

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji peran keadilan harga dalam memediasi kualitas hijau persepsian terhadap kepuasan hijau dan kepercayaan hijau. Teori diskonfirmasi harapan dan ekuitas digunakan sebagai dasar teoritis untuk mempelajari cara berpikir konsumen dalam menginterpretasikan harga produk. Teori diskonfirmasi harapan membahas mengenai cara konsumen menilai kinerja produk berdasarkan harapan dan pengorbanan seseorang. Kemudian, teori ekuitas berkaitan dengan cara konsumen mengapresiasi dan bersikap menerima terhadap kerentanan produk karena konsumen telah mendapatkan sama atau lebih besar dari pengorbanannya. Harga dalam penelitian ini tidak semata-mata hanya membahas mengenai perbandingan nominal dengan produk lampu lain, tetapi penelitian ini juga membahas perbandingan harga dengan harapan dan pengorbanan konsumen tersebut sehingga dapat disebut keadilan harga. Keadilan harga sendiri secara sederhana diartikan sebagai kelaziman harga. Keadilan harga dalam hal ini bersebrangan dengan fungsi harga sebagai sinyal yang menggunakan pendekatan *neuroscience* karena keadilan harga berfungsi sebagai evaluasi yang menggunakan pendekatan tradisional. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, yaitu dengan menggunakan metode survei yang disebarluaskan melalui kuesioner daring dengan jumlah data sampel sebesar 212. Kemudian, setelah diuji *outlier* menyisakan data sampel sebesar 199. Data dalam penelitian ini dianalisis dengan menggunakan *structural equation model* (SEM) dan alat analisis yang digunakan adalah IBM AMOS 21 dan IBM SPSS 24. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, keadilan harga memediasi parsial pengaruh kualitas hijau persepsian terhadap kepuasan hijau dan kepercayaan hijau. Kemudian, penelitian ini juga menunjukkan bahwa teori konfirmasi harapan dan ekuitas cukup untuk mempertajam ruang lingkup penelitian ini.

Kata Kunci: Keadilan Harga, Kualitas Hijau Persepsian, Kepuasan Hijau, Kepercayaan Hijau, dan Produk Hijau

ABSTRACT

This study had purpose to examine the role of price fairness in mediating green perceived quality, green satisfaction, and green trust. This study used expectancy disconfirmation theory and equity theory as a theoretical basis for discussing to the way consumer interpreting product prices. Expectancy disconfirmation theory dealt to the way consumers appreciating the product performance based on expectations and sacrifices. Then, equity theory is related to the way consumers appreciate and accept the vulnerability of products because consumers have gained equal or greater than their sacrifices. The price in this study is not merely about the nominal comparison with other lighting products, but this study also discussed the comparison between price expectations and sacrifices of the consumers or which defined as price fairness. The price fairness is simply understood as the price prevalence. Price fairness in this case is in contrast to the price signal that usually uses in neuroscience approach because price fairness usually use a traditional approach. The method used in this research is quantitative, that is by using a survey method that is distributed through an online questionnaire with a total sample data of 212. Then, after testing outliers left 199 sample data. The data in this study were analyzed using structural equation model (SEM) ,and the analytical tools used are IBM AMOS 21 and IBM SPSS 24. The results of the study showed that price fairness successfully mediated partially the influence of perceived green quality on green satisfaction and green trust. Then, this study also shows that the expectancy disconfirmation and equity theory is sufficient to sharpen the scope of this research.

Keyword: price fairness, green perceived quality, green satisfaction, green trust, led light, and green product.