

**Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemikiran  
Konsumen terhadap *Green Marketing Practices* pada  
Produk Hijau Panasonic**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana  
Manajemen (S1)**

**Pada Program Studi Manajemen**

**Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun oleh :**

**Gabriel Destria Putri Cahya Andriana**

**NPM : 170323873**

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
TAHUN 2021**

**SKRIPSI**

**Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemikiran  
Konsumen terhadap *Green Marketing Practices* pada  
Produk Hijau Panasonic**



**Disusun oleh :**

**Gabriel Destria Putri Cahya Andriana**

**NPM: 17 03 23873**

**Telah dibaca dan disetujui oleh:**

**Pembimbing**

A handwritten signature in black ink, appearing to be "Th. Diah Widiastuti".

**Th. Diah Widiastuti, SE., M.Si.**

**13 September 2021**



**UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**  
Fakultas Bisnis dan Ekonomika

**SURAT KETERANGAN**

**No. 1149/J/I**

Berdasarkan dari Ujian Pendadaran yang diselenggarakan pada hari Jumat, 8 Oktober 2021 dengan susunan penguji sebagai berikut:

- |   |                 |
|---|-----------------|
| 1. Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, M.Si. | (Ketua Penguji) |
| 2. Th. Diah Widiastuti, SE., M.Si.        | (Anggota)       |
| 3. Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.        | (Anggota)       |

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

Nama : Gabriel Destria

NPM : 170323873

Dinyatakan

**Lulus Dengan Revisi**

Pada saat ini skripsi Gabriel Destria telah selesai direvisi dan revisian tersebut telah diperiksa dan disetujui oleh semua anggota panitia penguji.

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

## LEMBAR PERNYATAAN

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

**Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemikiran Konsumen terhadap *Green Marketing Practices* pada Produk Hijau Panasonic**

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, Juli 2021

Yang Menyatakan



Gabriel Destria Putri Cahya Andriana

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan kasih karunia-Nya, penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Analisis Faktor Pengaruh Pemikiran Konsumen terhadap *Green Marketing Practices* pada Produk Hijau Panasonic” dengan baik dan lancar.

Penulis juga sangat menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini dapat berjalan dengan baik berkat dukungan, dorongan serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan banyak ucapan terima kasih dan memberikan penghormatan kepada pihak-pihak yang turut serta berperan dalam mendukung dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa atas perlindungan dan anugerah-Nya yang selalu memberikan berkat dan pertolongan kepada penulis dalam menjalankan aktivitas sehari-hari.
2. Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang selama ini menjadi tempat bagi penulis untuk berkembang dan menjunjung nilai-nilai unggul, inklusif, humanis dan berintegritas.
3. Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta sebagai tempat bagi penulis untuk mendapatkan, mempelajari, dan menerapkan berbagai ilmu bisnis dan ekonomi yang berguna hingga masa depan.

4. Prodi Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah membimbing dan menuntun penulis untuk mengenal lebih dalam ilmu manajemen dan empat pilar manajemen.
5. Ibu Th. Diah Widiastuti, SE., M.Si. selaku dosen pembimbing bagi penulis yang telah banyak membantu dan mengarahkan penulis dalam menulis skripsi ini sehingga penulis dan menuntaskan dengan baik.
6. Keluarga terlebih kedua orang tua terkasih yang senantiasa mendukung secara materiil maupun non-materiil selama masa perkuliahan sehingga penulis telah menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Seluruh dosen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan ilmu yang luar biasa selama masa perkuliahan.
8. Teman-teman angkatan 2017 Universitas Atma Jaya Yogyakarta atas dukungannya.
9. Tito Yowata yang selalu menemani penulis dalam keadaan apapun selama masa perkuliahan hingga selesai.
10. Desy Wahyuningsih yang sudah banyak membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi.
11. Sahabat-sahabat terdekat penulis brian, wawan, dio, helen, aldo, ardo, olivia, yuan, farida, clara, rhea, isna, rivaldy, bayu, edy, joshua, vania, putri, there yang sudah menemani dan membantu penulis dalam kegiatan perkuliahan dan dimanapun berada.

12. Segenap responden yang telah terlibat membantu penulis dan meluangkan waktunya dalam mengisi kuesioner serta turut serta membagikan kepada responden lainnya.

13. Semua pihak terlibat yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan doa, motivasi, dorongan, dan nasehat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.

Demikian pada akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan sebaik-baiknya. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan dapat menjadi pertimbangan serta referensi bagi penelitian selanjutnya. Apabila terdapat kekurangan dan kesalahan, penulis menerima secara terbuka segala kritik dan saran yang membangun untuk menjadikan pelajaran bagi penulis lebih baik.

Yogyakarta, Juli 2021



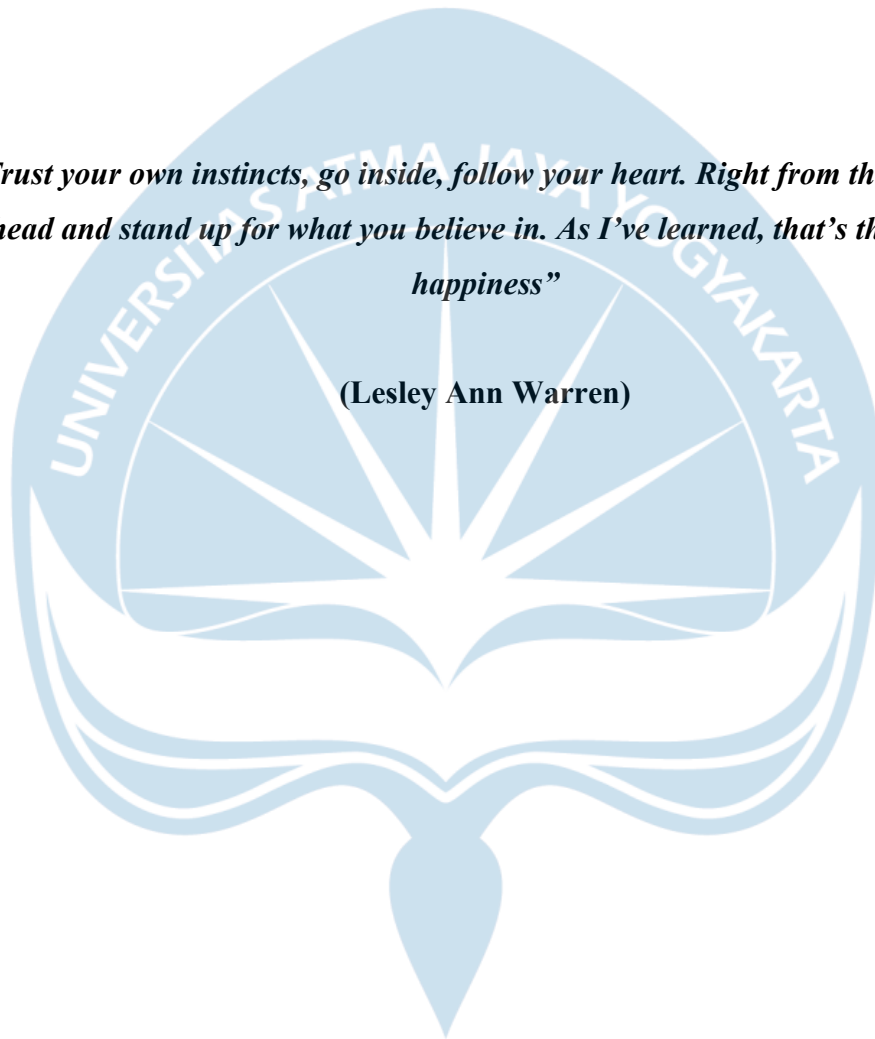
Penulis

Gabriel Destria Putri Cahya Andriana

## MOTTO

*“Trust your own instincts, go inside, follow your heart. Right from the start, go ahead and stand up for what you believe in. As I’ve learned, that’s the path to happiness”*

**(Lesley Ann Warren)**





## DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
MOTTO.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
ABSTRAK.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Batasan Masalah.....	8
1.4. Tujuan Penelitian.....	9
1.5. Manfaat Penelitian.....	9
1.6. Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TINJAUAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	12
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 <i>Green Marketing Practices</i> .....	12
2.1.2 <i>Advertisement and Media</i> .....	14
2.1.3 <i>Environmental Protection</i> .....	15
2.1.4 <i>Recycling of Waste</i> .....	15
2.1.5 <i>Green Buying Behavior</i> .....	16
2.1.6 <i>Preference of Green Products</i> .....	18
2.1.7 <i>Consumer's Thought</i> .....	19
2.2 Penelitian terdahulu.....	19
2.3 Kerangka Penelitian.....	22
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
3.1 Lingkup Penelitian.....	26
3.2 Metoda Sampling.....	26
3.3 Definisi Operasional.....	28

3.4 Metode Pengumpulan Data.....	29
3.5 Metode Analisis Data.....	32
3.5.1 Analisis Faktor.....	33
3.5.2 Asumsi Analisis Faktor.....	35
3.5.3 Langkah Analisis Faktor.....	35
3.5.4 Analisis Deskriptif.....	40
3.5.5 Analisis Persentase.....	40
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>42</b>
4.1 Pengumpulan Data.....	42
4.2 Analisis Deskriptif Profil Responden.....	42
4.3 Analisis Persentase Pemikiran Konsumen.....	45
4.4 Pengujian Analisis.....	49
4.4.1 Pemilihan Variabel.....	49
4.4.2 Pembentukan Faktor.....	52
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>62</b>
5.1 Kesimpulan.....	62
5.2 Implikasi Manajerial.....	65
5.3 Keterbatasan penelitian.....	66
5.4 Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....	67
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>68</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>76</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 3. 1 Definisi Operasional.....	28
Tabel 3. 2 Instrumen Penelitian.....	30
Tabel 3. 3 Pedoman Penilaian Jawaban Responden.....	32
Tabel 3. 4 Pedoman Indeks KMO.....	37
Tabel 4. 1 Persentase Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
Tabel 4. 2 Persentase Responden berdasarkan Usia.....	43
Tabel 4. 3 Persentase Responden berdasarkan Pekerjaan.....	43
Tabel 4. 4 Persentase Responden berdasarkan Domisili.....	44
Tabel 4. 5 Kategori Produk Panasonic yang digunakan Konsumen.....	45
Tabel 4. 6 Kepedulian Konsumen terhadap Praktik Produk Ramah Lingkungan	46
Tabel 4. 7 Pemikiran Konsumen mengenai Produk Hijau Panasonic.....	46
Tabel 4. 8 Praktik Hijau yang dilakukan Konsumen ketika Berbelanja Produk Hijau Panasonic.....	47
Tabel 4. 9 Tetap Memilih Produk Ramah Lingkungan Panasonic dengan Harga Tinggi.....	47
Tabel 4. 10 Konsumen memiliki Kesadaran Tinggi tentang Produk Ramah Lingkungan Panasonic.....	48
Tabel 4. 11 Kepuasan Konsumen mengenai Peran Pemerintah dalam Regulasi Praktik Pemasaran Hijau.....	48
Tabel 4. 12 Harapan Konsumen terhadap Peran pemerintah dalam Regulasi Praktik Pemasaran Hijau.....	49
Tabel 4. 13 Nilai Measure of Sampling Adequacy (MSA).....	50
Tabel 4. 14 Hasil KMO dan Barlett's Test Sphericity.....	52
Tabel 4. 15 Total Variance Explained.....	53
Tabel 4. 16 Communalities.....	56
Tabel 4. 17 Component Matrix.....	57
Tabel 4. 18 Rotated Component Matrix.....	58
Tabel 4. 19 Hasil Pengelompokkan Variabel dalam Faktor.....	60
Tabel 4. 20 Hasil Penamaan Faktor.....	61

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian.....	23
Gambar 4. 1 Scree Plot.....	55



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, mengkaji, dan menganalisis tentang bagaimana pemikiran konsumen mengenai praktik pemasaran hijau serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen terhadap praktik pemasaran hijau. Praktik pemasaran hijau telah digunakan sebagian besar organisasi maupun perusahaan di dunia untuk mengurangi dampak berbahaya dari proses produksi yang berdampak pada iklim dan kondisi lingkungan lainnya. Berdasarkan data perusahaan hijau yang ada di Indonesia, *Panasonic Corporation* merupakan salah satu perusahaan hijau yang secara komprehensif menggunakan kata hijau pada proses promosinya dalam bentuk pemasaran hijau, pasokan rantai hijau, konsumen hijau, dan produk hijaunya.

Dalam penelitian ini survey dilakukan yang bersumber pada data primer yang diambil melalui hasil kuesioner melalui *google form* dalam bentuk *skala likert* dengan bobot 5 poin yang diisi oleh responden dan data sekunder yang diperoleh melalui buku, jurnal, catatan departemen pemerintah, dan internet. Teknik pengambilan sampling menggunakan *purposive sampling method*. Kemudian data tersebut dianalisis menggunakan SPSS dengan metode analisis faktor untuk mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi pendapat konsumen tentang praktik pemasaran hijau.

Pengujian keakuratan sampel melalui indeks *Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)* *Measure of sampling adequacy* dan *Barlett's Test of Sphericity* dengan penggunaan metode prinsip faktor yaitu rotasi *varimax orthogonal* untuk mengidentifikasi signifikansi variabel-variabel apa saja yang mempengaruhi pemikiran konsumen mengenai praktik pemasaran hijau dengan pembebanan faktor rotasi.

Berdasarkan perolehan nilai MSA seluruh variabel memiliki nilai lebih dari 0,5 dengan indeks KMO 0,881 dan signifikansi *Barlett's Test of Sphericity* 0,000 dimana faktor tersebut tepat untuk menyederhanakan seluruh variabel. Berdasarkan uji dengan metode *principal component* diperoleh 4 faktor yang dapat digunakan dan dianalisis dengan hasil *communalities* > 0,5 dan nilai *factor loading* > 0,55 yang terdapat pada ke-14 variabel, sehingga berdasarkan ke-4 faktor baru yang muncul tersebut telah dilakukan penamaan faktor baru yaitu loyalitas konsumen hijau (*Green Consumer's Loyalty*), perilaku konsumen hijau (*Green Consumer Behavior*), kepedulian lingkungan (*Environmental Awareness*), dan niat pembelian hijau (*Green Purchasing Intention*).

**Kata kunci:** *consumer's thought, green marketing practices, green environmental, factor analysis, green company.*