

**IMPLEMENTASI TEORI PERILAKU TERENCANA DALAM PERILAKU
MEMILAH SAMPAH**

(Kasus Pada Desain Dasar Pemasaran Sosial)



Disusun Oleh:

Maria Angelina Andraina Widyaswara

215026597

Program Studi Magister Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

2023

HALAMAN JUDUL

IMPLEMENTASI TEORI PERILAKU TERENCANA DALAM PERILAKU
MEMILAH SAMPAH
(Kasus pada desain dasar pemasaran sosial)

Tesis



Disusun Oleh:

Maria Angelina Andraina Widyaswara
215026597

Program Studi Magister Manajemen
Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta
2023



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

PENGESAHAN TESIS

Nama : Maria Angelina Andraina Widyaswara
Nomor Mahasiswa : 215026597
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Tesis : Pengaruh Implementasi Teori Perilaku Terencana Dalam Perilaku Memilah Sampah (Kasus Pada Desain Dasar Pemasaran Sosial)

Nama Pembimbing	Tanggal	Tanda Tangan
Mahestu N Krisjanti, MSc.,IB.,Ph.D	29/9/2023	
Drs. M. Parnawa Putranta, MBA, Ph. D.	27/9/2023	
Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D	27/9/2023	
Ketua Program Studi Magister Manajemen Dr. Jeanne Ellyawati, M.M		Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D

Lembar Pengesahan Tesis

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Maria Angelina Andraina Widyaswara

NPM : 215026597

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

**Implementasi Teori Perilaku Terencana Dalam Perilaku Memilah Sampah
(Kasus Pada Desain Dasar Pemasaran Sosial)**

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

Yogyakarta, 25 Juli 2023



Maria Angelina Andraina Widyaswara

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas Kasih Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik dan diberikan kelancaran. Skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai Gelar Magister Manajemen Program Pascasarjana (S2) dan diajukan kepada Program Studi Magister Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atmajaya Yogyakarta.

Penulisan ini tidak lepas dari hambatan, dan kesulitan, namun dengan banyaknya pihak yang membantu secara material dan dukungan sehingga penulisan ini dapat diselesaikan. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Ade Lisantono, M.Eng. selaku Direktur Pascasarjana yang telah memberikan izin penelitian.
2. Ibu Mahestu N Krisjanti, MSc.,IB.,Ph.D selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, kesabaran dan dorongan sehingga tesis ini dapat terselesaikan dengan baik.
3. Seluruh dosen pengajar, staff dan karyawan Program Studi Pasca Sarjana Magister Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah membantu penulis selama menempuh pendidikan di Program Studi Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
4. Mama dan Papa yang selalu mendukung, mendoakan, dan mendengarkan keluh kesah dalam penulisan tesis
5. Bu Ririk, Bu Ambar, Bu Yessy, Ghina dan para nasabah bank sampah di Kapanewon Kasihan yang telah berkenan mengizinkan peneliti untuk melakukan penelitian dan menjadikan sebagai objek penelitian serta selalu bersedia membantu peneliti dalam proses pengambilan data hingga dapat menyelesaikan penulisan ini.
6. Ica dan Ko Dani yang selalu bersedia membantu, mendukung dalam penulisan ini dan selalu mengingatkan untuk menjaga kesehatan serta selalu bersedia mendengarkan keluh kesah.
7. Aidi, Jesika, Kak Berlian, dan Monic teman satu bimbingan yang selalu saling mendukung, saling membantu, dan saling mengarahkan.
8. Pihak – pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberi dukungan dan doa kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa penulisan tesis ini masih jauh dari kata sempurna karena adanya keterbatasan dari berbagai hal. Oleh karena itu, dengan segala kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan. Akhir kata, penulis berharap semoga penulisan tesis ini dapat bermanfaat bagi para pembaca. Terimakasih.

Yogyakarta, 25 Juli 2023

Maria Angelina Andraina Widiaswara



HALAMAN MOTTO

“Janganlah takut, sebab Aku menyertai engkau, janganlah bimbang, sebab Aku ini Allahmu; Aku akan meneguhkan, bahkan akan menolong engkau; Aku akan memegang engkau dengan tangan kanan-Ku yang membawa kemenangan.”

Yesaya 41:10



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	2
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	9
BAB II	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Pemasaran Sosial	10
2.1.1 Iklan dalam Pemasaran Sosial	12
2.2 Teori Perilaku Terencana	13
2.2.1. Sikap	13
2.2.2. Norma Subjektif	14
2.2.3. Kontrol Perilaku yang Dirasakan	14
2.2.4. Niat Memilah Sampah	15
2.2.5. Perilaku Memilah Sampah	15
2.2.6. Pengetahuan Lingkungan	16

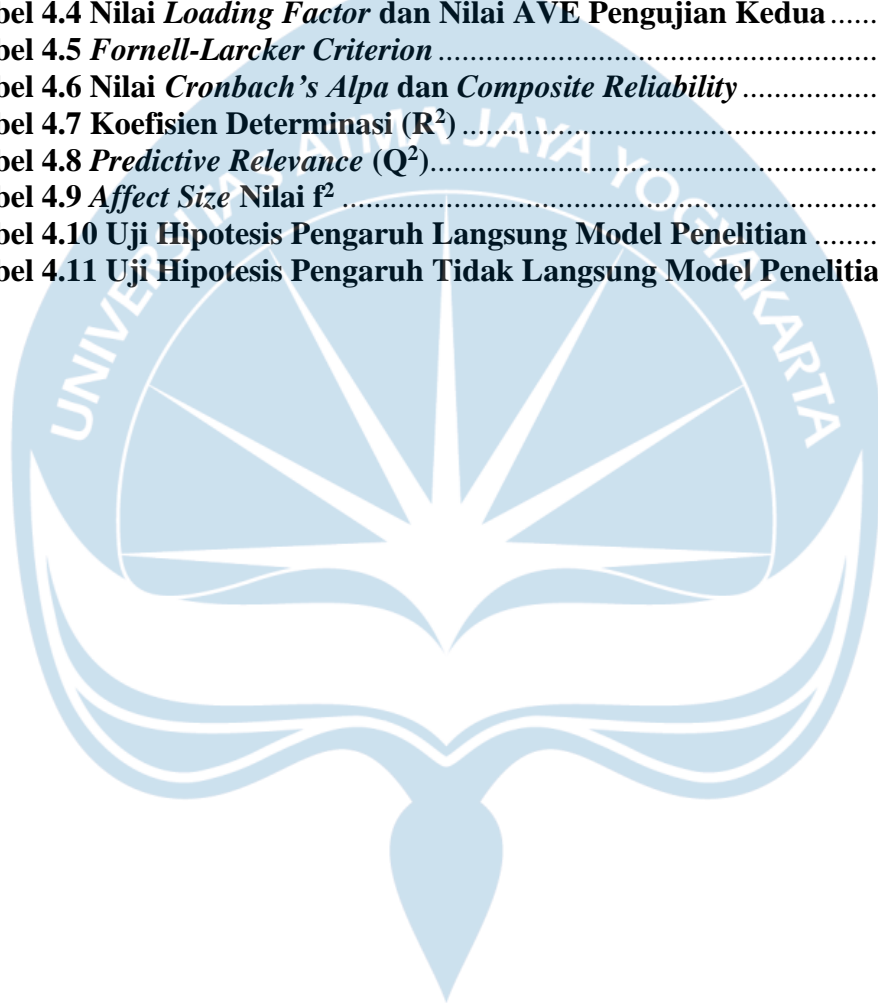
2.2.7. Kewajiban Moral.....	16
2.3. Penelitian Terdahulu	17
2.4 Pengembangan Hipotesis.....	30
2.4.1. Pengetahuan Lingkungan dan Sikap	30
2.4.2. Kewajiban Moral dan Sikap	31
2.4.3. Sikap dan Perilaku Memilah Sampah	31
2.4.4. Norma Subjektif dan Perilaku Memilah Sampah	32
2.4.5. Kontrol Perilaku yang Dirasakan dan Perilaku Memilah Sampah	33
2.4.6. Niat Memilah Sampah	34
2.5 Model Penelitian.....	36
BAB III.....	39
METODOLOGI PENELITIAN.....	39
3.1. Jenis dan Lingkup Penelitian.....	39
3.2. Metode Sampling dan Teknik Pengumpulan Data	39
3.3. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	40
3.4 Metode Analisis Data	44
3.4.1 Analisis Statistik Deskriptif Responden.....	44
3.4.2. Teknik Analisis SEM- PLS.....	44
3.4.2.1 Langkah Pertama: Merancang Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)...45	
3.4.2.2 Langkah Kedua: Merancang Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	46
3.4.2.3 Langkah Ketiga: Mengkonstruksi Diagram Jalur Mediasi.....	46
3.4.2.4 Langkah Keempat: Estimasi Data	48
3.4.2.5 Langkah Kelima: Uji <i>Goodnes of Fit</i> (GOF)	48
3.4.2.6 Langkah Keenam: Pengujian Hipotesis	52
BAB IV	54

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
4.1. Pendahuluan	54
4.2. Hasil Analisis Statistik Deskripsi Responden	54
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	55
4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
4.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Sudah Menjadi Nasabah Bank Sampah	57
4.2.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Durasi Menabung di Bank Sampah	58
4.3. Hasil Analisis <i>Partial Least Square</i>	59
4.3.1. Merancang Model Pengukur (<i>Outer Model</i>)	59
4.3.2. Merancang Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	63
4.3.3. Mengkonstruksi Diagram Jalur	63
4.3.4. Estimasi <i>Least Square Model</i>	64
4.3.5. Evaluasi <i>Goodness of Fit : Outer Model</i>	64
4.3.5.1. Evaluasi Uji Validitas: <i>Convergen</i> <i>Validity</i>	65
4.3.5.2. Evaluasi Uji Validitas : <i>Dicrimant</i> <i>Validity</i>	68
4.3.5.3. Evaluasi Uji Reliabilitas	69
4.3.6. Evaluasi <i>Goodness of Fit : Inner Model</i>	70
4.3.7. Hasil Uji Hipotesis Secara Langsung	74
4.3.8. Hasil Uji Hipotesis Secara Tidak Langsung	77
4.4. Pembahasan	78
4.4.1. Pengaruh Pengetahuan Lingkungan terhadap Sikap	79

4.4.2.	Pengaruh Kewajiban Moral terhadap Sikap.....	79
4.4.3.	Pengaruh Sikap terhadap Perilaku Memilah Sampah	80
4.4.4.	Pengaruh Norma Subjektif terhadap Perilaku Memilah Sampah ...	81
4.4.5.	Pengaruh Kontrol Perilaku yang Dirasakan terhadap Perilaku Memilah sampah	81
4.4.6.	Pengaruh Niat Memilah Sampah sebagai variabel pemediasi hubungan antara Sikap dan Perilaku Memilah Sampah.....	82
4.4.7.	Pengaruh Niat Memilah Sampah sebagai variabel pemediasi hubungan antara Norma Subjektif dan Perilaku Memilah Sampah	83
4.4.8.	Pengaruh Niat Memilah Sampah sebagai variabel pemediasi hubungan antara Kontrol Perilaku yang Dirasakan dan Perilaku Memilah Sampah ⁸⁴	
BAB V	86
PENUTUP	86
5.1.	Kesimpulan	86
5.2.	Implikasi Manajerial	87
5.3.	Keterbatasan.....	91
5.4.	Saran	91
DAFTAR PUSTAKA	92

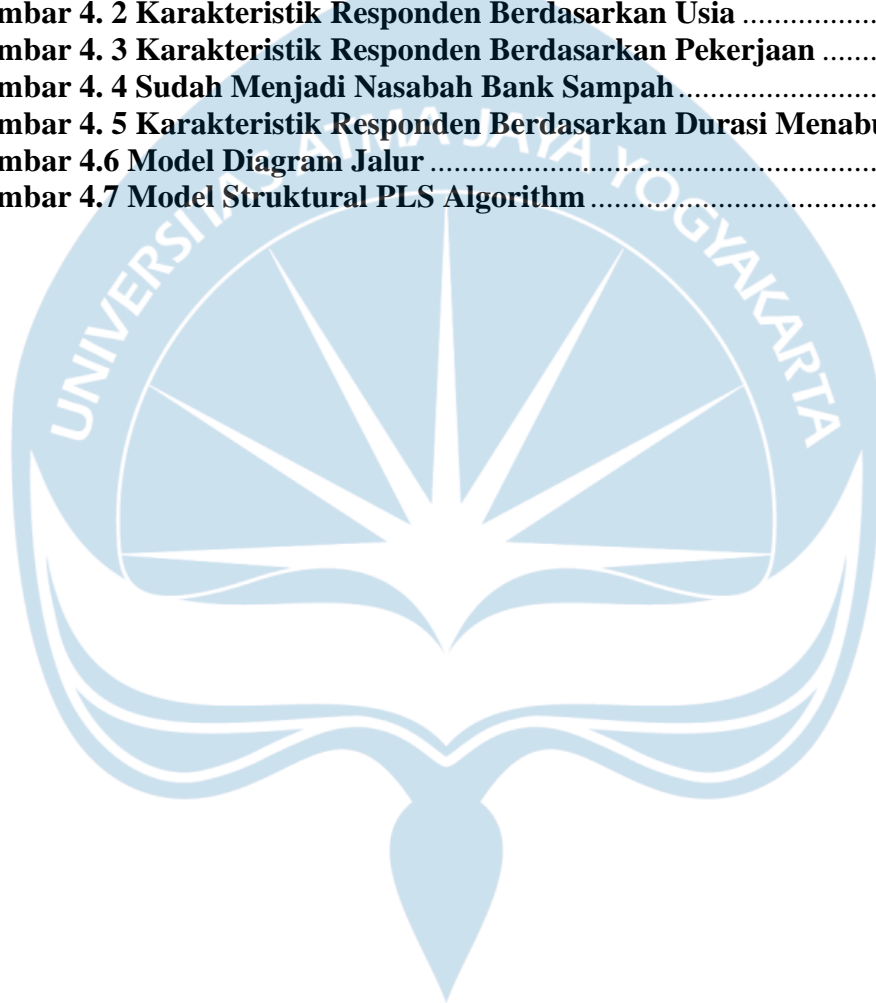
DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	41
Tabel 3. 2 Ukuran Indikator Penelitian	49
Tabel 4.1 Indikator-Indikator Variabel Laten.....	60
Tabel 4.2 Analisis Deskripsi Jawaban Responden	62
Tabel 4.3 Nilai <i>Loading Factor</i> dan Nilai AVE Pengujian Pertama.....	65
Tabel 4.4 Nilai <i>Loading Factor</i> dan Nilai AVE Pengujian Kedua	66
Tabel 4.5 <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	68
Tabel 4.6 Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	69
Tabel 4.7 Koefisien Determinasi (R^2)	71
Tabel 4.8 <i>Predictive Relevance</i> (Q^2).....	72
Tabel 4.9 <i>Affect Size</i> Nilai f^2	73
Tabel 4.10 Uji Hipotesis Pengaruh Langsung Model Penelitian	75
Tabel 4.11 Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung Model Penelitian	77



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Model Penelitian A	36
Gambar 3. 2 Model Penelitian B	37
Gambar 3. 3 Model Penelitian Gabungan	38
Gambar 3. 4 Model Kausal Tiga Variabel Nonrekursif	47
Gambar 3. 5 Model Mediasi	48
Gambar 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	56
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	57
Gambar 4. 4 Sudah Menjadi Nasabah Bank Sampah	58
Gambar 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Durasi Menabung	59
Gambar 4.6 Model Diagram Jalur	64
Gambar 4.7 Model Struktural PLS Algorithm	70



INTISARI

Pemasaran sosial bisa digunakan untuk proses komunikasi yang bertujuan untuk mengubah persepsi pasar pada perilaku tertentu. Salah satu proses komunikasi dalam pemasaran sosial yaitu iklan. Untuk menentukan iklan atau proses komunikasi pada pasar dibutuhkan satu variabel yang paling penting yang bertujuan untuk mengubah perilaku yang diinginkan. Indikator tersebut yang akan digunakan sebagai dasar dalam mendesain pemasaran sosial. Data penelitian ini dikumpulkan menggunakan kuesioner cetak dan dilakukan di Kapanewon Kasihan. Teknik pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan metode sampling non probabilitas berupa *purposive sampling*. Metode yang digunakan untuk melakukan pengujian data yaitu *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan menggunakan alat analisis *Partial Least Square* (PLS). Dengan jumlah sampel sebanyak 203. Hasil penelitian ini menemukan bahwa pengetahuan lingkungan dan kewajiban moral berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap. Selanjutnya sikap, kontrol perilaku yang dirasakan dan norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku memilah sampah. Kemudian sikap dan kontrol perilaku yang dirasakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku memilah sampah dengan niat memilah sampah sebagai variabel mediasi. Untuk norma subjektif tidak berpengaruh terhadap perilaku memilah sampah dengan niat memilah sampah sebagai variabel mediasi. Oleh karena itu, untuk aktivitas pemasaran sosial maka variabel yang perlu ditekankan dalam mengedukasi masyarakat tentang perilaku memilah sampah yaitu sikap yang paling utama dalam mempengaruhi perilaku memilah sampah dengan pendukungnya adalah pengetahuan lingkungan dan kewajiban moral serta kontrol perilaku yang dirasakan. Pemasar perlu meyakinkan konsumen bahwa mereka perlu mengubah perilaku mereka dengan membuat mereka percaya pada jangka panjang manfaat dari praktik pemilahan sampah.

Kata Kunci : Pemasaran Sosial, Teori Perilaku Terencana

ABSTRAK

Social marketing can be used for communication processes that aim to change market perceptions on certain behaviors. One of the communication processes in social marketing is advertising. To determine the advertising or communication process in the market, one of the most important variables that aims to change the desired behavior is needed. The indicator will be used as the basis in designing social marketing. The data of this research was collected using printed questionnaires and conducted in Kapanewon Kasihan. The sampling technique used in this study used a non-probability sampling method in the form of purposive sampling. The method used to test the data is Structural Equation Modeling (SEM) using Partial Least Square (PLS) analysis tool. With a total sample size of 203. The results of this study found that environmental knowledge and moral obligations have a positive and significant effect on attitudes. Furthermore, attitudes, perceived behavioral control and subjective norms have a positive and significant effect on waste sorting behavior. Then attitudes and perceived behavioral control have a positive and significant effect on waste sorting behavior with the intention to sort waste as a mediating variable. Subjective norms have no effect on waste sorting behavior with the intention to sort waste as a mediating variable. Therefore, for social marketing activities, the variables that need to be emphasized in educating the public about waste sorting behavior are attitudes that are the most important in influencing waste sorting behavior with supporters being environmental knowledge and moral obligations and perceived behavioral control. Marketers need to convince consumers that they need to change their behavior by making them believe in the long-term benefits of waste sorting practices.

Keyword : *Social Marketing, Theory of Planned Behavior*