

***THE INFLUENCE OF ENVIRONMENTAL CONCERN,  
WILLINGNESS TO PAY A PREMIUM, ATTITUDE, AND  
PRODUCT KNOWLEDGE TO PURCHASE INTENTION OF  
ECO-FRIENDLY BOTTLED WATER***

**SKRIPSI**



**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**  
Nama : Suci Novia Nabila  
NIM : 43120010317

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2024**

***THE INFLUENCE OF ENVIRONMENTAL CONCERN,  
WILLINGNESS TO PAY A PREMIUM, ATTITUDE, AND  
PRODUCT KNOWLEDGE TO PURCHASE INTENTION OF  
ECO-FRIENDLY BOTTLED WATER***

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



**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**  
Nama : Suci Novia Nabila  
NIM : 43120010317

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA**

**2024**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Suci Novia Nabila

NIM : 43120010317

Program Studi : Manajemen

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

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 10 Juni 2023

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



Suci Novia Nabila

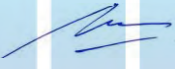
43120010317

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Suci Novia Nabila  
NIM : 43120010317  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : The Influence of Environmental Concern, Willingness To Pay a Premium, Attitude, and Product Knowledge to Purchase Intention of Eco-Friendly Bottled Water  
Tanggal Sidang : 09 Agustus 2024

Disahkan oleh :

Pembimbing

  
Mas Wahyu Wibowo, MBA., Ph.D

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Manajemen

Ketua Program Studi S1

  
Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA

  
Dudi Permana, Ph.D

LPTA 04244142



Please Scan QRCode to  
[Verify](#)

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji serta menganalisis pengaruh *Environmental concern*, *Willingness To Pay a Premium*, *Attitude*, dan *Product knowledge* terhadap *Purchase intention* produk Air Minum Dalam Kemasan Ramah Lingkungan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Air Minum Dalam Kemasan di Jabodetabek dan seluruh Ibu Kota Pulau Jawa. Sampel yang dipergunakan adalah sebanyak 129, dihitung berdasarkan *software G\*Power* versi 3.1.9.4. Metode penarikan sampel menggunakan *purposive sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan instrumen penyebaran kuisioner. Metode analisis data menggunakan *Partial Least Square (PLS)* versi 4.0. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa *Environmental concern* tidak berpengaruh terhadap *Purchase intention* produk AMDK ramah lingkungan, *Willingness To Pay a Premium* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase intention* produk AMDK ramah lingkungan. *Attitude* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase intention* produk AMDK ramah lingkungan. *Product knowledge* tidak berpengaruh terhadap *Purchase intention* produk AMDK ramah lingkungan.

Kata Kunci: *Environmental concern*, *Willingness To Pay a Premium*, *Attitude*, *Product knowledge*, *Purchase intention*, Air Minum Dalam Kemasan ramah lingkungan.



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## **ABSTRACT**

*This study aims to examine and analyze the influence of Environmental Concern, Willingness to Pay a Premium, Attitude, and Product Knowledge on Purchase Intention of eco-friendly bottled water products. The population in this study consists of all consumers of bottled water in the Greater Jakarta area (Jabodetabek) and all capital cities of Java Island. The sample used includes 129 respondents, calculated based on G\*Power software version 3.1.9.4. The sampling method used purposive sampling. Data collection was carried out using a questionnaire as the instrument. Data analysis was conducted using Partial Least Squares (PLS) version 4.0. The results of this study prove that Environmental Concern has no effect on Purchase Intention of eco-friendly bottled water products, Willingness to Pay a Premium has a positive and significant effect on the Purchase Intention of eco-friendly bottled water products, Attitude has a positive and significant effect on the Purchase Intention of eco-friendly bottled water products, and Product Knowledge has no effect on Purchase Intention of eco-friendly bottled water products.*

*Keywords: Environmental concern, Willingness To Pay a Premium, Attitude, Product knowledge, Purchase intention, Eco-friendly Bottled Water.*



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji dan Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas seluruh Rahmat, anugerah, serta karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul *“The Influence of Environmental concern, Willingness To Pay a Premium, Attitude, and Product knowledge To Purchase intention of Eco-friendly Bottled Water”*. Skripsi ini merupakan salah satu syarat guna untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini juga tidak lepas dari bimbingan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Bapak Mas Wahyu Wibowo, MBA., Ph.D selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, kritik, saran, pengetahuan, waktu, serta motivasi dan nasehat yang sangat bermanfaat bagi penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan tepat waktu. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Andriyansyah, M. Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, MM, Ph.D selaku ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

4. Bapak Dr. Eri Marlapa, SE, MM selaku sekretaris Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
5. Ibu Daru Asih, Dr., M.Si selaku dosen mata kuliah Metodologi Penelitian Pemasaran yang telah banyak memberikan ilmu, motivasi, serta semangat kepada penulis dari awal perkuliahan hingga saat ini.
6. Bapak Onggo Pramudito, ST, MM selaku dosen Tugas Akhir yang telah banyak memberikan saran, motivasi, serta nasihat, dan pengetahuan yang mendalam terhadap proses penelitian.
7. Seluruh dosen dan staff Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah mencurahkan segenap ilmu yang bermanfaat dan tidak terbatas kepada peneliti.
8. Kedua orang tua tercinta dan teristimewa yang selalu memberikan doa, semangat, dorongan, serta dukungan moral dan material yang tiada hentinya dan selalu memberikan banyak inspirasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini agar dapat menyelesaikan pendidikan di Universitas Mercu Buana.
9. Abang dan adik tersayang yang turut membantu dan memberikan dukungan serta semangat kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
10. Keluarga besar Universitas Mercu Buana, khususnya sahabat seperjuangan di warung emak Fania, Hana, Zoya, Amelia, Raihan, Adi,



Ica, Aldo, Firsya, Siti, Nisrina, Adela teman seperbimbingan Pak Wibi, dan teman-teman Squad ex 2017 yang selalu menemani dan memberikan dukungan, semangat, dan Kerjasama selama ini. Penulis berharap kita semua bisa lulus bersama di waktu yang tepat.

11. Kepada diri sendiri yang selalu bertahan, berusaha untuk melawan rasa malas, sedih, kecewa sehingga mampu bangkit kembali dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa bahwa dalam penyelesaian skripsi ini tidak luput dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan pengetahuan khususnya bagi penulis, bagi bidang pendidikan, dan pembaca serta pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 19 Mei 2024



Suci Novia Nabila

43120010317

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
ABSTRAK .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah .....	18
C. Tujuan Penelitian .....	19
D. Kontribusi Penelitian .....	19
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS ....</b>	<b>21</b>
A. Kajian Pustaka.....	21
1. Perilaku Konsumen .....	21
2. <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB).....	24
3. <i>Value-Belief Norm Theory</i> (VBN).....	28
4. <i>Triple bottom line Theory</i> (TBL).....	30
5. <i>Purchase intention</i> .....	33
6. <i>Environmental concern</i> .....	37
7. <i>Willingness To Pay a Premium</i> .....	40
8. <i>Attitude</i> .....	45
9. <i>Product knowledge</i> .....	48
B. Penelitian Terdahulu .....	51
C. Pengembangan Hipotesis.....	57
D. Kerangka Konseptual.....	61
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>64</b>

A.	Waktu dan Tempat Penelitian .....	64
B.	Desain Penelitian .....	64
C.	Definisi Operasionalisasi Variabel.....	65
1.	Definisi Variabel.....	65
2.	Operasionalisasi Variabel .....	68
D.	Skala Pengukuran Variabel .....	70
E.	Populasi dan Sampel Penelitian .....	71
1.	Populasi Penelitian .....	71
2.	Sampel Penelitian.....	72
F.	Metode Pengumpulan Data.....	73
G.	Metode Analisis Data.....	74
1.	Statistik Deskriptif.....	75
2.	Analisis <i>Partial Least Square</i> (PLS) .....	75
3.	Langkah-langkah Pengujian PLS .....	77
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>84</b>
A.	Gambaran Umum Perusahaan dan Subjek Penelitian .....	84
B.	Statistik Deskriptif .....	85
1.	Deskripsi Responden.....	86
C.	Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS) .....	95
1.	Evaluasi <i>Measurement Model</i> ( <i>Outer model</i> ).....	96
2.	Evaluasi <i>Structural Model</i> ( <i>Inner Model</i> ) .....	106
D.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	111
1.	Pengaruh <i>Environmental concern</i> terhadap <i>Purchase intention</i> (H1).....	112
2.	Pengaruh <i>Willingness To Pay a Premium</i> terhadap <i>Purchase intention</i> (H2) .....	113
3.	Pengaruh <i>Attitude</i> terhadap <i>Purchase intention</i> (H3).....	115
4.	Pengaruh <i>Product knowledge</i> terhadap <i>Purchase intention</i> (H4).....	116
<b>BAB V</b>	<b>SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>119</b>
A.	Simpulan .....	119

B. Saran.....	121
<b>DAFTAR PURTAKA .....</b>	<b>129</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>140</b>



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Fenomena Gap.....	51
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	51
Tabel 3. 1 Operasional Variabel .....	69
Tabel 3. 2 Skala Likert .....	70
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden .....	86
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	87
Tabel 4. 3 Jenjang Pendidikan Responden.....	88
Tabel 4. 4 Pekerjaan Responden .....	89
Tabel 4. 5 Pendapatan Responden.....	91
Tabel 4. 6 Wilayah Tempat Tinggal Responden.....	92
Tabel 4. 7 AMDK yang Paling Banyak Diketahui Responden .....	94
Tabel 4. 8 Hasil Uji <i>Factor Loading</i> .....	96
Tabel 4. 9 Hasil Uji <i>Composite Reliability</i> .....	99
Tabel 4. 10 Hasil Uji <i>Convergent Validity (AVE)</i> .....	100
Tabel 4. 11 Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Heterotrait-Monotrait (HTMT))</i> .....	101
Tabel 4. 12 Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Fornell Larcker Criterion)</i> .....	102
Tabel 4. 13 Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i> .....	103
Tabel 4. 14 Hasil Uji <i>Collinearity Statistic (VIF)</i> .....	105
Tabel 4. 15 Hasil Uji Model <i>Fit</i> .....	105
Tabel 4. 16 Hasil Uji Nilai <i>R-Square (R<sup>2</sup>)</i> .....	106
Tabel 4. 17 Hasil Uji Nilai <i>f<sup>2</sup> (Effect Size)</i> .....	107
Tabel 4. 18 Hasil Uji Nilai <i>Q Square Predict</i> .....	108
Tabel 4. 19 Hasil Uji Hipotesis .....	109

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Top Brand AMDK di Indonesia (2023).....	2
Gambar 1. 2 Alasan Konsumen Memilih Produk ramah Lingkungan.....	4
Gambar 1. 3 Aksi Lingkungan Terbaik di Mata Konsumen Global (2023)....	5
Gambar 1. 4 Komposisi Sampah Berdasarkan Jenis Sampah (2023) .....	7
Gambar 1. 5 Jangka Waktu Penguraian Berbagai Jenis Sampah .....	8
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual .....	62
Gambar 4. 1 Hasil <i>Algorithm</i> PLS .....	97
Gambar 4. 2 Hasil Uji <i>Bootsrapping</i> .....	111

