

“PENGARUH SIKAP TERHADAP PEMBELIAN PRODUK RAMAH LINGKUNGAN PADA NIAT BELI PRODUK RAMAH LINGKUNGAN YANG DIMODERASI OLEH KEEFEKTIFAN PERILAKU KELINGKUNGANAN PERSEPSIAN”

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) Program Studi, Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Setia Budi



Disusun Oleh :

SHINTIYA

13150330L

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SETIA BUDI
SURAKARTA
2019**

PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

PENGARUH SIKAP TERHADAP PEMBELIAN PRODUK RAMAH LINGKUNGAN PADA NIAT BELI PRODUK RAMAH LINGKUNGAN YANG DIMODERASI OLEH KEEFEKTIFAN PERILAKU KELINGKUNGANAN PERSEPSIAN

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diajukan ke ujian skripsi pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 15 Agustus 2019

Menyetujui

Pembimbing I



Dr. Waluyo Budi Atmoko, M.M
NIS: 01199609141059

Pembimbing II



Finisha M Noor, B.Com., M.P.H
NIS : 01201706162224

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen



Finisha M Noor, B.Com., M.P.H
NIS : 01201706162224

LEMBAR PENGESAHAN KELULUSAN

SKRIPSI

PENGARUH SIKAP TERHADAP PEMBELIAN PRODUK RAMAH LINGKUNGAN PADA NIAT BELI PRODUK RAMAH LINGKUNGAN YANG DIMODERASI OLEH KEEFEKTIFAN PERILAKU KELINGKUNGANAN PERSEPSIAN

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Sidang Ujian Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Setia Budi pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 15 Agustus 2019

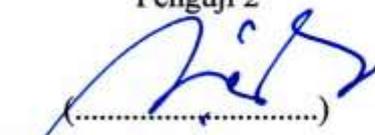
1. Nang Among Budiadi, SE., M.Si.
NIS. 0120050401109


(.....)
Penguji 1

2. Drs. Sugiyarmasto, MM
NIS. 01199603141063


(.....)
Penguji 2

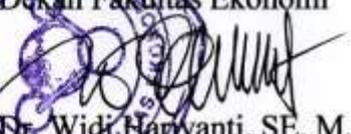
3. Finisha M Noor., B.Com., MPH.
NIS. 01201706162224


(.....)
Penguji 3

4. Dr. Waluyo Budi Atmoko, M.M.
NIS. 01199609141059


(.....)
Penguji 4

Mengetahui,


Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Widi Haryanti, SE., M.Si
NIS. 01200504012113

Ketua Program Studi Manajemen

Finisha M Noor, B.Com., M.P.H
NIS : 01201706162224

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil pekerjaan saya sendiri dan tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila skripsi ini merupakan jiplakan dari penelitian/karya ilmiah/skripsi orang lain, maka saya siap menerima sanksi, sesuai ketentuan yang berlaku.

Surakarta, 15 Agustus 2019



MOTTO

Learn from yesterday, live for today, hope for tomorrow. The important thing is
not to stop questioning. (Albert Einstein)

Sometimes you can't see yourself clearly until you see yourself through the eyes
of others. (Ellen DeGeneres)

Opportunities don't happen. You create them. (Chris Grosser)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan :

1. Kepada Allah SWT terimakasih atas rahmat dan karunia yang di berikan hingga saat ini.
2. Kepada kedua orang tuaku yang sangat kucintai dan sayangi yang selalu ada dalam waktu suka dan duka terima kasih untuk segala yang kalian berikan padaku yang mungkin kata terima kasih tidak akan cukup untuk menggambarkan segala tentangmu Bapak (Sudarminsyah) dan Ibu (Tri Wahyu Ningsih) yang sampai saat ini yang menjadi tempat bersandar dan keluh kesal ku.
3. Untuk kakak ku yang tersayang (Suci Sari Naya) dan adik ku yang tersayang yang memberikan semangat yang tiada henti (Saka Wahyu Wijaya)
4. Untuk sahabat-sahabat tercinta dan terkasihku bojo galak (Mercy Christy Sosir, Wahyu Putri Nur Hidayati, Lisa Ayu Mukharomah, Trisna Tri Hapsari dan Widya Sekar Tanjung) yang selalu mendukung dan menyemangati ku.
5. Untuk sahabat-sahabat tersayang bang tigor (Lusianus Juniarto Empos, Raka Adhitya Pratama,Satrio Cahyo Utomo, Titis Margi Rahayu, Bimo Prakoso, Rama Prima Sutara, Agung Prakoso Eddi Wibowo, Andarias Batlayeri, Dio Oktvian, Sabatian Adi Susanto).

6. Untuk sahabatku yang selalu menyemangatiku Selin Diana Lete, Wika Mawardhany.
7. Untuk sahabat yang ada di sorong yang menyemangati dari jauh Nur Wulandary, Laila Sari Tusyek, Virasanty.
8. Untuk teman-teman seangkatan 2015 S1 manajemen.
9. Dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

PRAKATA

Puji dan syukur panjatkan kehadirat ALLAH SWT atas berkat dan rahmat serta karunia-nya, sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “pengaruh sikap terhadap pembelian produk ramah lingkungan pada niat beli produk ramah lingkungan yang dimoderasi oleh keefektifan perilaku kelingkungan persepsian”. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Setia Budi Surakarta.

Selesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis dengan segala kekurangan hati dan penuh rasa hormat mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan secara langsung maupun bantuan secara tidak langsung kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai, terutama kepada yang saya hormati:

1. Dr. Ir Djoni Tarigan, MBA., selaku Rektor Universitas Setia Budi Surakarta.
2. Ibu Dr. Widi Hariyanti, SE,M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Setia Budi Surakarta
3. Ibu Finisha M Noor., B.Com., MPH., selaku Ketua Program Studi S1 manajemen Universitas Setia Budi Surakarta
4. Bapak Drs. W.B. Atmoko, MM selaku pembimbing 1 yang telah memberikan arahan dan masukan dalam menyelesaikan skripsi

5. Ibu Finisha M Noor., B.Com., MPH., selaku selaku pembimbing II yang telah memberikan arahan dan masukan dalam menyelesaikan skripsi.
6. Dosen penguji I dan Dosen penguji II yang telah memberikan saran dan pengetahuan yang bersifat membangun.
7. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Setia Budi yang telah memberikan Ilmu kepada penulis.
8. Kedua orangtua dan seluruh keluarga penulis yang telah memberikan doa dan dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
9. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan ini.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca, terutama kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Setia Budi Surakarta pada umumnya dan penulis pada khususnya.

Surakarta, 2019

Penulis

INTISARI

Shintiya. 2019. Pengaruh sikap terhadap pembelian produk ramah lingkungan pada niat beli produk ramah lingkungan yang dimoderasi oleh keefektifan perilaku kelingkungan persepsian. Program studi S1 Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Setia Budi Surakarta. Pembimbing I Dr. Waluyo Budi Atmoko, M.M. Pembimbing II Finisha M Noor., B.Com., MPH.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh hubungan-hubungan antar variabel dan ingin menghasilkan model yang lebih baik dari penelitian sebelumnya. Data diperoleh melalui kuesioner pada masyarakat umum . Sampel yang digunakan yaitu masyarakat umum. Teknik penyampelan yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan *purposive sampling*. Responden yang digunakan 85. Uji hipotesis dengan menggunakan analisis regresi sederhana dengan variabel moderator. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa sikap terhadap pembelian produk ramah lingkungan berpengaruh signifikan pada niat beli produk ramah lingkungan. Keefektifan perilaku kelingkungan persepsian berpengaruh tidak signifikan atau tidak memoderasi hubungan antara sikap terhadap pembelian produk ramah lingkungan dan niat beli produk ramah lingkungan.

Kata kunci: niat beli produk ramah lingkungan, sikap terhadap pembelian produk ramah lingkungan, keefektifan perilaku kelingkungan persepsian.

ABSTRACT

Shintiya. 2019. The influence of attitudes towards the purchase of environmentally friendly products towards the purchase intention of environmentally friendly products that are moderated by the effectiveness of perceived privacy. Hospital Management S1 Study Program. Faculty of Economics. Setia Budi University Surakarta. Advisor I Dr. Waluyo Budi Atmoko, M.M. Advisor II Finisha M Noor., B.Com., MPH.

This study aims to see the effect of relationships between variables and wants to produce a model that is better than previous research. Data obtained through a questionnaire to the general public. The sample used is the general public. The sampling technique used in this research is using purposive sampling. Respondents used 85. Hypothesis testing using simple regression analysis with moderator variables. The results in this study indicate that the attitude towards the purchase of environmentally friendly products significantly influence the purchase intention of environmentally friendly products. The effectiveness of perceived environmental behavior is not significant or does not moderate the relationship between attitudes towards the purchase of environmentally friendly products and the intention to purchase environmentally friendly products.

Keywords : intention to buy environmentally friendly products, attitude towards purchasing environmentally friendly products, effectiveness of perceived environmental behavior.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN KELULUSAN	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
PRAKATA.....	viii
INTISARI.....	x
ABSTRACT.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	2
1.3. Pertanyaan Penelitian	3
1.4 Tujuan Penelitian	3
1.5 Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1. Niat Beli Produk Ramah Lingkungan	5
2.2. Sikap Terhadap Pembelian Produk Ramah Lingkungan	7
2.3. Keefektifan Perilaku Kelingkungan Persepsian	12

2.4.	Model Penelitian	15
BAB III	METODE PENELITIAN	16
3.1	Desain Penelitian.....	16
3.2	Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran.....	17
3.2.1	Niat Beli Produk Ramah Lingkungan	17
3.2.2	Sikap Terhadap Pembelian Produk Ramah Lingkungan.....	18
3.2.3	Keefektifan Perilaku Kelingkungan Persepsian	18
3.3	Uji Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur	18
3.3.1	Uji Validitas	18
3.3.2	Uji Reliabilitas.....	19
3.4	Desain Pengambilan Sampel.....	20
3.4.1	Populasi	20
3.4.2	Sampel.....	21
3.4.3	Teknik Penyampelan	21
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	22
3.6	Analisis Data	23
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	25
4.1	Deskripsi Sampel Penelitian	25
4.1.1	Deskripsi Berdasarkan Jenis Kelamin.....	25
4.1.2	Deskripsi Sampel Berdasarkan Usia	26
4.1.3	Deskripsi Sampel Berdasarkan Pendidikan.....	27
4.1.4	Deskripsi Sampel Berdasarkan Pekerjaan.....	27

4.1.5	Deskripsi Sampel Berdasarkan Pendapatan Pribadi.....	28
4.2	Deskripsi Tanggapan Atas Pernyataan Kuesioner	28
4.2.1	Deskripsi Niat Beli Produk Ramah Lingkungan.....	29
4.2.2	Deskripsi Sikap Terhadap Pembelian Produk Ramah Lingkungan.....	30
4.2.3	Deskripsi Keefektifan Perilaku Kelingkunganan Persepsian.....	31
4.3	Hasil Analisis Regresi	32
4.4	Pembahasan.....	34
4.4.1	Pengaruh Sikap Terhadap Pembelian Produk Ramah Lingkungan Pada Niat Beli	34
4.4.2	Pengaruh keefektifan Perilaku Kelingkunganan Persepsian yang Memoderasi Hubungan antara Sikap terhadap iklan dan niat beli	35
BAB V	PENUTUP	36
5.1	Kesimpulan	36
5.2	Keterbatasan Penelitian saran untuk penelitian ke depan	37
5.3	Implikasi manajerial.....	37
	DAFTAR PUSTAKA	38
	LAMPIRAN.....	40

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas Kuesioner	19
Tabel 3.2 Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner.....	20
Tabel 3.3 Ukuran sampel berdasarkan nilai factor loading.....	21
Tabel 4.1 Distribusi Sampel Berdasarkan Jenis Kelamin	25
Tabel 4.2 Distribusi Sampel Berdasarkan Usia.....	26
Tabel 4.3 Distribusi Sampel Berdasarkan Pendidikan	27
Tabel 4.4 Distribusi Sampel Berdasarkan Pekerjaan	27
Tabel 4.5 Distribusi Sampel Berdasarkan Pendapatan Pribadi	28
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan terkait dengan niat beli	29
Tabel 4.7 Distribusi frekuensi tanggapan responden terhadap pernyataan terkait dengan sikap terhadap pembelian produk ramah lingkungan.....	30
Tabel 4.8 Distribusi frekuensi tanggapan responden terhadap pernyataan terkait dengan keefektifan perilaku kelingkunganan persepsian...	31
Tabel 4.9 Hasil analisis regresi antara sikap terhadap pembelian produk ramah lingkungan pada niat beli yang dimoderasi oleh keefektifan perilaku kelingkunganan persepsian	32

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	15
Gambar 3.2 Regresi hubungan antara sikap terhadap pembelian produk rama lingkungan dan niat beli produk ramah lingkungan dimoderasi oleh Keefektifan perilaku kelingkungan persepsian.....	23

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini banyak produk di pasaran yang bersaing untuk mendapatkan pembeli. Dalam kondisi dimana persaingan begitu ketat maka konsumen adalah raja. Dalam upaya mendapatkan pembelian konsumen penting bagi pemasok mengidentifikasi niat beli konsumen. Niat beli adalah tahapan dimana konsumen melakukan pengevaluasian terhadap informasi yang diterima. Niat beli dapat diartikan sebagai kemungkinan bahwa konsumen akan melakukan pembelian produk tertentu. Kesiediaan pelanggan untuk membeli memiliki probabilitas yang lebih tinggi, walaupun pelanggan belum tentu benar-benar membelinya. Niat beli ditentukan oleh manfaat dan nilai yang dirasakan oleh konsumen (Wang dan Tsai 2014).

Keputusan seseorang untuk melakukan tindakan tertentu umumnya didahului oleh niat untuk melakukan tindakan tersebut. Niat yang kuat akan mendorong terjadinya suatu tindakan termasuk tindakan membeli produk. Niat konsumen untuk membeli produk tertentu tidak terjadi begitu saja, melainkan ditentukan oleh berbagai hal, di antaranya adalah sikap dan norma subyektif. Sikap merupakan evaluasi konsep secara menyeluruh yang dilakukan oleh pelanggan. Evaluasi dapat diciptakan oleh sistem afektif yang berupa emosi, perasaan, suasana hati dan tanggapan segera dan langsung berupa rangsangan tertentu. Sikap ini berupa ketertarikan pada produk yang di tawarkan, kesenangan

dalam berbelanja produk dan keyakinan akan manfaat yang dibelanjakan. Apabila ketertarikan, kesukaan, kesenangan dan keyakinan pelanggan positif, maka akan menimbulkan niat untuk membeli suatu produk.

1.2 Perumusan Masalah

Studi ini mengidentifikasi kesenjangan yaitu selama ini penelitian banyak fokus pada pengaruh sikap terhadap niat beli. Tidak selalu orang mempunyai sikap terhadap suatu obyek merek, timbul niatnya untuk membeli. Jadi, ada kesenjangan antara sikap dan niat. Oleh karena itu penelitian fokus pada konstruk yang mampu menjembatani hubungan antara sikap dan niat membeli.

Menurut teori tindakan beralasan, perilaku seseorang tergantung pada niatnya, sedangkan niat untuk berperilaku tergantung pada sikap terhadap perilaku dan norma subyektif. Selanjutnya sikap individu terbentuk dari kombinasi antara keyakinan dan evaluasi tentang keyakinan pentingnya berperilaku tertentu. Norma subyektif ditentukan oleh keyakinan normatif dan motivasi dalam suatu lingkungan sosial. Jadi terbentuknya niat ditentukan oleh interaksi kedua komponen yang mendahuluinya yaitu sikap terhadap perilaku dan norma subyektif tentang perilaku tersebut (Kussujaniatun 2001:12). Burke dan Chapman (1987) dalam penelitiannya tentang periklanan, menyatakan bahwa paparan iklan berpengaruh pada sikap terhadap iklan, dan selanjutnya sikap terhadap iklan berpengaruh pada sikap terhadap merek. Ahmad (2009) menyatakan bahwa pengaruh sikap pada niat diperkuat (dimoderasi) oleh keefektifan perilaku yang akan dilakukan (keefektifan perilaku persepsian).

Terlihat perilaku atau niat berperilaku terkait erat dengan konstruk sikap terhadap iklan, sikap terhadap pembelian merek, dan keefektifan perilaku persepsian. Dalam konteks periklanan, maka paparan iklan berpengaruh pada sikap terhadap iklan selanjutnya sikap terhadap iklan ini membentuk sikap terhadap perilaku pembelian merek dan pada akhirnya membentuk perilaku atau niat berperilaku. Hubungan antara sikap terhadap perilaku pembelian merek dan niat berperilaku dapat diperkuat oleh keefektifan perilaku persepsian. Dalam kenyataannya, seseorang yang mempunyai sikap positif terhadap pembelian produk ramah lingkungan belum tentu akan membeli.

1.3. Pertanyaan Penelitian

Dari rumusan masalah maka dapat diambil pertanyaan penelitian :

1. Apakah sikap berpengaruh pada niat membeli produk ramah lingkungan?
2. Apakah keefektifan perilaku kelingkungan persepsian memoderasi hubungan antara sikap dan niat membeli produk ramah lingkungan?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Menguji pengaruh sikap pada niat membeli produk ramah lingkungan.
2. Menguji peran keefektifan perilaku kelingkungan persepsian dalam memoderasi hubungan antara sikap dan niat membeli produk ramah lingkungan.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan, maka kita dapat menarik suatu manfaat penelitian, yaitu sebagai berikut :

1. Secara teoritis

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi pada ilmu manajemen pemasaran dalam hal-hal faktor yang mempengaruhi niat membeli produk ramah lingkungan akibat pengaruh sikap dan keefektifan perilaku kelingkuangan persepsian sebagai pemoderasi.

2. Secara praktis

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi manajemen perusahaan dalam upaya membangun sikap terhadap iklan dan keefektifan perilaku kelingkuangan persepsian dalam meningkatkan niat beli produk ramah lingkungan.