

**PENGARUH KESADARAN LINGKUNGAN, LABEL RAMAH
LINGKUNGAN, SIKAP, IKLAN RAMAH LINGKUNGAN, DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
RAMAH LINGKUNGAN**

STUDI PADA GENERASI Z DI INDONESIA

Dosen Pembimbing:

Th. Diah Widiastuti, S.E., M.Si.



**Disusun Oleh :
Taufik Bagja Purnama
180324407**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2022**

Skripsi

**PENGARUH KESADARAN LINGKUNGAN, LABEL RAMAH
LINGKUNGAN, SIKAP, IKLAN RAMAH LINGKUNGAN, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK RAMAH
LINGKUNGAN**

Studi Pada Generasi Z di Indonesia



Disusun Oleh:

Taufik Bagja Purnama

NPM: 180324407

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing

Th. Diah Widiastuti, S.E., M.Si.

14 Oktober 2022

SKRIPSI
PENGARUH KESADARAN LINGKUNGAN, LABEL RAMAH LINGKUNGAN, SIKAP, IKLAN
RAMAH LINGKUNGAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
RAMAH LINGKUNGAN
STUDI PADA GENERASI Z DI INDONESIA

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Taufik Bagja Purnama

NPM: 180324407

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji

pada tanggal 11 November 2022

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1)

Program Studi Manajemen

Susunan Panitia Penguji

Ketua Panitia Penguji



W. Mahestu N. Krisjanti S.E., M.Sc.IB., Ph D

Anggota Panitia Penguji



Th. Diah Widhiastuti, S.E., M.Si.



Nadia Nila Sari, SE., MBA

Yogyakarta, 24 November 2022

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

FAKULTAS BISNIS
DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

PERNYATAAN

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

**PENGARUH KESADARAN LINGKUNGAN, LABEL RAMAH LINGKUNGAN, SIKAP, IKLAN RAMAH LINGKUNGAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK RAMAH LINGKUNGAN
STUDI PADA GENERASI Z DI INDONESIA**

Benar-benar hasil karya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan dalam daftar pustaka. Sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain yang dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Yogyakarta, 14 Oktober 2022
Yang menyatakan



Taufik Bagja Purnama

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan kemurahan-Nya sehingga skripsi dengan judul **“PENGARUH KESADARAN LINGKUNGAN, LABEL RAMAH LINGKUNGAN, SIKAP, IKLAN RAMAH LINGKUNGAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK RAMAH LINGKUNGAN STUDI PADA GENERASI Z DI INDONESIA”** ini dapat diselesaikan dengan baik. Dengan ini saya mengucapkan terima kasih sebesar- besarnya kepada:

1. Bapak Edwin Muhammad Nur dan Ibu Sri Widiastuti atas kasih sayang, semangat, dan doa yang selalu dipanjatkan untuk kelancaran menyelesaikan skripsi, serta adik Rizky Ridho Raharja, Faiha Latifah, dan Asti Ayu Putri Edwin yang selalu mendukung saat penyusunan skripsi.
2. Ibu Th. Diah Widiastuti, S.E., M.Si. selaku pembimbing skripsi yang selalu memotivasi dan membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi dengan kesabaran dan selalu memberikan saran dan masukan yang membangun.
3. Rektor beserta segenap dosen Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah membimbing dan memberi ilmu dan masukan bagi penulis selama menyelesaikan masa studi.
4. Siti Alfiyyah Atikah Kusnadi, Wandu, Agung Sumantri, Givana Gresty, Yesaryo, Ade, Redempta Ririn dan Ray Saputra yang selalu menemani, membantu dan merespon pertanyaan saya.
5. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah mendukung penulis dalam penyelesaian skripsi.
6. Responden yang telah bersedia membantu dan mengisi kuisioner dalam penelitian ini

Semoga Tuhan membalas seluruh kebaikan pihak yang membantu penulis dalam penyelesaian skripsi. Penulis memohon maaf atas kekurangan dan keterbatasan skripsi dan besar harapan penulis apabila skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta 14 Oktober 2022

Yang Menyatakan



Taufik Bagja Purnama



DAFTAR ISI

PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR DAN TABEL	ix
ABSTRAK	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan penulisan.....	4
1.4 Manfaat Penulisan	4
1.5 Batasan masalah.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Landasan Teori	6
2.1.1 Produk Ramah Lingkungan.....	6
2.1.2 Keputusan Pembelian	7
2.1.3 Generasi Z.....	7
2.1.4 Kesadaran Lingkungan	8
2.1.5 Label Ramah Lingkungan.....	9
2.1.6 Sikap.....	10
2.1.7 Iklan Ramah Lingkungan	10
2.1.8 Harga.....	11
2.2 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Kerangka Penelitian.....	15
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	15
2.3.1 Pengaruh Kesadaran Lingkungan terhadap Keputusan Pembelian Produk Ramah Lingkungan	15
2.3.2 Pengaruh Label ramah lingkungan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ramah Lingkungan	16
2.3.3 Pengaruh Sikap Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ramah Lingkungan.....	17
2.3.4 Pengaruh Iklan Ramah lingkungan terhadap Keputusan Pembelian Produk Ramah Lingkungan	18

2.3.5	Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Ramah Lingkungan.....	19
BAB III METODE PENELITIAN		21
3.1	Objek dan Subjek Penelitian	21
3.2	Metode Sampling	21
3.2.2.	Data dan Sumber Data	21
3.3.	Teknik Pengambilan Sampel	22
3.4.	Definisi Operasional Variabel.....	23
3.5.	Metode Pengukuran Data.....	26
3.6.	Analisa Deskriptif Jawaban Responden	27
a.	Metode Pengujian Regresi Linier Berganda	28
3.7.1	Pengujian Regresi Linier Berganda dengan Metode Backwards	28
1.	Uji Validitas.....	29
2.	Uji Reliabilitas.....	29
3.	Uji Simultan.....	30
4.	Uji Regresi Linier Berganda.....	30
BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN.....		31
4.1	Pendahuluan	31
4.2	Profil Responden	31
4.2.1	Jenis Kelamin	31
4.2.2.	Usia Responden	32
4.2.3.	Pekerjaan Responden	32
4.2.4.	Pendapatan Responden	33
4.2.5.	Produk Ramah Lingkungan yang Dibeli Dalam Kurun Waktu 6 Bulan Terakhir	33
4.3	Analisa Deskriptif Jawaban Responden	34
4.3.1	Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Kesadaran Lingkungan.....	34
4.3.2.	Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Label Ramah Lingkungan.....	35
4.3.3.	Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Sikap.....	36
4.3.4.	Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Periklanan Ramah lingkungan	37
4.3.5.	Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Harga.....	39

4.3.6.	Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Keputusan Pembelian Produk Ramah lingkungan	40
4.4	Uji Validitas	41
4.5	Uji Realibilitas	42
4.6	Uji Simultan.....	43
4.7	Analisis Regresi Linier Berganda (Uji T)	45
4.7.1.	Pengaruh Kesadaran Lingkungan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ramah Lingkungan	46
4.7.2.	Pengaruh Label Ramah Lingkungan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ramah Lingkungan	47
4.7.4.	Pengaruh Periklanan Ramah Lingkungan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ramah Lingkungan	48
4.7.4	Pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian produk ramah lingkungan	49
BAB V	PENUTUP	51
5.1	Kesimpulan	51
5.2.	Implikasi Manajerial	53
5.3.	Keterbatasan penelitian.....	54
5.4.	Saran Penelitian Selanjutnya	55
DAFTAR PUSTAKA.....		56

DAFTAR GAMBAR DAN TABEL

Gambar 1.1 Persentase pencemaran limbah laut di Indonesia.....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	12
Tabel 3.1 Definisi Operasional	23
Tabel 3.2 Skor Skala Likert.	27
Tabel 3.3 Kategori rata – rata jawaban responden mengenai kesadaran lingkungan, label ramah lingkungan, sikap, periklanan ramah lingkungan, dan keputusan pembelian produk ramah lingkungan	27
Tabel 3.4 Kategori rata – rata jawaban responden mengenai harga	28
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	31
Tabel 4.2 Usia Responden	32
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden.....	32
Tabel 4.4 Pendapatan Responden	33
Tabel 4.5 Produk Ramah Lingkungan yang Dibeli Oleh Responden.....	33
Tabel 4.6 Penilaian Responden Mengenai Kesadaran Lingkungan	34
Tabel 4.7 Penilaian Responden Mengenai Label Ramah Lingkungan.....	35
Tabel 4.8 Penilaian Responden Mengenai Sikap.....	36
Tabel 4.9 Penilaian Responden Mengenai Pengiklanan Ramah Lingkungan .	37
Tabel 4.10 Penilaian Responden Mengenai harga.....	39
Tabel 4.11 Penilaian Responden Mengenai Keputusan Pembelian Produk Ramah Lingkungan.....	40
Tabel 4.12 Uji Validitas.....	41
Tabel 4.13 Uji Reliabilitas	42
Tabel 4.14 Pengaruh Harga, Pengiklanan Ramah Lingkungan, Kesadaran Lingkungan, Label Ramah Lingkungan, dan Sikap Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ramah Lingkungan	43
Tabel 4.15 Pengaruh harga, pengiklanan ramah lingkungan, kesadaran lingkungan, label ramah lingkungan, dan sikap terhadap keputusan pembelian produk ramah lingkungan	44
Tabel 4.16 Analisis Regresi Linier Berganda Metode Backwards.....	45

**PENGARUH KESADARAN LINGKUNGAN, LABEL RAMAH
LINGKUNGAN, SIKAP, IKLAN RAMAH LINGKUNGAN, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK RAMAH
LINGKUNGAN
STUDI PADA GENERASI Z DI INDONESIA**

**Disusun Oleh:
Taufik Bagja Purnama**

NPM:180324407

**Dosen Pembimbing:
Th. Diah Widiastuti, S.E., M.Si.**

ABSTRAK

Tujuan – Untuk menganalisis pengaruh kesadaran lingkungan, label ramah lingkungan, sikap, iklan ramah lingkungan, dan harga terhadap keputusan pembelian produk ramah lingkungan di kalangan generasi z di Indonesia.

Desain/methodologi/pendekatan – Desain penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah non-probability sampling dengan teknik purposive sampling dengan kriteria responden pernah membeli produk ramah lingkungan selama 6 bulan terakhir. Responden didapatkan dengan menggunakan *google form* dan terkumpul sebanyak 170 responden. Analisis data menggunakan *software SPSS 16*

Temuan – Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan positif variabel kesadaran lingkungan, label ramah lingkungan, iklan ramah lingkungan, dan harga terhadap keputusan pembelian produk ramah lingkungan.

Keterbatasan penelitian – Penelitian ini berfokus pada generasi Z yang ada di Indonesia, sehingga terdapat kemungkinan ditemukan hasil yang berbeda jika responden yang digunakan terlahir dari generasi yang berbeda.

Implikasi praktis – Perusahaan produk ramah lingkungan sebaiknya mengoptimalkan harga dan meningkatkan kesadaran lingkungan, label ramah lingkungan, dan iklan ramah lingkungan.

Kata Kunci: Kesadaran Lingkungan, Label Ramah Lingkungan, Sikap, Iklan Ramah Lingkungan, Harga, dan Keputusan Pembelian.