

FORUM MANAJEMEN INDONESIA KE-11

Forum Manajemen Indonesia (FMI) Ke-11

Making Indonesia 4.0 Green Business Management and Social Enterprise

Samarinda & Tenggarong, 6 - 7 November 2019

Host & Co Host :



MAIN HOST



FEBUNMUL

FMI | **FORUM MANAJEMEN INDONESIA
KORWIL KALTIMTARA**

CO-HOST



UNIVERSITAS TERBUKA



CO-HOST



PROSIDING ABSTRAK

**SEMINAR NASIONAL, KONFERENSI, DAN
PENGABDIAN MASYARAKAT
FORUM MANAJEMEN INDONESIA KE-11**

TEMA

**MAKING INDONESIA 4.0
GREEN BUSINESS MANAGEMENT AND SOCIAL
ENTERPRISE**

**6 - 7 NOVEMBER 2019
SAMARINDA**

**FORUM MANAJEMEN INDONESIA
KORWIL KALTIMTARA**

PENANGGUNG JAWAB

MAKING INDONESIA 4.0 GREEN BUSINESS MANAGEMENT AND SOCIAL ENTERPRISE

Panitia Pelaksana

Ketua : Dr. Hj. Rahmawati, SE, MM
Wakil Ketua : Drs. Michael Hadjaat, MM
Sekretaris : Dr. Zainal Abidin, SE, MM
Bendahara : Muhammad Astri Yulidar Abbas, SE, MM

Editor

Dr. Irsan Tricahyadinata, SE, M.Si (Universitas Mulawarman)
Dr. Musdalifah Azis, SE, MM (Universitas Mulawarman)
Dio Caisar Darma, SE, M.Si (STIE Samarinda)
Dian Irma Aprianti, S.IP, MM (Universitas Widyagama Mahakam Samarinda)
Ahmad Roy, S.Kom (Universitas Mulawarman)

Penerbit

Badan Penerbit Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mulawarman
Alamat : Jl. Tanah Grogot No. 1, Kampus Unmul Gunung Kelua, Sempaja Kota Samarinda Kode Pos 75117.

KOMITE REVIEWER

No.	Nama	Instansi	Bidang Keahlian
1.	Prof. Dr. Hj. Syarifah Hidayah, M.Si	Universitas Mulawarman	Manajemen Pemasaran
2.	Dr. Ramadania, M.Si	Universitas Tajungpura	Manajemen Pemasaran
3.	Dr. Yulia Hendri Yeni, SE, MT, AK	Universitas Andalas	Manajemen Pemasaran
4.	Prof. Dr. Suharno, MM	Universitas Mulawarman	Manajemen Pemasaran
5.	Prof. Dr. Noormijati, SE, MTM	Universitas Brawijaya	Manajemen SDM
6.	Amalia Kusuma Wardini, SE, M.Com, Ph.D	Universitas Terbuka	Manajemen SDM
7.	Dr. Sri Langgeng, M.Si	Universitas Riau Kepulauan	Manajemen SDM
8.	Prof. Dr. H. Abd. Rachim AF, SE, M.Si	Universitas Widyagama	Manajemen Keuangan
9.	Dr. I Made Surya Negara Sudirman, SE, Ak, MM	Universitas Udayana Bali	Manajemen Keuangan
10.	Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si	Universitas Pendidikan Ganesha	Manajemen Keuangan
11.	Dr. Sugeng Hariyadi, SE, MBA	Politeknik Negeri Samarinda	Manajemen Strategi
12.	Dr. Kukuh Lukiyanto, ST, MM, MT	Binus University, Malang	Manajemen Strategi
13.	Dr. Marso, SE, M.Si	STIE Bulungan Tarakan	Manajemen Strategi
14.	Dr. Isfenti Sadalia, ME	Universitas Sumatera Utara	Manajemen Strategi
15.	Prof. Dr. H. Amirullah Assegaf, SE, MS, MM, M.Ak	Universitas Dr. Soetomo Surabaya	Manajemen Operasional
16.	Dr. Akhmad Yunani, SE, M.T	Institute Manajemen Koperasi Indonesia	Manajemen Operasional
17.	Dr. Zainal Abidin, SE, MM	Universitas Mulawarman	Manajemen Operasional
18.	Dr. Muji Gunarto, S.Si, M.Si	Universitas Bina Darma	Teknologi Informasi
19.	Dr. Yasintha Soelasih, SE, M.Si	Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya	Teknologi Informasi
20.	Dr. Hendi Sama, S.Kom, MM. e-Bussines	Universitas Intenasional Batam	Teknologi Informasi

224.	Manajemen Pemasaran	[ABS-312] Menciptakan loyalitas penonton berbasis pada kepercayaan dan kualitas layanan dengan kepuasan sebagai mediasi. (studi pada penonton cinema <i>e-plaza</i> semarang)	72
		<i>Alimuddin Rizal, Endang Tjahjaningsih, Euis Soliha, R.A.Marlien, Addienda Kamilia Insani</i>	
225.	Manajemen Pemasaran	[ABS-318] Model keputusan pembelian <i>green product</i> pada konsumen di indonesia (telaah pada produk ramah lingkungan pengganti plastik)	73
		<i>Santi Rimadiaz</i>	
226.	Manajemen Pemasaran	[ABS-320] Pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada toko bolu toba medan	74
		<i>Robinhot Gultom, Tiur Rajagukguk</i>	
227.	Manajemen Pemasaran	[ABS-331] Pengembangan <i>city branding</i> dengan faktor citra destinasi, citra kota, media sosial dalam meningkatkan minat kunjung ulang wisatawan banyumas	75
		<i>Lusi Suwandari, Bambang Sunarko, Jaryono, Sri Martini, Retno Widuri</i>	
228.	Manajemen Pemasaran	[ABS-332] Teori perilaku terencana dan perilaku belanja daring generasi z	76
		<i>Diaz Haryokusum, Tri Heroe</i>	
229.	Manajemen Pemasaran	[ABS-333] Investigasi minat beli dan keputusan pembelian secara <i>online</i>. studi pada konsumen pengguna aplikasi <i>shopee</i>	77
		<i>Anas Hidayat, Asmai Ishak, Septiana, Putra Endhi Catyanadika, Sri Rejeki Ekasasi</i>	
230.	Manajemen Pemasaran	[ABS-334] <i>Investigasi word of mouth</i> pada rumah makan lokal studi kasus di yogyakarta	78
		<i>Asmai Ishak, Anas Hidayat, Raudhatul Hayah, Putra Endhi Catyanadika, Sri Rejeki Ekasasi</i>	
231.	Manajemen Pemasaran	[ABS-335] Peluang revolusi industri 4.0 bidang pemasaran: pemanfaatan aplikasi <i>e-commerce</i>, sosial media instagram dan digital marketing terhadap keputusan instant <i>online buying</i> konsumen generasi millenial.	79
		<i>Bambang Setia Wibowo, Diaz Haryokusumo</i>	

		(penelitian pada mahasiswa fakultas ekonomika dan bisnis)	Santosa, Bambang Suteja	
32.	[ABS-508]	Membangun daya tarik produk prinsipal untuk meningkatkan keputusan pembelian studi empiris real estate bukit mediterania samarinda	Ferry Firdhaus dan Herning Indriastuti	15.55 – 16.00
33.	[ABS-318]	Model keputusan pembelian green product pada konsumen di indonesia (telaah pada produk ramah lingkungan pengganti plastik)	Santi Rimadiaz	16.00 – 16.05
34.	[ABS-117]	Pengaruh observed religiosity terhadap intensi berperilaku pelanggan pada jasa keuangan syariah	Daru Asih	16.05 – 16.10
35.	[ABS-132]	Pengaruh trust dan information sharing terhadap relationship commitment pada supply chain management	Erick Karunia, Budi Hasyim, dan Shindi Gusti Nong	16.10 – 16.15
36.	[ABS-380]	Faktor-faktor yang mempengaruhi keterlibatan di sosial media terhadap perilaku belanja online busana muslim pada kalangan hijabers	Vita Briliana, Tita Deitiana, Nurwanti Mursito	16.15 – 16.20
37.	[ABS-394]	Pengaruh perceived ease of use, perceived usefulness, confirmation, performance value dan satisfaction terhadap continuance intention pada pengguna go-food di jakarta	Vita Briliana, Arton Prasetio, Cindy Monica	16.25 – 16.30
38.	[ABS-409]	Pengaruh perceived quality, brand awareness, brand image terhadap brand loyalty dalam industri perbankan syariah	Nuno Sutrisno, Satria Nurrahmat	16.30 – 16.35
39.	[ABS-412]	Pengaruh attributes, benefits dan attitudinal loyalty memiliki dampak terhadap behavioral	Aulia Danibrata, Klemens, Alza	16.35 – 16.40
40.	[ABS-416]	Pengaruh brand experience, brand image-congruence, brand affect dan brand	Wibisono, Klemens, Maria Adeline	16.40 – 16.45
41.	[ABS-419]	Pengaruh emotional experiences, customer satisfaction, reputation, dan e-wom	Klemens Wedanadji, Nuno Sutrisni, Dicky Anton	16.45 – 16.50
42.	[ABS-535]	Swasta analisis determinan loyalitas mahasiswa universitas di kota medan	Henri Saragih, Anton AP Sinaga, Mislan Sihite, Winarto	16.50 – 16.55
43.	[ABS-546]	Kinerja layanan jasa pendidikan “antara harapan dan kenyataan” studi kasus layanan jasa pendidikan universitas widya gama mahakam samarinda	Suyanto, Mardiono	16.55 – 17.00

[ABS-318]

**Model keputusan pembelian green product pada konsumen di indonesia
(telaah pada produk ramah lingkungan pengganti plastik)**

Santi Rimadias
STIE Indonesia Banking School

Abstract

The existence of the plastic waste is one of the environmental issues of concern to the world nowadays, so the green product or eco-friendly product is expected to be the solution to reduce the volume of plastic waste. This research aims to analyze the determinants of green product purchase decision as plastic replacement at consumers in Indonesia, such as supporting environmental protection, drive for environmental responsibility, social appeal and green product experience. Data collection methods used in this research was survey by disseminating a questionnaire to the 123 respondents who already used a green product replacement for plastic. The analysis of the data used multiple regression. The results showed that supporting environmental protection, drive for environmental responsibility and green product experience have influence the green product purchase decision. Meanwhile, social appeal has no influence to the green product purchase decision.

Keywords: Green Product, Purchase Decision, Plastic

Topic: Manajemen Pemasaran

Lampiran 8

LEMBAR HASIL PENILAIAN SEJAWAT SEBIDANG ATAU *PEER REVIEW* KARYA ILMIAH : *PROSIDING**

Judul karya ilmiah(paper) : Model Keputusan Pembelian Green Product pada konsumen di Indonesia (Telaah pada Produk ramah Lingkungan Pengganti Plastik).

Jumlah Penulis : 1 (satu) orang

Status Pengusul : penulis pertama/~~penulis kedua/penulis korespondensi~~ **

Identitas prosiding

a. Judul Prosiding : Prosiding Forum Manajemen Indonesia (FMI) Ke-11
Doi : -

b. ISBN/ISSN : 2407-0548

c. Tahun Terbit, Tempat Pelaksanaan : 2019

d. Penerbit/organiser : Forum Manajemen Indonesia

Kategori Publikasi Makalah : ☐ Prosiding Forum Ilmiah Internasional
(beri ✓ pada kategori yang tepat) ☒ Prosiding Forum Ilmiah Nasional.

Hasil Penilaian *Peer Review* :

Komponen Yang Dinilai	Nilai Maksimal Prosiding		Nilai Akhir Yang Diperoleh
	Internasional ☐	Nasional ☒	
e. Kelengkapan unsur isi paper (10%)		1	1
f. Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan (30%)		3	2.90
g. Kecukupan dan kemutakhiran data/informasi dan metodologi (30%)		3	2.90
h. Kelengkapan unsur dan kualitas terbitan/prosiding (30%)		3	2.90
Total = (100%)		10	9.7
Nilai Pengusul =			

Catatan Penilaian paper oleh Reviewer:

Isi sudah meliputi semua variabel dan objek penelitian sesuai dengan judul, ruang lingkup dan kedalaman pembahasan sudah cukup sesuai dengan tujuan penulisan, data yang disajikan sudah terkini atau up to date, metodologi yang digunakan sudah lengkap dan memenuhi kelengkapan unsure dan kualitas terbitan/prosiding minimal bertaraf nasional.

Tanggal, bulan , tahun 18 Januari 2021

Reviewer 1/2 **

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Machmed Tun Ganyang', enclosed within a blue oval border.

Dr. Machmed Tun Ganyang, SE, MM

Tanda tangan dan nama

NIDN 0326086401

unit kerja : STIE Pengembangan Bisnis dan Manajemen (STIE PBM)

*dinilai oleh dua Reviewer secara terpisah

** coret yang tidak perlu

Lampiran 8

LEMBAR HASIL PENILAIAN SEJAWAT SEBIDANG ATAU *PEER REVIEW* KARYA ILMIAH : *PROSIDING**

Judul karya ilmiah(paper) : Model Keputusan Pembelian Green Product pada konsumen di Indonesia (Telaah pada Produk ramah Lingkungan Pengganti Plastik).

Jumlah Penulis : 1 (satu) orang

Status Pengusul : penulis pertama/~~penulis kedua/penulis korespondensi **~~

Identitas prosiding

a. Judul Prosiding : Prosiding Forum Manajemen Indonesia (FMI) Ke-11
Doi : -

b. ISBN/ISSN : 2407-0548

c. Tahun Terbit, Tempat Pelaksanaan : 2019

d. Penerbit/organiser : Forum Manajemen Indonesia

Kategori Publikasi Makalah : ☐ Prosiding Forum Ilmiah Internasional
(beri ✓ pada kategori yang tepat) ☒ Prosiding Forum Ilmiah Nasional.

Hasil Penilaian *Peer Review* :

Komponen Yang Dinilai	Nilai Maksimal Prosiding		Nilai Akhir Yang Diperoleh
	Internasional ☐	Nasional ☒	
e. Kelengkapan unsur isi paper (10%)		1	1
f. Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan (30%)		3	2,80
g. Kecukupan dan kemutahiran data/informasi dan metodologi (30%)		3	2,90
h. Kelengkapan unsur dan kualitas terbitan/prosiding (30%)		3	2,90
Total = (100%)		10	9,60
Nilai Pengusul = 100% x			

Catatan Penilaian paper oleh Reviewer:

Topik produk ramah lingkungan sebagai pengganti plastik merupakan topik yang sangat menarik untuk diangkat. Sistematisa penulisan rapih dan lengkap. Hasil penelitian dapat memperkaya konsep model keputusan pembelian dan bermanfaat untuk pemerintah dallam kaitannya dengan pencegahan sampah plastik.

Tanggal, bulan , tahun 18 Januari 2021

Reviewer ~~4~~/2 **

A handwritten signature in blue ink, consisting of a series of loops and a long horizontal stroke.

Tanda tangan dan nama

NIDN [2115106202](#)

unit kerja : STIE Indonesia Banking School

*dinilai oleh dua Reviewer secara terpisah

** coret yang tidak perlu