BAB III
METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode penelitian merujuk pada serangkaian langkah sistematis yang ditempuh peneliti guna menghimpun informasi atau data, sekaligus menganalisis data yang telah terkumpul. Metode ini memberikan gambaran rancangan penelitian yang menyeluruh, mencakup prosedur dan langkah-langkah yang harus ditempuh, waktu penelitian, sumber data, hingga teknik pengumpulan serta pengolahan dan analisis data tersebut (Hidayat, 2018).

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif telah menjadi pendekatan dominan dalam penelitian ilmiah yang digunakan di berbagai disiplin ilmu. Penelitian kuantitatif dengan metode pengumpulan dan analisis data berbasis angka statistik untuk menggali dan memahami fenomena yang dapat diukur secara objektif. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat mengidentifikasi hubungan antar variabel, menguji hipotesis, dan memberikan bukti empiris yang kuat (Creswell John, 2023).

Dalam penelitian ini, metode kuantitatif digunakan untuk menganalisis pengaruh *Green Product* dan *Green Lifestyle* terhadap *Green Purchase Decision*. Data diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada responden, kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis statistik untuk mengetaui seberapa besar pengaruh variabel *Green Product* dan *Green Lifestyle* terhadap keputusan pembelian produk ramah lingkungan (*Green Purchase Decision*).

3.2 Operasionalisasi Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudin ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2023). Dalam penelitian terdapat beberapa macam variabel yang dapat dibedakan menjadi :

1. Variabel independen: variabel disebut sebagai variabel *stimulus, prediktor, antecedent*. Dalam konteks bahasa Indonesia lebih dikenal sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).

2. Variabel Dependen: sering disebut variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang keberadaannya dipengaruhi variabel bebas, sehingga posiisnya berperan sebagai akibat dari perubahan variabel tersebut.

Mneurut Muhidin dalam Lianasari & Ahmadi (2022) Operasionalisasi variabel merupakan suatu proses penjabaran konsep dari sebuah variabel ke dalam bentuk yang lebih konkret dan sederhana, berupa indikator-indikator yang dapat diukur. Operasional variabel bertujuan untuk memudahkan pengertian pada riset ini dan menghindari perbedaan persepsi terhadap riset ini. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yaitu *Green Lifestyle* (X1), dan *Green Product* (X2) sebagai variabel independen atau variabel bebas serta *Green Purchase Decision* (Y) sebagai variabel dependen terikat. Operasional variabel dapat dilihat dalam tabel 3.1.

Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala
Green Lifestyle (X1)	*Green Lifestyle* adalah pola hidup yang melibatkan pertimbangan yang matang mengenai dampak buruk dari aktivitas sehari-hari seseorang terhadap lingkungan Lorenzen dalam Pramesti et al., (2022).	*Actual commitment*	1. Perilaku Pembelian Hijau 2. Partisipasi Lingkungan 3. Kesadaran 4. Informasi Lingkungan 5. Perilaku Ramah Lingkungan Sehari-hari	*Likert*
Green Product (X2)	*Green Product* yaitu barang yang dibuat dan diproses untuk mengurangi potensi pencemaran lingkungan selama proses produksi, distribusi, dan konsumsi. *Green Product* ini juga memberikan manfaat bagi pelanggan seperti, aman bagi lingkungan dan tidak merusak kesehatan manusia serta dapat didaur ulang (Anggraeni & Putra, 2024)	1. *Health*	Menjaga dan meningkatkan daya tubuh	*Likert*
		2. *Quality*	1. Rasa enak 2. Segar	
		3. *Price*	1. Harga sesuai kualitas 2. Harga lebih mahal	
		4. *Label*	1. Label mudah dibaca 2. Label akurat	
		5. *Safety*	Bebas bahan berbahaya	
		6. *Environment*	1. Berkelanjutan lingkungan	

Green Purchase Decision (Y)	*Green purchase decision* merupakan pengembangan dari *purchase decision* sebagai bentuk perilaku peduli lingkungan, ataupun sikap proterhadap perusahaan yang dinilai ramah lingkungan dengan cara membeli produk ramah lingkungan Shiel dalam Satya & Panasea (2024)	1. *Purchase Frequency (*Frekuensi Pembelian) 2. *Willingness to buy* (Kesediaan untuk membeli) 3. *Positive Recommendation (*Rekomendasi Positif) 4. *Happy to talk about products* (Senang membicarakan produk) 5. *Customer commitment (*Komitmen Pelanggan)	*Likert*

Sumber : Data diolah (2026)

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Berdasarkan jenisnya, data dalam penelitian dapat dikategorikan ke dalam dua bentuk, yakni data kuantitatif dan data kualitatif.

1. Penelitian Kuantitatif merupakan suatu penelitian yang sistematis terhadap fenomena dengan mengumpulkan data yang dapat diukur dengan metode statistic, matematika maupun komputasi. Pendekatan ini digolongkan sebagai metode ilmiah karena telah memenuhi sejumlah kaidah keilmuan, yaitu bersifat konkret-empiris, objektif, terukur, rasional, serta sistematis (Alhababy, 2022). Data kuantitatif dalam penelitian ini berupa jawaban dari kuesioner yang di bagiakan kepada masyarakat dimana mereka merupakan konsumen yang sudah membeli produk Fore Coffee

2. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Sugiyono, 2023). Menurut Hasibuan dalam (Sari et al., 2023) tujuan dari metode kualitatif adalah untuk memahami suatu fenomena dalam konteks sosial secara alamiah dengan mengedepankan proses interaksi komunikasi yang mendalam antara peneliti dengan fenomena yang di teliti.

3.3.2 Sumber Data

Dalam pengumpulan data dapat emnggunakan sumber data primer dan sekunder. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan sumber sekunder merupakan sumber sumber yang tidak langsung memberikan data kepda pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen (Sugiyono, 2023). Data primer dari penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang menjadi objek penelitian. Kuesioner tersebut berisi sejumlah pernyataan yang berkaitan dengan variabel *Green Lifestyle* , *Green Product*, dan *Green Purchase Decision*, yang diukur menggunakan skala likert. Sedangkan data seuknder dalam penelitian ini diperoleh melaui berbaggai sumber seperti buku, jurnal ilmiah, artikel, serta dokumen lain yang relevan dengan topik penelitian guna mendukung landasan teori dan memperkuat analisis penelitian.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Sugiyono, (2023) mendefinisikan populasi sebagai keseluruhan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek dengan jumlah serta karakteristik spesifik, yang ditetapkan peneliti sebagai fokus kajian guna memperoleh kesimpulan penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat/konsumen peduduk Kota Bandung yang merupaka konsumen fore coffee. Berdasarkan hasil survey Jakpat (2022), terungkap bahwa peminat kopi berdasarkan kelompok Demografis adalah gen Z dan milenial (Permana & Haliza, 2025). Siapa pun yang lahir antara tahun 1981 dan 1996 dianggap sebagai generasi Milenial, dan orang yang lahir sejak tahun 1997 dan seterusnya adalah bagian dari generasi baru. Generasi baru tersebut kemudian dikenal sebagai generasi Z atau gen Z, titik batasnya dimulai dari tahun 1997 sampai dengan 2012 (Muhammad, 2024). Berdasarkan rentang tahun kelahiran tersebut, Generasi Z dan Generasi Milenial mencakup kelompok usia yang cukup luas. Namun, dalam penelitian ini batas usia responden ditetapkan mulai dari 16 tahun dengan pertimbangan bahwa konsumen pada usia tersebut dinilai sudah lebih mampu memahami informasi mengenai produk, memiliki kemampuan dalam memberikan penilaian terhadap pengalaman pembelian, serta dapat memberikan jawaban yang lebih sesuai dengan tujuan penelitian. Dengan demikian, populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Fore Coffee di Kota Bandung yang termasuk dalam kelompok Generasi Z dan Generasi Milenial dengan rentang usia 16–44 tahun.

3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2023) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Teknik penganibilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teknik nonprobability sampling. nonprobability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Nonprobability sampling merupakan metode pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap elemen populasi untuk dipilih sebagai responden. Non-probability sampling yang digunakan dalam penelitian ini ialah memakai teknik purposive sampling, dimana penentuan sampel dilakukan dengan pertimbangan tertentu dengan mengikuti langkah-langkah dari teknik pengambilan sampel tersebut.

Jumlah populasi konsumen Fore Coffee di Kota Bndung tidak diketaui secara pasti, maka penentuan ukuran sampel digunakan dengan menggunakan rumus Cochran (Sugiyono, 2023).

Berikut adalah perhitungannya:

$$\text{n} = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

$$\text{n} = = \frac{(1{,}96)^2(0{,}5)(1-0{,}5)}{(0{,}05)^2} = 384{,}16$$

Keterangan:

n = Sampel
z^2 = Tingkat kepercayaan 95%, dengan nilai 1,96
p = Proporsi
q = 1-p
e = Margin eror 5% atau 0,05

Berdasarkan hasil perhitungan diatas didapatkan jumlah sampel dengan menggunakan rumus cochran diatas, maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 384,16 atau di bulatkan menjadi 385 responden. Namun, peneliti akan meningkatkan jumlah kuesioner yang deisebar lebih dari 385 responden untuk mengantisipasi adanya konsumen yang yang tidak memenuhi kriteria , yaitu responden yang berdomisili di Kota Bandung dan merupakan konsumen Fore Coffee. Peneliti akan meningkatkan jumlah kuesioner yang disebar lebih dari 385 responden untuk mengantisipasi adanya konsumen yang tidak memenuhi kriteria. Dengan demikian, jumlah responden yang dapat dianalisis akan tetap memenuhi batas minimal sampel yang telah ditetapkan.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara atau metode yang diterapkan guna menghimpun data yang menjadi objek kajian penelitian. Pada penelitian ini, teknik yang dipilih untuk mengumpulkan data adalah kuesioner Creswell dalam penelitian Ardiansyah et al., (2023), kuesioner merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui pertanyaan-pertanyaan yang telah disusun secara sistematis. Responden diminta untuk memberikan tanggapan yang dapat diukur melalui opsi jawaban yang telah ditentukan atau dengan mengisi ruang kosong yang telah disediakan. Angket atau kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data dari sampel yang lebih besar dalam penelitian kuantitatif.

Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang menjadi objek penelitian. Kuesioner atau angket dibuat menggunakan media online yaitu *google form* dan disebarkan melalui media sosial. Kuesioner tersebut berisi sejumlah pernyataan yang berkaitan dengan variabel *Green Lifestyle , Green Product, dan Green Purchase Decision*, yang diukur menggunakan skala likert untuk mengetaui tingkat persetujuan responden terhadap setiap pernyataan yang diajukan.

Sugiyono, (2023) menyatakan bahwa skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai suatu fenomena sosial. Fenomena sosial ini dalam penelitian telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti dan disebut sebagai variabel penelitian. Melalui skala likert, variabel yang hendak diukur dijabarkan menjadi beberapa indikator. Selanjutnya, indikator tersebut dijadikan dasar untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berbentuk pernyataan maupun pertanyaan. Kuesioner dalam penelitian ini adalah kueisioner dengan skala lima sikap katagori likert.Skala likert digunakan untuk mengukur pendapat, sikap, dan presepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap fenomena sosial. Skala likert dalam penelitian ini ditunjukkan pada Tabel 3.2

Tabel 3. 2 Skala Likert

Keterangan	Nilai (Skor)
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : (Sugiyono, 2023)

3.6 Uji Instrumen Penelitian

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan pengujian yang berfungsi untuk memastikan apakah instrumen pengukuran yang digunakan benar benar valid atau tidak. Alat ukur yang dimaksud disini adalah pertanyaan-pertanyaan yang telah disusun dalam kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan tersebut dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner Janna & Herianto, (2021). Menurut Sugiyono, (2023) uji validitas instrumen merupakan prasyarat mutlak untuk menjamin bahwa data yang dikumpulkan memiliki kesesuaian dengan realitas empiris di lapangan. Instrumen yang valid menjadi dasar utama dalam menghasilkan generalisasi penelitian yang objektif dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan r tabel pads tingkat signifikasi sebesar 0,05. Apabila nilai r hitung lebih besar dari r tabel, maka item pernyataan yang ada didalam angket dapat dikatakan berkolerasi secara signifikan terhadap skor keseluruhan yang diperoleh, sehingga item sebuah angket dapat dinyatakan valid. Apabila nilai r hitung tidak lebih besar dari r tabel, maka item pernyataan didalam angket tidak dapat dikatakan berkolerasi signifikan terhadap skor keseluruhan yang diperoleh, sehinngga item sebuah angket dianggap tidak valid.

Adapun rumus dasar menghitung manual menggunakan koefisien korelasi, sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - \sum X \, (\sum Y)}{\sqrt{[(N \sum X2 - (\sum X)^2)][(N \sum Y2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan :

N = jumlah sampel

r_{hitung} = Koefisien Korelasi

∑X = Jumlah Skor Item

∑Y = Jumlah Skor Total

Untuk pengambilan keputusan dalam uji validitas, sebagai berikut:

1. Jika r_{hitung} positif dan $r_{hitung} > r\ tabel$ maka item tersebut valid
2. Jika r_{hitung} positif dan $r_{hitung} < r\ tabel$ maka item tersebut tidak valid
3. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ tapi berpengunjung negatif, maka item tersebut tidak valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Husaini dalam penelitian Al Hakim et al., (2021) reliabilitas merupakan proses pengukuran terhadap ketepatan konsistensi suatu intrumen penellitian. Uji reliabilitas berkaitan dengan tingkat kepercayaan suatu alat ukkur, uji realibilitas memiliki fungsi untuk mengetahui tingkat konsistensi dari suatu angket yang digunakan oleh peneliti, sehingga angket tersebut bisa dihandalkan untuk mengukur variabel penelitian meskipun dilakukan secara berulang kali menggunakan angket atau kuesioner yang sama.

Uji realibiltas dilakukan dengan secara keseluruhan terhadap semua butir atau item pertanyaan yang terdapat di angket yang akan diteliti. Dasar yang digunakan dalam pengambilan keputusan terhadap uji reliabilitas yaitu apabila nilai dari *Cronbch's Alpha* > 0,60 maka angket atau kuisinoner bisa disebut reliabel. Sementara, apabila nilai dari *Cronbach's Alpha* < 0,60 kuesioner atau angket disebut tidak reliabel Al Hakim et al., (2021). Adapun rumus dasar Cronbach alpha untuk perhitungan manual menurut Ghozali, (2021), ialah sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1}\right)\left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma bt^2}\right]$$

Keterangan :

r_{11} = Reliabilitas Instrumen/ Koefisien Reliabilitas

k = Banyaknya Butir Pertanyaan Atau Banyaknya Soal

σbt^2 = Varians Total

$\sum \sigma b^2$ = Jumlah Varians Butir

3.7 Uji Asumsi Klasik

Menurut Hutagaol, (2025), Ghozali, (2021) uji asumsi klasik prosedur statistik untuk memastikan model regresi linier memiliki estimasi yang tidak bias, konsisten, dan tepat. Uji asumsi klasik merupakan syarat statistik. Uji asumsi klasik sangat bermanfaat untuk memastikan model regresi yang diperoleh dengan tepat dalam mengestimasi persamaan yang digunakan supaya tidak bias serta konsisten. Dengan kata lain bahwa uji asumsi klasik digunakan untuk memastikan bahwa fungsi persamaan regresi sudah tepat dan valid. Untuk melakukan pengujian hipotesis pada regresi linier berganda, sebelumnya harus melakukan beberapa uji asumsi klasik dengan tujuan untuk mengetahui bahwa model yang digunakan sudah terbebas dari penyimpangan asumsi-asumsi dan memenuhi ketentuan untuk mendapatkan persamaan linear yang baik.

Uji asumsi klasik yang umumnya digunakan dalam ilmu statistika meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi, serta uji linearitas.

3.7.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali, (2021) uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah residual pada model regresi berdistribusi normal. Normalitas residual sangat penting karena uji t dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residual harus mengikuti distribusi normal, jika asumsi tidak terpenuhi maka hasil uji dapat menjadi tidak valid. Dasar pengambilan keputusan untuk uji normalitas data ialah jika titik-titik pada Normal Probability Plot (P-P Plot) menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

3.7.2 Uji Multikolinearitas

Dalam persamaan regresi linier berganda apabila nilai koefisien korelasi antar variabel independent sangat tinggi maka akan terimbas pada estimasi yang tidak tepat, sebab nilai batasan koefisien korelasi yang sangat kuat pada batasan 0,9 dan sempurna adalah 1. Model regresi linier berganda dikatakan baik apabila tidak terjadi multikolineritas antar variabel independen. Jika terdapat gejala multikolineritas, maka nilai *standard error* akan tinggi, sehingga model regresi tersebut kurang baik untuk digunakan dalam penelitian Ghozali, (2021) Dalam penelitian ini, deteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Ketetapan hipotesis dalam uji multikolinearitas adalah sebagai berikut:

1. H0 diterima jika nilai *Tolerance* < 0,10 dan nilai VIF > 10,00, maka disimpulkan bahwa terjadi multikolinearitas.
2. Ha apabila nilai *Tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10,00, maka disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

3.7.3 Uji Heteroskedastisitas

Salah satu cara untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model regresi linier berganda adalah dengan melihat grafik scatter plot yaitu dengan melihat nilai prediksi variabel terikat yaitu SRESID dengan residual error yaitu ZPRED, (Gozali,2016). Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apa benar bahwa pada sebuah model regresi terdapat ketidaksamaan varian dari residual dalam satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Apabila varian berbeda, disebut heteroskedastisitas Apabila tidak terdapat pola tertentu dan tidak menyebar diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu y, maka dapat disimpulkan heteroskedastisitas tidak terjadi. Dalam suatu penelitian heteroskedasitas, apabila tidak terdapat heteroskedastisitas, maka model penelitian tersebut dapat dikatakan baik. Dalam menentukan hipotesis yang diambil dalam uji heterokedastisitas, di antaranya:

1. H0 ditolak jika nilai r < nilai taraf signifikansi, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat heteroskedastisitas.
2. Ha diterima jika nilai r > nilai taraf signifikansi, maka disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas

3.7.4 Uji Autokorelasi

Untuk menguji apakah terjadi korelasi antara suatu periode t dengan periode sebelumnya (t-1) digunakan Uji autokorelasi. Analisis regresi dilakukan dengan menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, sehingga tidak terdapat korelasi antara pengamatan dengan data observasi sebelumnya. Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antara residual pada periode saat ini (t) dengan periode sebelumnya (t-1). Autokorelasi umumnya terjadi pada data runtut waktu (time series) karena adanya keterkaitan antar observasi, sedangkan pada data cross section jarang terjadi. Model regresi yang baik merupakan model yang terbebas dari autokorelasi. Jenis uji autokorelasi yang sering digunakan adalah uji Durbin Watson (DW-test). Hipotesis yang akan diuji adalah (Ghozali, 2021):

HO: tidak ada autokorelasi (r = 0)

HA: ada autokorelasi (r≠0)

Tabel 3. 3 Pengambilan Keputusan Ada Tidaknya Autokorelasi:

Hipotesis Nol	Keputusan	Jika
Tidak Ada Autokorelasi Positif	Tolak	$0 < D < Dl$
Tidak Ada Autokorelasi Positif	No decision	$Dl \leq D \leq Du$
Tidak Ada Korelasi Negatif	Tolak	$4 - Dl < D < 4$
Tidak Ada Korelasi Negatif	No decision	$4 - Du \leq D \leq 4 - Dl$
Tidak Ada Autokorelasi, Positif atau Negatif	Tidak ditolak	$Du < D < 4 - Du$

Sumber: Ghozali, (2021:162)

3.7.5 Uji Linearitas

Untuk menguji variabel bebas dan variabel terikat apakah keduanya memiliki hubungan yang berbentuk linier atau tidak, maka dilakukan Uji linearitas (Nugraha dan Billy, 2022). Dalam menentukan hipotesis yang diambil dalam uji linearitas, di antaranya :

1. Ho ditolak jika nilai DVL < nilai taraf signifikansi, maka disimpulkan bahwa tidak terdapat linearitas.
2. Ha diterima jika nilai DVL > nilai taraf signifikansi, maka disimpulkan bahwa terdapat linearitas

Persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linear berganda yang berbasis ordinary least square (OLS) adalah Uji asumsi klasik. Tujuannya adalah mengecekmodel yang terbaik dalam model regresi yang sudah diuji dalam hal ketepatan estimasi, yang tidak bias, dan harus konsisten. Juga harussudah terbebas dari penyimpangan asumsi dan memenuhi ketentuan untuk mendapatkan linier yang baik. Asumsi klasik adalah syarat-syarat yang harus dipenuhi pada model regresi linear OLS agar model tersebut menjadi valid sebagai alat penduga. SPSS adalah software pengolahan data yang banyak digunakan untuk meneliti, dan program SPSS ini membantu untuk meneliti dalam pengolahan data yang rumit agar bisa diambil kesimpulan dari analisisnya tersebut. Program SPSS membantu untuk mempermudah dalam menguji sebuah data dalam uji asumsi klasik secara efektif dan efisien tanpa harus menghabiskan waktu yang lama untuk menguji data tersebut, (Santoso, 2002).

3.8 Rancangan Analisis Data

3.8.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan karakteristik variabel penelitian berdasarkan data yang diperoleh dari responden. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui gambaran mengenai *Green Lifestyle , Green Product,* dan *Green Purchase Decision*.

Pengolahan data yang terkumpul dari hasil kuesioner dapat dikelompokkan ke dalam tiga langkah, yaitu persiapan, tabulasi, dan penerapan data pada pendekatan penelitian. Persiapan adalah proses mengumpulkan dan memeriksa kebenaran cara pengisian, melakukan tabulasi hasil kuesioner dan memberikan nilai (scoring) sesuai dengan sistem penilaian yang digunakan serta sesuai dengan tujuan penelitian dalam bentuk informasi yang lebih ringkas.

Menentukan kriteria penilaian responden terhadap variabel penelitian dilakukan dengan interval sebagai berikut:

Tabel 3. 4 Pemberian Nilai Scoring

Item	Penilaian Responden										Skor Total		%
	SS = 5		S = 4		N = 3		TS = 2		STS = 1		Skor Aktual	Skor Ideal	
	F	Skor	F	Skor	F	Skor	F	Skor	F	Skor			
Skor Total Variabel													

Sumber: Data diolah (2026)

Keterangan:

Skor Ideal = Jumlah Responden x Jumlah Item x 5

$$\% \text{ Skor Total } = \frac{\text{Skor Aktul}}{\text{Skor Ideal}} \times 100\%$$

Untuk memudahkan penelitian terhadap jawaban responden, maka variabel penelitian dilakukan katagorisasi dan rumus distribusi penelitian terhadap jumlah skor tanggapan responden sebagai berikut:

Indeks Maksimal = Jumlah pertanyaan x skala pengukuran
= 23 x 5 = 115

Indeks Minimal = Jumlah pertanyaan x skala pengukuran
= 23 x 1 = 23

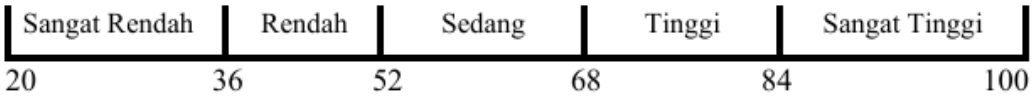
Adapun nilai persentase terkecil adalah (23/115) x 100% = 20%. Sementara nilai rentang adalah 100% - 20% = 80%. Jika dibagi dengan nilai frekuensi yaitu 5, maka didapatkan nilai interval presentase 16%, sehingga diperoleh klasifikasi pada tabel 3.5 .

Tabel 3. 5 Katagori Jumlah Skor Responden

Kategori	Interval	%Interval
Sangat Rendah	20-36	36%
Rendah	36-52	52%
Sedang	52-68	68%
Tinggi	68-84	84%
Sangat tinggi	84-100	100%

Sumber: Data diolah (2026)

Adapun jumlah skor tanggapan responden tersebut dapat digambarkan secara kontin yaitu:



Gambar 3. 1 Katagori Jumlah Skor Responden

Menurut Ghozali, (2021) analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan suatu data yang dapat dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), nilai maksimum, nilai minimum, dan standar deviasi. Untuk mengetahui nilai rata-rata jawaban responden digunakan rumus:

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{N}$$

Keterangan:

$\bar{X}$ = nilai rata-rata

$\sum X$= jumlah skor responden

N = jumlah responden

Hasil analisis deskriptif kemudian disajikan dalam bentuk tabel, persentase, dan interpretasi untuk menggambarkan kondisi masing-masing variabel penelitian. Untuk mengetahui kategori penilaian responden digunakan rumus interval kelas sebagai berikut:

$$I = \frac{Skor\ tertinggi - Skor\ terendah}{Jumlah\ kategori}$$

Keterangan:

Skor tertinggi = 5

Skor terendah = 1

Jumlah kategor = 5

Sehingga diperoleh:

$$I = \frac{5 - 1}{5} = 0{,}8$$

Berdasarkan perhitungan tersebut maka interpretasi nilai rata-rata dapat gambarkan dalam tabel 3.3.

Tabel 3. 6 Klasifikasi Nilai Rata-Rata

Interval Nilai	Kategori
1,00 – 1,80	Sangat Rendah
1,81 – 2,60	Rendah
2,61 – 3,40	Cukup
3,41 – 4,20	Tinggi
4,21 – 5,00	Sangat Tinggi

Sumber: Ghozali, (2021)

Dengan menggunakan interval tersebut, nilai rata-rata yang diperoleh dari hasil pengolahan data dapat diinterpretasikan untuk mengetahui bagaimana kondisi variabel *Green Lifestyle, Green Product,* dan *Green Purchase Decision* berdasarkan jawaban responden.

Hasil analisis deskriptif dalam penelitian ini akan disajikan dalam bentuk tabel distribusi frekuensi, nilai rata-rata, dan interpretasi kategori sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai kondisi setiap variabel penelitian.

3.8.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif adalah suatu metode yang bertujuan untuk menguji sebuah hipotesis yang berbentuk kesimpulan apakah hipotesis tersebut dapat diterima atau ditolak serta mengetahui pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Dalam penelitian ini analisis verifikatif digunakan untuk mengetahui pengaruh *Green Lifestyle* (X1) dan *Green Product* (X2) terhadap *Green Purchase Decision* (Y). Menurut Ghozali, (2021) analisis verifikatif dilakukan dengan menggunakan teknik analisis statistik untuk menguji hubungan antar variabel penelitian.

3.9 Rancangan Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui apakah hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian dapat diterima atau ditolak berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh. Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan. Dalam penelitian ini pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji t (parsial) dan uji F (simultan) melalui analisis regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS.

3.9.1 Uji Signifikasi Parsial (T)

Uji T digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial atau individu. Menurut Sugiyono (2022) uji T digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel independen secara individu terhadap variabel dependen dalam model regresi.

Rumus uji t :

$$t = \frac{b}{SE_b}$$

Keterangan:

t = nilai t hitung

b = koefisien regresi

SEb = standar error koefisien regresi

Kriteria pengambilan keputusan yang digunakan dalam uji signifikasi parsial yaitu Apabila nilai signifikansi < 0,05, maka hipotesis diterima, apabila nilai signifikansi > 0,05, maka hipotesis ditolak. Hipotesis penelitian dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Hipotesis 1

H0 : *Green Lifestyle* tidak berpengaruh terhadap *Green Purchase Decision.*

H1 : *Green Lifestyle* berpengaruh terhadap *Green Purchase Decision*.

Hipotesis 2

H0 : *Green Product* tidak berpengaruh terhadap *Green Purchase Decision*.

H1 : *Green Product* berpengaruh terhadap *Green Purchase Decision*

3.9.2 Uji Signifikasi Simultan (F)

Uji Signifikasi F digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen yang dimasukkan dalam model regresi memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Menurut Ghozali, (2021) uji F digunakan untuk menunjukkan apakah seluruh variabel independen dalam model regresi berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.

Kriteria pengambilan keputusan yang digunakan dalam uji sifnifikasi F adalah apabila nilai signifikansi < 0,05 maka variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi > 0,05 maka variabel independen secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Hipotesis penelitian dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

H0 : *Green Lifestyle* dan *Green Product* tidak berpengaruh terhadap *Green Purchase Decision*.

H1 : *Green Lifestyle* dan *Green Product* berpengaruh terhadap *Green Purchase Decision*.

3.9.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali, (2021) pengujian ini pada dasarnya digunakan unutk mengukur sejauh mana kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berada diantara 0 dan 1. Nilai R^2 kecil menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen masih sangat terbatas. Sebaliknya, apabila nilai R^2 besar atau mendekati 1, maka menunjukkan bahwa variabel independen mampu memberikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

Dalam penelitian ini, koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel *Green Lifestyle* (X1) dan *Green Product* (X2) dalam menjelaskan variabel *Green Purchase Decision* (Y)**.**

Rumus koefisien determinasi:

$$Kd = R^2 \times 100\%$$

Keterangan:

Kd = Koefisien determinasi

R^2 = Nilai koefisien determinasi

Hasil perhitungan diatas kemudian disajikan dalam bentuk persentase untuk menunjukkan besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen.