

**PENGARUH SIKAP LINGKUNGAN DAN KEPEDULIAN
LINGKUNGAN TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN HIJAU DENGAN
GENDER SEBAGAI VARIABEL MODERATOR**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun Oleh:

Andre Cahyadi

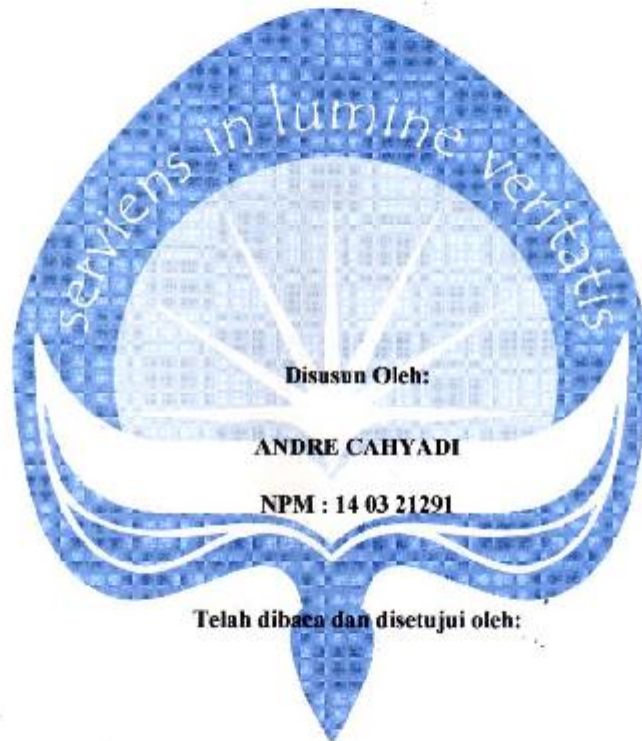
NPM : 14 03 21291

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2018

SKRIPSI
PENGARUH SIKAP LINGKUNGAN DAN KEPEDULIAN LINGKUNGAN
TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN HIJAU DENGAN GENDER
SEBAGAI VARIABEL MODERATOR



Pembimbing



Dr. C. Handoyo Wibisono, MM.

16 Maret 2018

SKRIPSI
PENGARUH SIKAP LINGKUNGAN DAN KEPEDULIAN LINGKUNGAN
TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN HIJAU DENGAN GENDER
SEBAGAI VARIABEL MODERATOR

yang dipersiapkan dan disusun oleh

ANDRE CAHYADI
NPM : 14 03 21291

telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal 12 April 2018
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu
persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S1) Program Studi
Manajemen

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji

Anggota Panitia Penguji

Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, SE., M.Si. Dr. C. Handoyo Wibisono, MM.

Drs. P. Didit Krisnadewara, MM.

Yogyakarta, 19 April 2018

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta


Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.


PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**PENGARUH SIKAP LINGKUNGAN DAN KEPEDULIAN LINGKUNGAN
TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN HIJAU DENGAN GENDER
- SEBAGAI VARIABEL MODERATOR**

Benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun secara tidak langsung yang bersumber dari tulisan maupun ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan kaki / daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dalam skripsi ini, maka gelar ijazah saya yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 16 Maret 2018



Andre Cahyadi

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Yesus Kristus, karena berkat-Nya skripsi ini bisa selesai. Penulis juga menyadari, tanpa ada bantuan dari pihak lain maka skripsi ini tidak akan selesai. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bpk. C. Handoyo Wibisono, MM., Dr., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk mengajari, membimbing, dan memberikan arahan sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi.
2. Seluruh dosen Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah membantu penulis selama proses perkuliahan sehingga memiliki ilmu yang cukup untuk menulis skripsi.
3. Orang-orang yang terpenting dalam hidup:
 - a. Orang tua dan adik penulis yang memberikan dukungan untuk terus menyelesaikan kuliah dan skripsi penulis.
 - b. Teman-teman kuliah penulis yang telah membantu selama proses kuliah yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.
4. Seluruh Responden yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi yang disusun jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan sehingga dapat menjadi masakan untuk kebaikan bersama. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, 16 Maret 2018

Penulis



Andre Cahyadi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
INTISARI.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Batasan Masalah.....	4
1.4. Tujuan Penelitian.....	4
1.5. Manfaat Penelitian.....	5
1.6. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II LANDASAN TEORI DAN TINJAUAN HIPOTESIS	8
2.1. Pemasaran Hijau dan Konsumen Hijau.....	8
2.2. Perilaku Pembelian Hijau	11
2.3. Sikap Lingkungan	12
2.4. Kepedulian Lingkungan	12
2.5. Penelitian Terdahulu.....	13
2.6. Pengembangan Hipotesis	16
2.7. Kerangka Penelitian	18
BAB III METODE PENELITIAN.....	19
3.1. Populasi dan Sampel	19
3.2. Variabel dan Data Penelitian	20
3.3. Metode Pengumpulan Data.....	22
3.4. Teknik Pengukuran Instrumen Penelitian	23

3.5. Metode Pengujian Instrumen.....	24
3.5.1. Uji Validitas	24
3.5.2. Uji Reliabilitas	25
3.6. Alat Analisis Data	26
3.6.1. Analisis Regresi	26
3.6.2. Uji <i>Independent Sample T-test</i>	28
3.6.3. <i>One Way ANOVA</i>	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	30
4.1. Deskripsi Responden	30
4.1.1. Jenis Kelamin	31
4.1.2. Uang Saku	32
4.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Hijau.....	34
BAB V PENUTUP.....	41
5.1. Kesimpulan.....	41
5.2. Implikasi Manajerial.....	42
5.3. Keterbatasan Penelitian	42
5.4. Saran.....	43
DAFTAR PUSTAKA.....	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konsep Penelitian.....	18
Gambar 4.1 Kerangka Konsep Penelitian.....	39

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 3.1 Penjabaran Variabel Penelitian	20
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas.....	24

Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas.....	25
Tabel 4.1 Jenis Kelamin.....	31
Tabel 4.2 Perbedaan Variabel Sikap Lingkungan dan Kepedulian Lingkungan Terhadap Perilaku Pembelian Hijau Berdasarkan Perbedaan Jenis Kelamin.....	31
Tabel 4.3 Uang Saku.....	32
Tabel 4.4 Perbedaan Variabel Sikap Lingkungan dan Kepedulian Lingkungan Terhadap Perilaku Pembelian Hijau Berdasarkan Perbedaan Uang Saku.....	33
Tabel 4.5 Pengaruh Sikap Lingkungan Terhadap Perilaku Pembelian Hijau Dengan Gender Sebagai Variabel Moderator.....	34
Tabel 4.6 Pengaruh Kepedulian Lingkungan Terhadap Perilaku Pembelian Hijau Dengan Gender Sebagai Variabel Moderator	36
Tabel 4.7 Pengaruh Sikap Lingkungan dan Kepedulian Lingkungan Terhadap Perilaku Pembelian Hijau	38

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	46
Lampiran 2 Pre-Test 1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	48
Lampiran 3 Perbedaan Variabel Berdasarkan Perbedaan Jenis Kelamin, Uang Saku, dan Daerah Asal.....	51
Lampiran 4 Analisis Regresi.....	55
Lampiran 5 Data Kuesioner.....	61

**PENGARUH SIKAP LINGKUNGAN DAN KEPEDULIAN LINGKUNGAN
TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN HIJAU DENGAN GENDER
SEBAGAI VARIABEL MODERATOR**

Disusun Oleh:

Andre Cahyadi

NPM: 14 03 21291

Dosen Pembimbing:

Dr. C. Handoyo Wibisono, MM.

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis pengaruh sikap lingkungan dan kepedulian lingkungan terhadap perilaku pembelian hijau dengan gender sebagai variabel moderator. Penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis pengaruh sikap lingkungan dan kepedulian lingkungan terhadap perilaku pembelian hijau. Penelitian ini mengambil responden, yaitu mahasiswa yang berusia dibawah 25 tahun. Jumlah responden dalam penelitian ini berjumlah 175 responden. Teknik pengambilan sample adalah *purposive sampling*. Kuesioner disebarakan melalui media *online*. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa sikap lingkungan dan kepedulian lingkungan mempengaruhi perilaku pembelian hijau sedangkan gender tidak memoderasi pengaruh sikap lingkungan dan kepedulian lingkungan terhadap perilaku pembelian hijau.

Kata Kunci: Sikap Lingkungan, Kepedulian Lingkungan, Gender, Perilaku Pembelian Hijau.

BAB I

PENDAHULUAN

Penelitian ini berfokus pada pengaruh sikap lingkungan dan kepedulian lingkungan terhadap perilaku pembelian hijau dan faktor demografi (jenis kelamin dan uang saku). Penelitian ini juga menguji pengaruh sikap lingkungan dan kepedulian lingkungan terhadap perilaku pembelian hijau dengan gender sebagai variabel moderator. Pada bab ini akan dijelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan yang akan dibahas dalam penelitian ini.

1.1. Latar Belakang

Lingkungan penting untuk pertumbuhan dan kelangsungan hidup semua makhluk hidup namun sayangnya lingkungan telah menjadi mangsa bagi umat manusia (Noor *et al.*, 2012). Di dunia, sumber daya terbatas sedangkan kebutuhan manusia tidak terbatas (Malik *et al.*, 2016). Manusia berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka dengan sumber daya yang terbatas sehingga sumber daya di dunia harus dimanfaatkan dengan cara yang benar (Malik *et al.*, 2016). Menipisnya sumber daya alam dan keseimbangan ekologi yang terganggu membuat konsumen menjadi lebih sensitif tentang isu-isu sosial sehingga kesadaran lingkungan mereka meningkat dan memastikan produk yang dipilih bermanfaat atau merugikan bumi (Ergena *et al.*, 2014).

Masalah keberlanjutan lingkungan telah berkembang selama tiga dekade terakhir (Kotler dan Armstrong, 2014). Di banyak kota di seluruh dunia, polusi udara dan air telah mencapai tingkat yang berbahaya (Kotler dan Armstrong, 2014). Peristiwa yang mengkhawatirkan lingkungan hidup tidak terbatas pada pemanasan global, perubahan iklim, dan polusi (Dagher dan Itani, 2012). Dengan meningkatnya jumlah bencana alam di seluruh dunia, konsumen sangat memperhatikan bahaya tersebut dan mencoba untuk bertindak secara proaktif terhadap semua masalah lingkungan (Dagher dan Itani, 2012). Kesadaran masyarakat yang meningkat mengenai pentingnya menjaga kelestarian lingkungan hidup membuat banyak produsen dari berbagai macam produk mulai beralih menggunakan bahan yang tidak merusak lingkungan atau bahan yang ramah lingkungan (Situmorang, 2012). Perilaku pembelian hijau adalah salah satu perilaku yang disarankan untuk menjaga kelestarian lingkungan hidup (Dagher dan Itani, 2012).

Sikap lingkungan dan kepedulian lingkungan merupakan faktor penting yang mempengaruhi perilaku pembelian hijau sehingga pemasar harus membujuk konsumen bahwa perlindungan lingkungan hidup bukan tanggung jawab bisnis (Dagher *et al.*, 2015). Produk hijau dapat meningkatkan pangsa pasar jika strategi pemasaran fokus pada peningkatan sikap lingkungan dan kepedulian lingkungan pada laki-laki dan perempuan (Dagher *et al.*, 2015).

Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa sikap lingkungan dan kepedulian lingkungan mempengaruhi perilaku pembelian hijau (Dagher *et*

al., 2015; Lee, 2008, 2009). Dagher *et al.* (2015) menemukan bahwa gender memoderasi pengaruh sikap lingkungan dan kepedulian lingkungan terhadap perilaku pembelian hijau. Hal tersebut memberikan bukti bahwa perbedaan jenis kelamin mempengaruhi sikap lingkungan dan kepedulian lingkungan terhadap perilaku pembelian hijau pada tingkat sikap lingkungan dan kepedulian lingkungan yang tinggi versus rendah (Dagher *et al.*, 2015). Pada tingkat sikap lingkungan dan kepedulian lingkungan yang lebih tinggi, laki-laki dan perempuan cenderung memiliki tingkat perilaku pembelian hijau yang sama (Dagher *et al.*, 2015). Namun, pada tingkat sikap lingkungan dan kepedulian lingkungan yang lebih rendah, perempuan cenderung memiliki tingkat perilaku pembelian hijau yang lebih tinggi daripada laki-laki (Dagher *et al.*, 2015).

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan dalam bagian latar belakang penelitian, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh sikap lingkungan terhadap perilaku pembelian hijau?
2. Bagaimana pengaruh sikap lingkungan terhadap perilaku pembelian hijau dengan gender sebagai variabel moderator?
3. Bagaimana pengaruh kepedulian lingkungan terhadap perilaku pembelian hijau?
4. Bagaimana pengaruh kepedulian lingkungan terhadap perilaku pembelian hijau dengan gender sebagai variabel moderator?

1.3. Batasan Masalah

Batasan dan lingkup masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa dengan usia ≤ 25 tahun yang menempuh kuliah di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
2. Penelitian ini meneliti perilaku pembelian hijau pada umumnya dan tidak spesifik pada produk hijau atau perilaku pembelian hijau tertentu.
3. Faktor-faktor yang diteliti adalah variabel (independen, moderator, dan dependen) sesuai dengan artikel Dagher *et al.* (2015).

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan diatas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah:

1. Menganalisis pengaruh sikap lingkungan terhadap perilaku pembelian hijau.
2. Menganalisis pengaruh sikap lingkungan terhadap perilaku pembelian hijau dengan gender sebagai variabel moderator.
3. Menganalisis pengaruh kepedulian lingkungan terhadap perilaku pembelian hijau.
4. Menganalisis pengaruh kepedulian lingkungan terhadap perilaku pembelian hijau dengan gender sebagai variabel moderator.

1.5. Manfaat Penelitian

Penulis berharap hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak. Penelitian ini memberikan beberapa manfaat, diantaranya:

1. Manfaat Teoritis

Membuktikan variabel sikap lingkungan dan kepedulian lingkungan mempengaruhi perilaku pembelian hijau. Membuktikan gender memoderasi pengaruh sikap lingkungan dan kepedulian lingkungan terhadap perilaku pembelian hijau.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai informasi dan pertimbangan bagi perusahaan untuk mengetahui pengaruh sikap lingkungan dan kepedulian lingkungan terhadap perilaku pembelian hijau serta pengaruh sikap lingkungan dan kepedulian lingkungan terhadap perilaku pembelian hijau yang dimoderasi oleh gender. Hal tersebut dapat membantu perusahaan dalam menyusun strategi pemasaran untuk memasarkan produk hijau atau produk ramah lingkungan.

1.6. Sistematika Penulisan

Untuk pemahaman yang lebih jelas, maka materi yang tertera pada skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa bab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Bab ini berisi teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari jurnal yang berkaitan dengan definisi masing-masing variabel, pengembangan hipotesis sebagai jawaban sementara terhadap masalah yang dihadapi dan masih harus dibuktikan kebenarannya.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi penjelasan mengenai metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini yang meliputi: populasi dan sampel, variabel penelitian, metode pengumpulan data, metode pengukuran instrumen, metode pengujian instrumen, dan metode analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis menggunakan alat analisis yang telah dibahas pada Bab III dan melakukan pengujian hipotesis untuk mengetahui hipotesis tersebut terbukti atau tidak.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi penutup yaitu kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan. Bab ini berisi tentang kesimpulan hasil analisis data, implikasi manajerial, keterbatasan penelitian, dan saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Bab ini membahas teori yang mencakup pengertian pemasaran hijau, konsumen hijau, perilaku pembelian hijau, sikap lingkungan, dan kepedulian lingkungan serta pengembangan hipotesis yang berhubungan dengan topik penelitian ini.

2.1. Pemasaran Hijau (*Green Marketing*) dan Konsumen Hijau (*Green Consumers*)

Pemasaran Hijau adalah kegiatan promosi dan penggunaan produk yang dapat digunakan kembali dan ramah lingkungan (Schiffman dan Kanuk, 2015:312). Konsep pemasaran produk yang menggunakan bahan yang tidak merusak lingkungan hidup dikenal dengan nama pemasaran hijau (Situmorang, 2012). Pemasaran hijau tidak hanya sekedar menawarkan produk yang ramah lingkungan kepada konsumen namun juga mencakup kepada bagaimana proses produksi dan distribusi produksi tersebut (Situmorang, 2012). Oleh karena itu, pemasaran hijau sangat perlu dilakukan oleh perusahaan yang memproduksi barang dengan menggunakan bahan baku yang berkaitan dengan lingkungan hidup (Situmorang, 2012).

Konsumen Hijau merupakan prospek menarik bagi banyak produk dan pemasar dalam menjelajahi target mereka (Schiffman dan Kanuk, 2015:61). Konsumen hijau dikonseptualisasikan sebagai individu yang berorientasi pada penggunaan daya beli mereka untuk mewujudkan perubahan sosial dengan

memperhatikan konsekuensi lingkungan dari konsumsi pribadi mereka (Moisander, 2001:52 dalam Dagher *et al.*, 2015). Kesadaran masyarakat yang meningkat mengenai pentingnya menjaga kelestarian lingkungan hidup membuat banyak produsen dari berbagai macam produk mulai beralih menggunakan bahan yang tidak merusak lingkungan atau bahan yang ramah lingkungan (Situmorang, 2012). Bahan-bahan yang dimaksud tidak hanya bahan baku produk melainkan juga material lainnya seperti kemasan produk, pelabelan, karton pembungkus dan lain sebagainya (Situmorang, 2012).

Menurut Schiffman dan Kanuk (2015:61), dalam sebuah studi menyebutkan tiga tipe konsumen hijau di antaranya:

1. *Aktivis Lingkungan*: orang yang gemar mengadopsi gaya hidup hijau terpikat pada kesehatan dan keberlanjutan lingkungan.
2. *Pemakan Organik*: peduli terhadap kesehatan mereka dan tidak terlalu memikirkan keberlanjutan lingkungan hidup
3. *Economizers*: Bereksperimen dengan membeli produk ramah lingkungan dengan tujuan menghemat uang.

Selain tiga tipe konsumen hijau di atas, menurut Schiffman dan Kanuk (2015:62), dalam sebuah studi menyebutkan empat tipe konsumen hijau di antaranya:

1. *True Greens*: Orang yang telah mengadopsi perilaku ramah lingkungan dengan menggunakan produk ramah lingkungan dan menghindari membeli produk yang dapat memberikan dampak negatif bagi lingkungan. Selanjutnya,

mereka mendukung agar pemerintah lebih melindungi lingkungan dan mendidik anak-anak tentang pentingnya menerapkan perilaku ramah lingkungan serta menginginkan perusahaan transparan dalam memasarkan produk ramah lingkungan.

2. *Green Donor*: Orang-orang ini merasa bersalah tentang kurangnya perilaku pembelian ramah lingkungan dan terkadang mempertimbangkan dampak lingkungan saat membeli produk. Mereka bersedia berkorban secara finansial namun tidak mau mengubah perilaku belanja mereka.

3. *Learning Greens*: Orang tersebut masih mau belajar tentang lingkungan tetapi tidak terlibat secara aktif dalam masalah ekologi. Mereka mencari cara yang mudah dan tidak melibatkan perubahan besar dalam perilaku konsumsi untuk mendukung lingkungan dan terkadang mempertimbangkan dampak lingkungan hidup saat membeli sebuah produk, namun skeptis terhadap klaim lingkungan hidup.

4. *Non Greens*: Orang yang tidak peduli dengan masalah lingkungan. Mereka tidak terlibat dalam perilaku ramah lingkungan karena tidak merasa bersalah akibat dampak buruk terhadap lingkungan meskipun beberapa dari mereka mengakui adanya masalah lingkungan. Mereka masih membeli produk yang secara ekologi tidak sehat, tidak menggunakan kantong belanja ramah lingkungan, dan percaya bahwa perusahaan besar bertindak dengan cara yang memiliki dampak negatif terhadap lingkungan hidup.

2.2. Perilaku Pembelian Hijau (*Green Purchasing Behavior*)

Kesadaran konsumen terhadap lingkungan telah diterjemahkan secara dramatis ke dalam perilaku pembelian hijau (Dagher dan Itani, 2012). Sederhananya, perilaku pembelian hijau adalah tindakan untuk menambahkan kriteria lingkungan terhadap kriteria lain seperti kualitas dan harga selama membuat keputusan pembelian (Vazifehdoust *et al.*, 2013 dalam Dagher *et al.*, 2015). Menurut Pooraskari *et al.* (2015), perilaku pembelian hijau mengacu pada pembelian barang yang bermanfaat dan baik untuk lingkungan, dapat terbarukan dan disimpan, serta peka terhadap masalah ekologi. Perilaku pembelian hijau didefinisikan dengan cara mengkonsumsi produk yang bersifat ramah dan bermanfaat bagi lingkungan, menggunakan produk yang dapat didaur ulang atau dapat dipertahankan serta memberi respon terhadap masalah ekologis (Mostafa, 2007 dalam Dagher dan Itani, 2012). Berdasarkan beberapa pendapat diatas, maka dapat disimpulkan bahwa perilaku pembelian hijau adalah pembelian dan mengkonsumsi produk yang dapat didaur ulang, dipertahankan dan baik untuk lingkungan, serta peka terhadap masalah lingkungan hidup.

2.3. Sikap Lingkungan (*Environmental Attitude*)

Sikap lingkungan adalah keadaan mental yang kompleks yang melibatkan kepercayaan dan nilai terhadap perilaku lingkungan (Dagher dan Itani, 2012). Sikap lingkungan umumnya dipahami sebagai penilaian kognitif individu terhadap perlindungan lingkungan (Lee, 2008, 2009). Berdasarkan beberapa pendapat diatas, maka dapat disimpulkan bahwa sikap lingkungan adalah keadaan mental kompleks yang melibatkan kepercayaan dan penilaian kognitif individu terhadap perlindungan lingkungan.

2.4. Kepedulian Lingkungan (*Environmental Concern*)

Kepedulian lingkungan dapat didefinisikan sebagai sikap terhadap konsekuensi lingkungan (Pooraskari *et al.*, 2015). Kepedulian lingkungan merupakan atribut penting yang dapat mewakili kasih sayang individu, suka dan tidak suka, dan kepedulian terhadap lingkungan (Dagher *et al.*, 2015). Kepedulian lingkungan mengacu pada tingkat keterlibatan emosional dan mengetuk respon emosional individu menuju perlindungan lingkungan (Lee, 2008, 2009). Berdasarkan beberapa pendapat diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kepedulian lingkungan adalah kekhawatiran dan reaksi emosional terhadap masalah lingkungan yang mewakili respon emosional individu menuju perlindungan lingkungan untuk mengatasi masalah lingkungan.

2.5. Penelitian Sebelumnya

Tabel 2.1
Ringkasan Penelitian Terdahulu

Peneliti	Judul	Variabel	Alat Uji	Hasil Penelitian
Dagher <i>et al.</i> , 2015	The Impact of Environment Concern and Attitude on Green Purchasing Behavior: Gender as The Moderator	Dependen: perilaku pembelian hijau Independen: sikap lingkungan, kepedulian lingkungan Moderator: gender	<i>Hierarchal moderated regression Analysis</i>	Sikap lingkungan dan kepedulian lingkungan mempengaruhi perilaku pembelian hijau. Gender memoderasi pengaruh sikap lingkungan dan kepedulian lingkungan terhadap perilaku pembelian hijau.
Pooraskari <i>et al.</i> , 2015	The Effect of Environmental Variables on The Green Purchasing Behavior of Iranian Youth (Comparison of Two Groups of Girls and Boys)	Dependen: perilaku pembelian hijau Independen: sikap lingkungan, kepedulian lingkungan, pemahaman efektivitas pada perilaku lingkungan (<i>understanding the effectiveness of environmental behavior</i>), pemahaman keseriusan masalah lingkungan	Analisis regresi berganda	Hasil uji regresi menunjukkan bahwa hubungan antara sikap lingkungan, kepedulian lingkungan, pemahaman keseriusan masalah lingkungan, efek dari rekan- rekan, tanggung jawab lingkungan bukan merupakan prediktor yang mempengaruhi perilaku pembelian hijau. Hanya pemahaman efektivitas pada perilaku lingkungan (<i>understanding the effectiveness of environmental behavior</i>) yang mempengaruhi perilaku pembelian hijau.

Lanjutan Tabel 2.1

Peneliti	Judul	Variabel	Alat Uji	Hasil Penelitian
		<i>(understanding the seriousness of environmental problem)</i> , efek dari rekan- rekan <i>(peers affect)</i> , tanggung jawab lingkungan <i>(environmental responsibility)</i>		
Dagher dan Itani, 2012	The Influence of Environmental Attitude, Environmental Concern, and Social Influence on Green Purchasing Behavior	Dependens: perilaku pembelian hijau Independens: sikap lingkungan, pengaruh sosial <i>(social influence)</i> , kepedulian lingkungan	Analisis regresi berganda	Pengaruh sosial dan kepedulian lingkungan mempengaruhi perilaku pembelian hijau. Sikap lingkungan memberikan pengaruh negatif terhadap perilaku pembelian hijau.
Lee, 2008	Opportunities for Green Marketing: Young Consumers	Dependens: perilaku pembelian hijau Independens: pengaruh sosial <i>(social influence)</i> , kepedulian lingkungan, kepedulian untuk citra diri dalam perlindungan lingkungan hidup <i>(concern for self-image in environmental protection)</i> ,	Analisis regresi berganda	Pengaruh sosial merupakan prediktor puncak perilaku pembelian hijau remaja Hong Kong, diikuti oleh kepedulian lingkungan, kepedulian terhadap citra diri dalam perlindungan lingkungan hidup, dan tanggung jawab lingkungan. Efektivitas perilaku lingkungan, sikap lingkungan juga merupakan prediktor perilaku pembelian hijau.

Lanjutan Tabel 2.1

Peneliti	Judul	Variabel	Alat Uji	Hasil Penelitian
		tanggung jawab lingkungan (<i>perceived environmental responsibility</i>), efektivitas perilaku lingkungan hidup (<i>perceived effectiveness of environmental behaviour</i>) sikap lingkungan, keseriusan pada masalah lingkungan (<i>perceived seriousness of environmental problems</i>)		Keseriusan pada masalah lingkungan mempunyai pengaruh negatif terhadap perilaku pembelian hijau.
Lee, 2009	Gender Differences in Hong Kong Adolescent Consumers' Green Purchasing Behavior	Dependen: perilaku pembelian hijau Independen: sikap lingkungan, kepedulian lingkungan, keseriusan pada masalah lingkungan (<i>perceived seriousness of environmental problems</i>), tanggung jawab lingkungan (<i>perceived environmental responsibility</i>), pengaruh teman (<i>peer influence</i>), identitas diri (<i>self identity</i>)	Analisis regresi berganda	Remaja perempuan dinilai lebih tinggi dalam sikap lingkungan, kepedulian lingkungan, keseriusan pada lingkungan, tanggung jawab lingkungan, pengaruh teman sebaya terhadap perilaku pembelian hijau dibandingkan remaja laki-laki di Hong Kong. Skor rata-rata remaja laki-laki pada variabel identitas diri lebih tinggi daripada remaja perempuan. Keseriusan pada masalah lingkungan tidak mempengaruhi perilaku pembelian hijau remaja laki-laki di Hongkong.

2.6. Pengembangan Hipotesis

Lee (2008, 2009) menemukan bahwa sikap lingkungan merupakan prediktor yang mempengaruhi perilaku pembelian hijau. Sikap lingkungan merupakan penilaian kognitif individu terhadap perlindungan lingkungan hidup (Lee, 2008, 2009).

Dagher dan Itani (2012) menemukan bahwa sikap lingkungan memberi pengaruh negatif terhadap perilaku pembelian hijau yang menunjukkan bahwa tidak ada orang yang sikap lingkungannya positif akan selalu terlibat dalam perilaku pembelian hijau.

Pooraskari *et al.* (2015) menemukan bahwa sikap lingkungan bukan merupakan prediktor yang mempengaruhi perilaku pembelian hijau.

Penelitian yang dilakukan Dagher *et al.* (2015) menemukan bahwa sikap lingkungan memberi pengaruh positif terhadap perilaku pembelian hijau. Dagher *et al.* (2015) menemukan bahwa gender memoderasi pengaruh sikap lingkungan terhadap perilaku pembelian hijau. Hal tersebut memberikan bukti bahwa perbedaan jenis kelamin memberi pengaruh sikap lingkungan terhadap perilaku pembelian hijau pada tingkat sikap lingkungan yang tinggi versus rendah (Dagher *et al.*, 2015). Pada tingkat sikap lingkungan yang lebih tinggi, laki-laki dan perempuan cenderung memiliki tingkat perilaku pembelian hijau yang sama (Dagher *et al.*, 2015). Namun, pada tingkat sikap lingkungan yang lebih rendah, perempuan cenderung memiliki tingkat perilaku pembelian hijau yang lebih tinggi daripada laki-laki (Dagher *et al.*, 2015).

Berdasarkan uraian yang sudah dijelaskan di atas, maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

H1-1: Sikap lingkungan mempengaruhi perilaku pembelian hijau.

H1-2: Gender memoderasi pengaruh sikap lingkungan terhadap perilaku pembelian hijau.

Lee (2008, 2009) menemukan bahwa kepedulian lingkungan merupakan prediktor yang mempengaruhi perilaku pembelian hijau. Kepedulian lingkungan mengacu pada tingkat keterlibatan emosional dalam masalah lingkungan yang mengetuk respons afektif individu terhadap perlindungan lingkungan (Lee, 2008, 2009).

Dagher dan Itani (2012) menemukan bahwa kepedulian lingkungan merupakan prediktor yang mempengaruhi perilaku pembelian hijau. Mengenai faktor kepedulian lingkungan, konsumen yang memperhatikan lingkungan hidup akan membeli produk hijau (Dagher dan Itani, 2012).

Pooraskari *et al.* (2015) menemukan bahwa kepedulian lingkungan bukan merupakan prediktor yang mempengaruhi perilaku pembelian hijau.

Penelitian yang dilakukan Dagher *et al.* (2015) menemukan bahwa kepedulian lingkungan memberi pengaruh positif terhadap perilaku pembelian hijau. Dagher *et al.* (2015) menemukan bahwa gender memoderasi pengaruh kepedulian lingkungan terhadap perilaku pembelian hijau. Hal tersebut memberikan bukti bahwa perbedaan jenis kelamin memberi pengaruh kepedulian lingkungan terhadap perilaku pembelian hijau pada kepedulian lingkungan yang tinggi versus rendah (Dagher *et al.*, 2015). Pada tingkat kepedulian lingkungan

yang lebih tinggi, laki-laki dan perempuan cenderung memiliki tingkat perilaku pembelian hijau yang sama (Dagher *et al.*, 2015). Namun, pada tingkat kepedulian lingkungan yang lebih rendah, perempuan cenderung memiliki tingkat perilaku pembelian hijau yang lebih tinggi daripada laki-laki (Dagher *et al.*, 2015).

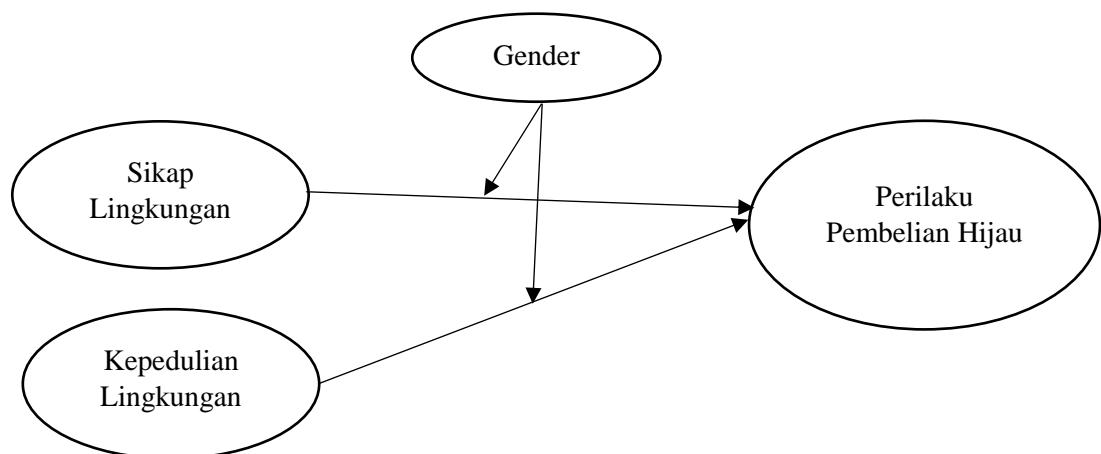
Berdasarkan uraian yang sudah dijelaskan di atas, maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

H2-1: Kepedulian lingkungan mempengaruhi perilaku pembelian hijau.

H2-2: Gender memoderasi pengaruh kepedulian lingkungan terhadap perilaku pembelian hijau.

2.7. Kerangka Penelitian

Direplikasi dari penelitian Dagher *et al.* (2015)



Gambar 2.1. Kerangka Konsep Penelitian

BAB III

METODE PENELITIAN

Bab ini akan membahas metode yang digunakan dalam penelitian ini. Metode tersebut meliputi: populasi dan sampel, variabel penelitian, metode pengumpulan data, teknik pengukuran instrumen penelitian, metode pengujian instrumen penelitian, dan metode analisis data.

3.1. Populasi dan Sampel

Menurut Sekaran dan Bougie (2013:240), populasi mengacu pada keseluruhan kelompok orang, kejadian, atau hal-hal menarik bagi peneliti yang ingin membuat kesimpulan (berdasarkan statistik sampel). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen dengan daya beli independen.

Menurut Sekaran dan Bougie (2013: 241), sampel adalah subset dari populasi. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Menurut Suliyanto (2006:12), metode kuantitatif adalah riset yang didasarkan pada data kuantitatif dimana data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau bilangan. Metode sampel yang digunakan adalah metode *non-probability sampling*. Menurut Suliyanto (2006:124), *Nonprobability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel dimana tiap anggota populasi tidak mempunyai kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel.

Teknik yang digunakan dalam metode *non-probability sampling* adalah teknik *purposive sampling*. Menurut Suliyanto (2006:125), *Purposive Sampling* adalah metode penetapan sampel dengan didasarkan pada kriteria tertentu.

Hair *et al.* (1998:98) mengatakan bahwa jumlah sampel minimal untuk menggunakan teknik analisis adalah 15 hingga 20 kali jumlah variabel yang digunakan. Pada penelitian ini terdapat empat variabel, sehingga jumlah sampel minimal yang diperlukan berjumlah 60 hingga 80 responden. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 175 responden. Jumlah 175 responden melebihi jumlah sampel minimal yang telah ditetapkan dalam penelitian ini sehingga dirasa cukup oleh peneliti dalam merepresentasikan populasi.

3.2. Variabel Penelitian

Variabel penelitian yang akan digunakan dalam menguji hipotesis-hipotesis dijelaskan pada tabel di bawah ini:

Tabel 3.1
Penjabaran Variabel Penelitian

Variabel Penelitian dan Definisi	Item	Skala	Sumber
Perilaku pembelian hijau adalah tindakan untuk menambahkan kriteria lingkungan hidup terhadap kriteria lain seperti kualitas dan harga selama membuat keputusan pembelian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketika saya ingin membeli sebuah produk, saya melihat keterangan pada label untuk melihat apakah produk tersebut ramah lingkungan. 2. Saya lebih memilih produk hijau daripada produk non-hijau bila memiliki kualitas yang sama. 3. Saya memutuskan membeli produk yang ramah lingkungan. 	Interval STS = 1 TS = 2 N = 3 S = 4 SS = 5	Lee (2009) dalam Dagher <i>et al.</i> (2015) <i>Contemporary Management Research</i>

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel Penelitian dan Definisi	Item	Skala	Sumber
(Vazifehdoust <i>et al.</i> 2013 dalam Dagher <i>et al.</i> 2015)	4. Saya membeli produk hijau meskipun harganya lebih mahal daripada produk non-hijau.		
Sikap lingkungan umumnya dipahami sebagai penilaian kognitif individu terhadap perlindungan lingkungan (Lee, 2008, 2009).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penting untuk mempromosikan kehidupan hijau. 2. Saya setuju bahwa upaya perlindungan lingkungan hidup dibutuhkan. 3. Upaya meningkatkan kesadaran lingkungan hidup merupakan tindakan penting. 4. Upaya perlindungan lingkungan hidup hanya membuang uang dan sumber daya.* 5. Isu perlindungan lingkungan hidup bukan tanggung jawab saya.* 6. Saya berpikir perlindungan lingkungan hidup tidak ada artinya.* 7. Mengeluarkan sejumlah besar uang untuk mempromosikan perlindungan lingkungan hidup merupakan tindakan yang tidak bijaksana.* 	Interval STS = 1 TS = 2 N = 3 S = 4 SS = 5 Interval* STS = 5 TS = 4 N = 3 S = 2 SS = 1	Lee (2009) dalam Dagher <i>et al.</i> (2015) <i>Contemporary Management Research</i>
Kepedulian lingkungan mengacu pada tingkat keterlibatan emosional dan respon emosional individu menuju perlindungan lingkungan (Lee, 2008, 2009).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya khawatir dengan memburuknya kualitas lingkungan hidup 2. Lingkungan hidup adalah perhatian utama saya 3. Saya terlibat secara emosional dalam masalah perlindungan lingkungan hidup 4. Saya sering memikirkan bagaimana kualitas lingkungan hidup dapat ditingkatkan 	Interval STS = 1 TS = 2 N = 3 S = 4 SS = 5	Lee (2009) dalam Dagher <i>et al.</i> (2015) <i>Contemporary Management Research</i>

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel Penelitian dan Definisi	Item	Skala	Sumber
Gender merupakan faktor demografi dan variabel moderator yang digunakan untuk memoderasi pengaruh sikap lingkungan dan kepedulian lingkungan terhadap perilaku pembelian hijau.	Jenis kelamin : Laki-laki Perempuan	Nominal 0 = L 1 = P	Lee (2009) dalam Dagher <i>et al.</i> (2015) <i>Contemporary Management Research</i>

3.3. Metode Pengumpulan Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Suliyanto (2006:131), Data Primer yaitu data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Menurut Suliyanto (2006:140), Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara membagi daftar pertanyaan kepada responden agar responden tersebut memberikan jawabannya. Kuesioner disebarakan melalui media *online*. Responden diberikan beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan topik penelitian dan diberikan beberapa alternatif jawaban yang dapat dipilih salah satunya.

Sebelum melakukan pembagian kuesioner, peneliti melakukan *pre-test* dengan membagikan 30 kuesioner. Tujuan dari *pre-test* adalah menguji kelayakan kuesioner yang akan dibagikan kepada responden dan mengetahui pernyataan

pernyataan yang tersedia pada kuesioner cukup dipahami atau tidak oleh responden. Pembagian kuesioner dalam penelitian ini sebanyak 175 kuesioner.

Kuisisioner pada penelitian ini dibagi menjadi dua bagian. Pada bagian pertama berisi pertanyaan mengenai demografi (jenis kelamin dan uang saku). Pada bagian kedua berisi pertanyaan menggunakan skala *Likert* mengenai variabel penelitian (perilaku pembelian hijau, sikap lingkungan, kepedulian lingkungan).

3.4. Teknik Pengukuran Instrumen Penelitian

Instrumen pada penelitian ini diukur dengan menggunakan skala *Likert*. Menurut Suliyanto (2006:82), skala *Likert* digunakan untuk mengukur tanggapan atau respon seseorang terhadap obyek sosial. Jawaban dari setiap item variabel digunakan untuk keperluan analisis statistik. Jawaban tersebut diberi nilai sebagai berikut:

Sangat setuju = 5 Tidak Setuju = 2

Setuju = 4 Sangat Tidak setuju = 1

Netral = 3

Pertanyaan yang diberi tanda (*) merupakan pertanyaan negatif sehingga jawaban pada pertanyaan negatif diberi bobot nilai yang dibalik menjadi:

Sangat setuju = 1 Tidak Setuju = 4

Setuju = 2 Sangat Tidak setuju = 5

Netral = 3

3.5. Pengujian Instrumen

Uji validitas dan reliabilitas berguna untuk menentukan keberhasilan penelitian. Menurut Suliyanto (2006:146), Validitas adalah sebuah alat ukur ditunjukkan dari kemampuannya mengukur apa yang seharusnya diukur. Menurut Suliyanto (2006:149), Reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya.

3.5.1. Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan dengan software *SPSS 17.0 for Windows*. Teknik pengukuran validitas pada penelitian ini diketahui dari nilai *corrected item-total correlation* dari setiap butir pertanyaan. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai r-hitung dengan nilai r-tabel. Jika r-hitung untuk r setiap item pertanyaan bernilai positif dan lebih besar dari r-tabel maka item pertanyaan tersebut valid, apabila r-hitung lebih kecil dari r-tabel maka item pertanyaan tersebut tidak valid. Jumlah responden dalam pengujian validitas sebanyak 30 orang sehingga nilai r-tabel yang dihasilkan sebesar 0,361. Hasil uji validitas disajikan pada tabel 3.2.

Tabel 3.2
Hasil Uji Validitas

Variabel	Butir	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Perilaku Pembelian Hijau	1	0,573	0,361	Valid
	2	0,720	0,361	Valid
	3	0,824	0,361	Valid
	4	0,710	0,361	Valid
Sikap Lingkungan	1	0,573	0,361	Valid
	2	0,595	0,361	Valid
	3	0,660	0,361	Valid
	4	0,601	0,361	Valid

Lanjutan Tabel 3.2

Variabel	Butir	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Sikap Lingkungan	5	0,773	0,361	Valid
	6	0,775	0,361	Valid
	7	0,568	0,361	Valid
Kepedulian Lingkungan	1	0,396	0,361	Valid
	2	0,556	0,361	Valid
	3	0,708	0,361	Valid
	4	0,632	0,361	Valid

Sumber: Pengolahan Data Internal (2018)

Pada tabel 3.2 terlihat bahwa semua nilai r-hitung lebih besar daripada nilai r-tabel. Hal ini menandakan bahwa semua butir pertanyaan valid sehingga tidak ada item yang perlu digugurkan.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dilakukan dengan software *SPSS 17.0 for Windows* untuk mengukur koefisien alpha dengan menggunakan uji statistik Cronbach Alpha. Suatu konstruk dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha $> 0,70$ (Hair *et al.* 1998:118). Hasil uji validitas disajikan pada tabel 3.3.

Tabel 3.3

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien Cronbach's Alpha	Keterangan
Perilaku Pembelian Hijau	0,855	Reliabel
Sikap Lingkungan	0,861	Reliabel
Kepedulian Lingkungan	0,763	Reliabel

Sumber: Pengolahan Data Internal (2018)

Pada tabel 3.3 terlihat bahwa semua nilai Cronbach's Alpha diatas Standard Cronbach's Alpha (0,70) sehingga semua variabel dapat dikatakan reliabel. Hasil uji validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa semua butir pertanyaan kuesioner sudah sesuai dengan standar penelitian.

3.6. Alat Analisis Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan alat analisis data, yaitu analisis regresi, uji independen sample t-test, dan uji *One-Way ANOVA*.

3.6.1. Analisis Regresi

Analisis regresi adalah studi bagaimana satu variabel yaitu variabel dependen dipengaruhi oleh salah satu atau lebih dari satu variabel lain yaitu variabel independen dengan tujuan mengestimasi dan atau memprediksi nilai rata-rata variabel dependen didasarkan pada nilai variabel independen yang diketahui (Widarjono, 2010:9). Analisis regresi dikelompokkan menjadi dua kelompok yaitu regresi linier sederhana yang memiliki satu variabel independen saja dan regresi linier berganda yang memiliki lebih dari satu variabel independen (Wijaya, 2010:25). Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda untuk menguji pengaruh sikap lingkungan dan kepedulian lingkungan terhadap perilaku pembelian hijau. Penelitian ini juga menggunakan analisis regresi moderasi untuk menguji pengaruh sikap lingkungan dan kepedulian lingkungan terhadap perilaku pembelian hijau dengan gender sebagai variabel moderator. Variabel moderasi adalah variabel yang digunakan untuk menentukan apakah kehadirannya berpengaruh terhadap variabel independen dan dependen (Wijaya, 2010:44). Variabel moderasi dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antar variabel (Wijaya, 2010:44). Uji Interaksi digunakan untuk menguji regresi dengan variabel moderasi.

Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah:

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

$$Y = a + b_1X_1 + b_3X_3 + b_4X_1X_3 + e$$

$$Y = a + b_2X_2 + b_3X_3 + b_5X_2X_3 + e$$

Keterangan:

Y = variabel dependen (perilaku pembelian hijau)

a = konstanta

b₁ = koefisien regresi sikap lingkungan

X₁ = sikap lingkungan

b₂ = koefisien regresi kepedulian lingkungan

X₂ = kepedulian lingkungan

b₃ = koefisien gender

X₃ = gender

b₄ = interaksi antara sikap lingkungan dengan gender

b₅ = interaksi antara kepedulian lingkungan dengan gender

e = kesalahan / standard error

Kriteria pengujian dalam analisis regresi meliputi:

a. Pengujian secara simultan

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang terdapat dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Nilai F-hitung dapat dilihat pada output tabel ANOVA hasil regresi linier.

Kriteria pengujian:

Ho diterima bila $p \text{ value} > \alpha$ atau $F\text{-hitung} \leq F\text{-tabel}$

Ha diterima bila $p \text{ value} \leq \alpha$ atau $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$

b. Pengujian secara parsial:

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara individu terhadap variabel dependen. Nilai signifikansi dapat diketahui pada output tabel Coefficients dari hasil regresi linier.

Kriteria pengujian:

Ho diterima bila $p \text{ value} > \alpha$ atau $t\text{-hitung} \leq t\text{-tabel}$

Ha diterima bila $p \text{ value} \leq \alpha$ atau $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$

3.6.2 . Uji *Independent Sample t-test*

Independent sample t-test dua sampel bebas digunakan untuk membandingkan dua sampel dimana sampel-sampel tersebut saling bebas dan tidak memiliki hubungan (Suliyanto, 2006:118). Uji *independent sample t-test* digunakan untuk uji beda jenis kelamin terhadap sikap lingkungan, kepedulian lingkungan dan perilaku pemebelian hijau.

Kriteria uji *independent sample t-test* adalah sebagai berikut:

- a. Menerima H_0 : jika p (2-tail) $> 0,05$ yang artinya tidak ada perbedaan rata-rata di antara kedua sampel.
- b. Menerima H_a : jika p (2-tail) $\leq 0,05$ yang artinya ada perbedaan rata-rata di antara kedua sampel.

3.6.3. One Way ANOVA

Analisis varian satu variabel independen (*ANOVA*) merupakan alat uji statistik yang digunakan untuk menguji apakah dua kelompok atau lebih dari dua kelompok independen memiliki rata-rata yang berbeda atau sama (Wijaya, 2010:77). Uji *one way ANOVA* digunakan untuk menguji perbedaan uang saku terhadap variabel sikap lingkungan, kepedulian lingkungan dan perilaku pembelian hijau.

Kriteria uji *one way ANOVA* adalah sebagai berikut:

- a. Menerima H_0 : jika $p \geq 0,05$ yang artinya tidak ada perbedaan rata-rata di antara kelompok sampel yang tidak saling berhubungan.
- b. Menerima H_a : jika $p < 0,05$ yang artinya ada perbedaan rata-rata di antara kelompok sampel yang tidak saling berhubungan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas pengolahan data dan analisis data. Data tersebut merupakan data primer yang didapat secara langsung melalui penyebaran kuesioner *online*. Analisis yang dilakukan adalah analisis data statistik deskriptif dan analisis regresi. Analisis data statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui karakteristik dari responden. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (sikap lingkungan dan kepedulian lingkungan) terhadap variabel dependen (perilaku pembelian hijau). Analisis regresi moderasi digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (sikap lingkungan dan kepedulian lingkungan) terhadap variabel dependen (perilaku pembelian hijau) dengan gender sebagai variabel moderator.

Kuesioner yang terisi sebanyak 175 kuesioner. Proses pengolahan data dilakukan menggunakan bantuan software *SPSS 17.0 for Windows*.

4.1. Deskripsi Responden

Dalam penelitian ini penulis memiliki 175 responden, yaitu mahasiswa dengan usia ≤ 25 tahun. Penulis juga meneliti jenis kelamin responden dan uang saku responden.

4.1.1. Jenis Kelamin

Tabel 4.1
Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Laki-Laki	77	44,0%
Perempuan	98	56,0%
Total	175	100%

Sumber: Pengolahan Data Internal (2018)

Pada tabel 4.1 terlihat bahwa total responden yang memenuhi kriteria sebanyak 175 orang. 56,0% dari 175 responden adalah responden perempuan, sisanya 44,0% merupakan responden laki-laki. Jumlah perempuan sebagai responden lebih banyak daripada laki-laki.

Tabel 4.2

Perbedaan Variabel Sikap Lingkungan, Kepedulian Lingkungan, dan Perilaku Pembelian Hijau berdasarkan perbedaan Jenis Kelamin

Variabel	Jenis Kelamin	Mean	Equal Variances Assumed		Equal Variances Not Assumed		Keterangan
			t-value	Sig	t-value	Sig	
Sikap Lingkungan	Laki -Laki	4,0909	-0,436	0,664	-0,430	0,668	Tidak ada perbedaan
	Perempuan	4,1312					
Kepedulian Lingkungan	Laki -Laki	3,9448	0,583	0,560	0,580	0,563	Tidak ada perbedaan
	Perempuan	3,8903					
Perilaku Pembelian Hijau	Laki-Laki	3,2727	-0,912	0,363	-0,918	0,360	Tidak ada perbedaan
	Perempuan	3,3903					

Sumber: Pengolahan Data Internal (2018)

Pada tabel hasil analisis di atas terlihat tidak adanya perbedaan antara laki-laki dan perempuan mengenai variabel sikap lingkungan ($p = 0,668$), kepedulian lingkungan ($p = 0,563$), dan perilaku pembelian hijau ($p = 0,360$). Hal tersebut

dikarenakan responden dalam penelitian ini hanya mahasiswa. Mahasiswa memiliki pengetahuan yang cukup baik mengenai masalah lingkungan hidup sehingga mereka lebih peduli terhadap lingkungan hidup dan menyikapi masalah lingkungan hidup dengan melakukan perilaku pembelian hijau. Obyek dalam penelitian ini tidak spesifik pada produk hijau atau perilaku pembelian hijau tertentu sehingga secara umum baik mahasiswa maupun mahasiswi tidak memiliki perbedaan mengenai sikap lingkungan, kepedulian lingkungan, dan perilaku pembelian hijau.

4.1.2. Uang Saku

Tabel 4.3
Uang Saku

Uang Saku	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
< Rp. 1.000.000	38	21,7%
Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000	104	59,4%
> Rp. 2.000.000	33	18,9%
Jumlah	175	100%

Sumber: Pengolahan Data Internal (2018)

Pada tabel 4.3 terlihat bahwa total responden yang memenuhi kriteria sebanyak 175 orang. Dari tabel tersebut terlihat kelompok uang saku dengan frekuensi terbanyak adalah Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000 sebanyak 104 orang atau 59,4% kemudian uang saku yang berjumlah < Rp. 1.000.000 sebanyak 38 orang atau 21,7%, dan uang saku yang berjumlah > Rp. 2.000.000 sebanyak 33 orang atau 18,9%. Jadi, mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta rata-rata memiliki uang saku sebesar Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000.

Tabel 4.4
Perbedaan Variabel Sikap Lingkungan, Kepedulian Lingkungan, dan
Perilaku Pembelian Hijau berdasarkan perbedaan Uang Saku

Variabel	Uang Saku	N	Mean	Std. Deviation	F	Sig	Keterangan
Sikap Lingkungan	< Rp. 1.000.000	38	4,0188	0,57640	1,049	0,352	Tidak ada perbedaan
	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000	104	4,1676	0,62427			
	> Rp. 2.000.000	33	4,0519	0,57789			
	Total	175	4,1135	0,60596			
Kepedulian Lingkungan	< Rp. 1.000.000	38	3,9474	0,64504	0,110	0,896	Tidak ada perbedaan
	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000	104	3,9135	0,62002			
	> Rp. 2.000.000	33	3,8788	0,56292			
	Total	175	3,9143	0,61220			
Perilaku Pembelian Hijau	< Rp. 1.000.000	38	3,1908	0,93258	0,917	0,402	Tidak ada perbedaan
	Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000	104	3,4038	0,79540			
	> Rp. 2.000.000	33	3,3030	0,90086			
	Total	175	3,3386	0,84631			

Sumber: Pengolahan Data Internal (2018)

Pada tabel hasil analisis di atas terlihat tidak adanya perbedaan mengenai variabel sikap lingkungan ($p = 0,352$), kepedulian lingkungan ($p = 0,896$), dan perilaku pembelian hijau ($p = 0,402$) berdasarkan kelompok uang saku. Hal tersebut dikarenakan responden dalam penelitian ini hanya mahasiswa. Mahasiswa memiliki pengetahuan yang cukup baik mengenai masalah lingkungan hidup sehingga mereka lebih peduli terhadap lingkungan hidup dan menyikapi masalah lingkungan hidup dengan melakukan perilaku pembelian hijau. Mahasiswa dari seluruh kelompok uang saku tetap melakukan perilaku pembelian hijau dan

memprioritaskan produk hijau dalam keputusan pembelian mereka dengan mempertimbangkan harga dan anggaran yang dimiliki.

4.2. Faktor-Faktor yang mempengaruhi Perilaku Pembelian Hijau

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian hijau dianalisis menggunakan analisis regresi. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji H1-1 dan H2-1. Analisis regresi moderasi digunakan untuk menguji H1-2 dan H2-2.

Tabel 4.5

Pengaruh Sikap Lingkungan terhadap Perilaku Pembelian Hijau dengan Gender sebagai Variabel Moderator

MODEL	Variabel	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	t	Sig-t	Keterangan
		B	<i>Std. Error</i>	Beta			
1	(Constant)	4,182	2,393		1,747	0,082	
	Sikap Lingkungan	0,311	0,083	0,390	3,768	0,000	Signifikan
	Gender	5,379	3,380	0,791	1,591	0,113	Tidak Signifikan
	SL*GD	-0,173	0,116	-0,751	-1,487	0,139	Tidak Signifikan
2	(Constant)	6.680	1,710		3,906	0,000	
	Sikap Lingkungan	0,224	0,058	0,280	3,840	0,000	Signifikan
	Gender	0,407	0,497	0,060	0,820	0,413	Tidak Signifikan
3	(Constant)	6,863	1,694		4,051	0,000	
	Sikap Lingkungan	0,225	0,058	0,282	3,873	0,000	Signifikan

Lanjutan Tabel 4.5

1	<i>Adjusted R-Square</i>	0,079
	F-Hitung	5,989
	Probabilitas	0,001
2	<i>Adjusted R-Square</i>	0,073
	F-Hitung	7,822
	Probabilitas	0,001
3	<i>Adjusted R-Square</i>	0,074
	F-Hitung	15,001
	Probabilitas	0,000

Sumber: Pengolahan Data Internal (2018)

Dependent Variable: Perilaku Pembelian Hijau

Berdasarkan tabel 4.5 terlihat bahwa perilaku pembelian hijau hanya dipengaruhi oleh sikap lingkungan karena nilai prob-t sikap lingkungan sebesar 0,000 yang bernilai kurang dari alpha 1%. Pada model 1 dan 2 terlihat bahwa variabel gender maupun variabel sikap lingkungan yang dikalikan dengan gender tereliminasi karena variabel gender memiliki nilai prob-t sebesar 0,413 yang bernilai lebih dari alpha 5% sedangkan variabel sikap lingkungan yang dikalikan dengan gender memiliki nilai prob-t sebesar 0,139 yang bernilai lebih dari alpha 5%.

Secara simultan variabel sikap lingkungan signifikan mempengaruhi perilaku pembelian hijau dengan prob-F pada model ketiga sebesar 0,000 yang bernilai kurang dari alpha 1%. Nilai *adjusted R-square* yang dihasilkan pada model ketiga sebesar 0,074 yang berarti bahwa 7,4% variabel perilaku pembelian hijau dapat dijelaskan oleh sikap lingkungan sedangkan 92,6% lainnya dapat dijelaskan oleh variabel lain diluar persamaan.

Tabel 4.6
Pengaruh Kepedulian Lingkungan terhadap Perilaku Pembelian Hijau
dengan Gender sebagai Variabel Moderator

MODEL	Variabel	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	t	Sig-t	Keterangan
		B	<i>Std. Error</i>	Beta			
1	(Constant)	5,171	2,133		2,424	0,016	
	Kepedulian Lingkungan	0,502	0,134	0,363	3,759	0,000	Signifikan
	GENDER	-4,606	2,894	-0,677	-1,591	0,113	Tidak signifikan
	KL*GD	0,333	0,182	0,783	1,827	0,069	Tidak Signifikan
2	(Constant)	2,669	1,448		1,843	0,067	
	Kepedulian Lingkungan	0,657	0,092	0,475	7,140	0,000	Signifikan
	KL*GD	0,046	0,028	0,109	1,641	0,103	Tidak Signifikan
3	(Constant)	2,787	1,453		1,917	0,057	
	Kepedulian Lingkungan	0,675	0,092	0,488	7,358	0,000	Signifikan
1	<i>Adjusted R-Square</i>	0,248					
	F-Hitung	20,138					
	Probabilitas	0,000					
2	<i>Adjusted R-Square</i>	0,241					
	F-Hitung	28,685					
	Probabilitas	0,000					
3	<i>Adjusted R-Square</i>	0,234					
	F-Hitung	54,147					
	Probabilitas	0,000					

Sumber: Pengolahan Data Internal (2018)

Dependent Variable: Perilaku Pembelian Hijau

Berdasarkan tabel 4.6 terlihat bahwa perilaku pembelian hijau hanya dipengaruhi oleh kepedulian lingkungan karena nilai prob-t kepedulian lingkungan sebesar 0,000 yang bernilai kurang dari alpha 1%. Pada model 1 dan 2 terlihat bahwa variabel gender maupun variabel kepedulian lingkungan yang dikalikan dengan gender tereliminasi karena variabel gender memiliki nilai prob-t sebesar 0,113 yang bernilai lebih dari alpha 5% sedangkan variabel kepedulian lingkungan yang dikalikan dengan gender memiliki nilai prob-t sebesar 0,103 yang bernilai lebih dari alpha 5%.

Secara simultan variabel kepedulian lingkungan signifikan mempengaruhi perilaku pembelian hijau dengan prob-F pada model ketiga sebesar 0,000 yang bernilai kurang dari alpha 1%. Nilai *adjusted R-square* yang dihasilkan pada model ketiga sebesar 0,234 yang berarti bahwa 23,4% variabel perilaku pembelian hijau dapat dijelaskan oleh kepedulian lingkungan sedangkan 76,6% lainnya dapat dijelaskan oleh variabel lain diluar persamaan.

Berdasarkan hasil analisis regresi moderasi yang sudah dilakukan, terdapat dua variabel yang mempengaruhi perilaku pembelian hijau yaitu sikap lingkungan dan kepedulian lingkungan. Gender tidak memoderasi pengaruh sikap lingkungan dan kepedulian lingkungan terhadap perilaku pembelian hijau. Untuk menguji pengaruh sikap lingkungan dan kepedulian lingkungan terhadap perilaku pembelian hijau maka dilakukan analisis regresi linier berganda.

Tabel 4.7
Pengaruh Sikap Lingkungan dan Kepedulian Lingkungan terhadap
Perilaku Pembelian Hijau

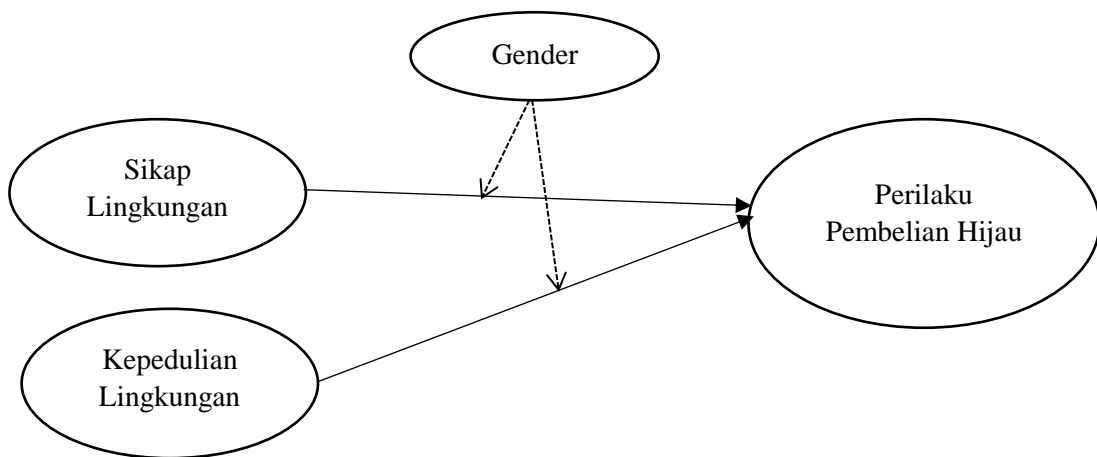
Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig-t	Keterangan
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	0,839	1,805		0,465	0,643	
Sikap Lingkungan	0,101	0,056	0,127	1,799	0,074	Signifikan
Kepedulian Lingkungan	0,613	0,097	0,444	6,303	0,000	Signifikan
<i>Adjusted R-Square</i>	0,244					
F-Hitung	29,041					
Probabilitas	0,000					

Dependent Variable: Perilaku Pembelian Hijau

Sumber: Pengolahan Data Internal (2018)

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa sikap lingkungan mempengaruhi perilaku pembelian hijau dengan nilai prob-t sebesar 0,074 yang bernilai kurang dari alpha 10% sedangkan kepedulian lingkungan mempengaruhi perilaku pembelian hijau dengan nilai prob-t sebesar 0,000 yang bernilai kurang dari alpha 1%. Secara simultan variabel sikap lingkungan dan kepedulian lingkungan signifikan mempengaruhi perilaku pembelian hijau dengan prob-F sebesar 0,000 yang bernilai kurang dari alpha 1%. Nilai *adjusted R-square* yang dihasilkan sebesar 0,244 yang berarti bahwa 24,4% variabel perilaku pembelian hijau dapat dijelaskan oleh sikap lingkungan dan kepedulian lingkungan sedangkan 75,6% lainnya dapat dijelaskan oleh variabel lain diluar persamaan.

Dalam penelitian Dagher *et al.* (2015), perilaku pembelian hijau dipengaruhi oleh variabel independen, yaitu sikap lingkungan dan kepedulian lingkungan serta variabel moderator yaitu gender yang menunjukkan interaksi antara sikap lingkungan dan gender serta interaksi antara kepedulian lingkungan dan gender.



Gambar 4.1 Kerangka Konsep Penelitian

Gambar 4.1 menyajikan model riset mengenai variabel yang mempengaruhi perilaku pembelian hijau dalam penelitian ini yaitu sikap lingkungan dan kepedulian lingkungan. Variabel sikap lingkungan dan kepedulian lingkungan signifikan mempengaruhi perilaku pembelian hijau sedangkan variabel moderator yaitu gender tidak memoderasi pengaruh sikap lingkungan dan kepedulian lingkungan terhadap perilaku pembelian hijau. Berdasarkan uji beda yang telah dilakukan, pada tabel 4.2 terlihat tidak adanya perbedaan pada variabel sikap lingkungan, kepedulian lingkungan, dan perilaku pembelian hijau di antara kedua gender sehingga gender tidak memoderasi pengaruh sikap lingkungan dan

kepedulian lingkungan terhadap perilaku pembelian hijau. Hal tersebut dikarenakan responden dalam penelitian ini hanya mahasiswa. Mahasiswa memiliki pengetahuan yang cukup baik mengenai masalah lingkungan hidup sehingga mereka lebih peduli terhadap lingkungan hidup dan menyikapi masalah lingkungan hidup dengan melakukan perilaku pembelian hijau. Obyek dalam penelitian ini tidak spesifik pada produk hijau atau perilaku pembelian hijau tertentu sehingga secara umum baik mahasiswa maupun mahasiswi tidak memiliki perbedaan mengenai sikap lingkungan, kepedulian lingkungan, dan perilaku pembelian hijau.

BAB V

PENUTUP

Bab terakhir ini berisi kesimpulan, implikasi manajerial, keterbatasan penelitian, dan saran untuk penelitian selanjutnya yang diambil dari keseluruhan penelitian yang telah dilakukan, yaitu mengenai pengaruh sikap lingkungan dan kepedulian lingkungan terhadap perilaku pembelian hijau dengan gender sebagai variabel moderator.

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari analisis data penelitian pengaruh sikap lingkungan dan kepedulian lingkungan terhadap perilaku pembelian hijau dengan gender sebagai variabel moderator, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel gender tidak memoderasi pengaruh sikap lingkungan terhadap perilaku pembelian hijau.
2. Variabel gender tidak memoderasi pengaruh kepedulian lingkungan terhadap perilaku pembelian hijau.
3. Variabel sikap lingkungan dan kepedulian lingkungan mempengaruhi perilaku pembelian hijau.
4. Berdasarkan hasil uji beda karakteristik responden (jenis kelamin dan uang saku) tidak ada perbedaan, sehingga hasil ini dapat digeneralisasikan secara luas.

5.2. Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan, dapat dilihat bahwa sikap lingkungan dan kepedulian lingkungan mempengaruhi perilaku pembelian hijau. Oleh karena itu, produsen dapat meningkatkan sikap lingkungan dan kepedulian lingkungan dikalangan konsumen sehingga dapat meningkatkan perilaku pembelian hijau dimasa depan. Hasil uji hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa gender tidak memoderasi pengaruh sikap lingkungan dan kepedulian lingkungan terhadap perilaku pembelian hijau, sehingga perempuan bukan sasaran tunggal dalam pemasaran produk hijau atau produk ramah lingkungan. Produsen dapat meningkatkan sikap lingkungan dan kepedulian lingkungan dikalangan laki-laki dan perempuan.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini tidak terlepas dari keterbatasan maupun kelemahan. Adapun keterbatasan yang ditemukan dalam penelitian ini adalah:

1. Usia responden dalam penelitian ini kurang bervariasi karena usia responden dalam penelitian ini terkonsentrasi pada usia ≤ 25 tahun.
2. Kuesioner disebar melalui media online sehingga tidak ada kontrol selama proses pengisian kuesioner oleh responden.
3. Jumlah responden dalam penelitian ini berjumlah 175 responden sehingga perlu dilakukan persebaran kuesioner secara lebih luas supaya lebih mewakili populasi.

4. Penelitian ini hanya menganalisis pengaruh sikap lingkungan dan kepedulian lingkungan terhadap perilaku pembelian hijau dengan gender sebagai variabel moderator. Menurut penelitian lain, masih ada variabel lain yang dapat mempengaruhi perilaku pembelian hijau yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian ini.
5. Penelitian ini tidak meneliti produk hijau dan perilaku pembelian hijau yang spesifik.

5.4 Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Pada penelitian selanjutnya, penulis menyarankan untuk memperluas penyebaran kuesioner supaya lebih mewakili populasi. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel prediktor lain yang belum diteliti dalam penelitian ini seperti pengaruh sosial, identitas diri, tanggung jawab lingkungan, pengetahuan lingkungan, dll. Penelitian selanjutnya dapat meneliti produk hijau yang spesifik seperti beras organik, peralatan elektronik yang hemat listrik, dll. Penelitian selanjutnya dapat meneliti perilaku pembelian hijau yang spesifik seperti penghematan listrik, penghematan air, penggunaan kembali kantong plastik, penggunaan tas belanja yang ramah lingkungan, penggunaan *tumblr* untuk mengurangi penggunaan botol plastik sekali pakai, dll. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel moderator yang lain seperti tingkat pendidikan. Selain itu, pada penelitian selanjutnya juga dapat meneliti responden dari berbagai usia, tingkat pendidikan, dan pekerjaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Dagher, G. & Itani, O. (2012). "The influence of environmental attitude, environmental concern and social influence on green purchasing behavior". *Review of Business Research*, Vol. 12 No.2, pp.104-111.
- Dagher, Grace K, Omar Itani, dan Abdul Nasser Kassar (2015). "The Impact of Environment Concern and Attitude on Green Purchasing Behavior: Gender as The Moderator", *Contemporary Management Research*, Vol. 11 No.2, pp. 179-205.
- Ergena, Ahu, Filiz Bozkurtb, Caner Girayc (2014). "Activism: A Strong Predictor of Proactive Environmentally Friendly Buying Behavior in Turkey", *International Journal of Research in Business and Social Science*. Vol. 3 No.1 pp. 130-142.
- Hair, J., Anderson, R., Tatham, R., & Black, W. (1998). *Multivariate Data Analysis*, fifth edition. Prentice Hall, Inc., Upper Saddle River, NJ.
- Kotler, Phlips dan Gary Armstrong. (2014). *Principle of Marketing*. Edisi 15. Pearson. Edinburg Gate.
- Lee, K. (2008). "Opportunities For Green Marketing: Young Consumers Market", *Intelligence & Planning*, *Marketing Intelligence & Planning*", Vol. 26 No. 6, pp. 573-586.
- Lee, K. (2009). "Gender Differences In Hong Kong Adolescent Consumers Green Purchasing Behavior", *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 26, No. 2, pp. 87-96.
- Malik, Chirag, Dr. Neeraj Singhal (2016). "Environmental Attitude and Green Purchase Intention of Young Online Consumers: An Empirical Analysis", *Anvesha*. Vol. 9 No.2, pp. 36-43.
- Noor, Nor Azila Mohd, Azli Muhammad, Azilah Kassim, Cik Zuriana Muhammad Jamil, Norsiah Mat, Norazwa Mat and Hayatul Safrah Salleh (2012). "Creating Green Consumers: How Environmental Knowledge And Environmental Attitude Lead To Green Purchase Behaviour?", *International Journal of Arts & Sciences*, Vol. [5 No.1](#), pp. 55-71.
- Pooraskari, Mohammad Hossein, Marjan Parvaresh Mohseni, Eslam Shahriary (2015). "The Effect of Environmental Variables on The Green Purchasing Behavior of Iranian Youth (Comparison of Two Groups of Girls and Boys)", *Journal of Current Research in Science*. Vol. 3 No. 2, pp. 175-180.

- Schiffman L., dan Kanuk L.L., (2015), "*Consumer Behavior*", Edisi 11e, Pearson Education., Upper Saddle River, NJ.
- Sekaran, U., dan Bougie, R. (2013). *Research Methods for Business*, 6th Edition. United Kingdom: John Wiley & Son Ltd.
- Situmorang, James R (2012). "Pemasaran Hijau Yang Semakin Menjadi Kebutuhan Dalam Dunia Bisnis", *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Bisnis*. Vol. 7 No.2, pp.131-142.
- Suliyanto (2010), "*Metode Riset Bisnis*", Edisi 1, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.
- Widarjono, Agus (2010), "*Analisis Statistika Multiterapan*", Edisi 1, Penerbit Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, Yogyakarta.
- Wijaya, Toni (2010), "*Analisis Multivariat*", Edisi 1, Penerbit Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Yogyakarta.

LAMPIRAN 1

Kuisisioner Penelitian

Kuesioner ini dibuat untuk mengetahui pengaruh Sikap Lingkungan dan Kepedulian Lingkungan terhadap Perilaku Pembelian Hijau Konsumen Muda yang dimoderasi oleh Gender. Diharapkan pada responden untuk mengisi pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya.

Bagian I

Petunjuk: Pilihlah salah satu pilihan jawaban yang sesuai

1. Jenis kelamin :
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan

2. Uang saku per bulan :
 - a. < Rp. 1.000.000
 - b. Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
 - c. Rp. 2.000.001 - Rp. 3.000.000
 - d. Rp. 3.000.001 - Rp. 4.000.000
 - e. > Rp. 4.000.000

BAGIAN II

Centanglah (√) pada kolom yang sudah disediakan.

Keterangan:

- STS : Sangat Tidak Setuju (bernilai 1 poin)
TS : Tidak Setuju (bernilai 2 poin)
N : Netral (bernilai 3 poin)
S : Setuju (bernilai 4 poin)

No	Perilaku Pembelian Hijau	STS	TS	N	S	SS
1	Ketika saya ingin membeli sebuah produk, saya melihat keterangan pada label untuk melihat apakah produk tersebut ramah lingkungan.					
2	Saya lebih memilih produk hijau daripada produk non-hijau bila memiliki kualitas yang sama					
3	Saya memutuskan membeli produk yang ramah lingkungan					
4	Saya membeli produk hijau meskipun harganya lebih mahal daripada produk non-hijau					
	Sikap Lingkungan	STS	TS	N	S	SS
5	Penting untuk mempromosikan kehidupan hijau					
6	Saya setuju bahwa upaya perlindungan lingkungan hidup dibutuhkan					
7	Upaya meningkatkan kesadaran lingkungan hidup merupakan tindakan penting					
8	Upaya perlindungan lingkungan hidup hanya membuang uang dan sumber daya					
9	Isu perlindungan lingkungan hidup bukan tanggung jawab saya					
10	Saya berpikir perlindungan lingkungan hidup tidak ada artinya					
11	Mengeluarkan sejumlah besar uang untuk mempromosikan perlindungan lingkungan hidup merupakan tindakan yang tidak bijaksana					
	Kepedulian Lingkungan	STS	TS	N	S	SS
12	Saya khawatir dengan memburuknya kualitas lingkungan hidup					
13	Lingkungan hidup adalah perhatian utama saya					
14	Saya terlibat secara emosional dalam masalah perlindungan lingkungan hidup					
15	Saya sering memikirkan bagaimana kualitas lingkungan hidup dapat ditingkatkan					

LAMPIRAN 2

Uji Validitas dan Reliabilitas

Perilaku Pembelian Hijau

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.855	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PPH1	10.60	7.697	.573	.865
PPH2	9.50	7.224	.720	.807
PPH3	9.77	7.082	.824	.769
PPH4	10.43	6.254	.710	.816

Sikap Lingkungan

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.861	7

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
SL1	25.13	16.257	.573	.851
SL2	24.97	16.033	.595	.848
SL3	25.03	15.757	.660	.842
SL4	25.60	13.352	.601	.852
SL5	25.23	13.771	.773	.820
SL6	25.27	12.892	.775	.818
SL7	25.57	14.185	.568	.852

Kepedulian Lingkungan

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.763	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KL1	11.20	4.924	.396	.784
KL2	11.77	3.840	.556	.710
KL3	12.07	2.892	.708	.621
KL4	11.47	3.706	.632	.669

LAMPIRAN 3

Frekuensi Profil Responden

Perbedaan Variabel dengan Jenis Kelamin dan Uang Saku

Jenis Kelamin

Jenis Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	77	44.0	44.0	44.0
	Perempuan	98	56.0	56.0	100.0
Total		175	100.0	100.0	

Perbedaan Variabel Sikap Lingkungan, Kepedulian Lingkungan, dan Perilaku Pembelian Hijau Berdasarkan Perbedaan Jenis Kelamin

Group Statistics					
Jenis Kelamin		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
SL	Laki-Laki	77	4.0909	.64470	.07347
	Perempuan	98	4.1312	.57644	.05823
KL	Laki-Laki	77	3.9448	.63040	.07184
	Perempuan	98	3.8903	.59968	.06058
PPH	Laki-Laki	77	3.2727	.81936	.09337
	Perempuan	98	3.3903	.86756	.08764

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
SL	Equal variances assumed	1.265	.262	-.436	173	.664	-.04029	.09249	-.22285	.14228
	Equal variances not assumed			-.430	153.891	.668	-.04029	.09375	-.22548	.14491
KL	Equal variances assumed	1.016	.315	.583	173	.560	.05450	.09341	-.12987	.23886
	Equal variances not assumed			.580	159.370	.563	.05450	.09397	-.13109	.24009
PPH	Equal variances assumed	.042	.838	-.912	173	.363	-.11758	.12894	-.37209	.13693
	Equal variances not assumed			-.918	167.209	.360	-.11758	.12806	-.37040	.13524

Uang Saku

Uang Saku

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < Rp. 1.000.000	38	21.7	21.7	21.7
Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	104	59.4	59.4	81.1
> Rp. 2.000.001	33	18.9	18.9	100.0
Total	175	100.0	100.0	

Perbedaan Variabel Sikap Lingkungan, Kepedulian Lingkungan dan Perilaku Pembelian Hijau Berdasarkan Perbedaan Uang Saku

Descriptives

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
					SL < Rp. 1.000.000	38		
Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	104	4.1676	.62427	.06121	4.0462	4.2890	2.14	5.00
> Rp. 2.000.001	33	4.0519	.57789	.10060	3.8470	4.2569	2.86	5.00
Total	175	4.1135	.60596	.04581	4.0231	4.2039	2.14	5.00
KL < Rp. 1.000.000	38	3.9474	.64504	.10464	3.7353	4.1594	2.50	5.00
Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	104	3.9135	.62002	.06080	3.7929	4.0340	2.25	5.00
> Rp. 2.000.001	33	3.8788	.56292	.09799	3.6792	4.0784	2.50	5.00
Total	175	3.9143	.61220	.04628	3.8229	4.0056	2.25	5.00
PPH < Rp. 1.000.000	38	3.1908	.93258	.15128	2.8843	3.4973	1.00	5.00
Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	104	3.4038	.79540	.07800	3.2492	3.5585	1.00	5.00
> Rp. 2.000.001	33	3.3030	.90086	.15682	2.9836	3.6225	1.00	5.00
Total	175	3.3386	.84631	.06398	3.2123	3.4648	1.00	5.00

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
SL	Between Groups	.770	2	.385	1.049	.352
	Within Groups	63.120	172	.367		
	Total	63.890	174			
KL	Between Groups	.083	2	.042	.110	.896
	Within Groups	65.131	172	.379		
	Total	65.214	174			
PPH	Between Groups	1.315	2	.657	.917	.402
	Within Groups	123.312	172	.717		
	Total	124.627	174			

LAMPIRAN 4

Analisis Regresi

Sikap Lingkungan terhadap Perilaku Pembelian Hijau dengan Gender sebagai Variabel Moderator

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	SL*GD, Sikap Lingkungan, GENDER ^a		Enter
2		SL*GD	Backward (criterion: Probability of F-to-remove >= ,100).
3		GENDER	Backward (criterion: Probability of F-to-remove >= ,100).

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Perilaku Pembelian Hijau

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.308 ^a	.095	.079	3.24844
2	.289 ^b	.083	.073	3.25986
3	.282 ^c	.080	.074	3.25677

a. Predictors: (Constant), SL*GD, Sikap Lingkungan, GENDER

b. Predictors: (Constant), Sikap Lingkungan, GENDER

c. Predictors: (Constant), Sikap Lingkungan

ANOVA^d

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	189.579	3	63.193	5.989	.001 ^a
	Residual	1804.455	171	10.552		
	Total	1994.034	174			
2	Regression	166.245	2	83.123	7.822	.001 ^b
	Residual	1827.789	172	10.627		
	Total	1994.034	174			
3	Regression	159.104	1	159.104	15.001	.000 ^c
	Residual	1834.931	173	10.607		
	Total	1994.034	174			

a. Predictors: (Constant), SL*GD, Sikap Lingkungan, GENDER

b. Predictors: (Constant), Sikap Lingkungan, GENDER

c. Predictors: (Constant), Sikap Lingkungan

d. Dependent Variable: Perilaku Pembelian Hijau

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.182	2.393		1.747	.082
	Sikap Lingkungan	.311	.083	.390	3.768	.000
	GENDER	5.379	3.380	.791	1.591	.113
	SL*GD	-.173	.116	-.751	-1.487	.139
2	(Constant)	6.680	1.710		3.906	.000
	Sikap Lingkungan	.224	.058	.280	3.840	.000
	GENDER	.407	.497	.060	.820	.413
3	(Constant)	6.863	1.694		4.051	.000
	Sikap Lingkungan	.225	.058	.282	3.873	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Pembelian Hijau

Excluded Variables^c

Model	Beta In	t	Sig.	Partial Correlation	Collinearity Statistics	
					Tolerance	
2	SL*GD	-.751 ^a	-1.487	.139	-.113	.021
3	SL*GD	.044 ^b	.593	.554	.045	.968
	GENDER	.060 ^b	.820	.413	.062	.999

a. Predictors in the Model: (Constant), Sikap Lingkungan, GENDER

b. Predictors in the Model: (Constant), Sikap Lingkungan

c. Dependent Variable: Perilaku Pembelian Hijau

Kepedulian Lingkungan terhadap Perilaku Pembelian Hijau dengan Gender sebagai Variabel Moderator

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	KL*GD, Kepedulian Lingkungan, GENDER ^a		Enter
2		GENDER	Backward (criterion: Probability of F-to-remove >= ,100).
3		KL*GD	Backward (criterion: Probability of F-to-remove >= ,100).

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Perilaku Pembelian Hijau

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.511 ^a	.261	.248	2.93543
2	.500 ^b	.250	.241	2.94848
3	.488 ^c	.238	.234	2.96287

a. Predictors: (Constant), KL*GD, Kepedulian Lingkungan, GENDER

b. Predictors: (Constant), KL*GD, Kepedulian Lingkungan

c. Predictors: (Constant), Kepedulian Lingkungan

ANOVA^d

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	520.571	3	173.524	20.138	.000 ^a
	Residual	1473.463	171	8.617		
	Total	1994.034	174			
2	Regression	498.750	2	249.375	28.685	.000 ^b
	Residual	1495.285	172	8.694		
	Total	1994.034	174			
3	Regression	475.335	1	475.335	54.147	.000 ^c
	Residual	1518.699	173	8.779		
	Total	1994.034	174			

a. Predictors: (Constant), KL*GD, Kepedulian Lingkungan, GENDER

b. Predictors: (Constant), KL*GD, Kepedulian Lingkungan

c. Predictors: (Constant), Kepedulian Lingkungan

d. Dependent Variable: Perilaku Pembelian Hijau

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.171	2.133		2.424	.016
	Kepedulian Lingkungan	.502	.134	.363	3.759	.000
	GENDER	-4.606	2.894	-.677	-1.591	.113
	KL*GD	.333	.182	.783	1.827	.069
2	(Constant)	2.669	1.448		1.843	.067
	Kepedulian Lingkungan	.657	.092	.475	7.140	.000
	KL*GD	.046	.028	.109	1.641	.103
3	(Constant)	2.787	1.453		1.917	.057
	Kepedulian Lingkungan	.675	.092	.488	7.358	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Pembelian Hijau

Excluded Variables^c

Model	Beta In	t	Sig.	Partial Correlation	Collinearity Statistics	
					Tolerance	
2	GENDER	-.677 ^a	-1.591	.113	-.121	.024
3	GENDER	.091 ^b	1.373	.171	.104	.998
	KL*GD	.109 ^b	1.641	.103	.124	.985

a. Predictors in the Model: (Constant), KL*GD, Kepedulian Lingkungan

b. Predictors in the Model: (Constant), Kepedulian Lingkungan

c. Dependent Variable: Perilaku Pembelian Hijau

Sikap Lingkungan dan Kepedulian Lingkungan terhadap Perilaku Pembelian Hijau

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kepedulian Lingkungan, Sikap Lingkungan ^a		Enter

a. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.502 ^a	.252	.244	2.94392

a. Predictors: (Constant), Kepedulian Lingkungan, Sikap Lingkungan

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	503.372	2	251.686	29.041	.000 ^a
	Residual	1490.663	172	8.667		
	Total	1994.034	174			

a. Predictors: (Constant), Kepedulian Lingkungan, Sikap Lingkungan

b. Dependent Variable: Perilaku Pembelian Hijau

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.839	1.805		.465	.643
	Sikap Lingkungan	.101	.056	.127	1.799	.074
	Kepedulian Lingkungan	.613	.097	.444	6.303	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Pembelian Hijau

LAMPIRAN 5

Data Kuesioner

Bagian I: Data Demografi

No	Jenis Kelamin	Uang Saku per Bulan
1	Perempuan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
2	Perempuan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
3	Perempuan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
4	Perempuan	< Rp. 1.000.000
5	Perempuan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
6	Laki-Laki	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
7	Laki-Laki	< Rp. 1.000.000
8	Perempuan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
9	Laki-Laki	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
10	Perempuan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
11	Perempuan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
12	Laki-Laki	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
13	Laki-Laki	< Rp. 1.000.000
14	Perempuan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
15	Perempuan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
16	Laki-Laki	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
17	Laki-Laki	< Rp. 1.000.000
18	Laki-Laki	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
19	Laki-Laki	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
20	Perempuan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
21	Perempuan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
22	Perempuan	< Rp. 1.000.000
23	Laki-Laki	< Rp. 1.000.000
24	Laki-Laki	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
25	Laki-Laki	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
26	Perempuan	Rp. 2.000.001 - Rp. 3.000.000
27	Perempuan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
28	Laki-Laki	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
29	Perempuan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
30	Perempuan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
31	Perempuan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
32	Laki-Laki	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
33	Laki-Laki	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
34	Laki-Laki	Rp. 2.000.001 - Rp. 3.000.000
35	Perempuan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
36	Perempuan	< Rp. 1.000.000
37	Laki-Laki	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
38	Perempuan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
39	Perempuan	< Rp. 1.000.000
40	Laki-Laki	< Rp. 1.000.000
41	Laki-Laki	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
42	Laki-Laki	Rp. 2.000.001 - Rp. 3.000.000
43	Laki-Laki	< Rp. 1.000.000
44	Perempuan	< Rp. 1.000.000
45	Perempuan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
46	Perempuan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
47	Perempuan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000

No	Jenis Kelamin	Uang Saku per Bulan
48	Perempuan	Rp. 2.000.001 - Rp. 3.000.000
49	Perempuan	Rp. 2.000.001 - Rp. 3.000.000
50	Perempuan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
51	Laki-Laki	< Rp. 1.000.000
52	Perempuan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
53	Laki-Laki	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
54	Perempuan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
55	Laki-Laki	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
56	Laki-Laki	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
57	Perempuan	Rp. 2.000.001 - Rp. 3.000.000
58	Laki-Laki	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
59	Perempuan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
60	Perempuan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
61	Perempuan	Rp. 3.000.001 - Rp. 4.000.000
62	Perempuan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
63	Laki-Laki	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
64	Perempuan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
65	Laki-Laki	< Rp. 1.000.000
66	Laki-Laki	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
67	Laki-Laki	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
68	Laki-Laki	< Rp. 1.000.000
69	Perempuan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
70	Laki-Laki	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
71	Perempuan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
72	Perempuan	< Rp. 1.000.000
73	Laki-Laki	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
74	Laki-Laki	< Rp. 1.000.000
75	Perempuan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
76	Laki-Laki	Rp. 2.000.001 - Rp. 3.000.000
77	Perempuan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
78	Perempuan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
79	Perempuan	Rp. 2.000.001 - Rp. 3.000.000
80	Perempuan	Rp. 2.000.001 - Rp. 3.000.000
81	Laki-Laki	< Rp. 1.000.000
82	Laki-Laki	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
83	Laki-Laki	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
84	Perempuan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
85	Perempuan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
86	Perempuan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
87	Laki-Laki	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
88	Laki-Laki	Rp. 2.000.001 - Rp. 3.000.000
89	Laki-Laki	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
90	Perempuan	< Rp. 1.000.000
91	Perempuan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
92	Laki-Laki	< Rp. 1.000.000
93	Perempuan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
94	Perempuan	Rp. 2.000.001 - Rp. 3.000.000
95	Laki-Laki	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
96	Laki-Laki	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
97	Perempuan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
98	Laki-Laki	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000

No	Jenis Kelamin	Uang Saku per Bulan
99	Laki-Laki	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
100	Perempuan	Rp. 2.000.001 - Rp. 3.000.000
101	Perempuan	Rp. 2.000.001 - Rp. 3.000.000
102	Perempuan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
103	Perempuan	Rp. 2.000.001 - Rp. 3.000.000
104	Perempuan	< Rp. 1.000.000
105	Perempuan	< Rp. 1.000.000
106	Laki-Laki	< Rp. 1.000.000
107	Perempuan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
108	Laki-Laki	< Rp. 1.000.000
109	Laki-Laki	Rp. 2.000.001 - Rp. 3.000.000
110	Perempuan	< Rp. 1.000.000
111	Perempuan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
112	Laki-Laki	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
113	Laki-Laki	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
114	Perempuan	Rp. 2.000.001 - Rp. 3.000.000
115	Perempuan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
116	Laki-Laki	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
117	Perempuan	> Rp. 4.000.000
118	Perempuan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
119	Perempuan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
120	Laki-Laki	Rp. 2.000.001 - Rp. 3.000.000
121	Perempuan	< Rp. 1.000.000
122	Laki-Laki	Rp. 3.000.001 - Rp. 4.000.000
123	Perempuan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
124	Laki-Laki	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
125	Laki-Laki	< Rp. 1.000.000
126	Perempuan	Rp. 2.000.001 - Rp. 3.000.000
127	Laki-Laki	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
128	Laki-Laki	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
129	Laki-Laki	< Rp. 1.000.000
130	Perempuan	< Rp. 1.000.000
131	Perempuan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
132	Perempuan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
133	Perempuan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
134	Perempuan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
135	Perempuan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
136	Perempuan	Rp. 2.000.001 - Rp. 3.000.000
137	Perempuan	Rp. 2.000.001 - Rp. 3.000.000
138	Perempuan	Rp. 2.000.001 - Rp. 3.000.000
139	Perempuan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
140	Laki-Laki	< Rp. 1.000.000
141	Laki-Laki	< Rp. 1.000.000
142	Perempuan	< Rp. 1.000.000
143	Perempuan	< Rp. 1.000.000
144	Perempuan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
145	Perempuan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000

No	Jenis Kelamin	Uang Saku per Bulan
146	Laki-Laki	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
147	Perempuan	< Rp. 1.000.000
148	Perempuan	< Rp. 1.000.000
149	Perempuan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
150	Laki-Laki	< Rp. 1.000.000
151	Perempuan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
152	Perempuan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
153	Laki-Laki	Rp. 2.000.001 - Rp. 3.000.000
154	Laki-Laki	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
155	Perempuan	Rp. 3.000.001 - Rp. 4.000.000
156	Laki-Laki	> Rp. 4.000.000
157	Laki-Laki	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
158	Laki-Laki	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
159	Perempuan	< Rp. 1.000.000
160	Laki-Laki	Rp. 2.000.001 - Rp. 3.000.000
161	Laki-Laki	Rp. 2.000.001 - Rp. 3.000.000
162	Laki-Laki	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
163	Perempuan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
164	Perempuan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
165	Laki-Laki	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
166	Perempuan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
167	Laki-Laki	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
168	Laki-Laki	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
169	Perempuan	Rp. 2.000.001 - Rp. 3.000.000
170	Laki-Laki	Rp. 3.000.001 - Rp. 4.000.000
171	Perempuan	Rp. 2.000.001 - Rp. 3.000.000
172	Laki-Laki	Rp. 2.000.001 - Rp. 3.000.000
173	Laki-Laki	< Rp. 1.000.000
174	Perempuan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
175	Perempuan	< Rp. 1.000.000

Bagian II: Instrumen Penelitian Variabel

No	PPH1	PPH2	PPH3	PPH4	SL1	SL2	SL3	SL4	SL5	SL6	SL7	KL1	KL2	KL3	KL4
1	2	4	4	4	4	4	4	2	1	2	2	4	3	3	3
2	2	4	4	2	4	5	4	2	2	2	2	4	2	2	4
3	3	4	4	4	5	4	4	3	2	2	2	4	5	4	4
4	3	5	4	4	5	5	5	2	1	1	1	4	4	4	4
5	4	5	5	3	4	5	5	1	1	2	2	5	4	4	4
6	3	4	4	2	4	5	4	2	2	2	4	5	5	4	4
7	2	4	4	4	5	5	5	5	1	1	1	5	4	5	5
8	2	3	3	2	4	4	4	2	2	2	2	4	3	3	3
9	2	3	3	3	4	4	3	4	2	1	3	4	4	4	5
10	2	4	5	4	5	4	5	1	1	1	1	5	4	5	5
11	1	1	1	1	5	5	5	1	1	1	1	5	3	1	3
12	4	4	4	4	5	5	5	1	1	1	1	5	4	4	5
13	4	4	4	3	5	5	5	2	3	2	1	3	4	3	4
14	2	2	2	1	3	3	3	3	3	4	2	3	2	2	2

No	PPH1	PPH2	PPH3	PPH4	SL1	SL2	SL3	SL4	SL5	SL6	SL7	KL1	KL2	KL3	KL4
15	3	4	4	2	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
16	2	4	3	2	4	4	4	2	2	2	2	4	3	2	4
17	4	5	5	4	5	5	5	1	1	1	2	5	4	5	5
18	2	5	3	2	5	5	5	2	2	1	2	4	2	3	5
19	3	4	4	4	4	5	5	1	1	1	1	5	4	4	5
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
21	4	5	5	4	5	5	4	1	1	1	2	4	5	4	4
22	2	5	4	4	4	4	5	2	2	2	2	4	4	4	4
23	2	4	3	2	5	5	5	2	2	2	4	5	4	3	5
24	2	2	3	2	4	4	4	2	1	1	3	4	3	4	4
25	4	3	3	1	4	4	4	2	2	2	2	4	3	2	3
26	4	4	4	4	4	5	5	1	1	1	1	4	4	4	4
27	2	4	2	1	3	3	4	4	2	2	2	4	4	3	3
28	5	5	4	5	5	5	5	1	1	1	1	5	4	4	4
29	2	4	4	4	4	5	5	2	2	2	3	5	4	2	3
30	4	5	4	4	4	5	4	2	2	2	3	4	5	4	5
31	5	1	5	3	5	5	5	1	2	1	1	5	5	5	5
32	2	3	4	4	5	5	5	1	2	1	5	5	4	3	5
33	2	3	4	2	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
34	2	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3
35	4	4	4	4	4	4	5	1	2	2	2	4	4	4	4
36	2	2	3	3	5	5	4	2	2	2	2	4	4	3	4
37	5	5	5	5	5	5	5	1	1	1	1	5	3	3	5
38	2	4	4	4	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	5
39	5	5	5	4	4	5	5	1	1	1	1	5	5	5	5
40	2	3	3	3	3	4	4	3	3	2	3	4	3	3	3
41	3	2	3	2	5	5	5	1	3	1	2	4	3	4	3
42	3	3	2	1	4	5	5	4	1	1	3	5	5	3	5
43	2	3	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4
44	3	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	4	4	4	4
45	3	5	5	3	5	5	5	1	1	1	1	5	5	5	5
46	3	3	4	3	4	4	4	2	2	2	2	4	3	3	3
47	2	3	3	2	4	4	4	2	2	2	2	4	3	3	3
48	2	5	4	4	4	5	5	2	2	2	2	4	3	3	4
49	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5
50	4	4	4	2	4	5	5	1	1	1	2	4	4	4	4
51	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	3	5	2	2	2
52	1	1	1	1	2	5	4	3	1	1	3	5	3	2	2
53	3	4	4	2	4	4	4	4	2	2	4	4	3	3	3
54	3	4	3	3	4	5	5	2	2	1	1	4	4	4	4
55	4	4	3	4	4	5	5	1	1	1	1	5	5	4	4
56	1	3	5	3	5	5	5	1	1	1	1	5	4	5	5
57	3	3	4	4	3	4	4	3	3	2	2	4	3	3	4

No	PPH1	PPH2	PPH3	PPH4	SL1	SL2	SL3	SL4	SL5	SL6	SL7	KL1	KL2	KL3	KL4
101	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
102	3	4	4	2	4	5	4	3	3	1	2	5	3	2	3
103	4	5	5	4	4	4	5	2	1	1	1	5	4	2	4
104	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
105	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
106	1	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
107	3	4	4	4	4	4	4	1	1	1	1	4	3	3	4
108	4	5	5	4	5	5	5	1	1	1	1	5	5	4	5
109	2	4	4	4	5	5	4	1	1	1	1	4	4	3	3
110	3	2	2	2	4	4	4	4	2	2	2	4	4	4	4
111	2	3	3	2	5	5	5	2	1	2	3	4	3	3	4
112	3	5	5	3	5	5	5	1	1	1	1	5	5	5	5
113	4	4	4	2	4	4	4	2	2	2	3	4	4	2	4
114	2	2	3	3	4	4	2	2	1	1	1	4	3	4	4
115	2	4	4	3	4	4	4	3	2	2	2	4	4	3	3
116	3	4	4	4	5	5	4	2	1	1	2	4	4	4	4
117	1	5	1	3	5	5	5	1	3	1	1	5	4	3	3
118	3	4	4	4	5	5	5	1	1	1	1	4	4	4	4
119	2	4	4	2	4	4	4	2	2	2	2	4	3	3	4
120	5	5	5	4	4	4	4	2	3	2	1	3	4	3	3
121	4	5	5	4	4	5	5	2	2	1	2	4	4	4	4
122	3	5	4	3	4	5	5	1	1	1	1	5	4	4	4
123	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	1	4	4	4	4
124	5	5	5	3	5	5	5	2	2	2	2	5	4	4	4
125	2	2	2	2	5	5	5	1	2	1	2	5	4	5	4
126	2	3	4	4	5	5	5	4	2	3	4	4	3	4	4
127	2	2	2	2	5	5	5	2	2	2	4	4	4	4	4
128	2	4	4	2	4	4	4	2	2	2	2	4	2	2	4
129	2	4	3	1	5	5	5	2	2	1	2	5	3	3	2
130	4	4	4	2	4	4	4	3	2	2	2	4	4	4	3
131	4	5	5	5	5	5	5	1	2	2	2	5	4	4	4
132	2	4	3	3	5	5	5	2	2	2	1	5	4	3	3
133	3	3	3	3	4	5	5	2	3	3	3	5	3	4	4
134	2	4	3	2	4	4	4	2	1	1	3	5	4	4	4
135	4	4	3	3	4	5	5	2	2	2	2	4	3	4	4
136	3	3	3	4	4	4	4	1	1	5	1	4	4	4	4
137	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	4	4	4	3
138	4	3	3	4	5	5	5	5	1	1	1	4	4	4	5
139	4	5	5	4	5	5	5	2	1	1	1	5	5	5	5
140	4	3	3	3	5	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3
141	2	4	4	2	4	4	4	2	2	2	2	5	3	4	4
142	1	1	3	2	4	4	4	2	2	2	2	4	4	4	4
143	4	4	4	3	5	4	5	2	2	2	2	5	4	4	3
144	2	5	3	2	4	4	4	1	2	1	1	4	3	4	3

No	PPH1	PPH2	PPH3	PPH4	SL1	SL2	SL3	SL4	SL5	SL6	SL7	KL1	KL2	KL3	KL4
145	5	5	5	4	5	5	5	1	1	1	1	5	5	5	5
146	3	5	3	3	4	4	4	3	2	1	2	5	4	3	4
147	3	5	5	4	5	5	5	5	1	1	1	5	5	5	5
148	3	3	4	4	4	4	4	4	3	2	2	4	4	4	4
149	2	3	4	3	3	4	5	3	2	3	3	5	4	4	4
150	3	3	3	3	4	4	4	4	1	1	2	4	4	4	5
151	3	5	4	3	5	5	5	2	1	1	1	5	4	4	5
152	4	5	5	5	4	4	5	1	1	1	1	5	5	4	5
153	3	5	3	3	4	5	5	1	1	1	1	5	3	4	5
154	1	5	5	4	5	5	5	2	3	1	2	5	5	4	4
155	1	1	1	1	2	4	4	3	1	1	1	5	5	4	3
156	3	3	4	2	2	4	4	2	2	1	3	5	5	5	5
157	4	4	3	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5
158	3	5	4	3	4	5	5	2	2	1	1	5	4	5	5
159	3	4	4	2	5	5	5	2	1	1	1	5	5	5	5
160	1	3	3	2	3	4	4	3	1	3	3	5	3	2	3
161	5	3	4	3	5	5	5	5	3	1	3	5	4	4	5
162	2	4	4	2	4	5	5	2	2	2	2	4	2	2	3
163	2	4	4	3	4	5	5	2	2	2	2	5	4	3	4
164	5	5	5	4	5	5	5	1	1	1	1	3	5	5	5
165	5	5	4	3	4	5	4	1	1	1	1	4	4	4	4
166	2	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
167	3	3	5	1	5	3	5	3	1	1	2	4	3	1	3
168	3	3	4	2	4	4	3	4	3	2	4	4	5	4	3
169	2	2	2	1	4	4	4	2	2	2	2	4	4	3	3
170	3	5	3	3	5	5	4	1	2	2	3	4	4	3	5
171	2	2	4	2	4	4	4	2	2	2	2	2	4	2	2
172	5	4	5	4	4	5	5	4	2	1	2	4	4	3	4
173	2	4	4	3	4	5	5	3	3	2	4	5	4	3	3
174	4	4	4	4	3	4	5	2	1	1	2	4	4	3	4
175	4	3	4	2	4	4	5	3	2	2	3	3	4	4	2