



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi A*

*SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014*

**Pengaruh *Customer Environmental Awareness* terhadap**  
**Minat Beli Sedotan *Stainless***

Skripsi

Oleh

Thalia Tara Aulia

2015320186

Bandung

2019



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi A*

*SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014*

**Pengaruh *Customer Environmental Awareness* Terhadap**  
**Minat Beli Sedotan *Stainless***

Skripsi

Oleh

Thalia Tara Aulia

2015320186

Pembimbing

Fransiska Anita Subari, S.S.,M.M.

Bandung

2019

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

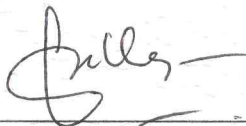


**Tanda Pengesahan Skripsi**

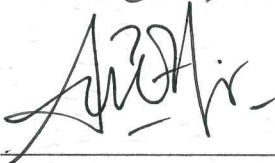
Nama : Thalia Tara Aulia  
Nomor Pokok : 2015320186  
Judul : Pengaruh *Customer Environmental Awareness* terhadap Minat Beli Sedotan *Stainless*

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Pada Rabu, 7 Agustus 2019  
Dan dinyatakan **LULUS**

**Tim Penguji**  
**Ketua sidang merangkap anggota**  
Gandhi Pawitan, Ph.D

:   
\_\_\_\_\_

**Sekretaris**  
Fransiska Anita Subari, S.S.,M.M.

:   
\_\_\_\_\_

**Anggota**  
Angela Caroline, S.AB.,M.M.

:   
\_\_\_\_\_

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

## PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Thalia Tara Aulia  
NPM : 2015320186  
Jurusan / Program Studi : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis  
Judul : Pengaruh *Customer Environmental Awareness*  
terhadap Minat Beli Sedotan *Stainless*

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukan merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis, sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai dengan aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 29 Juli 2019

Thalia Tara Aulia

## ABSTRAK

Nama : Thalia Tara Aulia  
NPM : 2015320186  
Judul : Pengaruh *Customer Environmental Awareness* Terhadap Minat Beli Sedotan Stainless

---

Pencemaran yang diakibatkan oleh limbah plastik terus bertambah setiap tahunnya. 10% dari sampah dunia merupakan sampah plastik dan Indonesia merupakan negara penyumbang sampah plastik terbanyak kedua di dunia setelah Tiongkok (Prasetiawan, 2018). Menanggapi limbah plastik yang semakin meningkat, terdapat beberapa tindakan yang dilakukan oleh berbagai macam sektor. Beberapa restoran juga telah mengurangi penggunaan sedotan plastik. Selain itu juga terdapat beberapa kampanye yang dilakukan dalam bentuk poster, Instagram posting, atau video viral yang menunjukkan keprihatinan atas masalah yang disebabkan oleh sampah plastik. Kesadaran ini diharapkan akan meningkatkan minat dalam menggunakan produk alternatif dari sedotan plastik. Salah satu produk alternatif yang tersedia di pasar adalah sedotan stainless. Dari ilustrasi tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti pengaruh *Customer Environmental Awareness* terhadap minat beli Sedotan *Stainless*.

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah *explanatory* dengan desain penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan peneliti adalah *Purposive Sampling* dimana responden harus memenuhi kriteria khusus. Jumlah besaran sampel yang digunakan sebesar 100 orang.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh positif yang signifikan dari *customer environmental awareness* terhadap minat beli sedotan *stainless* sebesar 31,1%. Dimensi *Green Product* (sedotan plastik) pada variabel *customer environmental awareness* memiliki skor tertinggi sebesar 90,20%, yang berarti responden mengetahui dengan sangat baik dampak negatif dari sedotan plastik. Sedangkan skor tertinggi dari variabel minat beli berada pada dimensi minat preferensial yaitu sebesar 83,90%, dimana responden lebih memilih untuk memakai sedotan *stainless* daripada sedotan plastik.

Perusahaan di industri kuliner harus berhenti menggunakan sedotan plastik dan beralih ke sedotan yang dapat digunakan berulang seperti sedotan stainless. Manfaat menggunakan stainless juga harus disebarluaskan, begitu juga dengan harga sedotan stainless yang telah dijual dengan harga lebih murah dari biasanya.

**Kata Kunci :** *Customer environmental awareness, green marketing, minat beli*

## ABSTRACT

Name : Thalia Tara Aulia  
NPM : 2015320186  
Title : *Effect of Customer Environmental Awareness Towards Purchasing Intention of Stainless Straw*

---

*The amount of pollution caused by plastic waste has been grow annually. 10% of the world's trash is plastic waste and Indonesia is the country's largest contributor to plastic waste in the world after China (Prasetiawan, 2018). Responding to the increasing plastic waste there are some actions taken by various sectors. Some restaurants have been reducing the use of plastic straw. There are also some campaign taken form in posters, Instagram post, or viral video showing the concern upon the problem caused by plastic waste. This awareness is expected to rise interest in using substitute product as the alternative of plastic straw. One of the alternative products available in the market is stainless straw. The illustration has drawn an interest to conduct a research on customer environmental awareness on purchase intention of Stainless Straw.*

*In this research 100 respondents are chosen by purposive sampling technique. Only those who meet the particular criteria can be the respondents. The data obtained are then calculated for the quantitative analysis.*

*The results show that there is a positive influence of customer environmental awareness on the stainless straw's purchase intention at 31.1%. The Green Product dimension (plastic straw) in the customer environmental awareness variable has the highest score of 90.20%, which means that the respondents know very well about the negative impact of the plastic straw. While the highest score of the purchasing intention variable is preferential interest dimension of 83.90%, where the respondents are prefer to use a stainless straw than plastic straw.*

*Companies in the culinary industry should stop using plastic straw and switch to reusable straw like stainless straws. The benefit of using stainless straw should also be spread more widely and that the stainless straw has been sold at a price that is cheaper than the usual.*

**Keywords:** *Customer environmental awareness, green marketing, purchase intention*

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur penulis sampaikan kepada Allah SWT atas rahmat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi yang berjudul “Pengaruh Customer Environmental Awareness terhadap Minat Beli Sedotan Stainless”. Penelitian ini dikerjakan penulis dalam rangka memenuhi syarat untuk menyelesaikan studi akademik sebagai mahasiswa Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik di Universitas Katolik Parahyangan. Diharapkan pengerjaan penelitian ini dapat menjadi tolak ukur penulis selama menjalani studi ini.

Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih dengan penuh rasa hormat dan bantuan serta motivasi yang diberikan selama proses pengerjaan penelitian skripsi ini, dengan penuh kebanggaan dan hormat penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kepada Ayah Aidil, Bunda Intan, dan Safira selaku keluarga inti penulis yang selalu memberikan dukungan baik moril maupun materil selama penulis menjalankan jenjang pendidikan sarjana di Bandung sampai tahap terakhir perkuliahan ini.
2. Ibu Fransiska Anita Subari selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan masukan, meluangkan waktu, memberikan ilmu, dan senantiasa membimbing penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir dengan lancar.

3. Luthfi Rivaldi, yang selalu sabar, memberi semangat, mendampingi, dan menemani hari – hari penulis selama proses penulisan skripsi.
4. Kepada sahabat seperjuangan, Caca dan Vanya, terima kasih telah berjuang bersama dari masa mahasiswa baru hingga tahap terakhir dalam perkuliahan. See you guys on top.
5. Kepada Visnis 2015, Luqman, Iva, Ozi, Bimo, Ica, Intan, Fadil dan teman – teman lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih atas bantuan, semangat serta warna warni perkuliahan yang telah diberikan kepada penulis selama masa perkuliahan. Sukses selalu untuk kita semua.
6. Kepada Mbamita dan Kamai, terima kasih telah melatih dan memberi kepercayaan diri kepada penulis dalam persiapan menuju sidang skripsi.
7. Kepada Rafi dan Nadira, teman jurusan sebrang yang menjadi teman skripsian bersama dan juga teman kosan, terima kasih atas canda tawa yang diberikan untuk melepas penat dalam menulis skripsi ini.

Dalam pembuatan maupun penulisan skripsi ini, penulis menyadari masih memiliki banyak kekurangan, sehingga membutuhkan kritik dan saran agar skripsi ini dapat menjadi lebih baik lagi. Selain itu penulis berharap, penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca. Sekali lagi dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam pembuatan dan penulisan skripsi ini.

Bandung, 30 Juli 2019

Thalia Tara Aulia



## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
ABSTRACT .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR GAMBAR .....	viii
DAFTAR TABEL .....	ix
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Kegunaan Penelitian .....	8
1.5 Objek Penelitian .....	8
BAB II .....	12
TINJAUAN TEORI .....	12
2.1 Green Marketing .....	12
2.1.1 Segmentasi LOHAS .....	13
2.1.2 Manfaat Penerapan Green Marketing .....	15
2.2 Brand Awareness .....	17
2.3 Environmental Awareness .....	19
2.3.1 Green Product .....	20
2.3.2 Green Price .....	21
2.3.3 Green Promotion .....	21
2.3.4 Green Place .....	22
2.4 Minat Beli .....	22
2.5 Demand State .....	24
2.6 CSR .....	25
2.7 Penelitian Terdahulu .....	27

BAB III .....	31
METODE PENELITIAN.....	31
3.1    Jenis Penelitian.....	31
3.2    Metode Penelitian .....	32
3.3    Model Penelitian .....	33
3.4    Operasional Variabel .....	34
3.5    Teknik Pengukuran Data.....	35
3.6    Populasi dan Sampel.....	36
3.6.1    Populasi.....	36
3.6.2    Sampel.....	36
3.6.3    Teknik Sampling .....	37
3.7    Sumber dan Teknik Pengumpulan Data .....	39
3.7.1    Data Primer .....	39
3.7.2    Data Sekunder .....	40
3.8    Teknik Analisis Data.....	41
3.8.1    Uji Validitas .....	41
3.8.2    Uji Reabilitas.....	42
3.8.3    Analisis Deskriptif .....	43
3.8.4    Uji Heterokedasitas .....	45
3.8.5    Uji Normalitas .....	46
3.9    Uji Korelasi.....	46
3.10    Uji Hipotesis .....	49
3.10.1    Uji T .....	49
3.11    Analisis Regresi Linear Sederhana .....	50
3.12    Analisis Koefisien Ditermenasi .....	51
BAB IV .....	52
OBJEK PENELITIAN .....	52
4.1    Sedotan Stainless .....	52
4.2    Jenis Sedotan Stainless .....	53
4.2.1    Sedotan Stainless 304.....	53
4.2.2    Sedotan Stainless 316.....	53

4.3	Keuntungan Sedotan Stainless.....	54
4.4	Kerugian Sedotan Stainless.....	55
4.5	Sedotan Stainless (Green Place) .....	56
4.6	Sedotan Stainless (Green Price).....	56
	.....	57
BAB V.....		58
HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....		58
5.1	Karakteristik Responden .....	58
5.2	Pengujian Kualitas Alat Ukur Penelitian .....	60
5.2.1	Hasil Uji Validitas.....	61
5.2.2	Hasil Uji Reliabilitas .....	62
5.3	Analisis Deskriptif .....	63
5.3.1	Tanggapan Responden Mengenai <i>Environmental Awareness</i> .....	64
5.3.2	Tanggapan Responden Mengenai Minat Beli .....	72
5.4	Analisis Verifikatif.....	76
5.4.1	Uji Asumsi Klasik .....	77
5.4.2	Persamaan Regresi Linier Sederhana.....	80
5.4.3	Analisis Koefisien Korelasi (R).....	81
5.4.4	Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	82
5.4.5	Pengujian Hipotesis (Uji t).....	83
BAB VI .....		87
KESIMPULAN DAN SARAN.....		87
6.1	Kesimpulan .....	87
6.2	Saran .....	87
DAFTAR PUSTAKA .....		I
LAMPIRAN.....		III

## DAFTAR GAMBAR

<i>Gambar 1-1 Komposisi MSW (Municipal Solid Waste) Rata – Rata di Indonesia</i>	2
<i>Gambar 1-2 Sedotan Stainless</i> .....	9
<i>Gambar 2-1 Piramida Brand Awareness</i> .....	19
<i>Gambar 3-1 Kerangka Penelitian</i> .....	33
<i>Gambar 4-1 Produk Sedeotan Stainless</i> .....	57
<b><i>Gambar 5-1 Garis Kontinum pada Variabel Environmental Awareness</i></b> .....	65
<i>Gambar 5-2 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Minat Beli</i> .....	73
<i>Gambar 5-3 Uji Normalitas O-Plot</i> .....	77
<i>Gambar 5-4 Uji Heteroskedastisitas</i> .....	79
<i>Gambar 5-5 Kurva Uji Hipotesis</i> .....	84

## DAFTAR TABEL

Tabel 1-2 Pre-Research Question.....	5
Tabel 3-1 Operasionalisasi Variabel .....	34
Tabel 3-2 Jenjang Tanggapan dalam Kuesioner .....	36
Tabel 3-3 Kriteria Pengklasifikasian Presentase Skor Tanggapan Responden.....	44
Tabel 3-4 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi.....	48
Tabel 5-1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
Tabel 5-2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	59
Tabel 5-3 Karakteristik Responden Berdasarkan Mengetahui Informasi Campaign .....	59
Tabel 5-4 Karakteristik Responden Berdasarkan Sedotan Stainless yang Dimiliki .....	60
Tabel 5-5 Hasil Uji Validitas Variabel Customer Environmental Awareness.....	61
Tabel 5-6 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli .....	62
Tabel 5-7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian.....	63
Tabel 5-8 Kriteria persentase Skor Tanggapan Responden .....	64
Tabel 5-9 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Environmental Awareness .....	64
Tabel 5-10 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Green Product (Sedotan Plastik) .....	66
Tabel 5-11 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Green Product (Sedotan Stainless) .....	67
Tabel 5-12 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Green Price .....	68
Tabel 5-13 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Green Place.....	70
Tabel 5-14 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Green Promotion.....	71
Tabel 5-15 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Minat Beli.....	72
Tabel 5-16 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Minat Preferensial.....	74
Tabel 5-17 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Minat Transaksional .....	75
Tabel 5-18 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Minat Eksploratif .....	75

Tabel 5-19 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Minat Referensial .....	76
Tabel 5-20 Uji Normalitas .....	78
Tabel 5-21 Koefisien Regresi Sederhana .....	80
Tabel 5-22 Koefisien Korelasi Berganda .....	82
Tabel 5-23 Koefisien Determinasi (R-square) .....	82
Tabel 5-24 Hipotesis Secara Parsial (Uji t) .....	83

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pencemaran terhadap lingkungan merupakan masalah yang ada pada setiap tahunnya. Dapat dilihat dari penelitian yang dilakukan oleh University Of Georgia, sebesar 2,5 miliar metrik ton sampah dihasilkan oleh 192 negara yang memiliki garis pantai, termasuk Indonesia. Sampah yang dihasilkan dari negara – negara tersebut sebanyak 275 juta metrik ton-nya atau 10% nya adalah sampah plastik. Sebanyak 8 juta metrik ton sampah plastik tersebut telah mencemari laut. Indonesia tercatat sebagai negara penyumbang sampah plastik terbanyak di dunia, kedua setelah Tiongkok (Prasetiawan, 2018).

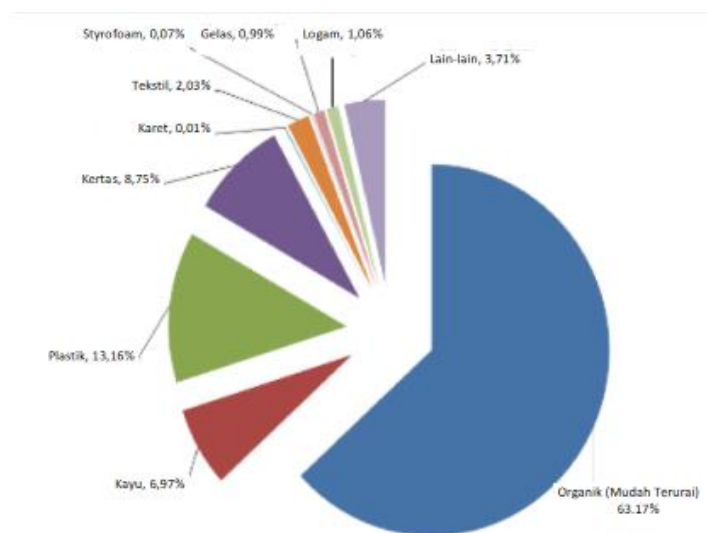
*Tabel 1-1 Sampah yang dihasilkan dan dikumpulkan oleh pemerintah kota, bank sampah, pengumpul sampah, dan perkiraan oleh tim survey*

*Sumber : Laporan Sintesis Sampah Laut di Indonesia, 2018*

Kota	Jumlah penduduk <sup>(1)</sup>	Sampah yang Dihasilkan <sup>(2)</sup> (ton/hari)	Sampah terangkut ke TPA <sup>(3)</sup>	Sampah Lain yang Tertangani <sup>(4)</sup>	Sampah Tidak Tertangani <sup>(4)</sup>	% Sampah Tidak Tertangani
<b>Tingkat 1</b>						
Balikpapan	615.574	535,6	375,7	26,9	133,0	24,80%
Bitung	205.675	178,9	133,1	0,1	45,8	25,60%
Surabaya	2.853.661	2.482,7	1.477,7	84,5	920,5	37,10%
Makassar	1.449.401	1.261,0	1.163,9	1,6	95,5	7,60%
Jakarta	10.075.310	8.765,5	6.484,7	-	2.280,8	26,00%
<b>Tingkat 2</b>						
Denpasar	880.600	766,1	638,5	-	127,6	16,70%
Padang	902.413	785,1	375,4	8,1	401,7	51,20%
Manado	425.634	370,3	326,6	-	43,7	11,80%
Medan	2.210.624	1.923,2	1.564,7	0,3	358,2	18,60%
<b>Lainnya</b>						
Pontianak	607.438	528,5	371,5	4,8	152,2	28,80%
Semarang	1.595.267	1.387,9	1.087,2	-	300,7	21,70%
Yogyakarta	412.704	359,1	267,2	30,4	61,5	17,10%
Batam	1.037.187	902,4	798,0	3,3	101,1	11,20%
Mataram	450.226	391,7	230,6	2,3	158,8	40,50%
Bandar Lampung	979.287	852,0	789,1	1,3	61,6	7,20%

Sumber: <sup>(1)</sup>Dari Data BPS; <sup>(2)</sup>Diperkirakan menggunakan Tingkat Sampah yang Dihasilkan 0,87 Kg/Kapita/Hari; <sup>(3)</sup>Data DKP/DK/DPK Pemkot; <sup>(4)</sup>Data yang tersedia dari bank sampah, pengumpul sampah; <sup>(5)</sup>Dihitung oleh tim survei

Berdasarkan Tabel 1-1 diatas dapat dilihat bahwa sampah yang dihasilkan oleh kota – kota besar di Indonesia memiliki volume yang sangat banyak. Lebih dari 18.000 ton sampah dihasilkan perharinya oleh masyarakat Indonesia.



**Gambar 1-1 Komposisi MSW (Municipal Solid Waste) Rata – Rata di Indonesia**  
*Sumber: Laporan Sintesis Sampah Laut di Indonesia, 2018*

Dari gambar 1-2 diatas dapat dilihat bahwa sampah yang paling banyak diproduksi di Indonesia adalah sampah yang mudah terurai atau sampah organik. Komposisi sampah yang paling mendominasi kedua adalah sampah plastik. Plastik merupakan material yang sangat sering digunakan, sifatnya yang kuat, elastis, tahan lama, dan murah membuat masyarakat lebih memilih untuk menggunakan material ini dibandingkan material lainnya. Hal tersebut memicu volume sampah plastik yang berlebihan. Sampah plastik merupakan sampah yang sulit terurai, penggunaan plastik yang berlebihan dapat mengakibatkan pencemaran yang signifikan terhadap lingkungan. Terdapat banyak jenis



sampah plastik yang diproduksi oleh manusia setiap harinya. Jenis sampah plastik dapat berupa kantong plastik, botol plastik, hingga sedotan plastik. Sedotan plastik merupakan bahan plastik yang selama ini dengan mudahnya dipakai dan dibuang dengan perputaran yang cepat. Dalam komplikasi data yang disusun *Eco Watch*, kurang lebih 500 juta sedotan plastik dibuang setiap harinya setelah sekali pemakaian.

Salah satu dampak yang sangat signifikan dari sampah sedotan plastik dapat dilihat dari video berjudul “*Sea Turtle with Straw up its Nostril - "NO" TO PLASTIC STRAWS*” yang diunggah oleh akun *Sea Turtle Biologist* pada jejaring sosial Youtube di pertengahan tahun 2017. Video yang diunggah menunjukkan sekelompok orang dari *Texas A&M University* yang sedang berusaha keras dalam mengeluarkan sedotan plastik dari lubang hidung seekor penyu laut. Terlihat dalam video tersebut, seekor penyu yang sedang diselamatkan menjerit kesakitan dan meneguarkan darah dari hidungnya akibat tersumbat sedotan plastik. Pada akhir video terlihat sedotan sepanjang 15cm yang menyumbat hidung penyu berhasil dikeluarkan. Video ini sempat viral dan sudah dilihat oleh 34juta penonton hingga saat ini. Tidak hanya kasus diatas, video – video hewan laut yang terkena dampak dari plastik sampah juga banyak beredar di Youtube.

Ada banyak hal yang dapat dilakukan untuk menghindari pencemaran lingkungan akibat pemakaian sedotan plastik yang berlebih. Bentuk kepedulian masyarakat terhadap lingkungan saat ini semakin banyak. Selain individu, terdapat banyak komunitas dan aktivis yang terbentuk dengan tujuan memberkan edukasi kepada masyarakat mengenai dampak negatif yang diakibatkan oleh

sedotan plastik. Komunitas tersebut biasanya melakukan *campaign* serta mengajak masyarakat sekitar untuk memulai hidup sehat dan lebih peduli terhadap lingkungan. Salah satu contoh dari komunitas tersebut adalah komunitas *nostrawplease* yang bertujuan untuk membantu masyarakat semakin mudah mendapatkan informasi soal sampah plastik khususnya sedotan. Kampanye yang dilakukan oleh komunitas ini yaitu melakukan riset ke beberapa tempat makan yang masih menggunakan sedotan plastik dengan mengobservasi dan berbagi cerita kepada masyarakat agar sadar untuk mengurangi pemakaian plastik. Gerakan ini mendapatkan banyak respon positif dan perlahan menjadi trend yang banyak diikuti oleh sejumlah komunitas lainnya.

Upaya juga banyak dilakukan oleh perusahaan - perusahaan guna mengurangi dampak negatif yang terjadi akibat limbah sedotan plastik, seperti membuat produk alternatif dan tidak lagi menyediakan sedotan plastik pada setiap penyajiannya. Di Indonesia sendiri juga terdapat perusahaan – perusahaan yang mendukung gerakan anti sedotan plastik. Restaurant cepat saji McDonald's Indonesia adalah salah satu contohnya. Restaurant ini sudah mulai menerapkan gerakan *#Mulaitanpasedotan*. Gerakan ini dilaksanakan dengan tidak lagi menyediakan sedotan plastik, kecuali pembeli meminta dengan alasan khusus (pembelian minuman float). Aksi ini sudah diterapkan di 189 gerai McDonald's di seluruh Indonesia. Gerakan *#Mulaitanpasedotan* merupakan langkah awal McDonald's menuju perubahan di masa depan. McDonald's berkomitmen mencari solusi yang lebih ramah lingkungan untuk seluruh kemasan produknya

dalam rangka mengurangi sampah plastik (McDonald's Indonesia Memulai Gerakan Tanpa Sedotan, 2018).

Dengan tidak lagi menyediakan sedotan plastik, konsumen dapat beralih ke pemakaian sedotan alternatif seperti sedotan stainless atau tidak menggunakan sedotan sama sekali. Sedotan Stainless merupakan sedotan yang terbuat dari bahan anti karat dan dapat digunakan berulang kali. Dari fenomena ini, penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai persoalan minat beli masyarakat terhadap sedotan stainless yang dipengaruhi oleh *environmental awareness*. Untuk memastikan apakah penelitian ini layak untuk diteliti, penulis melakukan *pre – research question*.

**Tabel 1-2 Pre-Research Question**

	<b>Pertanyaan</b>		
<b>Jawaban</b>	Apakah anda pernah melihat campaign / informasi mengenai dampak negative penggunaan sedotan plastic terhadap lingkungan?	Apakah Anda mengetahui dampak negative sedotan plastic terhadap lingkungan?	Apakah Anda berniat untuk membeli sedotan stainless dalam jangka waktu dekat?
Ya	93,3% (14 orang)	93,3% (14 orang)	80% (12 orang)
Tidak	6,67% (1 orang)	6,67% (1 orang)	20% (3 orang)
Apakah alasan anda dalam membeli stainless straw?	Jika anda tidak berminat membeli sedotan stainless, mengapa?		

a. Mengikuti trend	13,33% (2 orang)	a. Tidak penting atau tidak dibutuhkan	20% (3 orang)
b. Kepedulian akan lingkungan	66,67% (10 orang)	b. Harga yang terlalu mahal	13,3% (2 orang)
c. Harga yang terjangkau	6,67% (1 orang)	c. Produk yang kurang menarik	
d. Others : .....		d. Others : .....	20% (3 orang sudah punya)
Bagaimana pandangan Anda mengenai beberapa coffee shop/café/restaurant yang membatasi penggunaan sedotan plastic?			
a. Menarik, karena ikut peduli terhadap lingkungan			93,3% (14 orang)
b. Biasa saja, karena tidak menimbulkan efek yang signifikan terhadap lingkungan			6,67% (1 orang)
c. Tidak menarik, karena menyulitkan pelanggan			
d. Others : .....			

Dari hasil *pre – research question* dapat dikatakan bahwa mayoritas responden pernah melihat *campaign* mengenai sedotan plastik dan mengetahui dampak negatif yang dihasilkan oleh sedotan plastik. Mayoritas responden juga tertarik untuk membeli sedotan stainless dengan alasan kepedulian terhadap

lingkungan. Maka dapat diketahui bahwa lebih banyak responden sudah memiliki *customer environmental awareness* yang menyebabkan minat beli sedotan *stainless*. Atas dasar tersebut, dapat dikatakan bahwa penelitian ini layak untuk diteliti.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Peneliti merumuskan beberapa identifikasi masalah berdasarkan latar belakang penelitian sebagai berikut:

- a. Apakah *Customer Environmental Awareness* memiliki pengaruh *minat beli* pada *Sedotan Stainless*?
- b. Seberapa besar pengaruh *Customer Environmental Awareness* terhadap *minat beli Sedotan Stainless*?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Peneliti melakukan penelitian ini dengan tujuan sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui adanya pengaruh *customer environmental awareness* terhadap *minat beli* pada *sedotan stainless*.
- b. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *customer environmental awareness* terhadap *minat beli* pada *Sedotan stainless*.

## 1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

### a. Manfaat Teoritis

- Hasil penelitian ini merupakan sumber pembelajaran bagi penulis untuk menambah wawasan dalam bidang ilmu pemasaran, terutama mengenai pengaruh *Customer awareness* terhadap *Minat beli*, melalui penerapan teori yang sudah diterima selama masa perkuliahan dalam kehidupan nyata.
- Sebagai bahan acuan pertimbangan yang dapat digunakan untuk penelitian berikutnya, khususnya mengenai green marketing.
- Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi perbendaharaan buku dari penelitian yang ada di perpustakaan dan dijadikan sumber acuan bahan penelitian selanjutnya.

### b. Manfaat Praktis

Memberi informasi kepada pelaku bisnis dalam menghadapi consumer trend saat ini yang cenderung focus pada isu lingkungan.

## 1.5 Objek Penelitian

Objek penelitian pada skripsi adalah Sedotan *Stainless* atau dapat juga disebut dengan *reusable straw*. Sedotan *stainless* merupakan sedotan yang terbuat dari *stainless steel* atau bahan anti karat dan dapat digunakan secara berulang kali

serta awet dan tahan lama. Sedotan *stainless* ini juga aman untuk dibawa berpergian, karena tidak mudah patah ataupun rusak. Selain dijual dalam bentuk sedotan lurus, terdapat pula sedotan *stainless* yang melengkung di bagian atasnya. Stainless straw ini kerap ditemukan di banyak Online shop dengan harga yang bervariasi, dari sekitar Rp. 15.000 sampai dengan Rp. 60.000. Dalam setiap pembelian sedotan Stainless biasanya disertai dengan *brush* atau sikat untuk mencuci sedotan setelah pemakaian.



**Gambar 1-2 Sedotan Stainless**

*Sumber : Carousell, Reusable Stainless Straw, 2018*