

Intisari

Batik merupakan karya bangsa Indonesia yang sudah diakui di dunia internasional. Penelitian ini menguji niat beli batik premium dengan pewarna alam yang dipengaruhi oleh sikap, kesadaran akan konsekuensi, norma subjektif, persepsi kontrol berperilaku, dan norma pribadi. Responden penelitian ini adalah 230 masyarakat yang belum pernah membeli batik dengan pewarna alam premium yang berdomisili di Indonesia. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner yang disebar melalui google formulir. Alat analisis data yang digunakan adalah PLS-SEM. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa model niat pembelian batik pewarna alam premium dapat diterima dan semua hipotesis yang diajukan terdukung. Penelitian ini memiliki kebaruan mengenai penambahan dua variabel dari NAT yang dikombinasikan dengan TPB untuk menjelaskan niat perilaku seseorang. NAT adalah teori yang menitikberatkan pada norma moral seseorang dalam berperilaku. Perluasan teori yang diajukan diharapkan dapat memprediksi perilaku pembelian produk hijau dengan lebih baik. Dua faktor utama ini dapat dianalisis untuk memperkuat niat perilaku pro-lingkungan dan lebih ditekankan secara spesifik pada niat pembelian produk hijau dibanding perilaku pro-lingkungan secara umum.

Kata kunci: Kesadaran akan konsekuensi, sikap, persepsi kontrol berperilaku, norma subjektif, norma pribadi, niat.

Abstract

Batik is the work of the Indonesian nation which has been recognized internationally. This study examines the purchase intention of premium batik with natural dyes which is influenced by attitude, awareness of consequences, subjective norms, perceived behavioral control, and personal norms. Respondents to this study were 230 people who had never bought batik with premium natural dyes who live in Indonesia. Data was collected using a questionnaire that was distributed via the Google form. The data analysis tool used is PLS-SEM. The results of this study indicate that the purchase intention model for premium natural dye batik is acceptable and all the hypotheses proposed are supported. This study has a novelty regarding the addition of two variables from NAT combined with TPB to explain a person's behavioral intentions. NAT is a theory that focuses on a person's moral norms in behavior. The extension of the proposed theory is expected to be able to better predict the buying behavior of green products. These two main factors can be analyzed to strengthen pro-environmental behavioral intentions and place more emphasis specifically on purchase intentions of green products than pro-environmental behavior in general.

Keywords: Awareness of consequences, attitudes, subjective norms, perceptions of behavioral control, personal norms, intentions.