



**UNIVERSITAS ANDALAS**

**SKRIPSI**

**PENGARUH *CONSEQUENCES AWARENESS* DAN *ATTITUDE*  
TERHADAP *PURCHASE INTENTION* MELALUI *TRUST*  
SEBAGAI MEDIASI PADA PRODUK DAUR ULANG  
DARI LIMBAH PLASTIK DI SUMATERA BARAT**

**Alfin Kurniawan**

**2210522063**

**Pembimbing**

**Prof. Dr. Ratni Prima Lita, S.E, M.M**

**PROGRAM STUDI S1 DEPARTEMEN MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**PADANG**

**2026**

**PENGARUH *CONSEQUENCES AWARENESS* DAN *ATTITUDE*  
TERHADAP *PURCHASE INTENTION* MELALUI *TRUST*  
SEBAGAI MEDIASI PADA PRODUK DAUR ULANG  
DARI LIMBAH PLASTIK DI SUMATERA BARAT**

Oleh:

Alfin Kurniawan  
2210522063

**ABSTRAK**

Permasalahan limbah plastik yang terus meningkat menjadi tantangan serius bagi keberlanjutan lingkungan dan kesehatan masyarakat, termasuk di Sumatera Barat, sehingga diperlukan perubahan perilaku konsumsi masyarakat menuju penggunaan produk yang ramah lingkungan, salah satunya produk daur ulang dari limbah plastik. Meskipun kesadaran dan sikap masyarakat terhadap isu lingkungan cenderung meningkat, dukungan tersebut belum sepenuhnya tercermin dalam niat pembelian aktual terhadap produk daur ulang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *consequences awareness* dan *attitude* terhadap *purchase intention* dengan *trust* sebagai variabel mediasi pada produk daur ulang dari limbah plastik di Sumatera Barat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori, dimana data dikumpulkan menggunakan kuesioner yang disebarkan kepada 160 responden masyarakat di Sumatera Barat yang mengetahui produk daur ulang dari limbah plastik dengan teknik *purposive sampling*. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Squares* (PLS) dengan bantuan aplikasi *SmartPLS* 4.0. Hasil penelitian menunjukkan *consequences awareness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude* namun tidak berpengaruh terhadap *purchase intention*. Selanjutnya, *attitude* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *trust* dan *purchase intention*, serta *trust* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*. Selain itu, hasil pengujian mediasi menunjukkan *trust* mampu memediasi pengaruh *attitude* terhadap *purchase intention*. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan niat pembelian produk daur ulang dari limbah plastik tidak hanya bergantung pada tingkat kesadaran masyarakat terhadap konsekuensi lingkungan dan sikap positif semata, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk dan komitmen lingkungan produsen, sehingga penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan literatur perilaku konsumen ramah lingkungan serta implikasi praktis bagi pelaku usaha dan pembuat kebijakan dalam mendorong konsumsi produk daur ulang secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Produk Daur Ulang Plastik, *Consequences Awareness*, *Attitude*, *Trust*, *Purchase Intention*

Pembimbing Skripsi: Prof. Dr. Ratni Prima Lita, S.E, M.M