

Norma Moral Signifikan Membentuk Sikap dan Niat Konsumen

Friday, 22 Desember 2017 WIB, Oleh: Agung



Perilaku konsumen dalam mengonsumsi produk-produk hijau merupakan tindakan nyata konsumen untuk ikut menjaga kelestarian lingkungan. Dalam hal ini, konsumen memainkan peran penting dalam menjaga kelestarian lingkungan.

“Produk hijau atau produk ramah lingkungan merupakan produk yang dibuat dari bahan-bahan yang aman bagi lingkungan dan diproses dengan cara-cara yang memiliki dampak minimal bagi lingkungan,” ujar Rahab, SE., M.Sc, di Auditorium BRI Lt3, Program Msi dan Doktor FEB UGM, Jumat (22/12).

Dosen Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jenderal Soedirman ini mengatakan hal itu saat melaksanakan ujian terbuka Program Doktor di FEB UGM. Mempertahankan disertasi Perluasan Theory of Planned Behavior (TPB) Dengan Variabel Norma Moral, Pengetahuan Dan Kepedulian Kelingkungan Dalam Memprediksi Niat Membeli Produk Hijau, promovendus mencoba mengungkap faktor-faktor yang mempengaruhi niat konsumen Indonesia untuk membeli produk hijau atau produk ramah lingkungan.

“Penelitian ini merupakan pengembangan dari Theory of Planned Behavior (TPB) dalam memahami, menjelaskan, memprediksi niat membeli produk hijau. TPB merupakan teori yang telah sukses dalam memahami, menjelaskan, memprediksi perilaku manusia,” katanya.

Rahab menjelaskan teori TPB dikembangkan oleh Ajzen pada tahun 1991. Oleh karena itu, tujuan penelitian yang ia lakukan untuk menguji pengaruh pengetahuan lingkungan, kepedulian lingkungan

dan norma moral pada pembentukan sikap dan niat berperilaku konsumen. Penelitian dilakukan dengan menggunakan desain survei yang melibatkan 833 responden.

"Survei dilakukan pada konsumen di 8 pulau di Indonesia meliputi pulau Jawa, Sumatra, Sulawesi, Kalimantan, Bali, Maluku, Lombok dan Papua yang tersebar di 18 kabupaten kota," jelasnya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa niat konsumen Indonesia membeli produk hijau dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku pembelian produk hijau, norma subjektif, kendali perilaku yang dipersepsikan dan norma moral. Hasil lainnya menunjukkan pembentukan sikap konsumen berkaitan dengan perilaku pembelian produk hijau dipengaruhi oleh norma subjektif, norma moral, kepedulian lingkungan dan pengetahuan lingkungan.

"Temuan lain, norma moral yang dimiliki konsumen memiliki pengaruh signifikan dalam membentuk sikap konsumen dan niat konsumen untuk membeli produk-produk ramah lingkungan," tandasnya. (Humas UGM/ Agung)

Berita Terkait

- [Perilaku Religius Berpengaruh Dalam Memilih Produk Bank Syariah](#)
- [Raih Doktor Usai Meneliti Perilaku Mahasiswa Peduli Lingkungan](#)
- [Pembelian Kompulsif Pengaruhi Niat Beli Ulang Konsumen](#)
- [Raih Doktor Usai Teliti Caused Related Marketing](#)
- [Teori Perilaku Terencana dan Teori Kognisi Sosial Mampu Prediksi Niat dan Perilaku Individual](#)