

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

##### 3.1.1 Profil Sejauh Mata Memandang



Gambar 3. 1 Logo Sejauh Mata Memandang

Sumber : [www.sejauh.com](http://www.sejauh.com)

Sejauh Mata Memandang merupakan brand yang didirikan oleh Chitra Subyakto pada akhir tahun 2014 dengan khas pada tekstil yang terinspirasi oleh kekayaan alam dan budaya Indonesia .Brand Sejauh Mata Memandang adalah salah satu *fashion* yang menerapkan konsep sustainability. Sejauh Mata Memandang, menerapkan konsep slow fashion pada setiap produk pakaian. Tekstil daur ulang dari limbah pra-konsumsi digunakan sebagai bahan dasar. Selain itu, limbah tersebut diolah menjadi bahan baru.Sejauh Mata Memandang juga bekerjasama dengan para perajin , perajin berasal dari berbagai daerah di Indonesia, DKI Jakarta, Jawa, Bali, Sumba, dimana setiap helai kainnya dibuat dengan tangan penuh dengan cerita dan makna.Produk Sejauh Mata Memandang ada berbagai macam yang meliputi kain, aksesoris dan pakaian siap pakai untuk wanita, pria dan anak-anak, serta produk rumah.Sejauh Mata Memandang menjual produk tersebut dengan dua cara dengan *offline* dan *online* untuk *offline* dia membuka toko di Kemang,Jakarta Selatan dan untuk online nya bisa diwebsite Sejauh Mata Memandang ([www.sejauh.com](http://www.sejauh.com)) atau bisa di e-commerce Tokopedia maupun Shopee.

Berikut ini adalah beberapa kumpulan dari motif Sejauh Mata Memandang :

### 1. Flora



Gambar 3. 2 Desain dari produk Sejauh Mata Memandang

Sumber : [www.sejauh.com](http://www.sejauh.com)

Desain yang terinspirasi Pohon-pohon dan bunga-bunga dan buah-buahan di dinding Borobudur yang menceritakan kisah ibu pertiwi kita. Tumbuhan ini memberi kehidupan kepada orang-orang dan petualangan dan kisah cinta yang digambarkan dalam Mahayana. Mereka berkembang tanpa batas waktu, dari dulu sampai sekarang dan selamanya.

U M N  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## 2. Algae



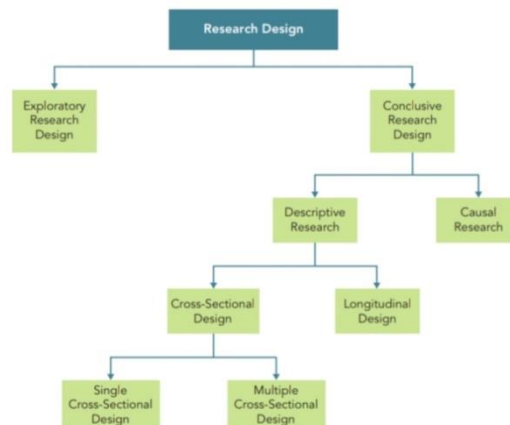
**Gambar 3. 3 Desain dari produk Sejauh Mata**

Sumber : [www.sejauh.com](http://www.sejauh.com)

Desain Terinspirasi dari peternakan rumput laut yang tersebar di perairan Indonesia. garis dan kotak dari atas, hijau dan biru dan perahu petani kecil, serat ganggang yang kita lihat dan makan. Pemandangan benda dan alam dan kita, kamu dan aku.

### 3.2 Desain Penelitian

Menurut Malhotra (2020) *Research Design* adalah kerangka atau susunan untuk melakukan penelitian. *Research Design* di klasifikasi menjadi dua yaitu Exploratory Research Design dan Conclusive Research Design,(Malhotra ,2020) yang bisa kita lihat dari gambar 3.4.



**Gambar 3. 4 Research Design Classification**

Sumber : Malhotra,2020

## 1. *Exploratory Research Design*

Menurut Malhotra (2020) *Exploratory Research* adalah Sebuah studi untuk mempelajari memberikan wawasan dan pemahaman terhadap masalah yang akan di jalani oleh peneliti dalam melakukan penelitian. *Exploratory Research* digunakan untuk peneliti yang mengetahui masalah tersebut tetapi peneliti tidak mengetui penyebab dari masalahnya. *Exploratory Research* memiliki beberapa sifat yaitu fleksibel dan tidak memilki struktur.

## 2. *Conclusive Research Design*

Menurut Malhotra (2020) *Conclusive Research* merupakan riset yang memilki maksud untuk menguji hipotesis dan memeriksa hubungan antara variabel .Peneitian ini biasa nya di lakukan formal daripada penelitian eksploratif, dan data yang digunakan akan dianalisis dengan menggunakan metode kuantitatif. *Conclusive Research* dibagi menjadi 2 yaitu sebagai berikut:

### A. *Descriptive Research*

Menurut Malhotra (2020) Penelitian *Descriptive* adalah yang menggambarkan sesuatu biasanya karakteristik atau fungsi dari suatu pasar. Penelitian *Descriptive Research* dibagi menjadi dua yaitu *Cross Sectional Design* dan *Longitudinal Design* . *Cross Sectional Design* adalah jenis penelitian yang mengumpulkan informasi setiap elemen populasi hanya satukali .*Longitudinal Design* adalah penelitian yang dapat diulang secara berulang - ulang untuk setiap tipe surveinya. terbagi lagi *Cross Sectional Design* ada dua di dalam *Descriptive Research* yaitu sebagai berikut:

1. *Cross Sectional Design* Menurut Malhotra (2020) *Cross Sectional Design* adalah jenis penelitian yang dikumpulkan untuk informasi setiap elemen populasi hanya satukali.

### **a. *Single Cross Sectional Design***

Menurut Malhotra (2020) *Single Cross Sectional Design* merupakan jenis penelitian di mana pengumpulan data dilakukan oleh sampel responden yang diambil dari suatu populasi.

**b. *Multiple Cross Design*** Menurut Malhotra (2020) *Multiple Cross Design* merupakan jenis studi yang mengumpulkan data dari dua atau lebih sampel responden.

### **2. *Longitudinal Design***

Menurut Malhotra (2020) *Longitudinal Design* Sebuah studi penelitian di mana survei dilanjutkan untuk jangka waktu yang lama dan sampel yang sama digunakan pada setiap penelitian.

## **B. *Causal Research***

Menurut Malhotra (2020) *Causal Research* digunakan untuk memperoleh bukti hubungan sebab-akibat. Penelitian ini untuk hasilnya dilakukan dengan metode eksperimen. Penelitian ini memiliki beberapa sifat yaitu lebih variabel bebas dan dapat mengukur pengaruhnya terhadap variable. Pada penelitian kali ini penulis menggunakan metode kuantitatif untuk mengetahui penyebab yang dapat menentukan keputusan pembeli. Penulis menggunakan metode *Descriptive Research* tujuannya adalah untuk menjelaskan sifat - sifat dan mengenali suatu kejadian yang terjadi dalam perusahaan dalam pengambilan data nya.

Penulis juga menggunakan *Cross Sectional Design* karena penulis mengambil setiap elemen populasi hanya satukali dan peneliti juga menggunakan metode *Single Cross Sectional Design* karena penelitian di mana pengumpulan data dilakukan oleh sampel responden yang diambil dari suatu populasi. Karena alasan itulah penulis menggunakan tiga metode tersebut yaitu metode *Descriptive Research*, *Cross Sectional Design* dan *Single Cross Sectional Design*. Peneliti menggunakan metode menyebar kuesioner kepada responden dengan menggunakan skala Likert 1-7.

### 3.2.1 Data Penelitian

Menurut Malhotra (2020) bahwa Research Data terpecah menjadi dua dan sebagai berikut:

#### a. *Primary Data*

*Primary Data* merupakan data yang kita dapat secara langsung penulis untuk tujuan khusus menangani masalah penelitian. Pada penelitian kali ini peneliti untuk data peneliti menggunakan metode kuesioner dan menggunakan *Primary Data*. Survey kali ini dilakukan kepada perempuan dan pria yang memiliki usia 18 hingga 34 tahun yang mempunyai budget untuk membeli pakaian dalam sebulan adalah Rp 600.000 sampai dengan lebih dari Rp1.000.000 yang pernah melakukan kegiatan ramah lingkungan seperti Menanam pohon di sekitar rumah kalian, Mendaur ulang sampah plastic, membeli dan menggunakan produk ramah lingkungan seperti (Kebutuhan sehari – hari, Sepatu, Botol stainless steel) dan kegiatan yang serupa lainnya tetapi mengetahui brand dari Sejauh Mata Memandang dan belum pernah sama sekali membeli produk dari Sejauh Mata Memandang.

#### b. *Secondary Data*

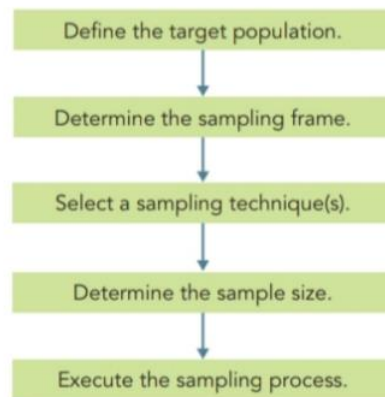
*Secondary Data* adalah data yang dikumpulkan untuk berbagai tujuan selain masalah yang dihadapi. Data sekunder biasanya ditemukan di beberapa jurnal , buku maupun website yang mengandung informasi yang kita butuhkan.

Pada penelitian kali ini data yang digunakan data primer yaitu data didapatkan secara langsung dengan menggunakan penyebaran kuesioner yang langsung diisi oleh responden dan juga peneliti menggunakan data sekunder, Data sekunder ini diperoleh penulis dari website atau jurnal ilmiah dan sebagainya yang bisa penulis gunakan sebagai pelengkap informasi yang peneliti butuhkan.

### 3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

Pada penelitian kali ini terdapat lima tahapan *Sampling Design process* yang terdiri dari sebagai berikut yang pertama adalah menentukan sasaran populasi . Tahap kedua ada menentukan kerangka sampling dan tahap ketika ada memilih teknik pengambilan sampel yang ke empat menentukan ukuran sampel dan yang langkah yang terakhir melakukan proses sampel . Menurut Malhotra (2020) langkah - langkah yang terjadi di *Sampling Design process* saling terkait erat dan relevan

dengan semua penelitian pemasaran Oleh karena itu, sehingga keputusan desain sampel harus diintegrasikan dengan semua keputusan lain dalam proyek riset.



**Gambar 3. 5 Design Process**

**Sumber: Malhotra (2020)**

### **3.3.1 Mendefinisikan Target Populasi**

Seperangkat item atau objek yang berisi informasi yang peneliti dan kesimpulan yang harus dibuat (Malhotra, 2020) . Pada penelitian penulis kali ini yang akan menjadi target populasinya adalah orang yang mengetahui brand Sejauh Mata Memandang target populasi terbagi lagi menjadi beberapa yang berupa element, sampling unit, extent dan time. dan sebagai berikut penjelasannya.

#### **a. Element**

*Element* objek tentang berasal atau dari mana informasi itu diinginkan. dan berisi kesimpulan yang akan berasal dari peneliti (Malhotra 2020).

#### **b. Sampling Unit**

*Sampling Unit* Suatu elemen atau unit yang mengandung elemen-elemen yang dapat dipilih pada beberapa tahapan prosedur sampling (Malhotra, 2020). Sampling unit kali ini dilakukan kepada perempuan dan pria yang memiliki usia 18 - 34 tahun yang mempunyai budget untuk membeli pakaian dalam sebulan adalah Rp 600.000 sampai dengan lebih dari Rp1.000.000 yang pernah melakukan kegiatan ramah lingkungan seperti Menanam pohon di sekitar rumah kalian, Mendaur ulang sampah plastic, membeli dan menggunakan produk ramah lingkungan seperti

(Kebutuhan sehari – hari, Sepatu, Botol stainless steel) dan kegiatan yang serupa lainnya tetapi mengetahui brand dari Sejauh Mata Memandang dan belum pernah sama sekali membeli produk dari Sejauh Mata Memandang.

**c. Extent**

*Extent* adalah menurut Malhotra (2020) lebih menunjukkan letak geografis peneliti mengumpulkan data penelitian yang berupa survey ataupun dengan cara lain . Penelitian kali ini peneliti mengambil di Indonesia

**d. Time**

*Time* merupakan menurut Malhotra (2020) berapa lama nya penulis dalam melakukan pengambilan data maupun melaksanakan penelitian. penelitian ini dilakukan dari akhir Januari sampai akhir Mei dan untuk pengambilan data sendiri akhir Maret sampai akhir Mei 2022.

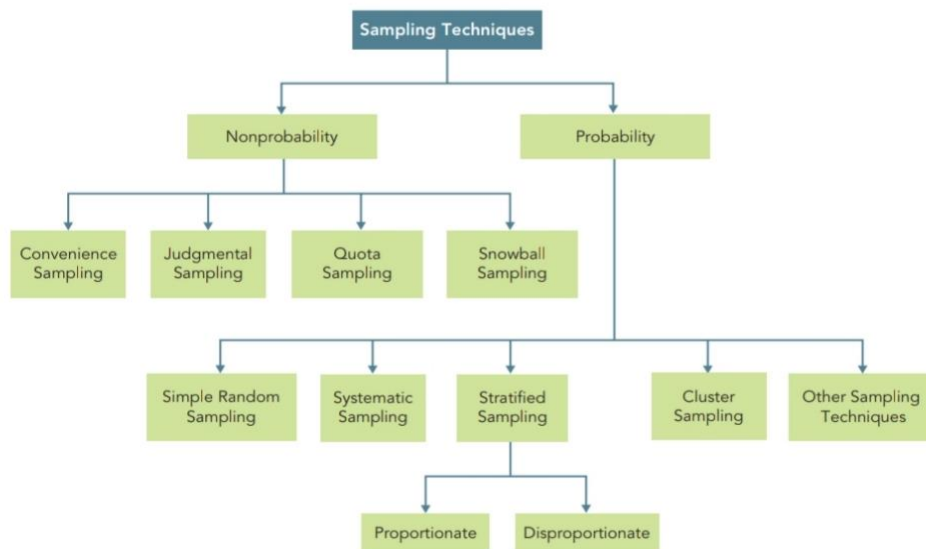
**3.3.2 Menentukan *Samling Frame***

Menurut Malhotra (2020) Sebuah representasi dari elemen populasi target, yang terdiri dari daftar atau kumpulan petunjuk untuk mengidentifikasi populasi target. Penelitian dimana penulis lakukan tidak mempunyai *sampling frame* karena peneliti menggunakan metode *sampling non-probability*.

**3.3.3 Menentukan *Samling Frame***

Menurut Malhotra (2020) Teknik *sampling* terbagi menjadi dua yaitu *probability Sampling* dan *non-probability Sampling* . *Probability sampling* adalah proses pemilihan sampel secara acak tetapi setiap item mempunyai peluang yang sama untuk dipilih dan untuk *non-probability Sampling* adalah metode pemilihan unit dari suatu populasi menggunakan metode subjektif. (Malhotra, 2020).





**Gambar 3. 6 Tipe Teknik Sampling**

Sumber: Malhotra (2020)

Menurut bagan gambar diatas sampling Probability dibagi menjadi lima teknik sampling, yaitu:

**1. Simple Random Sampling (SRS)**

*Simple Random Sampling (SRS)* Setiap item dalam populasi memiliki kesempatan yang sama untuk memilih (Malhotra, 2020).

**2. Systematic Sampling**

*Systematic Sampling* adalah sampel yang dipilih dengan cara memilih dan mengambil secara acak kemudian diambil secara berurutan setiap item dari kerangka sampel (Malhotra, 2020).

**3. Stratified Sampling**

*Stratified Sampling* adalah proses dua langkah di mana populasi klasifikasi menjadi sub populasi (Malhotra, 2020). Stratified sampling terbagi lagi menjadi dua yaitu:

A. *Disproportionate sampling* dan *Proportionate sampling* (Malhotra, 2020).

B. *Cluster Sampling* adalah pembagian sampel sesuai dengan unsur yang petunjuk sebuah sampel (Malhotra, 2020).

*Non-probability Sampling* terbagi lagi menjadi empat teknik sampling :

**a. *Convenience Sampling***

*Convenience Sampling* adalah metode penelitian yang mencoba untuk mendapatkan sampel yang sesuai dengan elemen penelitian (Malhotra, 2020).

**b. *Judgmental Sampling***

*Judgmental Sampling* merupakan suatu bentuk teknik pengambilan sampel di mana elemen populasi dipilih berdasarkan penilaian peneliti (Malhotra, 2020).

**c. *Quota Sampling***

*Quota Sampling* merupakan metode pengambilan sampel di mana data dikumpulkan dari kelompok yang kemudian menggunakan teknik *Judgmental sampling*.

**d. *Snowball Sampling***

*Snowball Sampling* merupakan teknik *Non-probability* yang dimana sekelompok responden yang awalnya dipilih secara acak, kemudian responden tersebut diminta untuk mengidentifikasi orang lain untuk dimasukkan dalam kelompok sasaran yang diminati (Malhotra, 2020).

Dalam penelitian kali ini penulis menggunakan metode *Non-probability sampling*. Karena berdasarkan penelitian peneliti tidak semua responden sesuai dengan kriteria yang sudah penulis buat dan setelah itu penulis menggunakan *Judgmental sampling* karena para responden harus melewati pertanyaan screening yang sudah dibuat oleh penulis.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

### 3.3.4 Menentukan *Sampling Size*

Menurut Malhotra (2020) Mengacu pada jumlah item yang termasuk dalam penelitian anda . Menurut Hair et al.. (2019) Syarat untuk menentukan jumlah sampel minimum yang diperlukan untuk penelitian:

- a. Jumlah sampel minimum sebanyak 50 observasi
- b. Jumlah perbandingan dengan variable adalah 5 observasi per variable

Menurut Hair et al., (2019) dalam menentukan *sampling size* Dalam hal rasio pengamatan terhadap variabel, aturan umumnya adalah memiliki minimum pengamatan 5 kali lebih banyak daripada jumlah variabel. Sehingga membuat *sample size* dapat dirumuskan dengan  $N*7 = \text{responden Minimum}$ .maka pada penelitian kali ini peneliti menggunakan 16 indikator untuk mengukur 4 variabel ,maka responden minimum yang dibutuhkan adalah 112.

## 3.4 Teknik Pengumpulan Data

### 3.4.1 Periode Penelitian

Penelitian ini dilakukan dari akhir Januari 2022 sampai akhir mei 2022 . Penelitian ini dimulai dengan mencari objek yang akan dibahas dan masalah dari objek yang akan dibahas , setelah itu peneliti akan menuliskan latar belakang masalah, rumusan masalah dan pertanyaan penelitian setelah itu penulis akan menjabarkan tentang tujuan , manfaat,batasan, sistematika penulisan serta teori teori yang berkaitan dengan data yang dimiliki oleh penulis setelah itu akan penulis olah data nya dan di akhir penulis akan membuat kesimpulan atau saran.

### 3.4.2 Pengumpulan Data

Berikut ini merupakan prosedur teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis baik data primer maupun sekunder sebagai berikut:

1. Tahap yang pertama penulis melakukan pengumpulan data yang dilakukan dengan mencari nya lewat jurnal atau buku - buku maupun website yang berhubungan dengan data yang dibutuhkan oleh penulis.

2. Tahap yang kedua penulis memilih jurnal untuk melakukan penulisan kuesioner. supaya pertanyaan yang diajukan kepada responden bisa dipilih dengan baik maupun di mengerti.
3. Tahap yang ketiga penulis menyebarkan pertanyaan kuesioner kepada responden sebagai pre-test dengan mencakup minimal 40 orang responden yang lolos menjawab pertanyaan screening.
4. Tahap yang keempat penulis melakukan pengolahan data yang sudah di uji yang pre-test 40 orang menggunakan aplikasi SPSS statistics 26 untuk uji *Validitas* dan uji *Reliabilitas*. Jika uji validitas maupun uji reliabilitas sudah sesuai dengan ketentuan yang berlaku maka setelah itu bisa dilanjutkan dengan data besar.
5. Tahap yang kelima adalah penulis menyebarkan main test supaya mendapat data yang lebih banyak menggunakan google form.
6. Tahap yang terakhir adalah setelah data terkumpul semua maka setelah itu data akan diolah menggunakan aplikasi SPSS statistics 26 dan aplikasi Lisrel untuk menguji validitas maupun uji reliabilitas.

### 3.5 Operasionalisasi Variabel

Pada penelitian kali ini penulis mempunyai 4 variabel yaitu *Purchase intention*, *Environment Knowledge*, *Subjective Norm*, *Attitude*. Definisi setiap variabel sudah sesuai dengan jurnal yang penulis pilih. Skala untuk penelitian kali ini adalah skala likert 1 - 7 jika skala likert 1 artinya responden sangat tidak setuju dengan pernyataan dan skala likert 7 artinya responden sangat setuju dengan pernyataan yang ada. definisi setiap variabel seperti berikut :

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

**Tabel 3. 1 Definisi Operasional**

| No | Variabel                       | Definisi Operasional   | Kode | Measurement  | Skala            |
|----|--------------------------------|--|------|--|------------------|
| 1  | <i>Environmental Knowledge</i> | Environmental Knowledge sebagai basis pengetahuan umum yang didasarkan pada fakta, konsep, dan hubungan antara lingkungan alam dan ekosistem utamanya .Fryxall dan Lo (2003) | EK 1 | Saya merasa menggunakan produk ramah lingkungan seperti Sejauh Mata Memandang dapat mengurangi polusi(A.K. Manra,2016).                      | Skala Likert 1-7 |
|    |                                |  | EK 2 | Saya merasa menggunakan produk ramah lingkungan seperti Sejauh Mata Memandang dapat mengurangi penggunaan sumber daya alam(A.K. Manra,2016). |                  |

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

|   |                 |  |      |  |                  |
|---|-----------------|--|------|--|------------------|
|   |                 |  | EK 3 | Saya merasa menggunakan produk ramah lingkungan seperti Sejauh Mata Memandang dapat melestarikan sumber daya alam.(A.K. Manra,2016). |                  |
|   |                 |  | EK 4 | Saya mengetahui membeli produk ramah lingkungan seperti Sejauh Mata Memandang baik untuk lingkungan (Goethe,2018).                   |                  |
| 2 | <i>Attitude</i> | Attitude sebagai keadaan mental dan saraf dari kesiapan, yang mempengaruhi respon orang terhadap | AT 1 | Saya merasa dengan membeli produk ramah lingkungan seperti Sejauh Mata Memandang merupakan keputusan yang benar (Ying                | Skala Likert 1-7 |

|  |  |  |      |  |
|--|--|--|------|--|
|  |  | semua objek dan situasi yang dihadapinya. Allport (1935) |      | Sun,Shanyong Wang 2019).   |
|  |  |  | AT 2 | Saya mendukung untuk membeli produk ramah lingkungan seperti sejauh mata memandang (YingSun,Shanyong Wang 2019).               |
|  |  |  | AT 3 | Saya memiliki sikap positif untuk membeli produk ramah lingkungan seperti Se jauh Mata Memandang(Ying Sun,Shanyong Wang 2019). |

|   |                        |   |      |   |                  |
|---|------------------------|---|------|---|------------------|
|   |                        |   | AT 4 | Saya senang membeli produk ramah lingkungan seperti i Sejauh Mata Memandang karena menggunakan bahan ramah lingkungan(Kumar et al.,2020). |                  |
| 3 | <i>Subjective Norm</i> | Subjective Norm dapat dipahami sebagai kekuatan sosial yang dirasakan untuk menunjukkan perilaku tertentu (Ajzen, 1991) | SN 1 | Teman - teman saya berharap saya terlibat dalam penggunaan produk ramah lingkungan seperti Sejauh Mata Memandang (A.K. Manra,2016).       | Skala Likert 1-7 |
|   |                        |   | SN 2 | Keluarga saya berharap saya menggunakan produk ramah lingkungan seperti   |                  |



|  |  |      |  |   |
|--|--|------|--|---|
|  |  |      |  | Sejauh Mata Memandang (A.K. Manra,2016)   |
|  |  | SN 3 |  | Masyarakat sekitar saya berharap saya menggunakan produk ramah lingkungan seperti Sejauh Mata Memandang (A.K. Manra,2016).                |
|  |  | SN 4 |  | Orang yang penting dalam hidup saya berpikir saya harus membeli produk ramah lingkungan seperti Sejauh Mata Memandang(Kumar et al.,2020). |

|   |                          |  |      |  |                  |
|---|--------------------------|--|------|--|------------------|
|   |                          |  |      |  |                  |
| 4 | <i>PurchaseIntention</i> | Niat beli didefinisikan sebagai tindakan yang diharapkan atau direncanakan di masa depan, yang merupakan kemungkinan kecenderungan untuk mengubah keyakinan dan sikap tentang suatu produk dalam | PI 1 | Saya ingin membeli produk ramah lingkungan dari sejauh mata memandang dalam waktu dekat (A.K. Manra,2016).   | Skala Likert 1-7 |
|   |                          |  | PI 2 | Saya akan membeli produk dari sejauh mata memandang jika saya kebetulan melihatnya di toko(A.K. Manra,2016). |                  |

|  |  |                           |      |   |
|--|--|---------------------------|------|---|
|  |  | tindakan.(Woo & Kim 2018) | PI 3 | Saya akan secara aktif mencari produk sejauh mata memandang di toko untuk membelinya(A.K. Manra,2016).                          |
|  |  |                           | PI 4 | Ketika saya akan membeli baju saya berencana untuk membeli produk ramah lingkungan seperti Sejauh Mata Memandang (Goethe,2018). |

### 3.6 Identifikasi Variabel Penelitian

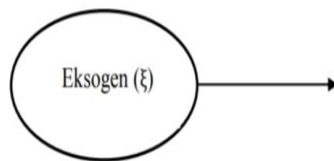
#### 3.2.4 Variabel laten

Variabel laten menurut Malhotra (2020) variable merupakan konsep hipotesis yang tidak teramati yang dapat diwakili oleh variabel yang diamati atau diukur.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## 1. Variabel Eksogen

Variabel eksogen adalah variabel yang independen yang mempengaruhi variabel lain tetapi ditentukan oleh faktor-faktor di luar model, dan tidak dapat dijelaskan oleh variabel dalam model penelitian. (Malhotra, 2020). Untuk variabel eksogen dalam penelitian ini adalah *Environmental Knowledge* dan *Subjective Norm*.

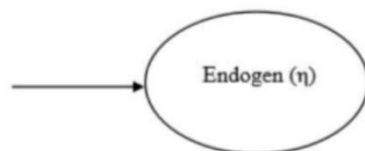


**Gambar 3. 7 Variabel Eksogen**

Sumber :hair et al. (2019)

## 2. Variabel Endogen

Variabel Endogen merupakan variabel dependen yang dipengaruhi oleh variabel lainnya. Variabel ini secara teoritis ditentukan oleh faktor-faktor dalam model (Malhotra, 2020). Untuk variabel endogen dalam penelitian ini adalah *Attitude* dan *Purchase Intention*.



**Gambar 3. 8 Variabel Endogen**

Sumber : hair et al. (2019)

### 3.6.2 Variabel Teramati

Variabel yang dapat diamati atau diukur adalah variabel yang dapat diamati atau diukur secara empiris (Malhotra, 2020). Dalam mengumpulkan data survey setiap pertanyaan yang dibuat untuk penelitian dalam 16 indikator sudah mewakili variabel *Environmental Knowledge*, *Subjective Norm*, *Attitude* dan *Purchase Intention*.

### 3.7 Uji Instrumen

#### 3.7.1 Metode Analisis Pre –test Menngnakan Data Analisis

Menurut Malhotra (2020) faktor analisis nama umum yang menunjukkan kelas prosedur yang terutama digunakan untuk reduction dan summarization. Analisis faktor memberikan dasar untuk membuat satu set variabel baru yang menggabungkan karakter dan sifat dari variabel asli dalam jumlah yang jauh lebih kecil pada penelitian kali ini peneliti menggunakan software dari IBM SPSS versi 26 untuk mengolah data uji maupun untuk membuktikan validitas dan reliabilitas. (Hair et al., 2019).

#### 3.7.2 Uji Validitas

Uji Validitas adalah sejauh mana perbedaan yang diamati dalam skala mencerminkan perbedaan sebenarnya antara, bukan sistematis atau kesalahan acak(Malhotra, 2020).Pengukuran Validitas memiliki beberapa syarat nilai bedasarkan yang di jelaskan Tabel 3.2.

**Tabel 3. 2 Syarat pengukuran Uji validitas**

| NO | Ukuran Validitas  | Nilai Disyaratkan  |
|----|---|--|
| 1  | <b>Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) measure of sampling adequacy.</b><br>adalah indeks yang digunakan untuk menguji kesesuaian faktor analisis (Malhotra, 2020).  | Jika nilai KMO $\geq 0,5$ menunjukkan analisis faktor yang sesuai. jika Nilai KMO $< 0.5$ menyiratkan bahwa analisis faktor mungkin tidak sesuai.(Malhotra, 2020). |
| 2  | <b>Bartlett's Test of Sphericity</b><br>Merupakan uji statistik yang memungkinkan untuk menguji hipotesis bahwa variabel tidak berkorelasi dalam populasi atau dengan kata lain matriks korelasi populasi adalah matriks identitas, setiap variabel berkorelasi | Jika nilai signifikan $\leq 0,05$ maka menunjukan adanya hubungan yang signifikan antara variabel dan indikator nya(Malhotra, 2020).                               |

|   |   |   |
|---|---|---|
|   | sempurna dengan dirinya sendiri ( $r = 1$ ) tetapi tidak memiliki korelasi dengan variabel lain ( $r = 0$ ). (Malhotra, 2020).  |   |
| 3 | <b>Anti-image Correlation Matrices</b><br>Matriks korelasi parsial antara variabel setelah analisis faktor, mewakili sampai mana measurement menjelaskan satu sama lain menggunakan hasil (hair et al, 2019). | Measure of sampling adequacy (MSA) Indeks ini berkisar dari 0 hingga 1 dengan syarat sebagai berikut:<br>Nilai MSA = 1 menandakan bahwa variabel tanpa kesalahan. (hair et al, 2019). |
| 4 | <b>Factor Loadings of Component Matrix</b><br>adalah korelasi suatu indikator dengan faktor yang terbentuk Tujuannya untuk menentukan validitas setiap indikator dalam membangun setiap variabel.             | Indikator dikatakan dapat valid jika nilai factor loading sama dengan 0,5 atau nilai factor loading diatas 0,5. (hair et al, 2019).   |

### 3.7.3 Uji Relibilitas

Pengukuran *Relibilitas* Sejauh mana variabel atau sekumpulan variabel konsisten dengan apa yang ingin diukur. Jika beberapa pengukuran dilakukan, semua pengukuran yang dapat diandalkan akan konsisten dalam nilainya (Malhotra, 2010). Yang menyatakan data *Relibilitas* untuk nilai Cronbach Alpha yang diatas 0,6 atau Cronbach Alpha  $\geq 0,6$  untuk mengukur Cronbach Alpha menggunakan aplikasi Software spss 26.

### 3.8 Metode Analisis Data dengan *Structural Equation Modeling (SEM)*

Penelitian kali ini menggunakan 2 metode *Structural Equation modeling (SEM)* Metode untuk memperkirakan model struktural yang berisi serangkaian hubungan ketergantungan yang saling terkait antara variabel independen dan sebuah variabel dependen . *Multiple regression* adalah metode analisis yang tepat ketika masalah penelitian melibatkan variabel dependen dan dua atau lebih variabel independen (Malhotra, 2020). Pada penelitian kali ini peneliti menggunakan software Lisrel 8.8 untuk melakukan pengukuran.

Menurut Malhotra (2020) penelitian *structural equation modeling (SEM)* terbagi menjadi dua variabel yang terdiri sebagai berikut:

- a. Variabel latent (*latent variable*) variabel yang tidak dapat diukur secara langsung tetapi dapat diukur dengan satu atau lebih *indicator*.
- b. Variabel terukur (*measurement variable*) variabel yang dapat diukur dan dapat digunakan sebagai *indicator*.

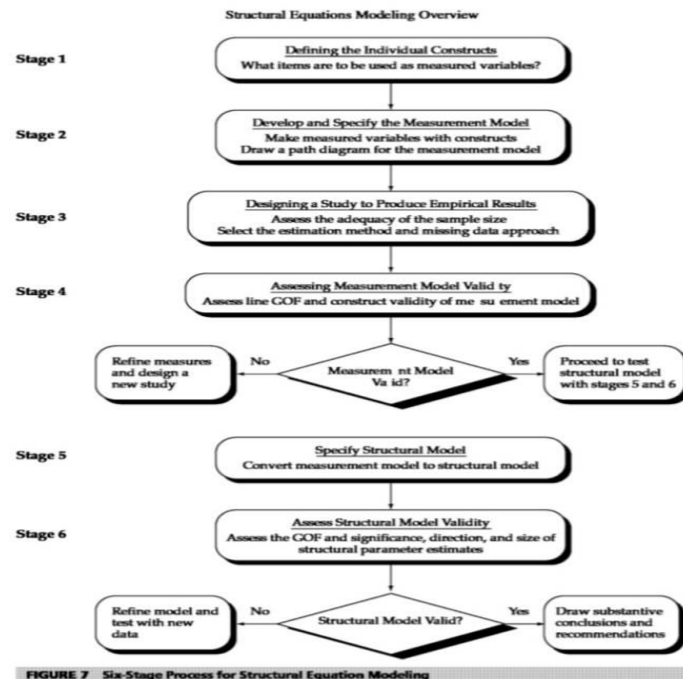
Menurut Malhotra (2020) terdapat juga *structural equation modeling (SEM)* terbagi menjadi dua model yang terdiri sebagai berikut:

- a. Model pengukuran (*measurement model*) mewakili bagaimana variabel yang diukur mewakili *constructs*.
- b. Model struktural (*structural model*) menunjukkan bagaimana *constructs* dikaitkan dengan satu sama lain.

#### 3.8.1 Tahapan Prosedur *Structural Equation Modeling*

Terdapat enam tahapan dalam penggunaan *structural equation model* untuk membutuhkan valid dan tidak valid. Enam tahapan itu bisa di lihat di Gambar 3.9 sebagai berikut:

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



**Gambar 3. 9 Tahapan Prosedur SEM**  
Sumber: Hair et al., (2010)

### 3.8.2 Kecocokan akan Keseluruhan Model (*Overall Fit*)

*Goodness Of Fit (GOF)* menunjukkan seberapa baik model yang ditentukan pengguna secara matematis mereproduksi yang diamati matriks kovarians di antara item indikator. *Goodness of fit* menunjukkan seberapa baik struktur teoretis yang ditentukan mewakili realitas sebagaimana diwakili oleh data (Malhotra,2020). *Goodness of fit (GOF)* terbagi menjadi 3 jenis dan berikut ini adalah 3 jenis GOF:

1. *Absolute Fit measures*: adalah ukuran langsung seberapa baik model yang ditentukan oleh peneliti mereproduksi yang diamati datanya. Dengan demikian, mereka memberikan penilaian paling dasar tentang seberapa baik teori peneliti cocok dengan data sampel.
2. *Incremental fit measures* : untuk jenis ini peneliti menilai seberapa baik model yang diestimasi cocok relatif terhadap beberapa alternative baseline model.



3. *Parsimonious fit measures* untuk Kategori ketiga ini secara khusus dirancang untuk memberikan informasi tentang model mana dari serangkaian model yang bersaing adalah yang terbaik, dengan mempertimbangkan kesesuaiannya dengan kompleksitasnya. Penelitian ini menggunakan software LISREL versi 8.8 dan juga memakai teknik *Structural Equation Model (SEM)* untuk pengolahan data. dalam beberapa acuan nilai terdapat acuan nilai sebagai kriteria kecocokan model yang ditunjukkan dalam tabel 3.3  $\geq 0.5 \leq 0.05 \geq 0.5$ .

**Tabel 3. 3 Goodness of Fit**

| FIT Indices                    |                                   | CUTOFF VALUES FOR GOD INDICES  |   |                               |   |                               |                               |
|--------------------------------|-----------------------------------|--|---|-------------------------------|---|-------------------------------|-------------------------------|
|                                |                                   | N < 250  |   |                               | N > 250                                   |                               |                               |
|                                |                                   | m ≤ 12   | 12 < m < 30                             | m ≥ 30                        | m ≤ 12                                    | 12 < m < 30                   | m ≥ 30                        |
| <b>Absolute Fit Indices</b>    |                                   |  |   |                               |   |                               |                               |
| 1                              | Chi-square ( $\chi^2$ )           | Insignificant p-values expected  | Significant p-values even with good fit | Significant p-values expected | Insignificant p-values even with good fit | Significant p-values expected | Significant p-values expected |
| 2                              | GFI                               | GFI > 0,90   |   |                               |   |                               |                               |
| 3                              | RMSEA                             | RMSEA < 0,80 with CFI ≥ 0,97   | RMSEA < 0,80 with CFI ≥ 0,95            | RMSEA < 0,80 with CFI > 0,92  | RMSEA < 0,07 with CFI ≥ 0,97              | RMSEA < 0,07 with CFI ≥ 0,92  | RMSEA < 0,07 with CFI ≥ 0,90  |
| 4                              | SRMR                              | Biased upward use other indices  | SRMR ≤ 0,80 (with CFI ≥ 0,95)           | SRMR < 0,09 (with CFI > 0,92) | Biased upward use other indices           | SRMR ≤ 0,80 (with CFI > 0,92) | SRMR ≤ 0,80 (with CFI > 0,92) |
| 5                              | Normed Chi-square ( $\chi^2$ )/DF | $(\chi^2)/DF < 3$ is very good or $2(\chi^2)/DF \leq 5$ is acceptable  |   |                               |   |                               |                               |
| <b>Incremental Fit Indices</b> |                                   |  |   |                               |   |                               |                               |
| 1                              | NFI                               | $0 \leq NFI \leq 1$ , model with Perfect fit would produce an NFI of 1 |   |                               |   |                               |                               |
| 2                              | TLI                               | TLI ≥ 0,97   | TLI ≥ 0,95                              | TLI > 0,92                    | TLI ≥ 0,95                                | TLI > 0,92                    | TLI > 0,90                    |
| 3                              | CFI                               | CFI ≥ 0,97   | CFI ≥ 0,95                              | CFI > 0,92                    | CFI ≥ 0,95                                | CFI > 0,92                    | CFI > 0,90                    |

|                              |      |  |                 |              |   |  |  |
|------------------------------|------|--|-----------------|--------------|---|--|--|
| 4                            | RNI  | May not diagnose misspecification well                                     | $RNI \geq 0.95$ | $RNI > 0.92$ | $RNI \geq 0.95$ not used with $N > 1,000$ | $RNI > 0.92$ not used with $N > 1,000$ | $RNI > 0.90$ not used with $N > 1,000$ |
| <b>Parsimony Fit Indices</b> |      |  |                 |              |   |  |  |
| 1                            | AGFI | No statistical test is associated with AGFI, only guidelines to fit        |                 |              |   |  |  |
| 2                            | PNFI | $0 \leq NFI \leq 1$ relatively high values represent relatively better fit |                 |              |   |  |  |

Sumber : Hair et al.,(2010)

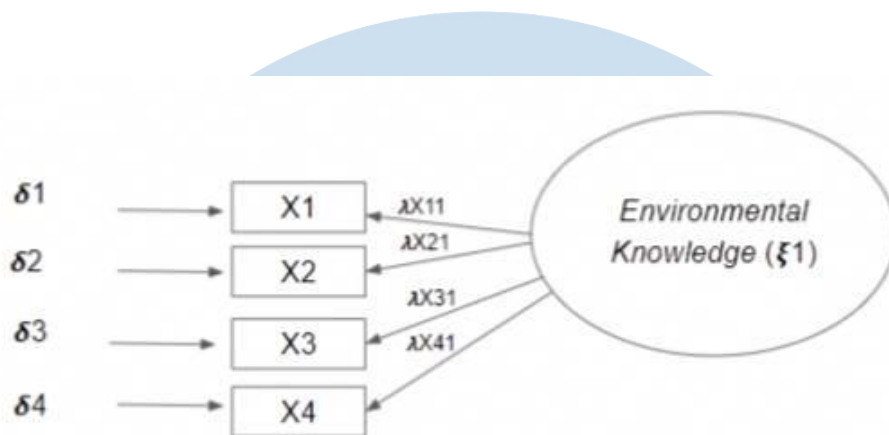
Menurut tabel 3.3 *goodness of fit* di atas, kriteria uji kecocokan pada keseluruhan model dapat ditentukan dengan syarat sebagai berikut:

1. Nilai *Chi-Square Z<sup>2</sup>* untuk *degree of freedom*
2. Satu *absolute fit index* (*GFI, RMSEA, serta RSMR*)
3. Satu *incremental fit index* (*CFI atau TLI*)
4. Satu *goodness of fit index* (*GFI, CFI, TLI*)
5. Satu *badness of fit index* (*RMSEA, SR*)

### 3.8.3 Kecocokan Model Pengukuran (*Measurement Model Fit*)

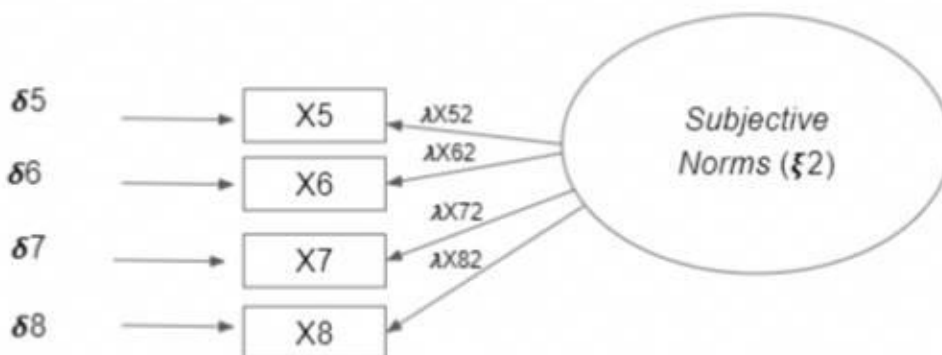
Measurement Model Fit adalah yang bisa disebut juga Plant – confirmed analysis (CFA) (Malhotra, 2020). *Measurement Model Fit* adalah model pengukuran yang di gunakan untuk menguji validitas dan reabilitas (Hair et al., 2019).

1. Sesuatu variabel disebut memiliki validitas terhadap sebuah construct atau terhadap variabel latennya ialah jika *standardized loading factor*  $\geq 0.50$  (Hair et al., 2019).
2. Suatu variabel dapat di katakan memiliki reliabilitas baik jika menggunakan rumus berikut ini (Hair et al., 2019):
  - a. *Construct Reliability* (CR) berada diantara  $\geq 0.7$
  - b. *Variance Extracted* (VE)  $\geq 0.5$



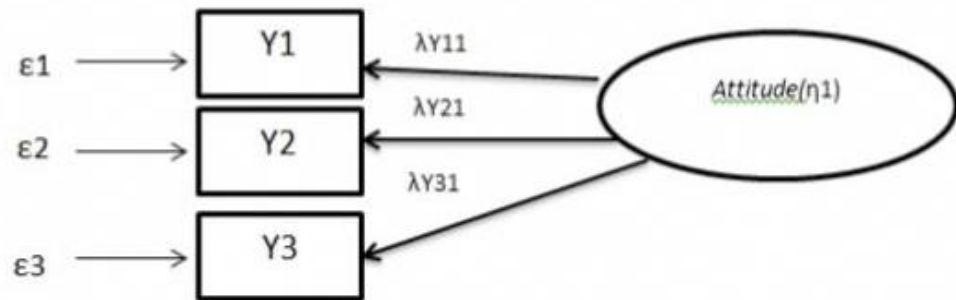
**Gambar 3. 10 Measurement Model Variabel Environmental Knowledge**

Gambar 3.10 adalah measurement model terdiri dari empat pernyataan (indikator) yang merupakan 1st CFA (*Confirmatory factor analysis*) dan mewakili satu variabel laten yaitu *Environmental Knowledge* Variabel laten *Environmental Knowledge* diwakili dengan notasi 1.



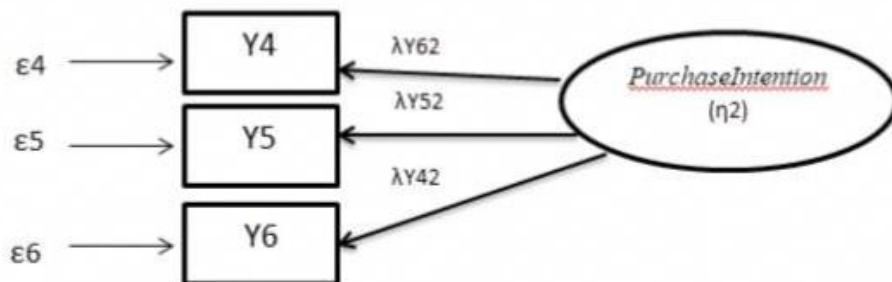
**Gambar 3. 11 Measurement Model Variabel Subjective Norms**

Gambar 3.11 merupakan measurement model terdiri dari empat pernyataan (indikator) yang merupakan 1st CFA (*Confirmatory factor analysis*) dan mewakili satu variabel laten yaitu *Subjective Norms* Variabel laten *Subjective Norms* diwakili dengan notasi 1.



**Gambar 3. 12 Measurement Model Variabel Attitude**

Gambar 3.12 merupakan measurement model terdiri dari tiga pernyataan (indikator) yang merupakan 1st CFA (*Confirmatory factor analysis*) dan mewakili satu variabel laten yaitu *Attitude* Variabel laten *Attitude* diwakili dengan notasi  $\eta_1$ .



**Gambar 3. 13 Measurement Model Variabel Purchase Intention**

Gambar 3.13 merupakan measurement model terdiri dari tiga pernyataan (indikator) yang merupakan 1st CFA (*Confirmatory factor analysis*) dan mewakili satu variabel laten yaitu *PurchaseIntention* Variabel laten *Purchase Intention* diwakili dengan notasi  $\eta_2$ .

### 3.3.4 Kecocokan Model Struktural

Malhotra (2020) Kumpulan satu atau lebih dependence ketergantungan yang hipotesis *model constructs*. *Model struktural* paling berguna dalam mewakili keterkaitan variabel antara constructs. *Struktural model (structural model)* atau disebut latent variable *relationship*. Persamaan umumnya adalah sebagai berikut:

$$\eta = \gamma \xi + \zeta$$

$$\eta = \beta \eta + \gamma \xi + \zeta$$

Menurut Lind et al (2012) mengalisa *struktural* model selanjutnya peneliti melakukan uji hipotesis. Uji hipotesis adalah Prosedur berdasarkan bukti sampel dan probabilitas teori untuk menentukan apakah hipotesis adalah pernyataan yang masuk akal menurut Lind (2012). Ada prosedur lima langkah yang mensistematisasikan pengujian hipotesis sebagai berikut:

#### 1. *State the Null Hypothesis (H0) and the Alternate Hypothesis (H1)*

Langkah pertama adalah menyatakan hipotesis yang sedang diuji ini disebut hipotesis nol ditunjuk H0 artinya tidak ada perubahan. Untuk Ditulis H1 dan dibaca "H sub one." yang artinya Hipotesis alternatif diterima jika data sampel memberi kita cukup bukti statistik bahwa hipotesis nol salah.

#### 2. *Select a Level of Significance*

Level of significance atau alpha ( $\alpha$ ) merupakan kemungkinan ditolaknya null hypothesis (H0). Pada penelitian ini level of significance yang digunakan tingkat 0.5 atau sering dinyatakan sebagai tingkat 5%.

Level of significance memiliki 2 jenis error, yaitu :

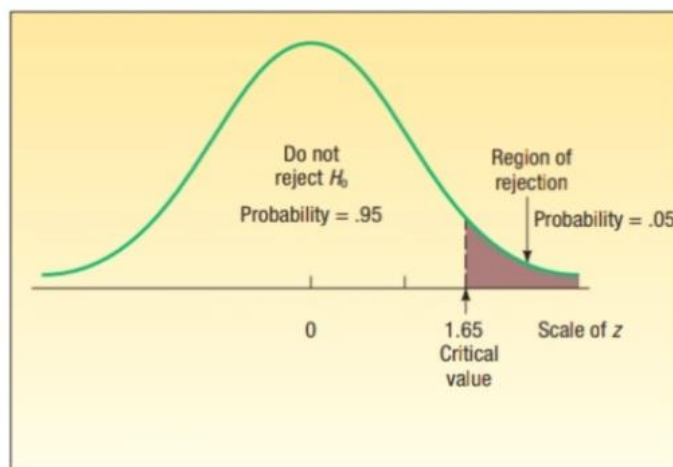
- a. Type I error ( $\alpha$ ), artinya menolak null hypothesis, H0 ketika benar
- b. Type II error ( $\beta$ ), artinya menerima null hypothesis ketika salah

### 3. Select the Test Statistic

Test statistik adalah sebuah nilai yang diperoleh dari informasi sample yang digunakan untuk dapat memastikan apakah *null hypothesis* ditolak atau diterima. Untuk hal tersebut bisa kita lihat dari t-value dan nilai *critical value*. Jika hasil t-value lebih besar dari *critical value* maka *null hypothesis* ( $H_0$ ) ditolak

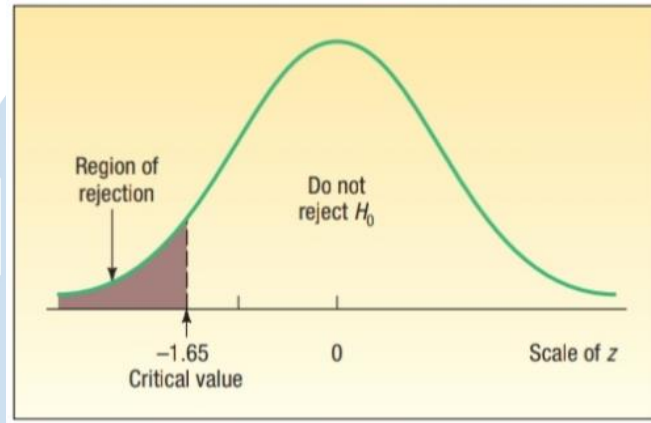
### 4. Formulate a decision rule

*Decision rule* adalah pernyataan kondisi spesifik di mana *null hypothesis* ( $H_0$ ) ditolak atau diterima pada acuan t-table dalam penelitian ini adalah  $\geq 1.65$ . Pengaruh positif jika *critical value*  $\geq 1.65$ . Sedangkan negatif jika *critical value*  $-1.65$ . Pada gambar 3.13 terlihat *critical value* berada (*right tailed test*) yang artinya positif sedangkan untuk gambar 3.14 terlihat *critical value* berada (*left tailed test*) yang artinya negatif.



Gambar 3. 14 *Right Tailed Test*

Sumber : Lind, Marchal, & Wathen (2012)



**Gambar 3. 15 Left Tailed Test**

**Sumber : Lind, Marchal, & Wathen (2012)**

### 5. Make a Decision

Langkah kelima dan terakhir dalam pengujian hipotesis adalah menghitung test statistic membandingkannya dengan critical value dan membuat keputusan untuk menolak atau terima nullhypothesis.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA