

**PENGARUH ATRIBUT PERIKLANAN HIJAU TERHADAP NIAT BELI:
PERAN MODERASI INOVASI KONSUMEN**



DISUSUN OLEH :

REDHO RAHMANDA

20190410368

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2023

**PENGARUH ATRIBUT PERIKLANAN HIJAU TERHADAP NIAT BELI:
PERAN MODERASI INOVASI KONSUMEN**
*THE EFFECT OF GREEN ADVERTISING ATTRIBUTES ON PURCHASE
INTENTION:
THE MODERATION ROLE OF CONSUMER INNOVATION*

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada
Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh:

Redho Rahmanda

20190410368

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2023

PERNYATAAN

Dengan ini saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : REDHO RAHMANDA
Nim : 20190410368
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Asal Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Judul Karya Tulis : Pengaruh Attribut Periklanan Hijau Terhadap Niat Beli:
Peran Moderasi Inovasi Konsumen

Menyatakan bahwa tidak pernah ada karya yang 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 menjadi acuan dalam naskah ini dan telah disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tulis ini dibatalkan.

Yogyakarta 18/05/2023

REDO RAHMANDA

MOTTO

Nilai akhir dari proses pendidikan, sejatinya terekapitulasi dari keberhasilannya menciptakan perubahan pada dirinya dan lingkungan. Itulah fungsi daripada pendidikan yang sesungguhnya.

"Lenang Manggala"

Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya"

(QS. Al-Baqoroh: 286)

"Kebahagiaan kita tergantung pada diri kita sendiri".

- Aristoteles

"Berpikirlah positif, tidak peduli seberapa keras kehidupanmu".

- Ali bin Abi Thalib

PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT, atas segala limpahan nikmat dan kemudahan yang diberikan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Saya persembahkan skripsi ini kepada:

1. Kedua orang tua Tercinta saya, Bapak Sudarman dan Ibu Eli Susanti yang selalu mendoakan dan mendidik saya dari saat saya dilahirkan hingga bisa meraih pencapaian ini
2. Abang laki-laki saya, Reza Fahlevi yang telah memberi banyak contoh untuk meraih kesuksesan dalam hidup dan juga telah membantu orang tua saya untuk membiayai perkuliahan saya selama ini
3. Teman teman seperjuangan dalam perkuliahan yang tak bisa saya sebutkan satu persatu, yang mana senantiasa telah membantu dan memberi dukungan kepada saya
4. Seluruh pihak yang membantu dan memberi dukungan kepada saya dalam mengerjakan skripsi ini

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur senantiasa saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat serta hidayahNya kepada kita semua sehingga skripsi yang berjudul “Pengaruh Atribut Periklanan Hijau Terhadap Niat Beli:Peran Moderasi Inovasi Konsumen” dapat selesai dengan tepat waktu. Tidak lupa shalawat serta salam tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Dalam menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini:

1. Bapak Prof. Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA., CRP. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Rr. Sri Handari W, SE., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan bimbingan bagi mahasiswa Manajemen.
3. Ibu Dr. Indah Fatmawati, SE., M.Si. selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah memberikan waktu, masukan dan bimbingan dengan sangat baik selama proses penyelesaian skripsi ini sehingga mahasiswa dapat menyelesaikan skripsi dengan perasaan senang.

4. Kedua orang tua saya yang telah memberikan segala bentuk dukungan sehingga saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik.
5. Seluruh dosen dan karyawan Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan bimbingan, informasi dan bekal ilmu selama masa perkuliahan yang InsyaAllah akan bermanfaat sepanjang waktu.
6. Seluruh pihak yang telah memberi dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir skripsi ini.

Dalam penulisan tugas akhir skripsi ini saya menyadari masih banyak keterbatasan dan kekeliruan sehingga saya mengharapkan kritik dan saran yang membangun pada naskah ini. Atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

Yogyakarta,



Redho Rahmanda

DAFTAR ISI

PERSEMBAHAN	iv
INTISARI	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Landasan Teori	8
B. Definisi Konseptual.....	10
1. Atribut Iklan Hijau (<i>Green Advertising Attributes</i>)	10
2. Keandalan (<i>Reliability</i>).....	11
3. Daya Tarik (<i>Attractiveness</i>).....	12
4. Informasi (<i>Informativeness</i>)	13
5. Inovasi Konsumen (<i>Innovativeness Consumer</i>)	14
6. Niat Beli (<i>Purchase Intention</i>)	15
C. Hasil Penelitian Terdahulu.....	16
D. Hubungan Antar Variabel	23
1. Hubungan Atribut Green Advertising (<i>Reliability</i>) Terhadap Niat Beli.	23
2. Hubungan Atribut Green Advertising (<i>Attractiveness</i>) Terhadap Niat Beli.	25
3. Hubungan Atribut Green Advertising (<i>Informativity</i>) Terhadap Niat Beli.	27
4. Peran Moderasi Consumer Innovativeness Terhadap Niat Beli melalui <i>Reliability</i>	30
5. Peran Moderasi <i>Consumer Innovativeness</i> Terhadap Niat Beli melalui <i>Attractiveness</i>	34

6. Peran Moderasi <i>Consumer Innovativeness</i> Terhadap Niat Beli melalui <i>Informativity</i>	38
E. Model Penelitian	42
BAB III METODE PENELITIAN	44
A. Pendekatan Penelitian	44
B. Responden Penelitian.....	44
C. Setting Penelitian	45
D. Metode Penyempelan dan Sampel Penelitian	45
E. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data	46
F. Identifikasi Variabel.....	47
G. Definisi Operasional Variabel	48
H. Pengujian Kualitas Instrumen.....	52
I. Metode Analisis Data	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	60
A. Gambaran Umum Objek/Subjek Penelitian	60
B. Hasil Pengumpulan Data	62
C. Deskripsi Responden	62
D. Uji Kualitas Instrumen.....	64
1. Uji Validitas	64
2. Uji Reliabilitas.....	66
E. Proses Analisis Data.....	68
F. Pengujian Hipotesis	83
G. Pembahasan Hasil	85
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	91
A. Kesimpulan	91
B. Keterbatasan penelitian	93
C. Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA	94

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1hasil Penelitian Terdahulu	16
Tabel 2. 2 Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 2. 3 Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 2. 4Ringkasan Penelitian Terdahulu	28
Tabel 2. 5 Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	31
Tabel 2. 6 Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	35
Tabel 2. 7 Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	39
Tabel 3. 1 Indikator Pengukuran Variabel.....	49
Tabel 3. 2Skala Likert.....	51
Tabel 4. 1 Hasil Pengumpulan Data.....	62
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden.....	62
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas	64
Tabel 4. 4 Hasil Uji Realibilitas	67
Tabel 4. 5 Statistik Deskriptif Variabel Keandalan	68
Tabel 4. 6 Statistik Deskriptif Variabel Daya Tarik.....	69
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel Informatif	69
Tabel 4. 8 Statistik Deskriptif Variabel Inovasi Konsumen.....	70
Tabel 4. 9 Statistik Deskriptif Variabel Niat Beli	70
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas.....	73
Tabel 4. 11 Hasil Pengujian Outliers.....	75
Tabel 4. 12 Identifikasi Model Struktural.....	80
Tabel 4. 13 Menilai Goodness of Fit	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Penelitian	43
Gambar 4. 1 Persamaan Struktural.....	72
Gambar 4. 2 Persamaan Struktural	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	101
Lampiran 2 Karakteristik Responden	108
Lampiran 3 Statistik Deskriptif	108
Lampiran 4 Factor Loading.....	110
Lampiran 5 Uji Validitas dan Realibilitas	111
Lampiran 6 SEM Tanpa Moderasi.....	113
Lampiran 7 SEM Dengan Moderasi	113
Lampiran 8 Uji Normalitas.....	115
Lampiran 9 OUTLIER.....	116
Lampiran 10 Observation.....	116
Lampiran 11 GOF	120
Lampiran 12 Hipotesis.....	121