



PENGARUH *BIOSPHERIC VALUE ORIENTATION, EGOISTIC VALUE ORIENTATION* DAN *ENVIRONMENTAL SELF-IDENTITY* TERHADAP *ATTITUDE* SERTA IMPLIKASINYA PADA *GREEN BEHAVIOR CONSUMER* TERHADAP *REUSABLE BAG* DI MINIMARKET

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Studi Ekonomi dan Bisnis

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

FEBRIAN VINGKY NURFITRIANA

55119120011

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

TAHUN 2021

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Pengaruh *Biospheric Value Orientation, Egoistic Value Orientation* dan *Environmental Self-Identity* Terhadap *Attitude* Serta Implikasinya Pada *Green Behavior Consumer* Terhadap *Reusable Bag* di Minimarket

Bentuk Tesis : Penelitian / Kajian Masalah

Nama : Febrian Vingky Nurfitriana

NIM : 55119120011

Program : Ekonomi dan Bisnis (MM)

Tanggal : 24 Maret 2022

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana. Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahan data yang disajikan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 24 Maret 2022



(Febrian Vingky Nurfitriana)

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Biospheric Value Orientation, Egoistic Value Orientation dan Environmental Self-Identity Terhadap Attitude Serta Implikasinya Pada Green Behavior Consumer Terhadap Reusable Bag di Minimarket

Bentuk Tesis : Penelitian / Kajian Masalah

Nama : Febrian Vingky Nurfitriana

NIM : 55119120011

Program : Ekonomi dan Bisnis

Tanggal :

Mengesahkan
Pembimbing



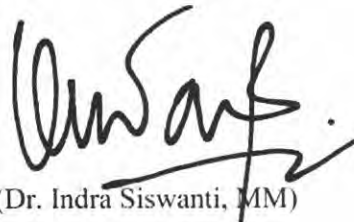
UNIVERSITAS
MERCU BUANA
(Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi Magister
Manajemen



(Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE,
M.Si)



(Dr. Indra Siswanti, MM)

PERNYATAAN SIMILARITY CHECK

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang di tulis oleh :

Nama : Febrian Vingky Nurfittiatta

NIM : 55119120011

Program : Magister Manajemen

Dengan judul :

Pengaruh Biospheric Value Orientation, Egoistic Value Orientation dan Environmental Self-Identity Terhadap Attitude Serta Implikasinya Pada Green Behavior Consumer Terhadap Reusable Bag di Minimarket, telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 24 Maret 2022 didapatkan nilai persentase sebesar 24%



Jakarta 24 Maret 2022

Administrator Turnitin

Arie Psngudi, A.Md

ABSTRACT

This research was conducted to find out the responses and attitudes of the public from the use of reusable bags when shopping at ritel stores. By going through the variables of biospheric value, egoistic value, environmental self-identity towards reintegration to use reusable bags mediated by attitude when shopping at ritel stores. This research was conducted by 160 respondents who had made transactions in retail stores and used reusable bags when shopping and living in Jabodetabek. Measurement of the sample in this study using purposive sampling technique and the approach used is the Structural Equation Model (SEM) with the SmartPLS analysis tool. The results of this study state that biospheric value has a positive and significant effect on attitude, egoistic value has a positive but not significant effect on attitude, environmental self-identity has a positive and significant effect on attitude, biospheric value has a positive and significant effect on reintegration to use, and egoistic value has a positive effect. and significant on reintegration to use, environmental self-identity has a positive but not significant effect on reintegration to use, attitude has a positive and significant effect on reintegration to use, attitude as a mediation can influence biospheric value on reintegration to use, attitude as a mediation can affect environmental self-identity to reintegration to use, but attitude as a mediation is not able to influence the egoistic value of people's reintegration to use in reusing reusable bags when shopping.

Keywords: *Biospheric Value, Egoistic Value, Environmental Self-Identity, Attitude, Reintegration to use, Reusable bag.*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tanggapan serta sikap masyarakat dari penggunaan *reusable bag* saat berbelanja di toko ritel. Dengan melalui variabel *biospheric value*, *egoistic value*, *environmental self-identity* terhadap *reintention to use reusable bag* yang dimediasi oleh *attitude* saat berbelanja di toko ritel. Objek dalam penelitian ini adalah seseorang yang pernah menggunakan *reusable bag* saat berbelanja di toko ritel yang berdomisili di Jabodetabek. Pada penelitian ini dilakukan oleh 160 responden yang pernah melakukan transaksi di toko ritel dan menggunakan *reusable bag* saat berbelanja dan berdomisili di Jabodetabek. Pengukuran sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dan pendekatan yang digunakan adalah *Structural Equation Model* (SEM) dengan alat analisis *SmartPLS*. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa *biospheric value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude*, *egoistic value* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap *attitude*, *environmental self-identity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude*, *biospheric value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *reintention to use*, *egoistic value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *reintention to use*, *environmental self-identity* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap *reintention to use*, *attitude* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *reintention to use*, *attitude* sebagai mediasi mampu mempengaruhi *biospheric value* terhadap *reintention to use*, *attitude* sebagai mediasi mampu mempengaruhi *environmental self-identity* terhadap *reintention to use*, tetapi *attitude* sebagai mediasi tidak mampu mempengaruhi *egoistic value* terhadap *reintention to use* masyarakat dalam menggunakan kembali *reusable bag* saat berbelanja.

Kata Kunci: *Biospheric Value*, *Egoistic Value*, *Environmental Self-Identity*, *Attitude*, *Reintention to use*, *Reusable bag*.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat dan salam senantiasa tercurah kepada Rasulullah SAW yang mengantarkan manusia dari zaman kegelapan ke zaman yang terang benderang ini. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian syarat guna mencapai gelar Pasca Sarjana Manajemen di Universitas Mercu Buana.

Dalam penyusunan Tesis ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Secara khusus penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si sebagai pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, masukan dan diskusi yang intensif terkait tesis penulis. Dan penulis menyadari bahwa tesis ini dapat terselesaikan dengan adanya dukungan dari berbagai pihak baik moril maupun materil. Oleh karena itu, izinkan penulis untuk menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, MS, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Indra Siswanti, MM, selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen, Pascasarjana, Universitas Mercu Buana.
4. Kedua orang tua, ayah tercinta Dasam Edi Susanto dan ibu tersayang Y. Sri Purwaningsih yang telah memberikan dukungan baik moril maupun materil serta

doa yang tiada henti-hentinya kepada penulis. Serta segenap keluarga dan teman yang telah menyemangati dan membantu penyelesaian thesis ini.

5. Bapak Dudi Permana, Ph.D, selaku Dosen Jurusan Marketing Research yang telah berkenan memberikan ilmu dan solusi pada setiap permasalahan atas kesulitan dalam penulisan thesis ini.
6. Mas Farley Dharmawan selaku Asisten Dosen Pembimbing yang telah berkenan membantu saya menyelesaikan thesis ini, baik dari sisi penulisan maupun usulan materi kesesuaian dalam penelitian.
7. Seluruh teman-teman seangkatan 2019/2021 di Universitas Mercu Buana.
8. Dan kepada seluruh responden yang telah membantu menjawab kuesioner pada penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari kata 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. Akhir kata penulis menyampaikan semoga Tesis ini dapat bermanfaat bagi penulis dan para pembaca pada umumnya.

Jakarta, Juni 2 2021



Penulis,
(Febrian Vingky Nurfitriana)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN <i>SIMILARITY CHECK</i>	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Rumusan Masalah Penelitian.....	19
1.3. Tujuan Penelitian	20
1.4. Kontribusi Penelitian.....	21
BAB II	23
KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	23
2.1. Kajian Teori.....	23
2.2. Penelitian Terdahulu.....	34
2.3. Pengembangan Hipotesis dan Hubungan Antar Variabel	40
2.3.1. Hubungan Antar Variabel	40
2.3.2. Rerangka Konseptual	48
BAB III.....	50
METODE PENELITIAN	50
3.1. Desain Penelitian	50
3.2. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	50
3.2.1. Variabel Independen (X).....	50
3.2.2. Operasional Variabel.....	52
3.2.3. Pengukuran Variabel.....	53
3.3. Populasi dan Sampel	54
3.4. Metode Pengumpulan Data	56

3.5. Metode Analisis Data	57
BAB IV	65
HASIL DAN PEMBAHASAN	65
4.1. Gambaran Umum Object Penelitian	65
4.2. Populasi dan Sampel	65
4.3. Statistik Deskriptif	66
4.3.1. Deskripsi Responden	67
4.3.2. Deskripsi <i>Screening</i> Kuisisioner	71
4.3.3. Deskripsi Variabel	74
4.4. Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS)	80
4.4.1. Evaluasi Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	81
4.4.2. Pengujian Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	89
4.4.3. Pembahasan Hasil Penelitian	96
BAB V	110
KESIMPULAN DAN SARAN	110
5.1. Kesimpulan	110
5.2. Saran	115
DAFTAR PUSTAKA	121
LAMPIRAN	136

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Kota yang Memberlakukan Larangan Kantong Plastik Sekali Pakai	10
Tabel 1. 2 Penerapan Green Marketing Pada Perusahaan	11
Tabel 1. 3 Pernyataan Pada Pra-survey	14
Tabel 1. 4 Hasil Pra-survey	16
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	34
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel	52
Tabel 3. 2 Skala Likert	54
Tabel 3. 3 Nilai Konversi Mean	58
Tabel 4. 1 Proses Penyebaran Kuisisioner	66
Tabel 4. 2 Jenis Kelamin Responden	67
Tabel 4. 3 Usia Responden	67
Tabel 4. 4 Status Pernikahan Responden	68
Tabel 4. 5 Jenis Pekerjaan Responden	69
Tabel 4. 6 Pendapatan Responden	70
Tabel 4. 7 Kapasitas Responden Berbelanja di Toko Ritel Modern	71
Tabel 4. 8 Pendapat Responden Terkait Pentingnya Ramah Lingkungan ...	71
Tabel 4. 9 Penggunaan Tas Ramah Lingkungan	72
Tabel 4. 10 Pendapat Responden Terkait Tas Ramah Lingkungan	73
Tabel 4. 11 Frekuensi Responden dalam Penggunaan Tas Ramah Lingkungan	74
Tabel 4. 12 Hasil Uji Statistik Deskriptif Biospheric Value	75

Tabel 4. 13 Hasil Uji Statistik Deskriptif Egoistic Value.....	76
Tabel 4. 14 Hasil Uji Statistik Deskriptif Environmental Self-Identity	77
Tabel 4. 15 Hasil Uji Statistik Deskriptif Attitude	78
Tabel 4. 16 Hasil Uji Statistik Deskriptif Reintention to use	79
Tabel 4. 17 Hasil Pengujian Convergent Validity	81
Tabel 4. 18 Hasil Pengujian Convergent Validity Modifikasi	83
Tabel 4. 19 Hasil Uji Discriminant Validity (Cross Loading).....	85
Tabel 4. 20 Hasil Pengujian Discriminant Validity (Fornell Larcker Critetion)	86
Tabel 4. 21 Hasil Pengujian Discriminant Validity (Heterotrait-Monotrait Ratio)	87
Tabel 4. 22 Hasil Pengujian Average Variance Extracted (AVE).....	88
Tabel 4. 23 Hasil Pengujian Composite Reliability dan Cronbach's Alpha..	89
Tabel 4. 24 Hasil Uji Nilai R-Square (R²).....	90
Tabel 4. 25 Hasil Uji F Square Pengaruh Variabel Independen terhadap Attitude	91
Tabel 4. 26 Hasil Uji F Square Pengaruh Variabel Independen terhadap Reintention to use.....	91
Tabel 4. 27 Hasil Analisis VIF Inner Model	91
Tabel 4. 28 Hasil Pengujian Hipotesis	93
Tabel 4. 29 Hasil Pengujian Redudansi Validasi Silang Konstruk	94
Tabel 4. 30 Hasil Pengujian Komunalitas Validasi Silang Konstruk.....	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Proyeksi Timbulan Sampah di Indonesia	2
Gambar 1. 2 Pembuangan sampah dari muara sungai ke Teluk Jakarta sebelum pandemi (Maret – April 2016) dan selama pandemi (Maret – April 2020)	3
Gambar 1. 3 Persentase jenis sampah berdasarkan jumlah (atas) dan berat (bawah) dari Sungai Cilincing dan Marunda sebelum (Maret – April 2016) dan selama pandemi (Maret – April 2020)	4
Gambar 1. 4 Sampah APD Yang Ditemukan.....	5
Gambar 1. 5 Komposisi Sampah Rumah Tangga Berdasarkan Jenis Sampah	7
Gambar 1. 6 Negara Penghasil Sampah Plastik Terbanyak 2015.....	8
Gambar 1. 7 Indonesia Penyumbang Sampah Plastik Terbesar Kedua	9
Gambar 2. 1 Model Theory of Planned Behavior.....	26
Gambar 2. 2 Rerangka Konseptual.....	48
Gambar 4. 1 Hasil Alogaritma PLS_1.....	82
Gambar 4. 2 Hasil Alogaritma PLS (modifikasi).....	84
Gambar 4. 3 Hasil Pengujian Bootstrapping.....	92

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1: KUISIONER PENELITIAN.....	136
LAMPIRAN 2: REKAPITULASI HASIL KUISIONER.....	142
LAMPIRAN 3: OLAH DATA PLS.....	146

