

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Gambaran Singkat Decoratif Flower

Decoratif Flower merupakan HOME INDUSTRI yang berasal dari daerah krasak bangsri yang di mulai dari hobi dan berkembang menjadi bisnis rumahan. Dikelola dan di buat oleh ibu Afruhatin dari tahun 2000 dan sampai sekarang. Nama decoratif flower di buat oleh anak perempuan Afruhatin yaitu Esti Rahmawati. Decoratif Flower beralamat di Krasak Rt 01 Rw 16 Kec. Bangsri Jepara. jumlah karyawan Decoratif Flower sebanyak 2 orang , letak toko Decoratif Flower pun masih di area Rumah dan belum mempunyai Toko sendiri.

Harga bunga hias pun ber variasi sesuai dengan tingkat kesulitannya, semakin sulit dan rumit pembuatannya maka akan semakin tinggi harga jualnya. Dalam menjalankan bisnisnya sebagai produk hias, ibu Afruhatin memilih plastik sebagai bahan utama nya. karena sadar akan banyaknya sampah plastik di rumahnya ibu Afruhatin mencoba untuk mengembangkannya sebagai produk jual.

Decoratif Flower menyediakan berbagai macam bunga hiasan yaitu, hiasan meja, hiasan tembok, hiasan gantung dan hiasan bunga pojok. Dengan banyaknya jenis hiasan bunga tersebut konsumen bisa memilih produk yang sesuai dengan kebutuhannya. Decoratif Flower memudahkan pembelinya untuk membeli produk yang ramah lingkungan.

4.2 Deskripsi Responden

Data deskripsi ini menggambarkan tentang keadaan yang berkaitan dengan responden maupun konsumen berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendidikan terakhir, pendapatan/uang saku perbulan. Kemudian responden di dalam penelitian ini adalah 96 responden yakni berdasarkan konsumen Decoratif Flower di krasak bangsri. Tabel 4.1 dibawah ini merupakan rincian yang berkenaan dengan pengiriman dan pengembalian kuesioner serta tingkat pengembalian dan total kuesioner yang diolah.

Tabel 4. 1
Rinciann Pengambilan dan Penyebaran Kuesiner

Keterangan	Jumlah
Kuesioner yang disebar	96
Kuesioner yang kembali	96
Kuesioner yang digunakan	96
Kuesioner yang tidak kembali	0
Tingkat pengembalian kuesioner (96/96x100%)	100%
Total Kuesioner yang diolah	96

Sumber : Data Diolah, 2018

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa kuesioner yang disebar sebanyak 96 kuesioner dan yang kembali sebanyak 96 kuesioner, dengan tingkat pengembalian sebesar 100%. Sehingga jumlah kuesioner yang diolah sebanyak 96.

4.2.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut :

Tabel 4. 2
Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Perempuan	96	100,0	100,0	100,0

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa jenis kelamin yang paling mendominasi yaitu kelompok jenis kelamin perempuan 96 responden atau sebesar 100%. Dari data di atas maka dapat dilihat bahwa 100 perempuan menggunakan produk hias limbah plastik.

4.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel 4.3 berikut :

Tabel 4. 3
Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
< 18 tahun	9	9,4	9,4	9,4
> 35 tahun	9	9,4	9,4	18,8
Valid 18 tahun - 25 tahun	49	51,0	51,0	69,8
26 tahun - 35 tahun	29	30,2	30,2	100,0
Total	96	100,0	100,0	

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

Jadi berdasarkan tabel di atas maka dapat diketahui bahwa usia yang paling mendominasi yakni kelompok usia 18-25 tahun sebanyak 49 responden atau sebesar 51,0%. Kelompok usia 26-35 tahun sebanyak 29 responden atau sebesar 30,2%. Kelompok usia <18 tahun sebanyak 9 responden atau sebesar 9,4%. Kelompok usia > 35 tahun sebanyak 9 responden atau sebesar 9,4%. Dari

data di atas maka dapat diketahui bahwa kebanyakan responden yang menggunakan produk limbah plastik hias adalah usia 18-25 tahun, sehingga produk limbah plastik hias memang dapat diterima disegala usia.

4.2.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Responden berdasarkan pendidikan terakhir dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut :

Tabel 4. 4
Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Perguruan Tinggi	26	27,1	27,1	27,1
SD	2	2,1	2,1	29,2
SMA	55	57,3	57,3	86,5
SMP	13	13,5	13,5	100,0
Total	96	100,0	100,0	

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

Jadi berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa masyarakat yang memiliki pendidikan terakhir yang paling mendominasi yaitu pendidikan terakhir SMA sebanyak 55 responden atau sebanyak 57,3%. Kelompok pendidikan terakhir Perguruan Tinggi sebanyak 26 responden atau sebanyak 27,1%. Kelompok pendidikan terakhir SMP sebanyak 13 responden atau sebanyak 13,5%. Kelompok pendidikan terakhir SD sebanyak 2 responden atau sebanyak 2,1%. Dari data di atas maka dapat dilihat bahwa kecenderungan pendidikan terakhir SMA lebih banyak menggunakan produk limbah plastik hias.

4.2.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada tabel 4.5 berikut:

Tabel 4. 5
Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Lain - lain.....	23	24,0	24,0	24,0
Pegawai Negeri	5	5,2	5,2	29,2
Valid Pelajar/Mahasiswa	24	25,0	25,0	54,2
Wiraswasta	44	45,8	45,8	100,0
Total	96	100,0	100,0	

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

Jadi berdasarkan tabel di atas maka dapat diketahui bahwa pekerjaan yang paling mendominasi yaitu kelompok wiraswasta sebanyak 44 responden atau sebesar 45,8%. Kelompok pelajar/mahasiswa sebanyak 24 responden atau sebesar 25,0%. Kelompok Lain – lain sebesar 23 responden atau sebesar 24,0% . kelompok PNS sebesar 5 responden atau 5,2%. Dari data di atas maka dapat dilihat bahwa sebagian besar konsumen yang membeli serta memakai produk limbah plastik hias yang ter banyak adalah wiraswasta.

4.2.5 Deskripsi Responden berdasarkan Pendapatan/Uang Saku Perbulan

Responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada tabel 4.6 berikut:

Tabel 4. 6
Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan/Uang Saku Perbulan

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
< Rp. 500.000	13	13,5	13,5	13,5
> Rp. 2.500.000	16	16,7	16,7	30,2
Valid Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	27	28,1	28,1	58,3
Rp.1.000.000 - Rp. 2.500.000	40	41,7	41,7	100,0
Total	96	100,0	100,0	

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

Jadi berdasarkan tabel di atas maka dapat diketahui bahwa pendapata/uang saku perbulan yang paling mendominasi yaitu kelompok Rp.1.000.000 - Rp. 2.500.000 sebanyak 40 responden atau sebesar 41,7%. Kelompok Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000 sebanyak 27 responden atau sebesar 28,1%. Kelompok > Rp. 2.500.000 sebesar 16 responden atau sebesar 16,7% . kelompok < Rp. 500.000 sebesar 13 responden atau 13,5%. Dari data di atas maka dapat dilihat bahwa sebagian besar konsumen yang membeli serta memakai produk limbah plastik hias berdasarkan pendapatan/uang saku perbulan adalah Rp.1.000.000 - Rp. 2.500.000.

4.3 Deskripsi Variabel

Setelah mengetahui karakteristik responden diatas, maka tahap selanjutnya adalah hasil olahan data primer yakni berdasarkan jawaban responden mengenai penjualan produk hias limbah plastik studi pada konsumen Decoratif Flower dikrasak bangsri. Kemudian variabel dari penjualan yang digunakan adalah *Product Quality* dan *Green Marketing* yakni sebagai variabel independen dan keputusan pembelian produk hias limbah plastik sebagai variabel dependen.

4.3.1 Variabel *Product Quality* (X1)

Variabel *Product Quality* dalam penelitian ini di ukur dengan menggunakan 5 buah pertanyaan. Masing-masing pertanyaan menggunakan penilaian antara 1-5. Hasil tanggapan responden terhadap pertanyaan yang berkaitan dengan *Product Quality* dapat dilihat pada tabel 4.7 berikut :

Tabel 4. 7
Tanggapan Responden Terhadap Variabel *Product Quality*

Pertanyaan	Tanggapan Responden				
	SS	S	N	TS	STS
X1.1	70 (72,9%)	20 (20,8%)	6 (6,3%)	0	0
X1.2	52 (54,2%)	33 (34,4%)	10 (10,4%)	1 (1,0%)	0
X1.3	49 (51,0%)	31 (32,3%)	9 (9,4%)	6 (6,3%)	1 (1,0%)
X1.4	62 (64,6%)	29 (30,2%)	4 (4,2%)	1 (1,0%)	0
X1.5	74 (77,1%)	20 (20,8%)	2 (2,1%)	0	0

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui berkaitan dengan pertanyaan pertama jawaban sangat setuju, yaitu sejumlah 70 responden atau 72,9%. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden pada umumnya menyatakan bahwa sangat setuju membeli Produk Hias Limbah Plastik, karena produk yang dihasilkan dekoratif flower adalah produk yang handal dapat digunakan sesuai fungsinya.

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui berkaitan dengan pertanyaan ke dua jawaban sangat setuju, yaitu sejumlah 52 responden atau 54,2%. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden pada umumnya menyatakan bahwa sangat setuju membeli Produk Hias Limbah Plastik, karena memiliki daya tahan yang lama memberikan kesenangan dan kepuasan terhadap konsumen.

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui berkaitan dengan pertanyaan ke tiga jawaban sangat setuju dalam membeli Produk Hias Limbah Plastik, yaitu sejumlah 49 responden atau 51,0%. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden pada umumnya menyatakan bahwa sangat setuju membeli Produk Hias Limbah

Plastik, karena ketetapan atau kesesuaian produk memberikan ketertarikan kepada konsumen.

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui berkaitan dengan pertanyaan ke empat jawaban sangat setuju dalam membeli Produk Hias Limbah Plastik, yaitu sejumlah 62 responden atau 64,6%. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden pada umumnya menyatakan bahwa sangat setuju membeli Produk Hias Limbah Plastik, karena pengoperasian atau penggunaan produk dari dekoratif flower mudah dibandingkan produk lain.

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui berkaitan dengan pertanyaan ke lima jawaban sangat setuju dalam membeli Produk Hias Limbah Plastik, yaitu sejumlah 74 responden atau 77,1%. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden pada umumnya menyatakan bahwa sangat setuju membeli Produk Hias Limbah Plastik, karena dekoratif flower adalah toko yang selalu memperbaiki dan memperoleh produk baru dan berinovasi.

4.3.2 Variabel *Green Marketing* (X2)

Variabel *Green Marketing* dalam penelitian ini di ukur dengan menggunakan 4 buah pertanyaan. Masing-masing pertanyaan menggunakan penilaian antara 1-5. Hasil tanggapan responden terhadap pertanyaan yang berkaitan dengan *Green Marketing* dapat dilihat pada tabel 4.8 berikut :

Tabel 4. 8
Tanggapan Responden Terhadap Variabel *Green Marketing*

Pertanyaan	Tanggapan Responden				
	SS	S	N	TS	STS
X2.1	56 (58,3%)	31 (32,3%)	7 (7,3%)	1 (1,0%)	1 (1,0%)
X2.2	23 (24,0%)	46 (47,9%)	23 (24,0%)	4 (4,2%)	0
X2.3	21 (21,9%)	42 (43,8%)	19 (19,8%)	13 (13,5%)	1 (1,0%)
X2.4	31 (32,3%)	39 (40,6%)	17 (17,7%)	6 (6,3%)	3 (3,1%)

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui berkaitan dengan pertanyaan pertama jawaban sangat setuju yaitu sejumlah 56 responden atau 58,3%. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden pada umumnya menyatakan bahwa sangat setuju membeli Produk Hias Limbah Plastik, karena produk hias limbah plastik produknya tidak mencemari lingkungan.

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui berkaitan dengan pertanyaan kedua jawaban setuju yaitu sejumlah 46 responden atau 47,9%. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden pada umumnya menyatakan setuju membeli Produk Hias Limbah Plastik, karena menawarkan harga yang kompetitif sesuai dengan hasilnya yang dapat menarik minat konsumen.

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui berkaitan dengan pertanyaan ketiga jawaban setuju yaitu sejumlah 42 responden atau 43,8%. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden pada umumnya menyatakan setuju membeli Produk Hias Limbah Plastik, karena lokasi yang mudah di jangkau memberikan kemudahan konsumen untuk mengakses toko.

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui berkaitan dengan pertanyaan ke empat jawaban sangat setuju yaitu sejumlah 39 responden atau 40,6%. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden pada umumnya menyatakan bahwa setuju membeli Produk Hias Limbah Plastik, karena penjualan dengan menggunakan promosi yang efisien memberikan daya tarik tersendiri oleh konsumen.

4.3.3 Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Variabel Keputusan Pembelian dalam penelitian ini di ukur dengan menggunakan 5 buah pertanyaan. Masing-masing pertanyaan menggunakan penilaian antara 1-5. Hasil tanggapan responden terhadap pertanyaan yang berkaitan dengan Keputusan Pembelian dapat dilihat pada tabel 4.9 berikut :

Tabel 4. 9
Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian

Pertanyaan	Tanggapan Responden				
	SS	S	N	TS	STS
Y1	71 (74,0%)	21 (21,9%)	4 (4,2%)	0	0
Y2	57 (59,4%)	29 (30,2%)	10 (10,4%)	0	0
Y3	67 (69,8%)	23 (24,0%)	3 (3,1%)	3 (3,1%)	0
Y4	60 (62,5%)	33 (34,4%)	3 (3,1%)	0	0
Y5	71 (74,0%)	18 (18,8%)	6 (6,3%)	1 (1,0%)	0

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui berkaitan dengan pertanyaan pertama jawaban sangat setuju yaitu sejumlah 71 responden atau 74,0%. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden pada umumnya menyatakan bahwa sangat setuju membeli Produk Hias Limbah Plastik, karena mengidentifikasi pilihan produk yang ada dan memilih sesuai dengan keinginan.

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui berkaitan dengan pertanyaan ke dua jawaban sangat setuju yaitu sejumlah 57 responden atau 59,4%. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden pada umumnya menyatakan bahwa sangat setuju membeli Produk Hias Limbah Plastik, karena membeli produk hias limbah plastik sesuai dengan kebutuhan.

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui berkaitan dengan pertanyaan ke tiga jawaban sangat setuju yaitu sejumlah 67 responden atau 69,8%. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden pada umumnya menyatakan bahwa sangat setuju membeli Produk Hias Limbah Plastik, karena menilai secara sistematis produk hias limbah plastik sebelum membeli.

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui berkaitan dengan pertanyaan ke empat jawaban sangat setuju yaitu sejumlah 60 responden atau 62,5%. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden pada umumnya menyatakan bahwa sangat setuju membeli Produk Hias Limbah Plastik, karena menilai pilihan produk hias limbah plastik secara objektif sebelum membeli.

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui berkaitan dengan pertanyaan ke lima jawaban sangat setuju yaitu sejumlah 71 responden atau 74,0%. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden pada umumnya menyatakan bahwa sangat setuju membeli Produk Hias Limbah Plastik, karena membeli dan menentukan keuntungan atau menghindari kerugian.

4.4 Analisis Data

4.4.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya kuesioner. Pengujian validitas menggunakan signifikansi alfa sebesar 0.05 dengan uji dua arah dan jumlah data (n) 96. Uji signifikan dilakukan dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk penghitungan *degree of freedom* (df) = $n-2$, dengan n sebagai jumlah responden. Pada penelitian ini, variabel mempunyai responden (n) = 96, sehingga besarnya df dapat dihitung : $96 - 2 = 94$, maka dapat diketahui r_{tabel} sebesar 0,2006 dengan kriteria apabila nilai korelasinya lebih besar dari r_{tabel} , maka pertanyaan tersebut dianggap konsisten secara internal. Jika nilai korelasinya lebih kecil dari r_{tabel} , maka pertanyaan dianggap tidak valid.

Tabel 4. 10
Uji Validitas *Product Quality*

Butir Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Hasil Uji Validitas
1	0,549	0,2006	Valid
2	0,694	0,2006	Valid
3	0,786	0,2006	Valid
4	0,539	0,2006	Valid
5	0,321	0,2006	Valid

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

Pada tabel di atas menunjukkan Uji Validitas *Product Quality* (X_1) dengan 5 item pertanyaan mempunyai nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Sehingga seluruh item dalam Variabel *Product Quality* dikatakan valid.

Tabel 4. 11
Uji Validitas *Green Marketing*

Butir Pertanyaan	r hitung	r tabel	Hasil Uji Validitas
1	0,610	0,2006	Valid
2	0,507	0,2006	Valid
3	0,484	0,2006	Valid
4	0,704	0,2006	Valid

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

Pada tabel di atas menunjukkan Uji Validitas *Green Marketing* (X_2) dengan 4 item pertanyaan mempunyai nilai r hitung $>$ r tabel. Sehingga seluruh item dalam Variabel *Green Marketing* dikatakan valid.

Tabel 4. 12
Uji Validitas Keputusan Pembelian

Butir Pertanyaan	r hitung	r tabel	Hasil Uji Validitas
1	0,468	0,2006	Valid
2	0,595	0,2006	Valid
3	0,464	0,2006	Valid
4	0,515	0,2006	Valid
5	0,407	0,2006	Valid

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

Pada tabel di atas menunjukkan Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y) dengan 5 item pertanyaan mempunyai nilai r hitung $>$ r tabel. Sehingga seluruh item dalam Variabel Keputusan Pembelian dikatakan valid.

4.4.2 Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dapat dikatakan handal atau reliabel jika jawaban responden terhadap pertanyaan konsisten. Uji reliabilitas pengukur dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *Cronbach's alpha*. Berikut hasil data reliabilitas :

Tabel 4. 13
Uji Reabilitas

<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Items	Keterangan
,731	5	Reliabel
,701	4	Reliabel
,648	5	Reliabel

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.13 di atas maka dapat diketahui bahwa nilai *cronbach's alpha* menunjukkan Reliabel karna semua instrumen variabel memiliki nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,60 ($> 0,60$). Hal tersebut dilihat dari instrumen variabel *Product Quality* sebesar 0,731 dari 5 pertanyaan. Nilai *cronbach's alpha* instrumen variabel *Green Marketing* 0,701 dari 4 pertanyaan. Nilai *cronbach's alpha* instrumen variabel Keputusan Pembelian 0,648 dari 5 pertanyaan, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item tersebut reliabel.

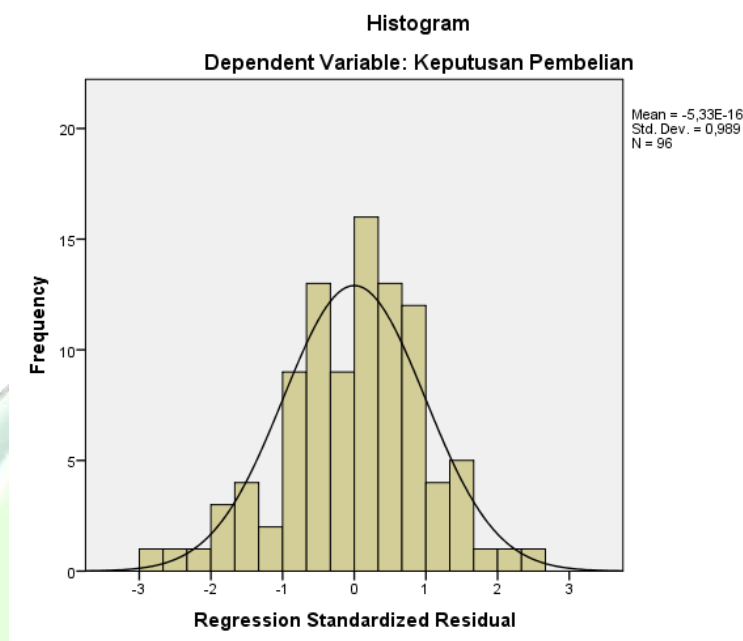
4.5 Uji Asumsi Klasik

4.5.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Dalam penelitian ini digunakan dua cara dalam mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik.

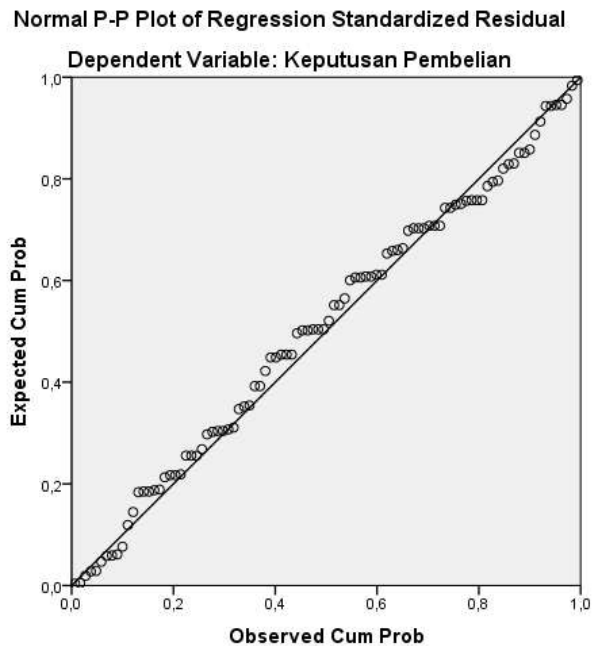
- a. Untuk melihat normalitas residual dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Selain grafik histogram untuk melihat normalitas dapat juga dengan melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal dan plotting data residual akan

dibandingkan dengan garis diagonal. Berikut gambar dari hasil model grafik histogram dengan menggunakan program IBM SPSS versi 21.



Gambar 4. 1 Histogram
Sumber : Hasil Pengolahan SPSS, 2018

- b. Dengan melihat tampilan histogram maupun grafik normal plot, dapat disimpulkan bahwa grafik histogram memberikan pola distribusi yang normal dan berbentuk simetris yang tidak melenceng ke kanan atau ke kiri. Sedangkan pada grafik normal plot terlihat titik – titik yang menyebar di sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Kedua grafik ini menunjukkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas. Berikut gambar dari hasil model grafik normal probability plot dengan menggunakan program IBM SPSS versi 21.



Gambar 4. 2 Normal Probability Plot
Sumber : Hasil Pengolahan SPSS, 2018

4.5.2 Uji Multikoleniaritas

Untuk menguji multikoleniaritas dengan cara melihat nilai output VIF masing – masing variabel independen, jika nilai VIF dihasilkan antara 1-10 atau <10 maka disimpulkan data bebas dari gejala multikoleniaritas.

Tabel 4. 14
Hasil Uji Multikoleniaritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Toleranc e	VIF
1	Product Quality	,896	1,116
	Green Marketing	,896	1,116

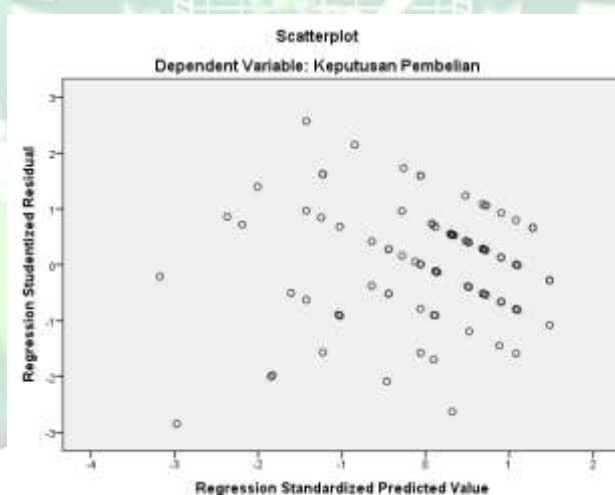
a. Dependent Variable: Keputusan
Pembelian

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat besaran nilai Tolerance yang didapat yaitu sebesar 0,896, 0,896 yang berarti lebih besar dari 0,1 ($> 0,10$). Sedangkan VIF (*Variance Inflation Factor*) sebesar 1,116, 1,116 atau lebih kecil dari 10 (< 10), maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikoleniaritas di dalam model regresi penelitian ini.

4.5.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Penelitian ini dilakukan untuk melakukan uji heteroskedastisitas yaitu dengan *Scatterplot*. Penguji pada penelitian ini menggunakan nilai prediksi variabel independen yaitu *ZPRED* dengan residualnya *SRESID*. Berikut adalah hasil dari uji heteroskedastisitas :



Gambar 4. 3 Scatterplot
Sumber : Hasil Pengolahan SPSS, 2018

Berdasarkan output *scatterplot* diatas, terlihat titik – titik menyebar dan tidak membentuk pola tertentu yang jelas, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas dalam penelitian ini.

4.5.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji apakah dalam metode regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t sebelumnya. Dalam penelitian ini menggunakan uji *Durbin-Watson* (*DW Test*), jika $du < d < 4 - du$ maka dikatakan tidak ada autokorelasi (Ghozali, 2016). Berikut disajikan hasil dari uji autokorelasi dalam penelitian ini :

Tabel 4. 15
Hasil Uji Durbin Watson

Model Summary^b

Mode 1	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin- Watson
1	,573 ^a	,329	,314	1,271	1,825

a. Predictors: (Constant), Green Marketing, Product Quality

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

Hasil tabel diatas bahwa nilai DW sebesar 1,825 nilai ini akan kita bandingkan dengan nilai tabel dw menggunakan signifikansi 5%, jumlah sampel dalam penelitian 96 (n) dan jumlah variabel independen 2 (k-2). Oleh karena nilai DW 1,825 lebih besar dari batas atas (du) 1,7103 yang menyatakan bahwa tidak terjadi autokorelasi.

4.6 Analisis Regresi Berganda

Penguji regresi linier berganda dilakukan dengan satu variabel dependen dan 2 variabel independen dengan persamaan regresi linier sederhana yaitu : $Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$. Berikut ini hasil tabel regresi linier berganda :

Tabel 4. 16
Hasil Regresi Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	12,602	1,553		8,117	,000
1 Product Quality	,336	,067	,450	5,016	,000
Green Marketing	,177	,066	,239	2,658	,009

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat dirumuskan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 12,602 + 0,336 X_1 + 0,177 X_2$$

Dari koefisien regresi masing – masing variabel tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. $a = 12,602$, nilai konstanta sebesar 12,602 menunjukkan bahwa jika variabel bebas Product Quality dan Green Marketing nilainya nol (0) maka keputusan pembelian produk hias limbah plastik adalah 12,602.
2. $\beta_1 = 0,336$, artinya apabila variabel Product Quality (X^1) bernilai positif dan menunjukkan adanya hubungan yang searah terhadap keputusan pembelian produk hias limbah plastik dengan memiliki nilai asumsi variabel lainya adalah konstan. Maka hal tersebut menunjukkan product quality meningkat maka keputusan pembelian produk hias limbah plastik juga akan meningkat sebesar 0,336.

3. $\beta_2 = 0,177$, artinya apabila variabel green marketing (X^2) bernilai positif dan menunjukkan adanya hubungan yang searah terhadap keputusan pembelian produk hias limbah plastik dengan memiliki nilai asumsi variabel lainya adalah konstan. Maka hal tersebut menunjukkan green marketing meningkat maka keputusan pembelian produk hias limbah plastik juga akan meningkat sebesar 0,177.

4.7 Uji Hipotesis

4.7.1 Uji F (Simultan)

Uji statistik F digunakan untuk menguji apakah variabel *Product Quality* (X_1) dan *Green Marketing* (X_2) mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y). Uji F dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} . Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka dikatakan pengaruhnya signifikan, dan jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka pengaruhnya tidak signifikan. Berikut hasil nilai F_{hitung} :

Tabel 4. 17

Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	73,590	2	36,795	22,776	,000 ^b
	Residual	150,243	93	1,616		
	Total	223,833	95			

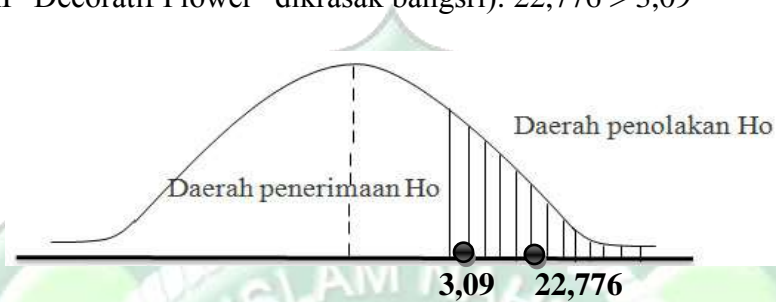
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Green Marketing, Product Quality

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui dengan nilai F_{hitung} sebesar 22,776 dengan nilai F_{tabel} 3,09. Jadi nilai F_{hitung} lebih besar dari pada F_{tabel}

yakni sebesar $22,776 > 3,09$ dan untuk nilai signifikan $0,000$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa Product Quality dan Green Marketing secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Variabel keputusan pembelian Produk Hias Limbah Plastik (study kasus pada HOME INDUSTRI “Decoratif Flower” dikrasak bangsri). $22,776 > 3,09$



Gambar 4. 4 Daerah Penerimaan Uji F

4.7.2 Uji T (Parsial)

Pengujian dilakukan agar dapat melihat signifikansi pengaruh pada variabel independen terhadap variabel dependen secara individual. Uji t dilakukan yakni dengan membandingkan $t_{\text{statistik}}$ dengan t_{tabel} yang menunjukkan tingkat signifikan $0,025$ dan pada nilai $df (n-k-1)$ (Gozali, 2016). Berikut hasil uji statistik t dapat dilihat pada hasil tabel sebagai berikut :

Tabel 4. 18

Hasil Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	12,602	1,553		8,117	,000
Product Quality	,336	,067	,450	5,016	,000
Green Marketing	,177	,066	,239	2,658	,009

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

1. *Product Quality*

Berdasarkan tabel diatas maka dapat diketahui bahwa nilai t hitung untuk variabel *Product Quality* sebesar 5,016, untuk mengetahui t tabel dari variabel *Product Quality* dapat dicari dengan menggunakan rumus $df = n - k$. Dimana (n) adalah jumlah sampel, dan (k) adalah jumlah variabel dan tingkat signifikan 0,05 jadi $df = 96 - 2 = 94$, maka dapat diperoleh t tabel sebesar 1.66123 Jadi nilai t hitung (5,016) lebih besar dari $> t$ tabel 1.66123 dan nilai signifikan 0,000 kurang dari $< 0,05$ maka H_0 ditolak H_a diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel *Product Quality* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian Produk Hias Limbah Plastik. Berikut adalah gambar 4.5 uji parsial antara variabel *Product Quality* terhadap keputusan pembelian Produk Hias Limbah Plastik.

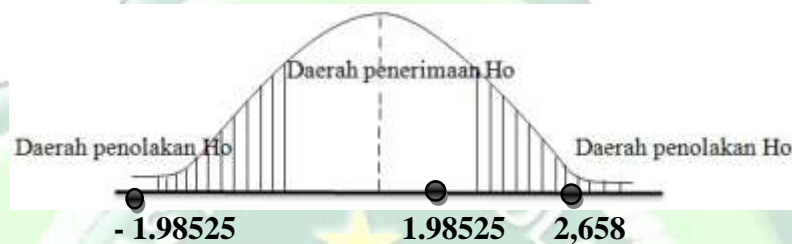


Gambar 4. 5 Daerah Penerimaan Uji Hipotesis 1

2. *Green Marketing*

Berdasarkan tabel diatas maka dapat diketahui bahwa nilai t hitung untuk variabel *Green Marketing* sebesar 2,658, untuk mengetahui t tabel dari variabel *Green Marketing* dapat dicari dengan menggunakan rumus $df = n - k$. Dimana (n) adalah jumlah sampel, dan (k) adalah jumlah variabel dan tingkat signifikan 0,05 jadi $df = 96 - 2 = 94$, maka dapat diperoleh t tabel sebesar 1.66123. Jadi nilai t hitung (2,658) lebih besar dari $< t$ tabel 1.66123

dan nilai signifikan 0,009 kurang dari $< 0,05$ maka H_0 ditolak H_a diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel *Green Marketing* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian Produk Hias Limbah Plastik. Berikut adalah gambar 4.6 uji parsial antara variabel *Green Marketing* terhadap keputusan pembelian Produk Hias Limbah Plastik.



Gambar 4. 6 Daerah Penerimaan Uji Hipotesis 2

4.8 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) adalah seberapa jauh dalam mengukur secara terpisah adanya suatu dampak variabel bebas yaitu *Product Quality*, *Green Marketing* terhadap variabel terikat, yaitu Keputusan Pembelian Produk Hias Limbah Plastik (study kasus pada HOME INDUSTRI “Decoratif Flower” dikrasak bangsri) Setelah melakukan pada uji regresi linier berganda maka diperoleh *output* seperti tabel 4.19 berikut :

Tabel 4. 19
Nilai Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,573 ^a	,329	,314	1,271

a. Predictors: (Constant), Green Marketing, Product Quality

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi adalah sebesar 0,314. Hal tersebut menjelaskan 31,4% variasi dari keputusan pembelian dapat dijelaskan melalui regresi ini. Sedangkan pada sisanya yaitu sebesar 68,6% dijelaskan oleh variabel lain dari penelitian ini.

4.9 Pembahasan

4.9.1 Pengaruh *Product Quality* terhadap Keputusan Pembelian Produk Hias Limbah Plastik (Studi Pada HOME INDUSTRI “Decoratif Flower” di Krasak Bangsri)

Dari penelitian ini maka diperoleh hasil bahwa variabel *Product Quality* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian Produk Hias Limbah Plastik (Studi Pada HOME INDUSTRI “Decoratif Flower” di Krasak Bangsri). Dengan nilai Koefisien Regresi 0,450. Bisa dilihat juga pada hasil pengujian statistic t yang menunjukkan bahwa nilai t hitung (5,016) lebih dari t tabel (1.66123) dengan nilai signifikan 0,000 kurang dari $< 0,05$. Berdasarkan hasil pengujian tersebut maka H_0 ditolak H_a diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel *Product Quality* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian Produk Hias Limbah Plastik (Studi Pada HOME INDUSTRI “Decoratif Flower” di Krasak Bangsri).

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi kehandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan produk. Setiap perusahaan yang menginginkan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, maka akan berusaha membuat produk yang

berkualitas, yang ditampilkan baik melalui ciri-ciri luar (*design*) produk maupun inti (*core*) produk itu sendiri (Kotler dan Amstrong, 2010).

Hasil pengujian tersebut terbanding terbalik dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Martini (2015) yang berjudul “ Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Desain terhadap keputusan pembelian Kendaraan Bermotor Merek Honda Jenis Skutermatic” yang menyatakan bahwa Variabel Kualitas Produk mempunyai pengaruh negatif terhadap keputusan pembelian.

4.9.2 Pengaruh *Green Marketing* terhadap Keputusan Pembelian Produk Hias Limbah Plastik (Studi Pada HOME INDUSTRI “Decoratif Flower” di Krasak Bangsri)

Dari penelitian ini maka diperoleh hasil bahwa variabel *Green Marketing* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian Produk Hias Limbah Plastik (Studi Pada HOME INDUSTRI “Decoratif Flower” di Krasak Bangsri). Dengan nilai Koefisien Regresi 0,239. Bisa dilihat juga pada hasil pengujian statistic t yang menunjukkan bahwa nilai t hitung (2,658) lebih dari t tabel (1.66123) dengan nilai signifikan 0,009 kurang dari $< 0,05$. Berdasarkan hasil pengujian tersebut maka H_0 ditolak H_a diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel *Green Marketing* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian Produk Hias Limbah Plastik (Studi Pada HOME INDUSTRI “Decoratif Flower” di Krasak Bangsri).

AMA dalam yazdanifard (2011) mendefinisikan greend marketing adalah pemasaran produk yang ramah lingkungan, menggabungkan beberapa aktifitas seperti modifikasi produk, perubahan proses produksi, kemasan, strategi iklan dan

juga meningkatkan kesadaran pada pemasaran kepatuhan antara industri. Adapun dimensi green marketing yaitu 4P dalam cara – cara inovatif, *Green Product*, *Green Price*, *Green Place*, *Green Promotion* (Singh, 2010).

Hasil pengujian tersebut sebanding dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Rahayu, Abdillah, & Mawardi, Vol. 43 No.1 Februari 2017) yang berjudul “Pengaruh *Green Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen” yang menyatakan bahwa Variabel *Green Marketing* mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

4.9.3 Pengaruh *Product Quality* dan *Green Marketing* terhadap Keputusan Pembelian Produk Hias Limbah Plastik (Studi Pada HOME INDUSTRI “Decoratif Flower” di Krasak Bangsri)

Dari penelitian ini diperoleh hasil bahwa secara simultan variabel *Product Quality* dan *Green Marketing* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian Produk Hias Limbah Plastik (Studi Pada HOME INDUSTRI “Decoratif Flower” di Krasak Bangsri). Hal ini dibuktikan dengan hasil uji statistik F yang menunjukkan nilai F hitung (22,776) lebih besar dari > F tabel (3,09) dan untuk nilai signifikan 0,000 kurang dari < 0,05. Berdasarkan perhitungan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.

Tabel 4. 20
Hasil Penelitian

Hipotesis	Deskripsi	Nilai Signifkan	Keterangan
H 1	Variabel <i>Product Quality</i> berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk hias limbah plastik (Studi Pada HOME INDUSTRI “Decoratif Flower” di Krasak Bangsri).	0,000	Ho ditolak dan Ha diterima
H 2	Variabel <i>Green Marketing</i> berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk hias limbah plastik (Studi Pada HOME INDUSTRI “Decoratif Flower” di Krasak Bangsri).	0,009	Ho ditolak dan Ha diterima
H 3	Variabel <i>Product Quality</i> dan <i>Green Marketing</i> secara Simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk hias limbah plastik (Studi Pada HOME INDUSTRI “Decoratif Flower” di Krasak Bangsri).	0,000	Ho ditolak dan Ha diterima