

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HIJAU

Skripsi

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



Disusun oleh :

Luisa Griselda Giferi

210326074

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2025**

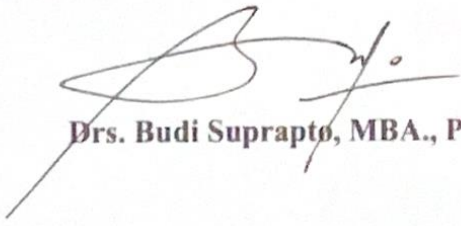
LEMBAR PENGESAHAN

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK HIJAU**

Disusun oleh:
Luisa Griselda Giferi
NPM: 210326074

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing



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

Yogyakarta, 10 Juni 2025

Skripsi

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK HIJAU**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Luisa Griselda Giferi

NPM: 210326074

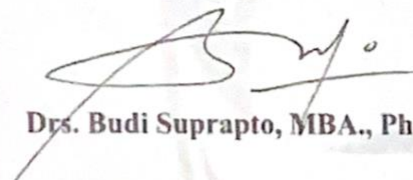
Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji

Pada tanggal 1 Juli 2025

**dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima
sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar derajat Sarjana Manajemen (S1)
Program Studi Manajemen**

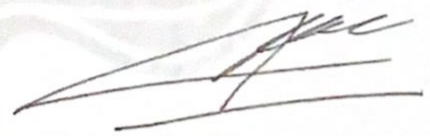
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji


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

Anggota Panitia Penguji

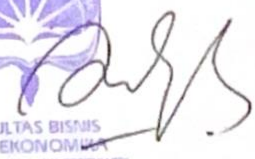

**Debora Wintriarsi Handoko, SE., MM.,
M.Sc.**


Oscar Chrismadian Noventa, SE., M.Sc.

Yogyakarta, 11 Juli 2025

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Wenefrida Mahestu N. Krisjanti, SE., MSc., Ph.D.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yesus Kristus atas segala anugerah, kasih, dan penyertaan-Nya yang tiada henti, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Hijau**”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S1) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak dukungan, bantuan, dan motivasi dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus atas berkat, rahmat, kekuatan, dan kesehatan yang diberikan secara melimpah, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik dari awal hingga akhir.
2. Bapak Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D., yang telah dengan sabar membimbing, meluangkan waktu, memberikan arahan, tenaga, dan masukan yang sangat berharga selama proses penyusunan skripsi ini.
3. Mama, Papa, Mbak Fida, dan Mas David yang selalu percaya akan kemampuan penulis, memberikan dukungan moral, doa, dan semangat yang tiada henti kepada penulis selama menempuh pendidikan dan menyelesaikan skripsi.
4. Teman-teman terdekat yang bersama-sama menempuh skripsi di semester ini khususnya Mitzi Diva Meliana Setyobudi, Amabelle Fellyta Diantono, Devi Yosiana Samosir, Maria Felisia, dan Maria Eliza Adiana yang telah menemani perjalanan tidak hanya dalam proses pengerjaan skripsi tetapi dari awal perkuliahan, membantu dalam hal apapun, menjadi tempat berbagi cerita, dan pastinya memberikan hiburan selama masa perkuliahan hingga penyelesaian skripsi.

5. Teman-teman pendorong skripsi penulis, Mitzi Diva Meliana Setyobudi, Amabelle Fellyta Diantono, dan Tiara Agis Ramdhani yang tidak hanya menemani selama pengerjaan skripsi tetapi juga membantu, memotivasi, dan menghibur yang membuat pengerjaan skripsi menjadi lebih menyenangkan.
6. Prayogho Ady Pamungkas beserta keluarganya yang selalu mendoakan, memberikan semangat, dan memberikan hiburan selama pengpenulisan skripsi ini.
7. Sahabat-sahabat terkasih yang berada di Bekasi, Salovania Ayu, Putri Yohana, Safety Zefanya, Rannie Oges, dan Chatrine Sintani yang selalu mendoakan dan memberi dorongan yang tulus selama proses penelitian ini berlangsung..
8. Teman-teman “Wijaya Femili” yang dari awal perkuliahan sampai pengerjaan skripsi menjadi sumber hiburan dan energi positif yang membantu penulis tetap semangat dalam menyelesaikan skripsi.
9. Rekan-rekan HMPSM serta seluruh teman program studi manajemen yang telah memberikan banyak pengalaman berharga dan dukungan selama proses perkuliahan.
10. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk berpartisipasi dalam pengisian kuesioner penelitian ini, sehingga penelitian dapat berjalan dengan lancar.

Yogyakarta, 18 Juni 2025

Penulis,



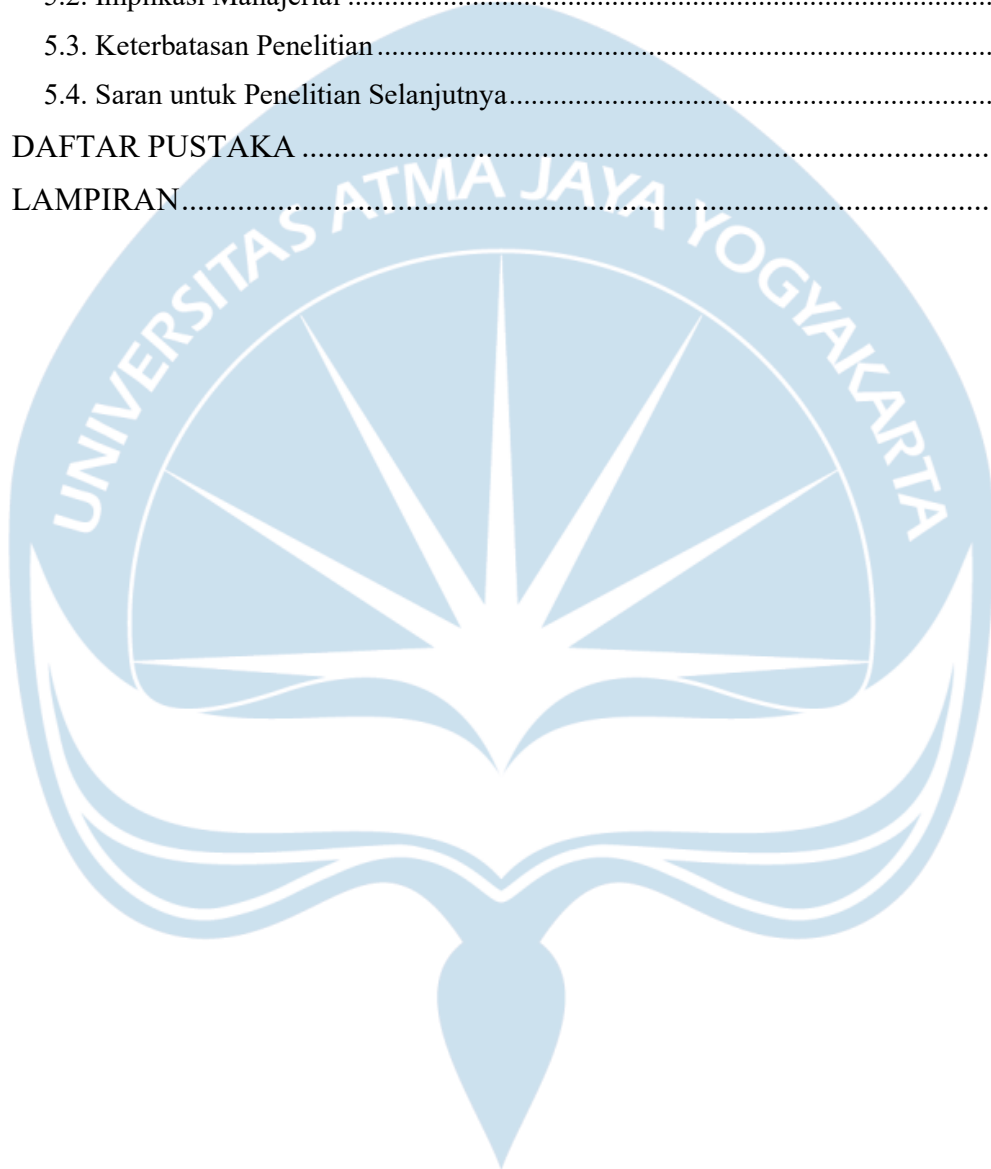
Luisa Griselda Giferi

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1. Manfaat Akademik.....	7
1.4.2. Manfaat Praktis	8
1.5. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. Landasan Teori.....	10
2.1.1. Produk Hijau	10
2.1.2. Kesadaran Lingkungan	10
2.1.3. Persepsi Manfaat Produk Hijau	11
2.1.4. Persepsi Kualitas Produk Hijau	12
2.1.5. Kesadaran Harga Produk Hijau	13
2.1.6. Ketersediaan Membeli Hijau.....	13
2.1.7. Estimasi Masa Depan Hijau.....	14
2.1.8. Keputusan Pembelian Hijau.....	15
2.2. Penelitian Terdahulu	17
2.3. Pengembangan Hipotesis	22
2.3.1. Kesadaran Lingkungan terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijau	22
2.3.2. Persepsi Manfaat Produk Hijau terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijau	22
2.3.3. Persepsi Kualitas Produk Hijau terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijau	23
2.3.4. Kesadaran Harga Produk Hijau terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijau	24
2.3.5. Ketersediaan Membeli Produk Hijau terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijau.....	25
2.3.6. Estimasi Masa Depan Hijau terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijau.....	26

2.4. Kerangka Penelitian	27
BAB III	29
METODOLOGI PENELITIAN.....	29
3.1. Jenis Penelitian	29
3.2. Objek, Subjek dan Lokasi Penelitian	30
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian	31
3.4. Metode Pengumpulan Data	32
3.5. Metode Pengambilan Sampel.....	32
3.6. Definisi Operasional.....	33
3.7. Pengukuran Data	37
3.8. Alat dan Metode Analisis Data	37
3.8.1. Analisis Deskriptif	38
3.8.2. Analisis Kuantitatif.....	39
BAB IV	42
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1. Analisis Profil Responden	42
4.1.1. Profil Responden Berdasarkan Demografis.....	42
4.1.2. Profil Responden Berdasarkan Pertanyaan Filter	45
4.2. Analisis Deskriptif.....	48
4.2.1. Hasil Deskriptif Variabel Kesadaran Lingkungan.....	48
4.2.2. Hasil Deskriptif Variabel Persepsi Manfaat Produk Hijau	50
4.2.3. Hasil Deskriptif Variabel Persepsi Kualitas Produk Hijau	51
4.2.4. Hasil Deskriptif Variabel Kesadaran Harga Produk Hijau	52
4.2.5. Hasil Deskriptif Variabel Kesiediaan Membeli Produk Hijau.....	54
4.2.6. Hasil Deskriptif Variabel Estimasi Masa Depan Hijau	55
4.2.7. Hasil Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian Produk Hijau.....	56
4.3. Analisis Structural Equation Modeling (SEM)	58
4.3.1. Merancang Model Struktural Penelitian	58
4.3.2. Evaluasi Outer Model	59
4.3.3. Evaluasi Inner Model	63
4.3.4. Pengujian Hipotesis	64
4.4. Pembahasan.....	66
4.4.1. Pengaruh Variabel Kesadaran Lingkungan terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijau.....	66
4.4.2. Pengaruh Variabel Persepsi Manfaat Produk Hijau terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijau	66
4.4.3. Pengaruh Variabel Persepsi Kualitas Produk Hijau terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijau	67
4.4.4. Pengaruh Variabel Kesadaran Harga Produk Hijau terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijau	68
4.4.5. Pengaruh Variabel Kesiediaan Membeli Produk Hijau terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijau	68
4.4.6. Pengaruh Variabel Estimasi Masa Depan Hijau terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijau	69

BAB V.....	71
PENUTUP.....	71
5.1. Kesimpulan.....	71
5.2. Implikasi Manajerial	72
5.3. Keterbatasan Penelitian.....	74
5.4. Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....	74
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN.....	78



DAFTAR TABEL

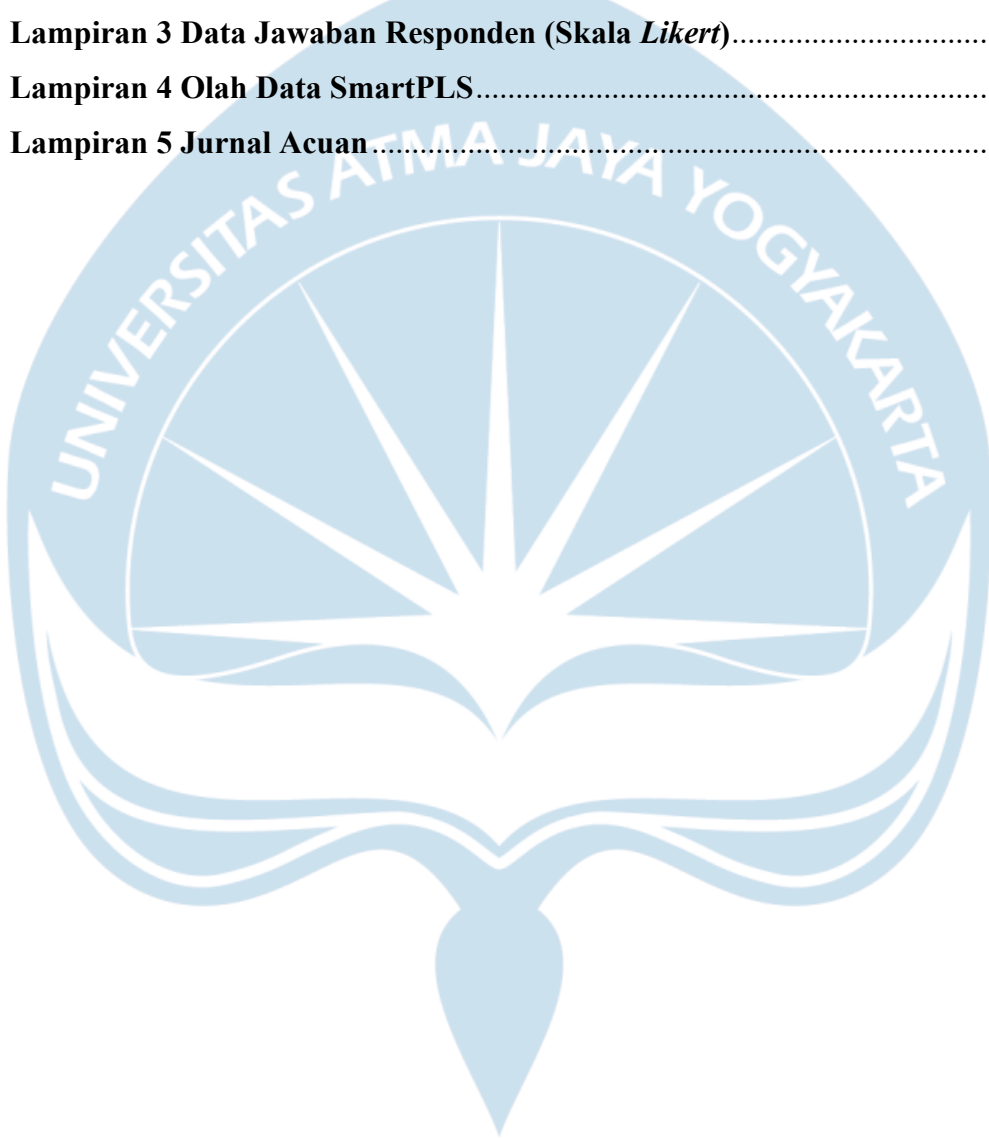
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 3. 1 Tabel Definisi Operasional	33
Tabel 3. 2 Tabel Skor Skala <i>Likert</i>	37
Tabel 3. 3 Kategori Kelas Interval	39
Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Pertanyaan Filter	45
Tabel 4. 3 Kategori Kelas Interval	48
Tabel 4. 4 Hasil Deskriptif Variabel Kesadaran Lingkungan	49
Tabel 4. 5 Hasil Deskriptif Variabel Persepsi Manfaat Produk Hijau	50
Tabel 4. 6 Hasil Deskriptif Variabel Persepsi Kualitas Produk Hijau.....	51
Tabel 4. 7 Hasil Deskriptif Variabel Kesadaran Harga Produk Hijau.....	53
Tabel 4. 8 Hasil Deskriptif Variabel Kesiediaan Membeli Produk Hijau	54
Tabel 4. 9 Hasil Deskriptif Variabel Estimasi Masa Depan Hijau	55
Tabel 4. 10 Hasil Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian Produk Hijau	57
Tabel 4. 11 Hasil <i>Outer Loading</i>	60
Tabel 4. 12 Hasil <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	61
Tabel 4. 13 Hasil <i>Fornell-Larcker</i>	61
Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas	62
Tabel 4. 15 Hasil <i>Adjusted R-square</i>	63
Tabel 4. 16 Hasil <i>Path Coefficient</i>	64
Tabel 4. 17 Perbandingan Hasil Uji Hipotesis Penelitian dengan Jurnal Acuan.....	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 6 Jenis Produk Ramah Lingkungan yang Paling Banyak Dibeli Masyarakat	3
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian	28
Gambar 4. 1 Diagram Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Gambar 4. 2 Diagram Profil Responden Berdasarkan Usia.....	43
Gambar 4. 3 Diagram Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	44
Gambar 4. 4 Kategori Produk Hijau	45
Gambar 4. 5 Sumber Informasi Isu Lingkungan.....	46
Gambar 4. 6 Merek dan Produk yang di Ketahui	47
Gambar 4. 7 <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)	58
Gambar 4. 8 <i>Structural Equation Modeling</i> dengan Nilai T	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 <i>Google Form</i> Kuesioner.....	78
Lampiran 2 Data Demografis dan Pertanyaan Filter Responden.....	88
Lampiran 3 Data Jawaban Responden (Skala <i>Likert</i>).....	92
Lampiran 4 Olah Data SmartPLS.....	95
Lampiran 5 Jurnal Acuan.....	98



FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HIJAU

Luisa Griselda Giferi

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

Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Jl. Babarsari No. 43-44, Yogyakarta

ABSTRAK

Kesadaran masyarakat terhadap isu lingkungan mendorong minat terhadap produk ramah lingkungan, meskipun adopsinya di Indonesia masih rendah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh enam variabel terhadap keputusan pembelian produk hijau, yaitu kesadaran lingkungan, persepsi manfaat produk hijau, persepsi kualitas produk hijau, kesadaran harga produk hijau, kesediaan membeli produk hijau, dan estimasi masa depan hijau. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan survei terhadap 238 responden melalui kuesioner daring, serta dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) melalui SmartPLS 4.0. Hasil menunjukkan seluruh variabel berpengaruh positif dan signifikan, dengan kesadaran lingkungan sebagai faktor yang paling dominan. Hasil penelitian ini menyarankan agar perusahaan lebih menekankan edukasi dan komunikasi keberlanjutan dalam strategi pemasarannya.

Kata kunci: Produk Hijau, Keputusan Pembelian, Kesadaran Lingkungan, Persepsi Manfaat, Persepsi Kualitas, Kesadaran Harga, Kesediaan Membeli, Estimasi Masa Depan.