

**FAKTOR YANG MEMENGARUHI NIAT BELI PRODUK
RAMAH LINGKUNGAN (Survei pada Konsumen Sedotan
Stainless Steel di Jakarta)**

ADELIA

8215162455



**Skripsi Ini Disusun sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2020

FACTORS AFFECTING GREEN PURCHASE INTENTION
(Survey of Consumer Stainless Steel Straws in Jakarta)

ADELIA

8215162455



This thesis is written as one of the requirements for getting Bachelor Degree of Economics on Faculty of Economics State University of Jakarta

STUDY PROGRAM S1 MANAGEMENT

FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2020

ABSTRAK

Adelia, 2019; Faktor Yang Memengaruhi Niat Beli Produk Ramah (Survei pada Konsumen Sedotan *Stainless Steel* di Jakarta). Skripsi, Jakarta: Konsentrasi Manajemen Pemasaran, Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Tim Pembimbing: Setyo Ferry Wibowo, S.E., M.Si. & Ika Febrilia, S.E.,M.M.

Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui pengaruh *consumer innovativeness*, *attitude toward behavior*, *subjective norm* dan *perceived behavioral control* terhadap *purchase intention*. Serta pengaruh *consumer innovativeness* terhadap *attitude toward behavior* dan *subjective norm*. Metode pengumpulan data menggunakan metode survey berupa kuesioner melalui *google form*. Responden dalam penelitian ini ialah generasi milenial (17-36 tahun), berdomisili di DKI Jakarta, dan sedang mempertimbangkan untuk membeli produk ramah lingkungan, dengan sampel berjumlah 200. Teknis analisis data menggunakan AMOS versi 21 dan SPSS versi 24 untuk mengolah dan menganalisis data hasil penelitian. Hasil penelitian menunjukkan variabel *consumer innovativeness*, *attitude toward behavior*, *subjective norm* dan *perceived behavioral control* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *purchase intention*. Serta variabel *consumer innovativeness* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *attitude toward behavior* dan *subjective norm*.

Kata kunci: Inovasi Konsumen, Sikap Terhadap Perilaku, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku Yang dirasakan, Niat Beli

ABSTRACT

Adelia, 2019; *Factors Affecting Green Purchase Intention (Survey of Consumer Stainless Steel Straws in Jakarta)*. Thesis, Jakarta: Concentration in Marketing Management, S1 Management Study Program, Faculty of Economics, Jakarta State University. Advisory Team: Setyo Ferry Wibowo, SE.,M.Si.& Ika Febrilia, SE,M.M.

The purpose of this study was to determine the effect of consumer innovativeness, attitude toward behavior, subjective norm and perceived behavioral control on purchase intention. And the influence of consumer innovativeness on attitude toward behavior and subjective norm. The data collection method uses a survey method in the form of a questionnaire via Google Form. Respondents in this study are millennials (17-36 years), domiciled in DKI Jakarta, and are considering buying environmentally friendly products, with a sample of 200. Technical data analysis uses AMOS version 21 and SPSS version 24 to process and analyze the results data research. The results showed that consumer innovativeness, attitude toward behavior, subjective norm and perceived behavioral control variables positively and significantly affect purchase intention. And consumer innovation variables have a positive and significant effect on attitude toward behavior and subjective norm.






Keywords: *Consumer Innovaativenss, Attitudes Towards Behavior, Subjective Norms, Perceived Behavioral Control, Purchase Intention.*

LEMBAR PENGESAHAN

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta



Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd
NIP: 19720715 200112 1 001

Nama	Jabatan	Tandatangan	Tanggal
1. <u>M. Edo Suryawan Siregar, S.E., M.B.A</u> NIP: 197201252002121002	Ketua		12 Feb 2020
2. <u>Shandy Aditya, BIB, MPBS</u> NIP: 198404082019031003	Sekretaris		12 Feb 2020
3. <u>Agung Kresnamurti Rivai P, ST., M.M</u> NIP: 197404162006041001	Penguji Ahli		14 Feb 2020
4. <u>Setyo Ferry Wibowo, S.E., M.Si</u> NIP: 197206171999031001	Pembimbing I		17 Feb 2020
5. <u>Ika Febrilia, S.E., M.M</u> NIP: 198702092015042001	Pembimbing II		17 Feb 2020

Tanggal Lulus 6 Februari 2020

LEMBAR ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana. Baik di Universitas Negeri Jakarta, maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan. Kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran. Maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh. Serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Januari 2020



PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Adella
NIM : 8215162455
Fakultas/Prodi : Ekonomi / S1- Manajemen
Alamat email : Adellabasyarudin@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

faktor yang mempengaruhi minat beli produk rumah tanggangan
(survei pada konsumen sebuah bisnis kecil di DKI)

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta

Penulis

Adella
ADELLA
(nama dan tanda tangan)

MOTTO

You can..

If you think

You can..

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim.

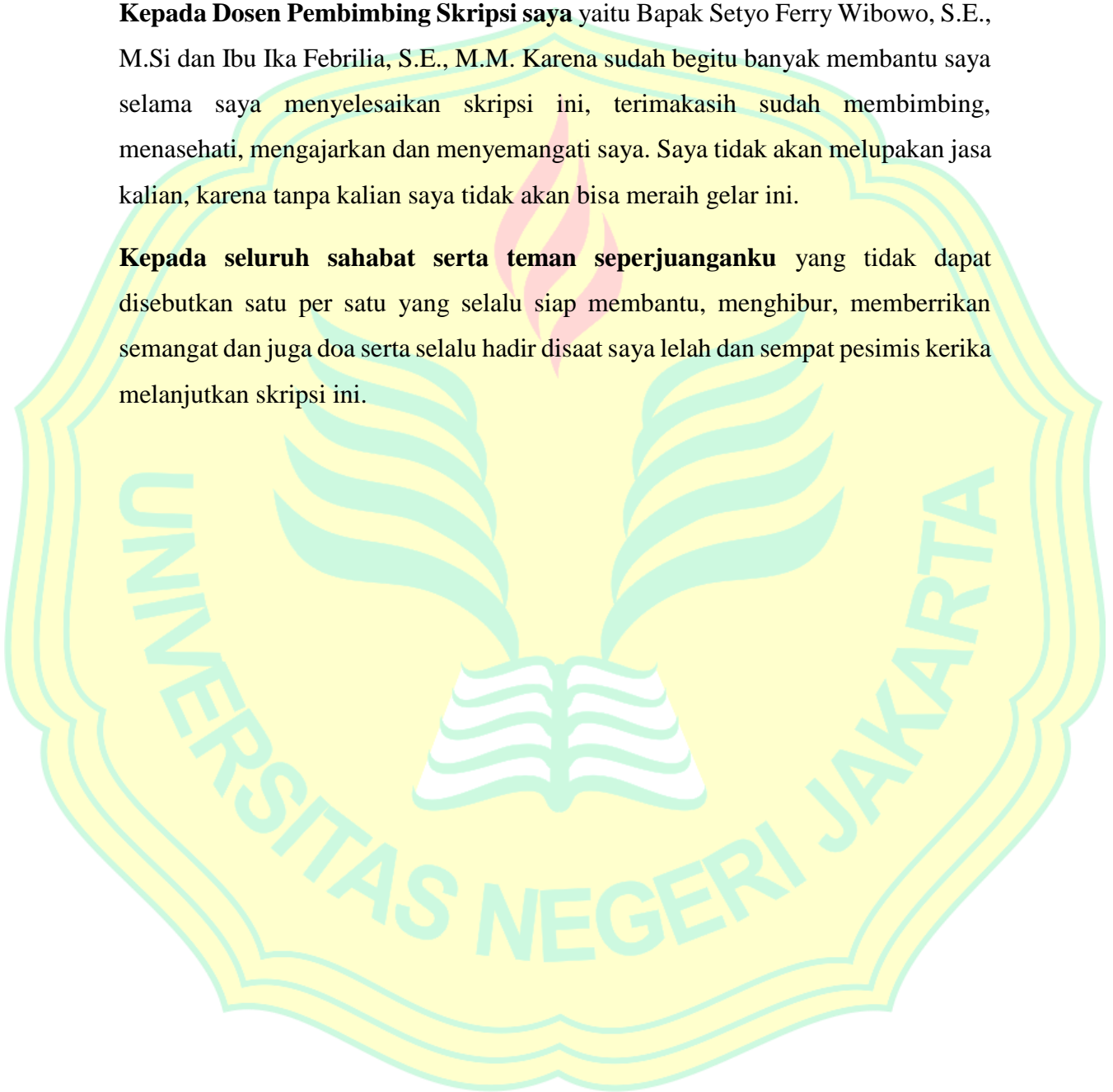
Alhamdulillah kupersembahkan puji dan syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini dengan segala kekuranganku. Segala syukur ku ucapkan kepada-Mu karena telah menghadirkan mereka yang selalu memberi semangat dan do'a disaat aku sedang berada di titik terlemah dan tersulitku, mereka yang sudah memotivasiku untuk terus berusaha menyelesaikan skripsi ini. Karena-Mu mereka ada, dan karena-Mu skripsi ini terselesaikan. Hanya pada-Mu tempat ku mengadu, berkeluh kesah dan mengucapkan syukur. Sholawat serta salam selalu terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Kupersembahkan karya sederhana kepada orang-orang yang sangat aku sayangi dan aku kasihi.

Kepada Bapak dan Ibu Tercinta serta Tersayang apa yang aku peroleh hari ini belum mampu membayar setets keringat dan air mata bapak dan ibu yang selaly menjadi motivator dalam hidupku. Terimakasih atas semua dukungan dari bapak dan ibu, baik moril maupun materil. Tanpa kehadiran bapak dan ibu tidak mungkin aku menjadi seperti sekarang ini. Skripsi ini kupersembahkan untuk bapak dan ibu tercinta, aku takkan bisa membalas semua jasa dan kebaikan yang telah bapak ibu berikan kepadaku, serta doa yang selalu kalian panjatkan untukku di setiap saat sehingga aku dapat meraih keberhasilan ini.

Kepada adik-adik saya yaitu Afaf, Samir, Syahrin yang sudah memberikan semangat serta menghibur disaat menyelesaikan skripsi ini, dan juga sebagai salah satu memotivasiku untuk meraih cita-cita.

Kepada Dosen Pembimbing Skripsi saya yaitu Bapak Setyo Ferry Wibowo, S.E., M.Si dan Ibu Ika Febrilia, S.E., M.M. Karena sudah begitu banyak membantu saya selama saya menyelesaikan skripsi ini, terimakasih sudah membimbing, menasehati, mengajarkan dan menyemangati saya. Saya tidak akan melupakan jasa kalian, karena tanpa kalian saya tidak akan bisa meraih gelar ini.

Kepada seluruh sahabat serta teman seperjuanganku yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang selalu siap membantu, menghibur, memberrikan semangat dan juga doa serta selalu hadir disaat saya lelah dan sempat pesimis kerika melanjutkan skripsi ini.



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas kasih, izin, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang berjudul **“Faktor Yang Memengaruhi Niat Beli Produk Ramah Lingkungan”**

Dalam penyelesaian skripsi ini, tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang berperan dalam penyelesaian skripsi tersebut. Maka penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah banyak membantu dan memberikan dukungan secara moril dalam penyusunan skripsi ini, terutama kepada:

1. Dr. Ari Saptono, M.Pd. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Dr. Suherman, M.Si selaku Ketua Program Studi S-1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Setyo Ferry Wibowo, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing I yang senantiasa membimbing dan mengarahkan penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
4. Ika Febrilia, S.E., M.M selaku dosen pembimbing II yang senantiasa membimbing dan mengarahkan penulis dalam proses penyusunan skripsi ini
5. Dosen-dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang selama ini memberikan pengajaran serta arahan dalam studi yang penulis tempuh serta Staf Program dan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah membantu dalam proses administrasi penulis serta pemberkasan.

6. Kedua orang tua tercinta, Abi Said Agil Basyarahil dan Mama Hikmah Hadromi, yang telah memberikan doa, arahan, motivasi, dan dukungan moril maupun finansial agar penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Tak ketinggalan pula adik-adikku tersayang Afaf, Samir dan Syahrin yang sudah menyemangati, membantu dan mendoakan penulis.
7. Muhammad Yahya Huraibi yang mendukung, membantu dan berbagi ilmu serta cerita dalam proses penyusunan skripsi ini.
8. Teman-teman seperjuangan penulis yaitu February Trisha Gadis dan Aina Zatil, yang saling memotivasi dan berbagi informasi serta membantu peneliti dalam proses penyusunan skripsi ini.
9. Teman-teman yang sudah penulis anggap seperti keluarga sendiri yaitu Fahira, Diana, Elena yang selama ini sudah berbagi suka dan duka dengan penulis, memberikan dukungan moril untuk menyusun skripsi ini.
10. Teman-teman kelas Manajemen A angkatan 2016 yang sudah berjuang dan belajar bersama-sama, memberikan banyak pengalaman dan kenangan dengan penulis dari awal semester hingga akhir semester serta memberikan dukungan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun untuk penyempurnaan skripsi ini agar lebih baik. Penulis juga berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca serta peneliti lanjutan yang meneliti hal yang serupa.

Jakarta, Januari 2020

Adelia



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	i
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR ORISINALITAS	iv
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II.....	12
KAJIAN TEORETIK.....	12
2.1 Deskripsi Konseptual	12
2.1.1 <i>Purchase Intention</i> (niat beli).....	12
2.1.2 <i>Consumer innovativeness</i> (inovasi konsumen).....	14
2.2 Hasil penelitian relevan	21
2.3 Kerangka Teoritik.....	32
2.4 Perumusan Hipotesis	33
BAB III	36
METODE PENELITIAN.....	36
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	36
3.2 Metode Penelitian.....	36

3.3 Populasi & Sampling.....	36
3.3.1 Populasi.....	36
3.3.2 <i>Sample</i>	37
3.4 Teknik Pengumpulan data.....	38
3.4.1 Variabel Penelitian.....	38
3.5. Operasional variabel.....	40
3.6 Teknik Analisis Data.....	42
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	43
3.6.2 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	43
3.6.3 Uji Kesesuaian Model.....	45
BAB IV.....	51
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1 Deskriptif Analisis.....	51
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	51
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	52
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	53
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan.....	54
4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan.....	54
4.2 Hasil Pengujian.....	55
4.2.1 Analisis Deskriptif.....	55
4.2.1.1 Variabel <i>purchase intention</i>	55
4.2.1.2 Variabel <i>consumer innovativeness</i>	56
4.2.1.3 Variabel <i>attitude toward behavior</i>	57
4.2.1.4 Variabel <i>subjective norm</i>	58
4.2.1.5 Variabel <i>perceived behavioral control</i>	59
4.2.2 <i>Exploratory Factor Analysis</i>	60

4.2.3	<i>Confirmatory Factor Analysis</i>	65
4.2.4	<i>Full Model</i>	70
4.2.5	<i>Fit Model</i>	71
4.2.6	Pengujian Hipotesis.....	73
4.2.6.1	Berdasarkan <i>fit model</i>	73
BAB V.....		77
KESIMPULAN DAN SARAN.....		77
5.1	Kesimpulan.....	77
5.2	Saran.....	78
5.2.1	Saran Praktis	78
5.2.2	Saran Teoritis.....	79
DAFTAR PUSTAKA		80
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....		85
RIWAYAT HIDUP.....		101



DAFTAR TABEL

Tabel II.1 Hasil Penelitian Relevan	29
Tabel III. 1 Operasional Variabel.....	40
Tabel III. 2 Skala Pengukuran	42
Tabel III. 3 Goodness Of Fit Indices.....	49
Tabel IV. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	52
Tabel IV. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
Tabel IV. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	53
Tabel IV. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Tertinggi.....	54
Tabel IV. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pernikahan.....	54
Tabel IV. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
Tabel IV. 7 Analisis Deskriptif Variabel Purchase Intention	56
Tabel IV. 8 Analisis Deskriptif Variabel Consumer Innovativeness	57
Tabel IV. 9 Analisis Deskriptif Variabel Attitude Toward Behavior	58
Tabel IV. 10 Analisis Deskriptif Variabel Subjective Norm	59
Tabel IV. 11 Analisis Deskriptif Variabel Perceived Behavioral Control.....	60
Tabel IV. 12 Analisis Faktor Purchase Intention.....	60
Tabel IV. 13 Analisis Cronbach's Alpha Purchase Intention	60
Tabel IV. 14 Analisis Faktor Consumer Innovativeness	61
Tabel IV. 15 Analisis Cronbach's Alpha Consumer Innovativeness.....	62
Tabel IV. 16 Analisis Faktor Attitude Toward Behavior.....	62
Tabel IV. 17 Analisis Cronbach's Alpha Attitude Toward Behavior	63
Tabel IV. 18 Analisis Faktor Subjective Norm.....	63
Tabel IV. 19 Analisis Cronbach's Alpha Subjective Norm	64
Tabel IV. 20 Analisis Faktor Perceived Behavioral Control	64
Tabel IV. 21 Analisis Cronbach's Alpha Perceived Behavioral Control.....	65

Tabel IV. 22 Goodes Fit Indices Purchase Intention	66
Tabel IV. 23 Goodes Fit Indices Consumer Innovativeness.....	67
Tabel IV. 24 Goodes Fit Indices Attitude Toward Behavior.....	68
Tabel IV. 25 Goodes Fit Indices Subjective Norm.....	69
Tabel IV. 26 Goodes Fit Indices Perceived Behavioral Control.....	70
Tabel IV. 27 Estimasi Parameter Regression Weights Model.....	73
Tabel IV. 28 Hasil Fit Model	74



DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Indonesia Peringkat Kedua Penghasil Sampah Plastik.....	2
Gambar I.2 Sampah Sedotan Plastik di Indonesia	3
Gambar II.1 <i>Theory of Reasoned Action</i>	16
Gambar II.2 <i>Theory Planned Behavior</i>	17
Gambar II.3 Model Penelitian.....	33
Gambar IV. 1 First Order Construct Variabel Purchase Intention	65
Gambar IV. 2 First Order Construct Consumer Innovativeness	67
Gambar IV. 3 First Order Construct Attitude Toward Behavior	67
Gambar IV. 4 First Order Construct Subjective Norm	68
Gambar IV. 5 First Order Construct Perceived Behavioral Control	69
Gambar IV. 6 Full Model	71
Gambar IV. 7 Fit Model	71

