

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA PRODUK RAMAH LINGKUNGAN
(Studi Pada Pengguna Produk “The Body Shop” Di Yogyakarta)**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh:

Teresa Ratna Wanodya

NPM: 16 03 22561

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2020

SKRIPSI

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA PRODUK RAMAH LINGKUNGAN
(Studi Pada Pengguna Produk “The Body Shop” Di Yogyakarta)**

Disusun oleh:

Teresa Ratna Wanodya

NPM: 16 03 22561

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing

C. Jarot Priyogutomo, Drs., MBA

6 Juni 2020



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
Fakultas Bisnis dan Ekonomika

SURAT KETERANGAN

No. 444/J/I

Berdasarkan dari Ujian Pendadaran yang diselenggarakan pada hari Jumat, 3 Juli 2020 dengan susunan penguji sebagai berikut:

- | | |
|-----------------------------------------------|---------------|
| 1. Mahestu N. Krisjanti, SE., M.Sc.IB., Ph.D. | Ketua Penguji |
| 2. Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA. | Anggota |
| 3. Nadia Nila Sari, SE., MBA. | Anggota |

Tim Penguji Pendadaran Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta telah memutuskan bahwa:

Nama : Teresa Ratna Wanodya
NPM : 160322561

Dinyatakan
Lulus Tanpa Revisi

Surat Keterangan ini dibuat agar dapat digunakan untuk keperluan Yudisium kelulusan Sarjana Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika UAJY.

Dekan,

Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D

PERNYATAAN

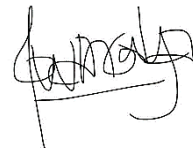
Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA PRODUK RAMAH LINGKUNGAN
(Studi Pada Pengguna Produk “The Body Shop” Di Yogyakarta)**

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

Yogyakarta, 6 Juni 2020

Yang menyatakan,



Teresa Ratna Wanodya

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat-Nya, sehingga skripsi yang berjudul **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Produk Ramah Lingkungan Studi Pada Pengguna Produk “The Body Shop” Di Yogyakarta”** dengan baik dan lancar dapat terselesaikan.

Dalam penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang telah membantu saya mulai dari penulisan, penelitian, hingga terselesaikannya skripsi ini. Saya mendapatkan banyak dukungan, bimbingan, serta bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu saya menyampaikan terimakasih kepada:

1. Keluarga. Terimakasih kepada Bapak & Ibu, kakakku, Mba Tyas, kakak iparku, Mas Heri serta ponakanku Desta yang telah memberikan dukungan, semangat, dan doa sehingga proses penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.
2. Saudara-saudaraku, terima kasih telah memberikan segala jenis bantuan, doa, semangat sehingga penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar.
3. Dosen pembimbing skripsi, Bapak Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA. Terima kasih saya ucapkan karena telah membimbing saya dengan penuh kesabaran dan ketulusan selama penyusunan skripsi.

4. Seluruh dosen dan pegawai di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Terima kasih atas segala bantuan, pengalaman dan pembelajaran yang dapat saya terima selama menempuh pendidikan di UAJY. Semoga Tuhan selalu melimpahkan berkat-Nya kepada Bapak/Ibu.
5. Sahabatku, Nawang dan Alfany terima kasih yang telah memberikan dukungan dan semangat. Terima kasih atas pengalaman indah yang selalu kalian berikan dari awal semester 1 sampai sekarang.
6. Sahabatku, INDA DUGONG (Ria, Elin, dan Linda), terima kasih atas semangat, ketulusan, canda tawa yang kalian berikan semasa perkuliahan hingga saat ini.
7. Teman-temanku seperjuangan skripsi. Terima kasih Friska, Geo, Caesar, Thania, dan Rico yang telah berjuang bersama dari awal penyusunan skripsi hingga selesai.
8. Temanku terkasih, Rosa, Alma, Tirza, Sari, Alir yang telah memberikan dukungan dan semangat. Terima kasih atas suka dan duka selama SMA.
9. Teman-teman HMPSM dan Komunitas Garuda Katolik, terima kasih untuk dinamika, pengalaman dan pembelajaran yang dapat saya terima.
10. Teman-teman KKN 76 Padukuhan Gorolangu, yang telah memberikan dukungan, motivasi dan semangat dalam penyusunan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak luput dari kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu, peneliti menerima saran dan kritik yang membangun untuk penelitian yang lebih baik. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca.

Yogyakarta, 6 Juni 2020

Yang menyatakan,



Teresa Ratna Wanodya



MOTTO

“Not all of us can do great things. But we can do small things with great love.”

-Mother Teresa-

For I know the plans I have for you, declares the LORD, plans for welfare and not for evil, to give you a future and a hope

-Jeremiah 29:11-

PERSEMBAHAN



Kupersembahkan karya sederhana ini untuk :

Tuhan Yesus Kristus

Bapak dan Ibu Tercinta

Kakakku Tersayang

Keluarga besar dan saudara-saudaraku

Sahabat dan teman-temanku

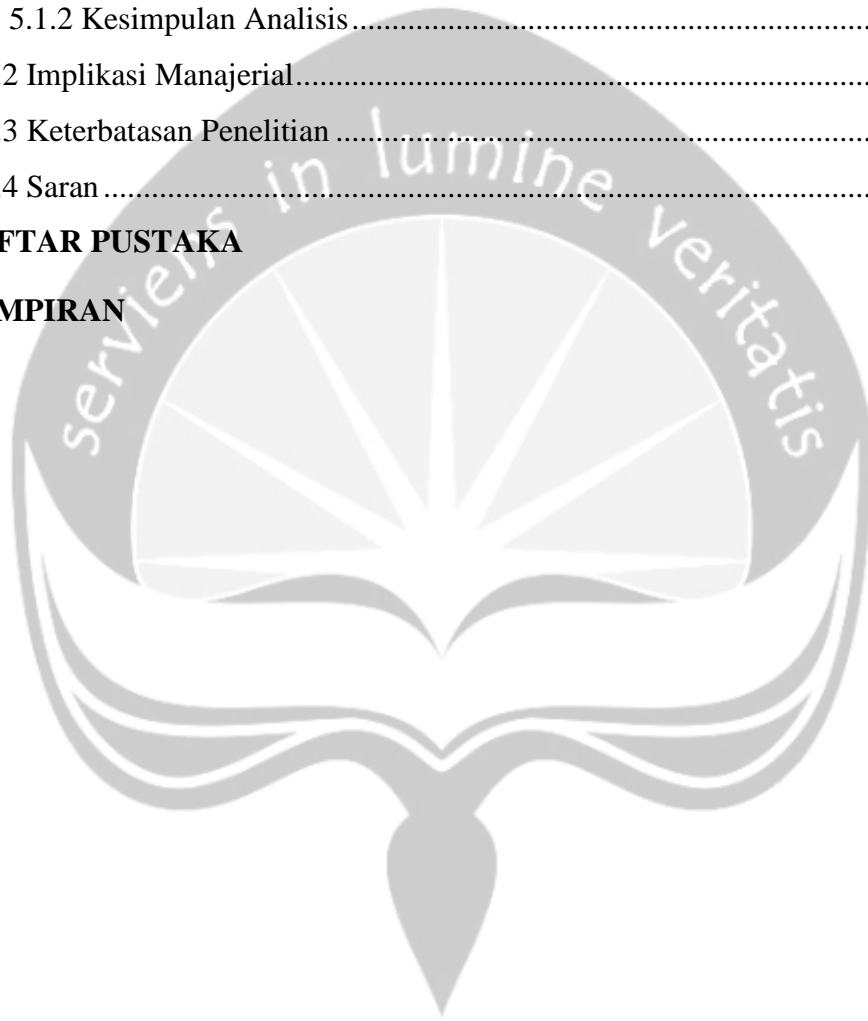
Terimakasih atas segala doa dan dukungannya

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN (SURAT KETERANGAN DEKAN)	ii
LEMBAR PERNYATAAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I - PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Batasan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
1.6 Sistematika Penulisan	11
BAB II – TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Keputusan Pembelian Produk Hijau	13
2.1.2 Dukungan Terhadap Perlindungan Lingkungan	13
2.1.3 Tanggung Jawab Terhadap Lingkungan.....	14
2.1.4 Pengalaman Penggunaan Produk Hijau.....	15
2.1.5 Persepsi Terhadap Perusahaan Hijau	16
2.1.6 Daya Tarik Sosial	17
2.2 Penelitian Terdahulu.....	18

2.3 Pengembangan Hipotesis.....	24
2.3.1 Pengaruh Faktor Dukungan Perlindungan Lingkungan terhadap Keputusan Pembelian pada Produk The Body Shop	25
2.3.2 Pengaruh Faktor Tanggung Jawab Terhadap Lingkungan terhadap Keputusan Pembelian pada Produk The Body Shop	25
2.3.3 Pengaruh Faktor Pengalaman Penggunaan Produk Hijau terhadap Keputusan Pembelian pada Produk The Body Shop	25
2.3.4 Pengaruh Faktor Persepsi Terhadap Perusahaan Hijau terhadap Keputusan Pembelian pada Produk The Body Shop	26
2.3.5 Pengaruh Faktor Daya Tarik Sosial terhadap Keputusan Pembelian pada Produk The Body Shop	26
2.4 Model Penelitian.....	27
BAB III – METODOLOGI PENELITIAN	29
3.1 Lingkup Penelitian.....	29
3.2 Metode <i>Sampling</i> dan Teknik Pengumpulan Data	29
3.2.1 Sampel dan Metode <i>Sampling</i>	29
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data	30
3.3 Definisi Operasional.....	31
3.4 Metode Pengujian Instrumen	34
3.4.1 Uji Reliabilitas dan Validitas	34
3.5 Metode Analisis Data	35
3.5.1 <i>Structural Equation Modeling</i>	35
BAB IV – ANALISIS DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Hasil Pengumpulan Data	39
4.2 Deskripsi Responden	39
4.2.1 Statistik Demografi Responden	40
4.2.2 Karakteristik Berdasarkan Waktu Pembelian Terakhir Produk	43
4.3 Analisis Data	43
4.3.1 Evaluasi <i>Outer Model</i>	44
4.3.2 Analisis Model Struktural atau <i>Inner Model</i>	51

4.3.3 Pengujian Hipotesis	54
4.3.4 Pembahasan Hipotesis	57
BAB V – PENUTUP	61
5.1 Kesimpulan.....	61
5.1.1 Kesimpulan Karakteristik Responden	61
5.1.2 Kesimpulan Analisis	62
5.2 Implikasi Manajerial.....	65
5.3 Keterbatasan Penelitian	67
5.4 Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1 Skala Likert	31
Tabel 3.2 Definisi Operasional	31
Tabel 4.1 Kelompok Demografi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4.2 Kelompok Demografi Responden Berdasarkan Usia	40
Tabel 4.3 Kelompok Demografi Responden Berdasarkan Pekerjaan	41
Tabel 4.4 Kelompok Demografi Responden Berdasarkan Uang Saku atau Pendapatan Perbulan	42
Tabel 4.5 Karakteristik Berdasarkan Waktu Pembelian Terakhir Produk The Body Shop	43
Tabel 4.6 <i>Outer Loading</i>	45
Tabel 4.7 <i>Discriminant Validity</i>	47
Tabel 4.8 <i>Composite Reliability</i>	48
Tabel 4.9 <i>Average Variant Extracted (AVE)</i>	49
Tabel 4.10 <i>Cronbach's Alpha</i>	50
Tabel 4.11 R-Square	52
Tabel 4.12 Hasil Evaluasi Kinerja <i>Outer</i> dan <i>Inner</i> Model	53
Tabel 4.13 Hasil Perhitungan <i>Bootstrapping</i> Data Penelitian (Uji Pengaruh Langsung)	55
Tabel 4.14 Hasil Uji Hipotesis	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengembalian Botol Kemasan The Body Shop Tiap Tahun ...4	
Gambar 2.1 Model Penelitian28	
Gambar 4.1 Hasil Struktural Model51	
Gambar 4.2 <i>Path Coefficient</i>54	



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner	73
Lampiran II Data Responden	81
Lampiran III Data Kuesioner	93
Lampiran IV Hasil Olah Data	103



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA PRODUK RAMAH LINGKUNGAN
(Studi Pada Pengguna Produk “The Body Shop” Di Yogyakarta)**

Teresa Ratna Wanodya

C. Jarot Priyogutomo

**Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta
Jalan Babarsari 43 – 44, Yogyakarta**

Abstrak

Saat ini isu lingkungan menjadi topik baru dalam dunia bisnis, tidak hanya keuntungan yang seharusnya menjadi pusat perhatian namun mereka harus memperhatikan dampak yang ditimbulkan bagi masyarakat dan lingkungan. Saat ini pelaku bisnis berkonsentrasi untuk mengimbangi dampak lingkungan dengan memproduksi produk yang ramah lingkungan. Hal ini mengakibatkan masyarakat memiliki alasan dan akan membuat pilihan informasi tentang produk hijau dan berusaha untuk mengembangkan pemahaman mengenai faktor-faktor penentu dalam keputusan pembelian produk hijau pada masyarakat.

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada produk ramah lingkungan. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer yaitu data yang diperoleh melalui survey lapangan menggunakan 24 items dengan metode *puspositive sampling* dan dapat mengumpulkan sebanyak 158 responden dengan kriteria yang sedang menggunakan produk The Body Shop di Yogyakarta. Metode analisa data menggunakan model perhitungan *SmartPLS 3.0* Hasil menunjukkan bahwa responden memiliki kemauan untuk mendukung perlindungan lingkungan, sadar akan tanggungjawab lingkungan, pengalaman baik responden dengan produk hijau, persepsi baik terhadap perusahaan hijau dan daya tarik social dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada masyarakat.

Kata kunci: produk ramah lingkungan, keputusan pembelian, perilaku konsumen, sikap terhadap lingkungan.