

**ANALISIS FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA *ZERO WASTE STORE* DI DAERAH ISTIMEWA
YOGYAKARTA**

INTISARI

Oleh:

SHABRINA WAHYU MULYANI

18/425384/TP/12085

Gaya hidup keberlanjutan menjadi tren global yang mengarah pada pembelian produk ramah lingkungan. Salah satu ciri produk ramah lingkungan adalah produk yang tidak menggunakan kemasan plastik sekali pakai. Kehadiran *zero waste store* mengenalkan belanja tanpa kemasan plastik sekali pakai. Hal ini didorong dari masalah penumpukan kemasan plastik sekali pakai yang memberikan dampak negatif bagi lingkungan. Salah satu wilayah yang memiliki peminat *zero waste store* adalah Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Namun, terjadi penurunan jumlah *zero waste store* di DIY pada tahun 2022. Oleh karena itu, penelitian tentang perilaku konsumen hijau pada *zero waste store* di DIY sangat diperlukan. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui faktor-faktor perilaku konsumen yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen hijau *zero waste store* dan merancang rekomendasi masukan bagi *zero waste store* di DIY untuk menyusun strategi pemasaran. Penelitian ini menggunakan model perilaku konsumen yang selanjutnya dianalisis menggunakan metode *Structural Equation Modeling* dengan pendekatan *Partial Least Square* (SEM-PLS). Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner dan wawancara dengan 4 pemilik *zero waste store* di DIY yang didapat melalui teknik *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan data 225 responden utama. Hasil analisis didapatkan bahwa faktor-faktor keputusan pembelian konsumen hijau *zero waste store* di DIY dipengaruhi oleh faktor psikologi, faktor pribadi, bauran pemasaran hijau, dan pengetahuan hijau melalui niat pembelian yang kuat. Dari temuan ini, rekomendasi masukan untuk menyusun strategi pemasaran yang dapat dilakukan untuk mempertahankan konsumen hijau *zero waste store* di DIY diantaranya menyediakan produk *tester*, melakukan penjualan melalui saluran distribusi *marketplace*, pembuatan konten edukatif di media sosial, menjalin kerja sama dengan komunitas yang peduli terhadap lingkungan, dan pemberian promo diskon.

Kata kunci: keputusan pembelian, perilaku konsumen, *structural equation modeling*- *partial least square*, *zero waste store*.

ANALYSIS OF FACTORS INFLUENCING PURCHASE DECISIONS AT ZERO WASTE STORE IN THE SPECIAL AREA OF YOGYAKARTA

ABSTRACT

By:

SHABRINA WAHYU MULYANI

18/425384/TP/12085

The sustainability lifestyle is becoming a global trend that leads to the purchase of eco-friendly products. One of the characteristics of environmentally friendly products is a product that does not use single-use plastic packaging. The presence of a zero waste store introduces shopping without single-use plastic packaging. This is driven by the problem of the accumulation of single-use plastic packaging which has a negative impact on the environment. One area that has zero waste store enthusiasts is the Special Region of Yogyakarta (DIY). However, there will be a decrease in the number of zero waste stores in DIY in 2022. Therefore, research on green consumer behavior in zero waste stores in DIY is urgently needed. The purpose of this study is to determine the factors of consumer behavior that significantly influence purchasing decisions and to design marketing recommendations for zero waste stores in DIY. This study uses a model of consumer behavior which is then analyzed using the Structural Equation Modeling method with the Partial Least Square (SEM-PLS) approach. Data collection in this study used questionnaires and interviews with 4 zero waste store owners in DIY which were obtained through a purposive sampling technique. This study uses data from 225 main respondents. The results of the analysis show that the buying decision factors for green zero waste store consumers in DIY are influenced by psychological factors, personal factors, green marketing mix, and green knowledge through strong purchase intentions. From these findings, recommendations for input for developing marketing strategies that can be carried out to maintain green zero waste store consumers in DIY include providing tester products, selling through marketplace distribution channels, creating educational content on social media, collaborating with the environmental care community, and giving discount promos.

Keywords: purchasing decision, consumer behavior, structural equation modeling-partial least square, zero waste store.