

**MINAT KONSUMEN DALAM MEMBELI
PRODUK BERWAWASAN LINGKUNGAN (*GREEN PRODUCT*)**



di susun oleh :
Yasin Navarin
20020410224

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2006**

**MINAT KONSUMEN DALAM MEMBELI
PRODUK BERWAWASAN LINGKUNGAN (*GREEN PRODUCT*)**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana
pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah
Yogyakarta



Oleh

**YASIN NAVARIN
20020410224**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2006**

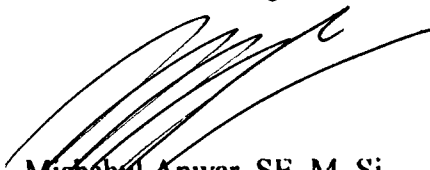
SKRIPSI
MINAT KONSUMEN DALAM MEMBELI
PRODUK BERWAWASAN LINGKUNGAN (*GREEN PRODUCT*)

Diajukan oleh

YASIN NAVARIN
20020410224

Telah disetujui oleh :

Pembimbing


Misbahul Anwar, SE, M. Si.
NIK : 143014

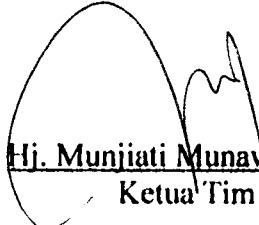
Tanggal, 28 Februari 2006

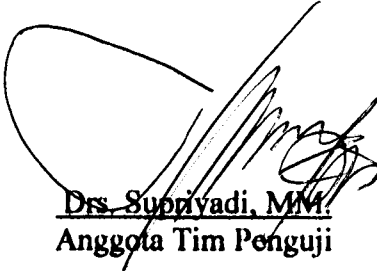
SKRIPSI
MINAT KONSUMEN DALAM MEMBELI
PRODUK BERWAWASAN LINGKUNGAN (*GREEN PRODUCT*)


Diajukan oleh

YASIN NAVARIN
20020410224

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Tanggal 20 Februari 2006
Yang terdiri dari


Hj. Munjiati Munawaroh, SE., M.Si.
Ketua Tim Penguji


Drs. Supriyadi, MM.
Anggota Tim Penguji


Dra. Tri Mariyati, MM.
Anggota Tim Penguji

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Mubandul Anwar, SE., M.Si.
NIK : 143014

PERYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta,.....20...

Yasin Navarin

MOTTO

- Dia mengetahui apa yang ada di bumi dan di langit, dan mengetahui apa yang kamu rahasiakan dan apa yang kamu nyatakan. Dan Allah Maha Mengetahui segala isi hati.

(Qs. : At - Tagabun : 4)

- Nampayah kalikut akan ka laun
(melihat kebelakang untuk kedepan)
(yasin)

- Apa arti selembat ijazah tanpa lembaran sejarah
(Guqun)

PERSEMBAHAN

Ku persembahkan karya kecilku ini kepada :

- Ayahanda Agerson Rapet dan Bunda Siti Djawiyah yang tercinta
- Bang Alba dan Ka'' Lala
- Istriku tercinta Sri Mawati
- Buah hatiku Rafael Raihan Navarin
- Acong, Ompok, toupig, aji, Bonk, Tatto, Hany, n all star DS, NULIS
- Scooter ku (si ujang) walau pun benda mati tapi selalu setia menemaniku kemanapun aku pergi,.....
- Temen2 Scooter Boy Scoomy n thank....for all...boys you are my best friend
- Semua Dosen Manajemen N kru.....tok ilmunya buat sangk kedepan nantinya
- Almamaterku.

INTISARI

Penelitian ini mengidentifikasi minat konsumen dalam pembelian produk berwawasan lingkungan (*green product*) dan mendeteksi perbedaan minat menurut karakteristik demografis. Fokus penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli atau menggunakan produk berwawasan lingkungan (*green product*) di Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan model sikap Bentler dan Speckart yang merupakan pengembangan dari *reasoned action* model Fishbein dan Ajzein.

Penggalan data dilakukan terhadap konsumen dari berbagai strata di Daerah Istimewa Yogyakarta yang diambil dengan teknik purposive sampling dan convenience sampling. Pengumpulan data menggunakan kuesioner mengacu pada model Bentler dan Speckart. Metode analisis data yang dipergunakan regresi linier berganda dan chi-square.

Penelitian menunjukkan minat konsumen dalam pembelian produk berwawasan lingkungan adalah positif dan masuk dalam kategori mungkin yang artinya dengan melihat minat positif konsumen terhadap produk berwawasan lingkungan maka dimungkinkan dimasa yang akan datang responden akan tetap berminat untuk membeli kembali produk berwawasan lingkungan (*green product*) lagi, terdapat beberapa perbedaan minat menurut karakteristik demografis. Perbedaan minat membeli produk berwawasan lingkungan menunjukkan adanya perbedaan minat berdasarkan karakteristik umur, status perkawinan, status dalam rumah tangga, pendidikan dan pekerjaan. Sedangkan pada karakteristik jenis kelamin dan pengeluaran konsumsi sehari-hari. tidak menunjukkan adanya perbedaan minat dalam membeli produk berwawasan lingkungan.

Kata Kunci : *green product, green consumer*

ABSTRACT

This Research identifies the consumer enthusiasm in product purchasing with vision of environment (green product) and detects the enthusiasm difference of according to demographic characteristic. Focus this research is consumer which have bought or use the product with vision of environment (green product) in Daerah Istimewa Yogyakarta. This Research use the model of attitude of Bentler and Speckart representing development from *reasoned action* model the Fishbein and Ajzein

Data dig conducted to consumer from various strata in Daerah Istimewa Yogyakarta taken with the technique of purposive of sampling and convenience sampling. Data collecting use the questioner relate at model of Bentler and Speckart. Method analyses the data utilized by doubled linear regression and chi-square

Research show the consumer enthusiasm in product purchasing with vision of environment is positive and enter in category possible which its meaning seemly is positive enthusiasm of consumer to product with vision of environment is hence enabled in the future responder will remain to hanker to buy to return the product with vision of environment (green product) again, there are some enthusiasm difference of according to demographic characteristic. Enthusiasm difference buy the product with vision of environment show the existence of enthusiasm difference of pursuant to characteristic age, marriage status, status in domestic, education and work. While at characteristic of gender and everyday consumption expenditure do not show the existence of difference enthusiasm buy the product with vision of environment

Keyword: green product, green consumer

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Tidak lupa shalawat serta salam semoga selalu tercurah kepada Nabi Muhammad SAW yang menunjukkan jalan terang benderang menggapai ridha-Nya.

Penyusunan skripsi dengan judul **“Minat Konsumen dalam Pembelian Produk Berwawasan Lingkungan (*Green Produk*)”** ini dapat diselesaikan berkat bantuan yang di berikan oleh berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penyusun mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Misbahul Anwar, SE.,M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, sekaligus Dosen Pembimbing Skripsi yang telah banyak memberikan arahan dan nasehat.
2. Ibu Lela Hindasah, SE.,M.Si.,selaku Dosen Pembimbing Akademik.
3. Ayahda Agerson Rapet dan Bunda Siti Djawiyah yang telah memberikan bantuan baik materiil maupun spirituiil kepada penyusun sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Abang Alba dan Kakak Lala tersayang terimakasih atas doa-doanya.
5. Istriku tercinta Sri Mawati.S.IP., yang selalu memberikan motivasi dan doa-doamu untukku.
6. Buah hatiku Rafael Raihan Navarin yang selalu menjadi spirit disaat lemah.
7. Teman-teman terima kasih atas dukungannya.

8. Semua pihak yang tidak dapat penyusun sebutkan satu persatu.

Semoga seluruh bantuan dan dukungan yang telah diberikan mendapatkan balasan dari Allah SWT. Dengan keterbatasan yang ada penyusun menyadari skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penyusun mengharapkan kritik dan saran yang membangun.

Akhir kata penyusun berharap semoga skripsi ini mendapatkan manfaat bagi semua pihak.

Wassalam'alaikum Wr. Wb.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
INTISARI.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Batasan Penelitian.....	3
C. Rumusan Penelitian.....	4
D. Tujuan Penelitian.....	4
E. Manfaat Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
A. Landasan Teori.....	5
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	7

C. Hipotesis.....	9
D. Model Penelitian.....	9
BAB III METODA PENELITIAN.....	13
A. Obyek/Subyek Penelitian.....	13
B. Jenis Data.....	13
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	13
D. Teknik Pengumpulan Data.....	14
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	14
F. Uji Kualitas Data.....	16
G. Uji Hipotesis dan Analisis Data.....	16
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	20
A. Analisis Deskriptif.....	20
1. Deskriptif Hasil Penelitian.....	20
2. Karakteristik Responden.....	20
B. Uji Kualitas Data.....	25
1. Uji Validitas	25
2. Uji Reliabilitas.....	26
C. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis).....	26
1. Analisis Sikap.....	26
2. Analisis Norma Subyektif.....	29
3. Pengukuran Minat Model Bentler dan Speckart.....	31
4. Analisis Chi Square.....	35
D. Pembahasan	37

BAB V KESIMPULAN SARAN DAN KETERBATASAN.....	39
A. Kesimpulan.....	39
B. Saran.....	39
C. Keterbatasan.....	40

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Bentler dan Speckart	9

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel IV.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	21
Tabel IV.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	21
Tabel IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perkawinan.....	22
Tabel IV.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	23
Tabel IV.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	23
Tabel IV.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran.....	24
Tabel IV.7 Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian.....	25
Tabel IV.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian.....	26
Tabel IV.9 Skor Sikap Konsumen Terhadap Produk Berwawasan Lingkungan	27
Tabel IV.10 Norma Subyektif.....	29
Tabel IV.11 Hasil Perhitungan Regresi Model Bentler dan Speckart	32