

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi preferensi pembelian peralatan elektronik rumah tangga hemat energi. Faktor yang diuji untuk mengetahui preferensi pembelian tersebut adalah kepedulian lingkungan, sensitivitas harga, ketidaknyamanan yang dirasakan, identitas diri hijau, dan kewajiban moral. Selain itu, terdapat variabel pengaruh sosial yang akan memoderasi hubungan sensitivitas harga dan ketidaknyamanan yang dirasakan dengan preferensi pembelian hijau.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Responden dalam penelitian ini merupakan masyarakat dengan usia 18–45 tahun yang mengetahui penggunaan alat rumah tangga sehari-hari di rumah, dan mengetahui rata-rata tagihan listrik bulanan di rumah. Sampel diambil menggunakan metode *purposive sampling* sebanyak 274 responden. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan menggunakan analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan alat analisis *Partial Least Square* (PLS).

Penelitian ini mempunyai hasil bahwa kepedulian lingkungan, identitas diri hijau dan kewajiban moral mempunyai pengaruh positif secara signifikan pada preferensi pembelian hijau, sensitivitas harga mempunyai pengaruh negatif secara signifikan pada preferensi pembelian hijau, dan ketidaknyamanan yang dirasakan tidak berpengaruh pada preferensi pembelian hijau. Selain itu, pengaruh sosial secara positif memoderasi hubungan antara sensitivitas harga dengan preferensi pembelian hijau dan secara negatif memoderasi hubungan antara ketidaknyamanan yang dirasakan dan preferensi pembelian hijau.

Kata kunci: kepedulian lingkungan, ketidaknyamanan yang dirasakan, sensitivitas harga, kewajiban moral, identitas diri hijau, peralatan elektronik rumah tangga hemat energi

ABSTRACT

This research aims to determine the factors that influence energy-efficient home appliances purchasing preference. The factors tested to determine their influence on green purchase preference are environmental concern, price sensitivity, perceived inconvenience, green self-identity, and moral obligation. In addition, there is a social influence variable that will moderate the relationship between price sensitivity and the perceived cost of green purchasing with green purchasing preferences.

The method used in this research is quantitative. Respondents in this study are people aged 18–45 years who know the daily use of household appliances at home and know the average monthly electricity bill at home. The sample was taken using a purposive sampling technique with as many as 274 respondents. Hypothesis testing in this research was carried out using Structural Equation Modeling (SEM) analysis with the Partial Least Square (PLS) analysis tool.

This research has the results that environmental concern, green self-identity, and moral obligation have a significant positive influence on green purchasing preferences, price sensitivity has a significant negative influence on green purchasing preferences, and perceived inconvenience have no influence on green purchasing preferences. In addition, social influence positively moderates the relationship between price sensitivity and green purchasing preferences and negatively moderates the relationship between perceived inconvenience and green purchasing preferences.

Keywords: *environmental concern, perceived inconvenience, price sensitivity, moral obligation, green self-identity, energy-efficient household appliance*