


**PERAN SIKAP DALAM MEMEDIASI PENGARUH
PENGETAHUAN TENTANG LINGKUNGAN DAN IKLAN
RAMAH LINGKUNGAN TERHADAP NIAT MEMBELI PRODUK
HIJAU PENDINGIN UDARA MEREK PANASONIC INVERTER
ECONAVI**

**(Studi Kasus Pada Produk AC Panasonic Inverter Econavi di Wilayah Meruya
Selatan, Jakarta Barat)**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Nama : Winda Septiani

NIM : 43112010101

**Program Studi S1 Manajemen
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2016**

**PERAN SIKAP DALAM MEMEDIASI PENGARUH
PENGETAHUAN TENTANG LINGKUNGAN DAN IKLAN
RAMAH LINGKUNGAN TERHADAP NIAT MEMBELI PRODUK
HIJAU PENDINGIN UDARA MEREK PANASONIC INVERTER
ECONAVI**

**(Studi Kasus Pada Produk AC Panasonic Inverter Econavi di Wilayah Meruya
Selatan, Jakarta Barat)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Mercu Buana Jakarta**



Nama : Winda Septiani

NIM : 43112010101

**Program Studi S1 Manajemen
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2016

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Winda Septiani

NIM : 43112010101

Program Studi : SI Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 27 Januari 2016



Winda Septiani

NIM : 43112010101

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Winda Septiani
NIM : 43112010101
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Peran Sikap Dalam Memediasi Pengaruh Pengetahuan Tentang Lingkungan dan Iklan Ramah Lingkungan Terhadap Niat Membeli Produk Hijau Pendingin Udara Merek Panasonic Inverter Econavi (Studi Kasus Pada Produk AC Panasonic Inverter Econavi di Wilayah Meruya Selatan, Jakarta Barat)
Tanggal Lulus Ujian : 11 Februari 2016

Disahkan Oleh :

Pembimbing,

Ketua Penguji



(Dr. Rina Astini, SE.,MM)

(Yennida Parmariza, S.Sos.,MM)

Tanggal : 18/2 2016

Tanggal : 17/2 / 2016

Dekan,

Ketua Program Studi

S1 Manajemen



(Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., MS., CA)

(Dr. Rina Astini, SE.,MM)

Tanggal : 18/2 /2016

Tanggal : 18/2 2016

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Peran Sikap Dalam Memediasi Pengaruh Pengetahuan Tentang Lingkungan dan Iklan Ramah Lingkungan Terhadap Niat Membeli Produk Hijau Pendingin Udara Merek Panasonic Inverter Econavi (Studi Kasus Pada Produk AC Panasonic Inverter Econavi di Wilayah Meruya Selatan, Jakarta Barat)”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis haturkan Alhamdulillah atas kekuatan Allah SWT yang telah mencurahkan anugerahnya dan ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Ibu Dr. Rina Astini, SE.,MM selaku dosen pembimbing skripsi dan Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis.
2. Kedua orang tua tercinta, Bapak Sugito dan Ibu Sulastri yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan motivasi untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
3. Kakak tersayang Mas Hendri Yuliyanto dan Mba Dhian serta keponakan tersayang vista dan cicyt, yang mendoakan dan memberikan dukungannya

serta memberikan banyak inspirasi untuk menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.

4. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
5. Ibu Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., MS., CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
6. Ibu Luna Haningsih SE.,ME dan Ibu Hesti Maheswari SE.,M.Si selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
7. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
8. Teman-teman satu bimbingan Widia, Marle, Agnes, Mentari, Fitri, Silfiya, Agfa, Lia, Bang Iskandar dan Saleh, yang telah bersama-sama saling mendukung untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman satu jurusan Manajemen angkatan 2012 serta pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terimakasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Jakarta, 27 Januari 2016

Winda Septiani

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRACT	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	13
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	15
1. Tujuan Penelitian	15
2. Kontribusi Penelitian	16

BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

A. Kajian Pustaka.....	17
1. Teori Pemasaran Hijau	17
a) Definisi Pemasaran Hijau	17
b) Dimensi Pemasaran Hijau.....	20
2. Definisi Produk Hijau.....	22
3. Definisi Perilaku Konsumen	23
4. Teori Pengetahuan Tentang Lingkungan	25
a) Pengertian Pengetahuan Tentang Lingkungan	25
b) Indikator Pengetahuan Tentang Lingkungan.....	29
5. Teori Iklan Ramah Lingkungan.....	29
a) Pengertian Iklan Ramah Lingkungan.....	29
b) Dimensi Iklan Ramah Lingkungan	31
c) Indikator Iklan Ramah Lingkungan	33

6. Teori Sikap Pada Lingkungan.....	34
a) Pengertian Sikap Pada Lingkungan.....	34
b) Dimensi Sikap Pada Lingkungan	35
c) Indikator Sikap Pada Lingkungan.....	36
7. Teori Niat Membeli Produk Hijau.....	37
a) Definisi Niat Membeli Produk Hijau	37
b) Indikator Niat Membeli Produk Hijau	38
8. Hasil Penelitian Terdahulu.....	39
9. Hubungan Antar Variabel Penelitian.....	43
B. Rerangka Pemikiran.....	45
C. Hipotesis.....	46

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	47
B. Desain Penelitian	47
C. Definisi dan Operasional Variabel.....	48
1. Definisi Variabel.....	48
2. Definisi Operasional Variabel.....	50
D. Pengukuran Variabel	53
E. Populasi dan Sampel Penelitian	54
1. Populasi Penelitian	54
2. Sampel Penelitian	54
F. Teknik Pengumpulan Data	55
G. Jenis Data Penelitian.....	57
H. Metode Analisis Data	58
1. Uji Statistik deskriptif.....	58
2. Uji Kualitas Data	58
a) Uji Validitas.....	58
b) Uji Reliabilitas.....	59
3. Metode Statistik	60
4. Tahap-tahap Dalam SEM.....	62
5. Pengujian Hipotesis	69

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum AC Panasonic Inverter Econavi	70
B. Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	72
1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	72
2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	73
3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	74
4. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	75
5. Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan	76
C. Uji Asumsi dan Kualitas Instrumen Penelitian	77
1. Uji Kecocokan Model Pengukuran untuk Masing-Masing Variabel Penelitian	77
2. Uji Kecocokan Keseluruhan Model Pengukuran	88
3. Uji Kecocokan Model Struktural (Uji T-Value).....	93
D. Pengujian Hipotesis Penelitian.....	95
E. Pembahasan Hasil Penelitian	98

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan.....	104
B. Saran	106

DAFTAR PUSTAKA	110
LAMPIRAN	113

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

No.	Keterangan	Halaman
	Survey Kepedulian Masyarakat terhadap Lingkungan	
	Oleh AC Nielsen	2
	Green Product di Indonesia.....	5
	Market Share Product AC di Indonesia.....	9
2.1	Jenis Pencemaran dan Akibat yang Ditimbulkan	27
	Definisi Operasional Variabel	50
	Instrumen Skala Likert	53
	Goodness of Fit Index	66
	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin Responden.....	72
	Karakteristik Berdasarkan Usia Responden.....	73
	Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan Responden.....	74
	Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir Responden	75
	Karakteristik Berdasarkan Penghasilan/bulan Responden.....	76
	Uji Validitas Variabel Pengetahuan Tentang Lingkungan.....	78
	Uji Validitas Variabel Iklan Ramah Lingkungan	81
	Uji Validitas Variabel Sikap Pada Lingkungan.....	83
	Uji Validitas Variabel Niat Beli Hijau.....	86
	Hasil Uji Kecocokan Model Pengukuran (Non Modifikasi)	90
	Hasil Uji Kecocokan Model Pengukuran (Modifikasi).....	92
	Hasil Uji Kecocokan Struktural Model Penelitian	95
	Hasil Pengujian Hipotesis	96

DAFTAR GAMBAR

No.	Keterangan	Halaman
	Produk AC Panasonic Inverter Econavi.....	7
	Diagram Minat Beli produk AC Panasonic Inverter Econavi.....	10
	Komponen Sikap Konsumen	35
	Rerangka Pemikiran Pada Penelitian.....	45
	Model Pengukuran Variabel Pengetahuan Tentang Lingkungan	78
	Model Pengukuran Variabel Iklan Ramah Lingkungan.....	80
	Model Pengukuran Variabel Sikap Pada Lingkungan	83
	Model Pengukuran Variabel Niat Beli Hijau.....	86
	Model Pengukuran Konstruk Variabel Penelitian (Non Modifikasi)...	89
	Model Pengukuran Konstruk Variabel Penelitian (Modifikasi)	91
	Model Struktural (T-Value)	94



DAFTAR LAMPIRAN

Keterangan	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	113
Lampiran 2 Kuesioner Pra-Penelitian	118
Lampiran 3 Hasil Kuesioner Pra-Penelitian	119
Lampiran 4 Hasil Kuesioner Penelitian	121
Lampiran 5 Hasil Uji Statistik Deskriptif	127
Lampiran 6 Model Pengukuran Untuk Masing-Masing Variabel Penelitian	134
Lampiran 7 Hasil Uji Kecocokan Keseluruhan Model Pengukuran (Non Modifikasi).....	138
Lampiran 8 Hasil Uji Kecocokan Keseluruhan Model Pengukuran (Modifikasi).....	141
Lampiran 9 Hasil Uji Kecocokan Model Struktural (Uji T-Value)	143

UNIVERSITAS
MERCU BUANA