

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam penelitian survei. Penelitian survei adalah suatu penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpul data yang pokok (Singarimbun, 2006).

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2005). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa-mahasiswi UNY yang pernah membeli produk Ades dalam kurun waktu Januari 2013 sampai dengan Desember 2013.

2. Sampel

Arikunto (2006) menyatakan bahwa sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel secara sengaja sesuai dengan kriteria persyaratan

sampel yang diperlukan (Amirin, 2011). Persyaratan responden yang diambil sebagai sampel adalah:

- a). Mahasiswa-mahasiswi UNY yang pernah melihat iklan produk Ades di televisi.
- b). Mahasiswa-mahasiswi UNY yang pernah membeli produk Ades.

Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan rumus Paul Leedy dalam Arikunto (2006), sebagai berikut:

$$n = \left(\frac{Z}{e} \right)^2 (P) \left(1 - \frac{1}{P} \right)$$

Keterangan:

n = ukuran sampel

P = jumlah populasi

e = *sampling error* (10%)

Z = standar untuk kesalahan yang dipilih

Jumlah populasi dari penelitian ini tidak diketahui, maka harga P ($1-P$) maksimal adalah 0,25 dan menggunakan *Confidence Level* 95% dengan tingkat kesalahan tidak lebih dari 10%, maka besar sampel adalah:

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

= 96,04 (dibulatkan menjadi 100 orang).

C. Tempat dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini berada di Universitas Negeri Yogyakarta. Waktu penelitian pada bulan Januari 2014.

D. Definisi Operasional Variabel

Variabel yang digunakan dalam menguji hipotesis ini terdiri dari satu variabel dependen/terikat dan empat variabel independen/bebas. Berikut definisi operasional dari masing-masing variabel:

1. Variabel Dependen/Terikat

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian. Keputusan pembelian dalam penelitian ini merupakan proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya. Pengukuran variabel mengadopsi tiga aspek yang diterangkan oleh Peter dan Olson (2000) yaitu pertimbangan dalam membeli, kemantapan membeli dan kesesuaian atribut dengan keinginan serta kebutuhan.

2. Variabel Independen/Bebas

a. Produk Ramah Lingkungan

Produk Ades dikategorikan sebagai produk ramah lingkungan karena baik material, isi dan kemasannya identik dengan persepsi konsumen terhadap suatu produk ramah lingkungan. Pengertian yang dijelaskan D'Souza *et al.* (2006) memberi arahan indikator yang

digunakan sebagai acuan untuk persepsi produk ramah lingkungan (*green product*). Pengukuran variabel mengembangkan hasil penelitian (D'Souza *et al.*, 2006) yang menyebutkan aspek persepsi produk, kemasan dan komposisi isi sebagai acuan aspek produk ramah lingkungan.

b. Atribut Merek Hijau

Dalam penjelasan identitas merek hijau pada Ades, perlu penjelasan detail berupa kalimat ataupun simbol-simbol ramah lingkungan (*green brand attribute*), misalnya dalam cetakan kemasan produk, dalam kandungan produk, bahkan dalam proses produksi yang tercetak pada label produknya. Secara garis besar D'Souza *et al.* (2006) memberi pandangan atribut spesifik merek melekat pada label lingkungan dalam sebuah produk ramah lingkungan.

Label ini dapat berupa ketersediaan label merek itu sendiri, logo merek maupun atribut informasi lainnya seperti ecolabel yang berfungsi untuk peraturan proteksi (*regulatory protection*). Semua hal tersebut bertujuan untuk membentuk persepsi terhadap perusahaan (*corporate perception*) yang peduli terhadap lingkungan. (D'Souza *et al.*, 2006). Pengukuran variabel mengembangkan hasil penelitian (D'Souza *et al.*, 2006) yang menekankan label, logo merek, peraturan proteksi dan persepsi perusahaan sebagai aspek atribut merek hijau.

c. Iklan Peduli Lingkungan

Iklan peduli lingkungan adalah pesan promosi yang menarik kebutuhan dan hasrat tentang keprihatinan konsumen terhadap lingkungan seperti halnya iklan Ades. Pengukuran variabel mengadopsi hasil penelitian Kotler (2000) tentang tema iklan, media iklan, pesan iklan dan efektivitas iklan.

d. Persepsi Harga Premium

Harga yang dibayarkan lebih besar jumlahnya di atas harga yang sesuai dengan kebenaran nilai suatu produk yang menjadikan harga premium sebuah produk seperti juga produk Ades. Pengukuran variabel ini mengembangkan hasil penelitian Tjiptono (2001) tentang harga premium dan kesesuaian harga dengan kualitas.

E. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode teknik pengumpulan data kuesioner (angket). Menurut Sugiyono (2005), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan tertulis pada responden untuk dijawabnya. Responden adalah orang yang akan diteliti (sampel). Kuesioner yang berupa pertanyaan disebarkan kepada responden sesuai dengan permasalahan yang diteliti.

F. Instrumen Penelitian

1. Penyusunan Instrumen

Menurut Sugiyono (2005), instrumen penelitian adalah suatu alat yang diamati. Instrumen penelitian ini adalah kuesioner yang disusun berdasarkan indikator-indikator dari variabel penelitian. Indikator tersebut dituangkan secara rinci dalam butir-butir pertanyaan yang berupa angket dan dibagikan kepada responden.

Penetapan skor yang diberikan pada tiap-tiap butir instrumen dalam penelitian ini responden diminta untuk mengisi setiap butir-butir pertanyaan dengan memilih salah satu dari lima pilihan yang tersedia. Penyebaran dan pengukuran pada alternatif jawaban menggunakan skala *Likert* yang memiliki lima alternatif jawaban. Penulis membaginya dalam lima kelompok:

Tabel 2. Tabel Skor Skala *Likert*

No.	Kode	Keterangan	Skor
1	SS	Sangat Setuju	5
2	S	Setuju	4
3	N	Netral	3
4	TS	Tidak Setuju	2
5	STS	Sangat Tidak Setuju	1

2. Kisi-Kisi Pertanyaan

Alat ukur dalam penelitian ini menggunakan angket yang berisi butir-butir pertanyaan yang nantinya akan diberikan kepada responden.

Tabel 3. Kisi-Kisi Instrumen

Variabel	Indikator	Nomor item
a. Produk Ramah Lingkungan (D'Souza <i>et al.</i> , 2006)	1). Persepsi Produk 2). Kemasan 3). Komposisi Isi	1, 2 3, 4 5, 6
b. Posisi Merek Hijau (D'Souza <i>et al.</i> , 2006)	1). Label 2). Logo Merek 3). Peraturan Proteksi 4). Persepsi Perusahaan	7, 8 9 10, 11 12, 13, 14, 15
c. Iklan Peduli Lingkungan (Kotler, 2000)	1). Tema iklan 2). Pesan iklan 3). Media iklan 4). Efektivitas Iklan	16 17, 18, 19 20, 21 22, 23, 24, 25, 26
d. Persepsi Harga Premium (Tjiptono, 2001)	1). Harga premium 2). Kesesuaian harga & kualitas	27, 28 29,30, 31
e. Keputusan Pembelian (Peter dan Olson, 2000)	1). Pertimbangan membeli 2). Kemantapan membeli 3). Kesesuaian atribut dengan keinginan dan kebutuhan	32,33 34 35,36

G. Uji Instrumen

Angket penelitian sebelum digunakan dalam penelitian sesungguhnya harus diuji terlebih dahulu. Uji instrumen dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen yang disusun benar-benar merupakan hasil yang baik, karena baik buruknya instrumen akan berpengaruh pada benar tidaknya data dan sangat menentukan bermutu tidaknya hasil penelitian.

Uji coba instrumen dimaksudkan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas instrumennya, sehingga dapat diketahui layak tidaknya digunakan untuk pengumpulan.

1. Uji Validitas

Pengujian validitas item-item pertanyaan dalam kuesioner bertujuan mengetahui apakah item-item tersebut benar-benar mengukur konsep-konsep yang dimaksudkan dalam penelitian ini dengan tepat. Butir-butir pengukuran yang digunakan berasal dari kuesioner dan dipadukan dengan penjabaran atas definisi teoritis dari variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Hal ini memberikan dukungan bahwa butir-butir pengukuran yang dijadikan indikator konstruk terbukti memiliki validitas isi (*content validity*) yaitu butir-butir pengukuran tersebut merupakan alat ukur yang mencukupi dan representatif dan telah sesuai dengan konsep teoritis (Cooper dan Schindler, 2006).

Dalam penelitian ini, pengujian validitas instrumen menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA). Ketentuan validitas item pertanyaan diperoleh dari angka KMO MSA $> 0,5$ dan signifikansi $< 5\%$. Kemudian, pada sumbu diagonal *Anti-image Correlation*, semua harus $> 0,5$ dan hanya membentuk 1 *component* (faktor) pada *component matrix* dengan melihat *faktor loading*. Kusnendi (2008) menyarankan besarnya faktor loading yang signifikan $> 0,5$. Bila pada sumbu diagonal *Anti--image Correlation* ada yang kurang dari 0,5 atau membentuk lebih dari 1 *component*, maka item tersebut dikeluarkan dan proses diulang kembali.

a. Produk Ramah Lingkungan

Tabel 4. Tabel Nilai KMO MSA Produk Ramah Lingkungan

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.581
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	74.088
	df	15
	Sig.	.000

Tabel 4.1 Tabel Putaran 1 Faktor Produk Ramah Lingkungan

Component Matrix ^a			
	Component		
	1	2	3
X1	.790	-.220	.301
X2	.745	-.390	.272
X3	.123	.587	.604
X4	.261	.746	.084
X5	.481	.427	-.585
X6	.663	-.012	-.385

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 3 components extracted.

Dari hasil analisis diperoleh nilai *Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy* (KMO-MSA) telah melebihi 0,5. Namun, pada putaran pertama terbentuk 3 *components* (faktor) pada tabel *Component Matrix^a*, padahal yang diharapkan hanya 1 *component*. Artinya, dari 6 item pertanyaan X1 sampai dengan X6 ada yang tidak valid. Logikanya, jika item-item pertanyaan tersebut valid maka hanya akan membentuk 1 faktor yaitu Produk Ramah Lingkungan. Oleh

karena itu, item pertanyaan X4 (0,503) dikeluarkan karena mempunyai nilai MSA paling kecil pada sumbu diagonal *Anti-image Correlation* dan proses diulang kembali.

Tabel 4.2 Tabel Putaran 2 Faktor Produk Ramah Lingkungan

Component Matrix^a

	Component		
	1	2	3
X1	.803	-.343	.086
X2	.783	-.416	-.008
X3	.062	.137	.985
X5	.437	.772	-.073
X6	.670	.380	-.138

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 3 components extracted.

Pada putaran kedua terbentuk 3 *components*. Item pertanyaan X3 (0,336) dikeluarkan karena mempunyai nilai MSA < 0,5 pada sumbu diagonal *Anti-image Correlation* dan proses diulang kembali.

Tabel 4.3 Tabel Putaran 3 Faktor Produk Ramah Lingkungan

Component Matrix^a

	Component	
	1	2
X1	.802	-.350
X2	.784	-.411
X5	.436	.776
X6	.672	.394

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 2 components extracted.

Pada putaran ketiga masih terbentuk 2 *components*. Item pertanyaan X2 (0,574) dikeluarkan karena mempunyai nilai MSA paling kecil pada sumbu diagonal *Anti-image Correlation* dan proses diulang kembali.

Tabel 4.4 Tabel Putaran 4 Faktor Produk Ramah Lingkungan

Component Matrix ^a	
	Component
	1
X1	.651
X5	.668
X6	.798

Extraction Method:

Principal Component

Analysis.

a. 1 components

extracted.

Pada putaran keempat hanya terbentuk 1 *component*. Ini berarti item pertanyaan X1, X5 dan X6 sudah valid dan dibentuk *Factor Scores* yang merupakan nilai Variabel Laten Produk Ramah Lingkungan.

b. Atribut Merek Hijau

Tabel 5. Tabel Nilai KMO MSA Atribut Merek Hijau

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.631
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	154.524
	df	36
	Sig.	.000

Tabel 5.1 Tabel Putaran 1 Faktor Atribut Merek Hijau

Component Matrix ^a				
	Component			
	1	2	3	4
X7	.455	.118	.637	.280
X8	.640	.388	.165	-.201
X9	.439	.246	.515	.018
X10	.458	.426	-.345	.296
X11	.333	-.169	-.222	.806
X12	.697	-.490	-.195	-.095
X13	.631	-.544	.130	-.222
X14	.678	-.135	-.224	-.128
X15	.445	.511	-.413	-.263

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 4 components extracted.

Dari hasil analisis diperoleh nilai *Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy* (KMO-MSA) telah melebihi 0,5. Namun, pada putaran pertama terbentuk 4 *components* (faktor) pada tabel *Component Matrix^a*. Oleh karena itu, item pertanyaan X9 (0,523) dikeluarkan karena mempunyai nilai MSA paling kecil pada sumbu diagonal *Anti-image Correlation* dan proses diulang kembali.

Tabel 5.2 Tabel Putaran 2 Faktor Atribut Merek Hijau

Component Matrix ^a				
	Component			
	1	2	3	4
X7	.422	-.017	.766	.324
X8	.632	.368	.427	-.173
X10	.462	.504	-.227	.286
X11	.347	-.109	-.302	.791

X12	.742	-.401	-.180	-.102
X13	.623	-.563	-.064	-.231
X14	.706	-.051	-.111	-.129
X15	.444	.596	-.297	-.279

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 4 components extracted.

Pada putaran kedua masih terbentuk 4 *components*. Item pertanyaan X7 (0,569) dikeluarkan karena mempunyai nilai MSA paling kecil pada sumbu diagonal *Anti-image Correlation* dan proses diulang kembali.

Tabel 5.3 Tabel Putaran 3 Faktor Atribut Merek Hijau

Component Matrix ^a			
	Component		
	1	2	3
X8	.595	.371	-.346
X10	.472	.502	.354
X11	.346	-.110	.840
X12	.757	-.405	-.020
X13	.635	-.565	-.187
X14	.725	-.055	-.079
X15	.483	.590	-.126

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 3 components extracted.

Pada putaran ketiga masih terbentuk 3 *components*. Item pertanyaan X13 (0,625) dikeluarkan karena mempunyai nilai MSA paling kecil pada sumbu diagonal *Anti-image Correlation* dan proses diulang kembali.

Tabel 5.4 Tabel Putaran 4 Faktor Atribut Merek Hijau

Component Matrix^a

	Component	
	1	2
X8	.647	-.420
X10	.573	-.079
X11	.362	.726
X12	.651	.344
X14	.724	.137
X15	.583	-.462

Extraction Method: Principal

Component Analysis.

a. 2 components extracted.

Pada putaran keempat masih terbentuk 2 *components*. Item pertanyaan X11 (0,671) dikeluarkan karena mempunyai nilai MSA paling kecil pada sumbu diagonal *Anti-image Correlation* dan proses diulang kembali.

Tabel 5.5 Tabel Putaran 5 Faktor Atribut Merek Hijau

Component Matrix^a

	Component
	1
X8	.685
X10	.565
X12	.637
X14	.724
X15	.611

Extraction Method:

Principal Component

Analysis.

a. 1 components

extracted.

Pada putaran kelima hanya terbentuk 1 *component*. Ini berarti item pertanyaan X8, X10, X12, X14 dan X15 sudah valid dan dibentuk *Factor Scores* yang merupakan nilai Variabel Laten Atribut Merek Hijau.

c. Iklan Peduli Lingkungan

Tabel 6. Tabel Nilai KMO MSA Iklan Peduli Lingkungan

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.743
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	223.003
	df	55
	Sig.	.000

Tabel 6.1 Tabel Putaran 1 Faktor Iklan Peduli Lingkungan

Component Matrix ^a			
	Component		
	1	2	3
X16	.654	-.115	.069
X17	.600	-.168	.144
X18	.522	-.455	.286
X19	.490	-.334	-.569
X20	.451	.522	-.205
X21	.273	.386	.729
X22	.577	.510	-.248
X23	.748	.318	-.106
X24	.582	-.390	.057
X25	.470	.060	.017
X26	.576	-.169	.125

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 3 components extracted.

Dari hasil analisis diperoleh nilai *Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy* (KMO-MSA) telah melebihi 0,5. Namun, pada putaran pertama terbentuk 3 *components* (faktor) pada tabel *Component Matrix^a*. Oleh karena itu, item pertanyaan X21 (0,531) dikeluarkan karena mempunyai nilai MSA paling kecil pada sumbu diagonal *Anti-image Correlation* dan proses diulang kembali.

Tabel 6.2 Tabel Putaran 2 Faktor Iklan Peduli Lingkungan

Component Matrix ^a		
	Component	
	1	2
X16	.659	.094
X17	.603	.175
X18	.519	.525
X19	.517	.170
X20	.443	-.563
X22	.570	-.561
X23	.746	-.355
X24	.583	.406
X25	.465	-.048
X26	.583	.157

Extraction Method: Principal

Component Analysis.

a. 2 components extracted.

Pada putaran kedua masih terbentuk 2 *components*. Item pertanyaan X22 (0,684) dikeluarkan karena mempunyai nilai MSA paling kecil pada sumbu diagonal *Anti-image Correlation* dan proses diulang kembali.

Tabel 6.3 Tabel Putaran 3 Faktor Iklan Peduli Lingkungan

Component Matrix^a

	Component	
	1	2
X16	.677	.063
X17	.627	-.078
X18	.571	-.404
X19	.528	-.181
X20	.407	.712
X23	.684	.250
X24	.602	-.528
X25	.478	.277
X26	.619	.093

Extraction Method: Principal

Component Analysis.

a. 2 components extracted.

Pada putaran ketiga masih terbentuk 2 *components*. Item pertanyaan X20 (0,673) dikeluarkan karena mempunyai nilai MSA paling kecil pada sumbu diagonal *Anti-image Correlation* dan proses diulang kembali.

Tabel 6.4 Tabel Putaran 4 Faktor Iklan Peduli Lingkungan

Component Matrix^a

	Component	
	1	2
X16	.677	-.365
X17	.641	-.229
X18	.594	.314
X19	.526	.608
X23	.664	-.277
X24	.639	.371

X25	.462	.116
X26	.622	-.351

Extraction Method: Principal

Component Analysis.

a. 2 components extracted.

Pada putaran keempat masih terbentuk 2 *components*. Item pertanyaan X24 (0,754) dikeluarkan karena mempunyai nilai MSA paling kecil pada sumbu diagonal *Anti-image Correlation* dan proses diulang kembali.

Tabel 6.5 Tabel Putaran 5 Faktor Iklan Peduli Lingkungan

Component Matrix ^a	
	Component
	1
X16	.717
X17	.645
X18	.575
X19	.498
X23	.671
X25	.499
X26	.656

Extraction Method: Principal

Component Analysis.

a. 1 components extracted.

Pada putaran kelima hanya terbentuk 1 *component*. Ini berarti item pertanyaan X16, X17, X18, X19, X23, X25 dan X26 sudah valid dan dibentuk *Factor Scores* yang merupakan nilai Variabel Laten Iklan Peduli Lingkungan.

d. Persepsi Harga Premium

Tabel 7. Tabel Nilai KMO MSA Persepsi Harga Premium

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.558
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	80.805
	df	10
	Sig.	.000

Tabel 7.1 Tabel Putaran 1 Faktor Persepsi Harga Premium

Component Matrix ^a		
	Component	
	1	2
X27	-.389	.883
X28	.564	.210
X29	.814	-.204
X30	.735	.358
X31	.648	.198

Extraction Method: Principal
Component Analysis.

a. 2 components extracted.

Dari hasil analisis diperoleh nilai *Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy* (KMO-MSA) telah melebihi 0,5. Namun, pada putaran pertama terbentuk 2 *components* (faktor) pada tabel *Component Matrix^a*. Oleh karena itu, item pertanyaan X27 (0,380) dikeluarkan karena mempunyai nilai MSA > 0,5 pada sumbu diagonal *Anti-image Correlation* dan proses diulang kembali.

Tabel 7.2 Tabel Putaran 2 Faktor Persepsi Harga Premium

Component Matrix^a

	Component
	1
X28	.592
X29	.780
X30	.784
X31	.660

Extraction Method:
Principal Component
Analysis.

a. 1 components
extracted.

Pada putaran kedua hanya terbentuk 1 *component*. Ini berarti item pertanyaan X28, X29, X30 dan X31 sudah valid dan dibentuk *Factor Scores* yang merupakan nilai Variabel Laten Persepsi Harga Premium.

e. Keputusan Pembelian

Tabel 8. Tabel Nilai KMO MSA Keputusan Pembelian

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.728
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	68.433
	df	10
	Sig.	.000

Tabel 8.1 Tabel Putaran 1 Faktor Keputusan Pembelian

Component Matrix^a

	Component
	1
X32	.686
X33	.546
X34	.640
X35	.735
X36	.684

Extraction Method:
Principal Component
Analysis.

a. 1 components
extracted.

Pada putaran pertama sudah terbentuk 1 *component*. Ini berarti item pertanyaan X32, X33, X34, X35 dan X36 sudah valid dan dibentuk *Factor Scores* yang merupakan nilai Variabel Laten Keputusan Pembelian.

Berdasarkan hasil olah data menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA), semua faktor mempunyai nilai *Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy* (KMO MSA) di atas 0,5. Selain itu, semua item pertanyaan mempunyai nilai MSA di atas 0,5 yang ditunjukkan pada sumbu diagonal *Anti-image Correlation* dan hanya membentuk 1 *component* pada tabel *Component Matrix^a* sehingga variabel penelitian dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik (Arikunto, 2002). Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan teknik *Alpha Cronbach*. Jika nilai *Alpha Cronbach* lebih besar 0,50 maka kuesioner dinyatakan reliabel (Suharsimi, 2005).

Tabel 9. Tabel Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai <i>Alpha Cronbach</i>	Keterangan
Produk Ramah Lingkungan	0,501	Reliabel
Atribut Merek Hijau	0,649	Reliabel
Iklan Peduli Lingkungan	0,718	Reliabel
Persepsi Harga Premium	0,659	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,675	Reliabel

Hasil pengujian reliabilitas pada masing-masing variabel (produk ramah lingkungan, atribut merek hijau, iklan peduli lingkungan, persepsi harga premium dan keputusan pembelian) diperoleh nilai *Alpha Cronbach* lebih besar dari kriteria yang ditentukan sebesar $> 0,5$ yang mana menjelaskan bahwa semua variabel reliabel. Dengan demikian maka seluruh uji instrumen yang terdiri dari validitas dan reliabilitas memenuhi persyaratan untuk dipakai dalam pengambilan keputusan penelitian.

H. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan model analisis regresi untuk analisis data. Sebelum dilakukan analisis regresi, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji linieritas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas. Apabila uji asumsi klasik terpenuhi, maka regresi bisa dilakukan.

1. Uji Prasarat Analisis

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah variabel-variabel dalam penelitian mempunyai sebaran distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* yang dihitung menggunakan bantuan SPSS 17.0 *for windows*. Dengan menggunakan SPSS, untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak, dilihat pada baris *Asymp. Sig (2-tailed)*. Jika nilai tersebut lebih dari atau sama dengan taraf signifikansi yang ditentukan misalnya 5% maka data tersebut berdistribusi normal (Ali Muhson, 2005).

b. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas dan terikat dalam penelitian ini memiliki hubungan yang linier. Perhitungan uji linieritas dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS 17.0 *for windows*. Dengan menggunakan SPSS, hubungan bersifat linear atau tidak, dapat dilihat pada harga signifikansi. Jika

harga signifikansi lebih atau sama dengan nilai taraf signifikansi yang ditentukan misalnya 5% maka hubungannya bersifat linear (Ali Muhson, 2005).

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas dalam model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Nilai korelasi tersebut dapat dilihat dari *collinearity statistics*. Apabila nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) memperlihatkan hasil yang lebih besar dari 10 dan nilai dari *tolerance* lebih kecil dari 0,1 maka menunjukkan ada gejala multikolinearitas. (Gozali, 2009).

d. Uji Heteroskedastisitas

Asumsi heteroskedastisitas adalah asumsi dalam regresi di mana varians dari residual tidak sama untuk satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika terdapat perbedaan varians maka dijumpai gejala heteroskedastisitas. Pengujian menggunakan uji *Glejser* di mana nilai absolut residual diregresikan pada tiap-tiap variabel independen (Gujarati, 2006). Dengan bantuan SPSS 17.0 *for windows*, hasil analisis yang perlu dilihat adalah angka koefisien korelasi antara variabel bebas dengan absolut residu dan signifikansinya. Jika nilai signifikansi tersebut lebih besar atau sama dengan 0,05 maka asumsi homoskedastisitas terpenuhi (Ali Muhson, 2005).

2. Analisis Data

a. Analisis Regresi Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui apakah antara variabel bebas dengan variabel terikat mempunyai pengaruh yang berarti atau tidak secara serempak (Subagyo *et al.*, 2005). Untuk mempermudah maka dalam penelitian ini dibantu dengan program SPSS 17.0 *for windows*.

b. Uji Hipotesis

1). Uji t

Uji t adalah uji statistik yang digunakan untuk menguji kebenaran atau kesalahan hipotesis 0 (nol). Uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2001). Hipotesis yang dipakai:

a). $H_0 : b_i = 0$

Artinya variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

b). $H_0 : b_i > 0$

Artinya variabel independen berpengaruh positif terhadap variabel dependen.

Kriteria pengujian dengan tingkat signifikansi (α) = 0,05 ditentukan sebagai berikut:

- a). $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima atau bila probabilitas $t_{hitung} > 0,05$ H_0 diterima.
- b). $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak atau bila probabilitas $t_{hitung} < 0,05$ H_a diterima.

2). Uji Signifikan Simultan/Uji Serentak (Uji F)

Uji F dimaksudkan untuk menguji model regresi atas pengaruh seluruh variabel bebas yaitu produk ramah lingkungan, posisi merek hijau, iklan peduli lingkungan dan persepsi harga premium terhadap proses keputusan pembelian produk AMDK. Kriteria untuk menguji hipotesis (Ghozali, 2001) adalah:

- a). Dengan membandingkan nilai F hitung dan F tabel.
 - $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
 - $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- b). Dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% atau taraf signifikansi sebesar 5%, maka:
 - $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima, berarti variabel independen secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

- $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak, berarti variabel independen secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Untuk mempermudah menguji uji hipotesis, maka dalam penelitian ini dibantu dengan program SPSS 17.0 *for windows*.