

**Pengaruh *Green Product* dan *Green Lifestyle* terhadap
Willingness to Pay More pada Pengguna Lampu LED Philips
di Kota Bandung**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Komunikasi Bisnis
Universitas Islam Nusantara

Disusun oleh :

**Siti Rif'ah Hasanati
41033402221063**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN KOMUNIKASI BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM NUSANTARA
BANDUNG
2026**

LEMBAR PENGESAHAN

**Pengaruh *Green Product* dan *Green Lifestyle* terhadap
Willingness to Pay More pada Pengguna Lampu LED Philips
di Kota Bandung**

SKRIPSI

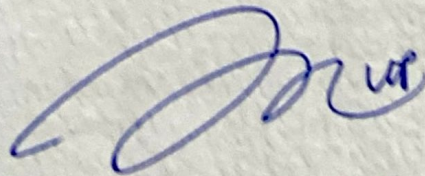
Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Komunikasi Bisnis
Universitas Islam Nusantara Bandung

Disusun oleh :

**Siti Rif'ah Hasanati
NIPM. 41033402221063**

Menyetujui,

Pembimbing I,



Dr. Yupi Yuliawati, S.Pd., M.M.
NIDN. 0414048402

Pembimbing II,



Dr. Graha Prakarsa, S.T., M.T.
NIDN. 0419108403

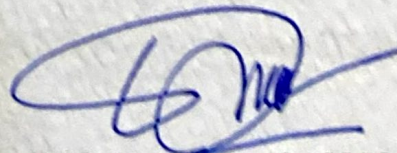
Mengetahui,

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Komunikasi
Bisnis,**



Dr. Yovok Prasetyo, ST., M.Sy.
NIDN. 0410077607

Ketua Program Studi,



Dr. Sri Suharti, S.E., Ak., M.M.
NIDN. 0430016601

LEMBAR YUDISIUM



FAKULTAS EKONOMI DAN KOMUNIKASI BISNIS UNIVERSITAS ISLAM NUSANTARA

TANDA PELAKSANAAN SIDANG UJIAN SKRIPSI

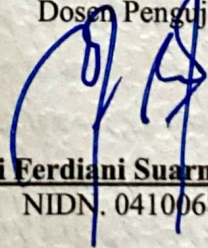
Nama : **Siti Rif'ah Hasanati**
NIM : 41033402221063
Hari / Tanggal Lulus : Kamis / 6 Agustus 2026
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : *Pengaruh Green Product dan Green Lifestyle terhadap Willingness to Pay More pada Pengguna Lampu LED Philips di Kota Bandung*
Jumlah Halaman : 158
Yudisium : A

Tim Penguji,

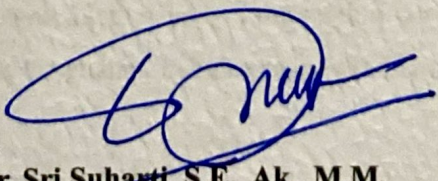
Dosen Penguji I,


Dr. Yupi Yulianti, S.Pd., M.M.
NIDN. 0414048402

Dosen Penguji II,


Dr. Indri Ferdiani Suarna, S.Pd., M.M.
NIDN. 0410068104

Dosen Penguji III,


Dr. Sri Suharti, S.E., Ak., M.M.
NIDN. 0430016601

MOTTO HIDUP DAN PERSEMBAHAN

"Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan."

(QS. Al-Insyirah: 6)

"Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya."

(QS. Al-Baqarah: 286)

"Barang siapa menempuh jalan untuk mencari ilmu, maka Allah akan memudahkan baginya jalan menuju surga."

(HR. Muslim No. 2699)

"Kesuksesan bukan tentang seberapa cepat mencapai tujuan, tetapi tentang seberapa kuat bertahan, terus berusaha, dan tidak pernah berhenti belajar hingga tujuan itu tercapai."

PERSEMBAHAN

Sebagai ungkapan rasa syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat, nikmat, dan karunia-Nya, skripsi ini penulis persembahkan kepada kedua orang tua tercinta, Bapak dan Mamah serta kakak dan adik tercinta yang senantiasa memberikan kasih sayang, doa, semangat, dan dukungan tanpa henti. Terima kasih atas setiap pengorbanan, kepercayaan, dan motivasi yang telah diberikan sehingga penulis mampu bertahan dan terus berjuang menyelesaikan pendidikan ini. Menjalani perkuliahan sambil bekerja bukanlah perjalanan yang mudah, namun berkat doa, cinta, dan semangat dari keluarga, penulis mampu melewati setiap tantangan tanpa mengenal lelah hingga akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga karya sederhana ini menjadi salah satu bentuk kebanggaan dan ungkapan terima kasih atas segala perjuangan serta kasih sayang yang telah diberikan. Semoga Allah Swt senantiasa melimpahkan kesehatan, kebahagiaan, dan keberkahan kepada keluarga tercinta.

PERNYATAAN INTEGRITAS

Berkaitan dengan skripsi saya yang berjudul “**Pengaruh *Green Product* dan *Green Lifestyle* terhadap *Willingness to Pay More* pada Pengguna Lampu LED Philips di Kota Bandung**” Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Islam Nusantara maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa ada bantuan pihak lain, terkecuali arahan tim pembimbing.
3. Dalam penelitian skripsi ini tidak terdapat karya yang telah ditulis dan dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas mencantumkan sebagian acuan dalam naskah (sitasi) dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak beresan dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Bandung, 21 September 2026

Yang Membuat Pernyataan

Siti Rif'ah Hasanati

ABSTRACT

Increasing public awareness of environmental issues has encouraged consumers to pay greater attention to sustainability aspects when choosing products, particularly Philips LED lamps as energy-efficient and environmentally friendly products. This phenomenon indicates that consumers' willingness to pay more is influenced by several factors, including green product and green lifestyle. This study aims to determine the effect of green product and green lifestyle on willingness to pay more among Philips LED lamp users in Bandung City. This study employed descriptive and verificative methods using primary data collected from 385 respondents through questionnaires. The data were analyzed using SPSS version 26. The results of the t-test showed that green product had a positive and significant effect on willingness to pay more, with a t-value of 6.959 and a significance value of <0.001 , while green lifestyle also had a positive and significant effect, with a t-value of 6.680 and a significance value of <0.001 . The F-test results showed that green product and green lifestyle simultaneously had a positive and significant effect on willingness to pay more, with an F-value of 282.519 and a significance value of <0.001 . The coefficient of determination showed an Adjusted R Square value of 0.595, indicating that green product and green lifestyle jointly explained 59.5% of the variation in willingness to pay more, while the remaining 40.5% was explained by other factors outside the model.

Keywords: *Green Lifestyle, Green Product, Willingness to Pay More.*

ABSTRAK

Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap isu lingkungan mendorong konsumen untuk lebih memperhatikan aspek keberlanjutan dalam memilih produk, khususnya lampu LED Philips sebagai produk yang hemat energi dan ramah lingkungan. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa kesediaan konsumen untuk membayar lebih dipengaruhi oleh beberapa faktor, di antaranya *green product* dan *green lifestyle*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *green product* dan *green lifestyle* terhadap *willingness to pay more* pada pengguna lampu LED Philips di Kota Bandung. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan data primer yang diperoleh dari 385 responden melalui kuesioner. Data dianalisis menggunakan SPSS versi 26. Hasil uji t menunjukkan bahwa *green product* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *willingness to pay more*, dengan nilai t hitung sebesar 6,959 dan nilai signifikansi $<0,001$, sedangkan *green lifestyle* juga berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai t hitung sebesar 6,680 dan nilai signifikansi $<0,001$. Hasil uji F menunjukkan bahwa *green product* dan *green lifestyle* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *willingness to pay more*, dengan nilai F hitung sebesar 282,519 dan nilai signifikansi $<0,001$. Hasil koefisien determinasi menunjukkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,595, yang berarti *green product* dan *green lifestyle* secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi *willingness to pay more* sebesar 59,5%, sedangkan sisanya sebesar 40,5% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian.

Kata Kunci: *Green Lifestyle, Green Product, Willingness to Pay More.*

KATA PENGANTAR

Puji serta syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt yang telah melimpahkan segala taufik, rahmat dan hidayah-Nya, sehingga pada kesempatan kali ini penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Green Product* dan *Green Lifestyle* terhadap *Willingness to Pay More* pada Pengguna Lampu LED Philips di Kota Bandung”**. Adapun penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi tugas akhir jenjang SI Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Komunikasi Bisnis Universitas Islam Nusantara Bandung.

Skripsi ini disusun berdasarkan apa yang penulis dapatkan selama mengemban ilmu dari Fakultas Ekonomi dan Komunikasi Bisnis Universitas Islam Nusantara Bandung. Dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini penulis tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu dengan segala kerendahan hati penulis ucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Endang Komara, M.Si. selaku Rektor Universitas Islam Nusantara Bandung.
2. Bapak Dr. Yoyok Prasetyo, S.T., M.Sy. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Komunikasi Bisnis Universitas Islam Nusantara Bandung.
3. Bapak Dr. Ahmad Ryad Hakim, S.E., Ak., M.M.Pd. selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Komunikasi Bisnis Universitas Islam Nusantara Bandung.
4. Ibu Dr. Sri Suhartini, S.E., Ak., M.M., C.A. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Komunikasi Bisnis Universitas Islam Nusantara Bandung.
5. Ibu Dr. Yupi Yuliawati, S.Pd., M.M. selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu dengan sangat sabar dan pengertian untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi selama proses penulisan proposal penelitian ini. Semoga jerih payah Ibu terbayarkan dan selalu dilimpahkan kesehatan.

6. Bapak Dr. Graha Prakarsa, S.T., M.T. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan saran dan masukan yang sangat berharga demi kesempurnaan penyusunan proposal penelitian ini.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Komunikasi Bisnis Universitas Islam Nusantara Bandung yang telah memberikan ilmu dan wawasan yang bermanfaat kepada penulis selama masa perkuliahan maupun luar perkuliahan.
8. Seluruh staf tata usaha Fakultas Ekonomi dan Komunikasi Bisnis Universitas Islam Nusantara Bandung yang telah membantu administrasi kepada penulis.
9. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh keluarga besar, terutama kepada Bapak dan Mamah sebagai orang tua saya yang senantiasa memberikan kasih sayang, doa, semangat, serta dukungan yang tiada henti dalam setiap langkah kehidupan.
10. Penulis juga mengucapkan terima kasih yang tulus kepada teman-teman kerja saya di toko Indomaret yang senantiasa memberikan dukungan, semangat, dan doa kepada penulis.
11. Penulis mengucapkan terima kasih yang sangat spesial kepada sahabat “*Princess Cegil*”, Indriani, Aisah, Widia, Mila, Dame, lima orang perempuan hebat yang telah menemani perjalanan perkuliahan penulis dari awal hingga akhir. Terima kasih atas kebersamaan, tawa di tengah lelahnya tugas, dukungan saat hari-hari terasa berat, dan kenangan yang akan selalu penulis simpan. Kalian bukan hanya teman kuliah, tetapi juga keluarga yang dipertemukan dalam perjalanan ini.
12. Tidak lupa, untuk diri saya sendiri, terima kasih telah berjuang dan mampu bertahan dengan penuh kesabaran, tetap semangat dalam menjalani perkuliahan sambil bekerja, serta mampu melewati berbagai tantangan hingga skripsi ini dapat diselesaikan, Semoga pencapaian ini menjadi awal dari perjalanan yang lebih baik dan penuh keberkahan. *Proud of me !*

13. Terakhir, penulis berterima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dan memberikan kontribusi dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan, maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran untuk perbaikan penulisan di masa yang akan datang. Akhir kata, semoga dengan tersusunnya skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Bandung, 21 September 2026

Siti Rif'ah Hasanati

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR YUDISIUM.....	ii
MOTTO HIDUP DAN PERSEMBAHAN	iii
PERNYATAAN INTEGRITAS.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	20
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	21
1.3.1 Maksud Penelitian	21
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	21
1.4 Kegunaan Penelitian	22
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	22
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	22
1.5 Jadwal Penelitian	24
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	25
2.1 Kajian Pustaka	25
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	25
2.2 <i>Green Product</i>	26
2.2.1 Dimensi dan Indikator <i>Green Product</i>	27
2.3 <i>Green Lifestyle</i>	30
2.3.1 Dimensi dan Indikator <i>Green Lifestyle</i>	32
2.4 <i>Willingness to Pay More</i>	34

2.4.1 Dimensi dan Indikator <i>Willingness to Pay More</i>	35
2.5 Pengaruh Antar Variabel Penelitian	38
2.5.1 Pengaruh <i>Green Product</i> terhadap <i>Willingness to Pay More</i>	38
2.5.2 Pengaruh <i>Green Lifestyle</i> terhadap <i>Willingness to Pay More</i> ...	39
2.6 Penelitian Terdahulu	41
2.7 Kerangka Pemikiran	45
2.8 Hipotesis	47
BAB III METODE PENELITIAN	49
3.1 Jenis Penelitian	49
3.2 Operasionalisasi Variabel.....	49
3.2.1 Variabel Independen.....	51
3.2.2 Variabel Dependen	52
3.3 Jenis dan Sumber data	52
3.3.1 Jenis Data	52
3.3.2 Sumber Data	53
3.4 Populasi dan Sampel.....	54
3.4.1 Penentuan Populasi	54
3.4.2 Penentuan Ukuran Sampel	54
3.4.2.1 Kriteria Responden	56
3.5 Pengumpulan Data.....	58
3.6 Uji Instrumen Penelitian	59
3.6.1 Uji Validitas.....	60
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	61
3.7 Uji Asumsi Klasik.....	62
3.7.1 Uji Normalitas	63
3.7.2 Uji Multikolinaritas	63
3.7.3 Uji Autokorelasi	64
3.7.4 Uji Heteroskedastisitas	64
3.7.5 Uji Linieritas	65
3.8 Rancangan Analisis.....	65
3.8.1 Analisis Deskriptif.....	66

3.8.2 Analisis Verifikatif.....	69
3.9 Rancangan Uji hipotesis	70
3.9.1 Analisis Regresi Linier	71
3.9.2 Uji Signifikansi Parsial (Uji T)	73
3.9.3 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	74
3.9.4 Uji Koefisien Determinasi.....	74
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	76
4.1 Profil Perusahaan	76
4.1.1 Profil PT Philips	76
4.1.2 Visi dan Misi	77
4.2 Profil Responden	78
4.2.1 Karakteristik Responden berdasarkan jenis kelamin	78
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	79
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	80
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	81
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan....	83
4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Pengguna Lampu LED Philips	84
4.3 Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	86
4.3.1 Hasil Uji Validitas	86
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas	88
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	90
4.4.1 Hasil Uji Normalitas.....	90
4.4.2 Hasil Uji Multikolinearitas	93
4.4.3 Hasil Uji Autokorelasi.....	94
4.4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	96
4.4.5 Hasil Uji Linieritas	98
4.5 Hasil Analisis Data	101
4.5.1 Hasil Analisis Deskriptif	101
4.5.1.1 Green Product (X1).....	101
4.5.1.2 Green Lifestyle (X2).....	104

4.5.1.3 <i>Willingness to Pay More</i>	106
4.5.2 Hasil Analisis Verifikatif	109
4.5.2.1 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	109
4.5.2.2 Hasil Uji Parsial (Uji T).....	111
4.5.2.3 Hasil Uji Simultan (Uji F)	114
4.5.2.4 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	116
4.6 Hasil Pembahasan Penelitian.....	118
4.6.1 Pengaruh <i>Green Product</i> Terhadap <i>Willingness to Pay More</i> ..	118
4.6.2 Pengaruh <i>Green Lifestyle</i> terhadap <i>Willingness to Pay More</i> .	120
4.6.3 Pengaruh <i>Green Product</i> dan <i>Green Lifestyle</i> Terhadap <i>Willingness to Pay More</i>	122
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	124
5.1 Kesimpulan	124
5.2 Saran	125
DAFTAR PUSTAKA	128
LAMPIRAN-LAMPIRAN	132

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Indeks Kategori Lampu Hemat Energi di Indonesia Tahun 2021-2025	5
Tabel 1.2 Ulasan Konsumen	8
Tabel 1.3 Daftar Harga Lampu LED Philips terbaru 2025	10
Tabel 1.4 Ulasan Konsumen	13
Tabel 1.5 Ulasan Konsumen	17
Tabel 1.6 Jadwal Penelitian.....	24
Tabel 2.1 Dimensi dan Indikator <i>Green Product</i>	27
Tabel 2.2 Dimensi dan Indikator <i>Green Lifestyle</i>	32
Tabel 2.3 Dimensi dan Indikator <i>Willingness to Pay More</i>	35
Tabel 2.4 Penelitian Terdahulu.....	41
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	50
Tabel 3.2 Kriteria Skor Variabel.....	59
Tabel 3.3 Pemberian Nilai (<i>Scoring</i>).....	67
Tabel 3.4 Kategorisasi Jumlah Skor Responden	68
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	78
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	79
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	80
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	82
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	83
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan LED Philips	84
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas	87
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas	89
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas	91
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinieritas	94
Tabel 4.11 Hasil Uji Autokorelasi	95
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser	96

Tabel 4.13 Hasil Uji Linearitas <i>Green product</i> terhadap <i>Willingness to Pay More</i>	99
Tabel 4.14 Hasil Uji Linearitas <i>Green Lifestyle</i> terhadap <i>Willingness to Pay More</i>	100
Tabel 4.15 Distribusi Responden terhadap <i>Green Product</i> (X1)	102
Tabel 4.16 Distribusi Responden terhadap <i>Green Lifestyle</i> (X2).....	104
Tabel 4.17 Distribusi Responden terhadap <i>Willingness to Pay More</i> (Y)	107
Tabel 4.18 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	109
Tabel 4.19 Hasil Uji Parsial (Uji T)	112
Tabel 4.20 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	115
Tabel 4.21 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	116

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perkembangan Pasar Lampu LED Global	4
Gambar 2.1 Paradigma Berfikir	47
Gambar 4.1 Logo Philips	76
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas P-Plot.....	92
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas Hilogram	92
Gambar 4.4 Hasil Uji Hiteroskedastisitas	97
Gambar 4.5 Garis Kontinum <i>Green Product</i>	103
Gambar 4.6 Garis Kontinum <i>Green Lifestyle</i>	105
Gambar 4.7 Garis Kontinum <i>Willingness to Pay More</i>	107

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Keputusan Bimbingan	132
Lampiran 2. Kartu Bimbingan	133
Lampiran 3. Kuesioner Penelitian	134
Lampiran 4. Tabulasi Data (X1, X2, Y)	138
Lampiran 5. Nilai R Table	150
Lampiran 6. Tabel Durwin Watson	150
Lampiran 7. Tabel Distribusi T Uji Parsial	150
Lampiran 8. Tabek Distribusi F Uji Simultan	151
Lampiran 9. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	151
Lampiran 10. Uji Normalitas	154
Lampiran 11. Uji Multikolineritas	155
Lampiran 12. Uji Heteroskedasitas	155
Lampiran 13. Uji Autokorelasi	156
Lampiran 14. Uji Linieritas X1	156
Lampiran 15. Uji Linieritas X2	157
Lampiran 16. Uji Analisis Linier Berganda dan Uji T	157
Lampiran 17. Uji Analisis Linier Berganda dan Uji F	157
Lampiran 18. Koefisien Determinasi	157