

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Di dalam bab IV ini akan menjelaskan tentang hasil dari penelitian yang dilakukan serta pembahasannya, yang terdiri dari gambaran umum obyek penelitian, pengujian instrumen, karakteristik responden, analisis data, pengujian hipotesis serta pembahasan dari hasil penelitian. Pada penelitian ini jumlah respondennya sebanyak 77 responden di Kota Semarang.

4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian

Secara umum obyek penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah masyarakat yang memiliki sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku yang berpengaruh pada minat untuk produk plastik ramah lingkungan dengan lokasi penelitian di Kota Semarang. Jumlah sampel yang didapat dari penyebaran kuesioner dengan jangka waktu dua minggu yang dimulai pada tanggal 9 Juni 2020 sampai dengan 23 Juni 2020 adalah 77 responden, yang dimana penyebaran kuesioner dilakukan melalui sosial media seperti Line, Instagram, Whatsapp, dan Facebook.

4.2 Karakteristik Responden

Pada penelitian ini menggunakan beberapa karakteristik responden yaitu usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir, pengeluaran per bulan, pekerjaan, kebiasaan berbelanja, dan mengetahui kantong plastik ramah lingkungan. Berikut merupakan penjelasan dari karakteristik responden:

Tabel 4.1 Karakteristik Responden

Karakteristik	Keterangan	Frequency	Percent
Usia	17-30 Tahun	70	90.9
	30-43 Tahun	3	3.9
	>43 Tahun	4	5.2
	Total	77	100.0
Jenis Kelamin	Laki-laki	28	36.4
	Perempuan	49	63.6
	Total	77	100.0
Pendidikan terakhir	SMA/ sederajat	39	50.6
	D3	2	2.6
	S1	33	42.9
	S2	3	3.9
	Total	77	100.0
Pengeluaran per bulan	<Rp 3000000	57	74.0
	>Rp 3000000 - Rp 4000000	9	11.7

Karakteristik	Keterangan	Frequency	Percent
	>Rp 4000000 - Rp 5000000	5	6.5
	>Rp 5000000	6	7.8
	Total	77	100.0
Pekerjaan	Pegawai Swasta	8	10.4
	Wiraswasta	6	7.8
	Pelajar	1	1.3
	Mahasiswa	52	67.5
	Pengangguran	6	7.8
	Ibu Rumah Tangga	3	3.9
	Freelancer	1	1.3
Total	77	100.0	
Kebiasaan berbelanja	Pasar Tradisional	25	32.5
	Supermarket	40	51.9
	Minimarket	12	15.6
	Total	77	100.0
Mengetahui kantong plastik ramah lingkungan	Ya	72	93.5
	Tidak	5	6.5
	Total	77	100.0

Sumber: Data Primer yang diolah, 2020.

Berdasarkan pada tabel 4.1 dapat diketahui bahwa mayoritas usia responden pada penelitian ini adalah 17 – 30 tahun dengan jumlah sebesar 70 responden atau 90,9%, yang berarti usia responden relatif muda. Sedangkan tanggapan responden berdasarkan jenis kelamin pada penelitian ini mayoritas adalah perempuan dengan jumlah sebesar 49 responden atau 63,6%.

Dari 77 responden pada penelitian ini mayoritas berpendidikan terakhir SMA/ sederajat dengan jumlah 39 responden atau 50,6% dan S1 dengan jumlah 33 atau 42,9%, yang berarti responden memiliki pengetahuan dan kapasitas untuk mengakses informasi tentang produk plastik ramah lingkungan sehingga produk plastik ramah lingkungan sudah seharusnya dapat diterapkan pada kehidupan sehari-hari.

Dari tanggapan responden menunjukkan mayoritas pengeluaran per bulan kurang dari Rp 3.000.000 dengan jumlah responden sebesar 57 atau 74%. Sedangkan tanggapan responden mengenai pekerjaan dapat diketahui bahwa mayoritas adalah mahasiswa dengan jumlah responden sebesar 52 atau 67,5%.

Berdasarkan pada tabel 4.1 menunjukkan bahwa mayoritas responden kebiasaan berbelanja di Supermarket dengan jumlah responden sebesar 40 atau 51,9%, yang berarti

responden mengetahui produk plastik ramah lingkungan karena di Supermarket menjual produk plastik ramah lingkungan dari berbagai merek, harga, serta pilihan ukuran kantong plastik ramah lingkungan.

Pada penelitian ini dari 77 responden mayoritas mengetahui kantong plastik ramah lingkungan dengan jumlah responden sebesar 72 atau 93,5%, yang berarti responden paham dan mengerti tentang produk plastik ramah lingkungan.

4.3 Deskripsi Tanggapan Konsumen Mengenai Minat Perilaku Menggunakan Plastik Ramah Lingkungan

4.3.1 Deskripsi Sikap Terhadap Perilaku Pada Produk Plastik Ramah Lingkungan

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui karakteristik pada masing-masing variabel penelitian. Pada penelitian ini menggunakan 4 variabel yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku, dan minat beli dengan hasil data kuesioner penelitian terdapat 77 responden. Berikut merupakan data dari tanggapan responden pada variabel Sikap Terhadap Perilaku:

Tabel 4.2 Deskripsi Sikap Terhadap Perilaku

Indikator Pernyataan	Angka Indeks	Keterangan
Memiliki pengetahuan tentang plastik ramah lingkungan	3,88	Tinggi
Membuat hidup lebih nyaman	4,13	Tinggi
Bentuk kepedulian terhadap lingkungan	4,53	Tinggi
Terlibat dalam pelestarian lingkungan	4,52	Tinggi
Memperoleh manfaat dan keuntungan	4,25	Tinggi
Rata-rata	4,262	Tinggi

Sumber: Data Primer yang diolah, 2020.

Berdasarkan tabel 4.2 Rata-rata dari keseluruhan indikator pada variabel sikap terhadap perilaku termasuk dalam kategori tinggi dengan jumlah angka indeks sebesar 4,262. Terdapat dua indikator yang memiliki angka indeks lebih tinggi dibandingkan dengan indikator yang lainnya yaitu indikator bentuk kepedulian terhadap lingkungan dengan angka indeks sebesar 4,53 dan indikator terlibat dalam pelestarian lingkungan dengan angka indeks 4,52. Dengan demikian, ini berarti responden menerima dan paham untuk menggunakan produk plastik ramah lingkungan dengan memiliki nilai kepedulian dan terlibat dalam pelestarian lingkungan.

4.3.2 Deskripsi Norma Subjektif Pada Produk Plastik Ramah Lingkungan

Berikut merupakan data dari tanggapan responden pada variabel Norma Subjektif:

Tabel 4.3 Deskripsi Norma Subjektif

Indikator Pernyataan	Angka Indeks	Keterangan
Mengetahui keinginan orang lain	3,74	Tinggi
Peduli pada program pemerintah	4,27	Tinggi
Kehendak orang di sekitar	3,45	Sedang
Mengikuti orang lain yang sudah menggunakan plastik ramah lingkungan	4,22	Tinggi
Rata-rata	3,92	Tinggi

Sumber: Data Primer yang diolah,2020.

Berdasarkan tabel 4.3 Rata-rata dari keseluruhan indikator pada variabel norma subjektif adalah 3,92 yang dimana angka indeks tersebut termasuk dalam kategori tinggi yang di dukung dengan hasil dari per indikator yaitu pada indikator peduli pada program pemerintah merupakan yang tertinggi dengan angka indeks sebesar 4,27, yang berarti responden telah peduli dengan adanya program pemerintah yang menganjurkan untuk menggunakan produk plastik ramah lingkungan. Lalu angka indeks tinggi kedua adalah indikator mengikuti orang lain yang sudah menggunakan plastik ramah lingkungan dengan jumlah angka indeks sebesar 4,22. Dengan demikian dapat diketahui bahwa terdapat pandangan normatif yang mendukung responden untuk menggunakan produk plastik ramah lingkungan baik dari program pemerintah maupun dari orang lain yang sudah menggunakan plastik ramah lingkungan.

4.3.3 Deskripsi Persepsi Kontrol Perilaku Pada Produk Plastik Ramah Lingkungan

Berikut merupakan data dari tanggapan responden pada variabel Persepsi Kontrol Perilaku:

Tabel 4.4 Deskripsi Persepsi Kontrol Perilaku

Indikator Pernyataan	Angka Indeks	Keterangan
Harga yang terjangkau	4,18	Tinggi
Mudah untuk digunakan	4,34	Tinggi
Dapat menjadi kompos tanaman	4,05	Tinggi
Kebutuhan plastik ramah lingkungan yang banyak	3,77	Tinggi
Rata-rata	4,085	Tinggi

Sumber: Data Primer yang diolah,2020.

Berdasarkan tabel 4.4 Rata-rata dari keseluruhan indikator pada variabel persepsi kontrol perilaku termasuk dalam kategori tinggi karena angka indeks yang didapat adalah 4,085 sedangkan untuk per indikator dapat dilihat bahwa terdapat satu indikator dengan angka indeks tertinggi yaitu indikator mudah untuk digunakan dengan angka indeks sebesar 4,34 dengan demikian persepsi responden pada plastik ramah lingkungan adalah produk yang mudah untuk

digunakan sehingga responden dapat dengan mudah untuk menggunakan produk plastik ramah lingkungan.

4.3.4 Deskripsi Minat Beli Pada Produk Plastik Ramah Lingkungan

Berikut merupakan data dari tanggapan responden pada variabel Minat Beli:

Tabel 4.5 Deskripsi Minat Beli

Indikator Pernyataan	Angka Indeks	Keterangan
Menggunakan plastik ramah lingkungan pada masa yang akan datang	4,36	Tinggi
Mereferensikan kepada orang lain	4,29	Tinggi
Merasa bersalah tidak menggunakan plastik ramah lingkungan	4,19	Tinggi
Mencari informasi	3,64	Sedang
Rata-rata	3,94	Tinggi

Sumber: Data Primer yang diolah, 2020.

Berdasarkan tabel 4.5 Rata-rata dari keseluruhan indikator pada variabel minat beli adalah 3,94 yang dimana angka indeks tersebut termasuk dalam kategori tinggi sedangkan untuk setiap indikator yang memiliki angka indeks tinggi yaitu indikator menggunakan plastik ramah lingkungan pada masa yang akan datang dengan angka indeks sebesar 4,36. Dengan demikian, ini berarti responden menerima dan berminat untuk menggunakan produk plastik ramah lingkungan pada masa yang akan datang sehingga responden memiliki keinginan untuk menggunakan produk plastik ramah lingkungan.

4.4 Analisis Regresi Linear Berganda

4.4.1 Hasil Perhitungan Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Linear Berganda digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara variabel terikat atau dependen dengan variabel bebas atau independen. Berikut merupakan tabel dari perhitungan regresi linear berganda:

Tabel 4.6 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.429	1.652		2.076	0.041
Sikap terhadap Perilaku (X1)	0.217	0.100	0.262	2.165	0.034
Norma Subjektif (X2)	0.189	0.110	0.193	1.718	0.090
Persepsi Kontrol Perilaku (X3)	0.334	0.107	0.346	3.126	0.003

Sumber: Data Primer yang diolah, 2020.

Hasil analisis regresi linear berganda diolah menggunakan *software* statistik SPSS. Pada penelitian ini variabel terikat yaitu minat beli sedangkan variabel bebas yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Berdasarkan tabel 4.6 dengan mengamati baris dan kolom B dapat dijelaskan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 3,429 + 0,217 X_1 + 0,189 X_2 + 0,334 X_3 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi diatas dapat diketahui bahwa terdapat hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat secara parsial sehingga dari persamaan diatas dapat diambil keputusan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta adalah positif sebesar 3,429. Pada tabel 4.6 menjelaskan bahwa ada minat untuk menggunakan produk plastik ramah lingkungan.
- 2) Nilai koefisien regresi sikap terhadap perilaku adalah positif sebesar 0,217. Dengan demikian variabel sikap terhadap perilaku berpengaruh positif bagi minat beli, yang artinya semakin tinggi sikap terhadap perilaku yang dirasakan maka semakin tinggi juga minat beli masyarakat pada produk plastik ramah lingkungan.
- 3) Nilai koefisien regresi norma subjektif adalah positif sebesar 0,189 yang artinya variabel norma subjektif berpengaruh positif bagi minat beli, sehingga semakin tinggi norma subjektif yang dirasakan maka semakin tinggi juga minat beli masyarakat pada produk plastik ramah lingkungan.
- 4) Nilai koefisien regresi persepsi kontrol perilaku adalah positif sebesar 0,334. Hal tersebut menunjukkan bahwa persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif bagi minat beli, dengan demikian semakin tinggi persepsi kontrol perilaku yang dirasakan maka semakin tinggi juga minat beli masyarakat pada produk plastik ramah lingkungan.

4.4.2 Hasil Perhitungan Uji T (Parsial)

Menurut Ghazali (2001) dalam (Sutrisni, 2010) Uji t (Parsial) digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh antara satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Untuk mengambil keputusan yang digunakan dalam uji t adalah jika nilai probabilitas signifikansi > 0,05 maka hipotesis ditolak karena variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sedangkan jika nilai probabilitas signifikansi < 0,05 maka hipotesis diterima karena variabel

independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Berikut merupakan hasil perhitungan dari uji t yang menggunakan SPSS:

Berdasarkan tabel 4.6 dengan mengamati baris dan kolom t dan sig. dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) H1: Pengaruh Variabel Sikap terhadap Perilaku Terhadap Minat

Hasil penelitian dari tabel 4.6 pada variabel sikap terhadap perilaku memperoleh nilai signifikan sebesar $0,034 < 0,05$. Sedangkan untuk nilai t tabel dapat dihitung sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Nilai t tabel} &= t(\alpha / 2 ; n-k-1) \\ &= t(0,05 / 2 ; 77-3-1) \\ &= t(0,025 ; 73) \\ &= \mathbf{1,99300} \end{aligned}$$

Artinya nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel ($2,165 > 1,99300$) sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, maka dapat diambil keputusan bahwa hipotesis (H1) yang berbunyi “Sikap terhadap perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk plastik ramah lingkungan” secara parsial diterima.

Sikap yang dirasakan oleh responden adalah mendapat dorongan secara langsung untuk terlibat melestarikan lingkungan serta peduli pada lingkungan. Semakin tinggi sikap peduli dan terlibat dalam pelestarian lingkungan oleh responden maka semakin tinggi juga minat beli pada produk plastik ramah lingkungan.

2) H2: Pengaruh Variabel Norma Subjektif Terhadap Minat

Hasil penelitian dari tabel 4.6 pada variabel norma subjektif memperoleh nilai signifikan sebesar $0,090 > 0,05$. Sedangkan untuk nilai t hitung lebih kecil daripada nilai t tabel ($1,718 < 1,99300$). Artinya hipotesis (H2) yang berbunyi “Norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk plastik ramah lingkungan”, ditolak.

Dapat diartikan bahwa pandangan normatif yang mendukung responden saat ini untuk menggunakan produk plastik ramah lingkungan berasal dari program pemerintah yang menganjurkan penggunaan produk plastik ramah lingkungan maupun dari orang lain yang sudah menggunakan plastik ramah lingkungan. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa responden lebih berminat membeli produk plastik ramah lingkungan berdasarkan dorongan atau pengaruh dari program pemerintah maupun dari orang lain yang sudah menggunakan produk plastik ramah lingkungan.

3) H3: Pengaruh Variabel Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Minat

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 4.6 pada variabel persepsi kontrol perilaku memperoleh nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar $0,003 < 0,05$. Sedangkan pada nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel ($3,126 > 1,99300$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya hipotesis (H3) yang berbunyi “Persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk plastik ramah lingkungan” secara parsial diterima.

Persepsi kontrol perilaku yang dirasakan oleh responden adalah melakukan penggunaan produk plastik ramah lingkungan sehingga responden berminat untuk membeli produk plastik ramah lingkungan. Dengan demikian semakin tinggi kebutuhan responden akan produk plastik ramah lingkungan maka semakin tinggi pula minat beli pada produk plastik ramah lingkungan.

Berdasarkan hasil uji pengaruh variabel sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku terhadap minat beli produk plastik ramah lingkungan dapat diambil keputusan bahwa yang memperoleh hasil signifikan dan berpengaruh positif terhadap produk plastik ramah lingkungan adalah variabel sikap terhadap perilaku dan persepsi kontrol perilaku karena responden pada penelitian ini lebih minat membeli produk plastik ramah lingkungan berdasarkan dari dorongan diri sendiri.

Pada tabel 4.6 dapat diketahui nilai beta pada variabel sikap terhadap perilaku sebesar 0,262, sedangkan nilai beta pada variabel norma subjektif sebesar 0,193, dan nilai beta pada variabel persepsi kontrol perilaku sebesar 0,346. Dengan demikian di antara variabel sikap terhadap perilaku, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku yang memiliki nilai beta paling besar adalah variabel persepsi kontrol perilaku sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi kontrol perilaku memiliki pengaruh yang dominan terhadap variabel minat beli produk plastik ramah lingkungan.

4.4.3 Hasil Perhitungan Uji F (Simultan)

Pada penelitian ini untuk menguji ada atau tidaknya pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen secara simultan atau bersama-sama menggunakan uji F. Untuk mengambil keputusan yang digunakan pada uji F adalah nilai signifikan $< 0,05$ dan nilai F hitung $>$ nilai F tabel yang artinya semua variabel independen berpengaruh secara simultan pada variabel dependen namun bila F hitung $<$ nilai F tabel maka semua variabel independen

tidak berpengaruh secara simultan pada variabel dependen. Berikut merupakan perhitungan untuk nilai F tabel :

$$\begin{aligned}
 F \text{ tabel} &= F (K ; n - K) \\
 &= F (3 ; 77 - 3) \\
 &= F (3 ; 74) \\
 &= \mathbf{2,73}
 \end{aligned}$$

Tabel 4.7 Hasil Perhitungan Analisis Uji F

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	211.759	3	70.586	21.518	.000 ^b
	Residual	239.462	73	3.280		
	Total	451.221	76			

Sumber: Data Primer yang diolah, 2020.

Berdasarkan pada tabel 4.7 dapat diketahui bahwa nilai signifikan dari uji F adalah 0,000 yang berarti nilai signifikan $< 0,05$ sedangkan nilai F hitung lebih besar daripada nilai F tabel ($21,518 > 2,73$). Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel independen (sikap terhadap perilaku, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku) berpengaruh secara simultan atau bersama-sama pada variabel dependen (minat).

4.4.4 Hasil Perhitungan Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam variasi variabel independen yang dijelaskan oleh variabel dependen. Dengan nilai koefisien determinasi yang mendekati angka 1 maka kemampuan variabel-variabel independen dapat memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk menjelaskan variabel dependen sedangkan bila nilai koefisien determinasi angka 0 atau kecil maka kemampuan variabel-variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Hasil perhitungan uji koefisien determinasi pada penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4.8 Hasil Perhitungan Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.685 ^a	0.469	0.447	1.811

Sumber: Data Primer yang diolah, 2020.

Berdasarkan pada tabel 4.8 dengan mengamati baris serta kolom Adjusted R Square dapat dijelaskan bahwa nilai dari Adjusted R Square sebesar 0,447 yang artinya variabel independen (sikap terhadap perilaku, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku) berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel dependen (minat) sebesar 44,7% sedangkan sisanya sebesar 55,3% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini. Variabel lain misalnya variabel *green advertising*, *green marketing*, dan variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

