

## **PERILAKU KONSUMEN RITEL MODERN AKAN KANTONG PLASTIK BERBAYAR**

Suharmiati<sup>1</sup> dan Budi Harni<sup>2</sup>  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesatuan  
Email: drasuharmiati@gmail.com<sup>1</sup>, budi\_harni@yahoo.com<sup>2</sup>

### **ABSTRACT**

*This study aims to determine the behavior of modern retail consumers in using plastic bags when shopping at modern retail stores in Indonesia. The second goal of this research is to identify the consumer perception of product and price from environmentally friendly shopping bag packaging product. The third objective is to identify the business opportunity of environmentally friendly shopping bags. Samples were chosen using non-probability technique i.e. convenience sampling with sample size amounting to 200 respondents. Data collection techniques used questionnaire instruments with data analysis techniques using descriptive data analysis and non-parametric paired sample comparison analysis methods.*

*Based on the results of the analysis data, the consumer behavior of the respondents of this research is not or have not moved to take the initiative to carry their own shopping bags when shopping at modern retail stores.*

*Keywords: Business Opportunities, Retail Consumer Behavior, Shopping Bags, Environment*

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku konsumen ritel modern akan penggunaan kantong plastik dalam berbelanja di toko ritel modern Indonesia. Tujuan yang kedua dari penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi konsumen akan produk dan harga dari produk kantong kemasan belanja ramah lingkungan. Tujuan yang ketiga adalah untuk mengetahui peluang bisnis kantong kemasan belanja ramah lingkungan. Sampel dipilih dengan menggunakan teknik non-probabilitas yakni convenience sampling dengan ukuran sampel adalah sebanyak 200 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan instrumen kuesioner dengan teknik analisis data menggunakan analisis data deskriptif dan metode analisis perbandingan sampel berpasangan non-parametrik.

Berdasarkan hasil analisis datadiketahui bahwa perilaku konsumen yang menjadi responden penelitian ini adalah tidak atau belum tergerak untuk berinisiatif membawa kantong kemasan belanja sendiri, ketika berbelanja di toko ritel modern.

Kata Kunci: Peluang Bisnis, Perilaku Konsumen Ritel, Kantong Belanja, Lingkungan hidup