



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian



Sumber: Sejah Mata Memandang

Gambar 3. 1 Logo Sejah Mata Memandang

Sejah Mata Memandang, atau Sejah, merupakan *fashion line* asli Indonesia yang didirikan oleh Chitra Subyakto pada 2014. Sejah mengusung konsep produksi dengan perhitungan terhadap dampak lingkungan dan sosial, mengusung skema *slow-fashion* dengan tema desain ‘batik’ yang tahan lama. Jalur penjualannya dilakukan baik via *online* maupun *offline*; Sejah memiliki butik yang berlokasi di Kemang, Jakarta Selatan, sedangkan untuk jalur *online*, Sejah melayani penjualan lewat situs webnya sendiri (sejah.com), e-commerce (bobobobo.com) dan *stockists* yang tersebar di Jakarta dan Bali seperti *The Goods Dept.* dan *Six Senses*.

Sebagai bagian dari kampanye untuk menjadi merek yang berkelanjutan dan ramah lingkungan, produk Sejah dibuat dari serat alami seperti linen, katun, dan tencel. Sejah terus melakukan penelitian dan mencoba untuk menggabungkan teknologi dan teknik tradisional dalam memproduksi pakaiannya, berdasarkan tema-tema tertentu yang diangkat oleh Chitra selaku *founder & creative director*. Tiap tema

yang ada memiliki perbedaan dari segi pola, bahan, proses produksi, dan hasil jadi; hal yang mendasari keseragaman dari artikel-artikel ini adalah penggunaan bahan, metode produksi dan manajemen limbah yang berkelanjutan. Contoh dari artikel-artikel tersebut antara lain:

1. Sejauh Mata Memandang (SMM)

Sejauh Mata Memandang merupakan artikel *mainline* dari Sejauh. Tema yang diusung dari artikel ini adalah pakaian sehari-hari dengan corak batik khas Jawa. Kain SMM diolah dengan tangan untuk menciptakan pola yang indah sekaligus membantu mempertahankan desa tekstil di Jawa.



Sumber: Sejauh Mata Memandang

Gambar 3. 2 Contoh Olahan Kain SMM

2. Humba Ikat

Humba Ikat terinspirasi dari kerajinan khas Pulau Sumba. Pola yang digunakan berasal dari *landscape* pulau tersebut yang mencakup sabana dan perbukitan, dan diolah dengan warna serta tekstur yang digunakan pada kerajinan masyarakat setempat. Artikel ini merupakan salah satu cara Sejauh dalam menghormati dan merawat warisan budaya Indonesia, sehingga dapat membawa eksposur yang lebih besar kepada kekayaan kultural yang kita miliki.



Sumber: Sejauh Mata Memandang

Gambar 3. 3 Kain Humba Ikat

3. Flora

Flora terinspirasi dari pepohonan, bunga-bunga dan buah-buahan di dinding Borobudur yang menceritakan sejarah lampau Indonesia. Filosofinya ditarik dari bagaimana tumbuhan menjadi sumber kehidupan bagi orang-orang dan kaitannya dengan petualangan dan kisah cinta yang tergambar di Mahayana.

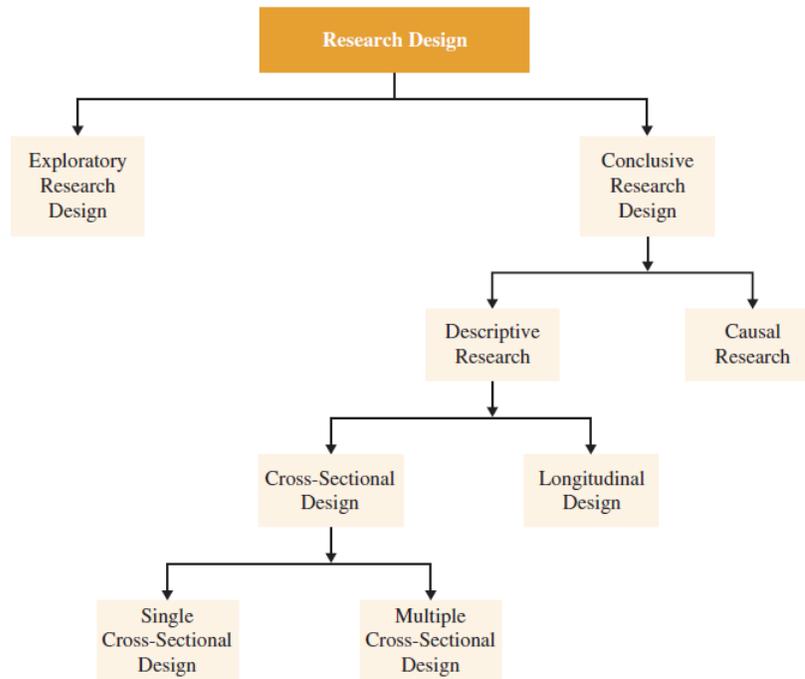


Sumber: Sejauh Mata Memandang

Gambar 3. 4 Contoh Olahan Kain Flora

3.2 Desain Penelitian

Menurut definisi Zikmund et al. (2009), desain penelitian adalah rencana pokok yang berfungsi sebagai penentu metode dan prosedur untuk pengumpulan dan analisis informasi. Sedangkan menurut Malhotra & Dash (2016), desain penelitian merupakan kerangka kerja atau cetak biru untuk melakukan riset pemasaran. Desain penelitian menjabarkan prosedur-prosedur yang diperlukan dalam rangka memperoleh informasi yang relevan dalam penyusunan dan pemecahan masalah riset pemasaran.



Sumber: Malhotra & Dash, 2016

Gambar 3. 5 Pengelompokan pada Desain Penelitian

Terdapat dua klasifikasi utama dari desain penelitian (Malhotra & Dash, 2016), antara lain:

1. Exploratory Research Design

Penelitian yang utamanya bertujuan untuk memberikan wawasan dan pemahaman tentang masalah yang sedang diteliti. Penelitian ini dilakukan ketika peneliti perlu mendefinisikan masalah secara lebih saksama, mengidentifikasi rangkaian tindakan yang relevan, atau meraih pengetahuan tambahan untuk mengawali pengembangan suatu pendekatan lainnya. Pada tahap ini, informasi yang dibutuhkan hanya secara longgar didefinisikan, dan proses penelitian yang diadopsi bersifat lebih fleksibel.

2. *Conclusive Research Design*

Penelitian yang utamanya bertujuan untuk melakukan uji terhadap hipotesis dan hubungan tertentu. Penelitian konklusif bersifat lebih formal dan terstruktur daripada penelitian eksplorasi; penelitian ini didasarkan pada sampel yang besar dan representative; data yang diperoleh kemudian dianalisis secara kuantitatif. Temuan-temuan dari penelitian ini dianggap bersifat konklusif, umum digunakan sebagai masukan dalam pengambilan keputusan manajerial.

Kemudian, terdapat dua jenis penelitian yang tercakup di dalam *Conclusive Research Design* (Malhotra & Dash, 2016), yaitu:

1) *Descriptive Research*

Merupakan penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan sesuatu, biasanya fungsi atau karakteristik pasar. Penelitian deskriptif umum dilakukan untuk menggambarkan karakteristik kelompok yang relevan seperti: konsumen, personil penjualan, organisasi, atau wilayah pasar, mengestimasi persentase unit dalam suatu populasi yang menunjukkan pola perilaku, menentukan persepsi terhadap karakteristik produk, menentukan tingkat keterkaitan variabel pemasaran dan memprediksi secara spesifik.

2) *Causal Research*

Merupakan penelitian yang bertujuan untuk memperoleh bukti hubungan kausal. Penelitian kausal berguna dalam mengenali variabel

mana yang membawa pengaruh (variabel independen) dan variabel mana yang menjadi (variabel dependen) dalam sebuah fenomena.

Menurut Malhotra & Dash (2016), terdapat dua jenis desain pada *Descriptive Research*, yaitu *Cross-Sectional Design* dan *Longitudinal Design*. *Cross-Sectional Design* adalah desain deskriptif yang paling sering digunakan dalam riset pemasaran; merupakan jenis desain penelitian yang pengumpulan informasi dari sampel elemen populasinya hanya dilakukan sekali. *Longitudinal Design* adalah jenis desain penelitian yang melibatkan sampel tetap dari suatu elemen populasi, yang kemudian diukur berulang kali. Desain penelitian ini ditujukan untuk menggambarkan ilustrasi yang jelas tentang situasi dinamika yang terjadi dalam kurun waktu tertentu.

Cross-Sectional Design lalu terbagi ke dalam dua jenis (Malhotra & Dash, 2016), yaitu:

a) *Single Cross-Sectional Design*

Cross-Sectional Design terhadap hanya satu sampel responden dari populasi target. Informasi kemudian diperoleh dari sampel yang bersangkutan sebanyak satu kali.

b) Multiple Cross-Sectional Design

Cross-Sectional Design terhadap dua atau lebih sampel responden dari populasi target. Informasi kemudian diperoleh dari masing-masing sampel yang bersangkutan sebanyak satu kali.

Berdasarkan definisi dari kedua teknik di atas, peneliti menggunakan *Single Cross-Sectional Design* pada penelitian ini, karena peneliti hanya akan mengambil data dari satu kelompok sampel, yaitu kelompok konsumen produk ramah lingkungan yang sudah mengetahui Sejahtera Mata Memandang.

Penelitian ini akan membahas pengaruh dari *Materialistic Values* terhadap *Green Apparel Purchase Intention* dengan studi lanjutan *Theory of Planned Behavior* pada Sejahtera Mata Memandang.

3.3 Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian yang akan ditempuh oleh peneliti yaitu:

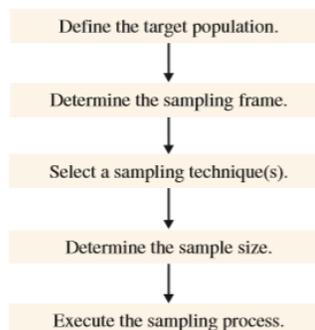
1. Mengumpulkan literatur ilmiah seperti jurnal yang mendukung penelitian ini, melakukan modifikasi model penelitian yang menjadi tolok-ukur, lalu menyusun kerangka penelitian.
2. Menyusun *draft* kuesioner berdasarkan kumpulan pengukuran yang bersumber dari jurnal utama dan jurnal pendukung. Pernyataan-pernyataan pada kuesioner kemudian disesuaikan dengan bahasa sehari-hari yang

mudah dimengerti, agar responden tidak kesulitan dalam memahami persoalan dan mampu memberikan jawaban yang valid.

3. Menyebarkan kuesioner secara *online*. Penyebaran kuesioner dilakukan via media sosial seperti Instagram, Line dan WhatsApp.
4. Melakukan *pre-test* dari data 30 responden sebelum dilakukannya *main test*. Penyebaran kuesioner untuk *pre-test* juga dilakukan secara *online*.
5. Hasil data dari *pre-test* kemudian dianalisis dengan *software* SPSS 24. Apabila hasilnya dapat memenuhi syarat, maka penelitian akan dilanjutkan dengan pengumpulan data yang lebih besar dari 160 responden.
6. Data dari responden yang berjumlah lebih besar kemudian dianalisis dengan *software* LISREL.

3.4 Ruang Lingkup Penelitian

Menurut Malhotra & Dash (2016), terdapat lima tahap dalam menerapkan sebuah penelitian. Setiap tahapan yang ada terkait dengan keseluruhan aspek pada sebuah riset pemasaran.



Sumber: Malhotra & Dash (2016)

Gambar 3. 6 Sampling Design Process

3.4.1 Target Populasi

Menurut Malhotra & Dash (2016), populasi target adalah kumpulan elemen atau objek yang memiliki informasi yang dicari oleh peneliti. Definisi populasi sasaran yang tidak tepat akan menghasilkan penelitian yang tidak efektif dan juga menyesatkan. Menentukan populasi target melibatkan penerjemahan definisi masalah ke dalam pernyataan yang tepat tentang siapa yang harus dan tidak boleh dimasukkan dalam sampel. Populasi target harus didefinisikan berdasarkan elemen, unit sampling, luas, dan waktu.

Element adalah objek tentang informasi apa atau dari mana berasalnya informasi yang diinginkan. Dalam penelitian survei, elemen pada umumnya adalah responden (Malhotra & Dash, 2016). *Element* pada penelitian ini merupakan responden yang menjadi pemberi informasi untuk peneliti. *Sampling Unit* adalah elemen, atau unit yang mengandung elemen yang tersedia untuk dipilih pada beberapa tahap proses pengambilan sampel (Malhotra & Dash, 2016). Dalam penelitian ini, *sampling unit* yang digunakan adalah pria dan wanita berusia 17-36 tahun, berada di kelompok ekonomi menengah ke atas, menjalani gaya hidup yang *sustainable*, pernah membeli/menggunakan produk ramah lingkungan dan mengetahui merek fashion ramah lingkungan “Sejauh”.

Extent mengacu pada batas geografis penelitian (Malhotra & Dash, 2016). *Extent* pada penelitian ini adalah wilayah *Greater Jakarta*/Jabodetabek. Selanjutnya, terdapat faktor waktu yang merupakan periode waktu yang dipertimbangkan di dalam sebuah penelitian (Malhotra & Dash, 2016). Keseluruhan proses penelitian ini

dilakukan dari bulan Februari hingga Mei 2020, sedangkan pengumpulan dan pengolahan data dilakukan dari pertengahan Mei hingga awal Juni 2020.

3.4.2 *Sampling Frame*

Sampling Frame adalah representasi dari elemen-elemen populasi target. *Sampling frame* terdiri dari daftar atau serangkaian arahan untuk mengidentifikasi populasi target. Penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling*, karena penentuan elemen sampel yang akan digunakan berasal dari pertimbangan mandiri peneliti. Tidak ada data target populasi spesifik yang dapat digunakan peneliti dalam penelitian ini; dengan demikian penelitian ini tidak menggunakan *sampling frame*.

3.4.3 *Sampling Techniques*

Menurut Malhotra & Dash (2016), *sampling techniques* secara luas terbagi ke dalam dua klasifikasi, yaitu:

1. *Non-probability sampling*

Teknik pengambilan sampel yang dilakukan tanpa prosedur pemilihan kesempatan. Peneliti dapat memutuskan elemen apa yang akan dimasukkan dalam sampel berdasarkan kehendaknya sendiri. Teknik pengambilan sampel *non-probability* yang umum digunakan antara lain: *convenience sampling*, *judgmental sampling*, *quota sampling*, dan *snowball sampling*.

2. *Probability sampling*

Teknik pengambilan sampel di mana setiap elemen populasi memiliki peluang probabilistik tetap untuk dipilih sebagai sampel. Teknik pengambilan sampel

probabilitas diklasifikasikan berdasarkan: *element* vs. *cluster sampling*; probabilitas unit setara vs. probabilitas tidak setara; seleksi tidak terstratifikasi vs. seleksi terstratifikasi; seleksi acak vs. seleksi sistematis; teknik *single-stage* vs. *multistage*.

Selanjutnya menurut Malhotra & Dash (2016), *non-probability sampling* diklasifikasikan kembali ke dalam 4 teknik, yaitu:

1) *Convenience Sampling*

Teknik pengambilan sampel *non-probability* yang ditujukan untuk mendapatkan elemen sampel yang mudah. Pemilihan unit pengambilan sampel diserahkan sesuai kenyamanan peneliti. *Convenience sampling* merupakan teknik sampling yang paling ekonomis dan hemat waktu dibandingkan teknik pengambilan sampel lainnya. Unit *sampling* lebih mudah diakses dan diukur serta lebih kooperatif.

2) *Judgemental Sampling*

Bentuk *convenience sampling* di mana unsur-unsur populasi dipilih berdasarkan ketentuan pribadi peneliti secara sengaja. Peneliti memilih unsur-unsur yang akan diikutkan ke dalam sampel, karena ia percaya bahwa unsur-unsur tersebut mewakili target populasi.

3) *Quota Sampling*

Teknik pengambilan sampel *non-probability* yang dapat dilihat sebagai *judgemental sampling* terbatas dengan dua tahapan. Tahap

pertama terdiri dari kontrol kateogri atau kuota dari elemen populasi. Tahap selanjutnya, elemen sampel dipilih berdasarkan kenyamanan atau ketentuan peneliti.

4) *Snowball Sampling*

Teknik pengambilan sampel *non-probability* di mana kelompok responden tahap awal dipilih secara acak. Selanjutnya, responden tahap lanjut dipilih berdasarkan referensi yang diberikan oleh responden tahap awal. *Sampling* ini dilakukan dalam gelombang lewat pengumpulan referensi dari referensi sebelumnya.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode *judgemental*. Responden yang akan dituju pada penelitian ini dipilih sesuai kriteria pribadi peneliti untuk menjamin kemudahan dan akurasi dalam penelitian.

3.4.4 *Sample Size*

Sample size mengacu pada jumlah elemen yang akan dimasukkan ke dalam penelitian (Malhotra & Dash, 2016). Pada penelitian ini, penentuan jumlah sampel didasarkan kepada pernyataan Hair et al. (2014) mengenai *maximum likelihood estimation (MLE)*. *MLE* memberikan hasil yang valid dan stabil dengan ukuran sampel sekecil 50, namun untuk meminimalisir *error*, ukuran sampel yang berjumlah dalam kisaran 100 hingga 400 juga disarankan. Penelitian ini akan menggunakan paling tidak 160 responden.

3.4.5 *Sampling Process*

3.4.5.1 Sumber dan Pengumpulan Data

Menurut Malhotra & Dash (2016), terdapat dua jenis data yang dapat dimanfaatkan dalam suatu penelitian, yaitu:

1. *Primary Data*

Primary data atau data primer berasal dari pencarian data oleh seorang peneliti yang bersangkutan, untuk mencapai tujuan tertentu dalam memecahkan sebuah masalah.

2. *Secondary Data*

Secondary data atau data sekunder adalah data yang sebelumnya telah ada, dan dikumpulkan untuk tujuan selain masalah yang dihadapi.

Pada penelitian ini, data primer dan data sekunder sama-sama digunakan. Data primer diperoleh dari kuesioner yang telah disebarakan kepada responden secara *online* dengan teknik *non-probability sampling*. Data sekunder diperoleh dari buku, jurnal ilmiah serta artikel dan dokumentasi terkait untuk memperkuat fenomena dan teori pada penelitian ini.

3.4.5.2 Prosedur Pengumpulan Data

Pada pengumpulan data primer, peneliti melakukan penyebaran kuesioner secara *online*. Kuesioner *online* dibuat dengan Google Form, lalu link yang terhubung kepada kuesioner tersebut disebarakan melalui *personal chat* via Line dan Whatsapp, serta melalui *direct message* dan *bio* di Instagram.

Di bagian awal kuesioner, peneliti memberikan penjelasan mengenai garis besar penelitian, termasuk bagaimana cara mereka harus mengisi kuesioner tersebut. Bagian awal kuesioner juga dilengkapi screening questions, yang berupa kumpulan pertanyaan untuk menyaring kelompok responden yang sesuai dengan kriteria peneliti. Hasil dari proses ini adalah jawaban-jawaban responden yang valid, yang kemudian akan diolah lebih lanjut di dalam penelitian.

3.5 Periode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dalam jangka waktu sekitar 4 bulan, dari bulan Februari hingga bulan Mei 2020. Awal dari proses penelitian dimulai dari penentuan objek penelitian berdasarkan fenomena lapangan pada presentasi seminar proposal skripsi. Setelah disetujui, peneliti menyusun latar belakang dari masalah yang diangkat dan rumusan masalah yang akan diteliti, dikaitkan dengan penelitian terdahulu dan teori yang relevan. Pada tahapan selanjutnya, peneliti melakukan penyusunan *draft* kuesioner *pre-test* yang akan disebarakan untuk 30 responden dan menguji indikator-indikator pengukuran yang terdapat pada kuesioner. Bila kemudian ditemukan bahwa semua pengukuran bersifat valid dan reliabel, peneliti lalu menyebarkan kembali kuesioner tersebut ke 160 responden. Data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner yang kedua lalu diolah, dan hasilnya dianalisis serta disimpulkan. Kemudian, peneliti mengajukan saran penelitian berdasarkan temuan tersebut.

3.6 Identifikasi Variabel Penelitian

3.6.1 Exogenous Variables

Malhotra & Dash (2016) mendefinisikan *exogenous variable* atau variabel eksogen sebagai variabel yang ditentukan oleh faktor-faktor di luar model penelitian dan tidak dapat dijelaskan oleh konstruk/variabel lain di dalam model. Variabel ini juga disebut sebagai variabel independen, yang ditujukan untuk dapat mempengaruhi variabel dependen dalam berbagai cara (Zikmund et al., 2009) Variabel-variabel semacam ini bersifat independen dalam arti bahwa mereka ditentukan di luar proses yang sedang dipelajari. Pada penelitian ini, variabel-variabel yang terhitung sebagai variabel eksogen antara lain: *Attitude Toward Behavior*, *Subjective Norms*, *Perceived Behavioral Control*, *Possession-defined Success*, *Centrality of Acquisition* dan *Acquisition in Pursuit of Happiness*.

3.6.2 Endogenous Variables

Malhotra & Dash (2016) mendefinisikan *endogenous variable* atau variabel endogen sebagai variabel yang ditentukan oleh konstruk atau variabel yang lain di dalam suatu model. Variabel ini juga disebut sebagai variabel dependen, yang mengukur pengaruh variabel independen terhadap unit tes. Pada penelitian ini, variabel yang terhitung sebagai variabel endogen adalah *Attitude Toward Behavior* dan *Green Apparel Purchase Intention*.

3.6.3 Measured Variables

Measured variables atau variabel terukur menurut Hair et al. (2014) merupakan nilai yang diamati (diukur) untuk *item* pernyataan tertentu, diperoleh baik dari

responden dalam menanggapi pernyataan (seperti dalam kuesioner) atau dari beberapa jenis pengamatan. Variabel terukur digunakan sebagai indikator untuk konstruk laten. Pada penelitian ini, terdapat 32 pernyataan pada kuesioner, yang berperan sebagai *measured variables*.

3.7 Definisi Operasional Variabel

Dalam mengukur berbagai variabel dalam penelitian ini, peneliti menggunakan indikator-indikator pengukuran yang berasal dari definisi operasional masing-masing variabel. Pengukuran variabel pada penelitian ini menggunakan skala Likert 5 poin, yang berarti seluruh indikator akan ditaksir dari nilai 1 (paling rendah) hingga 5 (paling tinggi). Definisi operasional dalam penelitian ini antara lain:

Tabel 3. 1 Tabel Operasionalisasi Variabel

No.	Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran	Sumber	Skala
1.	<i>Attitude Toward the Behavior</i>	<i>Attitude toward the behavior</i> merupakan evaluasi positif atau negatif seseorang terhadap perilaku tertentu (Fishbein & Ajzen, 1975).	<p>AT1 – Membeli pakaian ramah lingkungan seperti Sejauh merupakan pilihan yang cerdas.</p> <p>AT2 – Membeli pakaian ramah lingkungan seperti Sejauh membawa banyak manfaat untuk saya.</p>	<p>Nguyen et al. (2019)</p> <p>Sun & Wang (2019)</p>	Likert 1-5

No.	Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran	Sumber	Skala
			<p>AT3 – Membeli pakaian ramah lingkungan seperti Sejauh merupakan tindakan yang bijaksana untuk menjaga lingkungan.</p> <p>AT4 – Membeli pakaian ramah lingkungan seperti Sejauh merupakan ide yang bagus.</p> <p>AT5 – Saya mendukung pembelian pakaian ramah lingkungan seperti Sejauh.</p> <p>AT6 – Saya bersimpati terhadap pembelian pakaian ramah lingkungan seperti Sejauh.</p>		

No.	Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran	Sumber	Skala
2.	<i>Subjective Norms</i>	Subjective norm dapat dipahami sebagai tekanan sosial yang dirasakan sebagai dorongan bagi seseorang untuk terlibat dalam perilaku tertentu (Fishbein & Ajzen, 1975).	<p>SN1 – Menurut orang yang penting bagi saya, sebaiknya saya membeli pakaian ramah lingkungan seperti Sejauh.</p> <p>SN2 – Orang yang penting bagi saya ingin agar saya membeli pakaian ramah lingkungan seperti Sejauh.</p> <p>SN3 – Orang yang saya kenal membeli pakaian ramah lingkungan seperti Sejauh.</p> <p>SN4 – Orang yang saya kenal memiliki kepedulian terhadap masalah yang terkait dengan lingkungan.</p> <p>SN 5 – Menurut orang yang saya</p>	<p>Nguyen et al. (2019)</p> <p>Liu et al. (2020)</p>	Likert 1-5

No.	Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran	Sumber	Skala
			kenal, membeli pakaian ramah lingkungan seperti Sejauh merupakan hal yang penting.		
3.	<i>Perceived Behavioral Control</i>	Kontrol perilaku yang dipersepsikan dapat didefinisikan sebagai kesulitan yang dirasakan oleh individu untuk melakukan perilaku tertentu (Fishbein & Ajzen, 1975).	<p>PBC1 – Ada banyak kesempatan bagi saya untuk membeli pakaian ramah lingkungan seperti Sejauh.</p> <p>PBC2 – Saya memegang kendali penuh untuk membeli pakaian ramah lingkungan seperti Sejauh.</p> <p>PBC3 – Pakaian ramah lingkungan seperti Sejauh masih terjangkau untuk saya beli.</p> <p>PBC4 – Saya memiliki kemampuan untuk membeli pakaian</p>	Nguyen et al. (2019) Chaudary & Bisai (2018)	Likert 1-5

No.	Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran	Sumber	Skala
			<p>ramah lingkungan seperti Sejauh.</p> <p>PBC5 – Bila sepenuhnya terserah saya, saya yakin akan membeli pakaian ramah lingkungan seperti Sejauh.</p> <p>PBC6 – Di masa depan, saya akan mampu untuk membeli pakaian ramah lingkungan seperti Sejauh.</p> <p>PBC7 – Saya memiliki sumber daya, waktu dan niat untuk membeli pakaian ramah lingkungan seperti Sejauh.</p>		

No.	Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran	Sumber	Skala
4.	<i>Possession -defined success</i>	Materialis memandang diri mereka sebagai orang yang sukses, tergantung sejauh mana mereka dapat memiliki produk yang mampu memproyeksikan gambar diri yang diinginkan (Richins & Dawson, 1992).	<p>SU1 – Kemapanan secara finansial & materiil merupakan salah satu standar kesuksesan saya.</p> <p>SU2 – Kesuksesan seseorang juga dinilai dari kesejahteraan finansial & materiil.</p> <p>SU3 – Saya ingin mencapai kesuksesan finansial & materiil seperti beberapa orang yang saya kenal/tahu.</p>	Richins & Dawson (1992)	Likert 1-5
5.	<i>Centrality of Acquisition</i>	<i>Centrality of Acquisition</i> adalah komponen yang mencerminkan keterpusatan pada diri sendiri dan pencapaian diri	<p>CE1 – Kemapanan secara finansial & materiil adalah hal yang penting.</p> <p>CE2 – Selain untuk kebutuhan pokok, saya juga menyisihkan uang</p>	Richins & Dawson (1992)	Likert 1-5

No.	Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran	Sumber	Skala
		(Richins & Dawson, 1992).	untuk kebutuhan tambahan lainnya. CE3 – Saya menghargai segala yang saya miliki saat ini.		
6.	<i>Acquisition in Pursuit of Happiness</i>	Materialisme dibedakan dari mengejar kebahagiaan melalui akuisisi, bukan melalui cara lain seperti hubungan pribadi, pengalaman, atau prestasi (Richins & Dawson, 1992)	HA1 – Saya belum bahagia dengan kondisi finansial & materiil pribadi saya saat ini. HA2 – Ada hal-hal yang dapat membuat saya menjadi lebih bahagia, namun saya belum memilikinya sekarang. HA3 – Kemapanan finansial & materiil menjadi salah satu penentu kebahagiaan saya.	Richins & Dawson (1992)	Likert 1-5

No.	Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran	Sumber	Skala
7.	<i>Green Apparel Purchase Intention</i>	Niat pembelian hijau mengacu pada kesiapan individu untuk melakukan perilaku pembelian ramah lingkungan, terutama mencerminkan pertimbangan polusi yang lebih sedikit (Chen & Deng, 2016).	<p>PI1 – Saya akan mempertimbangkan untuk membeli pakaian ramah lingkungan seperti Sejauh karena manfaat positifnya terhadap lingkungan.</p> <p>PI2 – Saya akan mempertimbangkan untuk berpindah kepada merek ramah lingkungan seperti Sejauh karena alasan ekologis.</p> <p>PI3 – Saya berencana membelanjakan uang lebih banyak untuk pakaian ramah lingkungan seperti Sejauh daripada untuk pakaian biasa.</p>	<p>Nguyen et al. (2019)</p> <p>Emekci (2019)</p>	Likert 1-5

No.	Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran	Sumber	Skala
			<p>PI4 – Saya berniat untuk membeli pakaian Sejauh di waktu mendatang.</p> <p>PI5 – Saya berencana untuk membeli pakaian Sejauh di waktu mendatang.</p>		

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Analisis Data *Pre-test* dengan *Factor Analysis*

Menurut Hair et al. (2014), *factor analysis*, termasuk analisis komponen utama dan analisis faktor umum, adalah pendekatan statistik yang berfungsi untuk menganalisis keterkaitan di antara sejumlah besar variabel dan untuk menjelaskan variabel-variabel ini berdasarkan dimensi (faktor) yang mendasarinya. Dalam *factor analysis*, variat dibentuk untuk mewakili struktur atau pola variabel yang paling baik, sebagaimana diwakili oleh interkorelasi mereka. Sedangkan menurut Malhotra & Dash (2016), *factor analysis* merupakan sebuah kelas prosedur yang utamanya digunakan untuk pengurangan dan peringkasan data. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan *software* IBM SPSS 24 untuk mengolah data *pre-test* dengan *factor analysis*, melakukan pengukuran terhadap validitas dan reliabilitas.

1. Uji Validitas

Menurut Malhotra & Dash (2016), *construct validity* merupakan sebuah tipe validitas yang membahas tentang suatu konstruk atau karakteristik yang diukur oleh skala. Validitas merupakan tingkat perbedaan dalam skor skala yang diamati, yang mampu mencerminkan perbedaan yang benar antara objek pada karakteristik yang diukur. Validitas yang baik mengindikasikan bahwa pada setiap variabel, tidak ditemukan adanya kesalahan pengukuran (Malhotra & Dash, 2016). Validitas diukur berdasarkan beberapa persyaratan, yang dijelaskan dalam teori-teori berikut.

Tabel 3. 2 Uji Validitas

No.	Ukuran Validitas	Nilai yang Disyaratkan
1.	<i>Kaiser Meyer-Olkin (KMO)</i> <i>Measure of Sampling Adequacy</i> Merupakan sebuah indeks yang digunakan untuk menguji kecocokan faktor analisis.	1. Nilai $KMO \geq 0,5$ mengindikasikan bahwa analisis faktor telah memadai dalam hal jumlah sampel dan korelasi. 2. Nilai $KMO < 0,5$ mengindikasikan bahwa analisis faktor tidak memadai dalam hal jumlah sampel dan korelasi (Malhotra & Dash, 2016; Hair <i>et al.</i> , 2014).
2.	<i>Barlett's Test of Sphericity</i> Merupakan uji statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis, bahwa variabel - variabel tidak berkorelasi	Jika hasil uji nilai signifikan $< 0,05$ menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara variabel untuk dapat diproses (Malhotra & Dash, 2016; Hair <i>et al.</i> , 2014).

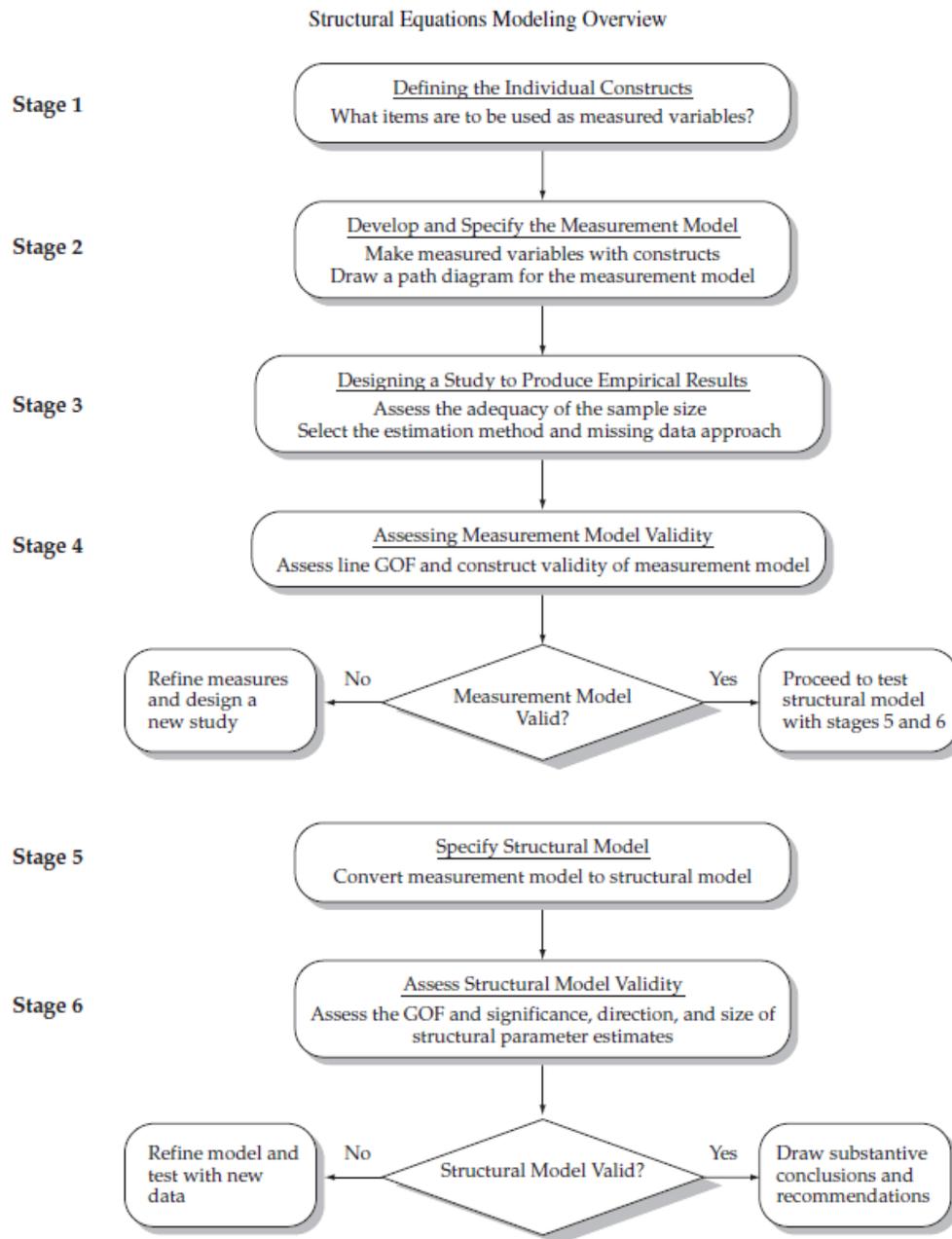
No.	Ukuran Validitas	Nilai yang Disyaratkan
	dengan populasi. Dengan kata lain, variabel-variabel dalam faktor bersifat <i>correlates perfectly</i> ($r=1$) atau <i>no correlation</i> ($r=0$)	
3.	<p><i>Anti-image Correlation Matrices</i></p> <p>Matriks korelasi parsial antar variabel setelah analisis faktor, mewakili sejauh mana <i>measurement</i> menjelaskan satu sama lain pada hasil survei.</p>	<p>Mengacu pada nilai <i>Measure of Sampling Adequacy (MSA)</i> pada diagonal <i>anti image correlation</i>. Nilai <i>MSA</i> berada di antara 0 sampai dengan 1, dengan ketentuan:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nilai <i>MSA</i>=1, menandakan bahwa variabel dapat diprediksi tanpa <i>error</i> oleh variabel lain. 2. Nilai <i>MSA</i> ≥ 0.50 menandakan bahwa variabel masih dapat diprediksi dan dapat dianalisis lebih lanjut. 3. Nilai <i>MSA</i> < 0.50 menandakan bahwa variabel tidak dapat dianalisis lebih lanjut (Hair et al., 2014).
4.	<p><i>Factor loading of Component Matrix</i></p> <p>Merupakan besarnya korelasi suatu indikator dengan faktor yang terbentuk. Tujuannya untuk menentukan validitas setiap indikator dalam membangun setiap variabel.</p>	<p>Indikator dinyatakan dapat membentuk suatu faktor jika nilai <i>factor loading</i> berada di atas 0.50 (Hair et al., 2014).</p>

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan tingkat kemampuan sebuah skala untuk membentuk hasil yang konsisten jika pengukuran pada karakteristik dilakukan secara berulang (Malhotra & Dash, 2016). *Sources of error* yang sistematis tidak memiliki dampak buruk pada reliabilitas karena mereka memengaruhi pengukuran secara konsisten dan tidak mengindikasikan adanya inkonsistensi. Sebaliknya, *error* yang acak menghasilkan inkonsistensi yang mengindikasikan reliabilitas yang lebih rendah. Sedangkan menurut Hair et al. (2014), reliabilitas adalah sejauh mana suatu variabel atau serangkaian variabel konsisten dalam mengukur apa yang ingin diukur. Jika beberapa pengukuran dilakukan, semua tindakan yang dapat reliabel akan konsisten dalam nilainya.

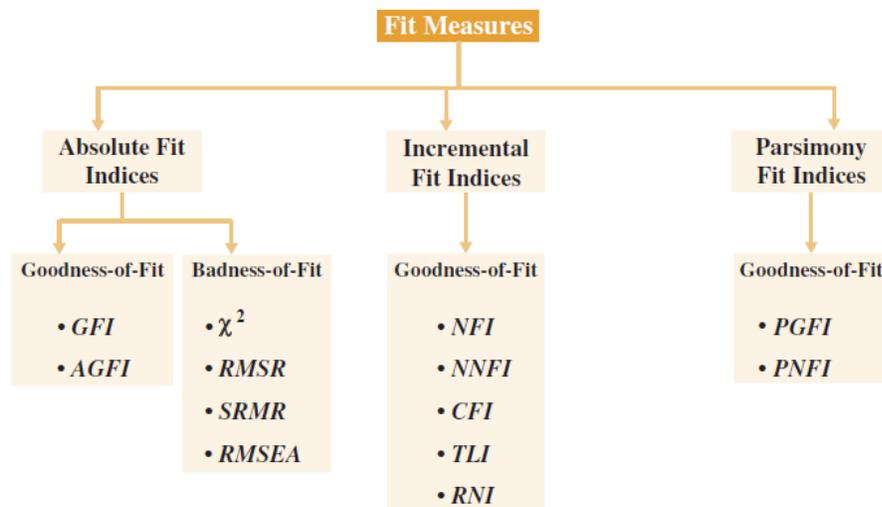
3.8.2 Metode Analisis Data dengan *Structural Equation Model*

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *structural equation modeling (SEM)* untuk pengolahan data. Menurut Malhotra & Dash (2016), *SEM* merupakan sebuah prosedur untuk memperkirakan suatu rangkaian dari hubungan dependen antar kombinasi konstruksi, yang diwakilkan banyak *measured variable* dan dipadukan ke dalam sebuah model yang terpadu. Menurut pengertian Hair et al. (2014), *structural equation modeling (SEM)* adalah teknik yang memungkinkan terbentuknya hubungan terpisah untuk setiap set variabel dependen. Teknik penelitian dengan *SEM* terbagi ke dalam 6 tahapan seperti yang ditunjukkan pada bagan berikut.



Sumber: Hair et al. (2014)

Gambar 3. 7 Structural Equations Modeling Overview



Sumber: Malhotra & Dash (2016)

Gambar 3. 8 Bagan Fit Measures

Goodness-of-fit (GOF) berfungsi untuk menguji kecocokan model dalam teknik SEM. *GOF* menunjukkan seberapa baik model yang dimaksud dalam memproduksi kembali matriks kovarian teramati di antara item indikator (mis., kesamaan matriks kovarians yang diamati dan yang diperkirakan) (Hair et al., 2014). Malhotra & Dash (2016) membagi klasifikasi uji kecocokan model dalam SEM menjadi 3, yaitu:

1. *Absolute fit indices*, pengukuran ini berfungsi untuk menilai kecocokan keseluruhan model (*overall of fit*), baik *goodness-of-fit* maupun *badness-of-fit*. Nilai *goodness-of-fit* yang lebih besar dan nilai *badness-of-fit* yang lebih kecil mengindikasikan kecocokan model yang lebih baik. Penelitian ini menggunakan *badness-of-fit*, yaitu *Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)* untuk mengukur *absolute fit indices*.

2. *Incremental fit indices*, pengukuran ini digunakan untuk menilai seberapa baik model yang ditentukan oleh peneliti dan dibandingkan dengan *null model* sebagai alternatif, dimana pada model tersebut semua *observed variables* yang ada tidak berhubungan. Penelitian ini menggunakan *Comparative Fit Index (CFI)* untuk mengukur *incremental fit indices*.
3. *Parsimony fit indices*, pengukuran ini digunakan untuk menilai tingkat kompleksitas dari model penelitian. Pengukuran ini berguna untuk mengevaluasi model penelitian sehingga *goodness-of-fit* dapat ditingkatkan dengan penyederhanaan model. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pengukuran *Parsimony Normed Fit Index (PNFI)*.

Penelitian ini menggunakan *software LISREL 8.8* untuk mengolah data dengan teknik SEM. Dalam mengukur kecocokan model, terdapat acuan nilai yang menjadi kriteria untuk kecocokan model. Kriteria tersebut antara lain:

Tabel 3. 3 Difference of Fit Indices

FIT INDICES	CUTOFF VALUES FOR GOF INDICES					
	N < 250			N > 250		
	m ≤ 12	12 < m < 30	M ≥ 30	m < 12	12 < m < 30	m ≥ 30
<i>Absolute fit indices</i>						
RMSEA	RMSEA < 0.08 with CFI ≥ 0.97	RMSEA < 0.08 with CFI ≥ 0.95	RMSEA < 0.08 with CFI > 0.92	RMSEA < 0.07 with CFI ≥ 0.97	RMSEA < 0.07 with CFI ≥ 0.92	RMSEA < 0.07 with RMSEA ≥ 0.90
<i>Incremental fit indices</i>						
CFI	CFI ≥ 0.97	CFI ≥ 0.95	CFI > 0.92	CFI ≥ 0.95	CFI > 0.92	CFI > 0.90
<i>Parsimony fit indices</i>						
PNFI	0 ≤ NFI ≤ 1, relatively high values represent relatively better fit					

Sumber: Hair et al. (2014)

3.8.2.1 Measurement Model Fit

Measurement model menggambarkan bagaimana *observed variables* dapat merepresentasikan setiap variabel dalam model penelitian (Malhotra & Dash, 2016). *Measurement model* dalam SEM dapat dilakukan dengan teknik *Confirmatory Factor Analysis (CFA)*. Fokus utama *measurement model* adalah melakukan verifikasi terhadap indikator-indikator yang digunakan, dan mengukur apakah setiap variabel valid dan reliabel (Malhotra & Dash, 2016).

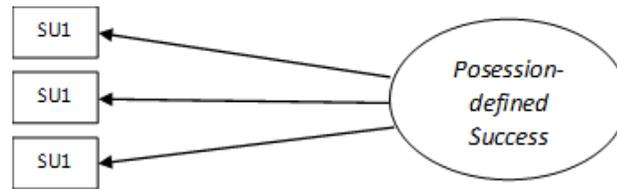
- Menurut Hair et al. (2014), suatu variabel dinyatakan memiliki validitas yang baik terhadap *construct* atau variabel latennya jika nilai muatan faktor standar atau *standardized loading factor (SLF)* ≥ 0.5 dan *t-value* ≥ 1.65 .
- Untuk pengukuran reliabilitas dalam *measurement model* dilakukan dengan menghitung *construct reliability (CR)* dan *variance extracted (VE)*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memenuhi syarat $CR \geq 0.7$ dan $VE \geq 0.5$ (Hair et al., 2014) CR dan VE dapat dihitung menggunakan rumus:

$$CR = \frac{(\sum SLF)^2}{(\sum SLF)^2 + (\sum error)}$$

$$VE = \frac{\sum SLF^2}{\sum SLF^2 + (\sum error)}$$

Berdasarkan variabel yang diteliti, pada penelitian ini terdapat 7 *measurement model*, antara lain:

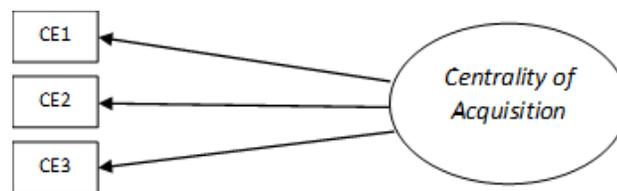
1. *Possession-defined Success*



Gambar 3. 9 Measurement Model Possession-Defined Success

Measurement model pada penelitian ini terdiri dari tiga pernyataan yang berperan sebagai *first order confirmatory factor analysis (1st CFA)*, merepresentasikan satu variabel: *possession-defined success*. Variabel laten diwakili dengan ζ_1 . *Measurement model* digambarkan seperti pada Gambar 3.9.

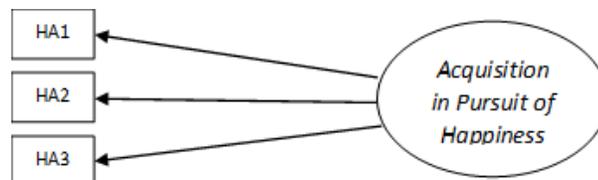
2. *Centrality of Acquisition*



Gambar 3. 10 Measurement Model Centrality of Acquisition

Measurement model pada penelitian ini terdiri dari tiga pernyataan yang berperan sebagai *first order confirmatory factor analysis (1st CFA)*, merepresentasikan satu variabel: *centrality of acquisition*. Variabel laten diwakili dengan ζ_2 . *Measurement model* digambarkan seperti pada Gambar 3.10.

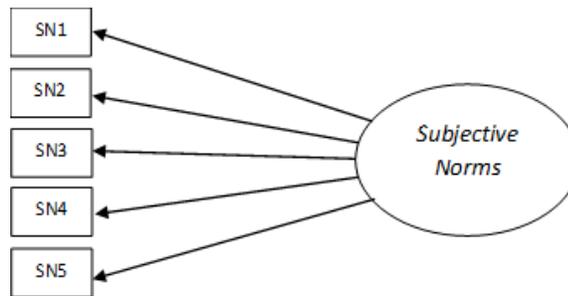
3. *Acquisition in Pursuit of Happiness*



Gambar 3. 11 Measurement Model Acquisition in Pursuit of Happiness

Measurement model pada penelitian ini terdiri dari tiga pernyataan yang berperan sebagai *first order confirmatory factor analysis (1st CFA)*, merepresentasikan satu variabel: *acquisition in pursuit of happiness*. Variabel laten diwakili dengan ζ_3 . *Measurement model* digambarkan seperti pada Gambar 3.11.

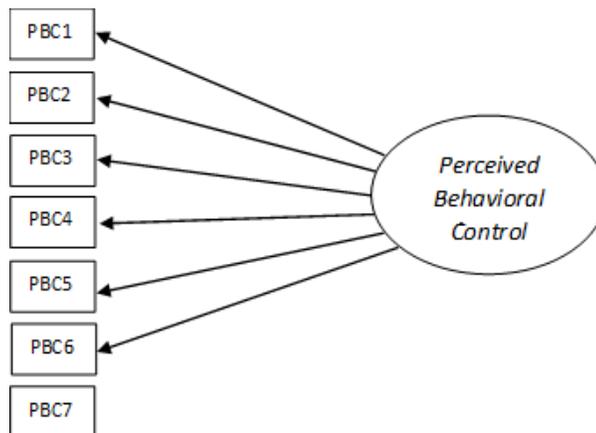
4. *Subjective Norms*



Gambar 3. 12 Measurement Model Subjective Norms

Measurement model pada penelitian ini terdiri dari lima pernyataan yang berperan sebagai *first order confirmatory factor analysis (1st CFA)*, merepresentasikan satu variabel: *subjective norms*. Variabel laten diwakili dengan ζ_4 . *Measurement model* digambarkan seperti pada Gambar 3.12.

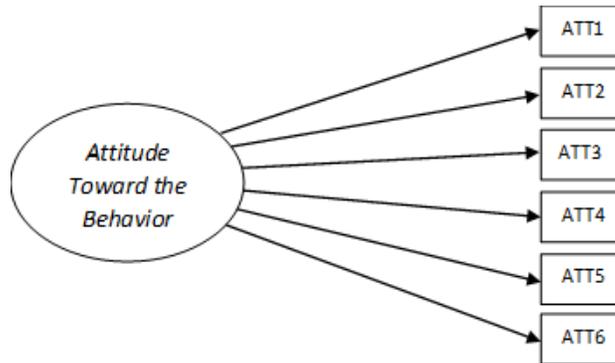
5. *Perceived Behavioral Control*



Gambar 3. 13 Measurement Model Perceived Behavioral Control

Measurement model pada penelitian ini terdiri dari tujuh pernyataan yang berperan sebagai *first order confirmatory factor analysis (1st CFA)*, merepresentasikan satu variabel: *perceived behavioral control*. Variabel laten diwakili dengan ζ_5 . *Measurement model* digambarkan seperti pada Gambar 3.13.

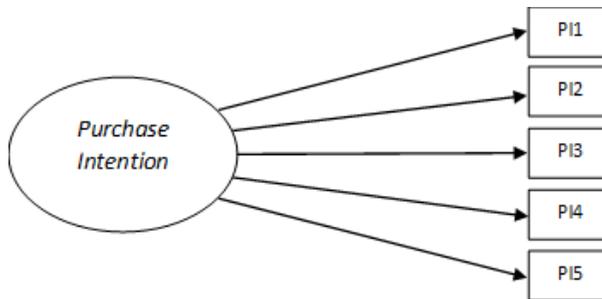
6. *Attitude Toward the Behavior*



Gambar 3. 14 Measurement Model Attitude Toward the Behavior

Measurement model pada penelitian ini terdiri dari enam pernyataan yang berperan sebagai *first order confirmatory factor analysis (1st CFA)*, merepresentasikan satu variabel: *attitude toward the behavior*. Variabel laten diwakili dengan η_1 . *Measurement model* digambarkan seperti pada Gambar 3.14.

7. *Purchase Intention*



Gambar 3. 15 Measurement Model Purchase Intention

Measurement model pada penelitian ini terdiri dari lima pernyataan yang berperan sebagai *first order confirmatory factor analysis (1st CFA)*, merepresentasikan satu variabel: *purchase intention*. Variabel laten diwakili dengan η^2 . *Measurement model* digambarkan seperti pada Gambar 3.15.

3.8.2.2 *Structural Model Fit*

Structural model berfungsi untuk melakukan pengujian terhadap hubungan struktural dari keseluruhan model penelitian (Malhotra & Dash, 2016). *Structural model* merepresentasikan teori yang menentukan bagaimana setiap variabel berhubungan satu sama lain (Malhotra & Dash, 2016).

Untuk melakukan analisa *structural model*, perlu terlebih dahulu dilakukan uji hipotesis. Menurut Lind et al. (2011), hipotesis adalah sebuah pernyataan sebagai parameter dari suatu populasi yang memerlukan verifikasi; uji hipotesis merupakan sebuah prosedur yang berfungsi untuk memverifikasi apakah hipotesis yang bersangkutan merupakan pernyataan yang rasional berdasarkan bukti dari hasil *sampling* dan teori probabilitas. Terdapat lima tahapan dalam pengujian hipotesis:

1. *State null (H0) and alternate (H1) hypotheses*

Langkah pertama yang harus dilakukan adalah menentukan hipotesis yang akan diuji, disebut juga *null hypothesis (H0)*. *Null hypothesis* adalah pernyataan yang tidak ditolak kecuali data sampel menyediakan pembuktian yang sebaliknya. *Alternate hypothesis (H1)* merupakan apa yang akan menjadi kesimpulan jika data sampel menolak *null hypothesis* (Lind et al., 2011).

2. *Select a level of significance*

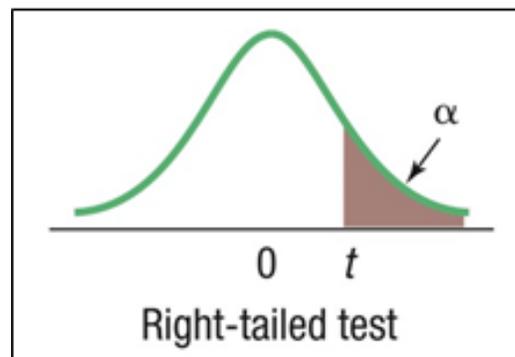
Level of significance adalah kemungkinan dari ditolaknya *null hypothesis* ketika terbukti akurat. *Level of significance* dinotasikan dengan α (*alpha*) yang dikenal sebagai tingkatan risiko (Lind et al., 2011). Pada penelitian ini, tingkat signifikansi yang digunakan adalah $\alpha = 0.05$.

3. *Identify the test statistics*

Test statistics adalah nilai yang ditentukan dengan merujuk kepada informasi sampel, digunakan dalam menentukan apakah sebuah *null hypothesis* harus diterima atau ditolak (Lind et al., 2011). Pada penelitian ini, *test statistics* yang digunakan adalah distribusi t (*t-value*).

4. *Formulate a decision rule*

Decision rule adalah kesimpulan yang dibuat berdasarkan sebuah kondisi yang spesifik, ketika hipotesis nol akan diterima atau ditolak (Lind et al., 2011). Pada penelitian ini, digunakan *one-tailed test* dengan nilai *critical value* 1.65.



Sumber: Lind et al. (2012)

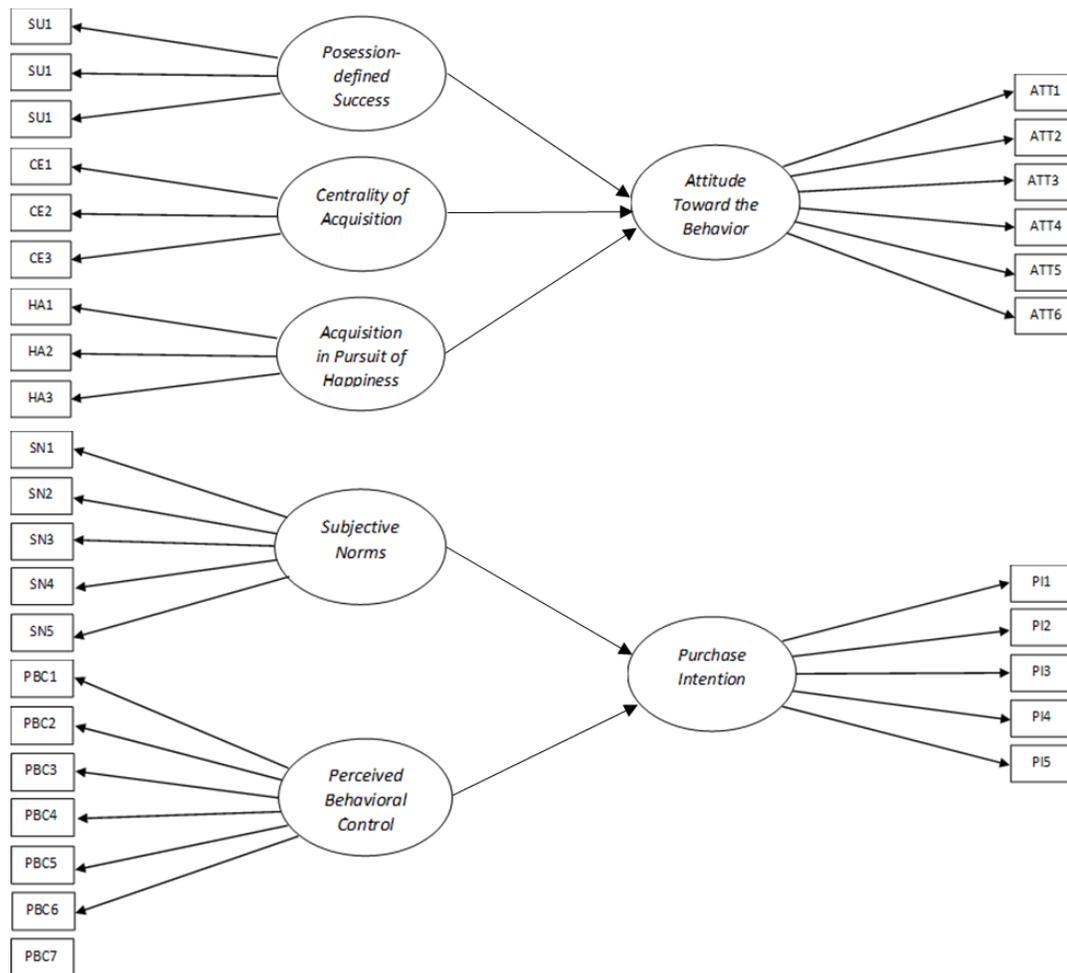
Gambar 3. 16 One-tailed Test

5. *Take a sample, arrive at decision*

Langkah terakhir dari uji hipotesis adalah penghitungan *test statistics* dari data penelitian dan membandingkannya dengan *critical value*. Setelah itu, keputusan akan dibuat, apakah *null hypothesis* kemudian diterima atau ditolak (Lind et al., 2011).

Structural Model pada penelitian ini digambarkan sebagai berikut sesuai Gambar

3.17:



Gambar 3. 17 Structural Model Path Diagram