

**Pengaruh Kewajaran Harga, Nilai yang Dirasakan Terhadap Niat Beli Produk
Hijau yang Dimediasi Oleh Sikap Konsumen Atas Produk Hijau
(Studi Produk AC LG Ramah Lingkungan Pada Masyarakat Kota Surakarta)**



SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Persyaratan
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta

Di Susun Oleh :

ENGGAR KRISTIANTO

F1211031

PROGRAM S1 TRANSFER MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS SEBELAS MARET

SURAKARTA

2013

commit to user

ABSTRAK**Pengaruh Kewajaran Harga, Nilai yang Dirasakan Terhadap Niat Beli Produk Hijau yang Dimediasi Oleh Sikap Konsumen Atas Produk Hijau (Studi Produk AC LG Ramah Lingkungan Pada Masyarakat Kota Surakarta)****ENGGAR KRISTIANTO****F1211031**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kewajaran harga dan nilai yang dirasakan terhadap niat pembelian yang dimediasi oleh sikap konsumen. Secara spesifik bertujuan untuk menjelaskan variabel-variabel yang membentuk niat pembelian konsumen.

Data dikumpulkan melalui survei dengan cara mewawancarai responden yang dipandu dengan kuesioner. Sampel terdiri dari 200 responden dengan menggunakan teknik *convenience sampling*. Model persamaan struktural digunakan untuk menjelaskan hubungan variabel yang dihipotesiskan.

Hasil pengujian mengindikasikan bahwa terdapat hubungan signifikan antara kewajaran harga pada sikap, nilai yang dirasakan pada sikap, kewajaran harga pada niat pembelian, nilai yang dirasakan pada niat pembelian, dan sikap terhadap niat pembelian. Hasil pengujian juga mengindikasikan bahwa sikap konsumen memediasi pembentukan niat pembelian.

Dalam penelitian ini, baik keterbatasan dan implikasi dibahas untuk memberikan wawasan ke arah teoritis, aspek penelitian praktis, dan aspek terhadap penelitian selanjutnya.

Kata kunci : kewajaran harga, nilai yang dirasakan, sikap konsumen dan niat pembelian.

ABSTRACT**Effect of Price Fairness, Perceived Value Against
Green Products intentions are mediated by Attitudes Toward Green Products
(Study of Air Products LG In Surakarta Society)****ENGGAR KRISTIANTO****F1211031**

The purpose of this study was to determine of the effect of price fairness, perceived value, and purchase intention mediated by consumer attitudes. Specifically to explain the variables that shape consumer purchase intention.

Data collected by survey interviewing respondents were guided by a questionnaire. The sample consisted of 200 respondents using convenience sampling technique. Structural equation model is used to explain the relationships hypothesized variables.

The test results indicate that there is a significant relationship between price fairness on attitude, perceived value on attitude, fairness of price on purchase intention, perceived value on purchase intention, and attitude towards purchase intention. The test results also indicate that consumer attitudes mediate of purchase intentions.

In this study, both the limitations and implications are discussed to provide insight to the theoretical, practical research aspects, and aspects for further research.

Keywords: price fairness, perceived value, consumer attitudes and purchase intentions.

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul :

**“PENGARUH KEWAJARAN HARGA, NILAI YANG DIRASAKAN PADA
NIAT BELI PRODUK HIJAU YANG DIMEDIASI OLEH SIKAP
KONSUMEN ATAS PRODUK HIJAU”**

(Studi Kasus AC LG Ramah Lingkungan pada Masyarakat Kota Surakarta)

Surakarta, 2 September 2013

Disetujui dan diterima oleh

Dosen Pembimbing



Dr. Budhi Haryanto, M.M


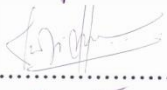
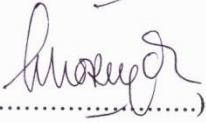
NIP. 19600904 198601 1 001

HALAMAN PENGESAHAN

Telah disetujui dan diterima baik oleh tim penguji skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta guna melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi jurusan Manajemen

Surakarta, 21 Oktober 2013

Tim Penguji Skripsi:

1. **Drs. Dwi Hastjarja K.B., M.M** sebagai Ketua  (.....)
NIP. 19591127 198601 1 001
2. **Dr. Budhi Haryanto, M.M.** sebagai Pembimbing  (.....)
NIP. 19600904 198601 1 001
3. **Siti Khoiriyah, S.E., M.Si.** sebagai Anggota  (.....)
NIP. 19760206 200501 2 001

v

commit to user

v

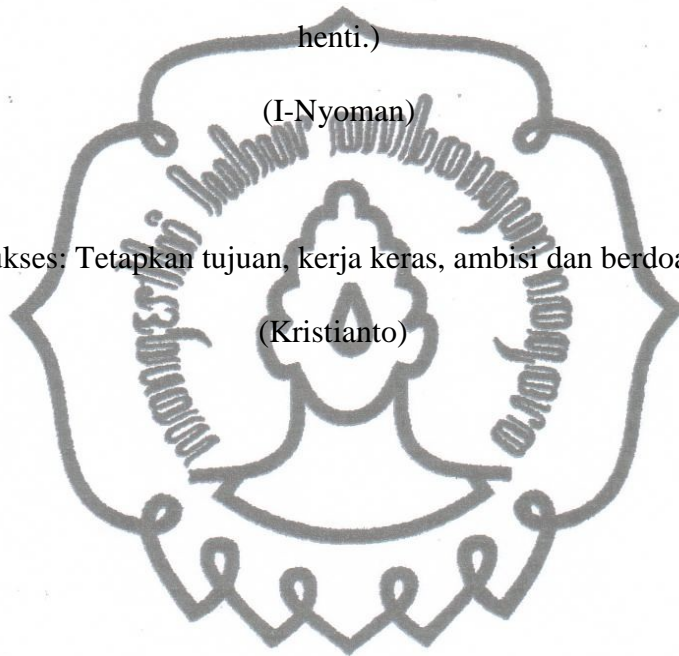
MOTTO

Prestasi tidak mungkin dapat dicapai melalui jalan lurus, apalagi jalan pintas yang menerabas, prestasi berjuang memutar berkelok menuju pencapaian puncak yang tiada henti.)

(I-Nyoman)

Sukses: Tetapkan tujuan, kerja keras, ambisi dan berdoa.

(Kristianto)



HALAMAN PERSEMBAHAN



Karya sederhana ini kupersembahkan untuk :

- Bapak, Ibu, kakak dan keluarga tercinta
- Sahabat dan teman-temanku terdekat
- Almamaterku

commit to user

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-NYA, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kewajaran Harga, Nilai yang Dirasakan Terhadap Niat Beli Produk Hijau yang Dimediasi Oleh Sikap Konsumen Atas Produk Hijau (Studi Produk AC LG Ramah Lingkungan Pada Masyarakat Kota Surakarta)”**. Selama penulisan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak bantuan dan bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Wisnu Untoro, M.S., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Dr. Hunik Sri Runing S, M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.
3. Drs. Wiyono, M.M., selaku Sekretaris Jurusan SI Transfer Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.
4. Dr. Budhi Haryanto, M.M., selaku Pembimbing Akademik yang telah membimbing dengan penuh kesabaran serta memberikan saran hingga selesainya penulisan skripsi ini.
5. Seluruh dosen dan karyawan yang telah membantu selama menuntut ilmu di Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.

commit to user

6. Bapak dan Ibu saya yang selalu memberikan do'a, dukungan moril, materiil, perhatian serta kasih sayang yang tak pernah henti selama ini.
7. Prislia Kusumaningtyas yang selalu memberikan dukungan, semangat dan saran hingga sampai selesai dalam menulis skripsi.
8. Teman-teman S1 Transfer Manajemen angkatan 2011 yang telah menjadi kawan berjuang sampai saat ini.
9. Sahabat-sahabat hidupku yang selalu memberikan do'a, dukungan dan semangat serta kepeduliannya, terimakasih buat kalian karena selalu ada dan selalu mengingatkan untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
10. Semua pihak yang telah membantu demi terlaksananya penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu, penulis masih memerlukan saran dan kritik dari berbagai pihak demi perbaikan penelitian ini. Akhirnya, penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan dan yang membutuhkan.

Surakarta, Oktober 2013

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Justifikasi Penelitian	9

BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

A. Posisi Studi	11
B. Pembahasan Teori dan Hipotesis.....	13
1. Kewajaran Harga dan Sikap Konsumen Atas Produk Hijau	14
2. Nilai yang dirasakan dan Sikap Konsumen Atas Produk Hijau .	15
3. Sikap Konsumen Atas Produk Hijau dan Niat Beli Produk Hijau	15
4. Kewajaran Harga dan Niat Beli Produk Hijau	16
5. Nilai yang dirasakan dan Niat Beli Produk Hijau	17
C. Model Penelitian	17

BAB III METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian	19
B. Metode Pengambilan Data	20
Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	20
C. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	20
1. Niat Beli Produk Hijau	21
2. Kewajaran Harga	21
3. Nilai yang dirasakan	22
4. Sikap Konsumen Atas Produk Hijau.....	22
D. Metode Analisis Data	23

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Deskriptif	31
B. Analisis Instrumen Penelitian	31

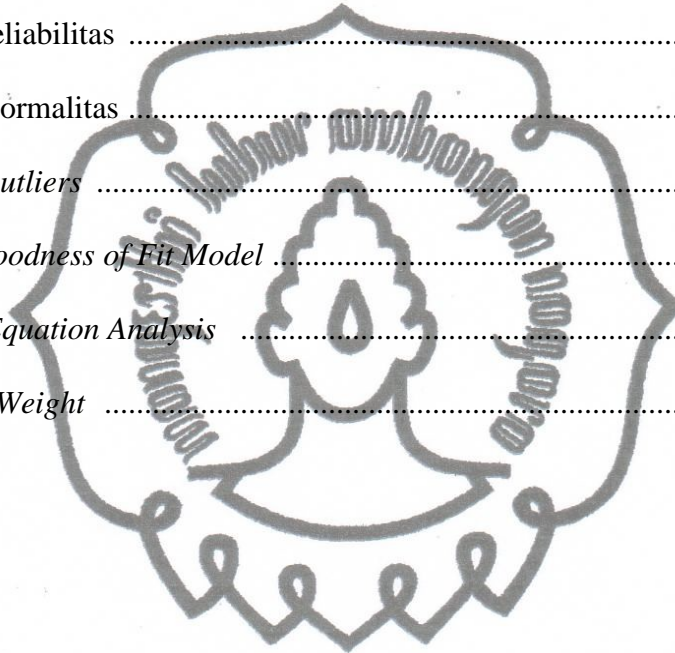
1. Uji Validitas	31
2. Uji Reliabilitas	33
C. Analisis <i>Structural Equation Model</i>	34
1. Asumsi Kecukupan Sampel	35
2. Asumsi Normalitas	35
3. Asumsi <i>Outliers</i>	37
4. Analisis <i>Goodness of Fit</i>	38
D. Pengujian Mediasi, Uji Hipotesis dan Pembahasan Hasil Penelitian	43
1. Pengujian Mediasi dan Uji Hipotesis	43
2. Pembahasan Hasil Penelitian	50
BAB V SIMPULAN DAN IMPLIKASI	
A. Simpulan	56
B. Implikasi Studi	56
1. Implikasi Teoritis	58
2. Implikasi Praktis	58
3. Implikasi Metodologis	59
4. Implikasi Bagi Studi Lanjutan	59
C. Keterbatasan Penelitian	59

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

II. 1 Posisi Studi	12
III. 1 Indeks Goodnes Of Fit Model	30
IV. 1 Hasil Uji Validitas	32
IV. 2 Hasil Uji Reliabilitas	34
IV. 3 Hasil Uji Normalitas	36
IV. 4 Hasil Uji <i>Outliers</i>	38
IV. 5 Hasil Uji <i>Goodness of Fit Model</i>	39
IV. 6 <i>Structural Equation Analysis</i>	48
IV. 7 <i>Regression Weight</i>	49



DAFTAR GAMBAR

II. 1 Model Penelitian	18
IV.1 <i>Partially Mediated Model</i>	45
IV.2 <i>Fully Mediated Model</i>	45
IV.3 <i>Direct Effect-Only Model</i>	46

