

## Analisis Perilaku Konsumen dalam Adopsi Green-packaged Product dengan Pemodelan Sistem Dinamis = Analyzing Consumers' Behavior in Adopting Green-packaged Products with System Dynamic Modelling

Ahmad Fahreza Wicaksonoputra, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920526294&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Konsumen adalah *open market drivers* dimana penerimaan mereka terhadap suatu inovasi produk merupakan faktor penting yang mempengaruhi arah strategi perusahaan. Meskipun saat ini terdapat tren yang positif pada pertumbuhan pasar produk hijau, penjualan produk berkemasan ramah lingkungan belum optimal. Terdapat fenomena *attitude-behavior gap* dimana sikap positif konsumen tidak dengan mudah ditranslasikan ke perilakunya. Penelitian ini menggunakan pendekatan pemodelan sistem dinamis untuk menganalisis perilaku konsumen dalam mengadopsi produk berkemasan ramah lingkungan. Dalam menggambarkan preferensinya, konsumen dikategorikan menjadi tiga tipe yaitu konsumen potensial, biasa, dan loyal. Alternatif strategi dan skenario disimulasikan untuk menganalisis faktor-faktor kunci dalam proses adopsi. Hasil simulasi menghasilkan rekomendasi strategi untuk meningkatkan konsumen loyal atas produk berkemasan ramah lingkungan.

.....Consumers are key drivers in the open market, where their acceptance of an innovative product is a crucial factor influencing a company's strategic direction. Although there is currently a positive trend in the growth of the green product market, sales of green-packaged products have not been optimal. There is a phenomenon called the attitude-behavior gap, where consumers' positive attitudes are not easily translated into their behavior. This research utilizes a dynamic system modeling approach to analyze consumer behavior in adopting green-packaged products. In depicting their preferences, consumers are categorized into three types: potential, regular, and loyal consumers. Alternative strategies and scenarios are simulated to analyze key factors in the adoption process. The simulation results provide strategic recommendations to enhance consumer loyalty towards environmentally friendly packaged products.