

**PENGARUH PERSEPSI NILAI PRODUK HIJAU (*GREEN PERCEIVED VALUE*) DAN KEPERCAYAAN PRODUK HIJAU (*GREEN TRUST*) TERHADAP MINAT BELI PRODUK HIJAU (*GREEN PURCHASE INTENTION*) AIR CONDITIONER MEREK DAIKIN**

**ERSILIA CESARIA**

**8215132772**



**Skripsi ini Disusun sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
KONSENTRASI MANAJEMEN PEMASARAN  
JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2017**

**THE INFLUENCE OF GREEN PERCEIVED VALUE AND  
GREEN TRUST ON GREEN *PURCHASE INTENTION* DAIKIN  
AIR CONDITIONER**

**ERSILIA CESARIA**

**8215132772**



**Thesis Written as Part Of Bachelor Degree in Education Economics  
Accomplishment**

**STUDY PROGRAM OF S1 MANAGEMENT**

**MAJOR CONCENTRATION IN MARKETING  
MANAGEMENT**

**DEPARTEMENT OF MANAGEMENT**

**FACULTY OF ECONOMIC**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2017**

## ABSTRAK

**ERSILIA CESARIA**, Pengaruh persepsi nilai produk hijau (*green perceived value*) dan kepercayaan produk hijau (*green trust*) terhadap minat beli produk hijau (*green purchase intention*) *air conditioner* merek Daikin.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara persepsi nilai produk hijau (*green perceived value*) dan kepercayaan produk hijau (*green trust*) terhadap minat beli produk hijau (*green purchase intention*) *air conditioner* merek Daikin. Populasi dalam penelitian ini adalah orang-orang yang sedang mengunjungi toko AC di Hypermart Cibubur Junction dan berminat membeli AC dengan fitur ramah lingkungan. Metode penentuan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 156. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi nilai produk dan kepercayaan produk hijau berpengaruh positif terhadap minat beli produk hijau) *Air Conditioner* merek Daikin. Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa persepsi nilai produk hijau dan kepercayaan produk hijau berpengaruh positif terhadap minat beli produk hijau. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan untuk pelaku industri AC ramah lingkungan di Jakarta dan terus meningkatkan persepsi nilai dan kepercayaan produk ramah lingkungannya.

Kata kunci: persepsi nilai produk hijau, kepercayaan produk hijau, minat beli produk hijau, *green perceived value*, *green trust*, *green purchase intention*, *air conditioner*

## ***ABSTRACT***

**ERSILIA CESARIA**, *The influence of green perceived value and green trust on green purchase intention Daikin air conditioner.*

*The purpose of this study is to know the influence of green perceived value and green trust on green purchase intention Daikin air conditioner. The population of this study was people invited AC shop in Hypermart Cibubur Junction and intend to buy AC with green features. The sampling method used was purposive sampling with 156 respondents. Analysis technique used was multiple linear regression. The result show that green perceived value and green trust positively affect green purchase intention Daikin air conditioner. The previous study also shown that green perceived value and green trust positively affect green purchase intention. This study expected to be input study to green AC industry in Jakarta and keep improving the green perceived value of product and green trust of consumer.*

**Key word:** *green perceived value, green trust, green purchase intention, air conditioner*

## LEMBAR PENGESAHAN

### PENANGGUNG JAWAB DEKAN FAKULTAS EKONOMI



Dr. Dedi Purwana ES, M.Bus  
NIP. 19671207 199203 1 001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Dr. Gatot Nazir Ahmad, S.Si, M.Si</u> NIP. 19720506 200604 1 002	Ketua		7/8/2017
2. <u>Rahmi, SE, M.SM</u> NIDK. 8807100016	Sekretaris		7/11/2017
3. <u>Dr. Mohamad Rizan, SE, MM</u> NIP. 19720627 200604 1 001	Penguji Ahli		7/11/2017
4. <u>Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si</u> NIP. 19720617 199903 1 001	Pembimbing I		4/8/2017
5. <u>Andrian Haro, S.Si, MM</u> NIP. 19850924 201404 1 002	Pembimbing II		7/8/2017

Tanggal Lulus : 2 Agustus 2017

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan
3. Sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Agustus 2017

Yang Membuat Pernyataan



Ersilia Cesaria

No. Reg: 8215132772

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamiin. Segala puji bagi Allah atas segala curahan kasih sayang dan rahmat-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan proposal skripsi dengan judul “*Pengaruh Persepsi Nilai Produk Hijau (Green Perceived Value) dan Kepercayaan Produk Hijau (Green Trust) Terhadap Minat Beli Produk Hijau (Green Purchase Intention) Air Conditioner Merek Daikin*” dengan baik. Proposal skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta (UNJ).

Proposal skripsi ini mungkin tidak mampu terselesaikan tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak khususnya kedua orangtua dan keluarga tercinta yang senantiasa memberikan doa dan dukungan penuh kepada peneliti, serta sahabat-sahabat terbaik yang turut memberikan dukungan, motivasi dan doa. Pada kesempatan ini peneliti juga mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang turut membantu dan mendukung penyusunan seminar usulan penelitian ini, khususnya kepada:

1. Kedua orangtua saya tercinta, Bapak Sudipo dan Ibu Sri Yuliati yang memberikan dukungan material dan non material, motivasi, nasihat-nasihat dan do'a yang tiada henti serta perhatian yang begitu besar, sehingga proposal skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Kedua saudara saya, Oktiani Putri dan Nikita Cesaria yang selalu memberikan dukungan dan nasihat agar segera menyelesaikan pendidikan sarjana.

3. Bapak Setyo Ferry Wibowo, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing 1 yang sudah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan nasihat selama ini.
4. Bapak Andrian Haro, S.Si, M.M. selaku dosen pembimbing 2 atas seluruh masukan dan pengarahan dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.
5. Bapak Dr. Dedi Purwana, M.Bus. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
6. Bapak Andrian Haro, S.Si, M.M. selaku Ketua Prodi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
7. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi UNJ yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, yang telah memberikan banyak ilmu selama perkuliahan.
8. Sahabat saya di Kelompok Studi Ekonomi Islam dan Karya Salemba Empat UNJ yang tidak dapat saya sebutkan namanya satu persatu, yang selalu menjadi motivasi saya untuk mengerjakan proposal skripsi.
9. Sahabat baik saya ELF ketika SMA yang sampai saat ini selalu menjadi tempat berkumpul.
10. Para sahabat dan teman-teman Manajemen 2013 khususnya Elma Pratiwi, Gina Mariani Irfan, Hana Atikah, Ika Nur Wahyu Ningsih, Indah Auliya Rahma, Inggar Dwi Ariyani, Inka Nurhasanah, Isnaini Mulyafif, dan Maesaroh yang menjadi teman seperjuangan saya selama proses penyelesaian skripsi ini.
11. Terakhir, kepada seluruh kelas Manajemen B 2013 dan semua pihak yang telah membantu penulis dalam pengerjaan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian semua.

Dengan segala keterbatasan, diharapkan proposal skripsi ini dapat berguna bagi banyak pihak. Saran dan kritik yang membangun akan penulis tunggu demi perbaikan di masa mendatang. Akhir kata penulis ucapkan terima kasih.

Jakarta, Agustus 2017

Peneliti