

PENGARUH PERSEPSI NILAI, PERSEPSI RISIKO DAN KEPERCAYAAN PADA NIAT BELI PRODUK HIJAU

(Studi pada Niat Beli Kulkas Ramah Lingkungan di Surakarta)



**Diajukan untuk Melengkapi Tugas – tugas dan Memenuhi Syarat – syarat
untuk Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta**

Disusun Oleh:

EKA WIDYARIKSA PUTRA

F 0 2 1 0 0 5 6

**JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SEBELAS MARET**

Surakarta

2017

ABSTRAK

Pengaruh Persepsi Nilai, Persepsi Risiko dan Kepercayaan pada Niat Beli Produk Hijau (Studi pada Niat Beli Kulkas Ramah Lingkungan di Surakarta)

EKA WIDYARIKSA PUTRA
F0210056

Isu pemanasan global menjadi topik yang menarik bagi pemasar dan masyarakat. Masyarakat semakin sadar akan pentingnya menjaga kelestarian lingkungan demi keberlangsungan kehidupan di masa mendatang. Salah satu caranya yaitu dengan menggunakan produk kulkas ramah lingkungan. Produsen teknologi dituntut untuk memberikan inovasi produk baru terkait pelestarian lingkungan. Oleh karena itu, penting kiranya penelitian yang menguji secara empiris peran persepsi nilai, persepsi risiko, dan kepercayaan dalam membentuk niat beli konsumen produk kulkas ramah lingkungan.

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* melibatkan sebanyak 150 responden masyarakat Surakarta yang memiliki pengetahuan tentang produk hijau khususnya kulkas serta berniat membeli produk kulkas ramah lingkungan. Data yang diperoleh dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan *software* PLS 2.0.

Hasil pengujian menunjukkan secara empiris terbukti bahwa niat beli masyarakat Surakarta terhadap produk kulkas ramah lingkungan bisa dibentuk dengan rendahnya risiko yang ditimbulkan serta tingginya kepercayaan konsumen terhadap produk tersebut. Sementara itu, nilai atau *value* pada produk kulkas ramah lingkungan yang dipersepsikan oleh masyarakat tidak serta merta membentuk niat beli terhadap produk kulkas ramah lingkungan.

Kata Kunci : persepsi nilai, persepsi risiko, kepercayaan konsumen, dan niat beli produk ramah lingkungan.

ABSTRACT

THE INFLUENCE PERCEIVED VALUE, PERCEIVED RISK AND TRUST TO PURCHASE ENVIRONMENTALLY FRIENDLY PRODUCT (Study toward environmentally Friendly Refrigerator Product in Surakarta)

EKA WIDYARIKSA PUTRA
F0210056

The issues of global warming become topics that interestingly for marketers and society. People are increasingly aware of the importance of preserving the environment for the continuity of life in the future. One way is by using environmentally friendly product refrigerator. Manufacturer of technology required to deliver new product innovations related to environmental conservation. Therefore, the purpose of this research is to analyze the roles of perceived value, perceived risk, and trust in the intentions of consumers purchasing environmentally friendly product refrigerator.

This research used the purposive sampling technique that involves 150 respondents in Surakarta, which includes people who have knowledge about the green product especially refrigerators and then have purchase intention to buy the environmentally friendly refrigerator product. The obtained data in this study were tested using The Structural Equation Model – Partial Least Square 2.0 software.

The results of the research showed empirically proved that purchase intention of the people in Surakarta against the environmentally friendly refrigerator product can be formed with the lower risk posed and the high consumers confidence against the product. Meanwhile, value of the environmentally friendly refrigerator product that is perceived by the people doesn't necessarily form the intention to buy the environmentally friendly refrigerator product.

Key word : perceived value, perceived risk, perceived trust (consumer confidence), green purchase intentions.

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH PERSEPSI NILAI, PERSEPSI RISIKO DAN KEPERCAYAAN
PADA NIAT BELI PRODUK HIJAU**

(Studi pada Niat Beli Kulkas Ramah Lingkungan di Surakarta)

Surakarta, 17 Maret 2017

Disetujui dan diterima oleh

Dosen Pembimbing



Siti Khoiriyah, SE, M.Si

NIP. 197602062005012001

HALAMAN PENGESAHAN

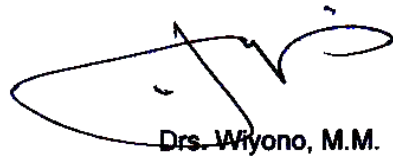
Pengaruh Persepsi Nilai, Persepsi Nilai, Persepsi Risiko, dan Kepercayaan pada Niat Beli Produk Hijau (Studi pada Niat Beli Kulkas Ramah Lingkungan di Surakarta)

Telah disetujui dan diterima dengan baik oleh Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret guna melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen.

Tim Penguji Skripsi

Surakarta, 17 April 2017

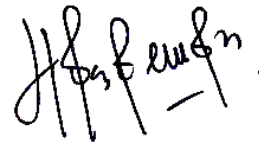
Ketua Tim Penguji :



Drs. Wiyono, M.M.

NIP. 195505051985031002

Anggota Tim Penguji :



Amina Sukma Dewi, S.E., M.Sc.

NIP. 197712072008122002

Pembimbing :

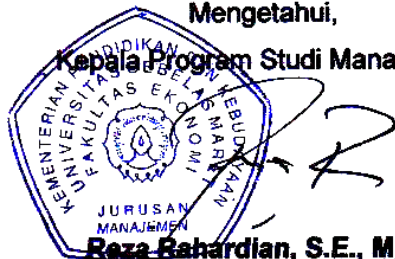


Siti Khoiriyah, S.E., M.Si.

NIP. 197602062005012001

Mengetahui,

Kepala Program Studi Manajemen



Reza Rehardian, S.E., M.Si.

NIP. 197406092000121001

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret :

Nama : EKA WIDYARIKSA PUTRA
NIM. : F0210056
Program Studi : S1 MANAJEMEN
Judul Skripsi : PENGARUH PERSEPSI NILAI, PERSEPSI RISIKO
DAN KEPERCAYAAN PADA NIAT BELI PRODUK HIJAU

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa Skripsi yang saya buat ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan hasil jiplakan/salinan/sanduran dari karya orang lain.

Apabila ternyata dikemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa penarikan Ijazah dan pencabutan gelar sarjananya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surakarta, 20 Maret 2017
Mahasiswa



Eka Widyariksa Putra
NIM. F0210056

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

Ayah dan Ibu tercinta yang selalu menjadi sumber motivasi dan semangatku hingga aku mendapatkan gelar Sarjana Ekonomiku.

HALAMAN MOTTO

**"Bertakwalah pada Allah, maka Allah akan mengajarimu. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui segala sesuatu."
(QS. Al-Baqarah, ayat 282)**

**"Hanya kebodohan yang meremehkan pendidikan."
(P.Syrus)**

**"Kebanggaan yang terbesar adalah bukan tidak pernah gagal, tetapi bangkit kembali setiap kali jatuh."
(Confusius)**

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji dan rasa syukur yang tidak terhingga kepada Allah SWT, karena atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Nilai, Persepsi Risiko dan Kepercayaan Pada Niat Beli Produk Hijau (Studi pada Niat Beli Kulkas Ramah Lingkungan di Surakarta)”**. Skripsi ini disusun sebagai persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada program studi S1 Manajemen, di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Penulis menyadari bahwa keberhasilan penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, baik berupa moral maupun material. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ungkapan terima kasih yang tulus kepada :

1. Dr. Hunik Sri Runing Sawitri, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret.
2. Reza Rahardian, S.E., M.Si., selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret.
3. Siti Khoiriyah, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan pada penulis.
4. Drs. Harmadi. M.M. selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan masukan kepada penulis sepanjang menempuh studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta.
5. Ayahanda tercinta yaitu Wahyudianto dan Ibu tercinta yaitu Khotimah yang selalu memberikan semangat, dukungan, material, dan doa hingga proses penyusunan skripsi di jenjang pendidikan S1 ini selesai.

6. Adikku Serin Wahyu Ramelani dan juga Bulik dan Paklik yang selalu menemani, dan memotivasi dalam setiap proses hingga penyusunan skripsi ini terselesaikan.
7. Sahabat-sahabat terbaikku, Alfi Abrar, Deni Kurniawan, Aswin, Indramawan, dan seluruh sahabat-sahabat penulis selama masa kuliah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret yang telah membantu, menemani, dan selalu memberi motivasi dan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan laporan ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritikan demi perbaikan skripsi ini ke depan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada penulis khususnya dan masyarakat pada umumnya.

Akhir kata, kepada semua pihak yang sudah membantu penulis selama melakukan penyusunan skripsi, penulis mengucapkan terima kasih dan semoga mendapatkan balasan dari Allah SWT.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Surakarta, 17 Maret 2017

Eka Widyariksa Putra

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Abstrak	ii
<i>Abstract</i>	iii
Halaman Persetujuan Pembimbing.....	Error! Bookmark not defined.
Halaman Pengesahan	iv
Surat Pernyataan.....	v
Halaman Persembahan	vi
Halaman Motto	viii
Kata Pengantar.....	ix
Daftar Isi	xi
Lampiran	xv
Daftar Tabel.....	xvi
Daftar Gambar	xvii
Bab I Error! Bookmark not defined.	
Pendahuluan	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.4 Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
Bab liError! Bookmark not defined.	
Tinjauan Pustaka	Error! Bookmark not defined.

2.1	Tinjauan Pustaka.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.1	Pemasaran Hijau (<i>Green Marketing</i>)	Error! Bookmark not defined.
2.1.2	Produk Hijau (<i>Green Product</i>).....	Error! Bookmark not defined.
2.1.3	Persepsi Nilai (<i>Green Perceived Value</i>)..	Error! Bookmark not defined.
2.1.4	Persepsi Risiko (<i>Green Perceived Risk</i>) .	Error! Bookmark not defined.
2.1.5	Kepercayaan (<i>Green Trust</i>)	Error! Bookmark not defined.
2.1.6	Niat Beli (<i>Purchase Intention</i>)	Error! Bookmark not defined.
2.2	Posisi Studi.....	Error! Bookmark not defined.
2.3	Pengembangan Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
2.3.1	Pengaruh Persepsi Nilai Terhadap Kepercayaan ..	Error! Bookmark not defined.
2.3.2	Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Kepercayaan	Error! Bookmark not defined.
2.3.3	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Niat Beli Produk Hijau	Error! Bookmark not defined.
2.3.4	Pengaruh Persepsi Nilai Terhadap Niat Beli Produk Hijau	Error! Bookmark not defined.
2.3.5	Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Niat Beli Produk Hijau	Error! Bookmark not defined.
2.4	Kerangka Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
Bab lii	Error! Bookmark not defined.
Metoda Penelitian	Error! Bookmark not defined.

3.1	Desain Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.2	Populasi, Sampel, Teknik Sampling.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.1	Populasi.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.2	Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.2.3	Teknik Sampling	Error! Bookmark not defined.
3.3	Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel	Error! Bookmark not defined.
3.3.1	<i>Green Perceived Value</i> (Persepsi Nilai Pada Produk Ramah Lingkungan)	Error! Bookmark not defined.
3.3.2	<i>Green Perceived Risk</i> (Persepsi Risiko Pada Produk Ramah Lingkungan)	Error! Bookmark not defined.
3.3.3	<i>Green Trust</i> (Kepercayaan Terhadap Produk Ramah Lingkungan)	Error! Bookmark not defined.
3.3.4	<i>Green Purchase Intentions</i> (Niat Beli Pada Produk Ramah Lingkungan)	Error! Bookmark not defined.
3.4	Teknik Pengumpulan Data Dan Pengumpulan Variabel	Error! Bookmark not defined.
3.4.2	Teknik Pengukuran Variabel	Error! Bookmark not defined.
3.5	Metoda Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
3.5.1	Pengujian Deskriptif.....	Error! Bookmark not defined.
A.	Uji Validitas.....	Error! Bookmark not defined.
B.	Uji Reliabilitas (Keandalan).....	Error! Bookmark not defined.

3.6	Pengujian Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
3.6.1	Pengujian Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
Bab Iv	Error! Bookmark not defined.
	Analisis Data Dan Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
4.1	Analisis Statistik Deskriptif	Error! Bookmark not defined.
4.2	Tanggapan Responden	Error! Bookmark not defined.
4.2.1	<i>Perceived Value</i>	Error! Bookmark not defined.
4.2.2	<i>Perceived Risk</i>	Error! Bookmark not defined.
4.2.3	<i>Perceived Trust</i>	Error! Bookmark not defined.
4.2.4	<i>Purchase Intention</i>	Error! Bookmark not defined.
4.3	Uji Instrumen Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.3.1	Tahap Uji Instrumen Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.3.2	Sampel Kecil.....	Error! Bookmark not defined.
A.	Uji Validitas.....	Error! Bookmark not defined.
B.	Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
4.3.3	Sampel Besar	Error! Bookmark not defined.
A)	Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
B)	<i>Uji Reliabilitas</i>	Error! Bookmark not defined.
4.3.4	Pengujian Model (<i>Measurement Of Fit Model</i>).....	Error! Bookmark not defined.
	defined.	
4.4	Pengujian Hipotesis Dan Pembahasan...	Error! Bookmark not defined.

Bab V.....	Error! Bookmark not defined.
Penutup.....	Error! Bookmark not defined.
5.1. Simpulan.....	Error! Bookmark not defined.
5.2. Keterbatasan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
5.3. Implikasi Manajerial	Error! Bookmark not defined.
5.4. Saran.....	Error! Bookmark not defined.
Daftar Pustaka.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
II.1 Penelitian Terdahulu	14
IV.1 Deskriptif dan Responden	36
IV.2 Tanggapan Responden Variabel <i>Perceived Value</i>	38
IV.3 Tanggapan Responden Variabel <i>Perceived Risk</i>	39
IV.4 Tanggapan Responden Variabel <i>Perceived Trust</i>	40
IV.5 Tanggapan Responden Variabel <i>Purchase Intention</i>	41
IV.6 Analisis Faktor Rotated Component Matrix Sampel Kecil Pertama	43
IV.7 Analisis Faktor Rotated Component Matrix Sampel Kecil Kedua	45
IV.8 Hasil Uji Reliabilitas Sampel Kecil	47
IV.9 Hasil Pengujian Validitas Sampel Besar	48
IV.10 Analisis Faktor Rotated Component Matrix Sampel Besar	49
IV.11 Hasil Uji Reliabilitas Sampel Besar	50
IV.12 Hasil Pengujian Model (<i>Measurement of Fit Model</i>).....	50
IV.13 Path Coefficient	52

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
I.1 Grafik Akumulasi Emisi Udara	2
II.1 Kerangka Pemikiran.....	21