

Abstract

Social norm nudges are elements that can be used to manipulate the respondents without a restriction or an explicit reward. On the other hand, sustainability is an essential aspect for humanity, and changing customers' behaviors towards more sustainable choices appears as an important goal. This thesis analyzed the effects of injunctive and descriptive social norm nudge effects on promoting sustainable choices. With a sample of 109, consisted of Erasmus University Rotterdam students, a survey was conducted, and an OR of (OR: 2.20, 95% CI: 1.20–4.05, $p < 0.05$) was calculated. This result indicated that a student who received a social norm nudge is 2.2 times more likely to prefer an electric car over a petrol car. Thus, the hypothesis claiming that the social norm nudges can increase a target option was supported, and specifically, social norm nudges significant usability towards promoting sustainable choices was revealed ($\chi^2 = 4.687$, $p < .05$, $N = 109$).

Abstrak

Dorongan norma sosial adalah elemen yang dapat digunakan untuk memanipulasi responden tanpa batasan atau imbalan eksplisit. Keberlanjutan di sisi lain merupakan aspek penting bagi seluruh umat manusia, dan mengubah perilaku pelanggan menuju pilihan yang lebih berkelanjutan muncul sebagai tujuan penting. Melalui tesis ini, efek dari pengaruh norma sosial yang bersifat injunctive dan deskriptif dalam mempromosikan pilihan yang berkelanjutan dianalisis. Dengan sampel 109, terdiri dari mahasiswa Erasmus University Rotterdam, survei dilakukan dan OR (OR: 2,20, 95% CI: 1,20-4,05, $p < 0,05$) dihitung. Hasil ini menunjukkan bahwa seorang siswa yang menerima dorongan norma sosial 2,2 kali lebih mungkin untuk memilih mobil listrik daripada mobil bensin. Dengan demikian, hipotesis yang mengklaim bahwa dorongan norma sosial dapat meningkatkan pilihan target didukung dan secara khusus, norma sosial mendorong kegunaan yang signifikan untuk mempromosikan pilihan yang berkelanjutan terungkap ($\chi^2 = 4,687$, $p < 0,05$, $N = 109$).