

**PENGARUH *INTERPERSONAL INFLUENCE* TERHADAP *GREEN*
PURCHASE INTENTION PENGGUNA POTENSIAL SEPEDA MOTOR
LISTRIK**



Oleh:

Osse Perdana Putra

1801621145

PSIKOLOGI

SKRIPSI

PROGRAM STUDI PSIKOLOGI

FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

JUNI 2025

**PENGARUH *INTERPERSONAL INFLUENCE* TERHADAP *GREEN
PURCHASE INTENTION* PENGGUNA POTENSIAL SEPEDA MOTOR
LISTRIK**



Oleh:

**Osse Perdana Putra
1801621145**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh Gelar
Sarjana Psikologi**

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
JUNI 2025**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING DAN PENGESAHAN PANITIA SIDANG SKRIPSI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING DAN PENGESAHAN PANITIA SIDANG SKRIPSI

PENGARUH INTERPERSONAL INFLUENCE TERHADAP GREEN PURCHASE INTENTION PENGGUNA POTENSIAL SEPEDA MOTOR LISTRIK

Nama Mahasiswa : Osse Perdana Putra
NIM : 1801621145
Program Studi : Psikologi
Tanggal Ujian : 23 Juni 2025

Pembimbing 1


Erik, M Si
NIP 199105012024061002

Pembimbing 2


Liza Yudhita Widyastuti, M.Psi, Psikolog
NIP 199104252022032009

Panitia Ujian/Sidang Skripsi

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
Dr. Gumgum Gumelar, M.Si (Dekan/Penanggung Jawab)		15/7/2025
Mira Ariyani, Ph.D (Wakil Dekan/Penanggung Jawab)		21/7/2025
Dr. Lussy Dwiutami, M.Si (Ketua Sidang)		7 Juli 2025
Novitasari R. Damanik, M.Si (Anggota)		4 Juli 2025
Reny Rustyawati, M.A (Anggota)		7 Juli 2025

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, mahasiswa Fakultas Psikologi
Universitas Negeri Jakarta:

Nama Mahasiswa : Osse Perdana Putra

NIM : 1801621145

Program Studi : Psikologi

Menyatakan bahwa skripsi yang dibuat dengan judul "pengaruh *interpersonal influence* terhadap *green purchase intention* pada pengguna potensial sepeda motor listrik" adalah:

1. Dibuat dan diselesaikan oleh saya sendiri, berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian pada bulan Maret sampai dengan bulan Juni 2025.
2. Bukan merupakan duplikasi skripsi/karya inovasi yang pernah dibuat orang lain atau jiplakan karya tulis orang lain dan bukan terjemahan karya tulis orang lain.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan saya bersedia menanggung segala akibat yang ditimbulkan jika pernyataan saya ini tidak benar.

Jakarta, 27 Juni 2025



Osse Perdana Putra

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
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 : Osse Perdana Putra
NIM : 1801621145
Fakultas/Prodi : Fakultas Psikologi Psikologi
Alamat email : osseprdn@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 :

Pengaruh *Interpersonal Influence* Terhadap *Green Purchase Intention* Pada Pengguna Potensial Sepeda Motor Listrik

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, 13 Agustus 2025



Osse Perdana Putra

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Sesungguhnya setelah kesulitan itu ada kemudahan”

(QS. Al-Insyirah : 6)

“I’m Free To Be What ever I”

(oasis)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan petunjuk-Nya. Kepada orang tua saya tercinta yang selalu mendoakan dan mendukung, serta pengorbanan tiada yang tiada henti. Kepada saudara-saudara dan kawan-kawan yang menjadi sumber semangat. Kepada dosen pembimbing serta seluruh dosen yang telah membagikan ilmu dan bimbingan selama masa studi. Kepada kawan-kawan seperjuangan yang saling membantu dan memberikan dukungan, serta kepada diri saya sendiri yang telah berjuang dan tidak menyerah hingga akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan.

OSSE PERDANA PUTRA

PENGARUH *INTERPERSONAL INFLUENCE* TERHADAP *GREEN*
PURCHASE INTENTION PENGGUNA POTENSIAL SEPEDA MOTOR
LISTRIK

SKRIPSI

Survei: Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Negeri Survei
2025

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *interpersonal influence* terhadap *green purchase intention* pada pengguna potensial sepeda motor listrik. Meskipun isu lingkungan semakin meningkat dan pentingnya adopsi kendaraan ramah lingkungan makin disorot, tingkat adopsinya masih tergolong rendah. Gen Z, Sebagai generasi melek digital dan kritis terhadap isu lingkungan, memiliki potensi besar sebagai pengguna motor listrik. Oleh karena itu, pemerintah dan perusahaan perlu memahami faktor-faktor yang mendorong niat konsumen dalam membeli produk ramah lingkungan, salah satunya faktor *interpersonal influence*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik survei online. Instrumen penelitian berupa kuesioner dengan skala Likert 5 poin yang disebarkan kepada responden berusia 17–28 tahun, memiliki SIM C, dan termasuk dalam kelompok Gen Z. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling*, dengan total 171 responden. Analisis data dilakukan melalui uji asumsi dan uji hipotesis menggunakan analisis regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *interpersonal influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *green purchase intention*. Artinya, semakin tinggi pengaruh interpersonal yang diterima individu, semakin besar pula niatnya untuk membeli dan menggunakan sepeda motor listrik.

Kata kunci: *interpersonal influence, green purchase intention, sepeda motor listrik, pengaruh sosial, perilaku ramah lingkungan.*

OSSE PERDANA PUTRA

**THE INFLUENCE OF INTERPERSONAL INFLUENCE ON GREEN PURCHASE
INTENTION AMONG POTENTIAL USERS OF ELECTRIC MOTORCYCLES**

UNDERGRADUATE THESIS

Survei: Major Of Psychology, Faculty Of Psychology, State University Of Survei

2025

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of interpersonal influence on green purchase intention in potential users of electric motorcycles. Although environmental issues are increasing and the importance of adopting environmentally friendly vehicles is increasingly highlighted, the adoption rate is still relatively low. Gen Z, as a digitally literate generation and critical of environmental issues, has great potential as electric motorcycle users. Therefore, the government and companies need to understand the factors that drive consumer intentions to buy environmentally friendly products, one of which is the interpersonal influence factor. This study uses a quantitative method with an online survei technique. The research instrument was a questionnaire with a 5-point Likert scale distributed to respondents aged 17–28 years, had a Class C driving license, and were included in the Gen Z group. The sampling technique used non-probability sampling, with a total of 171 respondents. Data analysis was carried out through assumption testing and hypothesis testing using simple linear regression analysis. The results showed that interpersonal influence had a positive and significant effect on green purchase intention. This means that the higher the interpersonal influence received by an individual, the greater their intention to buy and use an electric motorcycle.

Keywords: *interpersonal influence, green purchase intention, electric motorcycles, social influence, environmentally friendly behavior.*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, karunia, dan petunjuk-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Interpersonal Influence* terhadap *Green Purchase Intention* Penggunaan Potensial Motor” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi pada Fakultas Psikologi, Universitas Negeri Jakarta.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini tidak dapat diselesaikan dengan baik tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak lain yang mendukung. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya, serta penghargaan yang setinggi-tingginya kepada seluruh pihak yang berkontribusi membantu, antara lain:

1. Bapak Dr. Gungum Gumelar FR, M. Si., selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Negeri Jakarta.
2. Ibu Mira Ariyani, Ph.D. selaku Wakil Dekan I Fakultas Psikologi Universitas Negeri Jakarta.
3. Ibu Dr. Lussy Dwiutami Wahyuni, M.Pd., selaku Wakil Dekan II Fakultas Psikologi Universitas Negeri Jakarta
4. Bapak Herdian Maulana, Ph.D., selaku Wakil Dekan III Fakultas Psikologi Universitas Negeri Jakarta.
5. Ibu Irma Rosalinda Lubis, S.Psi., M.Si, Psikolog selaku Koordinator program studi S1 psikologi Universitas Negeri Jakarta
6. Bapak Erik, M.Si, selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan koreksi dalam tahap penulisan skripsi ini.
7. Ibu Liza Yudhita Widyastuti, M.Psi, Psikolog., selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan koreksi dalam tahap penulisan skripsi ini.
8. Ibu Fitri Lestari Issom, M.Si, selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan dalam berproses sebagai mahasiswa.
9. Seluruh dosen Fakultas Psikologi Universitas Negeri Jakarta yang telah banyak memberikan ilmu yang bermanfaat.

10. Kedua orang tua tercinta, Ibu Sumiyati dan Bapak Maryoto, serta saudara sebagai sumber kekuatan dan motivasi bagi penulis. Terima kasih selalu atas dukungan moral dan doa yang tidak pernah putus serta pengorbanan yang tiada henti.
11. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam penelitian ini.
12. Kawan-kawan JANJI GA NT, yaitu Ariq, Adit, Alip, Adam dan Nando yang telah menjadi bagian dari perjalanan perkuliahan, baik dalam suka maupun duka.
13. Kawan-kawan Unit kesenian Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta, yang telah menjadi kawan dalam berkesenian selama berproses menjadi mahasiswa.
14. Kawan-kawan Solidaritas Pemoeda Rawamangun, yang telah memberikan arti bagi penulis dalam pergerakan mahasiswa.
15. Kawan-kawan Opai, Tombul, Bowo, Rio, Reza, Dimas, Candra, Ivan, Fikri, Sule, Rafli, Iqbal, Eko dan Tyo yang hadir menemani dibalik penulis berproses menjadi mahasiswa.
16. Kawan-kawan seangkatan tahun 2021 yang telah menjadi kawan seperjuangan perjalanan perkuliahan.
17. Diri penulis, terima kasih sudah bertahan dan berusaha sejauh ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis membuka diri terhadap segala bentuk saran dan kritik yang membangun demi perbaikan ke depannya. Besar harapan penulis agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang psikologi sosial dan perilaku konsumen ramah lingkungan.

Jakarta, 27 Juni 2025



Osse Perdana Putra

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING DAN PENGESAHAN PANITIA SIDANG SKRIPSI	I
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	II
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	III
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	IV
ABSTRAK	V
<i>ABSTRACT</i>	VI
KATA PENGANTAR	VII
DAFTAR ISI	IX
DAFTAR TABEL	XII
DAFTAR GAMBAR	XIII
DAFTAR LAMPIRAN	XIV
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Batasan Masalah	9
1.4 Rumusan Masalah	10
1.5 Tujuan Penelitian	10
1.6 Manfaat Penelitian	10
1.6.1 Manfaat Teoritis	10
1.6.2 Manfaat Praktis	10
BAB II	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 <i>Green Purchase Intention</i>	11
2.1.1 Definisi <i>Green Purchase Intention</i>	11
2.1.2 Aspek <i>Green Purchase Intention</i>	12
2.2 <i>Interpersonal Influence</i>	13
2.2.1 Definisi <i>Interpersonal Influence</i>	13
2.2.2 Dimensi <i>Interpersonal Influence</i>	14
2.3 Hubungan <i>Interpersonal Influence</i> Dan <i>Green Purchase Intention</i>	14
2.4 Definisi Gen Z	15
2.5 Kerangka Konseptual	15
2.6 Hipotesis	16
2.7 Hasil Penelitian Relevan	16
BAB III	19
METODE PENELITIAN	19
3.1 Tipe Penelitian	19

3.2 Identifikasi Dan Operasionalisasi Variabel Penelitian	19
3.2.1 Definisi Konseptual	21
3.2.1.1 Definisi Konseptual <i>Green Purchase Intention</i>	21
3.2.1.2 Definisi Konseptual <i>Interpersonal influence</i>	21
3.2.2 Definisi Operasional	21
3.2.2.1 Definisi Operasional <i>Green Purchase Intention</i>	21
3.2.2.2 Definisi Operasional <i>Interpersonal influence</i>	22
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	22
3.3.1 Populasi	22
3.3.2 Sampel	22
3.3.3 Teknik Sampling	22
3.4 Teknik Pengumpulan Data	23
3.4.1 Teknik Pengambilan Data	23
3.4.2 Instrumen Penelitian	23
3.4.2.1 Instrumen <i>Green Purchase Intention</i>	23
3.4.2.1.1 Latar Belakang Instrumen <i>Green Purchase Intention</i>	23
3.4.2.2 Instrumen <i>Interpersonal influence</i>	24
3.4.2.2.1 Latar Belakang Instrumen <i>Interpersonal influence</i>	24
3.4.2.3 Kisi-Kisi Instrumen	25
3.4.2.3.1 Instrumen <i>Green Purchase Intention</i>	25
3.4.2.3.2 Instrumen <i>Interpersonal influence</i>	26
3.4.2.3.3 Proses Adaptasi	27
3.5 Uji Coba Instrumen	28
3.5.1 Uji Validitas	28
3.5.2 Uji Reliabilitas	30
3.6 Analisis Data	31
3.6.1 Uji Asumsi	31
3.6.1.1 Uji Normalitas	32
3.6.1.2 Uji Linearitas	32
3.6.1.3 Uji Korelasi	32
3.6.1.4 Uji Heteroskedastisitas	33
3.6.2 Uji Hipotesis	34
3.6.2.1 Analisis Regresi Linear Sederhana	34
BAB IV	35
HASIL PENELITIAN	35
4.1 Gambaran Partisipan Penelitian	35
4.1.1 Gambaran Jenis Kelamin Responden	35
4.1.2 Gambaran Rentan Usia Responden	35
4.1.3 Gambaran Rentan Pendapatan Responden	36
4.1.4 Gambaran Pendidikan Akhir Responden	37
4.2 Prosedur Penelitian	37
4.2.1 Persiapan Penelitian	37

4.2.1 Pelaksanaan Penelitian	39
4.3 Hasil Analisis Data	40
4.3.1 Data Deskriptif Variabel	40
4.3.1.1 Data Deskriptif Variabel <i>Green Purchase Intention</i>	40
4.3.1.2 Data Deskriptif Variabel <i>Interpersonal influence</i>	41
4.3.2 Uji Asumsi.....	42
4.3.2.1 Uji Normalitas	42
4.3.2.2 Uji Linearitas	42
4.3.3 Uji Korelasi	43
4.3.2.4 Uji Heteroskedastisitas	44
4.3.3 Uji Hipotesis.....	44
4.3.3.1 Analisis Regresi Linear.....	44
4.4 Pembahasan	46
4.6 Keterbatasan Penelitian	48
BAB V.....	49
KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN	49
5.1 Kesimpulan	49
5.2 Implikasi	49
5.3 Saran	50
5.3.1 Saran Praktis	50
5.3.2 Saran Teoritis	50
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN.....	55

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 <i>Blueprint Green Purchase Intention</i>	26
Tabel 3.2 <i>Blueprint Interpersonal influence</i>	26
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas <i>Interpersonal Influence</i>	29
Tabel 3.4 Uji Validitas <i>Green Purchase Intention</i>	29
Tabel 3.5 Koefisien Reliabilitas	30
Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas <i>Interpersonal Influence</i>	30
Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas <i>Green Purchase Intention</i>	31
Tabel 4.1 Gambaran Jenis Kelamin Responden	35
Tabel 4.2 Gambaran Rentan Usia Responden	35
Tabel 4.3 Gambaran Rentan Pendapatan Responden	36
Tabel 4.4 Gambaran Pendidikan Akhir Responden	37
Tabel 4.5 Data Deskriptif Variabel <i>Green Purchase Intention</i>	40
Tabel 4.6 Data Deskriptif Variabel <i>Interpersonal influence</i>	41
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas	42
Tabel 4.8 Hasil Uji Linearitas	43
Tabel 4.9 Hasil Uji Korelasi	43
Tabel 4.10 Hasil Uji Analisis Regresi Linear	44
Tabel 4.11 Hasil Uji Analisis Regresi Linear	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	16
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	44



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Uji Coba	55
Lampiran 2 Hasil Uji Analisis Data	57
Lampiran 3 Permohonan Izin menggunakan alat ukur	59
Lampiran 4 Expert Judgement	60
Lampiran 5 Validitas Instrumen	61
Lampiran 6 Riwayat Hidup	62
Lampiran 7 Kuesioner Penelitian	63



