

BAB III

DATA HASIL PENELITIAN SIKAP PEDULI LINGKUNGAN, NORMA SUBJEKTIF, KONTROL PERILAKU PEMBELIAN, DAN INTENSI MEMBELI PRODUK PAKAIAN

Bab ini menjelaskan data hasil penelitian dan temuan penelitian yang menyangkut sikap peduli lingkungan, norma subjektif, kontrol perilaku pembelian dan intensi membeli produk pakaian. Penyajian data dimulai dengan hasil uji validitas, uji reliabilitas, data identitas responden, dan temuan-temuan penelitian yang berkaitan dengan variabel penelitian. Responden dari penelitian ini adalah Generasi Z dan Milenial yang berada pada rentang usia 11 - 42 tahun. Penelitian ini mengambil jumlah sampel sebanyak 300 orang dan pengolahan data dengan menggunakan analisis regresi linier berganda.

3.1 Uji Validitas

Penting bagi peneliti untuk mengetahui apakah instrumen penelitian yang digunakan valid atau tidak. Uji validitas merupakan suatu tahapan yang mutlak dalam sebuah penelitian karena mengacu pada seberapa baik suatu tes untuk mengukur apa yang dimaksudkan untuk diukur (Phelan & Wren, 2005). Uji validitas penelitian ini dilakukan dengan *software* SPSS 23 dengan membandingkan r-hitung dengan r-tabel yang dilihat melalui nilai tiap instrumen pertanyaan. Jika diperoleh nilai r-hitung > nilai r-tabel, maka pertanyaan kuesioner tersebut dianggap valid. Dapat diketahui bahwa penelitian ini mengambil jumlah responden (N) 300 orang dengan nilai tabel *two tailed* sebesar 0,113. Apabila angka r yang didapatkan lebih besar dari 0,113 maka kuesioner dianggap valid, sedangkan apabila nilai r lebih kecil dari 0,113 maka kuesioner dalam penelitian ini

dianggap tidak valid. Hasil uji validitas penelitian ini ditunjukkan melalui tabel sebagai berikut :

3.1.1 Uji Validitas Sikap Peduli Lingkungan (X_1)

Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas Variabel (X_1)

Kode Butir Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
X1.1	0,538	0,113	Valid
X1.2	0,595	0,113	Valid
X1.3	0,626	0,113	Valid
X1.4	0,464	0,113	Valid
X1.5	0,656	0,113	Valid
X1.6	0,651	0,113	Valid
X1.7	0,759	0,113	Valid
X1.8	0,709	0,113	Valid
X1.9	0,733	0,113	Valid
X1.10	0,650	0,113	Valid
X1.11	0,590	0,113	Valid
X1.12	0,695	0,113	Valid
X1.13	0,701	0,113	Valid
X1.14	0,729	0,113	Valid
X1.15	0,698	0,113	Valid
X1.16	0,604	0,113	Valid
X1.17	0,623	0,113	Valid
X1.18	0,326	0,113	Valid
X1.19	0,689	0,113	Valid
X1.20	0,692	0,113	Valid
X1.21	0,637	0,113	Valid

Berdasarkan pada tabel 3.1 memperlihatkan hasil uji validitas terhadap variabel X_1 yakni sikap peduli lingkungan. Didapatkan hasil bahwa pada keseluruhan instrumen pertanyaan pada variabel X_1 memiliki nilai r-hitung yang lebih besar daripada r-tabel (0,113), sehingga dapat disimpulkan bahwa keseluruhan instrumen pada variabel sikap peduli lingkungan (X_1) dinyatakan **valid**.

3.1.2. Uji Validitas Norma Subjektif (X₂)

Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Variabel (X₂)

Kode Butir Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
X2.1	0,850	0,113	Valid
X2.2	0,894	0,113	Valid
X2.3	0,897	0,113	Valid
X2.4	0,798	0,113	Valid

Hasil uji validitas yang ditunjukkan pada tabel 3.2, memperlihatkan bahwa keseluruhan instrumen pertanyaan pada variabel X₂ yakni norma subjektif memiliki nilai r-hitung yang lebih besar dibandingkan dengan r-tabel (0,113). Hal tersebut artinya, seluruh pertanyaan pada variabel Norma Subjektif (X₂) dapat dinyatakan **valid**.

3.1.3. Uji Validitas Kontrol Perilaku Pembelian (X₃)

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel (X₃)

Kode Butir Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
X3.1	0,407	0,113	Valid
X3.2	0,469	0,113	Valid
X3.3	0,444	0,113	Valid
X3.4	0,433	0,113	Valid
X3.5	0,714	0,113	Valid
X3.6	0,730	0,113	Valid
X3.7	0,686	0,113	Valid
X3.8	0,724	0,113	Valid

Melalui hasil uji validitas pada variabel X₃ yakni kontrol perilaku pembelian yang diperlihatkan melalui tabel 3.3, hasilnya menunjukkan bahwa keseluruhan instrumen pertanyaan memiliki nilai r-hitung yang lebih besar daripada r-tabel (0,113), sehingga seluruh instrumen pertanyaan pada variabel kontrol perilaku belanja (X₃) dinyatakan **valid**.

3.1.4 Uji Validitas Intensi Membeli Produk Pakaian (Y)

Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel (Y)

Kode Butir Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
Y.1	0,818	0,113	Valid
Y.2	0,840	0,113	Valid
Y.3	0,746	0,113	Valid
Y.4	0,770	0,113	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel 3.4, yang merupakan variabel Y yakni intensi membeli produk pakaian, menunjukkan bahwa seluruh butir instrumen pertanyaan memiliki nilai r-hitung yang lebih besar dibandingkan dengan r-tabel (0,113), artinya seluruh instrumen pertanyaan pada variabel intensi membeli produk pakaian (Y) dinyatakan **valid**.

3.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan tahapan yang penting karena dengan melakukan uji reliabilitas, peneliti dapat mengetahui apakah proses pengukuran yang dilakukan dapat diandalkan atau dapat dipercaya untuk memberikan hasil yang konsisten. Uji reliabilitas pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS 23. Untuk melihat nilai reliabilitas dapat dilakukan dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha* pada tiap variabel penelitian. Sebuah instrumen penelitian dapat dinyatakan reliabel jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha* yakni > 0.6 (Ghozali, 2011:48). Jika nilai *Cronbach's Alpha* mendekati 1 maka hasilnya semakin bagus atau kuesioner penelitian sifatnya reliabel untuk digunakan.

Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas pada Keseluruhan Variabel Penelitian

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Kriteria	Keterangan
Sikap Peduli Lingkungan	0,925	0,6	Reliabel
Norma Subjektif	0,882	0,6	Reliabel
Kontrol Perilaku Pembelian	0,730	0,6	Reliabel
Intensi Membeli Produk Pakaian	0,803	0,6	Reliabel

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel 3.5, dapat diketahui keseluruhan variabel penelitian yakni Sikap Peduli Lingkungan, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku Pembelian, dan Intensi Membeli Produk Pakaian memenuhi standar uji reliabilitas yakni memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6 yang artinya bahwa seluruh pertanyaan instrumen penelitian pada setiap variabel adalah **reliabel**.

3.3. Identitas Responden

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner penelitian, jumlah responden yang diperoleh adalah sebanyak 300 responden, dengan rincian hasil sebagai berikut:

3.3.1. Usia

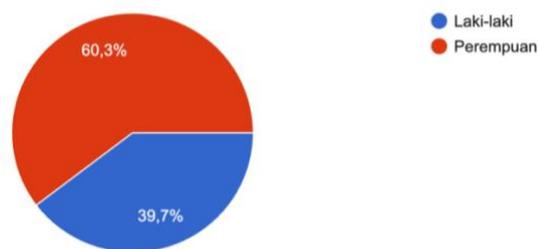
Tabel 3.6 Usia Responden

Usia	Jumlah	Persentase
12 - 17 Tahun	11	3,7%
18 - 23 Tahun	168	55,9%
24 - 29 Tahun	71	23,6%
30 - 35 Tahun	28	9,3%
36 - 42 Tahun	22	7,2%

Penelitian berjudul “Sikap Peduli Lingkungan, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku Pembelian terhadap Intensi Membeli Produk Pakaian” telah dilakukan dengan kriteria usia 11 - 42 tahun yang berasal dari kalangan Generasi Z dan Milenial. Hasil penelitian yang diperoleh berupa responden yang berusia dalam rentang 12 - 42 tahun, dengan mayoritas responden berusia 22 tahun dengan persentase sebesar 22,3%.

3.3.2 Jenis Kelamin

Diagram 3.1 Jenis Kelamin Responden



Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner pada 300 responden, dalam penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat partisipasi responden perempuan lebih besar dibandingkan dengan laki-laki dengan persentase perempuan sebesar 60,3% dan laki-laki sebesar 39,7%.

3.4. Variabel Sikap Peduli Lingkungan

Sikap Peduli Lingkungan diukur dengan menggunakan tiga indikator yang telah ditentukan, yaitu meliputi *Verbal Commitment* (VC), *Actual Commitment* (AC), dan *Affect* (A). Ketiga indikator tersebut kemudian dijabarkan melalui 21 butir pernyataan. Responden memilih satu pilihan jawaban yang didasarkan pada kondisi atau keadaan

mereka terhadap pernyataan yang tersedia. Setiap pernyataan diukur menggunakan skala likert enam skor, (1) = tidak setuju sampai dengan (6) = setuju. *Verbal commitment* merupakan indikator pertama yang mengevaluasi variabel sikap peduli lingkungan. Dari indikator tersebut, ditransformasikan menjadi tujuh item pernyataan, sehingga dihasilkan tabel sebagai berikut:

Tabel 3.7 Frekuensi Sikap Peduli Lingkungan

Pernyataan	Frekuensi Skor						Total
	TS					S	
	1	2	3	4	5	6	
1. Berkomitmen melakukan kegiatan yang berkaitan dengan pelestarian lingkungan karena itu merupakan tugas setiap orang	1 (0,3%)	1 (0,3%)	17 (5,7%)	55 (18,3%)	104 (34,7%)	122 (40,7%)	300 (100%)
2. Berkomitmen menyebarkan informasi mengenai lingkungan kepada orang di sekitar	2 (0,7%)	6 (2%)	20 (6,7%)	65 (21,7%)	106 (35,3%)	101 (33,7%)	300 (100%)
3. Berkomitmen menghubungi pihak yang berwenang jika terdapat masalah lingkungan di sekitar saya	1 (0,3%)	11 (3,7%)	44 (14,7%)	84 (28%)	91 (30,3%)	69 (23%)	300 (100%)
4. Berkomitmen mengenakan pakaian yang dipunyai secara terus menerus untuk mengurangi limbah pakaian yang terbuang	7 (2,3%)	10 (3,3%)	32 (10,7%)	53 (17,7%)	89 (29,7%)	109 (36,3%)	300 (100%)
5. Berkomitmen menyumbangkan penghasilan untuk membantu organisasi yang melindungi lingkungan	3 (1%)	11 (3,7%)	46 (15,3%)	81 (27%)	96 (32%)	63 (21%)	300 (100%)
6. Berkomitmen untuk berhenti membeli pakaian karena terdapat peringatan kerusakan lingkungan	17 (5,7%)	43 (14,3%)	74 (24,7%)	74 (24,7%)	60 (20%)	32 (10,7%)	300 (100%)
7. Berkomitmen untuk bergabung dengan komunitas atau organisasi yang peduli pada isu lingkungan	13 (4,3%)	30 (10%)	61 (20,3%)	67 (22,3%)	69 (23%)	60 (20%)	300 (100%)

Melalui tabel 3.7 seluruh responden telah menjawab 7 pernyataan dari indikator pertama dari sikap peduli lingkungan yaitu *Verbal Commitment (VC)*. Temuan penelitian menunjukkan bahwa responden cenderung setuju untuk berkomitmen dalam sikap peduli pada lingkungan, hal tersebut dibuktikan dengan hasil survei yang memperlihatkan pada dua item pernyataan pertama dan keempat responden menjawab skor tertinggi yakni 6. Kemudian responden menjawab empat item pernyataan kedua, ketiga, lima dan ketujuh dengan skor 5. Hal tersebut mengindikasikan bahwa responden memiliki komitmen yang cukup tinggi untuk peduli pada sikap peduli pada lingkungan.

Namun pada pernyataan ke enam yaitu “Saya berkomitmen untuk berhenti membeli pakaian karena terdapat peringatan kerusakan lingkungan” mayoritas responden memilih skor 3 dan 4 dengan persentase 24,7% yang artinya sebagian besar responden cenderung belum siap untuk berkomitmen dalam berhenti membeli pakaian meskipun terdapat peringatan kerusakan lingkungan. Oleh karena itu, dari hasil jawaban responden dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian besar responden telah setuju untuk berkomitmen pada sikap peduli lingkungan meskipun sebagian responden belum bersedia untuk berhenti membeli pakaian.

Tabel 3.8 Frekuensi Sikap Peduli Lingkungan

Pernyataan	Frekuensi Skor						Total
	TS					S	
	1	2	3	4	5	6	
8. Mengikuti berita mengenai lingkungan	7 (2,3%)	18 (6%)	54 (18%)	94 (31,3%)	81 (27%)	46 (15,3%)	300 (100%)
9. Memperhatikan sikap dan pendapat pihak yang berwenang mengenai masalah kerusakan lingkungan	4 (1,3%)	11 (3,7%)	40 (13,3%)	79 (26,3%)	93 (31%)	73 (24,3%)	300 (100%)
10. Pernah menghadiri pertemuan organisasi yang bergerak di bidang kepedulian lingkungan	51 (17%)	46 (15,3%)	47 (15,7%)	46 (15,3%)	53 (17,7%)	57 (19%)	300 (100%)
11. Pernah bergabung dengan kegiatan/aksi peduli lingkungan secara langsung	44 (14,7%)	39 (13%)	31 (10,3%)	44 (14,7%)	72 (24%)	70 (23,3%)	300 (100%)
12. Melaporkan tentang masalah kerusakan lingkungan kepada pihak yang berwenang	37 (12,3%)	55 (18,3%)	67 (22,3%)	71 (23,7%)	39 (13%)	31 (10,3%)	300 (100%)
13. Mempertimbangkan dampak pada lingkungan ketika membeli pakaian	16 (5,3%)	33 (11%)	67 (22,3%)	77 (25,7%)	66 (22%)	41 (13,7%)	300 (100%)
14. Mengurangi jumlah pembelian pakaian karena peduli pada lingkungan	17 (5,7%)	33 (11%)	66 (22%)	64 (21,3%)	67 (22,3%)	53 (17,7%)	300 (100%)

Melalui tabel 3.8 seluruh responden telah menjawab 7 pernyataan dari indikator kedua dari sikap peduli lingkungan yaitu *Actual Commitment* (AC). Dari pernyataan ke delapan sampai dengan empat belas dapat diketahui bagaimana tindakan nyata yang pernah dilakukan responden pada kegiatan yang mendukung pelestarian lingkungan. Pada pernyataan ke sepuluh “Saya pernah menghadiri pertemuan organisasi yang bergerak di bidang kepedulian lingkungan” menunjukkan hasil bahwa mayoritas responden

pernah menghadiri pertemuan organisasi yang bergerak di bidang kepedulian lingkungan dengan memilih skor tertinggi yaitu 6 sebesar 19%.

Kemudian, hasil dari tiga pernyataan ke sembilan, ke sebelas, dan ke empat belas mayoritas responden memilih skor 5 yang mengindikasikan bahwa mayoritas responden selalu memperhatikan sikap dan pendapat pihak yang berwenang mengenai masalah kerusakan lingkungan, pernah mengikuti kegiatan atau aksi peduli lingkungan secara langsung, dan juga mengurangi jumlah pembelian pakaian karena peduli pada lingkungan.

Pernyataan yang tersisa yaitu pernyataan ke delapan, ke dua belas dan ke tiga belas, responden menjawab pilihan pernyataan pada skor ke 4. Yang artinya responden cenderung setuju dengan pernyataan yang diberikan. Oleh karena itu dari hasil jawaban tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa mayoritas responden cukup aktif pada aksi-aksi yang berkaitan dengan kepedulian pada lingkungan, hal ini ditunjukkan dengan jawaban responden yang turut aktif pada kegiatan yang mendukung pelestarian lingkungan seperti menghadiri pertemuan yang bergerak di bidang kepedulian lingkungan, dan mempertimbangkan aspek lingkungan pada saat ingin melakukan sesuatu.

Tabel 3.9 Frekuensi Sikap Peduli Lingkungan

Pernyataan	Frekuensi Skor						Total
	TS					S	
	1	2	3	4	5	6	
15. Sering memikirkan tentang efek kerusakan lingkungan pada diri saya dan juga keluarga	6 (2%)	13 (4,3%)	32 (10,7%)	60 (20%)	100 (33,3%)	89 (29,7%)	300 (100%)
16. Masalah kerusakan lingkungan cukup mengganggu kehidupan saya	1 (0,3%)	8 (2,7%)	20 (6,7%)	56 (18,7%)	105 (35%)	110 (36,7%)	300 (100%)
17. Merasa stres ketika banyak terjadi kerusakan lingkungan di sekitar saya	2 (0,7%)	16 (5,3%)	29 (9,7%)	77 (25,7%)	86 (28,7%)	90 (30%)	300 (100%)
18. Orang lain tidak terlalu peduli tentang masalah lingkungan yang diakibatkan oleh industri pakaian	5 (1,7%)	14 (4,7%)	39 (13%)	75 (25%)	84 (28%)	83 (27,7%)	300 (100%)
19. Merasa takut ketika berpikir bahwa pakaian yang saya beli merupakan sesuatu yang bisa merusak lingkungan	9 (3%)	35 (11,7%)	70 (23,3%)	75 (25%)	69 (23%)	42 (14%)	300 (100%)
20. Marah ketika mengingat kerusakan yang disebabkan oleh industri pakaian kepada lingkungan	10 (3,3%)	19 (6,3%)	71 (23,7%)	72 (24%)	73 (24,3%)	55 (18,3%)	300 (100%)
21. Marah karena berpikir bahwa pemerintah tidak berbuat lebih banyak untuk membantu mengendalikan kerusakan lingkungan	6 (2%)	11 (3,7%)	33 (11%)	79 (26,3%)	78 (26%)	93 (31%)	300 (100%)

Melalui tabel 3.9 seluruh responden telah menjawab 7 pernyataan dari indikator ketiga dari sikap peduli lingkungan yaitu *Affect (A)*. Pada pernyataan ke lima belas sampai dengan dua puluh satu menunjukkan dapat diketahui bagaimana tingkat emosionalitas responden terhadap isu-isu yang berkaitan dengan lingkungan. Pada item pernyataan “Saya merasa stres ketika banyak terjadi kerusakan lingkungan di sekitar saya” dan juga “Saya menjadi marah karena berpikir bahwa pemerintah tidak berbuat

lebih banyak untuk membantu mengendalikan kerusakan lingkungan” menunjukkan mayoritas responden memilih skor tertinggi yaitu 6 dengan persentase 30% dan 31%, artinya bahwa sebagian besar responden merasa setuju bahwa seringkali ikut merasakan rasa emosional seperti stress dan marah pada isu-isu yang berkaitan dengan kerusakan lingkungan.

Beberapa item pernyataan menginterpretasikan bahwa mayoritas responden setuju dengan pernyataan yang diberikan dengan memilih skor 5 pada tiap pernyataan. Seperti pada pernyataan ke enam belas yakni “Masalah kerusakan lingkungan cukup mengganggu kehidupan saya” dipilih mayoritas responden pada skor 5 dengan persentase sebesar 35%. Hanya sekitar 0,3% responden saja yang memilih skor 1 yang artinya tidak setuju dengan pernyataan yang diberikan.

Pada pernyataan ke delapan belas yaitu “Orang lain tidak terlalu peduli tentang masalah lingkungan yang diakibatkan oleh industri pakaian” yang dipilih sebanyak 28% responden. Artinya sebanyak 28% orang cenderung setuju bahwa masih banyak orang-orang yang tidak terlalu memperdulikan kerusakan lingkungan akibat industri pakaian. Dan hanya 1,7% responden saja yang memilih skor 1 yang artinya tidak setuju.

Sedangkan pada pernyataan ke sembilan belas yaitu “Merasa takut ketika berpikir bahwa pakaian yang saya beli merupakan sesuatu yang bisa merusak lingkungan” dipilih mayoritas responden pada skor 4 yaitu sebesar 25%. Meskipun responden memilih skor yang lebih rendah pada item pernyataan ini daripada pernyataan lain, secara keseluruhan mayoritas responden tetap cenderung setuju dengan pernyataan yang diberikan. Oleh karena itu, dari hasil jawaban responden dapat ditarik kesimpulan

bahwa sebagian besar responden setuju pada item pernyataan yang diberikan dan memiliki tingkat emosionalitas yang cukup tinggi pada isu-isu yang berkaitan dengan lingkungan.

Hasil data yang diperoleh kemudian digunakan untuk mengkategorisasikan variabel menjadi tiga golongan tingkatan, yaitu rendah, sedang, dan tinggi (Azwar, 2015:149). Kemudian dilakukan perhitungan untuk menentukan interval pada tiap kategori yaitu dengan membagi selisih total skor tertinggi dan total skor terendah dengan jumlah kategori.

Pada variabel Sikap Peduli Lingkungan (X_1) dikategorisasikan sebagai berikut:

1. Skor 21 - 55 termasuk ke dalam kategori rendah
2. Skor 56 - 90 termasuk ke dalam kategori sedang
3. Skor 91 - 126 termasuk ke dalam kategori tinggi

Melalui kategorisasi tersebut maka hasil survei yang didapatkan pada variabel sikap peduli lingkungan adalah sebagai berikut :

Tabel 3.10 Kategorisasi Variabel Sikap Peduli Lingkungan

Skor	Kategori	F	Persentase
21 – 55	Rendah	7	2,3%
56 – 90	Sedang	140	46,7%
91 – 126	Tinggi	153	51%
Total		300	100%

Berdasarkan hasil kategorisasi pada variabel X_1 tersebut didapatkan hasil bahwa, Sikap Peduli Lingkungan responden termasuk ke dalam kategori **tinggi** yaitu sebesar 51%.

Sebagian besar responden setuju untuk berkomitmen pada sikap peduli lingkungan, artinya responden yang bersedia untuk melakukan kegiatan yang berkaitan dengan kegiatan lingkungan. Mayoritas responden yang berasal dari kalangan Generasi Z dan Milenial ini juga pernah melakukan aksi-aksi yang berkaitan dengan pelestarian lingkungan dan bukan menjadi hal yang baru untuk dilakukan. Sikap peduli lingkungan yang tinggi juga menunjukkan besarnya tingkat emosionalitas yang dirasakan responden berkaitan dengan isu-isu lingkungan, dimana seringkali merasa khawatir pada sesuatu yang berkaitan dengan lingkungan.

3.5. Variabel Norma Subjektif

Norma Subjektif (X_2) diukur dengan menggunakan dua indikator, yaitu *Agree with other people's opinions* atau mempertimbangkan pendapat orang di sekelilingnya ketika membeli pakaian dan *Following other people's opinions* atau mengikuti saran orang di sekelilingnya ketika membeli pakaian. Kedua indikator tersebut kemudian dijabarkan menjadi empat butir pernyataan. Responden memilih satu pilihan jawaban yang didasarkan pada kondisi atau keadaan mereka terhadap pernyataan yang tersedia dan setiap pernyataan akan diukur menggunakan skala likert enam skor, (1) = tidak setuju sampai dengan (6) = setuju, sehingga dihasilkan tabel sebagai berikut:

Tabel 3.11 Frekuensi Norma Subjektif

Pernyataan	Frekuensi Skor						Total
	TS					S	
	1	2	3	4	5	6	
1. Mempertimbangkan pendapat orang di sekeliling ketika akan membeli pakaian	26 (8,7%)	20 (6,7%)	51 (17%)	67 (22,3%)	80 (26,7%)	56 (18,7%)	300 (100%)
2. Pandangan orang di sekeliling menentukan apakah akan membeli pakaian	38 (12,7%)	33 (11%)	51 (17%)	74 (24,7%)	59 (19,7%)	45 (15%)	300 (100%)
3. Mengikuti saran orang di sekeliling ketika membeli pakaian	27 (9%)	35 (11,7%)	53 (17,7%)	88 (29,3%)	56 (18,7%)	41 (13,7%)	300 (100%)
4. Merasa terdorong untuk membeli pakaian yang dinilai bagus oleh teman	28 (9,3%)	31 (10,3%)	44 (14,7%)	73 (24,3%)	73 (24,3%)	51 (17%)	300 (100%)

Indikator pada variabel norma subjektif diuraikan peneliti dengan memberikan empat butir pernyataan yang telah dijawab oleh 300 responden. Data hasil penelitian memperlihatkan bahwa mayoritas responden mempertimbangkan pendapat orang disekelilingnya ketika membeli pakaian. Sebagaimana yang ditunjukkan pada tabel 3.11 pernyataan nomor satu bahwa mayoritas responden yang memilih skor 5 yaitu sebesar 26,7% dalam pernyataan “Ketika akan membeli pakaian, saya mempertimbangkan pendapat orang di sekeliling saya”, Artinya mayoritas responden mempertimbangkan pendapat dari kelompok preferensi yang ada di sekelilingnya dalam menentukan pembelian pakaian.

Pernyataan nomor dua yaitu sebanyak 24,7% responden memilih skor 4 pada pernyataan “Pandangan orang di sekeliling saya menentukan apakah saya akan membeli pakaian”. Artinya pandangan dari kelompok preferensi yang ada di sekeliling mayoritas responden memiliki peranan penting dalam menentukan pembelian pakaian. Oleh karena itu dapat diketahui bahwa pada indikator *agree with other people's opinions* responden

cenderung setuju bahwa dalam melakukan pembelian pakaian, mereka mempertimbangkan pendapat dan pandangan orang di sekelilingnya.

Dapat diketahui juga bahwa mayoritas responden seringkali mengikuti saran dari orang sekelilingnya ketika membeli pakaian. Seperti yang ditunjukkan pada item pernyataan “Saya mengikuti saran orang disekeliling saya ketika membeli pakaian” bahwa mayoritas responden memilih skor 4 yaitu sebesar 29,3%. Artinya, ketika kelompok referensi yang dianggap penting seperti keluarga ataupun teman yang memberikan saran pada saat membeli pakaian, responden cenderung mengikuti saran tersebut. Hanya 9% responden yang memilih skor tidak setuju dengan pernyataan tersebut yang artinya mereka cenderung tidak mengikuti saran dari kelompok referensi yang ada disekelilingnya.

Pada item pernyataan keempat “Saya merasa terdorong untuk membeli pakaian yang dinilai bagus oleh teman saya” didominasi oleh skor jawaban 4 dan 5 yaitu sebanyak 24,3%. Orang yang ada disekeliling kita khususnya teman seringkali memberikan penilaian terhadap kita, dan berdasarkan jawaban responden penilaian yang baik atau bagus dapat mendorong responden untuk melakukan pembelian. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa pada indikator *following other people's opinions* responden cenderung setuju bahwa mereka mengikuti saran dari orang disekelilingnya pada saat membeli pakaian, dan merasa terdorong untuk membeli pakaian yang direkomendasikan oleh teman dekatnya.

Berdasarkan hasil data melalui dua indikator variabel Norma Subjektif (X_2), kemudian didapatkan kategorisasi dengan hasil tingkatan yang terbagi menjadi tiga yang dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Skor 4 – 10 termasuk ke dalam kategori rendah
2. Skor 11 – 17 termasuk ke dalam kategori sedang
3. Skor 18 – 24 termasuk ke dalam kategori tinggi

Melalui kategorisasi tersebut maka hasil survei yang didapatkan pada variabel norma subjektif adalah sebagai berikut :

Tabel 3.12 Kategorisasi Variabel Norma Subjektif

Skor	Kategori	F	Persentase
4 – 10	Rendah	58	19,3%
11 – 17	Sedang	127	42,3%
18 – 24	Tinggi	115	38,3%
Total		300	100%

Berdasarkan hasil kategorisasi pada variabel X_2 tersebut didapatkan hasil bahwa, Norma Subjektif pada perilaku pembelian responden termasuk ke dalam kategori **sedang** yaitu sebesar 42,3%. Maknanya adalah responden cenderung setuju bahwa orang yang berada di sekitarnya memiliki peranan penting dalam menentukan intensinya untuk membeli pakaian. Pendapat dan pandangan yang diberikan oleh teman, saudara, ataupun rekan seringkali menjadi pertimbangan responden untuk menentukan apakah akan melakukan pembelian ataupun tidak.

3.6. Variabel Kontrol Perilaku Pembelian

Kontrol Perilaku Pembelian merupakan tingkatan kemampuan mengendalikan perilaku yang dilakukan oleh individu dalam membeli produk pakaian. Dalam penelitian ini, Kontrol perilaku pembelian (X_3), dapat diukur melalui dua indikator pengendalian, yaitu kontrol internal dan kontrol eksternal. Indikator tersebut kemudian dijabarkan menjadi delapan butir pernyataan. Responden memilih satu pilihan jawaban yang didasarkan pada kondisi atau keadaan mereka terhadap pernyataan yang tersedia dan setiap pernyataan akan diukur menggunakan skala likert enam skor, (1) = tidak setuju sampai dengan (6) = setuju. Kontrol internal merupakan indikator pertama yang mengevaluasi variabel kontrol perilaku pembelian. Dari indikator tersebut, ditransformasikan menjadi empat item pernyataan, sehingga dihasilkan tabel sebagai berikut:

Tabel 3.13 Frekuensi Kontrol Perilaku Pembelian

Pernyataan	Frekuensi Skor						Total
	TS					S	
	1	2	3	4	5	6	
1. Mempertimbangkan banyak hal saat ingin membeli pakaian	2 (0,7%)	8 (2,7%)	20 (6,7%)	72 (24%)	94 (31,3%)	104 (34,7%)	300 (100%)
2. Tidak mudah tergiur untuk membeli pakaian meskipun menyukai modelnya	11 (3,7%)	25 (8,3%)	43 (14,3%)	50 (16,7%)	90 (30%)	81 27%)	300 (100%)
3. Mengendalikan diri agar tidak membeli pakaian baru adalah hal yang mudah	9 (3%)	30 (10%)	44 (14,7%)	62 (20,7%)	77 (25,7%)	78 (26%)	300 (100%)
4. Yakin dapat mengendalikan diri saat ingin membeli pakaian jika hanya bergantung pada diri sendiri	3 (1%)	17 (5,7%)	34 (11,3%)	60 (20%)	90 (30%)	96 (32%)	300 (100%)

Melalui tabel 3.13 seluruh responden telah menjawab 4 item pernyataan dari indikator pertama dari kontrol perilaku pembelian yaitu kontrol internal. Hasil temuan penelitian memperlihatkan bahwa mayoritas responden memilih setuju pada pernyataan mengenai pengendalian diri ketika membeli pakaian. Seperti yang ditunjukkan pada tabel 3.13, pada pernyataan “Saya mempertimbangkan banyak hal saat ingin membeli pakaian” terdapat sebanyak 34,7% responden yang memberikan skor 6, dimana dapat dikatakan bahwa sebagian besar responden setuju bahwa mereka mempertimbangkan berbagai hal saat akan membeli pakaian. Hanya terdapat 0,7% responden yang memberikan skor 1 yang berarti mereka tidak setuju dengan pernyataan yang diberikan.

Tabel 3.13 menunjukkan mayoritas responden setuju bahwa mengendalikan diri untuk tidak membeli pakaian baru merupakan hal yang mudah dan yakin dapat mengendalikan diri ketika membeli pakaian, hal ini dapat diketahui dari banyaknya responden yang memberikan skor 6 pada pernyataan ketiga dan keempat dan yaitu sebesar 26% pada pernyataan “Mengendalikan diri agar tidak membeli pakaian baru adalah hal yang mudah bagi saya” dan sebesar 32% pada pernyataan “Jika sepenuhnya bergantung pada saya, saya yakin bahwa saya dapat mengendalikan diri”. Di sisi lain, dapat dilihat hanya terdapat sebesar 3% dan 1% responden yang memilih skor 1 pada pernyataan ketiga dan keempat yang berarti mereka tidak setuju dengan pernyataan yang diberikan dan menganggap diri mereka mampu dalam mengendalikan diri ketika ingin melakukan pembelian.

Sejalan dengan pernyataan kedua yaitu “Tidak mudah tergiur untuk membeli pakaian meskipun menyukai modelnya” yang dipilih mayoritas responden pada skor 5 sebanyak 30% yang artinya meskipun responden menyukai model suatu pakaian, mereka merasa mampu dalam mengendalikan diri karena tidak mudah tergiur untuk membeli pakaian hanya karena suka dengan modelnya. Hanya sebanyak 3,7% responden yang menjawab skor terendah yaitu 1 pada pernyataan tersebut, yang artinya hanya beberapa orang yang merasa tidak setuju dengan pernyataan yang diberikan.

Tabel 3.14 Frekuensi Kontrol Perilaku Pembelian

Pernyataan	Frekuensi Skor						Total
	TS					S	
	1	2	3	4	5	6	
5. Selalu ingin memiliki koleksi pakaian model terbaru meskipun sudah memiliki banyak pakaian	40 (13,3%)	52 (17,3%)	60 (20%)	48 (16%)	54 (18%)	46 (15,3%)	300 (100%)
6. Membeli pakaian yang disukai meskipun tidak membutuhkannya	46 (15,3%)	55 (18,3%)	62 (20,7%)	47 (15,7%)	48 (16%)	42 (14%)	300 (100%)
7. Sering merasa menyesal karena tidak membeli pakaian yang diinginkan	29 (9,7%)	50 (16,7%)	55 (18,3%)	52 (17,3%)	64 (21,3%)	50 (16,7%)	300 (100%)
8. Keinginan untuk membeli pakaian merupakan hal diluar kendali	50 (16,7%)	72 (24%)	46 (15,3%)	40 (13,3%)	40 (13,3%)	52 (17,3%)	300 (100%)

Melalui tabel 3.14 seluruh responden telah menjawab 4 item pernyataan dari indikator kedua dari kontrol perilaku pembelian yaitu kontrol eksternal. Diketahui bahwa pada pernyataan “Saya selalu ingin memiliki koleksi pakaian model terbaru meskipun

sudah memiliki banyak pakaian” mayoritas responden memilih skor 3 yaitu sebesar 20% pada pernyataan tersebut. Artinya mayoritas responden cenderung tidak setuju bahwa mereka selalu ingin membeli pakaian baru meskipun sudah memiliki banyak pakaian. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa sebagian responden cenderung tidak setuju pada pernyataan keenam yaitu “Saya membeli pakaian yang disukai meskipun saya tidak membutuhkannya” dengan mayoritas responden memilih skor 3 sebanyak 20,7%. Karenanya dapat diketahui sebagian besar responden membeli pakaian bukan hanya karena faktor suka tetapi juga mempertimbangkan faktor kebutuhannya.

Namun hal menarik yang ditemukan pada survei ini terdapat di pernyataan ketujuh bahwa ternyata mayoritas responden justru memilih skor ke 5 dengan persentase sebesar 21,3% pada pernyataan “Saya sering merasa menyesal karena tidak membeli pakaian yang saya inginkan”. Jawaban ini dapat dimaknai bahwa sebagian besar responden cenderung setuju bahwa mereka seringkali merasakan penyesalan karena tidak membeli pakaian yang mereka inginkan. Meskipun responden cenderung merasa menyesal ketika tidak membeli pakaian yang diinginkan hal ini menandakan bahwa mayoritas responden bisa mengendalikan keinginannya untuk membeli.

Hal ini didukung dengan pernyataan kedelapan yaitu “Keinginan untuk membeli pakaian merupakan hal diluar kendali saya” yang memperoleh mayoritas jawaban sebanyak 24% pada skor ke 2 yang artinya responden cenderung tidak setuju jika pembelian pakaian merupakan hal yang berada diluar kendali dan merasa memiliki kemampuan dalam mengendalikan pembelian pakaian.

Berdasarkan hasil data melalui dua indikator variabel kontrol perilaku pembelian (X_3), kemudian didapatkan kategorisasi dengan hasil tingkatan yang terbagi menjadi tiga yang dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Skor 8 – 20 termasuk ke dalam kategori kontrol rendah
2. Skor 21 – 33 termasuk ke dalam kategori kontrol sedang
3. Skor 34 – 48 termasuk ke dalam kategori kontrol tinggi

Melalui kategorisasi tersebut maka hasil survei yang didapatkan pada variabel kontrol perilaku pembelian adalah sebagai berikut:

Tabel 3.15 Kategorisasi Variabel Kontrol Perilaku Pembelian

Skor	Kategori	F	Persentase
8 – 20	Rendah	4	1,3%
21 – 33	Sedang	188	62,7%
34 – 48	Tinggi	108	36%
Total		300	100%

Berdasarkan hasil kategorisasi pada variabel X_3 tersebut didapatkan hasil bahwa, Kontrol Perilaku Pembelian responden termasuk ke dalam kategori **sedang** yaitu sebesar 62,7%. Sebagian besar responden cenderung memiliki pengendalian diri yang baik, artinya dalam melakukan pembelian, responden merasa mampu mengendalikan diri pada perilaku pembeliannya khususnya pada pembelian pakaian.

3.7. Variabel Intensi Membeli Produk Pakaian

Intensi membeli produk pakaian dapat diukur menggunakan dua indikator meliputi memiliki niat untuk membeli produk pakaian dan memiliki rencana untuk membeli produk pakaian yang disesuaikan dengan kebiasaan responden dalam membeli pakaian. Beberapa indikator tersebut kemudian dijabarkan menjadi empat butir pernyataan. Responden memilih satu pilihan jawaban yang didasarkan pada kondisi atau keadaan mereka terhadap pernyataan yang tersedia dan setiap pernyataan akan diukur menggunakan skala likert enam skor, (1) = tidak setuju sampai dengan (6) = setuju, seperti pada tabel di bawah ini :

Tabel 3.16 Frekuensi Intensi Membeli Produk Pakaian

Pernyataan	Frekuensi Skor						Total
	TS					S	
	1	2	3	4	5	6	
1. Memiliki niat untuk membeli pakaian baru dalam satu bulan kedepan	38 (12,7%)	47 (15,7%)	47 (15,7%)	58 (19,3%)	64 (21,3%)	46 (15,3%)	300 (100%)
2. Berencana untuk membeli pakaian baru agar mendukung penampilan/gaya saya sehari-hari	22 (7,3%)	41 (13,7%)	73 (24,3%)	69 (23%)	51 (17%)	44 (14,7%)	300 (100%)
3. Pembelian pakaian karena faktor suka/bagus meskipun tidak terlalu membutuhkannya	47 (15,7%)	78 (26%)	73 (24,3%)	52 (17,3%)	31 (10,3%)	19 (6,3%)	300 (100%)
4. Pembelian pakaian baru karena tidak ingin menggunakan pakaian yang dimiliki secara berulang kali	65 (21,7%)	54 (18%)	64 (21,3%)	54 (18%)	36 (12%)	27 (9%)	300 (100%)

Indikator variabel intensi membeli produk pakaian (Y) pada penelitian ini menyajikan 4 butir pernyataan yang telah disebar dan dijawab oleh 300 responden. Melalui hasil survei yang telah dilakukan menunjukkan pada item pernyataan “Saya memiliki niat untuk membeli pakaian baru dalam satu bulan kedepan” dapat diketahui bahwa skor 5 paling banyak dipilih yaitu sebesar 21,3%. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa secara umum mayoritas responden memiliki niat untuk membeli pakaian dalam waktu satu bulan kedepan. Sedangkan terdapat sebesar 12,7% responden yang memilih skor 1, yang dapat diartikan bahwa mereka tidak setuju dengan pernyataan yang diajukan.

Berdasarkan pada tabel 3.16 pada item pernyataan “Saya berencana untuk membeli pakaian baru agar mendukung penampilan/gaya saya sehari-hari” diperoleh sebesar 24,3% responden memilih skor 3, artinya pada pernyataan tersebut sebagian besar responden cenderung tidak setuju untuk memiliki rencana dalam membeli pakaian baru demi mendukung penampilan maupun gayanya sehari-hari.

Pada item pernyataan ketiga dan keempat menunjukkan jika skor yang dipilih responden berada pada tingkatan yang rendah yakni pada skor 2 dan 1. Pernyataan “Saya membeli pakaian karena faktor suka/bagus meskipun tidak terlalu membutuhkannya” dipilih sebanyak 28% responden pada skor 2 yang artinya responden cenderung tidak setuju bahwa membeli pakaian karena didasarkan oleh faktor suka atau bagus meskipun tidak membutuhkannya. Hanya sebesar 6,3% responden yang memilih setuju dengan pernyataan tersebut dengan memilih skor 6 yang menunjukkan bahwa mayoritas responden membeli pakaian karena faktor suka ataupun bagus meskipun tau bahwa mereka tidak membutuhkannya.

Begitu pula dengan pernyataan “Saya membeli pakaian baru karena tidak ingin menggunakan pakaian yang saya miliki secara berulang kali” yang dipilih sebanyak 21,7% responden pada skor 1 yang artinya responden tidak menyetujui pernyataan tersebut. Hal ini dapat diartikan juga bahwa sebagian responden tidak masalah untuk menggunakan pakaian yang dimilikinya secara berulang kali. Hanya sebesar 9% responden yang setuju dengan pernyataan tersebut dengan memilih skor 6 yang menunjukkan bahwa mereka membeli pakaian baru karena enggan untuk mengenakan pakaian yang dimiliki secara berulang kali.

Berdasarkan hasil variabel intensi membeli produk pakaian (Y), kemudian didapatkan kategorisasi dengan hasil tingkatan yang terbagi menjadi tiga yang diuraikan sebagai berikut:

1. Skor 4 – 10 termasuk ke dalam kategori intensi membeli rendah
2. Nilai 11 – 17 termasuk ke dalam kategori intensi membeli sedang
3. Nilai 18 – 24 termasuk ke dalam kategori intensi membeli tinggi

Melalui kategorisasi tersebut maka hasil survei yang didapatkan pada variabel intensi membeli produk pakaian adalah sebagai berikut :

Tabel 3.17 Kategori Variabel Intensi Membeli Produk Pakaian

Skor	Kategori	F	Persentase
4 – 10	Rendah	83	27,6%
11 – 17	Sedang	155	51,6%
18 – 24	Tinggi	62	20,7%
Total		300	100%

Kategorisasi pada variabel intensi membeli produk pakaian didapatkan hasil bahwa, intensi responden untuk melakukan pembelian produk pakaian termasuk ke dalam kategori **sedang** yaitu sebesar 51,6%. Berdasarkan jawaban responden dapat disimpulkan bahwa sebagian Generasi Z dan Milenial memiliki intensi untuk membeli pakaian baru sedangkan sebagian lainnya tidak. Kebiasaan responden dalam membeli pakaian dapat didorong oleh faktor suka ataupun bagus untuk mendukung penampilan di kehidupan sehari-hari

3.8. Pembahasan

Diketahui pada variabel sikap peduli lingkungan bahwa mayoritas responden cenderung setuju dengan pernyataan yang berkaitan dengan kepedulian lingkungan. Nilai persentase responden yang menjawab setuju lebih besar daripada opsi lain yaitu tidak setuju. Ini artinya, responden sepakat dengan preferensi pernyataan yang diberikan dengan hal-hal yang dirasakan terkait dengan isu lingkungan. Dengan demikian, setelah data diolah dan dikategorisasikan secara keseluruhan dapat diambil simpulan bahwa sikap peduli lingkungan responden termasuk pada kategori tinggi karena menghasilkan nilai persentase sebanyak 51% responden setuju dengan pernyataan yang diberikan seperti pada tabel 3.10.

Norma subjektif berkaitan dengan kemungkinan individu atau kelompok referensi yang dianggap penting menyetujui atau tidak menyetujui untuk melakukan suatu perilaku. Berdasarkan hasil survei penelitian pada dimensi norma subjektif yang ditunjukkan pada tabel 3.11, mayoritas responden cenderung setuju dengan pernyataan

yang diberikan. Setelah dilakukan olah data dan pengkategorisasian, norma subjektif berperan sebesar 42,3%, artinya termasuk ke dalam kategori sedang. Hal ini sangat relevan dengan data jawaban responden cenderung setuju untuk mempertimbangkan pendapat orang di sekelilingnya ketika akan membeli pakaian dan cenderung menyetujui rekomendasi dari temannya ketika membeli pakaian. Dengan demikian dapat diambil simpulan bahwa persentase norma subjektif responden pada niat untuk membeli pakaian termasuk pada golongan sedang.

Hasil data penelitian yang diperoleh pada dimensi kontrol perilaku pembelian dapat diketahui bahwa nilai persentase responden yang menjawab setuju cenderung lebih besar daripada yang tidak setuju sebagaimana ditunjukkan pada tabel 4.13. Ini artinya, responden sepakat dengan preferensi pernyataan yang diberikan dengan hal-hal yang dirasakan terkait dengan kontrol perilaku pembelian. Dari hasil jawaban dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas responden mempunyai kemampuan untuk mengendalikan diri yang baik ketika ingin melakukan pembelian, dan setelah dilakukan olah data dan pengkategorisasian, kontrol perilaku pembelian memiliki nilai persentase sebesar 62,7% yang artinya termasuk ke dalam kategori sedang. Dengan demikian dapat diambil simpulan bahwa persentase responden yang memiliki kontrol perilaku pembelian yang baik pada niat untuk membeli pakaian termasuk pada golongan sedang.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada 300 responden yang berasal dari Generasi Z dan Milenial tersebut, secara keseluruhan simpulan yang bisa ditarik melalui survei hasil ketiga variabel independen yaitu sikap peduli lingkungan, norma subjektif, dan kontrol perilaku pembelian adalah responden memilih jawaban yang memiliki

tendensi atau kecenderungan untuk memilih setuju pada pernyataan-pernyataan yang diberikan meskipun pada beberapa item pernyataan responden memilih opsi lain. Hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan persentase responden berada pada kategori sedang dan cenderung untuk setuju pada pernyataan-pernyataan yang diajukan.