

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menganalisis mengenai pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian. Yang menjadi objek dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependent*). Variabel bebas adalah variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel bebas, merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (Sugiyono, 2008:59). Adapun yang merupakan variabel bebas adalah gaya hidup yang terdiri dari Nilai yang Dianut, Aktivitas dan Ketertarikan, Sikap dan Demografi.

Selanjutnya variabel bebas (*independent*) tersebut berpengaruh terhadap variabel terikat. Variabel terikat (*dependent*) disebut variabel *output*, variabel kriteria, konsekuen. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2008:59). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian. Adapun yang merupakan variabel terikat adalah keputusan pembelian yang terdiri dari Pilihan Produk, Pilihan Merek, Pilihan Distributor, Jumlah Pembelian dan Waktu Pembelian.

Adapun yang menjadi subjek penelitian adalah konsumen *green products* pada komunitas *green* di kota Bandung yaitu komunitas Greenaration Indonesia, Komunitas U-Green ITB dan Forum Hijau Bandung. Komunitas *green*

mempunyai kepedulian terhadap lingkungan sehingga pengalaman membeli *green products* dipengaruhi oleh nilai yang dianutnya sekarang. Nilai yang dianut erat kaitannya dengan gaya hidup. Hal ini dikarenakan dalam gaya hidup ada nilai, unsur, atau aspek nilai yang dianut. Dengan demikian komunitas *green* membeli *green products* salah satunya dilatarbelakangi oleh gaya hidupnya sekarang. Berdasarkan hasil observasi, anggota komunitas *green* termasuk kedalam kelompok Gen Y karena anggota komunitas didominasi oleh remaja dan dewasa yang usianya dibawah 40 tahun. Gen Y adalah generasi yang lahir pada tahun 1981 dan setelahnya serta generasi ini memiliki kecenderungan lebih peduli terhadap lingkungan. Hal ini diperkuat oleh hasil penelitian *Deloitte Automotive Group Generation Y Survey* (DAGGS) diperoleh hasil penelitian sebagai berikut.

From a social point of view, Gen Y takes into account how others perceive them; thus, leveraging the social benefits of “going green” should be place at a premium when developing marketing communications. Finally, the major driving force behind Gen Y’s auto purchase decisions is economic benefits, so in addition to “saving the world,” consumers must feel as though they are receiving a true economic value with their purchase.

Dari hasil temuan tersebut dapat dikatakan bahwa Gen Y memiliki kepedulian terhadap lingkungan. Dalam memutuskan membeli produk, lingkungan menjadi pertimbangan penting. (Sumber: Gen Y+Sustainability | Michigan State University).

Berdasarkan objek penelitian diatas, maka akan dianalisis mengenai gambaran gaya hidup konsumen *green products* pada komunitas *Green* di kota Bandung, gambaran keputusan pembelian konsumen *green products* pada

komunitas *green* di kota Bandung dan pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian.

Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu kurang dari satu tahun yaitu dari bulan Maret hingga September 2012, maka metode yang digunakan adalah *cross-sectional survey*.

cross-sectional survey yaitu metode pengumpulan data (yang juga merupakan salah satu metode penelitian deskriptif) dimana informasi yang dikumpulkan hanya pada suatu saat tertentu. Yang dimaksud pengumpulan data pada suatu saat bukan hanya pada suatu hari saja, namun bisa dilakukan dalam beberapa hari atau bahkan beberapa minggu oleh karena situasi, (Ronny Kountur, 2003:106).

3.2 Metode dan Disain Penelitian

3.2.1 Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2008:2-5) Secara umum metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Menurut Sugiyono, terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu, cara ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris dan sistematis. Rasional berarti kegiatan penelitian itu dilakukan dengan cara yang masuk akal, sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Empiris berarti cara-cara yang dilakukan itu dapat diamati oleh indera manusia, sehingga orang lain dapat mengetahui cara-cara yang digunakan. Sistematis artinya proses yang digunakan dalam penelitian itu menggunakan langkah-langkah tertentu yang bersifat logis. Walaupun langkah-langkah penelitian antara metode kuantitatif, kualitatif dan R&D berbeda, tapi semuanya sistematis.

Data yang diperoleh melalui penelitian itu adalah data empiris (teramati) yang mempunyai kriteria tertentu yaitu valid. Valid menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti.

Setiap penelitian mempunyai tujuan dan kegunaan tertentu. Secara umum tujuan penelitian ada tiga macam yaitu bersifat penemuan, pembuktian dan pengembangan. Penemuan berarti data yang diperoleh dari penelitian itu adalah data yang betul-betul baru yang belum pernah diketahui. Pembuktian berarti data yang diperoleh itu digunakan untuk membuktikan adanya keragu-raguan terhadap informasi atau pengetahuan tertentu. Pengembangan berarti memperdalam dan memperluas pengetahuan yang telah ada.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat dikemukakan bahwa Metode Penelitian Bisnis dapat diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan dan dibuktikan, suatu pengetahuan tertentu sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah dalam bidang bisnis, (Sugiyono, 2008:5).

Metode penelitian yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini adalah metode deskriptif dan verifikatif. “Penelitian dengan menggunakan metode deskriptif adalah jenis penelitian yang memberikan gambaran atau uraian atas suatu keadaan sejelas mungkin tanpa ada perlakuan terhadap objek yang diteliti” (Ronny Kountur, 2003:105). Tujuan dari metode deskriptif adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai

fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. Fenomena yang diselidiki dalam penelitian ini adalah gaya hidup dan keputusan pembelian.

Kausalitas menurut Malhotra (2005:100) Penelitian verifikatif atau penelitian kausal adalah penelitian untuk mendapatkan bukti hubungan sebab akibat (*cause-and-effect*), yaitu hubungan antara variabel independen (yang mempengaruhi) dengan variabel dependen (yang dipengaruhi). penelitian verifikatif ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yaitu melalui pengumpulan data di lapangan, dalam penelitian ini akan di uji apakah terdapat pengaruh antara gaya hidup terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan jenis penelitiannya, yaitu penelitian deskriptif dan verifikatif, maka metode yang digunakan adalah *explanatory survey* yaitu penelitian yang digunakan untuk menjelaskan hubungan kausal dan pengujian hipotesis. Berdasarkan jenis penelitian yang telah disebutkan, maka metode yang digunakan adalah metode *explanatory survey*. Sugiyono (2008:11) bahwa metode survey (metode *explanatory survey*) digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, test, wawancara terstruktur dan sebagainya (perlakuan tidak seperti dalam eksperimen).

3.2.2 Disain Penelitian

Menurut Arikunto (2010:90) “Disain penelitian adalah rencana atau rancangan yang dibuat oleh peneliti, sebagai ancar-ancar kegiatan yang akan dilaksanakan”. Disain penelitian mencakup rencana, struktur dan strategi.

Sebagai rencana dan struktur, desain penelitian merupakan perencanaan penelitian, yakni penjelasan secara rinci tentang keseluruhan rencana penelitian yang dimulai dari perumusan masalah, tujuan, gambaran pengaruh antar variabel, perumusan hipotesis sampai rencana analisis data. Sebagai strategi, desain penelitian merupakan penjelasan rinci tentang apa yang akan dilakukan penelitian dalam rangka pelaksanaan penelitian.

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kausal. Menurut Sugiyono (2008:56), desain kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi disini ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (dipengaruhi). Desain kausal berguna untuk menganalisis hubungan-hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya, atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya. Oleh karena itu desain kausalitas pada penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian *green products*.

3.3 Operasionalisasi Variabel

Variabel penelitian ini terdiri atas variabel gaya hidup (X) dan keputusan pembelian (Y). Dalam hal ini yang menjadi indikator dari variabel gaya hidup (X) adalah Nilai yang dianut (*values*), Aktivitas dan Ketertarikan (*Activities & Interests*), Sikap (*Attitudes*) dan Demografi (*Demographics*). Untuk variabel keputusan pembelian (Y) yang menjadi indikatornya adalah Pilihan Produk (*Products Choice*), Pilihan Merek (*Brand*), Pilihan Distributor (*Dealer*), Jumlah

Pembelian (*Quantity*) dan Waktu Pembelian (*Timing*). Operasionalisasi masing-masing variabel tersebut diuraikan dalam Tabel 3.1 berikut:



Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No
<p>Gaya Hidup (X₁)</p> <p>“Gaya hidup pada dasarnya adalah bagaimna seorang manusia hidup. Bagaimana seseorang merealisasikan konsep diri masing-masing, dan ditentukan oleh pengalaman masa lalu, karakteristik dalam diri, dan situasi sekarang. Gaya hidup seseorang mempengaruhi keseluruhan aspek perilaku konsumsi dan adalah sebuah fungsi karakteristik dasar individu yang dibentuk melalui interaksi sosial sebagai orang yang berkembang melalui daur hidup.”</p> <p>Menurut Hawkins & Mothersbaugh (2010:434)</p>	<p>Nilai</p> <p>“kepercayaan terutama tentang apa yang bisa diterima dan atau dikehendaki.”</p> <p>(Hawkins & Mothersbaugh : 435)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat apresiasi terhadap alam. • Tingkat orientasi perilaku terhadap alam. • Tingkat kesiapan menerapkan prinsip 5R. 	Likert	1 2 3
	<p>Aktivitas dan Ketertarikan</p> <p>“Perilaku yang tidak berhubungan dengan pekerjaan yang mana konsumen mencurahkan waktu dan usahanya.”</p> <p>(Hawkins & Mothersbaugh : 436)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat keterlibatan dalam mengikuti kegiatan pada komunitas <i>green</i> dalam mengisi waktu luang. • Tingkat kesenangan mengikuti kampanye <i>go green</i>. • Tingkat ketertarikan mengonsumsi <i>green products</i> 	Likert	4 5 6
	<p>Sikap</p> <p>“Evaluasi pernyataan tentang orang lain, distribusi, produk, ide, dan lainnya.”</p> <p>(Hawkins & Mothersbaugh : 435)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kepedulian terhadap lingkungan. • Tingkat kesesuaian produk ramah lingkungan dengan nilai yang dianutnya. • Tingkat ketidaksukaan terhadap produk yang tidak ramah lingkungan. • Tingkat apresiasi terhadap produk ramah 	Likert	7 8 9 10

Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No
		lingkungan. • Tingkat pandangan terhadap sikap pemerintah.		11
	Demografi “Usia, pendidikan, pendapatan, pekerjaan, struktur keluarga, etnik, latar belakang, jenis kelamin, dan lainnya.” (Hawkins & Mothersbaugh : 436)	• Tingkat pengaruh pendidikan dalam konsumsi produk ramah lingkungan. • Tingkat pengaruh pekerjaan dalam konsumsi produk ramah lingkungan.	Likert	12 13
Keputusan Pembelian (Y) Keputusan pembelian merupakan sebuah hasil proses yang terdiri dari lima tahap yaitu <i>Problem Recognition</i> (pengenalan kebutuhan), <i>Information Search</i> (pencarian informasi), <i>Evaluation of Alternatives</i> (pengevaluasian alternatif), <i>Purchase Decision</i> (keputusan pembelian), dan <i>Post Purchase Decision</i> (perilaku setelah pembelian). Menurut Kotler & Keller (2012:166)\	Pilihan Produk Pilihan produk adalah proses pemilihan produk pembelian diantara berbagai produk yang tersedia.	• Tingkat keputusan pembelian <i>green products</i> berdasarkan proses pembuatannya. • Tingkat keputusan pembelian <i>green products</i> berdasarkan bahan material. • Tingkat keputusan pembelian <i>green products</i> berdasarkan manfaat produk. • Tingkat keputusan pembelian <i>green products</i> berdasarkan masa pakainya.	Likert	14 15 16 17
	Pilihan Merek Pilihan merek adalah proses pemilihan merek pembelian antara berbagai merek yang tersedia.	• Tingkat keputusan pembelian <i>green products</i> berdasarkan preferensi daya tarik merek dalam menentukan keputusan pembelian. • Tingkat keputusan pembelian <i>green products</i> berdasarkan preferensi kepercayaan merek dalam menentukan keputusan pembelian.	Likert	18 19

Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No
	<p>Pilihan Distributor Pilihan saluran pembelian adalah proses pemilihan tempat pembelian produk.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat keputusan pembelian <i>green products</i> berdasarkan ketersediaan berbagai jenis pilihan produk. 	Likert	20
	<p>Jumlah Pembelian Jumlah pembelian adalah kuantitas pembelian konsumen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat keputusan pembelian <i>green products</i> berdasarkan banyaknya produk yang ingin dibeli. 	Likert	21
	<p>Waktu pembelian Waktu pembelian adalah intensitas pembelian konsumen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat keputusan pembelian berdasarkan keinginan untuk melakukan pembelian berulang. 	Likert	22

3.4 Jenis Data, Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Jenis dan Sumber Data

Menurut Arikunto (2010:172) yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Ada dua jenis data berdasarkan sumbernya, yaitu data primer dan data sekunder.

Data primer adalah data yang diperoleh dari hasil penelitian langsung secara empirik kepada pelaku langsung atau yang terlibat langsung dengan menggunakan teknik pengumpulan data tertentu (Umar, 2002:64). Data primer ini berupa objek/*person* yang memiliki hubungan langsung dengan objek penelitian dalam hal ini adalah komunitas Greenaration Indonesia, U-GREEN ITB dan Forum Hijau Bandung. Dalam hal ini penulis mempergunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi dan penyebaran angket.

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak lain atau hasil penelitian pihak lain atau data yang sudah tersedia sebelumnya yang diperoleh dari pihak lain yang berasal dari buku-buku, literatur, artikel dan ilmiah-ilmiah (Umar, 2002:84). Saat ini, data sekunder dapat diperoleh dari data yang diperoleh dari pihak lain dan sumber umum seperti internet, buku, surat kabar, majalah dan jurnal.

Untuk lebih jelasnya mengenai data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian, maka peneliti mengumpulkan dan menyajikan dalam Tabel 3.2 berikut:

Tabel 3.2
Jenis Data dan Sumber Data

Jenis Data	Kategori Data	Sumber Data
Pendapatan per kapita penduduk Indonesia tahun 2007-2011	Sekunder	Laporan Tahunan Biro Pusat Statistik Indonesia
Jumlah penduduk Indonesia berdasarkan Tingkat pendidikan	Sekunder	Laporan Tahunan Biro Pusat Statistik Indonesia
Kesepakatan Dunia untuk mengurangi emisi gas rumah kaca sebesar	Sekunder	Dokumen UNFCCC PBB di Bali (Bali <i>Road Map</i>)
Anjuran presiden untuk masyarakat dan pelaku bisnis untuk mulai berperilaku <i>green</i>	Sekunder	Peraturan Presiden No.61 Tahun 2011 Tentang RAN-GRK
Daftar negara-negara yang sudah menjalankan <i>green purchasing</i>	Sekunder	<i>Discussion Paper Division Of Technology, Industry and Economics, UNEP Paris France</i>
Data Produk Ramah Lingkungan di Indonesia	Sekunder	Survey lapangan peneliti
Untuk mengetahui gambaran keputusan pembelian <i>green products</i>	Sekunder	Dokumen hasil survey yang dilakukan oleh Mintel, Green Seal, dan Catalyzed Communication
Untuk mengetahui gambaran gaya hidup komunitas <i>green</i>	Primer	Hasil observasi dan wawancara dengan responden

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari tiga bagian yaitu:

1. Wawancara, yaitu dialog langsung dengan pihak perwakilan dari komunitas Greenaration Indonesia, U-GREEN ITB dan Forum Hijau Bandung yang akan diteliti.
2. Penelitian kepustakaan (*Library Research*) yaitu dengan cara mempelajari bahan-bahan yang dianggap perlu dan berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk memperoleh bahan-bahan yang dapat dijadikan landasan teori.

3. Melalui internet, untuk memperoleh informasi yang berkaitan dengan masalah penelitian berupa data hasil survey pra penelitian, data pendukung variabel gaya hidup dan keputusan pembelian.
4. Penggunaan kuesioner (angket), yaitu cara pengumpulan data dengan menggunakan daftar pertanyaan dan pernyataan (angket) atau daftar isian terhadap objek yang diteliti atau kepada perantara yang mengetahui persoalan dari objek yang sedang diteliti. Daftar pertanyaan dan pernyataan ini disebarkan kepada anggota komunitas Greenaration Indonesia, U-GREEN ITB dan Forum Hijau Bandung.

Berikut langkah-langkah pembuatan angket:

1. Menyusun kisi-kisi angket atau daftar pertanyaan dan pernyataan.
2. Merumuskan item-item pertanyaan dan pernyataan serta alternatif jawabannya. Jenis instrument yang digunakan bersifat tertutup dan terbuka. Pertanyaan dan pernyataan tertutup yaitu responden hanya perlu mengisi angket dengan jawaban yang telah disediakan dalam bentuk pilihan berjenjang dari yang intensitasnya paling rendah. Ada dua jenis pertanyaan dan pernyataan tertutup yaitu jawaban dengan pilihan tunggal dan pilihan berganda. Pertanyaan terbuka merupakan pertanyaan bersifat essay. Dimana jawaban murni dari responden.
3. Menetapkan pemberian skor untuk setiap item pertanyaan. Pada penelitian ini, kriteria pembobotan nilai untuk alternatif jawaban dapat dilihat pada Tabel di bawah ini:

Tabel 3.3
Kriteria Bobot Nilai Alternatif

Pilihan Jawaban	Bobot Pernyataan Positif	Bobot Pernyataan Negatif
Sangat setuju/selalu/sangat positif	5	1
Setuju/sering/positif	4	2
Ragu-ragu/kadang-kadang/netral/tidak tahu	3	3
Tidak setuju/hampir tidak pernah/negative	2	4
Sangat tidak setuju/tidak pernah/negative	1	5

Sumber : Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis (2008 : 133)

3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel

3.5.1 Populasi

Pengertian populasi menurut Arikunto (2010:173) “Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian”. Dalam penelitian ini, yang menjadi populasi adalah konsumen *green products* pada komunitas *green* di kota Bandung yaitu komunitas Greenaration Indonesia, U-Green ITB dan Forum Hijau Bandung. Adapun jumlah keseluruhan anggota komunitas adalah sebagai berikut:

Tabel 3.4
Jumlah Populasi Penelitian

Komunitas	Jumlah
Greenaration Indonesia	15
U-Green ITB	115
Forum Hijau Bandung	35
Total	165

Sumber : Hasil Survey Lapangan Bulan Juli 2012

Untuk populasi anggota Forum Hijau Bandung Semua total populasi tiap komunitas adalah anggota yang sudah ter-*database* secara komputerisasi. Namun jumlah populasi ini dapat bertambah setiap waktu.

3.5.2 Sampel

Definisi sampel menurut Arikunto (2010:174) “Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti”. Menurut Arikunto dinamakan penelitian sampel apabila kita bermaksud untuk menggeneralisasikan hasil penelitian sampel. Yang dimaksud menggeneralisasikan adalah mengangkat kesimpulan penelitian sebagai suatu yang berlaku bagi populasi.

Untuk penarikan jumlah sampel, akan dihitung dengan rumus *Slovin* yang diambil dari buku metodologi penelitian pendekatan praktis dalam penelitian (Simamora, 2004: 37):

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e² = Presisi yang ditetapkan menggunakan 0,01

Berdasarkan rumus *slovin* maka dapat diukur besarnya sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{165}{1 + 165 \cdot 0,01} = 62,264 = 62$$

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 62 responden dari 165 anggota komunitas Greenaration Indonesia, U-GREEN ITB dan Forum Hijau Bandung.

Tabel 3.5
Penyebaran Proporsi Sampel

Komunitas	Jumlah
Greenaration Indonesia	$15/165 \times 62 = 5,63 = 6$ orang
U-GREEN ITB	$115/165 \times 62 = 43,21 = 43$ orang
Forum Hijau Bandung	$35/165 \times 62 = 13,15 = 13$ orang
Total	62

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penulis

3.5.3 Teknik Penarikan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan penulis adalah teknik *non probability sampling*, yaitu sebuah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.

Sedangkan teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Menurut Arikunto (2010:183), *Purposive Sample* atau Sampel Bertujuan dilakukan dengan cara mengambil subjek bukan didasarkan atas strata, random atau daerah tetapi didasarkan atas adanya tujuan tertentu. Teknik ini biasanya dilakukan karena beberapa pertimbangan, yaitu komunitas *green* yang didominasi oleh Gen Y dimana generasi tersebut memiliki kepedulian terhadap alam yang lebih dibandingkan generasi pendahulunya, sehingga dalam melakukan pembelian produk mempertimbangkan aspek alam. Selain itu komunitas *green* memiliki pengetahuan tentang *green products* yang lebih baik dibandingkan konsumen maupun masyarakat pada umumnya, sehingga untuk penelitian ini komunitas *green* merupakan responden yang dianggap lebih kompeten dalam menjawab setiap permasalahan dalam penelitian ini. Yang

terakhir adalah diharapkan dari komunitas *green* ini dapat digali informasi mengenai keberadaan dari jenis-jenis *green product* yang sudah ada khususnya di kota Bandung.

Yang menjadi sampel pada komunitas Greenaration Indonesia, U-Green ITB dan Forum Hijau Bandung adalah anggota komunitas yang ada pada saat penyebaran kuesioner ada di sekre atau di kantor Greenaration Indonesia. Untuk Forum Hijau Bandung diambil dari total kehadiran absensi pada acara yang rutin diadakan satu bulan sekali. Jika pada beberapa responden sulit ditemui maka penyebaran kuesioner dilakukan dengan mengirimkan kuesioner secara online dengan mengirimkan via email, twitter, atau facebook yang bersangkutan dengan bantuan google docs.

3.6 Rancangan Analisis Data, Teknis Analisis Data, dan Uji Hipotesis

3.6.1 Rancangan Analisis Data

Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian pada konsumen *green products* pada komunitas *green* di kota Bandung maka dilakukan melalui analisis data dengan menggunakan angket (kuesioner) yang disebarkan kepada responden. Alat statistik juga digunakan untuk menganalisis data sehingga memudahkan penafsiran data mentah yang diperoleh yang akhirnya akan menghasilkan jenis data ordinal.

Setelah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner terkumpul, langkah selanjutnya adalah mengolah dan menafsirkan data sehingga dari hasil

tersebut dapat dilihat apakah antara variabel gaya hidup (X) yang diteliti terdapat pengaruhnya atau tidak terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

Dalam melaksanakan pengolahan data ini prosedur analisis data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Mengecek jawaban yang telah diisi oleh responden untuk mengetahui kelengkapan hasil jawaban responden yang akan menentukan layak tidaknya jawaban tersebut diolah lebih lanjut.
2. Menghitung bobot nilai dengan menggunakan skala interval dalam 5 pilihan jawaban skala pengukuran *Likert*.

Tabel 3.6
Pola Skoring Kuesioner Skala Lima

No.	Pilihan	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Netral	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Simamora (2004:46-49)

3. Rekapitulasi nilai angket variabel X (gaya hidup) dan variabel Y (keputusan pembelian)
4. Tahap uji coba kuesioner, untuk menguji layak atau tidaknya kuesioner yang disebarkan kepada responden, maka penulis melakukan dua tahap pengujian yaitu uji validitas dan uji realibilitas. Keberhasilan mutu hasil penelitian dipengaruhi oleh data yang *valid* dan *reliable*. Oleh karena itu, dibutuhkan instrumen penelitian yang juga *valid* dan *reliable*. *Valid* berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur, sedangkan *reliable* berarti instrumen

yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2008:172-173).

5. Tahap selanjutnya adalah melakukan uji statistik dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana karena penelitian ini didasari oleh hubungan fungsional atau hubungan sebab akibat (kausal) antara satu variabel bebas (X) gaya hidup terhadap variabel (Y) keputusan pembelian.

3.6.1.1 Pengujian Validitas

Mengingat pengumpulan data atau informasi dilakukan dengan menggunakan kuesioner, maka kesungguhan responden dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan dari kuesioner merupakan hal yang sangat penting dalam penelitian ini. Instrument yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu harus *valid* dan *reliable*.

Simamora (2004:58-59) menyatakan validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument. Suatu instrument dianggap valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Dengan kata lain, mampu memperoleh data yang tepat dari variabel yang diteliti.

Bagian kuesioner dapat berupa butir-butir pertanyaan secara sendiri-sendiri, dapat pula berupa faktor, yaitu kumpulan beberapa butir yang memiliki keterkaitan. Salah satu cara untuk mengukur validitas adalah dengan cara analisis butir.

Prosedur analisis butir sebetulnya sama saja dengan analisis faktor. Caranya, skor butir-butir pertanyaan (sebagai variabel X) dikorelasikan dengan skor total (sebagai variabel Y). Dari koefisien korelasi yang dihasilkan dapat

ditentukan butir pertanyaan mana yang valid dan mana yang tidak valid dan harus diganti. Syarat sebuah butir pertanyaan dianggap valid adalah jika koefisien korelainya dianggap signifikan. Apabila korelasi antar faktor rendah, seperti telah dikatakan, masing-masing faktor mengukur variabel yang berbeda. Oleh karena itu validitas butir pertanyaan dicari dengan mengkorelasikan setiap butir pertanyaan dengan faktor masing-masing.

Adapun untuk menghitung korelasi (r) secara manual dapat menggunakan rumus di bawah ini:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N \sum X^2 - (\sum X)^2)(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}} \quad (\text{Simamora, 2004:62})$$

Dimana:

r_{xy} = Koefisien Korelasi

$\sum X$ = Jumlah skor tiap item

$\sum Y$ = Jumlah total skor seluruh item

N = Jumlah responden

Langkah-langkah yang dilakukan dalam uji validitas instrument angket tersebut adalah sebagai berikut:

1. Memberikan nomor pada angket yang masuk
2. Memberikan skor pada setiap item sesuai dengan bobot yang telah ditentukan, yakni dengan menggunakan kategori 5 Skala Likert
3. Membuat Tabel untuk mendapatkan harga $\sum xy$, $\sum x^2$, dan $\sum y^2$, sesuai dengan rumus diatas, dengan mengikuti langkah-langkah sebagai berikut:
 - a. Meng-*input* data skor setiap item angket

b. Menghitung harga $\sum x^2$, dengan mengikuti langkah-langkah sebagai berikut:

- (1) Menghitung *mean* untuk setiap angket
- (2) Mengurangkan skor setiap item dengan *mean* tiap item, sehingga diperoleh harga x
- (3) Mengkuadratkan harga x untuk tiap-tiap item, sehingga mendapatkan harga x^2
- (4) Menjumlahkan harga x^2 , sehingga diperoleh harga $\sum x^2$

c. Menghitung harga, dengan mengikuti langkah-langkah sebagai berikut:

- (1) Menjumlahkan skor setiap responden, sehingga mendapatkan skor total untuk tiap responden
- (2) Menghitung *mean* skor total
- (3) Mengurangkan skor total tiap-tiap responden dengan *mean* skor total, sehingga diperoleh harga y
- (4) Mengkuadratkan harga y tiap-tiap responden, sehingga mendapatkan harga y^2
- (5) Menjumlahkan harga y^2 , sehingga diperoleh harga $\sum y^2$

d. Menghitung harga $\sum xy$, dengan mengikuti langkah-langkah sebagai berikut:

- (1) Mengalikan harga x untuk setiap item angket dengan harga y , sehingga mendapatkan harga xy
- (2) Menjumlahkan harga xy , sehingga mendapatkan harga $\sum xy$

(3) Mensubstitusikan harga-harga $\sum xy$, $\sum x^2$, dan $\sum y^2$ ke dalam rumus, sehingga diperoleh harga r_{xy} untuk tiap-tiap item angket

(4) Mengkonsultasikan harga r_{xy} dengan kriteria pengujian validitas

4. Menghitung Uji-t dengan rumus:

$$t = r \sqrt{\frac{N - 2}{1 - r^2}}$$

Dimana:

t = Nilai t_{hitung}

r = Koefisien Korelasi hasil t_{hitung}

N = Jumlah Responden dengan

Distribusi (Tabel t) untuk $\alpha = 0.05$ dan derajat kebebasan ($dk = n-2$)

5. Keputusan pengujian validitas instrument:

- Jika $r_{hitung} \geq r_{Tabel}$ berarti valid
- Jika $r_{hitung} \leq r_{Tabel}$ berarti tidak valid

Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan program SPSS 17.0 for windows. Hasil pengujian validitas item pertanyaan pada kuesioner untuk setiap variabel ditunjukkan pada Tabel 3.7.

Tabel 3.7
Hasil Pengujian Validitas Item Pertanyaan

Gaya Hidup (X)				
No	Item Pertanyaan	r_i	r_{Tabel}	Ket.
Nilai				
1	Alam adalah sesuatu yang perlu dihargai.	0,607	0,374	Valid
2	Sudah saatnya perilaku kita sekarang berorientasi pada kelestarian alam.	0,701	0,374	Valid
3	Sudah saatnya kita mulai menerapkan prinsip <i>reuse, reduce, recycle, rethinking</i> , dan <i>responsible</i> dalam kehidupan sehari-hari.	0,863	0,374	Valid
Aktivitas dan Ketertarikan				
4	Salah satu kegiatan yang diikuti untuk mengisi waktu luang adalah dengan	0,562	0,374	Valid

	ikut dalam kegiatan komunitas peduli lingkungan.			
5	Saya senang bisa ikut kampanye <i>go green</i> .	0,527	0,374	Valid
6	Saya tertarik mengonsumsi produk ramah lingkungan baik jasa maupun barang.	0,796	0,374	Valid
Sikap				
7	Saya termasuk orang yang peduli terhadap kelestarian alam.	0,698	0,374	Valid
8	Karena saya peduli lingkungan, produk ramah lingkungan sangat sesuai bagi saya.	0,534	0,374	Valid
9	Saya tidak suka produk yang dapat mencemari lingkungan.	0,422	0,374	Valid
10	Semakin banyak produk ramah lingkungan di pasaran akan semakin bagus.	0,599	0,374	Valid
11	Sudah saatnya pemerintah kita membuat dan menerapkan undang-undang mengenai standar produk ramah lingkungan.	0,686	0,374	Valid
Demografi				
12	Pendidikan dan pengetahuan yang dimiliki mempengaruhi perilaku konsumsi.	0,694	0,374	Valid
13	Penghasilan seseorang berpengaruh terhadap perilaku konsumsi mereka.	0,465	0,374	Valid
Keputusan Pembelian (Y)				
No	Item Pertanyaan	r_i	r_{Tabel}	Ket.
Pilihan Produk				
1	Saya membeli produk ramah lingkungan karena prosesnya tidak menggunakan zat kimia yang berbahaya.	0,754	0,374	Valid
2	Saya membeli produk ramah lingkungan karena fungsinya dapat mengurangi pencemaran lingkungan.	0,571	0,374	Valid
3	Saya membeli produk ramah lingkungan karena bahan-bahan materialnya tidak membahayakan alam.	0,759	0,374	Valid
4	Saya membeli produk ramah lingkungan karena dapat digunakan kembali dan berulang kali.	0,486	0,374	Valid
Pilihan Merek				
5	Dalam membeli produk ramah lingkungan (<i>green products</i>), daya tarik merek selalu menjadi bahan pertimbangan saya.	0,395	0,374	Valid
6	Dalam membeli produk ramah lingkungan (<i>green products</i>) kepercayaan suatu merek menjadi hal yang penting.	0,556	0,374	Valid
Pilihan Distributor				
7	Saya membeli produk ramah lingkungan (<i>green products</i>) di tempat yang memiliki ketersediaan varian yang banyak.	0,734	0,374	Valid
Jumlah Pembelian				
8	Saya membeli produk ramah lingkungan (<i>green products</i>) dengan tingkat	0,669	0,374	Valid

	kuantitas yang menyesuaikan dengan tingkat kebutuhan.			
Waktu Pembelian				
9	Saya akan membeli kembali produk ramah lingkungan.	0,676	0,374	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Agustus 2012

Berdasarkan pengujian kuesioner terhadap 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (df) $n-2$ atau $(30-2=28)$, maka di dapat nilai r_{tabel} sebesar 0,374. Sehingga dapat diketahui bahwa semua item pernyataan dari instrumen dinyatakan valid karena skor r_{hitung} lebih besar dari skor r_{tabel} , sehingga item-item pernyataan tersebut dapat dijadikan sebagai alat ukur dari variabel yang akan diteliti.

3.6.1.2 Pengujian Reliabilitas

Setelah menguji validitas kuesioner, langkah selanjutnya adalah uji reliabilitas. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah alat pengumpul data tersebut menunjukkan tingkat ketetapan, tingkat keakuratan, kestabilan atau konsistensi dalam mengungkap gejala tertentu dari sekelompok individu walaupun dilaksanakan pada waktu yang berbeda. Simamora (2004:63) menyatakan bahwa reliabilitas adalah tingkat keandalan kuesioner. Kuesioner yang reliabel adalah kuesioner yang apabila dicobaakan secara berulang-ulang kepada kelompok yang sama akan menghasilkan data yang sama. Asumsinya, tidak terdapat perubahan psikologis pada responden. Ada dua jenis reliabilitas, yaitu reliabilitas eksternal dan reliabilitas internal.

Dalam penelitian ini teknik yang dipakai untuk mengukur reliabilitas dari instrumen penelitian yaitu dengan menggunakan menggunakan cara analisis reliabilitas internal.

Reliabilitas internal diperoleh dengan menganalisis data yang berasal dari satu kali pengujian kuesioner. Salah satu teknik menghitung reliabilitas internal yaitu rumus *Alpha Croanbach*.

Untuk menguji reliabilitas dalam penelitian ini digunakan teknik dengan rumus *Alpha Croanbach* sebagai berikut:

$$C\alpha = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right) \quad (\text{Simamora, 2004: 77})$$

Dimana:

$C\alpha$ = Croanbanch Alpha (Reliabilitas Instrumen)

k = Banyaknya item angket

$\sum \alpha_b^2$ = Jumlah varian bulir

α_t^2 = Varian total

Langkah-langkah pengujian dengan menggunakan rumus tersebut adalah sebagai berikut:

1. Membuat daftar distribusi nilai untuk setiap item angket dengan langkah-langkah sebagai berikut:
 - a) Memberikan nomor pada angket yang masuk
 - b) Memberikan nomor pada setiap item sesuai dengan bobot yang telah ditentukan yakni kategori 5 Skala Likert
 - c) Menjumlahkan skor untuk setiap responden dan kemudian jumlah skor tersebut dikuadratkan

- d) Menjumlahkan skor yang ada pada setiap item dari setiap jawaban yang diberikan responden. Total dari setiap jumlah skor setiap item harus sama dengan total skor dari setiap responden
- e) Mengkuadratkan skor-skor jawaban dari tiap-tiap responden untuk setiap item dan kemudian menjumlahkannya
2. Untuk mendapatkan koefisien reliabilitas instrument terlebih dahulu setiap item tersebut dijumlahkan untuk mendapatkan jumlah varians item $\sum \sigma_b^2$, langkah selanjutnya adalah melakukan perhitungan untuk mendapatkan varians total (σ_t^2) dengan rumus sebagai berikut:

$$\sigma_t^2 = \frac{\sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{N}}{N} \quad (\text{Arikunto, 2010: 239})$$

Dimana:

σ_t^2 = harga varians total

$\sum Y^2$ = jumlah kuadrat skor total

$(\sum Y)^2$ = jumlah kuadrat dari jumlah skor total

N = jumlah responden

3. Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut:
- Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, berarti item pertanyaan dikatakan reliabel
 - Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$, berarti item pertanyaan dikatakan tidak reliabel

Dalam penelitian kali ini uji reliabilitas yang digunakan adalah uji reliabilitas internal dengan menggunakan teknik *Croanbanch Alpha*.

Tabel 3.8
Hasil Pengujian Reliabilitas Item Pertanyaan

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Nilai r kritis	Keterangan
Gaya Hidup	0,865	0,700	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,804	0,700	Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan data Agustus 2012

Pengujian reliabilitas kuesioner dilakukan terhadap 30 responden, dari hasil pengujian reliabilitas tersebut diketahui bahwa nilai dari setiap pernyataan dikatakan reliabel, karena $C\alpha_{hitung} \geq C\alpha_{kritis}$, sehingga pernyataan-pernyataan tersebut kapanpun dan dimanapun ditanyakan terhadap responden akan memberikan hasil ukur yang sama.

3.6.2 Teknik Analisis Data

3.6.2.1 Analisis Korelasi

Mengingat skala pengukuran dalam menjangkau data penelitian ini seluruhnya diukur dalam skala ordinal, yaitu skala yang berjenjang dimana sesuatu “lebih” atau “kurang” dari yang lain. Maka skala ordinal tersebut harus dirubah kedalam bentuk skala interval, karena merupakan syarat pengolahan data dengan penerapan *statistic parametric* dengan menggunakan *Method Successive Interval* (MSI).

1. *Method Successive Interval (MSI).*

Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Perhatikan setiap item pertanyaan
- b. Untuk setiap item hitung frekuensi (F), berapa responden yang mendapat skor 1, 2, 3, 4, 5.
- c. Tentukan populasi (P) dengan cara membagi frekuensi dengan jumlah responden.
- d. Hitung populasi kumulatif.
- e. Hitung nilai Z untuk setiap populasi kumulatif yang diperoleh.
- f. Tentukan nilai skala (*scale value*) untuk setiap nilai Z dengan rumus:

$$\text{Scale value} = \frac{(\text{Density at Lower Limit}) - (\text{Density at Upper Limit})}{(\text{Area below Upper Limit}) - (\text{area below Lower Limit})}$$

Data penelitian yang sudah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel independen dengan variabel dependen serta ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

Setelah data diolah dan terkumpul maka langkah selanjutnya adalah menghitungnya dengan menggunakan analisis korelasi yang bertujuan mencari hubungan antara kedua variabel yang diteliti.

Hubungan dua variabel terdiri dari dua macam yaitu hubungan yang positif dan hubungan yang negatif. Hubungan X dan Y dikatakan positif apabila kenaikan (penurunan) X pada umumnya diikuti kenaikan (penurunan) Y. Ukuran yang dipakai untuk mengetahui kuat atau tidaknya hubungan antara X dan Y

disebut koefisien korelasi (r). Nilai koefisien korelasi paling sedikit -1 dan paling besar 1 ($-1 \leq r \leq 1$), artinya jika:

$r = 1$, hubungan X dan Y sempurna dan positif (mendekati 1, hubungan sangat kuat dan positif).

$r = -1$, hubungan X dan Y sempurna dan negatif (mendekati -1, hubungan sangat kuat dan negatif).

$r = 0$, hubungan X dan Y lemah sekali atau tidak ada hubungan.

Penelitian koefisien korelasi (r) dalam penelitian ini menggunakan koefisien korelasi *Pearson* (*Pearson's Product Moment Coefficient of Correlation*) (Simamora, 2004:62) yaitu :

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N \sum X^2 - (\sum X)^2)(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

n = Banyaknya item yang diteliti

X = Nilai variabel X yaitu gaya hidup

Y = Nilai variabel Y yaitu keputusan pembelian

Untuk mengetahui tingkat hubungan dari kedua variabel tersebut maka dapat dilihat pada Tabel 3.9

Tabel 3.9

Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Klasifikasi
0,000 – 0,199	Sangat Rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2008:250)

3.6.2.2 Analisis Regresi Linier Sederhana

Menurut Sugiyono (2008:270) menyatakan bahwa regresi linier sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Kegunaan regresi dalam penelitian salah satunya adalah untuk meramalkan dan memprediksi variabel terikat (Y) apabila variabel bebas (X) diketahui. Regresi sederhana dapat dianalisis karena didasari hubungan oleh hubungan fungsional atau hubungan sebab akibat (kausal) variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

Persamaan regresi sederhana X atas Y adalah sebagai berikut (Sugiyono, 2008:270).

$$\hat{Y} = a + bX$$

Dimana:

\hat{Y} = Keputusan Pembelian (Variabel dependen, subjek dalam variabel dependen yang diprediksikan)

a = Harga Y, jika X = 0

b = Angka arah atau koefisien regresi

X = Subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

Langkah-langkah yang dilakukan yang akan digunakan dalam analisis regresi sederhana adalah sebagai berikut:

1. Mencari harga-harga yang akan digunakan dalam menghitung koefisien a dan b, yaitu: $\sum X$ $\sum Y$ dan $\sum XY$ $\sum X^2$ $\sum Y^2$
2. Mencari koefisien regresi a dan b dengan rumus sebagai berikut:

$$a = \frac{(\sum Y)(\sum X^2) - (\sum X)(\sum XY)}{n \sum X^2 - (\sum X)^2} \quad (\text{Sugiyono, 2008:272})$$

$$b = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{n \sum X^2 - (\sum X)^2} \quad (\text{Sugiyono, 2008:272})$$

X dikatakan mempengaruhi Y, jika berubahnya nilai X akan menyebabkan adanya perubahan nilai Y, artinya naik turunnya X akan membuat nilai Y juga naik turun, dengan demikian nilai Y akan bervariasi. Namun nilai Y bervariasi tersebut tidak semata-mata disebabkan oleh X, karena masih ada faktor lain yang menyebabkannya.

3.6.2.3 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah kuadrat koefisien korelasi. Dalam penggunaan koefisien determinasi dinyatakan dalam persen sehingga harus dikalikan 100%. Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui persentase pengaruh yang terjadi dari variabel bebas terhadap variabel tak bebas, dengan asumsi $0 \leq r^2 \leq 1$

$$KP = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KP = Nilai koefisien determinan

r = Nilai koefisien korelasi

3.6.2.4 Uji Hipotesis

Untuk menentukan apakah H_0 diterima atau ditolak maka digunakan model uji statistik yang digunakan untuk mengukur pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian.

$$b = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{n \sum X^2 - (\sum X)^2} \quad (\text{Sugiyono, 2008:272})$$

X dikatakan mempengaruhi Y, jika berubahnya nilai X akan menyebabkan adanya perubahan nilai Y, artinya naik turunnya X akan membuat nilai Y juga naik turun, dengan demikian nilai Y akan bervariasi. Namun nilai Y bervariasi tersebut tidak semata-mata disebabkan oleh X, karena masih ada faktor lain yang menyebabkannya.

3.6.2.5 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah kuadrat koefisien korelasi. Dalam penggunaan koefisien determinasi dinyatakan dalam persen sehingga harus dikalikan 100%. Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui persentase pengaruh yang terjadi dari variabel bebas terhadap variabel tak bebas, dengan asumsi $0 \leq r^2 \leq 1$

$$KP = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KP = Nilai koefisien determinan

r = Nilai koefisien korelasi

3.6.2.6 Uji Hipotesis

Untuk menentukan apakah H_0 diterima atau ditolak maka digunakan model uji statistik yang digunakan untuk mengukur pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian.

Langkah-langkah dalam pengujian hipotesisnya sebagai berikut:

1. Membuat hipotesis penelitian yang akan diuji sebagai berikut:

H_0 : Gaya hidup tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian

H_1 : Gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian

Mengambil taraf signifikansi sebesar 5% ($\alpha = 5\%$) dan $df = n-2$ untuk menentukan t_{tabel} .

2. Menentukan uji statistik t yaitu dengan menggunakan rumus distribusi student ($t_{student}$). Rumus dari *distribusi student* (Sugiyono, 2008:250) adalah:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t = distribusi student
 r = Koefisien korelasi *Product Moment*
 n = Banyaknya data

3. Menentukan H_0 diterima atau ditolak

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.