

Peran Social Influence sebagai Prediktor Intensi Membeli Produk Ramah Lingkungan = The Role of Social Influence as a Predictor of Environmentally Friendly Product Purchase Intention

Cinthya Callista Simo Wibowo, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20513770&lokasi=lokal>

Abstrak

Interaksi sosial sangat diperlukan oleh individu sebagai upaya memenuhi kebutuhan untuk bertahan hidup. Melalui interaksi sosial dengan lingkungan terdekat, dapat timbul social influence pada individu yang kemudian dapat memengaruhi perilaku individu dalam proses mengambil keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk melihat peran social influence sebagai prediktor intensi membeli produk ramah lingkungan. Penelitian ini dilakukan terhadap 142 partisipan yang merupakan konsumen Fore Coffee sebagai representasi produk ramah lingkungan, berdomisili di wilayah Jabodetabek dan dalam rentang usia 18-40 tahun. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa social influence memiliki peran yang positif dan signifikan dalam memprediksi intensi membeli produk ramah lingkungan pada konsumen Fore Coffee

.....Social interaction is needed by individuals in an effort to meet the needs to survive. Through social interaction in the environment, social influence can emerge on individual which then can influence individual's behavior in the process of making purchasing decisions. This study aims to see the role of social influence as a predictor of environmentally friendly product purchase intention. This study was conducted on 142 participants who are consumers of Fore Coffee as a representation of environmentally friendly product, live in Jabodetabek area, and aged 18-40 years. The results of this study indicate that social influence has a positive and significant role in predicting environmentally friendly product purchase intention for consumers of Fore Coffee