

**ANALISIS PENGARUH KARAKTERISTIK KONSUMEN DAN
FAKTOR SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK RAMAH LINGKUNGAN
(Studi Kasus Masyarakat Kota Metro)**

SKRIPSI



Oleh:
DANI SEPTIAN SAPUTRA
NPM. 16610015

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO
2022**



**ANALISIS PENGARUH KARAKTERISTIK KONSUMEN DAN
FAKTOR SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK RAMAH LINGKUNGAN
(Studi Kasus Masyarakat Kota Metro)**

SKRIPSI

Diajukan
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi Manajemen

Oleh:
DANI SEPTIAN SAPUTRA
NPM. 16610015

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO
2022**

ABSTRAK

Dani Septian Saputra. 2021. *Analisis Pengaruh Karakteristik Konsumen dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ramah Lingkungan (Studi Kasus Masyarakat Kota Metro)*. Skripsi. Program Studi manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (1) H. Suwanto, S.E., M.M. (2) Fitriani, S.E., M.M.

Kata kunci: Karakteristik Konsumen, Faktor Sosial, Keputusan Pembelian.

Kepedulian lingkungan merupakan sikap simpati seseorang terhadap keadaan lingkungan. Munculnya kepedulian terhadap lingkungan dapat mengubah seseorang dalam menentukan produk yang akan dipilih dengan mempertimbangkan dampak yang akan terjadi pada lingkungan. Perusahaan mulai lebih memperhatikan green marketing di beberapa industri, namun demikian, tidak semua perusahaan memiliki cukup kemampuan untuk melakukan strategi pemasaran hijau. Oleh karena itu diperlukan upaya untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang terkait dengan keputusan pembelian produk ramah lingkungan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh karakteristik konsumen dan faktor sosial terhadap keputusan pembelian produk ramah lingkungan pada masyarakat Kota Metro.

Desain penelitian adalah penelitian kuantitatif atau penelitian verifikatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *explanatory survey*. Objek dalam penelitian ini adalah karakteristik konsumen, faktor sosial dan keputusan pembelian produk ramah lingkungan. Kegiatan penelitian ini dilakukan di Kota Metro. Populasi penelitian adalah konsumen di Kota Metro dengan jumlah sampel yang diambil sebanyak 96 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner. Alat analisis yang digunakan adalah menggunakan analisa kualitas data dan analisis regresi linier berganda dengan program SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan secara partial karakteristik konsumen dan faktor sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk ramah lingkungan. Secara simultan juga menunjukkan bahwa karakteristik konsumen dan faktor sosial berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian produk ramah lingkungan.

ABSTRACT

Dani Septian Saputra. 2021. Analysis of the Effect of Service Quality, Facilities and Location on Customer Satisfaction at Bengkel Mulia Motor. Undergraduate Thesis. Management Study Program, Economic and Business Faculty. Muhammadiyah University of Metro. Advisor (1) Yateno, S.E., M.M. (2) Nina Lelawati, S.E., M.M.

Keywords: Consumer Characteristics, Social Factors, Purchase Decision

Environmental care is a person's sympathetic attitude towards the state of the environment. The emergence of concern for the environment can change a person in determining which product to choose by considering the impact that will occur on the environment. Companies are starting to pay more attention to green marketing in several industries, however, not all companies have enough ability to carry out green marketing strategies. Therefore, efforts are needed to find out what factors are related to purchasing decisions for environmentally friendly products. This study aims to determine the effect of consumer characteristics and social factors on purchasing decisions of environmentally friendly products in the people of Metro City.

The research design is quantitative research or verification research. The method used in this research is the explanatory survey method. The objects in this study are consumer characteristics, social factors and purchasing decisions for environmentally friendly products. This research activity was conducted in Metro City. The research population is consumers in Metro City with a total sample of 96 respondents. Data collection techniques using questionnaires. The analytical tool used is data quality analysis and multiple linear regression analysis with SPSS program.

The results of the study partially show that consumer characteristics and social factors have a significant effect on purchasing decisions for environmentally friendly products. Simultaneously also shows that consumer characteristics and social factors have a significant effect together on purchasing decisions for environmentally friendly products.

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH KARAKTERISTIK KONSUMEN DAN
FAKTOR SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK RAMAH LINGKUNGAN
(Studi Kasus Masyarakat Kota Metro)**

DANI SEPTIAN SAPUTRA

NPM. 16610015

Pembimbing I



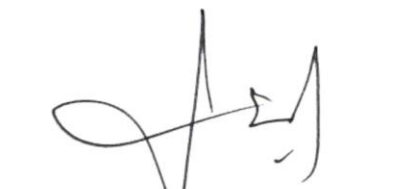
H. Suwanto, S.E., M.M.
NIDN. 0210036801

Pembimbing II



Fitriani, S.E., M.M.
NIDN. 0206068604

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. H. Febriyanto, S.E., M.M.
NIDN. 0223027901

HALAMAN PERSETUJUAN PENGUJI

**ANALISIS PENGARUH KARAKTERISTIK KONSUMEN DAN
FAKTOR SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK RAMAH LINGKUNGAN
(Studi Kasus Masyarakat Kota Metro)**

DANI SEPTIAN SAPUTRA
NPM. 16610015

Telah Diuji dan Dinyatakan Lulus Pada:

Hari : Jum'at
Tanggal : 4 Februari 2022
Tempat Ujian : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro

Tim Penguji,

H. Suwanto, S.E., M.M.
NIDN. 0210036801

Ketua Penguji



Fitriani, S.E., M.M.
NIDN: 0206068604

Sekretaris



Ratmono, S.E., M.M.
NIDN: 0220076001

Penguji Utama



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



H. Suwanto, S.E., M.M.
NIDN: 0210036801

MOTTO

"Hasbunallah wa nikmal wakil, Nikmal maula wa Nikman Nasir"

(Ali Imron, ayat 173)

"Jika orang berpegang pada keyakinan, maka hilanglah kesangsian. Tetapi, jika orang sudah mulai berpegang pada kesangsian, maka hilanglah keyakinan."

(Sir Francis Bacon)

PERSEMBAHAN

Rasa syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Skripsi ini kupersembahkan kepada:

1. Bapak dan Ibu tercinta yang telah memberikan kasih sayang, semangat motivasi dalam menyelesaikan pendidikan dan yang tak pernah berhenti memberikan do'a serta dukungan secara moral maupun materi sampai detik ini demi keberhasilan study anakmu.
2. Kakak dan adik-adik, yang selalu memberikan semangat, dukungan serta do'a.
3. Untuk seluruh keluargaku yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang juga ikut mendukung dan memberikan saran, kritik serta motivasi.
4. Untuk Pembimbing I dan II serta Penguji Utama yang telah banyak memberikan masukan dalam penyelesaian skripsi ini
5. Serta Almamater Kebanggaan Universitas Muhammadiyah Metro.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulisan proposal Skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Maksud dari skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Metro. Judul dari Skripsi ini adalah: Analisis Pengaruh Karakteristik Konsumen dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ramah Lingkungan (Studi Kasus Masyarakat Kota Metro). Dalam proses penyusunan skripsi ini penulis tidak lepas dari bantuan beberapa pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Drs. H. Jazim Ahmad, M.Pd., Rektor Universitas Muhammadiyah Metro
2. Suwanto, S.E., M.M., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro, sekaligus Pembimbing I Proposal Skripsi.
3. Dr. H. Febriyanto, S.E., M.M. Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.
4. Fitriani, S.E., M.M., selaku Pembimbing II Penyusunan proposal skripsi ini
5. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Akhirnya semoga skripsi ini dapat berguna bagi kita semua, sekaligus sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Metro.

Metro, Februari 2022
Penulis,



Dani Septian Saputra

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dani Septian Saputra

NPM : 16610015

Prodi : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Karakteristik Konsumen dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ramah Lingkungan (Studi Kasus Masyarakat Kota Metro)” adalah benar hasil karya tulisan saya sendiri dan tidak merupakan plagiat dari karya orang lain, yang merupakan salah satu syarat dalam penyelesaian program S-1 pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.

Semua sumber data dan informasi yang saya gunakan dan saya peroleh dalam skripsi saya ini telah saya nyatakan dengan jelas dan benar apa adanya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Apabila dikemudian hari pernyataan ini tidak benar saya bersedia menerima sanksi yang ditetapkan oleh universitas.

Metro, Februari 2022



Dani Septian Saputra
NPM. 16610015



**UNIT PUBLIKASI ILMIAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
METRO**



SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (SIMILARITY CHECK)

Nomor: 2645/II.3.AU/F/UPI-UK/2022

Unit Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Metro dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : DANI SEPTIAN SAPUTRA
NPM : 16610015
Jenis Dokumen : SKRIPSI

JUDUL:

**ANALISIS KARATERISTIK KONSUMEN DAN FAKTOR SOSIAL
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK RAMAH
LINGKUNGAN**

Telah dilakukan validasi berupa Uji Kesamaan (*Similarity Check*) dengan menggunakan aplikasi *Turnitin*. Dokumen yang telah diperiksa dinyatakan telah memenuhi syarat bebas uji kesamaan (*similarity check*) dengan persentase $\leq 20\%$. Hasil pemeriksaan uji kesamaan terlampir.

Demikian kami sampaikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.



Metro, 23 Februari 2022
Kepala Unit,

Swaditya Rizki, S.Si., M.Sc.
NIDN. 0224018703

Alamat:

Jl. Ki Hajar Dewantara No.116
Iringmulyo, Kec. Metro Timur Kota
Metro, Lampung, Indonesia

Website: www.upi.ummetro.ac.id
E-mail: upi@ummetro.ac.id

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN COVER	i
HALAMAN LOGO	ii
HALAMAN JUDUL	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT	v
PERSETUJUAN	vi
PENGESAHAN	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN.....	ix
KATA PENGANTAR	x
PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	xi
SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (<i>SIMILARITY CHECK</i>)	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
 BAB I. PENDAHULUAN	 1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Identifikasi dan Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Kegunaan Penelitian	5
E. Ruang Lingkup Penelitian	5
F. Sistematika Penulisan.....	6
 BAB II KAJIAN LITERATUR	 7
A. Kajian Literatur	7
1. Manajemen Pemasaran.....	7
2. Karakteristik konsumen	8
3. Faktor sosial.....	11
4. Keputusan Pembelian.....	14
5. Produk Ramah Lingkungan	17

B. Hasil Penelitian Relevan	18
C. Kerangka Pemikiran.....	20
D. Hipotesis Penelitian	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	22
A. Desain Penelitian	22
B. Tahapan Penelitian	22
1. Populasi.....	22
2. Sampel dan Teknik Sampling	22
C. Definisi Operasional Variabel	23
D. Tehnik Pengumpulan Data	24
E. Instrumen Penelitian	25
F. Teknik Analisis Data Analisis.....	27
G. Hipotesis Statistik.....	30
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	36
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	36
B. Hasil Penelitian	38
C. Pembahasan	52
BAB V PENUTUP	56
A. Simpulan	56
B. Saran.....	56

DAFTAR LITERATUR

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Jenis-jenis Produk yang Ramah lingkungan	1
2. Hasil Penelitian Relevan	18
3. Nilai dan Kategori Jawaban Kuisisioner	26
4. Kisi-kisi Kuisisioner	26
5. Distribusi Frekuensi Skor Variabel Karakteristik konsumen (X_1)	33
6. Distribusi Frekuensi Skor Variabel Faktor sosial (X_2)	35
7. Distribusi Frekuensi Skor Variabel Keputusan pembelian (Y)	36
8. Hasil Uji Normalitas	37
9. Ringkasan Hasil Uji Normalitas	37
10. Tabel ANOVA Regresi Y atas X_1	39
11. Tabel ANOVA regresi Y atas X_2	40
12. Hasil uji Homogenitas	40
13. Ringkasan Hasil Uji Homogenitas	40
14. Uji Regresi Linier Berganda	41
15. Tabel Anova Uji F	43
16. Tabel Hasil R ² Determinasi	43
17. Interpretasi Hasil Uji t X_1 terhadap Y	44
18. Interpretasi Hasil Uji t X_2 terhadap Y	44
19. Interpretasi Hasil Uji F	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka Konseptual Penelitian	21
2. Histogram Skor Variabel Karakteristik konsumen (X1)	34
3. Histogram Skor Variabel Faktor sosial (X ₂)	35
4. Histogram Skor Variabel Keputusan pembelian produk (Y)	36
5. Diagram P Plot Karakteristik konsumen	37
6. Diagram P Plot Faktor sosial	38
7. Diagram P Plot Keputusan pembelian produk ramah lingkungan.....	39

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Kuisisioner Penelitian	
2. Rekapitulasi hasil penyebaran Kuisisioner	
3. Uji Validitas dan Reliabilitas	
4. Rekapitulasi Hasil Kuisisioner setelah Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	
5. Data Setelah item Tidak valid dihilangkan	
6. Penentuan Distribusi Skor Variabel Penelitian	
7. Hasil uji Normalitas	
8. Hasil Uji Linieritas	
9. Hasil Uji Homogenitas	
10. Hasil Uji Regresi Linier Berganda	
11. Tabel r Product Moment	
12. Tabel Uji Lilliefors Test for Normality	
13. Tabel t Statistik	
14. Tabel F Statistik	