

**ANALISIS FAKTOR NIAT PEMBELIAN TERHADAP KESEDIAAN
MEMBAYAR YANG DIMEDIASI OLEH *E-WOM* PADA PRODUK
ECOPRINT DI KOTA PAYAKUMBUH**

SKRIPSI



Oleh :

DIVA SASKIA

1910553026

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ANDALAS
PAYAKUMBUH
2026**

ABSTRAK

Ecoprint merupakan teknik pewarnaan dan percetakan kain yang memanfaatkan daun, bunga, kulit kayu dan sebagian tumbuhan lainnya untuk menghasilkan motif alami yang ramah lingkungan. Keunikan tersebut berpotensi membangun ketertarikan konsumen terhadap produk serta promosi mulut ke mulut. Namun, masyarakat Kota Payakumbuh masih banyak pertimbangan dalam membeli produk *ecoprint* dikarenakan harga dari produk *ecoprint* termasuk dalam harga yang belum terjangkau oleh masyarakat Kota Payakumbuh. Penelitian bertujuan untuk menganalisis faktor niat pembelian terhadap kesediaan membayar yang dimediasi oleh *E-wom* pada produk *ecoprint* di Kota Payakumbuh. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini *Non Probability Sampling* dengan metode *Purposive Sampling*. Responden penelitian berjumlah 116 konsumen produk *ecoprint*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, kemudian data diolah serta dianalisis menggunakan metode analisis SEM-PLS dengan bantuan *software* SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kepedulian lingkungan, variabel pengaruh sosial, dan altruisme, berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian. Variabel niat pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-wom*. Variabel *E-wom* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesediaan membayar. Serta variabel niat pembelian memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap kesediaan membayar melalui *E-wom*. Sedangkan pengaruh langsung variabel niat pembelian terhadap kesediaan membayar tidak signifikan, hal ini menunjukkan bahwa pengguna produk *ecoprint* di Kota Payakumbuh tidak menjadi pertimbangan utama bagi konsumen untuk melanjutkan kesediaan konsumen dalam membayar produk *ecoprint*. Implikasi penelitian ini bahwa penguatan meningkatkan niat konsumen dalam membeli produk melalui kualitas produk, desain yang unik dan menarik, dan strategi pemasaran yang efektif. Sehingga konsumen bersedia membayar produk *ecoprint* di Kota Payakumbuh dengan harga sesuai.

Kata Kunci: Niat Pembelian; *E-wom*; Kesediaan Membayar; *Ecoprint*

ABSTRACT

Ecoprinting is a fabric dyeing and printing technique that utilizes leaves, flowers, bark, and other plant materials to create eco-friendly, natural patterns. This uniqueness has the potential to generate consumer interest and foster word-of-mouth promotion. However, residents of Payakumbuh City remain hesitant to purchase ecoprint products, largely because the price points are often considered unaffordable for the local population. This study aims to analyze the factors influencing purchase intention and willingness to pay for ecoprint products in Payakumbuh City, with electronic word-of-mouth (e-WOM) acting as a mediating variable. A non-probability sampling technique—specifically purposive sampling—was employed, involving 116 consumers of ecoprint products. Quantitative methods were used, and the data were analyzed via Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS) using SmartPLS 4 software. The results indicate that environmental concern, social influence, and altruism have a positive and significant effect on purchase intention. Purchase intention, in turn, has a positive and significant effect on e-WOM, while e-WOM has a positive and significant effect on willingness to pay. Furthermore, purchase intention shows a positive and significant relationship with willingness to pay when mediated by e-WOM. Conversely, the direct effect of purchase intention on willingness to pay was found to be insignificant; this suggests that purchase intention alone is not the primary driver for consumers in Payakumbuh City to commit to paying for ecoprint products. The study implies that strengthening consumer purchase intention—through product quality, unique and attractive designs, and effective marketing strategies—is essential to ensuring consumers are willing to pay appropriate prices for ecoprint products in Payakumbuh City.

Keywords: Purchase Intention; E-WOM; Willingness to Pay; *Ecoprint*