

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF ENVIRONMENTAL AWARENESS, CONSUMER ATTITUDE AND PRICE ON THE PURCHASE DECISION OF TUMBLER BOTTLE ENVIRONMENTALLY FRIENDLY PRODUCTS

(STUDY ON S1 STUDENTS OF THE FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS, UNIVERSITY OF TRUNOJOYO MADURA)

Dina Safitri, 190211100058

Under the guidance of Mrs. Triana Setiyarini, S.E.,M.M.

This study aims to determine the effect of environmental awareness, consumer attitudes and prices towards and prices on purchasing decisions for eco-friendly tumbler bottles. This study used a quantitative approach with data collection methods carried out by distributing questionnaires to students of the Faculty of Economics and Business, University of Madura. Respondents amounted to 97 students with the determination of the sample using probability sampling. Data analysis techniques were performed using descriptive statistical analysis and multiple regression analysis using IBM Statistics SPSS 26. Based on the results of data analysis and discussion of prices, the t value of the environmental awareness variable = 0.653 with sig. 0.515 where > 0.05 , environmental awareness does not have a significant influence on the decision to purchase environmentally friendly products from tumbler bottles. Price t value of consumer attitude variable = 3.035 with sig. 0.003 where < 0.05 , consumer attitudes have a significant influence on purchasing decisions for eco-friendly tumbler products. The price of the price variable t value = 4.977 with sig. 0.000 where < 0.05 , the price has a significant influence on the decision to purchase environmentally friendly products from tumbler bottles. Simultaneously, Environmental Awareness, Consumer Attitude and Price have a significant effect on Purchase Decision, with an F-count of 19.846 with a significance value of $0.000 < 0.05$.

Keywords : Environmental Awareness, Consumer Attitude, Price, Purchase Decision.

ABSTRAK

PENGARUH KESADARAN LINGKUNGAN, SIKAP KONSUMEN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK RAMAH LINGKUNGAN BOTOL TUMBLER (STUDI PADA MAHASISWA S1 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS TRUNOJOYO MADURA)

Dina Safitri, 190211100058

Dibawah bimbingan Ibu Triana Setiyarini, S.E.,M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kesadaran lingkungan, sikap konsumen dan harga terhadap dan harga terhadap keputusan pembelian produk ramah lingkungan botol tumbler. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode pengumpulan data dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Madura. Responden berjumlah 97 Mahasiswa dengan penentuan sampel menggunakan probability sampling. Teknik analisis data dilakukan dengan analisis statistik deskriptif dan analisis regresi berganda dengan menggunakan IBM Statistics SPSS 26. Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan Harga nilai t variabel kesadaran lingkungan = 0,653 dengan sig. 0,515 dimana $> 0,05$ maka kesadaran lingkungan tidak mempunyai pengaruh yang bermakna terhadap keputusan pembelian produk ramah lingkungan botol tumbler. Harga nilai t variabel sikap konsumen = 3.035 dengan sig. 0,003 di mana $< 0,05$ maka sikap konsumen mempunyai pengaruh yang bermakna terhadap keputusan pembelian produk ramah lingkungan botol tumbler. Harga nilai t variabel harga = 4,977 dengan sig. 0,000 di mana $< 0,05$ maka harga mempunyai pengaruh yang bermakna terhadap keputusan pembelian produk ramah lingkungan botol tumbler. Secara simultan Kesadaran Lingkungan, Sikap Konsumen dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian, dengan nilai F hitung sebesar 19,846 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.

Kata kunci: Kesadaran Lingkungan, Sikap Konsumen, Harga, Keputusan Pembelian.