

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN RAMAH LINGKUNGAN PADA
PENGGUNA ENERGI LISTRIK
(Studi Pengguna Energi Listrik Rumahan di Kecamatan
Kedaton Kota Bandar Lampung)**

(Skripsi)

Oleh

Rahmi Kinasih
NPM 1716051015



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2021**

ABSTRACT

THE ANALYSIS OF ENVIRONMENTALLY FRIENDLY CUSTOMER BEHAVIOR ON ELECTRICITY USERS (Study of Home Electrical Energy Users in Kedaton, Bandar Lampung City)

By

Rahmi Kinasih

This study aimed to examine customer behavior regarding the use of home electrical energy in Kedaton, Bandar Lampung. A quantitative approach was used in this study. This descriptive study used environmentally friendly customer behavior and electrical energy users (customer loyalty) as variables. This study employed an accidental sampling technique to connect 100 respondents from door to door. The descriptive statistical analysis of the data included the classical assumption test, the normality test, the heteroscedasticity test, and the linearity test. Simple linear regression analysis was used to analyze the data using the SPSS 22.0 software tools. The Linearity test results indicate that there is a linear relationship between environmentally friendly customer behavior and electrical energy users (customer loyalty), implying that customers who use electrical energy are either saving money or being environmentally friendly. 90% of customers in Kedaton use 900 watts of electricity because it is more standard in terms of the electricity used, and 72% of customers have used energy-saving electronic devices.

Keywords: Environmentally friendly customer behavior, Electrical energy users (customer loyalty)

ABSTRAK

ANALISIS PERILAKU KONSUMEN RAMAH LINGKUNGAN PADA PENGGUNA ENERGI LISTRIK (Studi Pengguna Energi Listrik Rumahan di Kecamatan Kedaton Kota Bandar Lampung)

Oleh

Rahmi Kinasih

Studi ini mengkaji perilaku konsumen dalam penggunaan energi listrik rumahan di kecamatan kedaton kota Bandar Lampung. Studi ini menerapkan pendekatan kuantitatif. Jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan variabel yang digunakan adalah perilaku konsumen ramah lingkungan dan pengguna energi listrik (loyalitas konsumen). Penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling* untuk mendapatkan 100 responden menemui responden dari rumah ke rumah. Analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji linearitas. Data dianalisis menggunakan analisis regresi linear sederhana dengan alat bantu *software* SPSS 22.0. Hasil perhitungan dari uji Linearitas dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara Perilaku Konsumen ramah lingkungan dengan Pengguna energi listrik (loyalitas konsumen) maka dapat dikatakan konsumen pengguna energi listrik sudah hemat akan penggunaan listrik atau ramah lingkungan. Dalam penggunaan energi listrik bahwa 90% konsumen di kecamatan kedaton menggunakan daya listrik 900 watt karena daya listrik 900 watt lebih standar sesuai dengan listrik yang digunakan, dan 72% konsumen sudah menggunakan alat elektronik hemat listrik.

Kata Kunci : Perilaku konsumen ramah lingkungan, Pengguna energi listrik (loyalitas konsumen)

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN RAMAH LINGKUNGAN PADA
PENGGUNA ENERGI LISTRIK
(Studi Pengguna Energi Listrik Rumahan di Kecamatan Kedaton
Kota Bandar Lampung)**

Oleh

Rahmi Kinasih

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA ADMINISTRASI BISNIS**

Pada

**Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2021**

Judul Skripsi

: **ANALISIS PERILAKU KONSUMEN RAMAH LINGKUNGAN PADA PENGGUNA ENERGI LISTRIK**

(Studi Pengguna Energi Listrik Rumahan di Kecamatan Kedaton Kota Bandar Lampung)

Nama Mahasiswa

: **Rahmi Kinasih**

Nomor Pokok Mahasiswa

: **1716051015**

Program Studi

: **Ilmu Administrasi Bisnis**

Fakultas

: **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



1. **Komisi Pembimbing**

Suprihatin Ali, S.Sos., M.Sc
NIP 19740918 200112 1 001

Ghia Subagja, S.E., M.M
NIK 231808 921127 101

2. **Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis**

Suprihatin Ali, S.Sos., M.Sc
NIP 19740918 200112 1 001

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

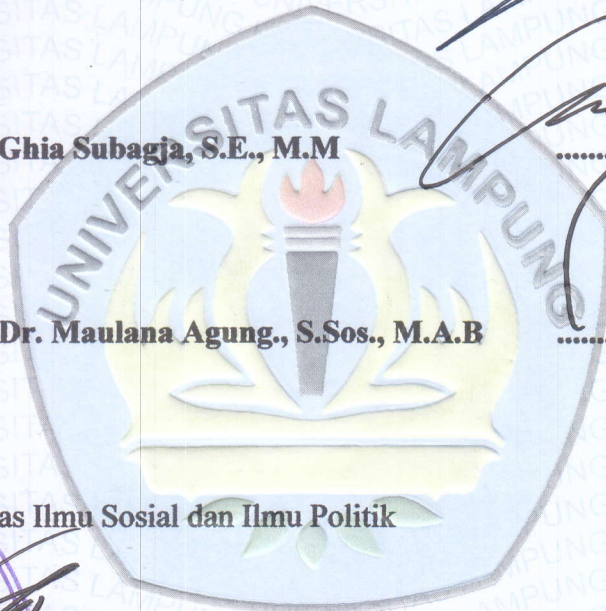
Ketua : Suprihatin Ali, S.Sos., M.Sc

Sekretaris : Ghia Subagja, S.E., M.M

Penguji : Dr. Maulana Agung., S.Sos., M.A.B

2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dra. Ida Nurhaida, M.Si.
NIP 19610807 198703 2 001



Tanggal Lulus Ujian Skripsi: 12 Agustus 2021

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, Skripsi ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana), baik di Universitas Lampung maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari Komisi Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah di tulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Bandar Lampung, 10 Agustus 2021
Yang membuat pernyataan,



Rahma Khairani
NPM 1716051015

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Rahmi Kinasih, lahir di Kota Bandar Lampung 01 September 1999. Penulis merupakan anak keempat dari pasangan Bapak Alm. Setyo Budi Utomo dan Ibu Sumini. Penulis merupakan anak ke 4 dari 4 bersaudara di antaranya memiliki 1 orang saudara laki-laki dan 2 orang saudara perempuan.

Penulis memulai jenjang pendidikan pertama di SDN 5 Penengahan Bandar Lampung pada tahun 2006. Kemudian melanjutkan pendidikan di SMPN 22 Bandar Lampung, dan lulus pada tahun 2014. Lalu penulis melanjutkan pendidikan di SMAN 9 Bandar Lampung dan lulus pada tahun 2017.

Pada tahun 2017, penulis terdaftar sebagai mahasiswa Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung melalui jalur SNMPTN. Selama menjadi mahasiswa penulis aktif tergabung pada organisasi Kopma (Koperasi Mahasiswa) sebagai anggota pada tahun 2017/2018, dan HMJ Ilmu Administrasi Bisnis sebagai anggota Bidang Kreatifitas dan Teknis pada tahun 2019. Pada bulan Januari tahun 2020 Penulis mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Rowo Rejo, Kecamatan Suoh, Kabupaten Lampung Barat, Lampung selama 40 hari sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat dan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT. Inti Bharu Mas.

MOTTO

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”.

(Al-Qur’an surat Al-Insyirah ayat 5-6)

“All our dreams can come true if we have the courage to pursue them”.

(Walt Disney)

“Ubahlah hidupmu dari hari ini. Jangan pernah bertaruh pada masa depan, kamu harus bertindak sekarang tanpa menunda-nunda.”

(Simone de Beauvoir)

“Gunakanlah syukur ketika engkau dicintai, dan gunakan sabar ketika engkau dibenci.”

(Rahmi Kinasih)

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillahirobbilalamin, segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga karya ini dapat diselesaikan, dengan penuh ketulusan hati, maka karya tulis ini kupersembahkan untuk:

IBUKU SUMINI

Dan

BAPAKKU BUDI UTOMO

Bapak dan Ibu yang telah membesarkanku, mendidik, dan membimbingku dengan penuh kasih sayang, dan yang selalu memberikan yang terbaik bagi anak-anaknya.

Terimakasih telah membesarkanku dan menjadi penyemangat terbesarku sampai kapanpun, Doa Ami selalu menyertai Bapak dan Ibu.

Kakak-Kakakku

Terimakasih untuk segala bentuk dukungan, motivasi, doa, serta bantuan-bantuan yang selalu dihadirkan dalam keadaan apapun selama ini. Kalian menjadi sosok panutan yang selalu aku banggakan.

Keluarga Besar

Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji yang Sangat Berjasa

Serta Almamater Tercinta:

Universitas Lampung

SANWACANA

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas segala limpahan karunia dan hidayahNya sehingga penulis saat ini dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Analisis Perilaku Konsumen Ramah Lingkungan Pada Pengguna Energi Listrik (Studi Pengguna Energi Listrik Rumahan Di Kecamatan Kedaton Kota Bandar Lampung)”** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Administrasi Bisnis di Universitas Lampung. Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini telah mendapatkan bimbingan, bantuan, dukungan dan arahan dari berbagai pihak. Dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT karena berkat limpahan rahmat, karunia dan nikmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Untuk yang paling berharga dalam hidupku yaitu kedua orang tuaku yang bernama Bapak Setyo Budi Utomo (Alm.) dan Ibu Sumini, terima kasih atas cinta dan kasih sayangNya, dan segala jerih payah keringat yang telah terbuang demi membesarkan dan menyekolahkanku. Terima kasih atas doa-doa restu yang kalian telah panjatkan.
3. Untuk kakak-kakakku yang aku sayangi dan aku banggakan (Didi Afrian - Titik Septiana Sari - Retno Handayani), terimakasih untuk segala bentuk dukungan, motivasi, doa dan memberikan bantuan-bantuan yang tidak ada habisnya. Serta terimakasih telah menjadi sosok-sosok pengganti orang tua bagiku. Kalian menjadi sosok panutan yang selalu aku banggakan. Doakan adikmu ini dapat meraih kesuksesan dunia dan akhirat kelak.
4. Ibu Dra. Ida Nurhaida, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
5. Bapak Dr. Dedy Hermawan, M.Si. selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kerjasama Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
6. Bapak Dr. Arif Sugiono, S.Sos., M.Si. selaku Wakil Dekan Umum dan Keuangan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
7. Bapak Dr. Roby Cahyadi, M.A. selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Alumni Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

8. Bapak Suprihatin Ali, S.Sos., M.Sc. selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
9. Bapak Dr. K. Bagus Wardianto, S.Sos., M.ab. selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
10. Bapak Suprihatin Ali, S.Sos., M.Sc. selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah bersedia meluangkan banyak waktunya walaupun sibuk namun tetap ada waktu buat bimbingan hingga sore hari, membimbing penulis dengan sabar, banyak memberikan masukan-masukan positif, arahan, dan motivasi dalam proses penyelesaian skripsi ini oleh penulis, serta memberikan pemahaman yang lebih rinci, mendalam dan jelas tentang bagaimana menulis skripsi dengan sangat baik, dan memberikan teori-teori yang dibutuhkan penulis selama proses penyelesaian skripsi ini. Dan terimakasih sekali lagi pak untuk kebaikan-kebaikan yang tidak bisa dituliskan satu persatu, Semoga Pak Ali selalu dilindungi oleh Allah SWT, dan dibalas atas kebaikan-kebaikan yang telah dilakukan kepada penulis.
11. Bapak Ghia Subagja, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Pembantu yang telah bersedia meluangkan banyak waktunya walaupun sibuk tapi tetap meluangkan banyak waktu untuk bimbingan, membimbing penulis dengan sangat sabar, memberikan masukan-masukan positif, motivasi dan memberikan pemahaman yang lebih rinci. Semoga bapak Ghia selalu dilindungi oleh Allah SWT, dan dibalas atas kebaikan-kebaikan yang telah dilakukan kepada penulis.
12. Bapak Dr. Maulana Agung, S.Sos, M.A.B. selaku Dosen Penguji Utama yang telah bersedia meluangkan waktunya, banyak memberikan arahan dan masukan-masukan positif dalam seminar, membimbing dengan detail bagaimana menyusun skripsi yang baik, dan membantu penulis untuk lebih dapat memahami apa yang penulis tulis dalam skripsi ini. Semoga bapak selalu dilindungi oleh Allah SWT, dan dibalas atas kebaikan-kebaikan yang telah dilakukan kepada penulis.

13. Seluruh Dosen dan Staff Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis yang selama ini telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bantuan yang berharga bagi penulis. Semoga apa yang telah diberikan oleh bapak-bapak dan ibu-ibu Dosen & Staff Jurusan kepada penulis dibalas oleh Allah SWT atas kebaikan-kebaikan yang telah dilakukan.
14. Untuk teman-teman seperjuangan semasa kuliah ku di 8 semester ini yaitu *Tetew the Geng* (Nevi Oktia Putri, Retno Romadona, Nur Hanifah, Dewi Monica PR) : Nevi yang orangnya kocak rumah dia jauh banget kalo mau kemana-mana selalu nebeng ya nevi sukses selalu nep, Retno nak bakung yang rumahnya paling ujung bikin tepos dan kalo kita kesana ga pernah apal jalan rumah dia wkwk sukses selalu kk enooo, Nur yang anaknya receh sering keceplosan hadeh bikes kita semua wkwk sukses selalu enuyy, dan Demon temen dari SMA sampe kuliah 8 semester yang rumahnya banyak banget monyet wkwk sukses selalu ya momon. Makasih guys susah senang selalu ada, kekonyolan dan kekocakan kalian semasa dibangku kuliah, dikelas dan dimana-mana ga akan bisa dilupain, sekali lagi sukses ya Aamiin allahuma Aamiin.
15. Untuk teman-teman SMP ku, Lolita, Seftiawati, dan Azza. Makasih buat semangat dan dukungan-dukungan nya, makasih masih setia sampe udah pada glow up wkwk, masih kompak selalu ada, dan ga pernah bosan buat ketemu pertahanin ya guys sampe kita tua nanti hehe.
16. Untuk teman-teman semasa kecilku Nunuk Gustiani, Anggi Safitri, Clara Shinta. Makasih sudah selalu ada dimasa-masa sulitku, selalu mendukung dan memberikan semangat, selalu menghibur dikala sedih, tau banget gimana perkembangan dari masa kecil sampe sekarang ini, selalu bersyukur punya kalian, sukses terus kalian. Aamiin
17. Untuk temenku dari SD sampe Kuliah 1 gedung yaitu Delta Pramesti, partner segala-galanya, partner Makan, partner jalan-jalan, partner galau, partner cerita dari segi masalah apapun, makasih udah jadi sahabat yang kaya sodara, stay with me dalam keadaan apapun ya del tetep selalu semangat dalam menyelesaikan skripsi nya dan sukses selalu, Aamiin

18. Untuk temen di penghujung semester selama skripsian “Trio wek-wek” (Desi Herawati dan Munawaroh) dari pembimbing utama dan penguji kita sama, ngerjain skripsi selalu bareng sampe seminar proposal aja bereng di waktu dan tempat yang sama, desi yang kosannya mau di berantakin dan diinepin berhari-hari demi skripsi wkwk, ambil data, olah data dan bimbingan panas ujan, kesel, selalu ngeluh bareng, sukses selalu trio, Aamiin.
19. Teman-teman team bolo-bolo (Adelia Yolanda, Cindy Pratiwi, Febriani Laraswati) terimakasih untuk canda tawa saling berbagi informasi di bangku kuliah, saling memberi semangat dipenghujung semester ini, tetap berkeluh kesah bareng yaaa gaes..
20. Teman-teman seperbimbingan Pak Ali (Desi, Munawaroh, Titia, Veina). Teman-teman seperbimbingan Pak Ghia (Livia, Widy, Puspa, Alida, Almer, Abi, Demon) teman ngeluh dan capek bareng hehe, semoga tetap semangat dalam menyelesaikan perkuliahan ya terutama dalam menyusun skripsi, dan tetap semangat dalam berbagi informasi mengenai keberadaan dosen, serta tetap semangat dalam berdiskusi dan bertukar informasi mengenai penyusunan skripsi, semoga drama perskripsian ini cepet selesai dan sukses selalu, Aamiin
21. Teman-teman Administrasi Bisnis angkatan 2017 yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu, terimakasih telah menjadi teman seperjuangan yang baik, dan terimakasih telah mewarnai hari-hari dimasa perkuliahan penulis yang sangat menyenangkan.
22. Teman-teman KKN Desa Rowo Rejo 2, Kecamatan Suoh, Kabupaten Lampung Barat (Praditia, Vico, Risky, Shella, Fanti, Mella) yang telah mengajarkan penulis dalam bekerja sama dalam sebuah kelompok, menghadapi masalah-masalah dan juga teman-teman Desa Rowo Rejo 1 (Aldo, Haq, Bili, Dian, Yosel, Chintia, Arum) teman satu rumah yang selalu asik, konyol dan menghibur. Tidak lupa keluarga besar Desa Rowo Rejo (Bu Pratin, Pak Juarman, bu tri, bu neni, bu haji, mba iting, mba lela, om-om tambang emas, dan lain-lain yang nama yang tidak bisa penulis sebut satu-persatu) berkesan banget bisa KKN disana walaupun sangat

plosok, terima kasih telah menjadi keluarga selama 40 hari, dan mengajarkan hal-hal yang tidak bisa penulis dapatkan ditempat lain. Semoga kelak, Desa Rowo Rejo menjadi Desa yang maju dan bisa dijadikan contoh bagi desa-desa lainnya di kabupaten Lampung Barat.

23. Tempat PKL ku PT. Inti Bharu Mas (IBM). untuk (Mba Dwi, Mba yuli, Pak heri, Mba lena, cici dan karyawan-karyawan divisi delivery serta nama yang tidak bisa disebutkan satu persatu). Terimakasih untuk 30 hari nya yang sangat menghibur, terimakasih sudah banyak mengajarkan dan memberikan pengalaman serta masukan-masukan positif dalam dunia kerja.

24. Serta Almamater tercinta Universitas Lampung.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, akan tetapi besar harapan semoga skripsi ini bisa berguna dan bermanfaat untuk semuanya. Sekali lagi terimakasih kepada semua pihak yang sudah membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Bandar Lampung, 06 Agustus 2021

Penulis

Rahmi Kinasih

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR	iv
DAFTAR RUMUS	v
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	7
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Perilaku Konsumen	8
2.1.1. Persepektif Riset Perilaku Konsumen.....	14
2.1.2. Loyalitas Konsumen	15
2.2. <i>The Theory of Planned Behavior</i>	16
2.2.1. Intensi Perilaku.....	18
2.2.2. Sikap atau <i>Atitude Toward Behavior</i>	18
2.2.3. Norma Subjektif	19
2.2.4. Persepsi Kontrol Perilaku	19
2.3. <i>Green Behavior</i>	20
2.4. Penelitian Terdahulu	21
 BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Jenis Penelitian	24
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian	24
3.3. Lokasi dan Waktu	26
3.4. Definisi Konseptual Variabel	27
3.5. Definisi Operasional Variabel	27
3.6. Jenis dan Teknik Pengumpulan data	30
3.7 Skala Pengukuran.....	31
3.8. Teknik Pengujian Instrumen	31
3.8.1. Uji Validitas	31

3.8.2. Uji Reliabilitas	34
3.9. Teknik Analisis Data.....	35
3.9.1. Uji Analisis Statistik Deskriptif	35
3.9.2. Uji Asumsi Klasik	35
3.9.2.1. Uji Normalitas	35
3.9.2.2. Uji Heteroskedastisitas	36
3.9.2.3. Uji Linearitas.....	36
3.9.3. Analisis Regresi Linear Sederhana.....	36
3.9.4. Uji Hipotesis	37
3.9.4.1. Uji t.....	37
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	38
4.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	43
4.3 Hasil Analisis Data.....	58
4.4 Hasil Uji Hipotesis	64
4.5 Pembahasan	66
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	70
5.2 Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA.....	72
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Tabulasi data konsumsi listrik perkapita meningkat	2
Tabel 1.2 Data kepadatan penduduk kecamatan kedaton 2020	4
Tabel 1.3 Data pelanggan rumah tangga PT.PLN tahun 2020.....	5
Tabel 2.1 Aspek-aspek dalam Perilaku Konsumen	10
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 3.1 Durasi Penyebaran Kuesioner	27
Tabel 3.2 Definisi Operasional.....	28
Tabel 3.3 Skala Pengukuran <i>Likert</i>	31

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Tahap-tahap dalam Proses Pembelian	11
Gambar 2.2 <i>The Theory of Planned Behavior</i>	17
Gambar 4.1 Logo PLN.....	38
Gambar 4.2 Diagram satu garis pusat pembangkit	43

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Menentukan jumlah sampel (<i>Cochran</i>).....	25
Rumus 3.2 Korelasi <i>product moment</i>	32
Rumus 3.3 Uji reliabilitas	34
Rumus 3.4 Persamaan umum analisis linear sederhana	36
Rumus 3.5 Uji t.....	37

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemanasan global merupakan meningkatnya suhu rata-rata permukaan bumi akibat tingginya emisi gas rumah kaca. Gas-gas rumah kaca atau *Green House Glasses* merupakan gas yang menyebabkan adanya efek rumah kaca. Selain uap air dan karbon dioksida, terdapat gas rumah kaca lain di atmosfer, dan yang terpenting berkaitan dengan pencemaran dan pemanasan global adalah metana, ozon, dinitrogen oksida, dan *chloroflourocarbon* (CFC) atau perusakan lapisan ozon. Pemanasan global juga menyebabkan kekacauan-kekacauan pada pola iklim hingga menyebabkan hal buruk lain seperti meningkatnya intensitas hujan di wilayah tertentu, sementara itu dibelahan bumi yang lain akan mengalami musim kering berkepanjangan, badai, angin topan, banjir, tanah kekeringan, pemutihan karang, sampai menghilangnya spesies dan ekosistem tertentu di bumi. (*Kompasiana, 2020*).

Energi Listrik dalam masyarakat *modern* merupakan salah satu kebutuhan pokok karena listrik sangat diperlukan bukan hanya dikantor, disekolah, dihotel, diperusahaan, dipabrik bahkan rumah tangga pun sangat membutuhkan tersedianya energi listrik. Kebutuhan dalam menggunakan energi listrik juga terus meningkat seiring dengan peningkatan jumlah penduduk dan laju pertumbuhan ekonomi. Mengonsumsi energi listrik merupakan suatu bagian krusial dalam suatu pembangunan ekonomi karena juga dapat berdampak pada penyediaan bahan baku penghasil listrik, utamanya fosil yang tidak di perbaharui. (Tewathia, N. 2014)

Menurut BPS, “Konsumsi Listrik Perkapita” Disisi lain, negara dengan masyarakat yang kurang peduli terhadap lingkungan adalah di Indonesia. Hal tersebut dilihat dari konsumsi energi listrik di Indonesia yang terus meningkat. Tinjauan Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2017 menunjukkan bahwa konsumsi energi listrik di Indonesia pada tahun 2016 meningkat sebesar 1,02%, jauh lebih tinggi dari tahun 2015 yang hanya 0,91%.

Tabel 1.1 Tabulasi data konsumsi listrik perkapita meningkat

2015	2016
41.942.150	2.474.552.829
86.917.290	7.449.879.748
377.205.860	54.825.158.753
229.371.050	21.633.422.604
312.511.450	31.944.235.016
149.946.925	15.847.399.276
74.792.900	6.086.148.928
93.442.950	8.072.315.112
79.817.850	8.226.166.424
29.347.450	1.247.494.734
39.178.850	3.368.268.758
14.617.600	758.126.832
518.589.450	84.724.166.206
67.009.250	9.287.513.624
2.208.138.225	266.028.405.455

(Sumber: BPS, diakses 20 Oktober 2020).

Sumber informasi yang berasal dari berbagai media, baik itu media langsung atau secara tidak langsung memiliki pengaruh positif terhadap pengurangan penggunaan listrik. Peran media dalam mempromosikan alat yang rendah daya listrik dalam penggunaan energi juga memainkan peranan dalam membuat masyarakat untuk lebih peduli terhadap pengurangan pemakaian energi listrik. Sebagai contohnya lampu LED dan televisi LED mampu mengurangi pemakaian listrik rumah tangga. Barang-barang ramah energi tersebut memang memiliki harga yang relatif lebih mahal, namun memiliki keunggulan dari lama pemakaian (efisien) dan efek positif dari pengurangan tagihan listrik rumah tangga (ekonomis). Informasi tentang adanya pemanasan global yang salah satunya diakibatkan oleh konsumsi listrik yang

berlebihan juga membuat masyarakat lebih peduli terhadap penggunaan listrik. Model awal tentang pengetahuan lingkungan akan mempengaruhi perilaku peduli lingkungan (Kollmus, 2012).

Menurut Tietenberg dan Lewis (2011:140). energi juga diketahui merupakan salah satu sumber daya yang paling kritis, tanpa itu kehidupan akan terhenti. Melalui fotosintesis, tumbuh-tumbuhan yang dimakan bergantung pada energi yang dihasilkan oleh matahari. Bahan-bahan material yang digunakan untuk memproduksi barang yang dikonsumsi berasal dari penggalian kerak bumi, setelah itu ditransformasikan menjadi suatu produk melalui pemakaian energi. Oleh karena itu, energi adalah sesuatu yang sangat fundamental di dalam kehidupan manusia dewasa ini, terutama energi listrik yang menjadi jantung bagi aktivitas rumah tangga, industri, pemerintahan, bisnis, komersial dan berbagai sektor perekonomian lainnya.

Menurut Siringi (2012) *green consumer behavior* (GCB) adalah perilaku individu yang dipengaruhi oleh kepeduliannya terhadap lingkungan. Perilaku ini dicerminkan oleh individu, ketika ia mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan membuang produk. Perilaku konsumen yang peduli terhadap lingkungan akan lebih mempengaruhi keinginannya untuk terus mengonsumsi produk yang ramah lingkungan.

Menurut Amos (2011) Mewujudkan lingkungan yang lestari perlu menjadi gerakan seluruh lapisan masyarakat. Pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat harus bersama-sama berusaha melindungi bumi. Masyarakat konsumen perlu di dorong untuk selalu hemat energi listrik, menjaga kebersihan, dan berpola hidup bersih. Ini semua membutuhkan kebijakan pemerintah dan regulasi. Para pelaku bisnis perlu panduan untuk memproduksi dan menggunakan produk ramah lingkungan. Bahwa kepedulian masyarakat tercermin dari perilaku peduli terhadap lingkungan yang bisa dilakukan oleh rumah tangga atau pribadi. Beberapa cara yang bisa dilakukan adalah dengan mengurangi pemakaian energi listrik yang membuat boros nya daya listrik tersebut.

Banyak aksi yang telah dilakukan oleh masyarakat terkait dengan pelestarian lingkungan baik dunia bisnis maupun non-bisnis, demikian juga di lembaga non-bisnis yaitu lembaga atau organisasi pendidikan, yaitu sekolah maupun perguruan tinggi. Kesadaran Lingkungan merupakan tindakan atau sikap yang diarahkan untuk memahami tentang pentingnya lingkungan yang sehat, bersih, dan sebagainya. Kesadaran dalam lingkungan hidup dapat dilihat dari perilaku dan tindakan seseorang dalam keadaan dimana seseorang merasa bebas dari tekanan usaha untuk melakukan tindakan sadar diperlukan sebagai cara pengelolaan lingkungan dengan cara memelihara atau memperbaiki kualitas lingkungan agar kebutuhan manusia terpenuhi dengan baik. Amos, (2011).

Berdasarkan sensus penduduk 2019, Kota Bandar Lampung memiliki luas wilayah 197,22 km² yang terbagi ke dalam 13 Kecamatan dan 98 Kelurahan dengan populasi penduduk 879.651 jiwa. Lokasi penelitian ini berada di Kecamatan Kedaton Kota Bandar Lampung. Kecamatan kedaton merupakan salah satu kecamatan yang berada di pusat Kota Bandar Lampung. Kecamatan kedaton memiliki wilayah per-dagangan dan perbelanjaan di Kota Bandar Lampung dimana banyak terdapat supermarket, pasar, maupun ruko-ruko yang berjajar dan dapat kita temui di hampir setiap bagian-bagian di jalan kota juga turut andil dalam penggunaan energi listrik.

Tabel 1.2 Data Kepadatan Penduduk dan Luas Wilayah Kec. Kedaton Tahun 2020

No	Kelurahan	Luas Wilayah	KK	L	P	L+P
1	Kedaton	337 Km ²	2524	4305	5667	9972
2	Sidodadi	41 Km ²	2304	4071	4225	8296
3	Sukamenanti	70 Km ²	946	1924	1806	3730
4	Sukamenanti Baru	66 Km ²	1002	1615	1693	3308
5	Penengahan	28 Km ²	732	1372	1307	2679
6	Penengahan Raya	20 Km ²	970	1751	3472	3472
7	Surabaya	57 Km ²	2182	4307	4292	8599
Jumlah		619 Km²	10660	19345	20711	40056

(Sumber: Kecamatan Kedaton Kota Bandar Lampung)

Berdasarkan tabel 1.2 data penduduk dan luas wilayah kecamatan Kedaton tahun 2020 kecamatan Kedaton memiliki 7 kelurahan yaitu Kedaton, Sidodadi, Sukamenanti, Sukamenanti Baru, Penengahan, Penengahan Raya, dan Surabaya.

Kepadatan penduduk di kecamatan Kedaton Kota Bandar Lampung sekitar 619 jiwa/km² dan diproyeksikan pertumbuhan penduduk mencapai 1,8 juta jiwa pada tahun 2030 yang juga akan berperan dalam penggunaan energi listrik sekarang dan yang akan datang.

Tabel 1.3 Daftar Data pelanggan rumah tangga PT.PLN Tahun 2020

PLN Kecamatan Kota Bandar Lampung	Pelanggan Rumah Tangga	kWh Terjual	Va / Daya
Bumi Waras	102.223	9.444.223	95.654.310
Enggal	113.551	10.324.424	105.912.240
Kedamaian	142.525	13.123.722	125.123.120
Kedaton	256.112	23.674.917	215.937.140
Kemiling	132.006	12.243.012	65.111.100
Labuhan Ratu	115.105	16.937.128	24.341.930
Langkapura	202.322	22.283.221	204.107.120
Panjang	211.108	14.293.142	75.184.140
Rajabasa	123.766	5.120.918	105.032.190
Sukabumi	112.123	11.101.182	117.193.230
Tanjung Senang	106.923	9.129.012	123.017.000
Tanjung Karang	261.221	19.112.117	259.173.660
Teluk Betung	107.872	15.849.665	115.925.100
Way Halim	105.321	7.423.923	112.887.100

(Sumber: PT. PLN UP3 Tanjungkarang Bandar Lampung, 2020)

Berdasarkan tabel 1.3 dapat dilihat bahwa wilayah kecamatan Kedaton kota Bandar Lampung dengan pengguna energi listrik pelanggan rumah tangga sudah mewakili banyak dalam pemakaian Va/Daya listrik per-2020. Diantara 14 kecamatan di kota Bandar Lampung tersebut wilayah kecamatan Kedaton menduduki posisi kedua dalam pelanggan rumah tangga setelah wilayah kecamatan Tanjung karang dengan daya pasang listrik kWh terjual paling banyak yaitu wilayah Kedaton. Maka dapat disimpulkan salah satu hal yang perlu dicermati dalam penelitian ini adalah bagaimana perilaku konsumen atau masyarakat dalam menggunakan energi listrik tersebut.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai:

“Analisis Perilaku Konsumen Ramah Lingkungan Pada Pengguna Energi Listrik (Studi Pengguna Energi Listrik Rumahan di Kecamatan Kedaton Kota Bandar Lampung)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana gambaran konsumen pengguna energi listrik ?
2. Bagaimana perilaku konsumen dalam menggunakan produk energi listrik ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui gambaran konsumen dalam menggunakan energi listrik di Kecamatan Kedaton Kota Bandar Lampung.
2. Untuk mengetahui perilaku konsumen terhadap penggunaan energi listrik di Kecamatan Kedaton Kota Bandar Lampung.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil yang diperoleh melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi tambahan dan memperluas kajian perilaku konsumen khususnya dalam penggunaan energi listrik yang ramah lingkungan.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi dan masukan positif bagi perusahaan yang bersangkutan untuk mengevaluasi dan memperhatikan lagi bagaimana perilaku konsumen penggunaan listrik terhadap dampaknya langsung ke lingkungan tanpa merusak lingkungan.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Perilaku Konsumen

Menurut Notoatmodjo (2012) perilaku adalah suatu kegiatan dan aktifitas organisme yang bersangkutan, Perilaku merupakan suatu kegiatan atau aktivitas organisme (makhluk hidup) yang bersangkutan. Jadi, perilaku manusia pada hakikatnya adalah tindakan atau aktivitas dari manusia itu sendiri yang mempunyai bentangan yang sangat luas.

Menurut Fandy dan Anastasia (2020: 69) mendefinisikan bahwa perilaku konsumen mencerminkan bagaimana “Totalitas keputusan konsumen dalam hal pembelian, konsumsi, dan penghentian konsumsi barang, jasa, aktivitas, pengalaman, orang, dan gagasan oleh unit pembuat keputusan sepanjang waktu”.

Menurut Solomon (2017: 28) Perilaku konsumen merupakan proses terjadinya individu atau kelompok memilih, membeli, menggunakan, dan membuang atau menghentikan pemakaian produk, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan. Sedangkan menurut Kotler (2009: 166) perilaku konsumen adalah studi bagaimana seorang, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, memakai, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan yang mereka mau. Perilaku konsumen akan mencerminkan bagaimana sikap dari konsumen dalam melakukan konsumsi. Sikap konsumen akan terlihat bagaimana tanggapan seorang konsumen dalam menikmati dan memenuhi kebutuhannya, tanggapan tersebut akan tercermin dari kepuasan yang didapatkan oleh seorang konsumen.

Menurut Notoatmodjo (2012) bahwa ada 3 tingkat ranah perilaku yaitu pengetahuan (*knowledge*), sikap (*attitude*) dan tindakan atau praktik:

1. Pengetahuan (*knowledge*) adalah hasil penginderaan manusia atau hasil pengetahuan seseorang terhadap objek melalui indera yang dimiliki.
2. Sikap (*attitude*) adalah respons tertutup seseorang terhadap stimulus atau objek tertentu, yang sudah melibatkan faktor pendapat dan emosi yang bersangkutan.
3. Tindakan atau praktik, praktik terpimpin adalah melakukan sesuatu tetapi masih menggunakan panduan. Sedangkan praktik secara mekanisme adalah melakukan sesuatu hal secara otomatis.

Perilaku konsumen tidak hanya tentang apa yang dibeli atau dikonsumsi oleh konsumen saja, tetapi juga dimana, bagaimana kebiasaan dan dalam kondisi macam apa produk dan jasa yang dibeli. Perilaku konsumen menurut Kotler dan Armstrong (2013: 158) yaitu merupakan perilaku pembelian konsumen akhir, baik individu maupun rumah tangga, yang membeli produk untuk konsumsi personal. Dari beberapa pengertian perilaku konsumen yang diberikan oleh para ahli pemasaran, maka dapat disimpulkan, yaitu :

1. Perilaku konsumen menyoroti individu dan rumah tangga.
2. Perilaku konsumen menyangkut suatu proses keputusan sebelum pembelian serta tindakan dalam memperoleh, memakai, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk.
3. Perilaku konsumen meliputi perilaku yang dapat diamati seperti jumlah yang dibelanjakan, kapan, dengan siapa, siapa saja, dan bagaimana barang yang sudah dibeli dikonsumsi. Selain itu juga terdapat variabel-variabel yang tidak dapat diamati, seperti nilai-nilai yang dimiliki konsumen, kebutuhan pribadi, persepsi, bagaimana konsumen mengevaluasi alternatif, dan apa yang dirasakan konsumen tentang kepemilikan dan penggunaan produk yang bermacam-macam.

Mempelajari perilaku konsumen tidak hanya mempelajari apa yang dibeli atau dikonsumsi, tetapi juga di mana, bagaimana kebiasaannya, dan dalam kondisi macam apa barang atau jasa dibeli tersebut. Untuk dapat melihat dan menggambarkan seorang konsumen berperilaku dapat dilihat dari sebagai berikut ini:

1. Konsumen Akhir dan Pembeli Individual

Konsumen akhir individu merupakan konsumen yang melakukan pembelian untuk memenuhi kebutuhan pribadi atau konsumsi rumah tangganya. Perbedaan dasar antara konsumen akhir dengan pembeli industri, bahwa perilaku konsumen pembelian industri mempunyai motif yang berbeda dan sangat dipengaruhi oleh banyak serta macam individu yang berperan baik didalamnya.

Menurut Assauri (2015: 139) keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen atau pembeli dipengaruhi pula oleh kebiasaan. Kebiasaan pembelian mencakup kapan waktunya pembelian dilakukan, dalam jumlah berapa pembelian dilaksanakan, dan dimana pembelian tersebut dilakukan.

Berikut ini dapat kita lihat tabel yang merupakan macam-macam peranan yang terjadi dalam sebuah perilaku konsumen:

Tabel 2.1 Aspek-Aspek dalam perilaku konsumen

No	Peranan	Keterangan
1	<i>Initiator</i>	Individu yang mempunyai inisiatif pembelian barang tertentu, atau yang mempunyai kebutuhan atau keinginan tetapi tidak mempunyai wewenang untuk melakukannya sendiri.
2	<i>Influencer</i>	Individu yang mempengaruhi keputusan untuk membeli baik secara sengaja atau tidak sengaja.
3	<i>Decider</i>	Individu yang memutuskan apakah akan membeli atau tidak, apa yang akan dibeli, bagaimana membelinya, kapan dan dimana membelinya.
4	<i>Buyer</i>	Individu yang melakukan transaksi pembelian sesungguhnya.
5	<i>User</i>	Individu yang menggunakan produk atau jasa yang dibeli

Sumber : kotler dan Armstrong (2016: 235).

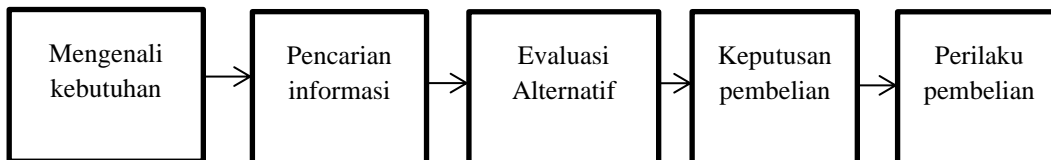
Berdasarkan Tabel 2.1 menunjukkan di didalam proses terjadinya pembelian terdapat peranan-peranan. Diantara peranan-peranan dalam pembelian tersebut, yang terpenting adalah peranan ketiga. Karena itu, perusahaan dapat meneliti siapa dalam keluarga yang memutuskan suatu pembelian, untuk kemudian mengarahkan promosi kepada anggota keluarga itu.

2. Pembelian sebagai suatu proses

Dapat di definisikan bahwa suatu kegiatan yang termasuk dalam pembelian yang nyata hanya merupakan salah satu tahap-tahap dimana dari keseluruhan proses mental dan kegiatan-kegiatan fisik lain yang terjadi dalam proses pembelian pada suatu periode waktu tertentu. Bagian-bagian proses lain yang perlu dipersiapkan dan mengikuti pembelian nyata tersebut sangatlah penting dan dipahami. Hasil analisa suatu proses pembelian adalah suatu rangkaian tahapan-tahapan yang diambil oleh seseorang konsumen.

Gambar oleh Philip Kotler yang merupakan Tahap di dalam proses kegiatan-kegiatan suatu pembelian dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 2.1 Tahap-tahap dalam Proses Pembelian



Sumber: (Kotler dan Keller, 2016 : 235).

Berdasarkan gambar 2.1 menunjukkan banyak peranan atau faktor yang mempengaruhi pada tiap tahap dalam proses pembelian, baik faktor ektern maupun intern. sebuah perusahaan harus mengetahui dan memahami apa saja yang terjadi dalam tiap tahap-tahap dari proses pembelian, sehingga dapat menyusun kegiatan pemasarannya atas dasar tahap tersebut. Dalam menganalisa perilaku konsumen, maka harus dipelajari lingkungan sosial, psikologi individu dan lembaga yang juga

mempengaruhi dan membatasi tiap tahap dan perilaku konsumen yaitu produsen serta konsumen dalam kegiatan-kegiatan selalu menampilkan perilaku konsumen.

Perilaku konsumen dalam melakukan pembelian atau keputusan pembelian dipengaruhi oleh beberapa faktor meskipun sebagian faktor-faktor tersebut tidak dapat dikendalikan namun pemasar tetap harus memperhitungkannya. Menurut Kotler (2014: 11) bahwa ada 4 faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen yaitu:

1. Faktor budaya Faktor-faktor kebudayaan memiliki pengaruh yang paling luas dan paling dalam pada perilaku konsumen, pada pemasaran perlu memahami peran yang dimainkan kebudayaan, sub budaya dan kelas sosial.
 - a. Kebudayaan, seperangkat nilai, persepsi, keinginan dan perilaku dasar yang diperoleh seorang anggota masyarakat dari keluarga dan lembaga- lembaga penting lainnya.
 - b. Sub Budaya, sekelompok orang dengan sistem nilai terpisah berdasarkan pengalaman dan situasi kehidupan yang umum.
 - c. Kelas Sosial, bagian-bagian yang secara relatif permanen dan tersusun dalam suatu masyarakat yang anggota-anggotanya memiliki nilai, kepentingan atau niat, dan perilaku yang sama.
2. Faktor Sosial, perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial, seperti: Kelompok kecil, keluarga serta peran dan status.
 - a. Kelompok perilaku seseorang dipengaruhi oleh banyak kelompok kecil. Kelompok-kelompok yang memiliki pengaruh langsung dan orang- orang yang termasuk dalam kelompok itu disebut kelompok keanggotaan.
 - b. Keluarga anggota-anggota keluarga memiliki pengaruh yang kuat terhadap perilaku pembeli, keluarga merupakan organisasi pembelian, para pemasar tertarik pada peran dan pengaruh suami, isteri dan anak dalam pembelian aneka ragam produk dan jasa.
 - c. Peran dan status peran merupakan kegiatan-kegiatan yang diharapkan seseorang

untuk dilakukan mengacu pada orang-orang di sekelilingnya, sementara status adalah pengakuan umum masyarakat sesuai dengan yang diinginkan.

3. Faktor Pribadi, keputusan seseorang dalam pembelian juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seperti usia dan tahap daur hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri.
 - a. Usia dan tahap daur hidup Pembelian juga dibentuk oleh tahap daur hidup dan pengembangan rencana produk dan pemasaran yang tepat.
 - b. Pekerjaan-pekerjaan seseorang sangat mempengaruhi jenis barang dan jasa yang akan dibeli.
 - c. Situasi ekonomi Situasi ekonomi seseorang akan sangat mempengaruhi pembeli dalam memiliki produk.
 - d. Gaya hidup, gaya hidup adalah pola kehidupan seseorang yang tercermin dalam aktivitas, minat dan opininya yang menggambarkan pola tindakan dan interaksi seseorang secara menyeluruh.
 - e. Kepribadian dan konsep diri
 - f. Kepribadian mengacu pada karakteristik psikologis unit yang mengarah secara relatif pada tanggapan yang konsisten dan abadi pada lingkungan yang dimiliki seseorang.

4. Fakor psikologis Ada 4 (empat) faktor psikologis utama yang berpengaruh pada pilihan pembelian yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran, kepercayaan dan sikap.
 - a. Motivasi teori motivasi Maslow menjelaskan bahwa kebutuhan-kebutuhan manusia tersusun dalam sebuah hirarki, dari tekanannya paling besar sampai yang dorongannya paling kecil.
 - b. Persepsi suatu proses, dimana orang-orang memilih mengorganisasi, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk gambaran dunia yang penuh arti.
 - c. Pembelajaran-pembelajaran menjelaskan perubahan-perubahan dalam perilaku individual yang muncul dari pengalaman.
 - d. Kepercayaan dan sikap kepercayaan adalah suatu pemikiran deskriptif yang

memiliki seseorang mengenai sesuatu. Sikap menggambarkan evaluasi, perasaan dan kecenderungan seseorang yang relatif konsisten terhadap suatu objek atau gagasan. Seseorang mempunyai beberapa kebutuhan pada sewaktu-waktu.

2.1.1 Perspektif Riset Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen sangat dinamis dan berubah setiap saat. Menurut Sumarwan (2014: 5-6) terdiri atas tiga perspektif yang sangat mempengaruhi cara berfikir dan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen:

1) Perspektif pengambilan keputusan

konsumen melakukan serangkaian aktivitas dalam membuat keputusan pembelian. Dari persepektif ini memperkirakan bahwa konsumen memiliki sebuah masalah dan dapat melakukannya dengan proses pengambilan keputusan rasional untuk memecahkan sebuah masalah tersebut.

2) Perspektif *eksperiensial* (pengalaman)

Perspektif ini menyebutkan bahwa konsumen adalah seringkali mengambil sebuah keputusan dalam membeli suatu produk tidak selalu berdasarkan proses keputusan rasional untuk memecahkan masalah yang mereka hadapi. Kebanyakan konsumen seringkali membeli suatu produk karena hanya dengan alasan untuk kegembiraan, fantasi, atau emosi yang diinginkan.

3) Perspektif pengaruh *behavioral*

Perspektif ini menyatakan bahwa seorang konsumen merupakan membeli suatu produk seringkali bukan karena alasan rasional atau emosional yang berasal dari dalam dirinya sendiri. Perilaku konsumen dalam perspektif ini menegaskan bahwa sikap perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor luar seperti program pemasaran yang dilakukan oleh produsen, faktor budaya, faktor lingkungan, faktor fisik, faktor ekonomi juga undang-undang, serta pengaruh lingkungan-lingkungan yang kuat

membuat konsumen melakukan pembelian.

2.1.2 Loyalitas Konsumen

Menurut Priansa (2017) mendefinisikan loyalitas pelanggan merupakan komitmen jangka panjang pelanggan, yang diimplementasikan dalam bentuk perilaku dan sikap yang loyal terhadap perusahaan dan produknya, dengan cara mengonsumsi secara teratur dan berulang, sehingga perusahaan dan produknya menjadi bagian penting dari proses konsumsi yang dilakukan oleh pelanggan dimana hal tersebut akan mempengaruhi eksistensi perusahaan tersebut.

Menurut Zikmund (2003: 72) menyatakan bahwa ada beberapa aspek yang mempengaruhi loyalitas sebagai berikut:

1. *Satisfaction* (kepuasan), merupakan perbandingan antara harapan sebelum melakukan pembelian dengan kinerja yang disarankan.
2. *Emotional Bonding* (ikatan emosi), dimana konsumen dapat terpengaruh oleh sebuah merek yang memiliki daya tarik tersendiri sehingga konsumen dapat diidentifikasi dalam sebuah merek. terciptanya sebuah merek adalah apabila ketika seorang konsumen merasakan sebuah ikatan yang kuat dengan konsumen yang lain menggunakan produk yang sama.
3. *Trust* (kepercayaan), yaitu konsumen seseorang untuk mempercayakan perusahaan untuk melakukan atau menjalankan sebuah fungsi.
4. *Choice Reduction and Habit* (Pengurangan pilihan dan kemudahan), yaitu jika konsumen akan merasakan nyaman dengan sebuah merek ketika situasi mereka melakukan transaksi memberikan kemudahan.
5. *History With the Company* (sejarah dengan perusahaan), yaitu sebuah pengalaman seseorang pada perusahaan dapat membentuk perilaku.

Berdasarkan beberapa definisi loyalitas konsumen dapat saya simpulkan bahwa Loyalitas Konsumen merupakan sebuah kepuasan dibenak konsumen dalam memanfaatkan suatu produk atau jasa sehingga dapat menumbuhkan kesetiaan pada

konsumen yang konsisten terus terhadap produk atau jasa sepanjang waktu dan adapun sikap yang baik untuk merekomendasikan secara terus-menerus kepada orang lain yang ingin untuk terus membeli produk tersebut.

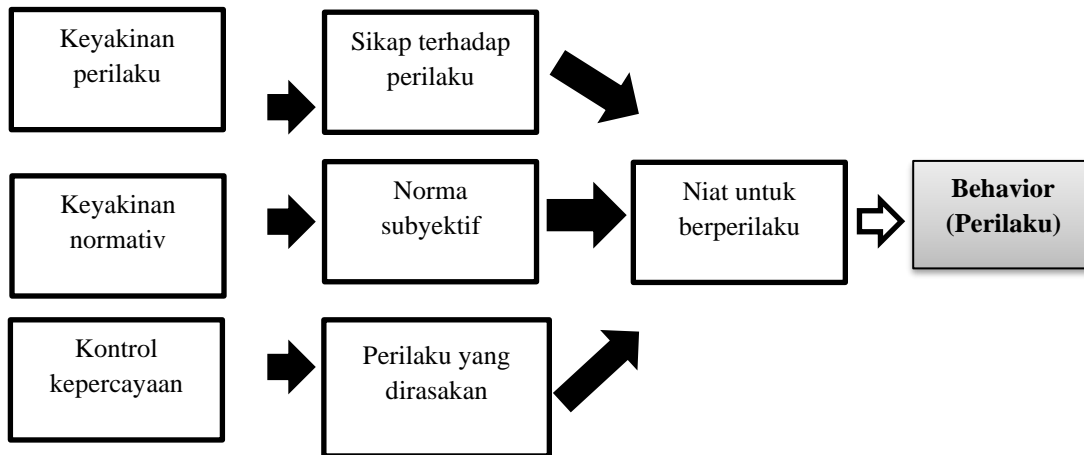
2.2 The Theory of Planned Behavior

Theory of reasoned action menjelaskan bahwa suatu tindakan atau perilaku ditentukan oleh niat berperilaku pada konsumen, dan niat berperilaku ini dipengaruhi oleh dua faktor, faktor pribadi dan faktor pengaruh sosial. Kedua faktor tersebut berpengaruh positif terhadap niat perilaku individu yang secara positif menyebabkan perilaku faktor pertama yang berhubungan dengan faktor pribadi adalah sikap. Sikap (*attitude*) merupakan evaluasi kepercayaan atau perasaan positif atau negatif dari seseorang jika harus melakukan perilaku yang akan ditentukan. Sikap adalah sebagai jumlah dari simpati yang dapat dirasakan seseorang untuk menerima atau menolak suatu obyek atau perilaku dan dapat diukur suatu prosedur yang menempatkan individu pada dua sisi misalnya baik atau buruk.

Faktor yang kedua yang berhubungan dengan pengaruh sosial adalah *norma subyektif*. Norma subyektif (*subjective norm*) merupakan pemahaman individu yang mengenai kepercayaan orang lain yang akan mempengaruhi niat untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu yang sedang dicerminkan. Sikap dan norma subyektif yang membentuk niat merupakan penentu utama dari perilaku, namun terdapat juga variabel-variabel lain yang mempengaruhi perilaku.

Berdasarkan kesimpulan inilah, Ajzen menambahkan faktor *perceived behavioral control*, dan mengubah *theory of reasoned action* menjadi *theory of planned behavior* (Ajzen, 2010). Variabel *perceived behavioral control* tersebut dapat dilihat pada gambar 2.2 berikut ini:

Gambar 2.2 *The Theory of Planned Behavior*



Sumber: Ajzen (2010)

Seperti dalam *theory of reasoned actions*, faktor utama dalam *theory of planned behavior* adalah niat individu untuk melakukan perilaku tertentu. Niat diasumsikan untuk menangkap faktor motivasi yang mempengaruhi perilaku mereka dalam indikasi tentang seberapa keras orang mau mencoba, seberapa banyak upaya yang mereka rencanakan untuk melakukan perilaku tersebut. Sebagai aturan umum, semakin kuat niat untuk terlibat dalam perilaku, semakin besar kinerjanya.

Berdasarkan *theory of planned behavior*, perilaku yang dimaksud pada gambar 2.2 adalah yang tidak sepenuhnya berada di bawah kontrol individu, seperti perilaku yang melibatkan pencapaian tujuan, misalnya perilaku penggunaan produk ramah lingkungan. Pada perilaku pengguna produk ramah lingkungan, konsumen ingin mencapai tujuan ikut serta dalam melindungi lingkungan lewat membeli produk yang tidak menimbulkan dampak negatif terhadap lingkungan.

Perilaku seperti ini, keberhasilan pelaksanaannya tidak hanya bergantung pada intensi yang ditampilkan, tetapi juga beberapa faktor seperti internal dan eksternal. Faktor internal bisa berupa sikap, kepribadian, *self-image*, pengalaman masa lalu, pengetahuan dan emosi, sedangkan faktor eksternal bisa berupa pengaruh sosial,

komunikasi, atau stimulus dari luar, serta objek seperti ramah lingkungan. Sehingga berdasarkan pemahaman tersebut, teori ini dapat dijadikan rujukan untuk menganalisis *consumer behavior* pada pengguna energi listrik.

2.2.1 Intensi Perilaku

Teori ini menyediakan suatu kerangka untuk mempelajari sikap terhadap perilaku. Berdasarkan teori tersebut, penentu terpenting perilaku seseorang adalah intensi untuk berperilaku. Intensi individu untuk menampilkan suatu perilaku adalah kombinasi dari sikap untuk menampilkan perilaku tersebut dan norma subjektif. Sikap individu terhadap perilaku meliputi kepercayaan mengenai suatu perilaku, evaluasi terhadap hasil perilaku, norma subjektif, kepercayaan-kepercayaan normatif dan motivasi untuk patuh.

Jika seseorang mempersepsi bahwa hasil dari menampilkan suatu perilaku tersebut positif, ia akan memiliki sikap positif terhadap perilaku tersebut. Yang sebaliknya juga dapat dinyatakan bahwa jika suatu perilaku difikirkan negatif. Jika orang-orang lain yang relevan memandang bahwa menampilkan perilaku tersebut sebagai sesuatu yang positif dan seseorang tersebut termotivasi untuk memenuhi harapan orang-orang lain yang relevan, maka itulah yang disebut dengan *norma subjektif* yang positif. Jika orang-orang lain melihat perilaku yang akan ditampilkan sebagai sesuatu yang negatif dan seseorang tersebut ingin memenuhi harapan orang-orang lain tersebut, itu yang disebut dengan *norma subjektif* negatif.

2.2.2 Sikap atau *Attitude Toward Behavior*

Ajzen (2010) mengemukakan bahwa sikap terhadap perilaku ini ditentukan oleh keyakinan yang diperoleh mengenai konsekuensi dari suatu perilaku yang disebut juga *Behavioral Beliefs*. *Belief* berkaitan dengan penilaian-penilaian subjektif seseorang terhadap dunia sekitarnya, pemahaman mengenai diri dan lingkungannya. Bagaimana cara mengetahui *Belief*, dalam teori yang direncanakan ini, Ajzen menyatakan bahwa *Belief* dapat diungkapkan dengan menghubungkan suatu perilaku yang akan kita prediksi dengan berbagai manfaat atau kerugian yang mungkin

diperoleh apabila kita melakukan atau tidak melakukan perilaku itu. Keyakinan ini dapat memperkuat sikap terhadap perilaku berdasarkan evaluasi dari data yang diperoleh bahwa perilaku itu dapat memberikan keuntungan bagi pelakunya.

2.2.3 Norma Subjektif

Dapat didefinisikan bahwa, norma subjektif merupakan suatu perasaan atau dugaan-dugaan seseorang terhadap harapan-harapan dari orang-orang yang ada di dalam kehidupannya tentang dilakukan atau tidak dilakukannya perilaku tertentu, karena perasaan ini sifatnya subjektif maka dimensi ini disebut norma subjektif (*subjective norm*). Hubungan sikap terhadap perilaku sangat menentukan, maka norma subjektif juga dipengaruhi oleh keyakinan, bedanya adalah apabila hubungan sikap terhadap perilaku merupakan fungsi dari keyakinan terhadap perilaku yang akan dilakukan (*behavioral belief*) maka norma subjektif adalah fungsi dari keyakinan seseorang yang diperoleh atas pandangan orang-orang lain yang berhubungan dengannya (*normative belief*).

2.2.4 Persepsi Kontrol Perilaku atau *Perceived Behavioral Control*

Menurut Ajzen (2010) Persepsi kontrol perilaku atau disebut juga dengan kontrol perilaku adalah perasaan seseorang mengenai mudah atau sulitnya mewujudkan suatu perilaku tertentu. Ajzen menjelaskan tentang perasaan yang berkaitan dengan perilaku kontrol dengan cara membedakannya dengan *locus of control* atau pusat kendali yang dikemukakan oleh Rotter's. Pusat kendali berkaitan dengan keyakinan seseorang yang relatif stabil dalam segala situasi. Persepsi kontrol perilaku dapat berubah tergantung situasi dan jenis perilaku yang akan dilakukan. Pusat kendali berkaitan dengan keyakinan individu bahwa keberhasilannya melakukan segala sesuatu tergantung pada usahanya sendiri. Keyakinan ini berkaitan dengan pencapaian yang spesifik, misalnya keyakinan dapat menguasai keterampilan menggunakan komputer dengan baik disebut kontrol perilaku (*perceived behavioral control*).

Konsep lain yang agak dekat maksudnya dengan persepsi kontrol perilaku adalah *self efficacy* atau efikasi diri yang dikemukakan Bandura (Ajzen, 2010). Efikasi diri adalah keyakinan individu untuk berhasil menguasai keterampilan yang dibutuhkan untuk menyelesaikan tugas-tugas tertentu. Konsep persepsi kontrol perilaku yang dikemukakan oleh Ajzen ini banyak sekali dipengaruhi oleh riset yang dilakukan oleh Bandura mengenai efikasi diri.

Menurut Ajzen (2010) bahwa persepsi kontrol ditentukan oleh keyakinan individu mengenai ketersediaan sumber daya berupa peralatan, kompatibilitas, kompetensi, dan kesempatan (*control belief strength*) yang mendukung atau menghambat perilaku yang akan diprediksi dan besarnya peran sumber daya tersebut (*power of control factor*) dalam mewujudkan perilaku tersebut. Keyakinan yang kuat terhadap tersedianya sumberdaya dan kesempatan yang dimiliki individu berkaitan dengan perilaku tertentu dan semakin besar peranan sumberdaya tersebut maka semakin kuat persepsi kontrol individu terhadap perilaku tersebut. Individu yang mempunyai persepsi kontrol yang tinggi akan terus terdorong dan berusaha untuk berhasil karena yakin dengan sumberdaya dan kesempatan yang ada, kesulitan yang dihadapinya dapat diatasi.

2.3 Green Behavior

Perilaku Ramah atau *Green Behavior* adalah kebiasaan konsumen yang sebisa mungkin meminimalisasikan kerusakan terhadap lingkungan. *Green Behavior* juga merupakan perilaku yang secara umum dipertimbangkan dalam masyarakat sebagai cara untuk melindungi lingkungan dan di dedikasikan untuk lingkungan yang sehat (Krajhanzi, 2010).

Menurut (Martins 2016: 8) *Green behaviour* merupakan perilaku konsumen yang dijalankan oleh *green consumer* berupa cerminan sikap dan tindakan konsumen terhadap perlindungan lingkungan, yakni turut bertanggung jawab atas hasil konsumsi pribadinya atau menggunakan kemampuan membelinya.

Pada umumnya, konsumen ramah lingkungan didefinisikan sebagai orang yang mengadopsi perilaku ramah lingkungan atau yang membeli produk ramah lingkungan di atas alternatif standar. Seseorang yang melakukan pembelian produk dipengaruhi oleh kesadarannya sendiri terhadap masalah lingkungan (Shrum, Mccarty, & Lowrey, 2013).

Konsumen ramah lingkungan cenderung menggunakan produk yang ramah lingkungan. Menurut beberapa pengertian *green consumer* tersebut, maka konsumen hijau adalah mereka yang mempertimbangkan dampak lingkungan terlebih dahulu sebelum mengonsumsi suatu produk. Dalam penelitian ini, istilah “hijau” dan “ramah lingkungan” digunakan secara bergantian dengan pemahaman yang sama. Produk ramah lingkungan adalah produk yang proses dalam menggunakan tidak merusak lingkungan (Cason & Gangadharan, 2012).

Peran pemerintah, swasta, maupun para aktivis lingkungan sangat dibutuhkan untuk sosialisasi dan mengkampanyekan isu pelestarian lingkungan ini, sehingga dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat secara lebih komprehensif dan merata di semua kalangan (Waskito dan Harsono, 2012).

2.4 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan upaya peneliti untuk mencari perbandingan guna menemukan perbedaan dan inspirasi baru untuk merancang penelitian selanjutnya. Hasil penelusuran terhadap beberapa penelitian yang terkait dapat dilihat pada tabel 2.2 berikut ini:

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

No.	Nama/Tahun	Judul Penelitian	Metode	Hasil Penelitian
1	Eko Prasetyo, Ikhwan Syahtaria, Imam Supriyadi, (2020)	Pengaruh perilaku konsumtif, tingkat pendapatan dan tingkat pendidikan terhadap konservasi energi listrik di sektor rumah tangga dalam rangka mendukung ketahanan energi (studi di kota bogor)	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya perilaku konsumtif yang memiliki pengaruh negatif terhadap konservasi energi listrik di sektor rumah tangga. Sedangkan tingkat pendapatan dan tingkat pendidikan tidak memiliki pengaruh. Sehingga diharapkan dengan menekan perilaku konsumtif masyarakat dapat memberikan dampak positif terhadap konservasi energi listrik.
2	Siti Sadiyah, Fitria Virgantari, Ani Andriyani, Sri Hartini, dan Dion Ahmad, (2019)	Determinan perilaku rumah tangga dalam penghematan energi listrik di wilayah jawa barat menggunakan <i>structural equation modeling</i>	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa niat dan kontrol perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku, kemudian kontrol perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat.
3	Nidhi Tewathia, (2014)	Faktor-Faktor Penentu Konsumsi Listrik Rumah Tangga Studi Kasus Delhi	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa persediaan peralatan rumah tangga memberikan kontribusi kurva listrik.
4	Nurlelasari Ginting, Imelda Barus, (2020)	Analisis Perilaku Konsumen listrik Prabayar di Kelurahan Tanjung Barat Jakarta Selatan.	Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan menggunakan listrik Prabayar pengendalian pemakaian listrik lebih mudah dilakukan, lebih hemat, dan pembayaran listrik juga lebih mudah.

Tabel Penelitian Terdahulu (Lanjutan)

No.	Nama/Tahun	Judul Penelitian	Metode	Hasil Penelitian
5	Okfrisda Sakti, Ni Made Sukartini, (2020)	Analisis Individu dan Perilaku Lingkungan dalam Penggunaan Listrik	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin matang dan semakin berpendidikan individu, maka peluang untuk melakukan tindakan peduli lingkungan menjadi lebih besar.
6	Nandakumar Mekoth, (2018)	Studi Kualitatif tentang kelistrikan Perilaku Hemat Listrik	Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Studi ini mengidentifikasi tujuh kategori penentu perilaku hemat energi listrik. Implikasi kebijakan dan batasan studi dibahas bersama dengan bidang arah penelitian di masa depan.

Sumber: Data diolah, Peneliti 2021

Berdasarkan Tabel 2.2, menunjukkan kesimpulan bahwa beda penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu dengan penelitian yang dilakukan ini ialah penelitian terdahulu lebih mengacu kepada konsumen konsumtif dalam menggunakan energi listrik. Sedangkan, penelitian yang dilakukan ini secara umum yaitu berpacu kepada konsumen konsumtif dan konsumen tidak konsumtif terhadap penggunaan energi listrik rumahan dan penelitian terdahulu juga menggunakan variabel yang berbeda dibandingkan penelitian yang dilakukan ini seperti penelitian terdahulu lebih mengacu kepada konsumsi listrik saja sedangkan penelitian yang dilakukan ini mengacu kepada konsumen hijau pengguna listrik.

III. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. (Menurut Sugiyono, 2015: 53) Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lainnya (variabel mandiri adalah variabel yang berdiri sendiri, bukan variabel independen, kalau variabel independen selalu dipasangkan dengan variabel dependen). (Menurut Sugiyono, 2015: 14) Menjelaskan bahwa penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan terhadap filsafat positivisme yang digunakan dalam penelitian terhadap sampel dan populasi penelitian, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan dan menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1 Populasi

Populasi dapat diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2015: 80). Sedangkan menurut (Arikunto, 2013: 73) Populasi adalah keseluruhan dari subjek penelitian. Jadi, yang dimaksud populasi adalah individu yang memiliki sifat yang

sama walaupun persentase kesamaan itu sedikit, atau dengan kata lain seluruh individu yang akan dijadikan sebagai objek penelitian. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat pengguna energi listrik rumahan di Kecamatan Kedaton Kota Bandar Lampung.

3.2.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2017: 137), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila populasi dalam penelitian besar, dan peneliti tidak mungkin untuk mempelajari semua yang ada pada populasi, dikarenakan keterbatasan waktu, tenaga, dan dana, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Namun, kenyataan-kenyataan yang diperoleh dari sampel harus dapat mewakili atau menggambarkan populasi.

Untuk menentukan sampel yang digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Pada penelitian ini, teknik sampling yang digunakan adalah *nonprobability sampling* dengan teknik *accidental sampling*, metode *nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2017: 142). Sedangkan *accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2017: 144).

Pada penelitian ini tidak diketahui jumlah populasinya, maka menurut Sugiyono, (2017: 148) bila jumlah populasi dalam penelitian tidak diketahui jumlahnya, maka perhitungan jumlah sampel dapat menggunakan rumus *Cochran* sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2pq}{moe^2} \dots\dots\dots (3.1)$$

Keterangan:

- n = Jumlah sampel yang diperlukan
 Z = Harga dalam *kurve* normal untuk simpangan 5% dengan nilai 1,96%
 P = Peluang benar 50% = 0,5
 q = Peluang salah 50% = 0,5
 moe = *Margin of error* atau tingkat kesalahan sampel maksimum 10%

Maka dapat dihitung jumlah sampel yang akan digunakan sebagai berikut:

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{10\%^2}$$

$$n = 96,04 = 97 \text{ Responden}$$

Berdasarkan dari hasil perhitungan rumus diatas, maka diperoleh jumlah sampel yang diperlukan sebesar 97 responden. Namun agar dalam proses perhitungan statistik mendapatkan hasil yang makasimal, maka jumlah sampel dalam penelitian ini dibulatkan menjadi 100 responden. Sampel dalam penelitian ini diambil dengan kriteria yaitu:

1. Sampel diambil dari konsumen pengguna energi listrik Prabayar
2. Konsumen pengguna energi listrik rumahan di 7 kelurahan di kecamatan Kedaton
3. Konsumen yang sudah berumah tangga.

3.3 Lokasi dan Waktu

Lokasi pelaksanaan dalam penelitian ini adalah di Kecamatan Kedaton Kota Bandar Lampung. Waktu pelaksanaan penelitian telah dilaksanakan pada tanggal 13 April 2021 sampai 22 April 2021 yaitu selama 10 hari. Penelitian ini dilaksanakan setiap hari dan dilaksanakan pukul 13.00 WIB – 17.00 WIB. Berikut ini merupakan durasi penyebaran kuesioner pada konsumen pengguna listrik di kecamatan kedaton kota Bandar Lampung.

Tabel 3.1 Durasi Penyebaran Kuesioner

No	Tanggal	Jumlah Kuesioner
1	13 April 2021	5
2	14 April 2021	5
3	15 April 2021	10
4	16 April 2021	10
5	17 April 2021	10
6	18 April 2021	10
7	19 April 2021	10
8	20 April 2021	10
9	21 April 2021	10
10	22 April 2021	10
	Jumlah	100

Sumber: data diolah, Peneliti 2021

3.4 Definisi Konseptual Variabel

Variabel merupakan segala sesuatu yang terbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017: 38). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini dibagi menjadi dua jenis, antara lain:

1. Perilaku Konsumen ramah lingkungan.
2. Perilaku loyalitas pengguna Energi Listrik PLN.

3.5 Definisi Operasional Variabel

Untuk memudahkan dalam pengukuran, maka sebuah konsep akan dijabarkan dalam definisi operasional, definisi operasional dalam penelitian ini akan diuraikan dan dapat dilihat pada gambar tabel 3.2 berikut ini:

Tabel 3.2 Ringkasan Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Konseptual	Definisi Operasional	Indikator	Item
Perilaku Konsumen Ramah Lingkungan	Menurut Siringi, (2012) Perilaku Konsumen Ramah Lingkungan adalah perilaku individu yang dipengaruhi oleh kepeduliannya terhadap lingkungan. Perilaku ini dicerminkan oleh individu, ketika ia mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan membuang produk. Menurut Jati dan Waluyo (2012), indikator yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen hijau, yaitu <i>enviroment knowledge</i> (Pengetahuan lingkungan), <i>enviroment attitude</i> (Sikap Lingkungan) dan Tindakan terhadap lingkungan.	Perilaku Konsumen ini menggambarkan perilaku konsumen dalam menggunakan energi listrik yang dipengaruhi oleh pengetahuan dan kepeduliaanya terhadap lingkungan.	Pengetahuan terhadap Lingkungan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengetahuan upaya menyelamatkan lingkungan 2. Peduli lingkungan 3. Menghemat Penggunaan energi listrik 4. Sumber energi Listrik 5. Mengemat listrik untuk kelestarian lingkungan
			Sikap terhadap lingkungan	<ol style="list-style-type: none"> 6. Sikap dalam menggunakan listrik 7. Sikap diri sendiri menjaga kelestarian lingkungan 8. Sikap senang melihat orang menghemat listrik 9. Sikap setuju orang berpendapat bahwa hemat listrik adalah menjaga lingkungan
			Tindakan terhadap Lingkungan	<ol style="list-style-type: none"> 10. Pengetahuan berbagai pengaruh media Cetak (Koran, majalah, buku, benner) 11. Pengetahuan berbagai pengaruh media Elektronik 12. Bentuk Kepedulian masyarakat di lingkungan 13. Tindakan menggunakan lampu secara efisien 14. Menggunakan lampu seperlunya 15. Tindakan penggunaan bohlam lampu 16. Tindakan pemakaian alat elektronik setrika 17. Tindakan pemakaian alat elektronik mesin cuci 18. Menggunakan kipas angin seperlunya 19. Tindakan dalam menggunakan listrik pada stop kontak

Tabel Ringkasan Definisi Operasional (Lanjutan)

Perilaku loyalitas pengguna Energi Listrik PLN	Menurut Zikmund (2003:72) menyatakan bahwa ada beberapa aspek yang mempengaruhi loyalitas yaitu: 1. <i>Satisfaction</i> (kepuasan) 2. <i>Emotional Bonding</i> (ikatan emosi) 3. <i>Trust</i> (kepercayaan) 4. <i>Choice Reduction and Habit</i> (pengurangan pilihan dan kemudahan)	Loyalitas pelanggan energi listrik menggambarkan dengan cara pembelian secara berulang-ulang dan untuk membangun kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk energi listrik melalui suatu proses pembelian yang berulang-ulang tersebut	<i>Satisfaction</i> (kepuasan)	1. Kesesuaian kepuasan dalam biaya listrik
			<i>Emotional Bonding</i> (ikatan emosi)	2. Secara emosional membeli alat elektronik hemat listrik 3. Secara emosional menggunakan alat elektronik hemat listrik
			<i>Trust</i> (Kepercayaan)	4. Kepercayaan menggunakan alat elektronik Lampu LED 5. Kondisi lingkungan dapat bisa dipercaya untuk dapat menghemat listrik 6. Alat elektronik <i>rice cooker</i> dipercaya hemat listrik 7. Menggunakan alat elektronik kipas angin sedikit mengeluarkan daya listrik dibandingkan elektronik AC 8. Alat elektronik kulkas merupakan kebutuhan 9. Menggunakan alat elektronik mesin air
			<i>Choice Reduction and Habit</i> (Pengurangan pilihan dan kemudahan)	10. Kemudahan penggunaan listrik 11. Mempermudah pekerjaan rumah

Sumber: Data diolah, Peneliti 2021

3.6 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

Jenis dan sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2017: 219). Data primer juga mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan variabel minat untuk tujuan spesifik studi. Dimana responden yang merupakan sumber data akan diminta untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang tertulis dalam kuesioner yang dibagikan. Pertimbangan dari digunakannya metode kuesioner ini sebagai jalan untuk mengumpulkan data adalah:

- a. Penghimpunan data dapat dilakukan dengan waktu yang relatif singkat
- b. Jawaban yang didapatkan relatif seragam sehingga memudahkan dalam pengolahan data
- c. Metode ini dinilai lebih efisien baik dari segi waktu, tenaga, maupun biaya.

Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari penyebaran kuesioner yang dibagikan kepada responden pengguna energi listrik rumahan di Kecamatan Kedaton Kota Bandar Lampung.

Data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen (Sugiyono, 2017:219). Data sekunder juga merupakan data yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada. Dalam penelitian ini data-data sekunder didapat dari berbagai sumber antara lain dari buku, jurnal, internet, hasil riset dan informasi lainnya yang dianggap relevan dengan topik penelitian.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner yang diberikan kepada sampel yang telah dipilih. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2017:225). Kuesioner ini digunakan untuk mengetahui pendapat responden. Dalam

hal ini responden hanya menjawab pertanyaan-pertanyaan dengan cara memberi tanda tertentu pada alternatif jawaban yang disediakan.

3.7 Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan sebuah acuan yang digunakan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam suatu alat ukur. Skala pada penelitian ini adalah skala *likert* yang merupakan lima alternatif perjenjangan dari kondisi yang sangat mendukung hingga yang sangat tidak mendukung. Penggunaan skala likert pada penelitian ini dikarenakan skala *likert* lebih bisa memberikan keterangan yang lebih jelas dan nyata tentang isu yang ingin ditanyakan kepada responden, selain itu pengguna skala ini juga memberikan kemudahan kepada responden untuk menjawab setiap pernyataan pada kuesioner yang diberikan.

Rentang skor pada penggunaan skala *likert* adalah 1-5 dengan indeks sebagai berikut:

Tabel 3.3 Skala Pengukuran *Likert*

No	Pilihan Jawaban	Skor Jawaban
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2	Tidak Setuju (TS)	2
3	Netral (N)	3
4	Setuju (S)	4
5	Sangat Setuju (SS)	5

Sumber: Idrus (2009:101)

3.8 Teknik Pengujian Instrumen

3.8.1 Uji Validitas

Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara daya yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2017:198). Kuesioner dikatakan valid ketika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner

tersebut. Sebaliknya suatu alat ukur yang kurang valid memiliki validitas rendah. Untuk melakukan uji validitas pada penelitian ini menggunakan rumus korelasi *product moment* sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n\sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n\sum y^2 - (\sum y)^2\}}} \dots\dots\dots (3.2)$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien validitas

n = Banyaknya subjek

x = Nilai Perbandingan

y = Nilai dari yang akan dicari validitasnya.

Dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Instrumen tersebut bisa dikatakan valid apabila validitas tinggi yaitu korelasi r hitung $>$ r tabel
2. Instrumen tersebut dikatakan tidak valid apabila r hitung $<$ r tabel.

Pengujian validitas pada penelitian ini dihitung dengan menggunakan bantuan program *SPSS 22.0*,

dengan cara menguji setiap item pernyataan dari masing masing variabel.

Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas

Instrumen	r_{hitung}	r_{tabel}	keterangan
Variabel Perilaku Konsumen Ramah Lingkungan			
PK1	0,853	0,297	Valid
PK2	0,853	0,297	Valid
PK3	0,840	0,297	Valid
PK4	0,840	0,297	Valid
PK5	0,840	0,297	Valid
PK6	0,798	0,297	Valid
PK7	0,852	0,297	Valid
PK8	0,798	0,297	Valid
PK9	0,852	0,297	Valid
PK10	0,453	0,297	Valid
PK11	0,316	0,297	Valid
PK12	0,667	0,297	Valid
PK13	0,645	0,297	Valid
PK14	0,386	0,297	Valid
PK15	0,331	0,297	Valid
PK16	0,441	0,297	Valid
PK17	0,300	0,297	Valid
PK18	0,413	0,297	Valid
PK19	0,538	0,297	Valid
Variabel Pengguna Energi Listrik (Loyalitas Konsumen)			
PEL1	0,369	0,297	Valid
PEL2	0,336	0,297	Valid
PEL3	0,298	0,297	Valid
PEL4	0,559	0,297	Valid
PEL5	0,498	0,297	Valid
PEL6	0,596	0,297	Valid
PEL7	0,365	0,297	Valid
PEL8	0,598	0,297	Valid
PEL9	0,459	0,297	Valid
PEL10	0,403	0,297	Valid
PEL11	0,498	0,297	Valid

Sumber: Output SPSS 22.0 2021

3.8.2 Uji Reliabilitas

Hasil penelitian yang reliabel, bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2017:198). Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menghitung besarnya nilai *Cronbach's Alpha* instrumen dari masing-masing variabel yang diuji dengan menggunakan program *SPSS*. Apabila nilai *Cronbach's Coefficient Alpha* lebih besar dari 0,60 maka jawaban dari para responden pada kuesioner sebagai alat pengukur dinilai reliabel.

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{V_t^2} \right] \dots\dots\dots (3.3)$$

Keterangan:

- r_{11} = Reliabilitas instrumen
- k = Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal
- $\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian butir/item
- V_t^2 = Varian total

Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha	Keterangan
Perilaku Konsumen Ramah Lingkungan	0,839	Reliabel
Pengguna Energi Listrik (Loyalitas Konsumen)	0,776	Reliabel

Sumber: Output SPSS 22.0 2021

3.9 Teknik Analisis Data

3.9.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis Deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2017: 232).

3.9.2 Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi sederhana, peneliti akan melakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu. Uji klasik perlu dilakukan terlebih dahulu agar memastikan model regresi yang digunakan dapat memberikan hasil yang representatif atau bersifat BLUE (*best linier estimator*). Berdasarkan hasil uji asumsi klasi dengan alat bantu komputer dengan menggunakan proogram SPSS untuk menguji Hipotesis.

3.9.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen maupun dependen berdistribusi normal, mendekati normal, atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau penyebaran data statistik pada sumbu diagonal dari grafik distribusi normal. Prosedur pengujian normalitas ialah menggunakan *P-P Plot of Regression Standardizel Residual* yang berguna untuk menguji apakah residual model regresi memiliki distribusi normal atau tidak. Berikut ini dasar dalam pengambilan keputusan dalam uji normalitas adalah sebagai berikut:

1. Jika data terlihat menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data terlihat menyebar tidak beraturan, dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model asumsi tidak memenuhi normalitas.

3.9.2.2 Uji Heteroskedastisitas

Pengujian terhadap heteroskedastisitas menurut Priyanto (2011: 93), dapat dilakukan melalui pengamatan terhadap pola Scatterplots membentuk pola tertentu, maka model regresi memiliki gejala heteroskedastisitas. Munculnya heteroskedastisitas menunjukkan bahwa penaksir dalam model regresi tidak efisien dalam sampel besar maupun kecil.

- a) jika ada pola tertentu, seperti titik yang ada berbentuk suatu pola tertentu yang teratur maka telah terjadi heteroskedastisitas.
- b) Jika ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.9.2.3 Uji Linearitas

Menurut Sugiyono (2015: 323) Uji Linearitas dapat dipakai untuk mengetahui apakah variabel terikat dengan variabel bebas memiliki hubungan linear atau tidak secara signifikan. Uji linearitas dapat dilakukan melalui *test of linearity*. Kriteria yang berlaku adalah jika nilai signifikansi pada *linearity* $> 0,05$, maka dapat diartikan bahwa variabel bebas dan variabel terikat terdapat hubungan yang linear.

3.9.3 Analisis Regresi Linear Sederhana

Menurut Sugiyono (2014: 270) Regresi Linear Sederhana di dasarkan pada hubungan kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Persamaan umum regresi linear sederhana adalah:

$$Y = a + bX \dots\dots\dots (3.4)$$

Keterangan:

Y = Subjek dalam variabel dependen yang diprediksikan.

a = Harga Y bila X = 0 (harga kontan).

b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan variable independen. Bila b (+) maka naik, dan bila b (-) maka terjadi penurunan.

X = Subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

3.9.4 Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk menjawab dugaan sementara dalam penelitian ini, uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Uji t

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen pada tingkat signifikan yaitu 5%. Adapun dasar dalam pengujian yaitu sebagai berikut:

- 1) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak
- 2) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Berdasarkan keterangan diatas, maka dapat diketahui variabel independen mana yang mempunyai pengaruh paling signifikan yang mempengaruhi variabel dependen. Adapun rumus t_{hitung} menurut Sugiono, (2017:278) sebagai berikut:

$$t = \frac{\sqrt{n-r}}{\sqrt{1-r^2}} \dots\dots\dots (3.5)$$

Keterangan:

- t = Statistik t dengan derajat bebas $n-1$
 n = Banyaknya observasi atau pengamatan
 r^2 = Koefisien korelasi ganda

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang dilakukan peneliti tentang analisis perilaku konsumen ramah lingkungan pada pengguna energi listrik studi pengguna energi listrik rumahan di Kecamatan Kedaton kota Bandar Lampung, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil perhitungan dari uji heteroskedastisitas Glejser dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen ramah lingkungan terhadap pengguna energi listrik (loyalitas konsumen) tidak terjadi heteroskedastisitas maka perilaku konsumen sudah dapat dikatakan hemat listrik, karena dalam penggunaan energi listrik rumahan konsumen setiap rumah dikecamatan kedaton sudah menggunakan alat elektronik yang tidak mengeluarkan banyak daya seperti LED.
2. Berdasarkan hasil perhitungan dari uji Linearitas dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara Perilaku Konsumen ramah lingkungan dengan Pengguna energi listrik (loyalitas konsumen) maka dapat dikatakan konsumen pengguna energi listrik sudah hemat akan penggunaan listrik atau ramah lingkungan dalam penggunaan energi listrik bahwa 90% konsumen di kecamatan kedaton menggunakan daya listrik 900 watt karena daya listrik 900 watt lebih standar sesuai dengan listrik yang digunakan, dan 72% konsumen sudah menggunakan alat elektronik hemat listrik dan mengurangi daya pakai dalam penggunaan alat elektronik seperti mengurangi pemakaian alat elektronik lampu yang dimana lampu yang digunakan dalam waktu lama menjadi penyebab banyaknya daya yang dikeluarkan dan naiknya tagihan listrik.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka peneliti menyampaikan saran sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menambah referensi serta wawasan yang berkaitan dengan perilaku konsumen ramah lingkungan. Selain itu peneliti selanjutnya diharapkan menambah fokus penelitian agar kedepannya lebih beragam dengan menambahkan variabel seperti *green marketing*.
2. Bagi perusahaan, sebaiknya lebih memperhatikan lagi konsumen-konsumen pengguna energi listrik rumahan dengan memberikan program cara konsumen berperilaku hemat listrik dan solusi kepada konsumen pengguna listrik tentang bagaimana cara menghemat listrik yang baik agar tidak terjadinya pemborosan dalam penggunaan energi listrik yang berlebihan yang mengakibatkan pemanasan global secara terus menerus.

DAFTAR PUSTAKA

- Amos., Afandi, A., Neolaka, & Saleh, R. (2011). Pemeliharaan Taman Lingkungan Di Jakarta Pusat. *Issn: 1907-4360*, 53–66.
<http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/menara/article/download/7947/5630>
- Ajzen, & Fishbein. (2010). *The influence of attitudes on behavior*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Arikunto, S. (2002). *Prosedur Penelitian-Suatu Pendekatan Praktik*. PT. Rineka Cipta.
- Assauri, S., 2015. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada.
- Augusty Ferdinand. (2006). *Metode penelitian manajemen: Pedoman untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Universitas Diponegoro.
- Bhattacharjee and Reichard, Georg. 2011. Socio-economic Factors. Affecting Individual Household Energy Consumption: a Systematic Review.
- Briliant, dkk (2009). Pembangkit Listrik Tenaga Surya Untuk Mengatasi Krisi. Energi Ketika Musim Kemarau. *JPPM*. 3(2). 223-228. ISSN: 2549-8347.
- BPS. (2018). *Konsumsi Listrik Perkapita*. <https://bps.go.id>.
- Cason, T. N., & Gangadharan, L. (2012). Environmental Labeling and Incomplete Consumer Information in Laboratory Markets 1. *Journal of Environmental Economics and Management*, 43, 113–134.
- Daniel, Rohi., & E.Luik, J. (2011). Kesadaran Masyarakat Surabaya untuk Memiliki Gaya Hidup Ramah Lingkungan “ Green Living ” Melalui Menghemat Penggunaan Energi Listrik. *LPPM Universitas Kristen Petra*, 1–17.
- Fandy, & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. ANDI.

- Faridha, M., & Saputra, M. D. Y. (2016). Jurnal Teknologi Elektro , Universitas Mercu Buana ISSN : 2086-9479 Analisa Pemakaian Daya Lampu Led Pada Rumah Tipe 36 Jurnal Teknologi Elektro , Universitas Mercu Buana ISSN : 2086-9479. *Teknologi Elektro, Universitas Mercu Buana*, 7(3), 193–198. <https://media.neliti.com/media/publications/142411-ID-none.pdf>
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit.
- Istiawan, S. 2006. Ruang Artistik dengan Pencahayaan. Kepustakaan Populer. Gramedia: Jakarta.
- James, F. Engel, D. (n.d.). *Perilaku Konsumen Jilid 1* (Edisi 6). Alih Bahasa FX Budiyo, Binaputra Aksara.
- Jati, W., & Waluyo, M. (2012). Green Consumer: Deskripsi Tingkat Kesadaran dan Kepedulian Masyarakat Joglosemar terhadap Kelestarian Lingkungan. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 3(1), 29–39.
- Kollmuss A, A. J. (2012). *Mind the Gap: Why do people act environmentally and what are the barriers to pro-environmental behavior*. Education Research.
- Kompasiana. (2011). *Global Warming*. <https://kompasiana.com/>
- Kotler, Amstrong. (2013). *Manajemen Pemasaran Edisi Bahasa Indonesia* (Edisi 9). PT. Prehallindo.
- Kotler. (2014). *Manajemen Pemasaran*). PT. Prehallindo.
- Kotler, Amstrong (2016). *Principles of Marketing: Dasar-dasar Pemasaran* (Jilid 1). PT. Prehallindo.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane, Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Indeks.
- Kranjhanzi J. (2010). *Environmental and Proenvironmental Behavior*.
- Kristianto. (2015). No Title 151, 10–17. <https://doi.org/10.1145/3132847.3132886>
- Martins, H., Ferreira, T., & Miranda, G. (2016). *Green buying behavior and the theory of consumption values : A fuzzy-set approach*. *Journal of Business Research*, 69(4), 1484– 1491. <http://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.10.129>
- Mungkasa, Oswar. (2020). Bekerja dari Rumah (Working From Home/WFH):

Menuju Tatanan Baru Era Pandemi COVID 19. *Jurnal Perencanaan Pembangunan: The Indonesian Journal of Development Planning*, 4(2), 126-150.
<https://doi.org/10.36574/jpp.v4i2.119>

Notoatmodjo (2012) *Metodologi Penelitian*, Jakarta : Rineka Cipta.

Okfrisda., & Sukartini, N. M. (2020). Karakteristik Individu dan Perilaku Peduli Lingkungan : Penggunaan Listrik. *IJEEM - Indonesian Journal of Environmental Education and Management*, 5(1), 34–48.
<https://doi.org/10.21009/ijeem.051.03>

Oliver, R. L. (1996). *Satisfaction, A Behavioral Perfective on the Customer*. Mc Graw Hill.

Oswar Mungkasa. 127. *The Indonesian Journal of Development Planning*. Vol. IV No. 2 – Juni 2020. Bekerja dari Rumah.

Ni Made Sukartini, karakteristik individu dan perilaku peduli lingkungan: pengguna listrik. *IJEEM-Indonesian Journal of Environmental Education and Management* 5 (1), 34-48.

Nurlela, H. (2020). Penerapan Kebijakan Penggunaan Energi Listrik Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Provinsi Jawa Timur Hatane. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(1), 39–46.
<https://doi.org/10.9744/pemasaran.8.1.39-46>.

Park, J. & Ha, S, 2012, *Understanding Pro-environmental Behavior a Comparison of Sustainable Consumers and Apathetic Consumers*, *Retail and Distribution Management*, vol. 40, no. 5, hlm. 388-403.

PLN. (2019). *Data Laporan Tahunan Statistik Terjual Daya PLN se-Provinsi*.
<https://pln.co.id/>

Priansa. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
 Kotler, Philip dan Gary Armstrong.

Priyanto (2011). *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 22*. Edisi Kesatu. Yogyakarta. ANDI

Rahanra, N., Sadjad, R. S., & Zainuddin, Z. (n.d.). *Sistem Kendali Pemakaian Listrik Pada Rumah Biasa Ekektrical Control Systems For Use In House Regular Bagian Teknik Informatika , Universitas Satya Wiyata Mandala Nabire , 2*

Bagian Teknik Alamat Korespondensi : Nicodemus Rahanra Program Studi Teknik Infor.

- Rangkuti, Freddy. (2002). *Pemasaran Produk dan Jasa*. Gramedia Pustaka. Jakarta.
- Rita. (2018). *Green Consumer Behavior*. <https://bbs.binus.ac.id/>.
- Semuel, H. (2014). Penerapan Kebijakan Penggunaan Energi Listrik Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Provinsi Jawa Timur Hatane. *Jurnal manajemen* (1), 39–46. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.8.1.39-46>.
- Shrum, L. J., McCarty, J. A., & Lowrey, T. M. (2013). Buyer Characteristics of the Green Consumer and Their Implications for Advertising Strategy. *Journal of Advrtising*, 37–41. DOI: <https://doi.org/10.1080/00913367.1995.10673477>.
- Singarimbun, M. dan E. S. (2009). *Metode Penelitian Survey*. LP3ES.
- Siringi, R. (2012). Determinants of Green Consumer Behavior of Post graduate Teachers. *IOSR Journal of Business and Management*, 6 (3), 19–25. <https://doi.org/10.9790/487x-0631925>
- Solomon, M. R. (2017). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. Pearson Education.
- Sony, M., & Mekoth, N. (2018). A qualitative study on electricity energy-saving behaviour. *Management of Environmental Quality: An International Journal*, 29(5), 961–977. <https://doi.org/10.1108/MEQ-02-2018-0031>
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D*. Bandung:CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatid Kualitatif dan R&D* (Edisi 4). CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2014). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia.

- Tewathia, N. (2014). Determinants of the household electricity consumption: A case study of Delhi. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 4(3), 337–348.
- Tom Tietenberg, & Lewis, L. (2011). Environmental and Natural Resource Economics. Economic Development (Eleventh E). United States: Eleventh Edition.
- Utami, K. S. (2020). Green Consumers Behavior: Perilaku Konsumen dalam Pembelian Produk Ramah Lingkungan. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 9(2), 209.
<https://doi.org/10.30588/jmp.v9i2.499>
- Waskito, J., & Harsono, M. (2012). Green Consumer: Deskripsi Tingkat Kesadaran Dan Kepedulian Masyarakat Joglosemar Terhadap Kelestarian Lingkungan. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 3(1), 29–39.
<https://doi.org/10.15294/jdm.v3i1.2457>
- Zikmund, William G, dkk. (2003). *Consumer Relationship Management: Integrating Marketing Strategi and Information Technology*. New Jersey.