

Penulis: Dianti Latifah Sari (Manajemen 1011910025)

Dosen Pembimbing: Marisyah Mahdia Khoirina, S.M., M.M.

× □ _

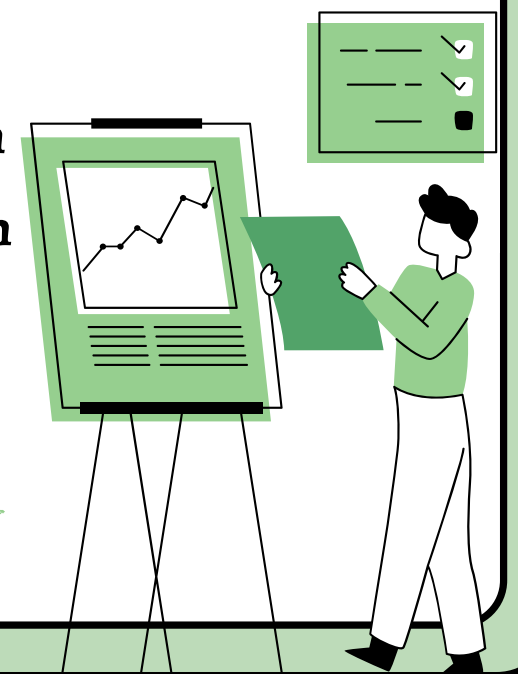
Deskripsi Singkat Penelitian

Revolusi industri menghasilkan kualitas hidup lebih baik dan memuaskan manusia melalui perkembangan industrialisasi yang telah menyebabkan efek buruk pada lingkungan karena menyebabkan tingkat polusi yang mengerikan. Perubahan dalam permasalahan lingkungan di sekitar untuk penerapan strategi yang ramah akan lingkungan selama beraktivitas sehari-hari. Permintaan akan produk ramah lingkungan terus meningkat dan peluang tersebut mendorong konsumen yang berada di Kabupaten Gresik sebagai kawasan industri dengan eksploitasi sumber daya serta pengembangan pemasaran berharap dari keseriusan pemerintah untuk mengembangkan industri ramah lingkungan memperoleh informasi berkaitan dengan green purchasing behaviour dimana ada situasi dinamakan pro lingkungan. Kabupaten Gresik merupakan kawasan industri dengan banyak polusi yang seharusnya juga banyak mengonsumsi produk ramah lingkungan. Melihat adanya aturan yang mulai diterapkan muncul fenomena adanya sinyal hijau environmental attitude terhadap green purchasing behavior dengan bagaimana kita sebagai masyarakat khususnya para konsumen jadi memiliki andil dalam melakukannya.

Rumusan Masalah ○○○

1. Apakah Interpersonal Influence, Altruism, dan Environmental Knowledge berpengaruh terhadap Environmental Attitude pada konsumen di Gresik?
2. Apakah Environmental Attitude berpengaruh terhadap Green Purchasing Behavior pada konsumen di Gresik?

★ Dengan batasan penelitian hanya pada masyarakat Kabupaten Gresik sebagai subjek konsumen yang pernah berbelanja di lokasi retail atau toko modern atau tempat pusat perbelanjaan saja Peraturan Daerah (PERDA) Nomor 3 Tahun 2021.



○○○ Analisa dan Hasil

Tahapan penelitian yang dilakukan dalam analisis SEM menggunakan program AMOS yaitu diawali uji measurement model sebagai tahap pertama ini akan dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas, lalu untuk tahap kedua yaitu uji kualitas data akan dilakukan pengujian normalitas dan outlier, tahap ketiga uji structural model yang terdapat pengujian hipotesis dan goodness of fit.

Diterima ketika nilai dari CR > 1,96 atau dapat juga dilihat dalam nilai p yang < 0,05

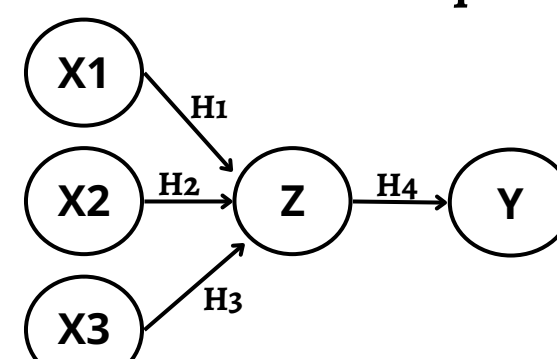
Hasil yang diperoleh yaitu :

- Interpersonal Influence berpengaruh positif terhadap Environmental Attitude konsumen di Gresik.
- Altruism berpengaruh positif terhadap Environmental Attitude konsumen di Gresik.
- Environmental Knowledge berpengaruh positif terhadap Environmental Attitude konsumen di Gresik.
- Environmental Attitude berpengaruh positif terhadap Green Purchasing Behavior konsumen di Gresik.



Metode Penelitian

Pendekatan yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif metode non probability sampling menggunakan teknik dari purposive sampling. Pengumpulan data digunakan dengan berbentuk kuesioner yang dibantu oleh google form. Penelitian ini mendapatkan jumlah sampel sebanyak 100 responden terdiri dari masyarakat Kabupaten Gresik. Hipotesis diuji melalui analisis pengolahan data menggunakan program AMOS 22 dengan metode Structural Equation Modelling (SEM)



X = Interpersonal Influence
Altruism
Environmental Knowledge
Z = Environmental Attitude
Y = Green Purchasing Behavior

Karakteristiknya:
1) Berusia sekitar 18-60
2) Domisili/berlokasi di Kabupaten Gresik
3) Mengetahui gaya hidup ramah lingkungan
4) Setidaknya secara langsung / sadar pernah melaksanakan/membeli atau mengonsumsi produk ramah lingkungan minimal 1 kali penggunaan.

Kesimpulan

Dari penelitian ini, konsumen merasa adanya dorongan yang kuat untuk membeli ketika mendapatkan perhatian orang lain dalam menyukai produk ramah lingkungan yang digunakannya terlebih dahulu, Kabupaten Gresik sebagai kawasan industri ini juga turut menyadarkan konsumen bahwa hal yang dilakukan bersama untuk kepentingan menjaga lingkungan bersama akan mendapatkan hasil dengan banyak manfaat. Tentu hal tersebut berasal dari konsumen yang merasa bahwa dirinya memiliki pengetahuan akan lingkungan yang cukup lalu merasa ketika melakukan pembelian produk ramah lingkungan akan lebih baik sekaligus mencari kemasan dari produk yang turut menggunakan bahan yang ramah lingkungan. Perilaku yang dilakukan akan sangat berguna untuk efektivitas juga memiliki andil dalam menjaga dan aman dari sampah plastik hingga dapat diterapkan sebagai green marketing.

