

FAKTOR DETERMINAN NIAT BELI PRODUK RAMAH LINGKUNGAN

(Studi pada produk ramah lingkungan merek Love Beauty dan Planet)

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Manajemen (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun Oleh :

Angela Olivia Krisanty

NPM: 17 03 23547

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2021

Skripsi

**FAKTOR DETERMINAN NIAT BELI PRODUK RAMAH
LINGKUNGAN**

(Studi pada produk ramah lingkungan merek Love Beauty dan Planet)



Disusun Oleh :

Angela Olivia Krisanty

NPM: 17 03 23547

Telah dibaca dan di setujui oleh :

Pembimbing

Wenefrida Mahestu N. Krisjanti., SE.,M.Sc.IB, Ph.D

11 Juni 2021

Skripsi



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
Fakultas Bisnis dan Ekonomika

SURAT KETERANGAN

No. 649/J/I

Berdasarkan dari Ujian Pendadaran yang diselenggarakan pada hari Rabu, 7 Juli 2021 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. Agnes Gracia Quita, SE., M.Sc. | (Anggota) |

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

Nama : Angela Olivia Krisanty

NPM : 170323547

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.
Fakultas Bisnis dan Ekonomika

FAKTOR DETERMINAN NIAT BELI PRODUK RAMAH LINGKUNGAN
(studi pada produk ramah lingkungan merek Love Beauty dan Planet)

Angela Olivia Krisanty

NPM : 17 03 23547

telah dipertahankan di depan panitia penguji
pada tanggal 7 Juli 2021

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu
persyaratan untuk mencapai Derajat Sarjana (S1) Program Studi
Manajemen

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji

Anggota Panitia Penguji



Mahestu N Krisjanti., SE., M.Sc.IB, Ph.D

Drs.C. Jarot Priyogutomo, MBA

Agnes Gracia Quita SE., M.Sc

Yogyakarta, 7 Juli 2021

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D

PERNYATAAN

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

FAKTOR DETERMINAN NIAT BELI PRODUK RAMAH LINGKUNGAN

(Studi pada produk ramah lingkungan merek Love Beauty dan Planet)

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 kemudia hari. Terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar iajazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 11 Juni 2021

Yang menyatakan



Angela Olivia Krisanty

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan kuasanya-Nya, sehingga skripsi saya dengan judul **“FAKTOR DETERMINAN NIAT BELI PRODUK RAMAH LINGKUNGAN (Studi pada produk ramah lingkungan merek Love Beauty dan Planet)”** ini dapat diselesaikan dengan baik.

Dengan ini, saya mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Papa Iwan Widyadarma dan Mama Linawati atas dorongan semangat, kasih sayang, dan doa yang tidak pernah berhenti dipanjatkan untuk kelancaran penyusunan skripsi saya. Dan kedua adik saya Grace Alicia dan Michael Alvaro yang selalu memberikan semangat saat proses penyusunan skripsi saya ini.
2. Ibu Wenefrida Mahestu N. Krisjanti., SE.,M.Sc.IB, Ph.D selaku dosen pembimbing skripsi saya yang selalu memberikan pengarahan, motivasi, dan semangat dalam proses penyusunan skripsi dengan sepenuh tenaga, kesabaran, serta saran yang sangat membantu saya dalam proses penyusunan skripsi ini.
3. Teman teman saya yang tidak pernah berhenti memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini Vita, There, Adam, Debbie, Christa,

dan masih banyak lagi yang selalu mendorong saya untuk terus bergerak maju dalam proses penyusunan skripsi ini.

4. Teman teman satu kelas bimbingan yang selalu membantu dan bergerak maju bersama dalam proses penyusunan skripsi ini agar kami semua bisa mencapai target untuk lulus bersama sama.
5. Rektor beserta segenap Dosen Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah membimbing dan memberikan ilmu bagi penulis selama masa menyelesaikan studi serta penyusunan skripsi.
6. Responden yang telah bersedia membantu dalam pengisian kuisioner penelitian.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah mendukung penulis dalam proses penyelesaian skripsi.

Semoga Tuhan membalas seluruh kebaikan pihak pihak yang membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi. Penulis mengucapkan banyak terimakasih dan memohon maaf atas segala kekurangan dan kesalahan dalam skripsi ini dan besar harapan bagi penulis apabila skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak yang membutuhkan di masa depan.

Klaten, 06 Juni 2021

Penulis,



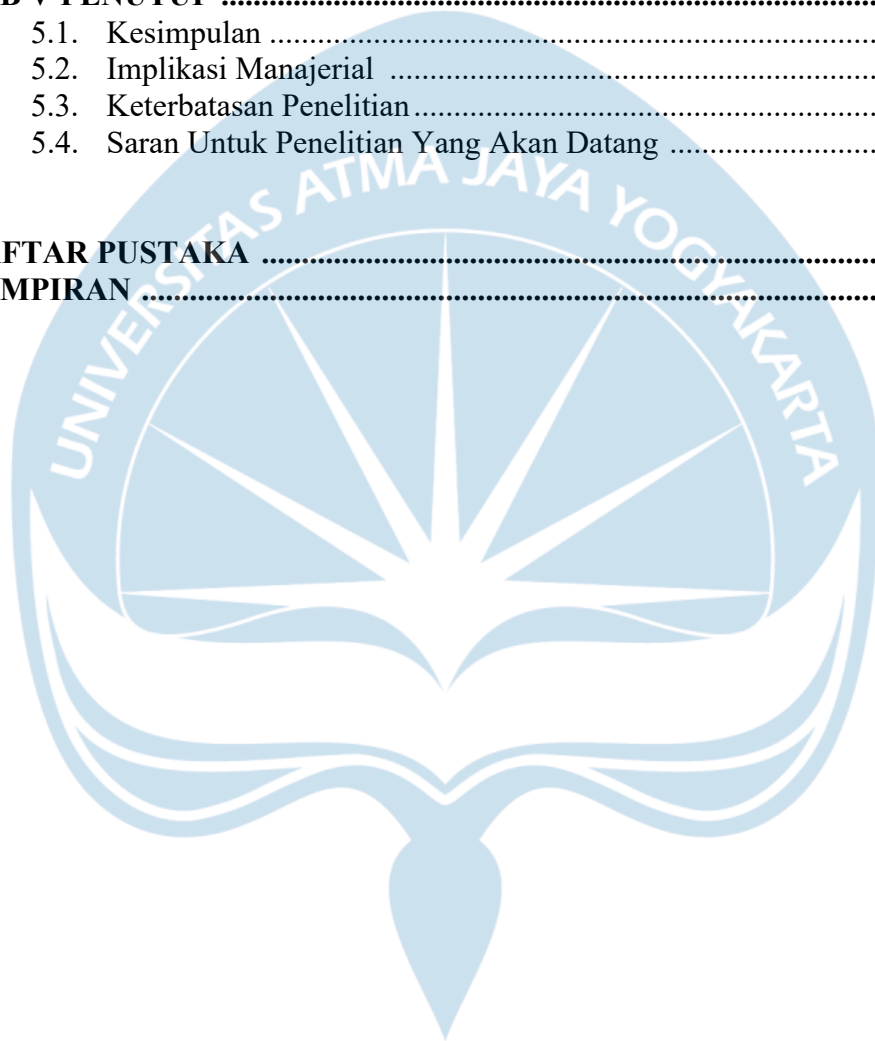
Angela Olivia Krisanty

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
INTISARI	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Batasan Masalah	6
1.4. Tujuan Penelitian	7
1.5. Manfaat Penelitian	7
1.6. Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN KONSEPTUAL	10
2.1. Pemasaran Hijau (<i>Green Marketing</i>)	10
2.2. Kualitas Produk	11
2.3. Persepsi Nilai	13
2.4. Citra Merek	15
2.5. Kredibilitas Merek (<i>Brand Credibility</i>)	16
2.6. Ekuitas Merek	18
2.7. Niat Bel	21
2.8. Penelitian Terdahulu	22
2.9. Pengembangan Hipotesis	30
2.10. Kerangka Penelitian	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	36
3.1. Obyek dan Subyek Penelitian	36
3.2. Populasi, Sampel dan Metode Penentuan Jumlah Sampel	36
3.3. Definisi Operasional Variabel Penelitian, Indikator dan Item Pertanyaan	37
3.4. Metode Pengumpulan Data	39
3.5. Metode Pengukuran Data	40
3.6. Metode Pengujian Instrumen	41
3.7. Metode Analisis Data	42

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
4.1. Profil Responden	46
4.2. Analisis Deskriptif	48
4.3. Analisis <i>Structural Equation Modelling</i>	53
4.4. Pembahasan	70
BAB V PENUTUP	76
5.1. Kesimpulan	76
5.2. Implikasi Manajerial	77
5.3. Keterbatasan Penelitian	80
5.4. Saran Untuk Penelitian Yang Akan Datang	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	85



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel Penelitian Dan Pengukuran	37
Tabel 3.2. Pembagian Interval Kelas	44
Tabel 4.1. Profil Responden Penelitian	46
Tabel 4.2. Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Persepsi Kualitas Merek	48
Tabel 4.3. Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Persepsi Nilai	49
Tabel 4.4. Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Citra Merek	50
Tabel 4.5. Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Kredibilitas Merek	51
Tabel 4.6. Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Ekuitas Merek	52
Tabel 4.7. Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Niat Pembelian	53
Tabel 4.8. <i>Outer Loading</i>	55
Tabel 4.9. <i>Cross Loading</i>	58
Tabel 4.10. <i>Construct Reability & Validity</i>	59
Tabel 4.11. Nilai <i>R-Square</i> dan <i>Adjusted R-Square</i>	62
Tabel 4.12. <i>Path Coefficient</i>	65

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Model Penelitian.....	35
Gambar 4.1. Model Hubungan Antar Variabel Hasil Penelitian	69



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	I	Kuesioner
Lampiran	II	Data Jawaban Responden
Lampiran	III	Uji Validitas dan Reliabilitas
Lampiran	IV	Analisis Persentase
Lampiran	V	Analisis Deskriptif
Lampiran	VI	Analisis <i>Structual Equation Modelling</i>
Lampiran	VII	Tabel Distribusi R 5%



FAKTOR DETERMINAN NIAT BELI PRODUK RAMAH LINGKUNGAN (Studi pada produk ramah lingkungan merek Love, Beauty, dan Planet)

Disusun oleh:
Angela Olivia Krisanty
NPM: 170323547

Pembimbing:
Wenefrida Mahestu N. Krisjanti., SE., M.Sc.IB, Ph.D.
Abstrak

Niat beli konsumen yang tinggi merupakan salah satu indikator bahwa produk atau jasa perusahaan banyak diminati masyarakat untuk dibeli. Banyak faktor yang mempengaruhi niat pembelian konsumen pada sebuah produk atau jasa. Salah satu faktor yang mempengaruhi niat pembelian konsumen adalah pembelian pada produk-produk ramah lingkungan. Produk ramah lingkungan dengan tingkat ekuitas merek, kredibilitas merek, citra, nilai dan kualitas yang laiklan yang akan dipilih konsumen untuk dibeli.

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh persepsi kualitas, persepsi nilai, citra merek, kredibilitas merek, dan ekuitas merek terhadap niat pembelian konsumen pada produk ramah lingkungan merek Love, Beauty, dan Planet. Jumlah sampel penelitian sebanyak 200 orang responden. Metode analisis data menggunakan *Structural Equation Modelling*.

Hasil penelitian ini memberikan informasi bahwa: 1) Persepsi kualitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap persepsi nilai dan citra merek. 2) Persepsi kualitas, persepsi nilai, dan citra merek memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kredibilitas merek. 3) Persepsi nilai, citra merek, dan kredibilitas merek memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap ekuitas merek. 4) Ekuitas merek memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat beli.

Kata Kunci: Produk ramah lingkungan, persepsi kualitas, persepsi nilai, citra merek, kredibilitas merek, ekuitas merek, dan niat beli.