

PENGARUH *ECO-LABEL* DAN *ETHNOCENTRISM* TERHADAP NIAT BELI PRODUK KOPI SIAP MINUM MEREK LOKAL

MUHAMMAD AKMAL ABDURROHMAN AL ANSHORI



**DEPARTEMEN AGRIBISNIS
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**

@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh *Eco-label* dan *Ethnocentrism* terhadap Niat Beli Kopi Siap Minum Merek Lokal” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2026

Muhammad Akmal Abdurrohman Al Anshori
H3401221002



ABSTRAK

MUHAMMAD AKMAL ABDURROHMAN AL ANSHORI. Pengaruh *Eco-label* dan Ethnocentrism terhadap Niat Beli Produk Kopi Siap Minum Merek Lokal. Dibimbing oleh ETRIYA.

Meningkatnya konsumsi kopi di kalangan generasi muda membuka peluang bagi industri kopi siap minum lokal, meskipun preferensi terhadap produk lokal masih menjadi tantangan. Penelitian yang mengintegrasikan *eco-label* dan *consumer ethnocentrism* untuk menjelaskan niat beli kopi siap minum merek lokal masih terbatas. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *eco-label*, *consumer ethnocentrism*, sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku terhadap niat beli mahasiswa pada produk kopi siap minum merek lokal. Penelitian dilakukan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Manajemen IPB University menggunakan *multistage sampling* dan dianalisis dengan PLS-SEM. Hasil menunjukkan bahwa *consumer ethnocentrism*, sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku meningkatkan niat beli, sedangkan *eco-label* tidak meningkatkan niat beli. Model mampu menjelaskan 62,5% variasi niat beli mahasiswa. Temuan ini mengindikasikan bahwa niat beli mahasiswa lebih dipengaruhi oleh faktor psikologis dan etnosentrisme konsumen, sehingga produsen perlu memperkuat identitas produk lokal dalam strategi pemasarannya.

Kata kunci: *consumer ethnocentrism*, *eco-label*, kopi RTD, niat beli

ABSTRACT

MUHAMMAD AKMAL ABDURROHMAN AL ANSHORI. The Influence of *Eco-label* and Ethnocentrism on *Purchase intention* toward Local *Ready-to-drink coffee* Products. Supervised by ETRIYA.

The increasing coffee consumption among young people presents opportunities for the local ready-to-drink (RTD) coffee industry, although consumer preference for local products remains a challenge. Research integrating eco-labels and consumer ethnocentrism to explain purchase intention toward local RTD coffee brands remains limited. This study aims to examine the effects of eco-labels, consumer ethnocentrism, attitude, subjective norms, and perceived behavioral control on students' purchase intention toward local RTD coffee brands. The study was conducted among students of the Faculty of Economics and Management, IPB University, using a multistage sampling technique and analyzed through PLS-SEM. The results indicate that consumer ethnocentrism, attitude, subjective norms, and perceived behavioral control positively influence purchase intention, whereas eco-labels do not significantly influence purchase intention. The model explains 62.5% of the variance in students' purchase intention. These findings suggest that students' purchase intention is driven more by psychological factors and consumer ethnocentrism, indicating that producers should strengthen the local identity of their products in their marketing strategies.

Keywords: *consumer ethnocentrism*, *eco-label*, purchase intention, *RTD coffee*.



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2026
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

PENGARUH *ECO-LABEL* DAN *ETHNOCENTRISM* TERHADAP NIAT BELI PRODUK KOPI SIAP MINUM MEREK LOKAL

MUHAMMAD AKMAL ABDURROHMAN AL ANSHORI

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Agribisnis

**DEPARTEMEN AGRIBISNIS
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

- 1 Dr. Suprehatin, S.P., M.A.B
- 2 Rahmat Yanuar, S.P., M.Si.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



Judul Skripsi : Pengaruh *Eco-label* dan *Ethnocentrism* terhadap Niat Beli Produk
Kopi Siap Minum Merek Lokal

Nama : Muhammad Akmal Abdurrohman Al Anshori

NIM : H3401221002

Disetujui oleh

Pembimbing :
Dr. Etriya, SP., M.M



Diketahui oleh

Ketua Departemen Agribisnis:
Dr. Ir. Burhanuddin, M.M
NIP 196802151999031001





PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Februari 2026 sampai bulan Juli 2026 ini ialah Perilaku Konsumen, dengan judul “Pengaruh *Eco-label* dan *Ethnocentrism* terhadap Niat beli Produk Kopi Siap Minum Merek Lokal”. Penulis menyadari bahwa penelitian ini hanya bisa selesai atas dukungan dari orang-orang hebat di sekitar Penulis. Maka dari itu, Penulis secara tulus ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua penulis, Bapak Noercholis dan Ibu Sumiati, serta saudara-saudari Penulis, yaitu mba Dina, mba Dian, Bilqis, mas Muhyi, dan mas Ibnu yang telah memberi dukungan, doa, dan kasih sayang yang sangat berharga bagi penulis selama masa perkuliahan dan di setiap tahapan kehidupan.
2. Ibu Dr. Etriya, S.P., M.M selaku dosen pembimbing skripsi, yang telah mengarahkan, membimbing dan banyak memberi saran dan motivasi yang berharga selama penyusunan skripsi ini hingga selesai.
3. Ibu Tintin Sarianti, S.P., M.M selaku dosen evaluator pada kegiatan kolokium yang telah memberikan saran dan masukan untuk perbaikan penulisan skripsi ini.
4. Bapak Dr. Ir. Burhanuddin, MM selaku dosen moderator pada kegiatan seminar hasil yang telah memberikan saran dan masukan untuk perbaikan penulisan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Suprehatin, S.P., M.A.B. selaku dosen penguji utama pada kegiatan sidang skripsi yang telah memberikan saran dan masukan untuk perbaikan penulisan skripsi ini.
6. Seluruh dosen dan tenaga pendidik Departemen Agribisnis atas ilmu dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis selama kegiatan perkuliahan.
7. Seluruh responden mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Manajemen yang telah bersedia meluangkan waktunya dalam pengisian kuesioner maupun wawancara untuk kepentingan skripsi.
8. Berbagai pihak yang telah membersamai perjalanan penulis, yaitu Dinar, Sylvi, Trisya, Navadika, Aziz, Rasen, kolega BPH BEM FEM 2026, Divisi Acara OF 2024 serta rekan-rekan Departemen Agribisnis 59. Kebersamaan, bantuan, dan semangat yang diberikan sangat bermakna dalam perjalanan penulis hingga dapat menyelesaikan studi ini.
9. Pihak-pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, namun pernah hadir dan memberikan kebaikan serta dukungan yang turut membantu penulis dalam melalui seluruh proses studi.
10. Untuk diri penulis sendiri, terima kasih karena telah percaya, bertahan, dan terus melangkah hingga sampai pada titik ini.

Akhir kata, semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi banyak orang dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juli 2026

Muhammad Akmal Abdurrohman Al Anshori

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	x
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 <i>Eco-label</i>	9
2.2 <i>Consumer Ethnocentrism</i>	10
2.3 Niat beli	12
2.4 <i>Theory of Planned Behavior</i>	12
III KERANGKA PEMIKIRAN	14
3.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	14
3.2 Kerangka Pemikiran Operasional	16
3.3 Hipotesis Penelitian	18
IV METODE	20
4.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	20
4.2 Jenis dan Sumber Data	20
4.3 Metode Penentuan Sampel	20
4.4 Pengukuran Variabel	21
4.5 Metode Analisis dan Pengolahan Data	25
V HASIL DAN PEMBAHASAN	27
5.1 Gambaran Produk Kopi RTD Merek Lokal di Indonesia	27
5.2 Karakteristik Responden Penelitian	28
5.3 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Measurement Outer Model</i>)	31
5.4 Evaluasi Model Struktural (<i>Measurement Inner Model</i>)	36
5.5 Implikasi Manajerial	40
VI SIMPULAN DAN SARAN	42
6.1 Simpulan	42
6.2 Saran	42
DAFTAR PUSTAKA	44
LAMPIRAN	48
RIWAYAT HIDUP	53

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



DAFTAR TABEL

1	Sebaran sampel penelitian	21
2	Skor penilaian skala likert	21
3	Indikator <i>eco-label</i>	22
4	Indikator <i>consumer ethnocentrism</i>	22
5	Indikator sikap terhadap perilaku	23
6	Indikator norma subjektif	24
7	Indikator persepsi kontrol perilaku	24
8	Indikator niat beli	25
9	Sebaran jenis kelamin responden	29
10	Sebaran usia responden	29
11	Sebaran departemen responden	30
12	Sebaran status pendidikan sarjana	30
13	Sebaran pendapatan perbulan responden	31
14	Nilai awal <i>loading factor</i> dan AVE	31
15	Nilai akhir <i>loading factor</i> dan AVE	32
16	Nilai <i>fornell-larcker criterion</i>	34
17	Nilai <i>Heterotrait-Monotrait Ratio</i> (HTMT)	35
18	Nilai <i>composite reliability</i>	35
19	Nilai <i>R-square</i> model penelitian	36
20	Hasil uji <i>bootstrapping</i>	37

DAFTAR GAMBAR

1	Kebiasaan konsumsi kopi masyarakat Indonesia	2
2	Preferensi konsumsi kopi masyarakat Indonesia	2
3	Merek kopi pilihan masyarakat Indonesia	3
4	Kerangka <i>theory of planned behavior</i>	15
5	Alur penelitian	17
6	Kerangka penelitian	19
7	Contoh <i>eco-label</i> pada merek Golda	27
8	Contoh <i>ethnocentrism</i> pada merek Good Day dan Kopi Kenangan	28

DAFTAR LAMPIRAN

1	Proporsi sampel penelitian setiap angkatan departemen	49
2	Nilai <i>cross loading</i>	50
3	Model penelitian awal	51
4	Model penelitian akhir	51
5	Dokumentasi pengambilan data	52