

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh nilai dan norma sosial terhadap norma pribadi dan perilaku pembelian pro-lingkungan produk pakaian jadi. Jumlah responden penelitian ini adalah 188 responden yang terdiri dari orang dewasa Indonesia berusia di atas 18 tahun yang diperoleh dengan menggunakan convenience sampling. Penelitian ini menggunakan Regresi Berganda, PROCESS Macro, dan statistik deskriptif yang dianalisis menggunakan SPSS.

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang dilakukan dalam penelitian, diperoleh hasil bahwa nilai bio altruistik dan nilai egoistik tidak berpengaruh signifikan terhadap norma pribadi. Sedangkan norma sosial berpengaruh signifikan terhadap norma pribadi. Norma sosial secara langsung dan tidak langsung mempengaruhi perilaku pembelian pakaian jadi yang pro lingkungan. Norma pribadi memediasi hubungan norma sosial terhadap perilaku pembelian.

Kata kunci: nilai, norma pribadi, perilaku pro lingkungan, norma sosial

ABSTRACT

The objective of this research is to investigate the influence of values and social norms on personal norm and pro-environmental purchasing behavior of apparel product. The total respondents of this research are 188 respondents consisting of Indonesian adults above 18 years old which are obtained using convenience sampling. This research uses Multiple-Regression, PROCESS Macro, and descriptive statistics which are analyzed using SPSS.

Based on the analysis and discussion done in the study, the result shows that bio altruistic values and egoistic values have no significant influence on personal norms. While social norms significantly influence personal norms. Social norm directly and indirectly influences pro environmental apparel purchasing behavior. Personal norm mediates the relationship of social norm on purchasing behavior.

Keywords: *values, personal norms, pro environmental behavior, social norm*