

**PENGARUH PENGETAHUAN LINGKUNGAN, *WORD OF MOUTH*, PEMASARAN HIJAU TERHADAP SIKAP PEDULI LINGKUNGAN DAN NIAT PEMBELIAN
STUDI PADA EIGER GREEN**

Skripsi

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat
Sarjana Manajemen (S1) Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya
Yogyakarta**



Disusun Oleh:

Marcella Putrika Cankta Dyuti

NPM: 210325954

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

2025

Skripsi

**PENGARUH PENGETAHUAN LINGKUNGAN, *WORD OF MOUTH*, PEMASARAN
HIJAU TERHADAP SIKAP PEDULI LINGKUNGAN DAN NIAT PEMBELIAN
STUDI PADA EIGER GREEN**

Disusun Oleh:

Marcella Putrika Cankta Dyuti

NPM: 210325954

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing



Nadia Nila Sari, SE., MBA.

15 Juli 2025

Skripsi

**PENGARUH PENGETAHUAN LINGKUNGAN, *WORD OF MOUTH*, PEMASARAN
HIJAU TERHADAP SIKAP PEDULI LINGKUNGAN DAN NIAT PEMBELIAN
STUDI PADA EIGER GREEN**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Marcella Putrika Cankta Dyuti

NPM: 210325954

telah dipertahankan di depan Panitia Penguji

pada tanggal 9 Juni 2025

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



Elisabet Dita Septiari, SE., M.Sc., Ph.D.

Anggota Panitia Penguji



Api Adyantari, SA., MBA.



Nadia Nila Sari, SE., MBA.

Yogyakarta, 20 Juli 2025

**Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**FAKULTAS BISNIS
DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**



Wenefrida Mahestu Noviantra Krisjanti, SE., M.Sc., Ph.D.

PERNYATAAN

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

**PENGARUH PENGETAHUAN LINGKUNGAN, *WORD OF MOUTH*, PEMASARAN HIJAU TERHADAP SIKAP PEDULI LINGKUNGAN DAN NIAT PEMBELIAN
STUDI PADA EIGER GREEN**

Merupakan hasil karya saya sendiri. Seluruh pernyataan, ide, dan kutipan secara langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain, dinyatakan secara tertulis dalam daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi, baik sebagian maupun seluruh skripsi ini maka gelar sarjana dan ijazah yang diperoleh dinyatakan batal dan akan dikembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 15 Juli 2025



Marcella Putrika Cankta Dyuti

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yesus Kristus atas segala rahmat, kasih, dan penyertaan-Nya yang tiada henti, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan Hijau, *Word of Mouth*, Pemasaran Hijau terhadap Sikap Peduli Lingkungan dan Niat Pembelian Studi pada Eiger Green”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa tanpa bantuan, doa, dan dukungan dari berbagai pihak, skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang tulus kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus, atas penyertaan dan kekuatan-Nya dalam setiap proses kehidupan penulis, terutama selama proses penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Nadia Nila Sari, S.E., MBA., selaku dosen pembimbing, yang telah dengan sabar membimbing, memberikan arahan, dan mendampingi penulis dari awal hingga akhir proses penyusunan skripsi.
3. Kedua orang tua tercinta, Bapak Lukas Kristian Windya Nugraha dan Ibu Roberta Pipin Yuniarti, yang selalu menjadi sumber kekuatan dan semangat terbesar untuk penulis.
4. Adik-adik kandung penulis: Faustina Bumi Raya, Valentino Phunandra Kanugraha, dan Marcelino Arsyia Dinendra Kanugraha yang selalu memberikan perhatian dan semangat yang sangat berarti selama proses penulisan skripsi.
5. Teman-teman terdekat saya Fingky, Angel, Adel, Titis, Dinda, Nafta, Ecak, dan Danu, yang selalu hadir di masa-masa sulit maupun bahagia serta yang selalu memberikan dukungan bagi penulis selama proses penulisan skripsi.
6. Para responden yang telah bersedia meluangkan waktu dan kontribusi untuk mengisi kuesioner penelitian ini hingga target penelitian dapat terpenuhi dengan baik dan skripsi dapat terselesaikan.

7. Seluruh teman-teman Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta, yang telah menjadi bagian dari perjalanan akademik penulis selama beberapa tahun terakhir.
8. Tak lupa juga, kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, namun telah memberikan bantuan, dukungan, dia, maupun semangat selama proses penyusunan skripsi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis membuka diri terhadap kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan karya ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menjadi kontribusi kecil bagi dunia pendidikan, khususnya dalam bidang manajemen.

Yogyakarta, 5 Mei 2025



Marcella Putrika Cankta Dyuti

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Teoritis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
1.5 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Pengetahuan Lingkungan.....	10
2.1.2 Word of Mouth	11
2.1.3 Pemasaran Hijau.....	12
2.1.4 Sikap Peduli Lingkungan	13

2.1.5 Niat Pembelian.....	13
2.2 Penelitian Terdahulu.....	14
2.3 Pengembangan Hipotesis	23
2.3.1 Pengetahuan lingkungan berpengaruh positif terhadap sikap peduli lingkungan.....	23
2.3.2 <i>Word of mouth</i> berpengaruh positif terhadap sikap peduli lingkungan	23
2.3.3 Pemasaran hijau berpengaruh positif terhadap sikap peduli lingkungan	23
2.3.4 Pengetahuan lingkungan berpengaruh positif terhadap niat pembelian	24
2.3.5 <i>Word of mouth</i> berpengaruh positif terhadap nilai pembelian.....	24
2.3.6 Pemasaran hijau berpengaruh positif terhadap niat pembelian.....	25
2.3.7 Sikap peduli lingkungan berpengaruh positif terhadap niat pembelian	25
2.4 Kerangka Penelitian	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Jenis Penelitian.....	27
3.2 Objek, Subjek, dan Lokasi Penelitian	27
3.2.1 Populasi dan Sampel	28
3.2.2 Metode Sampling	28
3.3 Definisi Operasional.....	29
3.4 Skala Pengukuran.....	31
3.5 Pengumpulan Data	32
3.6 <i>Face Validity</i>	32
3.7 Metode Analisis Data	35
3.7.1 Statistik Deskriptif	35
3.7.2 Pengujian Instrumen.....	35

3.7.3 Alat Analisis	41
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Pengumpulan Data	42
4.2 Filter Responden	42
4.3 Demografi Responden.....	43
4.4 Statistik Deskriptif	46
4.5 Analisis Data	50
4.5.1 Analisis Regresi Berganda	50
4.5.2 Analisis Regresi Sederhana	54
4.6 Pembahasan.....	56
4.6.1 Pengetahuan lingkungan terhadap sikap peduli lingkungan	56
4.6.2 <i>Word of mouth</i> terhadap sikap peduli lingkungan	56
4.6.3 Pemasaran hijau terhadap sikap peduli lingkungan	57
4.6.4 Pengetahuan lingkungan terhadap niat pembelian.....	58
4.6.5 <i>Word of mouth</i> terhadap niat pembelian.....	59
4.6.6 Pemasaran hijau terhadap niat pembelian	59
4.6.7 Sikap peduli lingkungan terhadap niat pembelian	60
BAB V PENUTUP DAN IMPLIKASI MANAJERIAL	62
5.1 Kesimpulan	62
5.2 Implikasi Manajerial	63
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	66
5.4 Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....	67
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	77

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Definisi Operasional.....	29
Tabel 3.2 Skala <i>Likert</i>	31
Tabel 3.3 <i>Face Validity</i>	33
Tabel 3.4 Interval atau nilai rata-rata	35
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas	36
Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas	38
Tabel 4.1 Filter Responden	42
Tabel 4.2 Data Demografi Responden	43
Tabel 4.3 Data Statistik Deskriptif Variabel Pengetahuan Lingkungan	46
Tabel 4.4 Data Statistik Deskriptif Variabel <i>Word of Mouth</i>	47
Tabel 4.5 Data Statistik Deskriptif Variabel Pemasaran Hijau.....	48
Tabel 4.6 Data Statistik Deskriptif Variabel Sikap Peduli Lingkungan	48
Tabel 4.7 Data Statistik Deskriptif Variabel Niat Pembelian	49
Tabel 4.8 Hasil Uji Variabel Pengetahuan Lingkungan, <i>Word of Mouth</i> , dan Pemasaran Hijau terhadap Sikap Peduli Lingkungan	50
Tabel 4.9 Hasil Uji Variabel Pengetahuan Lingkungan, <i>Word of Mouth</i> , dan Pemasaran Hijau terhadap Niat Pembelian	52
Tabel 4.10 Hasil Uji Variabel Sikap Peduli Lingkungan terhadap Niat Pembelian	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Faktor yang memengaruhi masyarakat Indonesia untuk membeli produk hijau	2
Gambar 1.2 Perbandingan jumlah produksi material terbarukan dan tidak terbarukan.....	4
Gambar 1.3 Produk Eiger Green.....	4
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	26

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	77
Lampiran 2 <i>Screen Capture</i> Google Form	85
Lampiran 3 Data Kuesioner	99
Lampiran 4 Jawaban Kuesioner	113
Lampiran 5 Hasil Uji Analisis.....	123
Lampiran 6 Jurnal Utama.....	131
Lampiran 7 Turnitin	148

**PENGARUH PENGETAHUAN LINGKUNGAN, *WORD OF MOUTH*,
PEMASARAN HIJAU TERHADAP SIKAP PEDULI LINGKUNGAN DAN
NIAT PEMBELIAN
STUDI PADA EIGER GREEN**

**Marcella Putrika Cankta Dyuti
Nadia Nila Sari, S.E., MBA.
Universitas Atma Jaya Yogyakarta
Jl. Babarsari No. 43-44, Yogyakarta**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh pengetahuan lingkungan, *word of mouth*, dan pemasaran hijau terhadap sikap peduli lingkungan dan niat pembelian produk Eiger Green. Penelitian ini menggunakan kerangka teori ABC sebagai dasar untuk mendukung model yang diusulkan. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria responden yang mengetahui produk Eiger Green. Survei disebarakan secara *online* kepada 206 responden sesuai kriteria. Riset diuji melalui *software* SPSS. Melalui penelitian ini ditemukan bahwa pengetahuan lingkungan dan pemasaran hijau memiliki pengaruh langsung terhadap sikap peduli lingkungan dan niat pembelian. Selain itu, sikap peduli lingkungan memiliki pengaruh langsung terhadap niat pembelian. Variabel *word of mouth* tidak memiliki pengaruh langsung terhadap sikap peduli lingkungan. Akan tetapi, *word of mouth* memiliki pengaruh langsung terhadap niat pembelian.

Kata kunci: Pengetahuan lingkungan, *Word of mouth*, Pemasaran hijau, Sikap peduli lingkungan, Niat pembelian.