

TESIS

**IMPLEMENTASI *THE THEORY OF PLANNED BEHAVIOR* TERHADAP
PERILAKU PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK RAMAH
LINGKUNGAN**



WILHELMINA LELI ASKADILLA

No. Mhs.: 155002466/PS/MM

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2017



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PENGESAHAN TESIS

Nama : WILHELMINA LELI ASKADILLA
Nomor Mahasiswa : 155002466/PS/MM
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Tesis : Implementasi *The Theory Of Planned Behavior*
Terhadap Perilaku Pembelian Produk Kosmetik
Ramah Lingkungan

Nama Pembimbing

Tanggal

Tanda Tangan

Mahestu N Krisjanti MSc. IB., Phd

2 Mei 2017



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PENGESAHAN TESIS

Nama : WILHELMINA LELI ASKADILLA
Nomor Mahasiswa : 155002466/PS/MM
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Tesis : Implementasi *The Theory Of Planned Behavior*
Terhadap Perilaku Pembelian Produk Kosmetik
Ramah Lingkungan

Nama Penguji

Tanggal

Tanda Tangan

(Ketua)
Mahestu N. Krisjanti, M.Sc. IB., Ph.D.

21 Juni 2017

(Anggota)
Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph. D.

21/06/2017

(Anggota)
Dr. Jeanne Ellyawati, MM.

21/06/2017



Ketua Program Studi

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

Pernyataan Keaslian

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Wilhelmina Leli Askadilla

Nomor Mahasiswa : 155002466/PS/MM

Program Studi : Magister Manajemen

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa tesis yang berjudul:

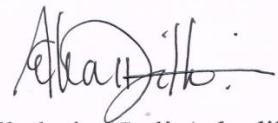
ANALISIS PERILAKU PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK RAMAH

LINGKUNGAN: *THE THEORY OF PLANNED BEHAVIOR*

Adalah hasil karya sendiri dan disusun berdasarkan norma akademik. Apabila ternyata di kemudian hari ternyata terbukti sebagai hasil plagiarism, saya bersedia menerima sanksi akademik dan/ sanksi hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 16 Juni 2017

Yang menyatakan



Wilhelmina Leli Askadilla

IMPLEMENTASI *THE THEORY OF PLANNED BEHAVIOR* TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK RAMAH LINGKUNGAN

INTISARI

Penelitian ini menjelaskan tentang perilaku pembelian ramah lingkungan terhadap produk kosmetik ramah lingkungan, dengan menggunakan model *The Theory of Planned Behavior* sebagai landasan teoritis. Data yang diolah dalam penelitian ini berjumlah 275 responden dan hasil dianalisis menggunakan program SPSS 23.0. Hasil menunjukkan bahwa *behavioral belief* berpengaruh secara positif terhadap *attitude*, *normative belief* memiliki pengaruh positif terhadap *subjective norms* dan *control belief* berpengaruh secara positif terhadap *perceived behavioral control*. *Green purchase intention* secara simultan dipengaruhi oleh ketiga prediktor *attitude*, *subjective norms* dan *perceived behavioral control*. Secara parsial, *attitude* memiliki pengaruh paling besar terhadap *green purchase intention*. Hasil menunjukkan bahwa *green behavior* dipengaruhi secara positif oleh *perceived behavioral control* dan *green purchase intention*. Efek mediasi dari *green purchase intention* ditemukan antara *perceived behavioral control* terhadap *green behavior*. Hasil analisis ANOVA menunjukkan bahwa perbedaan variasi dalam kelompok jenis kelamin, usia dan pendapatan perbulan memiliki pengaruh terhadap *control belief*. Perbedaan variasi pada kelompok pendapatan perbulan turut mempengaruhi *normative belief*.

Kata Kunci: *Green Behavior*, Kosmetik ramah lingkungan, *Green Purchase Intention*, efek mediasi, *Theory of Planned Behavior*.

ABSTRACT

This study aims to explain Green Purchase Behavior toward Green Cosmetic products using The Theory of Planned Behavior as theoretical foundation. A survey was conducted using a sample of 275 respondents and results are analyzed with SPSS. The results show that behavioral belief would positively affect attitude, Normative beliefs would positively influence subjective norms and control beliefs would positively affect perceived behavioral control. Green Purchase Intention were simultaneously affected by Attitude, Subjective Norms as well as Perceived Behavioral Control. On top of that, Attitude was found as the strongest variable that affect Green Purchase Intention. The results also indicate that both Green Purchase Intention and Perceived Behavioral Control demonstrated significant relationship toward Green Behavior. Additionally mediating effect of Green Purchase Intention was found between Perceived Behavioral Control toward Green Behavior. significant difference among the variance of different gender, age and income groups towards control belief. In addition, there is potential difference among different income groups that affect normative belief.

Keywords: Green Behavior, Green Cosmetics, Green Purchase Intention, Mediation Effect, Theory of Planned Behavior.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur, penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan naskah Tesis dengan judul “Implementasi *The Theory Of Planned Behavior* Terhadap Perilaku Pembelian Produk Kosmetik Ramah Lingkungan” sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar S2 program studi Magister Manajemen Program Pasca Sarjana di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya, terutama kepada yang saya hormati:

1. Ibu Mahestu N. Krisjanti M.Sc.IB., Ph.D., selaku dosen pembimbing atas kesabarannya dan yang telah memberikan banyak masukan, arahan, kritik, saran, bimbingan, dan motivasi selama penelitian hingga penulisan naskah Tesis ini.
2. Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph. D. dan Dr. Jeanne Ellyawati, MM. selaku dosen penguji yang telah memberikan banyak saran bimbingan maupun arahan selama penyusunan naskah tesis ini.
3. Seluruh Staf Dosen Pasca Sarjana UAJY atas ilmu pengetahuan diberikan kepada penulis selama menempuh pendidikan di bangku kuliah.
4. Teristimewa kepada Orang Tua dan saudara penulis, Andreas Nua dan Luciana Eko Hastuti, Wilhelmus Yohanes, yang selalu mendoakan dan mendukung baik dari segi moril maupun materi, juga kepada Agoeng Bhimasta atas dukungan moril dan semangat kepada penulis.

5. Mbak Gaby, Fani dan Kak Dian, yang telah menemani dan memberikan semangat bagi penulis.
6. Teman-teman seperjuangan, Rivana, Pak Chris, Hendra, Elsa, Mas Satrio, Angga, Hanna, Pak Teby, Qk Lopez, Felix, Mas Windra, Mader, Cik Amel, Mbak Monic.
7. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian naskah Tesis ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Akhir kata, penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan kiranya skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan bagi penulis sendiri, serta dapat menjadi masukan bagi dunia pendidikan.

Yogyakarta, 16 Juni 2017

Penulis

Wilhelmina Leli Askadilla

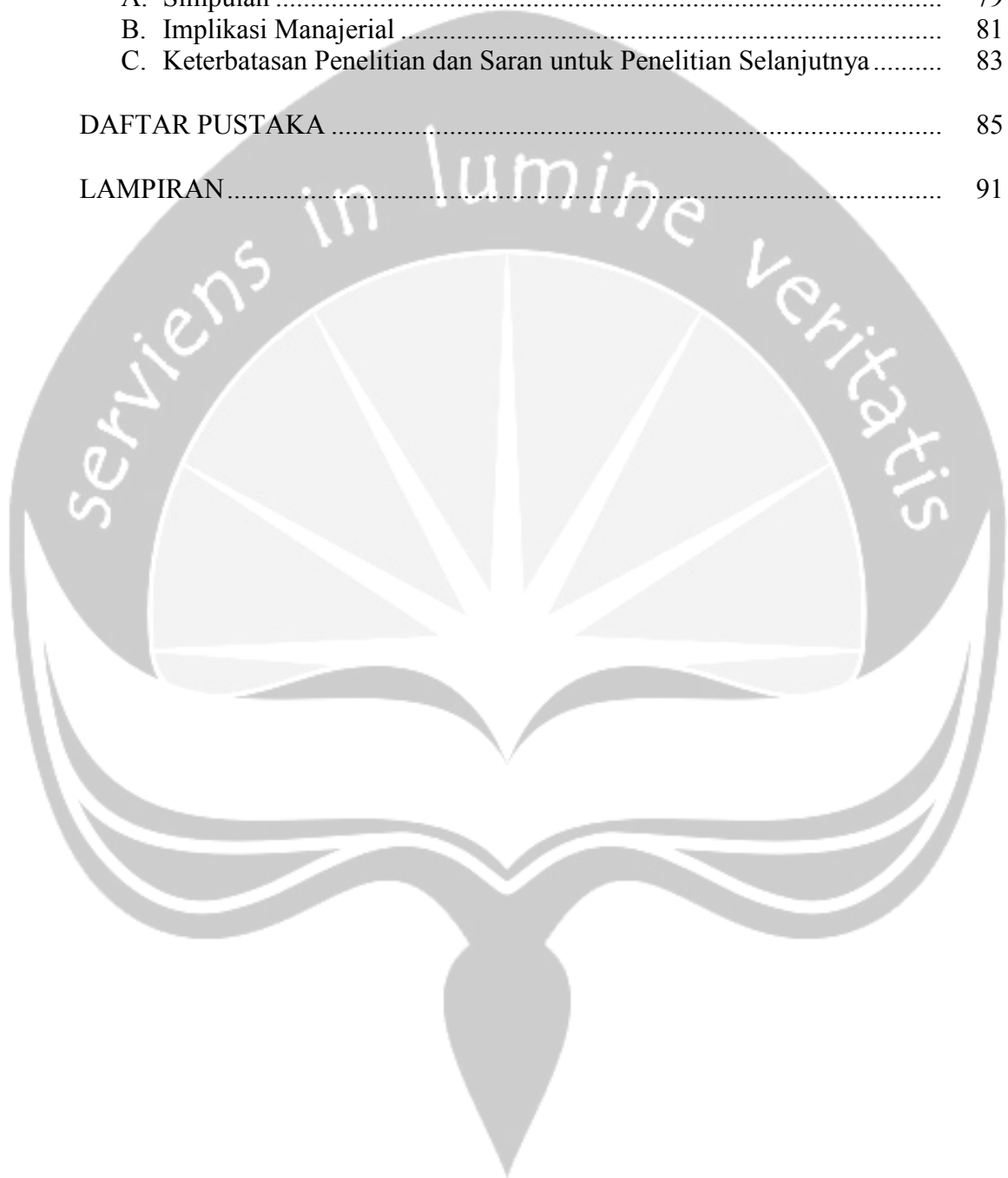
DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGASAHAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
INTISARI.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
 I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	10
E. Batasan Masalah.....	11
F. Sistematika Penulisan	11
 II. TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	13
1. Sikap Konsumen Terhadap Isu Lingkungan dan Produk Ramah Lingkungan	13
2. Produk Kosmetik Ramah Lingkungan	15
3. Theory of Planned Behavior	17
4. Behavioral belief, Normative belief dan Control belief.....	18
5. Behavioral belief dan Attitude	20
6. Normative belief dan Subjective norm	21
7. Control belief dan Perceived behavioral control.....	22
8. Green purchase intention.....	23
9. Green behavior	25
10. Segmentasi demografis	26
B. Penelitian-penelitian terdahulu.....	28
C. Pengembangan Hipotesis	33
D. Kerangka Penelitian	40

III. METODE PENELITIAN	Halaman
A. Metode Penelitian.....	41
B. Obyek Penelitian	41
C. Subyek Penelitian.....	41
D. Variabel Penelitian.....	42
E. Metode Pengambilan Sampel.....	42
1. Populasi.....	42
2. Sampel.....	42
F. Metode Pengumpulan Data.....	44
a. Sumber Data.....	44
i. Kuesioner	44
ii. Definisi Operasional dan Indikator	45
G. Metode Pengujian Instrumen Penelitian	47
a. Uji Validitas	47
b. Uji Reliabilitas	47
H. Metode Analisis Data.....	48
a. Analisis Regresi	48
b. Analisis Mediasi.....	48
c. ANOVA	49
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Profil Responden Penelitian.....	52
a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	54
c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Atau Uang Saku Per Bulan.....	55
d. Jenis Kosmetik Ramah Lingkungan Yang Dibeli Responden ...	56
B. Pengujian Instrumen Penelitian.....	59
a. Uji Validitas	59
b. Uji Reliabilitas	61
C. Pengujian Hipotesis.....	61
a. Pengaruh Behavioral Belief Terhadap Attitude Produk Kosmetik Ramah Lingkungan.....	62
b. Pengaruh Normative Belief Terhadap Subjective Norm Produk Kosmetik Ramah Lingkungan.....	63
c. Pengaruh Control Belief Terhadap Perceived Behavioral Control Produk Kosmetik Ramah Lingkungan.....	65
d. Pengaruh Attitude, Subjective Norm Dan Perceived Behavioral Control Terhadap Green Purchase Intention	66
e. Analisis Peran Green Purchase Intention Sebagai Mediator Hubungan Perceived Behavioral Control Terhadap Green Behavior	70
f. Pengaruh Perbedaan Variasi Dalam Kelompok Jenis Kelamin, Usia Dan Pendapatan Atau Uang Saku Per Bulan	74

V. SIMPULAN DAN SARAN

	Halaman
A. Simpulan	79
B. Implikasi Manajerial	81
C. Keterbatasan Penelitian dan Saran untuk Penelitian Selanjutnya	83
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN	91



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3.1. Definisi Operasional	45
Tabel 4.1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4.2. Profil Responden Berdasarkan Usia	54
Tabel 4.3. Profil Responden Berdasarkan Pendapatan atau Uang Saku	55
Tabel 4.4. Rangkuman Hasil Uji Validitas	59
Tabel 4.5. Rangkuman Hasil Uji Reliabilitas.....	61
Tabel 4.6. Hasil Uji Pengaruh <i>Behavioral Belief</i> terhadap <i>Attitude</i> Produk Kosmetik Ramah Lingkungan.....	62
Tabel 4.7. Hasil Uji Pengaruh <i>Normative Belief</i> terhadap <i>Subjective Norm</i> Produk Kosmetik Ramah Lingkungan.	64
Tabel 4.8. Hasil Uji Pengaruh <i>Control Belief</i> terhadap <i>Perceived behavioral Control</i> Produk Kosmetik Ramah Lingkungan.....	65
Tabel 4.9. Hasil Uji Pengaruh <i>Attitude</i> , <i>Subjective Norm</i> , dan <i>Perceived behavioral Control</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i> Produk Kosmetik Ramah Lingkungan.....	67
Tabel 4.10. Hasil Uji Pengaruh <i>Perceived Behavioral Control</i> terhadap <i>Green Behavior</i> Produk Kosmetik Ramah Lingkungan (analisis mediasi).....	70
Tabel 4.11. Hasil Uji Pengaruh <i>Green Purchase Intention</i> terhadap <i>Green Behavior</i> Produk Kosmetik Ramah Lingkungan (analisis mediasi).....	72
Tabel 4.12. Hasil Uji Pengaruh <i>Perceived Behavioral Control</i> terhadap <i>Green Purchase Intention</i> Produk Kosmetik Ramah Lingkungan (analisis mediasi)	73
Tabel 4.13. Hasil Uji Pengaruh Perbedaan Kelompok Jenis Kelamin, Usia dan Pendapatan Responden terhadap <i>Behavioral Belief</i>	75
Tabel 4.14. Hasil Uji Pengaruh Perbedaan Kelompok Jenis Kelamin, Usia dan Pendapatan Responden terhadap <i>Normative Belief</i>	76
Tabel 4.15. Hasil Uji Pengaruh Perbedaan Kelompok Jenis Kelamin, Usia dan Pendapatan Responden terhadap <i>Control Belief</i>	77

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Model Kerangka Penelitian Pengaruh TPB Terhadap Keputusan Pembelian Produk Perawatan Pribadi Ramah Lingkungan	40
Gambar 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Gambar 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	54
Gambar 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan atau Uang Saku per bulan	56
Gambar 4.4. Merek Kosmetik Ramah Lingkungan yang dibeli Responden.....	57
Gambar 4.5. Jenis Produk Kosmetik Ramah Lingkungan yang dibeli Responden.....	58

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	91
Lampiran 2. Demografis Responden.....	95
Lampiran 3. Pengujian Reliabilitas dan Validitas Instrumen Penelitian.....	96
Lampiran 4. Pengujian Hipotesis Penelitian	101
Lampiran 5. Pengujian ANOVA.....	107

