



***GREEN TRUST MEMEDIASI MARKETING
ENVIRONMENTAL, ENERGI EFISIENSI, DAN
BUILDING ATMOSPHERE TERHADAP
SUSTAINABLE PURCHASE DECISION KONSUMEN
APARTEMEN GREEN BUILDING JABODETABEK***

TESIS

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**THOMAS EKO HESTANTA
55123120013**

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2025**



***GREEN TRUST MEMEDIASI MARKETING
ENVIRONMENTAL, ENERGI EFISIENSI, DAN
BUILDING ATMOSPHERE TERHADAP
SUSTAINABLE PURCHASE DECISION KONSUMEN
APARTEMEN GREEN BUILDING JABODETABEK***

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan
Program Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**THOMAS EKO HESTANTA
55123120013**

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2025**

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis peran *Green Trust* sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara *Marketing Environmental*, Energi Efisiensi, dan *Building Atmosphere* terhadap *Sustainable Purchase Decision* konsumen apartemen *Green Building* di kawasan Jabodetabek. Kesadaran masyarakat yang terus meningkat mengenai isu keberlanjutan mendorong pengembang untuk mengintegrasikan strategi *Marketing Environmental* melalui komunikasi nilai ramah lingkungan yang transparan, menerapkan Energi Efisiensi dalam sistem bangunan, serta menciptakan *Building Atmosphere* yang sehat, nyaman, dan selaras dengan prinsip ekologi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan penyebaran kuesioner kepada penghuni maupun calon penghuni apartemen berkonsep hijau, kemudian dianalisis dengan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) untuk menguji hubungan langsung dan tidak langsung antarvariabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Marketing Environmental*, Energi Efisiensi, dan *Building Atmosphere* berpengaruh positif terhadap terbentuknya *Green Trust*, yang secara signifikan memediasi dampaknya pada *Sustainable Purchase Decision*. Hal ini menegaskan bahwa kepercayaan konsumen terhadap komitmen hijau pengembang merupakan faktor strategis dalam memperkuat perilaku pembelian berkelanjutan. Secara teoritis, penelitian ini memperkaya literatur pemasaran hijau dan perilaku konsumen, sedangkan secara praktis memberikan implikasi bagi pengembang untuk memperkuat komunikasi lingkungan, mengoptimalkan teknologi hemat energi, serta menciptakan atmosfer hunian yang mendukung *eco-living* sebagai keunggulan kompetitif dalam industri properti berkelanjutan.

Kata kunci: *Green Trust*, *Marketing Environmental*, Energi Efisiensi, *Building Atmosfer*, *Sustainable Purchase Decision*, Apartemen *Green Building*.

MERCU BUANA

ABSTRACT

This study analyzes the role of Green Trust as a mediating variable in the relationship between Marketing Environmental, Energy Efficiency, and Building Atmosphere toward Sustainable Purchase Decision of consumers of green apartment buildings in the Greater Jakarta (Jabodetabek) area. Growing awareness of sustainability issues has encouraged developers to integrate Marketing Environmental strategies through transparent eco-friendly communication, adopt Energy Efficiency in building systems, and create a Building Atmosphere that is healthy, comfortable, and aligned with ecological principles. Using a quantitative approach, data were collected through questionnaires distributed to residents and potential buyers of green apartments, then analyzed with Structural Equation Modeling (SEM) to test direct and indirect relationships among variables. The results show that Marketing Environmental, Energy Efficiency, and Building Atmosphere positively influence the formation of Green Trust, which significantly mediates their impact on Sustainable Purchase Decision. This indicates that consumer trust in the environmental commitment of developers is a strategic factor in shaping sustainable purchasing behavior. Theoretically, the research enriches literature on green marketing and consumer behavior, while practically it provides implications for developers to strengthen environmental communication, apply energy-saving technologies, and design atmospheres that support eco-living as a basis for competitive advantage in the sustainable property sector.

Keywords: Green Trust, Marketing Environmental, Energi Efisiensi, Building Atmosfer, Sustainable Purchase Decision, Apartemen Green Building.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : GREEN TRUST MEMEDIASI MARKETING ENVIRONMENTAL, ENERGI EFISIENSI, DAN BUILDING ATMOSPHERE TERHADAP SUSTAINABLE PURCHASE DECISION KONSUMEN APARTEMEN GREEN BUILDING JABODETABEK

Bentuk Tesis : PENELITIAN KUANTITATIF

Nama : THOMAS EKO HESTANTA

NIM : 55123120013

Program : MAGISTER MANAGEMENT, MARKETING

Tanggal : 09 SEPTEMBER 2025

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahan data yang disajikan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Tangerang, 09 September 2025



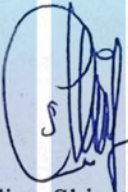
(Thomas Eko Hestanta)

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : *Green Trust Memediasi Marketing Environmental, Energi Efisiensi, Dan Building Atmosphere Terhadap Sustainable Purchase Decision*
Konsumen Apartemen *Green Building* Jabodetabek
Bentuk Tesis : Penelitian
Nama : Thomas Eko Hestanta
NIM : 55123120013
Program : Magister Manajemen
Tanggal : 09 September 2025

Mengesahkan

Pembimbing

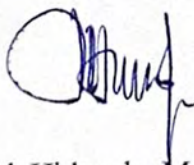


(Dr. Aldina Shiratina, MSi)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi Magister Manajemen



(Dr. Nurul Hidayah, M.Si.Ak)



(Dr. Lenny Christina Nawangsari, MM)

	BIRO PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS MERCU BUANA	
---	---	---

No.Dokumen	1-1-3.4.11.00	Distribusi					
Tgl. Efektif	25 September 2024						

SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

Nama : THOMAS EKO HESTANTA
NIM : 55123120013
Fakultas / Program Studi : PASCA / Magister Manajemen
Jenis : Tesis
Judul Tugas Akhir : GREEN TRUST MEMEDIASI MARKETING ENVIRONMENTAL, ENERGI EFISIENSI, DAN BUILDING ATMOSPHERE TERHADAP SUSTAINABLE PURCHASE DECISION KONSUMEN APARTEMEN GREEN BUILDING JABODETABEK
Hasil Pengecekan Turnitin : 25%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **25%** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk mengajukan sidang tugas akhir sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Mercu Buana. Hasil uji Turnitin terlampir.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 02 February 2026
Kepala Biro Perpustakaan



Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

Ket: Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk pendaftaran sidang Tesis.

2026/Januari/31/0000000756/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tesis **“GREEN TRUST MEMEDIASI MARKETING ENVIRONMENTAL, ENERGI EFISIENSI, DAN BUILDING ATMOSPHERE TERHADAP SUSTAINABLE PURCHASE DECISION KONSUMEN APARTEMEN GREEN BUILDING JABODETABEK”**. Program Studi Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

Banyak pihak yang berperan penting dalam membantu dan memberikan arahan untuk tesis saya, namun tidak ada yang lebih berperan selain Dr. Aldina Shiratina, MSi, yang bertindak sebagai pembimbing dan berperan penting dalam penyelesaian tesis ini.

Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penyusunan tesis ini, antara lain:

1. Prof. Dr. Ir. Andi Andriansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si.Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Lenny Christina Nawangsari, MM, selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Dr. Catur Widayati, MM selaku dosen penelaah seminar proposal, yang telah memberikan evaluasi, koreksi, dan bimbingan ilmu dan saran kepada peneliti.
5. Dr. Andyan Pradipta Utama, S.E,M.M perannya sebagai instruktur seminar yang mengevaluasi hasil penelitian, memberikan saran dan komentar kepada peneliti.
6. Istri saya, Sri Astuti; Anak saya Niko Nishio Hestanta dan Oktafiano Hestanta—yang telah mendoakan dan menyemangati saya tanpa henti.
7. Partisipan dalam penelitian ini meliputi orang-orang yang telah menggunakan produk, serta teman, rekan kerja, dan keluarga.
8. Rekan kerja dan rekan sejawat yang telah bersedia membantu.

Motivasi besar untuk menyelesaikan tesis ini datang dari semangat, doa, dan

dukungan yang tiada henti dari penulis. Karena keterbatasan pengetahuan dan latar belakang penulis, penelitian ini pasti memiliki kesalahan dan kelemahan. Oleh karena itu, penulis terbuka terhadap masukan berupa rekomendasi, komentar, dan bahkan kritik. Selain itu, apabila terdapat kekurangan atau kesalahan dalam tesis ini, penulis mohon maaf dengan tulus dan rendah hati. Akhirnya, saya berharap tesis ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca serta dapat memberikan kontribusi bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Jakarta, 9 Juni 2025

Penulis,

(Thomas Eko Hestanta)



DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN SIMILARITY CHECK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	18
1.3 Tujuan Penelitian.....	19
1.4 Kontribusi Penelitian.....	20
 BAB II KAJIAN TEORI, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS....	 23
2.1 Kajian Teori.....	23
2.2 Penelitian Terdahulu.....	51
2.3 Pengembangan Hipotesis dan Hubungan Antara Variabel.....	66
2.4 Kerangka Konseptual	77
 BAB III METODE PENELITIAN.....	 79
3.1 Desain Penelitian.....	79
3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel	80
3.3 Populasi dan Sampel	88
3.4 Metode Pengumpulan Data	95
3.5 Metode Analisis Data	99
 BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	 107

4.1	Gambaran Objek Penelitian.....	107
4.2	Analisis Deskriptif.....	108
4.3	Pembahasan Hasil Analisis Data: PLS-SEM	122
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian.....	138
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		156
5.1	Kesimpulan.....	156
5.2	Saran.....	161
DAFTAR PUSTAKA		165
LAMPIRAN.....		168



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Tingkat Hunian Proyek Green Building	8
Tabel 1.2 Tabel Hasil Pra Survey pada Tahun 2025.....	15
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	52
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	87
Tabel 3.2 Peringkat Skala Ordinal	88
Tabel 3.3 Instrument Skala <i>Likert</i>	99
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	110
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Saat Ini	110
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	111
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	112
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan.....	113
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	114
Tabel 4.7 Uji Diskriptif Jumlah Jawaban Responden Berdasarkan Marketing E115	115
Tabel 4.8 Uji Diskriptif Jumlah Jawaban Responden Berdasarkan Energi Ef	116
Tabel 4.9 Uji Diskriptif Jumlah Jawaban Responden Berdasarkan Building A..	117
Tabel 4.10 Uji Diskriptif Jumlah Jawaban Responden Berdasarkan Green T.....	119
Tabel 4.11 Uji Diskriptif Jumlah Jawaban Responden Berdasarkan SPD.....	120
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Convergent Validity	123
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Discriminant Validity	125
Tabel 4.14 Hasil Pengujian AVE	127
Tabel 4.15 Hasil Pengujian Fornell Larcker Criterion.....	128
Tabel 4.16 Hasil Pengujian Heterotrait-Monotrait (HTMT).....	129
Tabel 4.17 Hasil Pengujian Composite Reliability & Cronbach's Alpha.....	131
Tabel 4.18 Hasil Pengujian VIF Value	132
Tabel 4.19 Pengujian Nilai Koefisien Determinant R Square (R^2).....	133
Tabel 4.20 Hasil Pengujian Hipotesis	135

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Dampak Perubahan Iklim di Indonesia	1
Gambar 1.2 Jumlah Gedung Bertingkat di JABODETABEK 2025	2
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	77
Gambar 4.1 Algoritma PLS	124
Gambar 4.2 Hasil Uji Bootstrapping.....	137

