

TESIS

**PENGARUH PERILAKU RAMAH LINGKUNGAN,  
EFISIENSI EMISI, INFORMATION SEEKING, SELF  
IMAGE, ETNOSENTRIS DAN NILAI SOSIAL  
TERHADAP POTENSI NIAT PEMBELIAN MOBIL  
NASIONAL RAMAH LINGKUNGAN**



SI PUTU HORIS SALOMO

No. Mhs.: 115001662/PS/MM

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2013



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
PROGRAM PASCASARJANA  
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

---

PENGESAHAN TESIS

Nama : SI PUTU HORIS SALOMO  
Nomor Mahasiswa : 115001662/PS/MM  
Konsentrasi : Pemasaran  
Judul Tesis : Pengaruh Perilaku Ramah Lingkungan, Efisiensi Emisi,  
*Information Seeking, Self Image, Etnosentris, dan*  
Nilai Sosial Terhadap Potensi Niat Pembelian Mobil  
Nasional Ramah Lingkungan

**Nama Pembimbing**

**Tanggal**

**Tanda Tangan**

Dr. Shellyana Junaedi, MSi.

8 Maret 2013



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
PROGRAM PASCASARJANA  
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PENGESAHAN TESIS

Nama : SI PUTU HORIS SALOMO  
Nomor Mahasiswa : 115001662/PS/MM  
Konsentrasi : Pemasaran  
Judul Tesis : Pengaruh Perilaku Ramah Lingkungan, Efisiensi Emisi,  
*Information Seeking, Self Image*, Etnosentris, dan  
Nilai Sosial Terhadap Potensi Niat Pembelian Mobil  
Nasional Ramah Lingkungan

Nama Penguji	Tanggal	Tanda Tangan
Dr. Shellyana Junaedi, Msi (Ketua/Penguji/Pembimbing Utama)	19/3/2013	
Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA. (Anggota/Penguji)	20/3/2013	
Drs. M. Parnawa Putranta, MBA., Ph.D (Anggota/Penguji)	20/3/2013	

Ketua Program Studi Magister Manajemen

Drs. M. Parnawa Putranta, MBA., Ph.D.

## **PERNYATAAN**

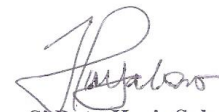
Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa tesis dengan judul:

### **PENGARUH PERILAKU RAMAH LINGKUNGAN, EFISIENSI EMISI, INFORMATION SEEKING, SELF IMAGE, ETNOSENTRIS DAN NILAI SOSIAL TERHADAP POTENSI NIAT PEMBELIAN MOBIL NASIONAL RAMAH LINGKUNGAN**

Adalah 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 tesis ini tercantum dalam daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari tesis ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta,

Yang menyatakan



**Si Putu Horis Salomo**

## INTISARI

Membeli mobil merupakan investasi keuangan yang sangat signifikan, karena berkaitan dengan identitas dan status sosial sehingga menggambarkan bagaimana pentingnya mobil dalam konteks kehidupan sosial. Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh perilaku ramah lingkungan, sikap *low* etnosentris, keinginan mencari informasi, nilai sosial kepemilikan MOBNAS ramah lingkungan, citra diri kepemilikan MOBNAS ramah lingkungan, efisiensi emisi terhadap niat pembelian MOBNAS ramah lingkungan. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling* dimana komunitas-komunitas mobil menjadi sample dari konsumen pengguna kendaraan bermobil.

Penelitian ini mengadopsi penelitian sebelumnya yang melihat perbedaan budaya antara negara individualis dan negara kolektif. Kemudian ditambahkan dengan penelitian etnosentris yang melihat sisi kecintaan dari konsumen lokal terhadap produk dalam negeri. Berdasarkan hasil penelitian maka didapatkan bahwa etnosentris, Nilai sosial kepemilikan MOBNAS ramah lingkungan dan efisiensi emisi merupakan variabel yang berpengaruh dalam niat pembelian MOBNAS ramah lingkungan.

**Kata Kunci : Perilaku konsumen, produk ramah lingkungan, niat beli**

## ABSTRACT

Buy a car is significant financial investment, because it relates to identity and social status that portray how important car in the context of social life. This study aims to determine the influence of environmentally friendly behavior, *low* ethnocentrism, information seeking, social value of green MOBNAS ownership, self-image green MOBNAS ownership, emission efficiency on purchase intentions of green MOBNAS. This study was conducted using *purposive sampling* method. Some cars communities become the sample of car users.

This study adopted the previous studies that look at the cultural differences between the individualistic and collective country. Then research added with ethnocentrism. Based on the study it was found that the ethnocentrism, social value of green MOBNAS ownership and emission efficiency variables influence purchase intent of green MOBNAS.

**Keywords:** Consumer behavior, green products, purchase intentions

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik dan tepat pada waktunya.

Tesis ini merupakan bagian akhir dari perjalanan perkuliahan di Program Pasca Sarjana Magister Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Dalam penulisan laporan ini penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Jesus Christ, He is my light, my strength, my song
2. Bpk. Drs. M. Parnawa Putranta, MBA., Ph.D selaku Direktur Program Pasca Sarjana Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
3. Ibu Dr. Shellyana Junaedi SE., M.Si selaku dosen pembimbing tesis yang selalu memberi dukungan dan masukan yang luar biasa.
4. Papa, mama dan Kezia, atas segala dukungan, motivasi dan doa. We are blessed family in Lord Jesus Christ
5. Om Bambang dan Tante Anik yang memotivasi dan mendukung dalam doa
6. Semua teman di FTI dari angkatan 2006-2009. Atas dukungannya
7. Teman- Program Pasca Sarjana Universitas Atma Jaya Yogyakarta angkatan 2011-2012. Atas kerjasama yang indah selama ini.
8. Teman-teman kelas Januari : Mas Aang, Aaron, Ko Andi, Angel, Ara, David, Dita, Fandy, Gabor, Cik Ita, Maikel, Cik Manti, Mario, Maya, Melda, Novi, Piwi, Mbak Rani, Ria, Rully, Ryan, Shirleen, Mbak Sita, Mas

Fian, Mbak Victoria atas kerjasamanya dan persahabatan selama ini. Kalian luar biasa!

9. BSJ yang selalu gila! Buka sitiik jos!
10. Irene Madurika Putri, S.Ked yang selalu ada menemani diwaktu senang, sedih. Semoga jadi dokter yang menjadi berkat baik bagi orang lain maupun diri sendiri.OX
11. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang membantu baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak. Semoga tesis ini dapat memberikan masukan yang bermanfaat bagi semua pihak dan memperluas pengetahuan kita semua.

Yogyakarta, 8 Maret 2013

Penulis  
Si Putu Horis Salomo



## DAFTAR ISI

	HALAMAN
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
INTISARI.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1.Latar Belakang.....	1
1.2.Rumusan Masalah.....	6
1.3.Tujuan Penelitian .....	6
1.4.Manfaat Penelitian .....	7
1.5.Sistematika Penulisan Tesis.....	7

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

2.1.Tinjauan Konseptual .....	10
-------------------------------	----

2.2. Penelitian Terdahulu .....	22
2.3. Pengembangan Hipotesis .....	25

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1. Jenis dan Sumber Data .....	30
3.2. Populasi dan Sample .....	30
3.3. Definisi Operasional dan Pengukuran Instrumen Penelitian .....	31
3.4. Pengujian Variabel Penelitian (Validitas dan Reliabilitas) .....	39
3.5. Metode Analisis Data .....	43

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1. Deskripsi Penelitian .....	46
4.2. Profil Responden .....	47
4.3. Pembahasan .....	51

### **BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL**

5.1. Kesimpulan .....	72
5.2. Implikasi Manajerial .....	73
5.3. Keterbatasan dan Saran .....	79

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

	HALAMAN
Tabel 1.1. Data Penjualan-produksi GAKINDO periode 2009-2011 .....	2
Tabel 2.1. Penelitian Sebelumnya .....	23
Tabel 3.1. Variabel Penelitian .....	32
Tabel 3.2. Hasil Uji Validitas .....	41
Tabel 3.3. Hasil Uji Reliabilitas .....	42
Tabel 4.1. Profil Responden Berdasarkan Usia .....	47
Tabel 4.2. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	48
Tabel 4.3. Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	49
Tabel 4.4. Profil Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	50
Tabel 4.5. Rekap One Sampel t Test Variabel Independen .....	52
Tabel 4.6. One Sample t Test dengan test value 4 .....	54
Tabel 4.7. One Sample t Test dengan test value 4,48 .....	55
Tabel 4.8. One Sample t Test dengan test value 4,72 .....	55
Tabel 4.9. One Sample t Test dengan test value 4,89 .....	56
Tabel 4.10. One Sample t Test dengan test value 4,98 .....	56
Tabel 4.11. Rekap One Sample t Test Dengan Test Value yang Berbeda.....	57
Tabel 4.12. Rekap One Sample t Test Untuk Niat Beli .....	58
Tabel 4.13. Hasil Uji Regresi Berganda .....	60
Tabel 4.14. Rekap Koefisien SKL .....	65
Tabel 4.15. Rekap Koefisien ETNO .....	67
Tabel 4.16. Rekap Koefisien INFO.....	68

Tabel 4.17. Rekap Koesioner CITRA.....	69
Tabel 4.18. Rekap Koesioner NSOSMOB.....	70
Tabel 4.19. Rekap Koesioner EEMISI.....	71



## DAFTAR GAMBAR

	HALAMAN
Gambar 2.1. Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian .....	18
Gambar 2.2. Model Proses Motivasi.....	20
Gambar 2.3. Kerangka Berfikir.....	25
Gambar 4.1. Profil Responden Berdasarkan Usia.....	47
Gambar 4.2. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	48
Gambar 4.3. Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	49
Gambar 4.4. Profil Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	50
Gambar 4.5. Pengaruh Variabel Terhadap Niat Beli MOBNAS ramah Lingkungan .....	64

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Lembar Kuesioner
- Lampiran 2. Lembar Data Statistik Responden Perorangan
- Lampiran 3. Lembar Deskripsi Profil Responden
- Lampiran 4. Lembar Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 5. Lembar Uji One sample t test
- Lampiran 6. Lembar Uji Regresi
- Lampiran 7. Lembar Tabel Distribusi r
- Lampiran 8. Kumpulan Jurnal Penelitian