

INTISARI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada perbedaan intensi membeli terhadap produk yang ramah lingkungan pada seseorang berdasarkan harga terhadap produk tersebut dengan mengontrol intensitas perhatiannya terhadap lingkungan hidup. Penelitian ini bermanfaat untuk memberi masukan bagi para konsumen dan juga produsen tentang perilaku konsumen serta hubungannya dengan isu global saat ini yaitu produk yang ramah lingkungan.

Intensi adalah adalah ubahan yang paling dekat dengan perilaku yang dilakukan oleh individu, dan merupakan ubahan yang menjembatani antara sikap dan perilaku nyata. Karenanya intensi membeli adalah suatu niat yang bulat untuk melakukan suatu tindakan membeli (Olson, 2000). Dalam hal ini adalah intensi untuk membeli produk ramah lingkungan, yaitu suatu produk yang memenuhi kriteria 4R yaitu *Reduce*, *Reuse*, *Recycle* dan *Replace*. Dalam proses kognisi perilaku membeli, perhatian atau *intensity* ini merupakan proses awal yang penting artinya yang harus dilalui sebelum pada tahap akhir proses itu sendiri yaitu munculnya perilaku membeli. Sedangkan harga berada dalam kriteria evaluasi alternatif yang juga penting dalam pengambilan keputusan bagi konsumen (Engel, 1995).

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah "Ada perbedaan intensi membeli produk ramah lingkungan berdasarkan harga dengan mengontrol intensitas perhatian terhadap lingkungan hidup". Variabel bebas dalam penelitian ini adalah harga produk yang dibedakan menjadi tiga yaitu; lebih mahal, sama dan lebih murah dan variabel tergantungnya adalah intensi membeli terhadap produk ramah lingkungan. Dalam penelitian ini disertakan juga co-variabel yaitu tingkat intensitas perhatian terhadap lingkungan hidup. Alat ukur untuk intensitas perhatian terhadap lingkungan hidup menggunakan skala pengetahuan tentang lingkungan yang dibuat oleh Widyastuti (1995), sedangkan untuk pengukuran intensinya digunakan kuisioner intensi membeli. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis ko-varian (anakova).

Populasi yang dipakai adalah mahasiswa SI dari beberapa perguruan tinggi yang ada di Yogyakarta. Hasil penelitian secara menunjukkan bahwa ada perbedaan intensi membeli produk ramah lingkungan yang dipengaruhi oleh harga produk ramah lingkungan tersebut. Intensi seseorang untuk membeli produk ramah lingkungan akan semakin tinggi terhadap produk dengan harga yang lebih murah.