

Analisis pengaruh nilai dan sikap individu terhadap keinginan pembelian produk ramah lingkungan : studi kasus pada green product air mineral dalam kemasan merek Ades dari The Coca Cola Amatil Indonesia = Analysis of influence values and attitudes toward individuals desire purchasing green products case studies on green product mineral water bottled Ades of The Coca Cola Amatil Indonesia

Nyimas Sitti Karina Ghita Soraya, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20331466&lokasi=lokal>

Abstrak

Sejak tahun 1980 an isu lingkungan telah mendominasi dunia yang ditandai dengan peningkatan yang progresif akan kesadaran konsumen ramah lingkungan. Tujuan utama skripsi ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari nilai dan sikap konsumen individual consequences environmental consequence self transcendence conservations dan self enhancement terhadap minat beli konsumen terhadap air mineral dalam kemasan AdeS sebagai produk ramah lingkungan. Penelitian ini dilakukan dengan metode Structural Equation Modeling mengambil sampel sebanyak 240 orang dengan unit analisis mahasiswa Universitas Indonesia.

Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa konsumen telah sadar akan pentingnya untuk memiliki sikap menjaga kelestarian lingkungan mereka bersedia mengajak kerabat mereka untuk turut melakukan hal yang sama konsumen telah menyadari repositioning AdeS untuk menjadi produk ramah lingkungan namun konsumen belum memiliki keinginan untuk berkomitmen mengkonsumsi AdeS. Maka dibutuhkan komunikasi pemasaran yang lebih terintegrasi dari AdeS.

.....Since the 1980s environmental issues have dominated the world characterized by the progressive increase in awareness of green consumer. The main purpose of this paper is to investigate the influence of the values and attitudes of consumers individual consequences environmental consequence self transcendence conservations and self enhancement of the consumers to buy the Ades bottled mineral water as an environmentally friendly product. The research was conducted by the method of Structural Equation Modeling take a sample of 240 people with college students of Universitas Indonesia as the unit of analysis. The results of this study concluded that consumers have been aware of the importance to have an attitude of environmental preservation they are willing to invite their relatives to join do the same thing consumers have realized repositioning Ades to be eco friendly products but consumers do not have the desire to commit to taking Ades Then it takes a more integrated marketing communications from Ades.