi yang bersangkutan terdapat multikolinieritas.

2. Membuat persamaan regresi antara variabel bebas. Jika persamaan regresi tersebut koefisien regresinya signifikan, maka model regresi tersebut mengandung multikolinieritas.
3. Menganalisis nilai r^2 , F ratio tinggi sedangkan t_0 sangat rendah yang berarti sebagian besar atau bahkan seluruh koefisien regresi tidak signifikan, maka ada kemungkinan dalam model regresi yang bersangkutan terdapat multikolinieritas.
4. Untuk mengetahui apakah data memenuhi syarat atau tidak multikolinieritas adalah dengan melihat out put SPSS pada *table coefficients* jika nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dibawah angka 10 ($VIF < 10$) berarti tidak terjadi multikolinieritas.

c. **Pengujian Heteroskedastisitas**

Heteroskedastisitas muncul apabila kesalahan atau residual dari model yang diamati tidak memiliki varians yang konstan dari satu observasi ke observasi lainnya (Kuncoro, 2009:96). Gejala heteroskedastisitas lebih sering dijumpai dalam data silang tempat daripada runtut waktu, maupun juga sering muncul dalam analisis yang menggunakan data rata-rata (Ananta, (1987) dalam Kuncoro, 2009:96).

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke

pengamatan lain. Jika varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap disebut homoskedastisitas, sementara itu, untuk varians yang berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas Umar (2011:179)

Model regresi yang baik adalah tidak terdapat heteroskedastisitas. Menurut Kuncoro (2009:96) heteroskedastisitas muncul apabila kesalahan atau residual dari model yang diamati tidak memiliki varians yang konstan dari satu observasi ke observasi lainnya. Gejala heteroskedastisitas lebih sering dijumpai dalam data silang tempat daripada runtut waktu. Pada asumsi ini mengharuskan bahwa nilai sisa yang merupakan variabel pengganggu pada masing-masing variabel selalu konstan atau tidak berubah.

- 1) Jika terdapat pola tertentu, seperti titik-titik (point) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka telah terjadi heteroskedastisitas
- 2) Jika ada pola yang jelas serta titik yang menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Kuncoro (2009:77) analisis regresi berganda adalah suatu metode analisa yang digunakan untuk menentukan ketepatan prediksi dari pengaruh yang terjadi antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

Formula untuk regresi berganda adalah sebagai berikut:

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

Dimana :

Y = variabel dependen berupa Keputusan Pembelian

X = variabel independen

X₁ = variabel *Green Product*

X₂ = variabel *Green Marketing*

a = konstanta

b = koefisien regresi variabel independen

e = error

Dengan analisis regresi berganda ini juga dapat diketahui variabel mana di antara variabel independen yang berpengaruh dominan terhadap variabel dependen. Analisis regresi linier berganda juga dapat digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan masing-masing independen terhadap variabel independen lainnya.

Untuk mengetahui variabel independen yang dominan pengaruhnya terhadap variabel dependen, ditunjukkan dengan koefisien regresi (b) yang sudah distandardisasi yaitu nilai beta.

3.8.4 Pengujian Hipotesis

Setelah dilakukan analisis regresi linier berganda kemudian dilakukan pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel independen (*Green Product*, *Green Marketing*) terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen) baik secara parsial maupun simultan. Serta manakah diantara variabel independen yang mempunyai dominan terhadap variabel dependen.

a. Uji t (Uji Parsial)

Menurut Kuncoro (2009:81) uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen yaitu *Green Product* dan *Green Marketing* Keputusan Pembelian secara parsial.

Langkah-langkah pengujian hipotesis sebagai berikut:

1) Merumuskan Hipotesis

a) Hipotesis Pertama

H_0 : Tidak terdapat pengaruh *Green Product* yang signifikan terhadap keputusan pembelian kripik jamur di rumah jamur dusun bejirejo desa bodang kayu gedang.

H_a : Terdapat pengaruh *Green Product* yang signifikan terhadap keputusan pembelian kripik jamur di rumah jamur dusun bejirejo desa bodang kayu gedang.

b) Hipotesis Kedua

H_0 : Tidak terdapat pengaruh *Green Marketing* terhadap keputusan pembelian kripik jamur di rumah jamur bejirejo desa bodang kayu gedang.

H_a : Terdapat pengaruh *Green Marketing* yang signifikan terhadap keputusan pembelian kripik jamur di rumah jamur bejirejo desa bodang kayu gedang.

2) Menentukan *level of signifikan* dengan $\alpha = 5\%$

3) Menentukan kriteria pengujian:

Jika $-t_{\text{tabel}} > t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jika $-t_{\text{tabel}} \leq t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

- 4) Menentukan nilai t_{hitung} dengan rumus :

$$t_{\text{hitung}} = \frac{\text{Koefisien } \beta}{\text{Standar Error}}$$

- 5) Membuat kesimpulan dengan membandingkan hasil t_{hitung} dengan t_{tabel} .

b. Uji F (Uji Simultan)

Menurut Kuncoro (2009:82), uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan yang diuji dengan cara signifikansi. Adapun hipotesisnya sebagai berikut :

- 1) Hipotesis pertama

H_0 : Tidak terdapat pengaruh *Green Product* dan *Green Marketing* yang signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian kripik jamur di rumah jamur bejirejo desa bodang kayu gedang.

H_a : Terdapat pengaruh *Green Product* dan *Green Marketing* yang signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian kripik jamur di rumah jamur dusun bejirejo desa bodang kayu gedang.

Adapun kriteria pengujiannya adalah :

Jika $F_{\text{hitung}} \geq F_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jika $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

3.8.5 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat

terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel–variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang tempat relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtut waktu biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi. Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bisa terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel independen maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu, banyak peneliti menganjurkan nilai *Adjusted R²* pada saat mengevaluasi mana model regresi yang terbaik Kuncoro (2009:84)

Menurut Singgih Santoso (2012:355), untuk melihat koefisien determinasi pada regresi linier berganda adalah dengan menggunakan nilai *R Square*. Dari koefisien determinasi (R^2) ini dapat diperoleh suatu nilai untuk mengukur besarnya sumbangan dari beberapa variabel X terhadap variasi naik turunnya variabel Y yang biasanya dinyatakan dalam prosentase.

Koefisien determinasi (R^2) dalam penelitian ini akan digunakan untuk mencari berapa besarnya pengaruh variabel independen yaitu *Green Product* dan *Green Marketing* terhadap variabel dependen yaitu keputusan kripik jamur di rumah jamur Dusun Bejirejo desa Bodang Kayu Gedang Kecamatan Padang Kabupaten Lumajang.