

Pengaruh Sikap, Kepedulian Lingkungan, Norma Pribadi, dan Kesiediaan untuk Membayar terhadap Niat Beli di Kalangan Millennial pada Produk Berkemasan Ramah Lingkungan Cassava Bag = The Influence of Attitudes, Environmental Concern, Personal Norms, and Willingness to Pay on Purchase Intention among Millennials on Eco-Friendly Packaging Products Cassava Bag

Hafizh Azizah, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20515560&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari sikap, kepedulian lingkungan, norma personal, dan kesiediaan untuk membayar terhadap niat beli generasi millennial pada produk berkemasan ramah lingkungan cassava bag. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data menggunakan metode survei. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dengan 14 pertanyaan yang disebar melalui google form. Sebelum menyebarkan kepada populasi asli, peneliti melakukan pre-test terlebih dahulu dengan 39 responden lalu setelah semua pertanyaan valid maka kuesioner bisa disebar ke populasi asli dengan 185 responden. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian adalah regresi linier berganda menggunakan SPSS 23.0. Hasil penelitian menjelaskan bahwa niat beli terhadap kemasan ramah lingkungan cassava bag dipengaruhi secara signifikan oleh kepedulian lingkungan, norma pribadi, dan kesiediaan untuk membayar, namun tidak dipengaruhi oleh sikap. Dari analisis tersebut penelitian ini memberikan wawasan menarik tentang generasi milenial terhadap kemasan ramah lingkungan cassava bag. Wawasan yang berguna ini akan membantu pemasar dalam mengembangkan strategi terfokus pada generasi milenial dan mendorong mereka untuk mengurangi kerusakan lingkungan yang disebabkan oleh kemasan.

.....This study aims to analyze the influence of attitudes, environmental concern, personal norms, and willingness to pay on the purchase intention of millennials for environmentally friendly cassava bag packaging products. This study uses a quantitative approach with data collection using a survey method. The instrument used in this study was a questionnaire with 14 questions distributed via google form. Before distributing to the main population, the researcher conducted a pre-test with 39 respondents then after all the questions were valid, the questionnaire could be distributed to the main population with 185 respondents. The analysis technique used in this study is multiple linear regression using SPSS 23.0. The results showed that there was an influence of environmental concern, personal norms and willingness to pay on the purchase intention of environmentally friendly cassava bag packaged products, but the attitude had no influence on the purchase intention of the millennial generation of environmentally friendly cassava bag packaging products. From this analysis, this study provides interesting insights into the millennial generation of environmentally friendly cassava bag packaging. These useful insights will assist marketers in developing strategies focused on millennials and encourage them to reduce environmental damage caused by packaging.