

**FAKTOR – FAKTOR YANG BERPENGARUH PADA
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK RAMAH
LINGKUNGAN**

TUGAS AKHIR



FENY RIMADIANA KURNIA

1121001044

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE**

2016

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Feny Rimadiana Kurnia

NIM : 1121001044

Tanda Tangan :



Tanggal : 16 Agustus 2016

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Feny Rimadiana Kurnia
NIM : 1121001044
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Faktor – Faktor yang Berpengaruh pada Keputusan Pembelian Produk Ramah Lingkungan.

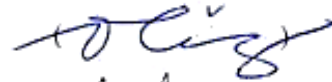
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Ir. Tri Wismiarsi, M.Sc., Ph.D



Penguji I : Holilla Hatta, S.Pd., MM



Penguji II : Dominica Widyastuti, S.E., MM



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 16 Agustus 2016

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan ridhonya sehingga tugas akhir mengenai “Faktor – Faktor yang berpengaruh Pada Keputusan Pembelian Produk Ramah Lingkungan” dapat berjalan dengan lancar. Shalawat dan salam tak lupa juga penulis panjatkan untuk Nabi Muhammad Saw.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini tidak dapat selesai dengan baik tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada pihak – pihak yang terus membantu selama proses penyusunan tugas akhir ini, yaitu kepada:

1. Orangtua dan keluarga penulis, Papa, Mama, Bunda, Fery, Embah Putri, dan Embah Kakung atas kasih sayang maupun motivasi dan dukungan moril maupun materi serta doa yang selalu dipanjatkan untuk penulis.
2. Ibu Tri Wismiarsi sebagai dosen pembimbing yang senantiasa memberikan bimbingan, nasihat, saran dan kritik yang membangun demi kelancaran proses penyelesaian tugas akhir ini.
3. Ibu Holilla Hatta selaku dosen penguji dalam tugas akhir ini yang telah memberikan semangat, saran, dan kritik yang membangun bagi penulis.
4. Ibu Dominica selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan dan saran yang membangun bagi penulis.
5. Seluruh dosen Program Studi Manajemen Universitas Bakrie yang telah memberikan pengajaran kepada penulis selama masa perkuliahan dan masa penyusunan tugas akhir.
6. Teman – teman seperjuangan dari awal perkuliahan, Luthfi, Dilla, Mange, Ibas, Andri, dan Jet yang tergabung dalam group “tujuh kurcaci” yang senantiasa memberikan canda dan tawa untuk menghibur penulis.
7. Anak – anak kosan Ibu Juriah, Ka April, Ka Friska, Ka Tia, Ade, Feli, Dea, dan Neva yang senantiasa menemani menulis hingga larut malam.
8. Teruntuk “kamu” yang selalu menemani dan memberikan nasihat serta semangat yang menyenangkan bagi penulis.

Universitas Bakrie

9. Teman-teman Program Studi Manajemen angkatan tahun 2012 yang telah memberikan dukungan kepada penulis untuk dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Teman – Teman angkatan 2012 Universitas Bakrie yang sama – sama berjuang untuk dapat wisuda tahun ini.
11. Seluruh pihak terkait yang terus memberikan dukungan dan nasihat yang berguna untuk pengembangan diri penulis.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tugas akhir ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang dapat dijadikan sebagai motivasi untuk menjadikan tugas akhir ini lebih baik. Penulis juga berharap semoga tugas akhir ini dapat berguna dan bermanfaat bagi para pembaca sekalian.

Jakarta, 16 Agustus 2016



Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademika Universitas Bakrie, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Feny Rimadiana Kurnia
NIM : 1121001044
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Penelitian Empiris (Skripsi)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

"FAKTOR – FAKTOR YANG BERPENGARUH PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODK RAMAH LINGKUNGAN"

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Padatanggal : 16 Agustus 2016

Yang menyatakan


(Feny Rimadiana Kurnia)

Faktor – Faktor yang Berpengaruh Pada Keputusan Pembelian Produk Ramah Lingkungan

Feny Rimadiana Kurnia¹

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh dukungan perlindungan lingkungan, tanggung jawab pada lingkungan, pengalaman menggunakan produk ramah lingkungan, strategi ramah lingkungan, dan citra sosial terhadap keputusan pembelian produk ramah lingkungan. Data dikumpulkan dari 200 responden dengan karakteristik konsumen yang berperilaku ramah lingkungan dan menggunakan produk ramah lingkungan. Pengumpulan data dilakukan dengan survei menggunakan kuesioner terstruktur. Teknik Non-probability sampling yaitu snowball sampling digunakan untuk mendapatkan sampel penelitian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hanya variabel citra sosial yang tidak berpengaruh pada keputusan pembelian produk ramah lingkungan. Penelitian ini menemukan bahwa konsumen yang berperilaku ramah lingkungan tidak memikirkan citra sosial mereka dimasyarakat ketika menggunakan produk ramah lingkungan.

Kata kunci: *green marketing, green consumers*, dan keputusan pembelian produk ramah lingkungan

¹Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Bakrie

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Batasan Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 <i>Green Marketing</i>	7
2.1.2 <i>Green Product</i> (Produk Ramah Lingkungan)	11
2.1.3 Keputusan Pembelian Produk Ramah Lingkungan	12
2.1.3.1 Dukungan Perlindungan Lingkungan	14

2.1.3.2 Tanggung Jawab Pada Lingkungan	15
2.1.3.3 Pengalaman Menggunakan Produk Ramah Lingkungan	16
2.1.3.4 Strategi Ramah Lingkungan	16
2.1.3.5 Citra Sosial	17
2.2 Penelitian Terdahulu	18
2.3 Kerangka Konseptual dan Pengembangan Hipotesis	20
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1 Jenis Penelitian.....	24
3.2 Populasi dan Sampel	24
3.2.1 Populasi	24
3.2.2 Sampel	25
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel	25
3.3 Pengumpulan Data	26
3.3.1 Sumber Data	26
3.3.2 Metode Pengumpulan Data	27
3.4 Variabel Penelitian dan Alat Ukur	27
3.4.1 Variabel Penelitian	27
3.4.2 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran.....	28
3.5 Uji Instrumen Penelitian	30
3.5.1 Uji Validitas	30
3.5.2 Uji Reliabilitas	31
3.5.3 Uji Normalitas.....	31
3.5.4 Uji Multikolinearitas	31
3.5.5 Uji Heterokedastisitas	32

3.6 Analisis Faktor	32
3.7 Teknik Analisis	32
3.7.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	34
4.1 Uji Coba Alat Ukur	34
4.1.1 Uji Reliabilitas 30 Responden.....	34
4.2 Uji Reliabilitas 200 Responden.....	37
4.3 Analisis Faktor	39
4.4 Uji Validitas	45
4.5 Karakteristik Responden	46
4.6 Uji Asumsi Klasik	48
4.6.1 Uji Normalitas.....	48
4.6.2 Uji Heterokedastisitas	49
4.7 Analisis Regresi Linear Berganda	50
4.8 Pembahasan	51
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	55
5.1 Simpulan	55
5.2 Saran.....	55
5.2.1 Saran untuk Penelitian Mendatang	55
5.2.2 Saran untuk Perusahaan yang Menerapkan Strategi Ramah Lingkungan	56
DAFTAR PUSTAKA	57

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	29
Tabel 3.2 Keterangan Simbol didalam Persamaan Regresi Berganda.....	33
Tabel 4.1 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Bebas dan Terikat 30 Responden	35
Tabel 4.2 Nilai CITC Variabel Dukungan Perlindungan Lingkungan 30 Responden	35
Tabel 4.3 Nilai CITC Variabel Tanggung Jawab Pada Lingkungan 30 Responden	36
Tabel 4.4 Nilai CITC Variabel Pengalaman Menggunakan Produk Ramah Lingkungan 30 Responden	36
Tabel 4.5 Nilai CITC Variabel Strategi Ramah Lingkungan 30 Responden	36
Tabel 4.6 Nilai CITC Variabel Citra Sosial 30 Responden	37
Tabel 4.7 Nilai CITC Variabel Keputusan Pembelian Produk Ramah Lingkungan 30 Responden	37
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Bebas dan Terikat 200 Responden	37
Tabel 4.9 Nilai CITC Variabel Dukungan Perlindungan Lingkungan 200 Responden	38
Tabel 4.10 Nilai CITC Variabel Tanggung Jawab Pada Lingkungan 200 Responden.....	38
Tabel 4.11 Nilai CITC Variabel Pengalaman Menggunakan Produk Ramah Lingkungan 200 Responden	38
Tabel 4.12 Nilai CITC Variabel Strategi Ramah Lingkungan 200 Responden ...	39
Tabel 4.13 Nilai CITC Variabel Citra Sosial 200 Responden	39
Tabel 4.14 Nilai CITC Variabel Keputusan Pembelian Produk Ramah Lingkungan 200 Responden	39
Tabel 4.15 Hasil Analisis Faktor Variabel Dukungan Perlindungan Lingkungan	40
Tabel 4.16 Hasil Analisis Faktor Variabel Tanggung Jawab Pada Lingkungan	42
Tabel 4.17 Hasil Analisis Faktor Variabel Pengalaman Menggunakan Produk Ramah Lingkungan	43

Tabel 4.18 Hasil Analisis Faktor Variabel Strategi Ramah Lingkungan	43
Tabel 4.19 Hasil Analisis Faktor Variabel Citra Sosial	44
Tabel 4.20 Hasil Analisis Faktor Variabel Keputusan Pembelian Produk Ramah Lingkungan	45
Tabel 4.21 Hasil Uji Pearson Correlation	46
Tabel 4.22 Karakteristik Responden	46
Tabel 4.23 Hasil Uji Normalitas One Sample Kolmogorov-Smirnov	48
Tabel 4.24 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Alasan Konsumen Memilih Produk	3
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	23
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas P-plot	49
Gambar 4.2 Hasil Uji Heterokedastisitas	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	62
Lampiran 2 Rekapitulasi Responden	67
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reliabiitas 30 Responden.....	69
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas 200 Responden	74
Lampiran 5 Hasil Analisis Faktor	78
Lampiran 6 Hasil Uji Pearson Correlation	81
Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik	82
Lampiran 8 Uji Regresi Linear Berganda	84