

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI REMAJA PADA
PEMBELIAN PRODUK RAMAH LINGKUNGAN**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana

Ekonomi (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun Oleh :

Hengki Aristianto

NPM : 07 03 16691

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA,
JULI 2011**

SKRIPSI

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI REMAJA PADA
PEMBELIAN PRODUK RAMAH LINGKUNGAN**

Disusun oleh :

Hengki Aristianto

NPM : 07 03 16691

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Dosen Pembimbing



Drs. Gunawan Jiwanto, MBA.

Tanggal 16 Juni 2011

SKRIPSI

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI REMAJA PADA PEMBELIAN PRODUK RAMAH LINGKUNGAN

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Hengki Aristianto

NPM : 07 03 16691

**telah dipertahankan di depan Panitia Penguji
pada tanggal 8 Juli 2011**

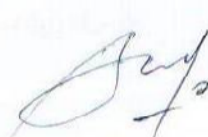
**dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima
sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi
(SI) Program Studi Manajemen**

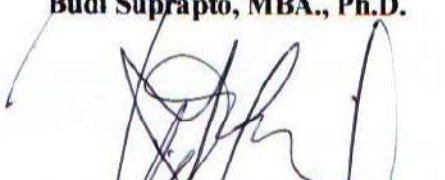
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji

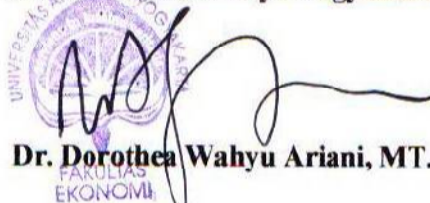

Drs. Gunawan Jiwanto, MBA.

Anggota Panitia Penguji


Budi Suprpto, MBA., Ph.D.


Drs. J. Sudarsono, MS.

**Yogyakarta, 8 Juli 2011
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta**


Dr. Dorothea Wahyu Ariani, MT.

PERNYATAAN

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

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI REMAJA PADA PEMBELIAN PRODUK RAMAH LINGKUNGAN

benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut/catatan kaki/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, April 2011

Yang menyatakan



Hengki Aristianto

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan atas segala berkat, rahmat, serta penyertaan-Nya kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi dengan judul “**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Remaja Pada Pembelian Produk Ramah Lingkungan**”. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Banyak kesulitan dan hambatan yang penulis alami dalam menyelesaikan skripsi ini, namun berkat bantuan dan dorongan moril dari berbagai pihak, maka penulisan skripsi ini dapat terselesaikan. Kiranya merupakan waktu dan tempat yang tepat untuk menyampaikan terima kasih dan penghormatan yang tulus kepada beberapa pihak yang berperan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh sebab itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Drs. Gunawan Jiwanto, MBA., selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan serta memberikan kritik dan masukan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua orang tuaku yang tidak lelah memberikan kepercayaan, perhatian, kasih sayang, doa dan dukungan moril serta materiil.
3. Saudara-saudaraku tersayang yang telah memberikan dukungan, semangat dan kasih sayang.

4. Silvie, terimakasih atas segala dukungan, dalam menemani, membantu dan mendengarkan berbagai kesulitan yang dihadapi oleh penulis selama penulisan skripsi ini.
5. Terima kasih untuk teman-teman Green House dan Puri Sari 6 atas kebersamaan yang telah kita jalin selama ini.
6. Teman-teman Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya angkatan 2007 yang telah menemani dan mendukungku selama ini dari awal hingga saat ini, semoga persahabatan kita terjalin selamanya dan kita semua menjadi orang yang berhasil nantinya.
7. Pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terimakasih atas bantuan yang telah diberikan.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan informasi bagi pembaca.

Penulis

Hengki Aristianto

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“SESUATU YANG KECIL BISA MEMBERIKAN ARTI YANG BESAR BAGI
ORANG LAIN”

Skripsi ini kupersembahkan kepada:

- * Papa dan Mama tercinta
- * Saudara-saudaraku tersayang
- * Semua orang yang mengasihiku

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan Pembimbing	ii
Halaman Pengesahan Skripsi	iii
Halaman Pernyataan	iv
Kata Pengantar	v
Halaman Motto Dan Persembahan	vii
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar	xi
Daftar Lampiran	xii
Intisari	xiii
 BAB I Pendahuluan	 1
1.1. Latar Belakang Masalah	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	 7
2.1. Perilaku Konsumen	7
2.2. Keputusan Pembelian	18
2.3. Pemasaran Hijau	25
2.4. Kerangka Penelitian	30
2.5. Hipotesis	30

BAB III Metode Penelitian	32
3.1. Bentuk dan Tempat Penelitian	32
3.2. Populasi dan Metode Pengambilan Sampel	32
3.3. Metode Pengumpulan Data	33
3.4. Metode Pengukuran Data	34
3.5. Metode Pengujian Instrumen	35
3.6. Metode Analisis Data	36
 BAB IV Analisis Data	 42
4.1. Penjelasan Penelitian	41
4.2. Pengujian Instrumen	42
4.3. Analisis Karakteristik Demografi Responden	45
4.4. Pengaruh Sikap Pada Lingkungan, Kepedulian Pada Lingkungan, Keseriusan Pada Masalah Lingkungan, Tanggung Jawab Lingkungan, Pengaruh Teman, Dan Identitas Diri Terhadap Perilaku Pembelian Produk Hijau	 46
4.5. Perbedaan Sikap Pada Lingkungan, Kepedulian Pada Lingkungan, Keseriusan Pada Masalah Lingkungan, Tanggung Jawab Lingkungan, Pengaruh Teman, Identitas Diri, Dan Perilaku Pembelian Produk Hijau Berdasarkan Jenis Kelamin	 53
 BAB V Penutup	 61
5.1. Kesimpulan	61
5.2. Saran	62
5.3. Kelemahan Penelitian	64
 Daftar Pustaka	 65

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas.....	43
Tabel 4.2. Hasil Uji Reliabilitas	44
Tabel 4.3. Karakteristik Demografi Responden.....	45
Tabel 4.4. Pengaruh Sikap Pada Lingkungan, Kepedulian Pada Lingkungan, Keseriusan Pada Masalah Lingkungan, Tanggung Jawab Lingkungan, Pengaruh Teman, Dan Identitas Diri Terhadap Perilaku Pembelian Produk Hijau	46
Tabel 4.5. Pengaruh Keterlibatan Konsumen Dalam Pembelian Produk- Produk <i>Fashion</i> Terhadap Pengetahuan Subyektif Konsumen Pada Produk-Produk <i>Fashion</i>	42
Tabel 4.5. Perbedaan Sikap Pada Lingkungan, Kepedulian Pada Lingkungan, Keseriusan Pada Masalah Lingkungan, Tanggung Jawab Lingkungan, Pengaruh Teman, Identitas Diri, Dan Perilaku Pembelian Produk Hijau Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1.	Model Perilaku Konsumen Menurut Assael	9
Gambar 2.2.	Model Perilaku Konsumen Menurut Kotler dan Keller	11
Gambar 2.3.	Tahap-tahap Dalam Proses Pembelian	19
Gambar 2.4.	Tahap Antara Evaluasi Alternatif Dan Keputusan Pembelian	20
Gambar 2.5.	Empat Jenis Pengambilan Keputusan Beli	21
Gambar 2.5.	Kerangka Penelitian	30

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	I	Kuesioner
Lampiran	II	Validitas dan Reliabilitas
Lampiran	III	Analisis Persentase
Lampiran	IV	Analisis Regresi
Lampiran	V	Analisis <i>Independent Sample T-test</i>
Lampiran	VI	Data Jawaban Responden
Lampiran	VII	Tabel Distribusi R

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI REMAJA PADA PEMBELIAN PRODUK RAMAH LINGKUNGAN

Disusun oleh :
Hengki Aristianto
NPM : 07 03 16691

Dosen Pembimbing:
Drs. Gunawan Jiwanto, MBA.

Intisari

Perubahan iklim yang semakin memburuk dewasa ini menuntut masyarakat untuk berlaku lebih bijaksana. Masyarakat dituntut untuk memiliki kepedulian terhadap lingkungan hidup. Salah satu kelompok masyarakat yang perlu diperhatikan untuk ditanamkan perilaku ramah lingkungan adalah remaja. Salah satu perilaku ramah lingkungan tersebut ditunjukkan dari kesediaan konsumen untuk mengkonsumsi/membeli produk hijau (produk ramah lingkungan).

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh sikap pada lingkungan, kepedulian pada lingkungan, keseriusan pada masalah lingkungan, tanggung jawab lingkungan, pengaruh teman, dan identitas diri terhadap perilaku pembelian produk hijau. Selain itu penelitian ini juga dilakukan untuk menguji perbedaan sikap pada lingkungan, kepedulian pada lingkungan, keseriusan pada masalah lingkungan, tanggung jawab lingkungan, pengaruh teman, identitas diri, dan perilaku pembelian produk hijau berdasarkan perbedaan jenis kelamin.

Hasil penelitian ini memberikan bukti bahwa, sikap pada lingkungan, kepedulian pada lingkungan, keseriusan pada masalah lingkungan, tanggung jawab lingkungan, pengaruh teman, dan identitas diri secara simultan maupun parsial berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku pembelian produk hijau. Hasil penelitian ini juga memberikan informasi adanya perbedaan identitas diri ditinjau dari jenis kelamin. Wanita memiliki penilaian yang lebih tinggi pada variabel identitas diri dibandingkan pria.

Kata kunci: sikap pada lingkungan, kepedulian pada lingkungan, keseriusan pada masalah lingkungan, tanggung jawab lingkungan, pengaruh teman, identitas diri, dan perilaku pembelian produk hijau.